

การออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยสำหรับการส่งออกประเทศญี่ปุ่น



นางสาวดุจหทัย วงษ์กะพันธ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DESIGNING THAI FABRIC FASHION FOR EXPORTING TO JAPAN

Miss Dujhatai Vonggapan



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Fine and Applied Arts Program in Fine and Applied Arts
Faculty of Fine and Applied Arts
Chulalongkorn University
Academic Year 2014
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยสำหรับการ ส่งออกประเทศญี่ปุ่น
โดย	นางสาวศุภหทัย วงษ์กะพันธ์
สาขาวิชา	ศิลปกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ศาสตราจารย์ ดร. พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต

.....คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ศาสตราจารย์ ดร. พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุขุมล เล็กสวัสดิ์)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ใจภักดี บุรพเจตนา)

ดุจหทัย วงษ์กะพันธ์ : การออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยสำหรับการส่งออกประเทศญี่ปุ่น (DESIGNING THAI FABRIC FASHION FOR EXPORTING TO JAPAN) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ศ. ดร. พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 327 หน้า.

ในปัจจุบันนอกจากจะใช้เสื้อผ้าในการปกป้องร่างกายแล้ว เสื้อผ้านั้นยังสามารถแสดงออกและสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพ รสนิยม และสถานภาพที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ทั้งนี้รสนิยมทางการแต่งกายที่แตกต่างกันนั้นได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ส่วน คือ ปัจจัยทางธรรมชาติ เช่น สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ รวมถึงลักษณะรูปร่างของคนในแต่ละพื้นที่ และปัจจัยที่มนุษย์สร้างหรือกำหนดขึ้น เช่น ประเพณี วัฒนธรรม และความเชื่อ จากการศึกษาในเบื้องต้นพบว่าญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในเรื่องของวัฒนธรรมการแต่งกาย สตรีญี่ปุ่นชื่นชอบและสนใจผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับงานหัตถกรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของกระบวนการในการผลิตและสร้างสรรค์

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นเมืองแฟชั่นและให้ความสำคัญกับเรื่องของ การแต่งกายมากเป็นอันดับต้นของโลก ดังนั้นจึงมีสินค้าแฟชั่นที่หลากหลายสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันในประเทศญี่ปุ่น

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมและรูปแบบการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่นที่มีการดำรงชีวิตในสังคมเมือง ทั้งเรื่องลักษณะของรูปร่าง, สัดส่วน และสภาพอากาศ ซึ่งมีอิทธิพลต่อลักษณะการแต่งกาย อีกทั้งองค์ประกอบต่างๆที่สำคัญ เช่น ความยาว โครงร่างเงา และโทนสีและเมื่อกล่าวถึงผ้าทอมือของไทยและสินค้าแฟชั่นที่สร้างสรรค์จากผ้าทอมือนับเป็นสินค้าส่งออกที่เป็นที่รู้จักและสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยมาช้านาน หากแต่เมื่อเปรียบเทียบปริมาณการส่งออกแล้ว ผ้าทอมือและสินค้าแฟชั่นที่สร้างสรรค์จากผ้าทอมือนั้นมีปริมาณการส่งออกที่น้อยมาก ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบไม่สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากนัก ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาเฉพาะเจาะจงที่กลุ่มสตรีญี่ปุ่น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อแนวทางการแต่งกายและการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นของสตรีญี่ปุ่น ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยที่เหมาะสมสำหรับสตรีญี่ปุ่น

วัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยฉบับนี้ คือ เพื่อเป็นแนวทางเริ่มต้นสำหรับผู้สนใจทำวิจัยในเรื่องการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปสู่ตลาดต่างประเทศ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าทอมือของไทยสู่ตลาดประเทศญี่ปุ่น

สาขาวิชา ศิลปกรรมศาสตร์

ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5286805735 : MAJOR FINE AND APPLIED ARTS

KEYWORDS: JAPANESE FASHION MARKET / JAPANESE FASHION PERSONALITY / THAI
WOVEN FABRICS FOR JAPANESE MARKET

DUJHATAI VONGGAPAN: DESIGNING THAI FABRIC FASHION FOR EXPORTING TO
JAPAN. ADVISOR: PROF. PORNSANONG VONGSINGTHONG, Ph.D., 327 pp.

Attires, in addition to a protection of human body, are non-verbal language of a kind which can reflect personalities, tastes and status. The different tastes for fashion are influenced by different factors, which can be classified into 2 types: natural and non-natural ones. The former includes the climate, terrain and body shapes. The latter includes the culture, tradition and believes. This preliminary study found that Japan is a country, which is unique in terms of the fashion and attire culture. Japanese women prefer products with creative designs as reflected in handicrafts. Internationally, Japan is recognized as a country, which gives priority to the fashion. Therefore, various fashion products are prevalent for different consumer groups in Japan and, thus, Japan is a promising market. In this research, cultural and non-cultural factors to japanese attires of urban women are discussed. These include body shapes, bodypart lines and weather. From the analysis, it is found that these factors have influence on the fashion design on personalities, lengths, silhouettes and color schemes.

Thai woven fabrics as handicraft products are internationally well-known and exported for years. However, the market share has still been limited because of its designs. This research aims at investigating the factors that influence on Japanese women's preferences for fashion products and at proposing designs, which are suitable for Japanese women.

This research is expected to contribute to the fashion design courses offered by various institutes in Thailand and current students in this field and to the fashion and fashion-related, textile, garment entrepreneurs whose market is Japan and those who are interested in Japanese market.

Field of Study: Fine and Applied Arts Student's Signature

Academic Year: 2014 Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่ให้โอกาสในการศึกษาเรียนรู้ และสร้างสรรค์ผลงานศิลปกรรม อีกทั้งการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยคาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งภาคการศึกษา และภาคอุตสาหกรรม รวมถึงผู้ที่มีความสนใจในการออกแบบแฟชั่น

ขอกราบขอบพระคุณ ท่านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะและให้ความรู้ในเชิงวิชาการ ทั้งกระบวนการในการทำวิจัยอย่างเป็นระบบ จนบรรลุผลที่ตั้งไว้ อีกทั้งยังให้กำลังใจและความเข้าใจที่ช่วยเสริมแรงใจในการทำงาน ให้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ได้เป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร ที่กรุณาสละเวลาให้ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการอันเป็นแบบอย่างที่ดี และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัยเป็นอย่างมาก

ขอกราบขอบพระคุณ คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภภรณ์ ดิษฐพันธ์ คณบดีกรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ สุขุมาล เล็กสวัสดิ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ใจภักดิ์ บุรพเจตนา ที่กรุณาให้คำแนะนำ และคำปรึกษา เพื่อปรับปรุง และแก้ไข วิทยานิพนธ์ให้สำเร็จตามจุดมุ่งหมาย

ขอกราบขอบพระคุณ คุณยาย คุณพ่อ คุณแม่ ที่เป็นกำลังใจและเป็นแรงใจสำคัญสำหรับความสำเร็จในครั้งนี้ ขอบคุณสามี และลูก และทุกคนในครอบครัวที่เข้าใจ และเป็นกำลังใจที่ยิ่งใหญ่ตลอดระยะเวลาที่เรียนและทำวิจัย จนเสร็จสิ้นสมบูรณ์

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติภรณ์ นพุดมพันธ์ ดร.เทพิกา รอดสการ และเพื่อนๆ DFA รุ่น 2 ทุกคนสำหรับความช่วยเหลือเกื้อกูล และความรักที่มีให้กันเสมอมา

ขอขอบคุณ คุณสิทธิธานต์ จันท์แจ่มใส และเจ้าหน้าที่ทุกคนที่เกี่ยวข้องสำหรับความช่วยเหลือในเรื่องของข้อมูลที่สำคัญต่างๆตลอดระยะเวลาของการเรียน

ขอขอบคุณทุกคน ทุกกำลังใจ ทุกความหวังดีที่มีให้ แม้จะไม่ได้กล่าวถึงในหน้ากิตติกรรมประกาศนี้ แต่ขอขอบคุณจากใจจริง

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณผู้อำนวยการพิพิธภัณฑน์มหาวิทยาลัย และทีมงานที่กรุณาให้ใช้สถานที่ในการจัดนิทรรศการแสดงผลงาน และความช่วยเหลือในทุกๆด้านเกี่ยวกับการจัดแสดงผลงานในครั้งนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
สรุปปัญหำนำการวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของงานวิจัย	4
วิธีดำเนินการวิจัย	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
ผลงานในจินตภาพ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
คำจำกัดความ.....	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
ส่วนที่ 1 ผู้บริโภค และกลุ่มเป้าหมาย	11
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น.....	11
ภูมิประเทศ.....	12
ภูมิอากาศ.....	15
ลักษณะนิสัยของคนญี่ปุ่น	20

สรีระและขนาดร่างกาย	21
แนวทางการแต่งกายของคนญี่ปุ่น.....	23
วัฒนธรรมการแต่งกายดั้งเดิม (กิโมโน)	27
การตลาดในประเทศญี่ปุ่น	29
กลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ผลิตที่ต้องการความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่น	34
แนวโน้มและพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวญี่ปุ่น	35
การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตลาดประเทศญี่ปุ่น.....	35
วิธีการตลาดและการกระจายสินค้า	36
กฎระเบียบการนำเข้าและภาษี.....	37
จุดเด่นและจุดอ่อนของสินค้าไทยในสายตาผู้ซื้อญี่ปุ่น	42
แนวโน้มและความสนใจของตลาด.....	43
ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่น.....	44
ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น	46
พฤติกรรมผู้บริโภค และตลาดการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของญี่ปุ่น	48
พฤติกรรมผู้บริโภคของคนญี่ปุ่น.....	48
ตลาดการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศญี่ปุ่น	51
ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น.....	52
ข้อมูลเรื่องการแบ่งประเภทของผ้าไทย	68
การแบ่งผ้าไทยตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการทอ	68
การแบ่งประเภทผ้าไทยตามลักษณะจำเพาะและกรรมวิธีการทอ.....	71
การแบ่งประเภทผ้าไทยตามลักษณะเนื้อผ้า	75
แนวทางการพัฒนาผ้าไทย	77
การตกแต่งสำเร็จสิ่งทอ (Textile Finishing).....	83

การตกแต่งพื้นผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	88
ส่วนที่ 3 ทฤษฎีการออกแบบแฟชั่น	92
แนวคิดทฤษฎี ที่ส่งเสริมการหาแนวทางในการออกแบบ	92
บุคลิกภาพการแต่งกาย	93
ทฤษฎีการออกแบบเครื่องแต่งกาย	101
บทที่ 3 เก็บรวบรวมข้อมูล	111
ส่วนที่ 1 ขั้นตอนและกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูล	111
ส่วนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	112
ส่วนที่ 3 วิธีการประมวลผลข้อมูล	122
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	124
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี	125
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์	134
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	149
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการรวบรวมภาพถ่ายจากเว็บไซต์สไตล์อาร์น่าเจแปน	156
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม	208
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	223
ส่วนที่ 1 สรุปข้อมูลผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย	224
ส่วนที่ 2 การสรุปข้อมูลแนวทางการแต่งกายและการเลือกผ้าให้เหมาะสมกับสตรีญี่ปุ่นแต่ ละกลุ่ม	231
บทที่ 6 ข้อมูลสนับสนุนการออกแบบ	246
ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้บริโภคและแนวทางการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย	246
ส่วนที่ 2 ข้อมูลสนับสนุนสำหรับการออกแบบแฟชั่น	249
ส่วนที่ 3 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบ	274

บทที่ 7 การวิเคราะห์ผลงานสร้างสรรค์.....	275
ส่วนที่ 1 ภาพผลงานสร้างสรรค์.....	276
ส่วนที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้รับจากการสร้างสรรค์ผลงาน	292
ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการสร้างสรรค์ผลงาน	295
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ	297
รายการอ้างอิง.....	298
ภาคผนวก.....	301
ภาคผนวก ก.....	302
ภาคผนวก ข	317
ภาคผนวก ค.....	323
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	326



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	ตารางแสดงสภาพภูมิอากาศและลักษณะการแต่งกายที่เหมาะสมในแต่ละช่วงเดือน	19
ตารางที่ 2:	ตารางแสดงจำนวนประชากรในประเทศญี่ปุ่น	20
ตารางที่ 3:	ตารางแสดงส่วนสูงและน้ำหนักของเพศชายและเพศหญิงในแต่ละช่วงอายุ	22
ตารางที่ 4:	ตารางแสดงขนาดเสื้อผ้าผู้ชายและผู้หญิง	23
ตารางที่ 5:	ตารางแสดงประวัติกิโมโน	27
ตารางที่ 6:	ตารางสรุปแนวความคิดและลักษณะนิสัยของผู้บริโภค	31
ตารางที่ 7:	ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวคิดและลักษณะนิสัยผู้บริโภคญี่ปุ่นกลุ่มอายุ 20 – 30 ปี....	33
ตารางที่ 8:	ตารางสรุปข้อมูลเศรษฐกิจประเทศญี่ปุ่น	45
ตารางที่ 9:	สภาพการณ์การค้าของประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น ระหว่างพ.ศ.2551 – 2554.....	47
ตารางที่ 10:	ตารางแสดงสัดส่วนค่าใช้จ่ายเสื้อผ้าของครัวเรือนญี่ปุ่น	50
ตารางที่ 11:	ตารางแสดงลำดับชนิดของเสื้อผ้าที่คนญี่ปุ่นเลือกซื้อ	55
ตารางที่ 12:	ตารางแสดงลำดับชนิดของเครื่องตกแต่งประกอบเสื้อผ้าที่คนญี่ปุ่นเลือกซื้อ	55
ตารางที่ 13:	ตารางแสดงลำดับความสำคัญปัจจัยที่พิจารณาในการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มของ คนญี่ปุ่น	56
ตารางที่ 14:	ตารางแสดงตัวอย่างผ้าที่แบ่งประเภทตามลักษณะเนื้อผ้า	76
ตารางที่ 15:	ตารางอธิบายและแสดงภาพตราสัญลักษณ์นกยูงพระราชทาน	78
ตารางที่ 16:	ตารางแสดงคุณสมบัติทางกายภาพและเคมีของผ้าไหม.....	82
ตารางที่ 17:	ตารางอภิปรายผลที่ได้จากการทดลองการตกแต่งสำเร็จสิ่งทอเชิงกล	87
ตารางที่ 18:	ตารางแสดงวิธีการตกแต่งผืนผ้า.....	89
ตารางที่ 19:	ตารางแสดงตัวอย่างผ้าจากกรรมวิธีการตกแต่งต่างๆ	90
ตารางที่ 20:	ตารางสรุปจุดแข็งจุดอ่อนของกรรมวิธีการตกแต่งผืนผ้าแต่ละอย่าง	91
ตารางที่ 21:	ตารางสรุปการกำหนดบุคลิกภาพการแต่งกายสำหรับการวิจัย	98
ตารางที่ 22:	ตารางสรุปคำสำคัญของกลุ่มบุคลิกภาพการแต่งกาย.....	101

ตารางที่ 23: ตารางแสดงการเปรียบเทียบการแบ่งประเภทกระโปรงและกางเกงโดยใช้ความยาว
เป็นเกณฑ์ 104

ตารางที่ 24: การจำแนกประเภทสี 109

ตารางที่ 25: ตารางแสดงสภาพภูมิอากาศและลักษณะการแต่งกายที่เหมาะสมในแต่ละช่วงเดือน . 126

ตารางที่ 26: ตารางสรุปทัศนคติและลักษณะนิสัยของกลุ่มเป้าหมาย 130

ตารางที่ 27: ตารางแสดงการแบ่งลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคญี่ปุ่นโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ใน
การแบ่ง 131

ตารางที่ 28: ตารางลำดับลักษณะเนื้อผ้าไหมและผ้าฝ้ายที่คนไทยให้ความสนใจหากนำมา
ใช้ผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย 156

ตารางที่ 29: ตารางแสดงปริมาณคนที่แต่งกายด้วยบุคลิกภาพที่แตกต่างกันในแต่ละฤดูกาล 157

ตารางที่ 30: ตารางแสดงปริมาณคนที่แต่งกายด้วยบุคลิกภาพที่แตกต่างกันในแต่ละฤดูกาล
เป็นคำร้อยละ 157

ตารางที่ 31: ตารางแสดงค่าความนิยมสวมใส่เสื้อผ้าสำหรับบุคลิกภาพที่แตกต่างกันในแต่ละ
ฤดูกาล 159

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1: แผนที่ประเทศญี่ปุ่น แบ่งตามภูมิภาค.....	15
ภาพที่ 2: แผนภาพแสดงลักษณะภูมิอากาศในแต่ละฤดูกาลของประเทศญี่ปุ่น	18
ภาพที่ 3: คณะเรซันซูย หรือรู้จักกันทั่วไปในนาม เซนการ์เดิน.....	24
ภาพที่ 4: การแต่งกายของวัยรุ่นในย่านฮาราจูกุ (Harajuku).....	25
ภาพที่ 5: การแต่งของผู้คนในย่านชิบูยา (Shibuya).....	25
ภาพที่ 6: เสื้อผ้าที่เป็นตราสินค้าท้องถิ่นระดับสูงอย่างวาย 3 (Y3) ที่มา : http://www.okmd.or.th/	26
ภาพที่ 7: ภาพตัวอย่างชุดกิโมโน	28
ภาพที่ 8: ตัวอย่างเอกสารแสดงรายละเอียดสินค้า	38
ภาพที่ 9: รายละเอียดที่ต้องแสดง	39
ภาพที่ 10: ภาพตัวอย่างสัญลักษณ์ที่ต้องแสดงในเสื้อผ้า.....	41
ภาพที่ 11: ตัวอย่างผ้ามัดหมี่.....	72
ภาพที่ 12 : ตัวอย่างลักษณะการทอผ้าขิด.....	72
ภาพที่ 13: ตัวอย่างลักษณะการทอผ้าจก	73
ภาพที่ 14: ตัวอย่างลักษณะการทอผ้าแพรวา.....	74
ภาพที่ 15: ตัวอย่างลักษณะการทอผ้ายกดอก	74
ภาพที่ 16: ตัวอย่างลักษณะการทอผ้าหางกระรอก.....	75
ภาพที่ 17: ตัวอย่างการทอผ้าไหมลูกฟูก.....	76
ภาพที่ 18: การแบ่งประเภทความยาวเสื้อระดับต่างๆ	102
ภาพที่ 19: การแบ่งระดับความยาวกระโปรงกางเกง	103
ภาพที่ 20: การแบ่งระดับความยาวกระโปรงกางเกง 2.....	104
ภาพที่ 21: ภาพตัวอย่างความยาวกระโปรงและกางเกงที่มีความยาวระดับ “สั้นที่สุด” และ “สั้นมาก”	105
ภาพที่ 22: ความยาวมาตรฐานของกระโปรง.....	106

ภาพที่ 23: ความยาวมาตรฐานของกางเกง.....	107
ภาพที่ 24: วงล้อสี.....	108
ภาพที่ 25: ภูมิอากาศของประเทศญี่ปุ่นในแต่ละช่วงเดือน โดยแบ่งตามฤดูกาล.....	126
ภาพที่ 26: การคมนาคมในประเทศญี่ปุ่น	127
ภาพที่ 27.: กีโมโน.....	128
ภาพที่ 28: แผนภูมิแสดงข้อมูลโอกาสการสวมใส่	150
ภาพที่ 29: แผนภูมิแสดงข้อมูลเรื่องโทนสีสำหรับเสื้อผ้าที่เป็นที่ชื่นชอบ	150
ภาพที่ 30: แผนภูมิแสดงลักษณะการใช้สีสำหรับการแต่งกายของคนญี่ปุ่น.....	151
ภาพที่ 31 :ลักษณะการใช้สีสำหรับการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่น.....	151
ภาพที่ 32: ภาพตัวอย่างแนวทางการใช้สีในการแต่งกายตามที่กลุ่มตัวอย่างนิยม	152
ภาพที่ 33: ความยาวโดยรวมของชุด	152
ภาพที่ 34: เส้นแบ่งช่วงตัว.....	153
ภาพที่ 35: ภาพโครงร่างเงาของเสื้อผ้าที่ได้รับการเลือกมากที่สุดสำหรับโอกาสการใช้งานที่ แตกต่างกัน.....	154
ภาพที่ 36 :ภาพตัวอย่างผ้าไหมและผ้าฝ้ายที่นำไปให้กลุ่มประชากรตัวอย่างเลือก	155
ภาพที่ 37: ภาพรวมผลงานสร้างสรรค์.....	276
ภาพที่ 38: บรรยากาศในย่านไดกังยามะ	318
ภาพที่ 39: บรรยากาศในย่านไดกังยามะ	319
ภาพที่ 40: บรรยากาศในย่านกินซ่า.....	319
ภาพที่ 41: บรรยากาศในย่านฮาราจุกุ	320
ภาพที่ 42: บรรยากาศในย่านชิบูย่า.....	321
ภาพที่ 43: บรรยากาศในย่านโอโมเตะซันโด.....	322
ภาพที่ 44: ภาพบัตรเชิญชมงานนิทรรศการ	324
ภาพที่ 45: บรรยากาศนิทรรศการแสดงผลงาน	324
ภาพที่ 46: บรรยากาศนิทรรศการแสดงผลงาน	325
ภาพที่ 47: บรรยากาศนิทรรศการแสดงผลงาน	325

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สินค้าส่งออกนับเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและเป็นตัวบ่งบอกถึงศักยภาพของประเทศผู้ส่งออกด้วย ดังเช่นประเทศไทย จากการศึกษาสถิติการส่งออกสินค้าของประเทศไทย¹พบว่า ประเทศไทยมีโครงสร้างสินค้าส่งออกที่สำคัญทั้งสิ้น 4 กลุ่มประเภทสินค้า ได้แก่ สินค้าเกษตรกรรม เช่น ข้าว ยางพารา กุ้งแช่เย็น ไก่แปรรูปและผลไม้ต่างๆ สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร เช่น น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋อง และอาหารสัตว์ สินค้าอุตสาหกรรม เช่น แผงวงจรไฟฟ้า เม็ดพลาสติกและเครื่องสำอาง และกลุ่มสุดท้ายคือ สินค้าแร่และเชื้อเพลิง เช่น น้ำมันสำเร็จรูป น้ำมันดิบและสังกะสี เป็นต้น ทั้งนี้จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรกรรม และมีมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมเป็นอันดับต้นๆของโลก จึงนับได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม นอกจากนี้สินค้าอุตสาหกรรมจำพวกอุปกรณ์และส่วนประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบรถยนต์ อัญมณีและเครื่องประดับ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รวมถึงผ้าไหมและผ้าฝ้ายทอมือ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นงานที่ต้องใช้ฝีมือ ความละเอียด ประณีต ก็เป็นอีกกลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ประเทศไทยได้รับการยอมรับจากต่างประเทศให้เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกรายสำคัญ

หากกล่าวถึงผ้าไทย เช่น ผ้าไหมและผ้าฝ้ายทอมือ การทอผ้าในประเทศไทยเริ่มต้นจากการทอไว้ใช้สอยกันภายในครอบครัวเท่านั้น ดังนั้นการได้มาซึ่งผืนผ้าของแต่ละครอบครัวจึงครอบคลุมกระบวนการทั้งหมด โดยเริ่มตั้งแต่การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม การสาวไหม และการทอด้วยวิธีธรรมดาที่สามารถทำได้ในครัวเรือน และหากเป็นผ้าฝ้ายก็เริ่มตั้งแต่การปลูกต้นฝ้าย การคัดแยกปุยดอกฝ้าย การปั่นฝ้าย การทอผ้าและย้อมสี จวบจนปัจจุบันการผลิตผ้าไทยมีการพัฒนาการผลิตตามความต้องการของตลาดที่มากขึ้น จนการทอผ้ามีการขยายตัวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ประกอบการทั้งขนาดครัวเรือน ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ทั้งนี้ผ้าไทย ทั้งผ้าไหมและผ้าฝ้ายทอมือนับเป็นผ้าที่มีเสน่ห์ มีคุณค่า ผ่างด้วยความประณีตบรรจง และฝีมืออันละเอียดอ่อนของผู้ทอ จนเป็นที่ยอมรับในระดับสากลว่าผ้าทอมือ เป็นหนึ่งในเอกลักษณ์ที่สำคัญของประเทศไทย ส่วนข้อได้เปรียบของการทอด้วยเครื่องจักร คือสามารถผลิตผืนผ้าได้ในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด อีกทั้งยังสามารถควบคุม และพัฒนาคุณภาพของผ้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น

¹กระทรวงพาณิชย์. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www2.ops3.moc.go.th/> [18 กุมภาพันธ์ 2554]

ในปัจจุบัน ผ้าทอมือของไทยเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของชาวต่างชาติ ถึงแม้หากเทียบมูลค่าการส่งออกกับสินค้าผ้าฝ้ายที่ทอด้วยระบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าชนิดอื่น ผ้าทอมือและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าทอมืออาจมีมูลค่าการส่งออกที่น้อยกว่า แต่มีหลายหน่วยงาน อาทิเช่น กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ อีกทั้ง สถาบันหม่อนไหมแห่งชาติ ต่างมีนโยบายที่จะผลักดันการส่งออกผ้าไทย ทั้งผ้าไหมและผ้าฝ้ายทอมือ และผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมและผ้าฝ้ายทอมือให้เติบโตและเป็นสินค้าที่สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศให้มากยิ่งขึ้น

จากการสัมภาษณ์คุณสุภาวดี แยมกมล² หัวหน้ากลุ่มงานสินค้าแฟชั่น สำนักส่งเสริมสินค้าส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ.2554 พบว่า ปัญหาที่ส่งผลให้การส่งออกผ้าไทยและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทย มีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่าผ้าฝ้ายและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าชนิดอื่น เพราะต้องใช้เวลาในการผลิตที่มากกว่า อีกทั้งมีปัจจัยการผลิตที่มีข้อจำกัดมากกว่า เช่น ข้อจำกัดเรื่องการนำเข้าวัตถุดิบ อาทิ เส้นไหม หรือปริมาณเส้นไหมที่สามารถผลิตได้ นอกจากนี้แล้ว ผ้าทอมือของไทยนับเป็นผ้าพื้นถิ่นของประเทศไทย จึงไม่มีผู้ประกอบการจากต่างประเทศที่จ้างให้ผลิตผ้าไทยและทำเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทย ดังนั้นจึงมีเพียงผู้ประกอบการในประเทศไทยเท่านั้นที่ผลิตผ้าไทยและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยเพื่อการส่งออก นอกจากนี้แล้วผ้าไทยและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยยังมีปัญหาเรื่องรูปแบบที่ไม่มีการพัฒนาให้ตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละประเทศเท่าที่ควร

จากปัจจัยที่กล่าวมาผู้วิจัยในฐานะนักออกแบบสินค้าแฟชั่น ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของประเด็นปัญหาดังกล่าว จึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบที่ตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคต่างประเทศ

เมื่อได้ศึกษาสถิติการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าทอมือของไทย ประกอบกับการสัมภาษณ์คุณสุภาวดี แยมกมล พบว่าในปัจจุบันนี้ประเทศที่น่าสนใจที่จะทำการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าทอมือของไทยในระดับต้นๆคือประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากผ้าทอมือของไทยและผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือของไทย รวมถึงเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าทอมือของไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตลาดระดับสูง ซึ่งเมื่อดูจากรายได้เฉลี่ยของประชากรญี่ปุ่นต่อหัวต่อปีพบว่าอยู่ในเกณฑ์ที่

² นางสาวสุภาวดี แยมกมล. หัวหน้ากลุ่มงานสินค้าแฟชั่น สำนักส่งเสริมสินค้าส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2554.

มีศักยภาพในการจับจ่ายสินค้าในระดับนี้อยู่มาก ซึ่งก็คือ 38,080 ดอลลาร์สหรัฐ³ (ประมาณ 1.1 ล้านบาท) อีกทั้งคนญี่ปุ่นมีรสนิยมพื้นฐานที่ให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าของงานที่มีความประณีตในกระบวนการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับผ้าทอมือของไทย นอกจากนี้แล้วญี่ปุ่นยังเป็นประเทศที่รัฐบาลไทยเล็งเห็นถึงแนวโน้มทางด้านเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศที่ดี จนผลักดันโครงการ “ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย - ญี่ปุ่น (Japan – Thailand Economic Partnership Agreement: JTEPA)” ให้บรรลุผลเพื่อประโยชน์ทางการค้า การนำเข้า และส่งออกของทั้งสองประเทศ

หากแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทย รวมทั้งการส่งออกสู่ตลาดประเทศญี่ปุ่นโดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของ OEM: Original Equipment Manufacturer ซึ่งหมายถึง การรับจ้างผลิตตามแบบของผู้ว่าจ้าง ทำให้ผู้ส่งออกไม่ได้ใช้ศักยภาพในด้านการออกแบบ จนกระทั่งในปี พ.ศ.2554 กรมส่งเสริมการส่งออกมีนโยบายที่จะยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการและผู้ส่งออกไทยในด้านการผลิตให้เป็น ODM: Original Design Manufacturer ซึ่งจะช่วยให้สินค้าที่ผลิตมีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง และสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจ รวมทั้งเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในอนาคตอีกด้วย

จากการศึกษาในเบื้องต้น ยังไม่มีผู้ใดได้ทำการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าทอมือของไทยให้เหมาะสมกับตลาดสินค้าแฟชั่นของประเทศญี่ปุ่นโดยเฉพาะ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในเรื่องดังกล่าว เพื่อเป็นแนวทางเริ่มต้นสำหรับผู้สนใจทำวิจัยในเรื่องการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปสู่ตลาดต่างประเทศ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าทอมือของไทยสู่ตลาดประเทศญี่ปุ่น

สรุปปัญหาการวิจัย

รูปแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยจะพัฒนาให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคญี่ปุ่นได้อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวางกรอบแนวคิดการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคญี่ปุ่น

³The World Bank. Japan. Data by Country. Income Level. [online], Available from: <http://data.worldbank.org/country/japan> [2011, January 18]

2. เพื่อวางแนวทางการสร้างสรรค์เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคญี่ปุ่น

ขอบเขตของงานวิจัย

สำหรับการวิจัยและสร้างสรรค์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตเพื่อให้มีแนวทางในการศึกษาที่ชัดเจนมากขึ้น โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการทำวิจัยเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้หัวข้อ การออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทย สำหรับการส่งออกประเทศญี่ปุ่น ในครั้งนี้แบ่งขอบเขตด้านเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่

1. การวิจัยการแต่งกายของกลุ่มผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น ซึ่งกำหนดให้เป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี ทั้งนี้เพราะจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์คุณนิพนธ์ ทรัพย์บุญวิไล ที่ปรึกษาอิสระด้านการพัฒนาสิ่งทอ และอาจารย์พิเศษสถาบันการออกแบบแฟชั่น บุงกะ ประเทศไทยกล่าวว่า ช่วงอายุ 20 – 30 ปี เป็นช่วงที่คนญี่ปุ่นโดยเฉพาะเพศหญิงให้ความสำคัญกับเรื่องของการแต่งกาย และมีความสุขกับการแต่งกายเพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของแต่ละคนและเมื่ออายุมากกว่า 30 ปีไปแล้วจะเป็นช่วงของการเริ่มสร้างครอบครัว ผู้หญิงจะลดค่าใช้จ่ายเรื่องการแต่งกายลงและใช้จ่ายเงินไปกับสิ่งอื่นมากขึ้น เช่น การเลี้ยงดูบุตร และภาระรับผิดชอบอื่นๆภายในบ้าน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาวิถีและวิธีการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่นในช่วงอายุ 20 – 30 ปี เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่นตลอดระยะเวลา 3 ปี นับตั้งแต่ เดือนมีนาคม พ.ศ.2554 จนถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2557
2. การวิจัยผืนผ้าของไทยทั้งผ้าไหมและผ้าฝ้ายถึงแนวทางในการผลิตในปัจจุบัน และรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น

ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัย และการสร้างสรรค์ผลงานในครั้งนี้ เป็นระยะเวลา 4 ปี 5 เดือน นับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2554 จนถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ.2558

ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาข้อมูลการแต่งกายของคนญี่ปุ่นในเมืองโตเกียวเป็นหลัก ทั้งนี้เพราะโตเกียวเป็นเมืองหลวงของประเทศญี่ปุ่น เป็นศูนย์กลางความเจริญในทุกด้านของประเทศ

ญี่ปุ่นรวมทั้งเรื่องของแฟชั่นการแต่งกายซึ่งมีการแต่งกายตามแบบสากลนิยม และนับได้ว่าเป็นต้นแบบการแต่งกายของคนญี่ปุ่นโดยทั่วไป

วิธีดำเนินการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยเพื่อหากลยุทธ์การส่งออกและแนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากไทย มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ข้อมูลในเชิงลึก เพื่อการวิเคราะห์ให้ได้มาซึ่งแนวทางที่ชัดเจนและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทำการวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีลำดับการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นประเทศญี่ปุ่นและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ลักษณะนิสัยโดยรวมของคนญี่ปุ่น
2. ศึกษาข้อมูลผ้าไทยในเรื่องของรูปแบบและกระบวนการผลิตที่ผู้ประกอบการสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมในปัจจุบัน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการเลือกและพัฒนาผ้าไทยให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคญี่ปุ่น
3. ศึกษาข้อมูลจากตราสินค้าสิ่งทอที่มีประสบการณ์ทางการค้ากับผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นเพื่อวิเคราะห์หาข้อกำหนดที่ควรให้ความสำคัญ และสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง
4. ศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการแต่งกายของผู้บริโภคญี่ปุ่นเพื่อนำมาวิเคราะห์แนวทางการออกแบบที่เหมาะสม
5. เรียบเรียงข้อมูลที่ได้ศึกษาทั้งหมดเพื่อวิเคราะห์หาแนวทางที่เหมาะสมในการทำงานสร้างสรรค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
6. หาข้อสรุปและประมวลผลจากข้อมูลที่ศึกษาเพื่อวางกรอบแนวทางการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด
7. ศึกษาแนวโน้มแฟชั่นในช่วงฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว ค.ศ.2015 เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบที่เหมาะสมกับช่วงเวลาและสถานการณ์
8. ทำการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยภายใต้กรอบแนวทางการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ตอบสนองความต้องการของสตรีญี่ปุ่นมากที่สุด
9. สรุปผลการทำงาน ปรับปรุง และพัฒนาผลงาน เพื่อให้ได้ผลงานที่ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แรงบันดาลใจ

ผ้าไทย ดังเช่นผ้าไหมและผ้าฝ้ายทอมือนับเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่คงคุณค่าของไทย จนได้รับการยอมรับจากต่างประเทศว่าเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของประเทศไทย หากแต่มูลค่าการ

ส่งออกผ้าไทยและผลิตภัณฑ์จากผ้าไทย รวมถึงเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทย เมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์และเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากวัสดุอื่นยังคงน้อยกว่ามาก ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นบุคลากรในสายงานออกแบบ และได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงเกิดแรงบันดาลใจและมีความสนใจที่จะหาแนวทางในการพัฒนาเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยให้มีรูปแบบที่เหมาะสมและสอดคล้องตามความต้องการของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ ซึ่งเมื่อทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น พบว่าประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีศักยภาพและมีความน่าสนใจที่จะทำการศึกษาในเชิงลึกเพื่อเป็นแนวทางในการขยายตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยต่อไป

แนวคิด และทฤษฎี

วิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่สนับสนุนข้อมูลใน 2 ด้านหลักๆ ได้แก่

- แนวคิดทฤษฎี เพื่อทำการศึกษพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค
 - ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory)
- แนวคิดทฤษฎี ที่ส่งเสริมการหาแนวทางในการออกแบบ
 - ทฤษฎีการออกแบบเครื่องแต่งกาย (Fashion Design Theory)

ข้อมูลเบื้องต้น

- ข้อมูลเบื้องต้นประเทศญี่ปุ่น และประชากรญี่ปุ่น
 1. ขนาดพื้นที่ ภูมิประเทศ และภูมิอากาศ
 2. จำนวนประชากร
 3. สถานภาพการเงินและเศรษฐกิจ
 4. รสนิยม ความเชื่อ และรูปแบบการดำรงชีวิต
 5. พฤติกรรมการจับจ่ายและพฤติกรรมการใช้สินค้าแฟชั่น
- ข้อมูลเรื่องผ้าไทย

ศึกษารวมวิธีการทอผ้าและผ้าไทยแบบต่างๆที่สามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส รวมถึงภาวะคุกคามให้กับผ้าไทย และนำไปสู่การหาแนวทางในการพัฒนาตลาด และสีสันทนของผ้าไทยให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดญี่ปุ่น

- ข้อมูลเบื้องต้นเรื่องการตกแต่งสำเร็จผ้า (Fabric Finishing)

เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการในการตกแต่งสำเร็จผ้าที่จะส่งผลกระทบต่อคุณสมบัติของผ้าตามที่ต้องการ หรือตามความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบ และความต้องการของผู้บริโภค เช่น การตกแต่งสำเร็จผ้า เพื่อให้ผ้ามีความนิ่มนวลขึ้น หรือมีกลิ่นหอม รวมทั้งการพิมพ์ และการย้อมสีผ้า ฯลฯ

- ข้อมูลผู้บริโภค

เป็นข้อมูลพื้นฐานที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากสำหรับการทำการวิจัยเพื่อหาแนวทางสำหรับการสร้างสรรค์งานออกแบบที่ต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น และมีแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานที่ชัดเจน
2. ข้อมูลทางการตลาด เพื่อศึกษาให้ทราบว่าในปัจจุบันคู่แข่งทางการตลาดของไทยเป็นอย่างไร

- ข้อมูลสนับสนุนด้านการออกแบบ

เป็นข้อมูลพื้นฐานที่มีความสำคัญสำหรับงานออกแบบที่คำนึงถึงเรื่องของความงาม และความเหมาะสมในเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึก ได้แก่

1. องค์ประกอบทางศิลปะ
2. ข้อมูลสนับสนุนในส่วนของแนวโน้มการออกแบบ

ผลงานในจินตภาพ

1. กรอบแนวคิดการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยสู่ตลาดประเทศญี่ปุ่น
2. เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยที่สร้างสรรค์ตามรูปแบบและแนวทางการออกแบบที่เหมาะสมกับตลาดประเทศญี่ปุ่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้กรอบแนวคิดการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคญี่ปุ่น
2. ได้ผลงานสร้างสรรค์เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคญี่ปุ่น

คำจำกัดความ

1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป เสื้อผ้าที่มีการผลิตมากกว่าหนึ่งขนาดขึ้นไป ตามขนาดมาตรฐานทั่วไปเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อขนาดที่ใกล้เคียงกับรูปร่างของตนเองไปสวมใส่ได้ทันที
2. การส่งออก การส่งสินค้าไปขายในตลาดต่างประเทศ
3. ผ้าไทย ผ้าทอมือที่มีการผลิตในประเทศไทย โดยมีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น โดยส่วนมากจะทอด้วยไหมและฝ้าย
4. ผ้าไหม⁴ ผ้าที่ทอจากเส้นไหมซึ่งเป็นใยธรรมชาติที่แข็งแรงที่สุด มีความมันวาว ดูแล้วสวยงามแตกต่างจากผ้าที่ทอด้วยเส้นใยชนิดอื่น และเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญอย่างยิ่งของประเทศไทย
5. ผ้าไหมไทย ผ้าไหมที่ผลิตในประเทศไทยตามเกณฑ์การแบ่งคุณสมบัติของวัตถุดิบที่นำมาใช้เป็นหลัก ตามมาตรฐานตรานกยูงพระราชทาน 4 ระดับ ได้แก่
 - 5.1 Royal Thai Silk: นกยูงสีทอง
 - 5.2 Classic Thai Silk: นกยูงสีเงิน
 - 5.3 Thai Silk: นกยูงสีน้ำเงิน
 - 5.4 Thai Silk Blend: นกยูงสีเขียว
6. ผ้าฝ้ายทอมือ ผืนผ้าที่ทอด้วยเส้นยืน และ/หรือ เส้นพุ่งที่เป็นเส้นด้ายฝ้ายแท้ อาจมีการย้อมสี และตกแต่งด้วยวัสดุอื่นได้ไม่จำกัด เช่น ไม้ไผ่ โลหะ หนัง ฯลฯ

⁴ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. การพัฒนาไหมในประเทศไทย [ออนไลน์], แหล่งที่มา: www.doae.go.th/LIBRARY/html/detail/silkwopm/silk10 [20 มกราคม 2554]

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทำวิจัยที่มุ่งแสวงหาแนวทางสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อคนกลุ่มหนึ่ง ข้อมูลที่มีความสำคัญที่จะใช้เป็นปัจจัยในการวิเคราะห์หาคำตอบที่เหมาะสมจะมีอยู่ด้วยกันสองส่วนหลัก ซึ่งในส่วนแรกได้แก่ ข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงข้อจำกัดและแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือวัสดุที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ และในส่วนที่สองได้แก่ ข้อมูลที่ทำให้วิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคได้อย่างลึกซึ้งและชัดเจน เช่น วัฒนธรรม พฤติกรรมการบริโภค และรูปแบบการดำเนินชีวิต หากแต่เพื่อความสวยงามและความเหมาะสมในเชิงสุนทรียศาสตร์ จึงควรศึกษาทฤษฎีทางด้านการออกแบบและองค์ประกอบทางศิลปะเพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนอีกส่วนหนึ่งด้วย และเพื่อให้การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด จึงมีความจำเป็นที่จะศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีหลักการและเที่ยงตรง ส่งผลให้ผลที่ได้รับจากการวิเคราะห์ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อวางกรอบแนวคิดและแนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สร้างสรรค์จากผ้าไทยให้ตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น โดยในการรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 นี้ได้แบ่งเนื้อหาข้อมูลที่รวบรวมเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย

1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น

- 1.1.1 ภูมิประเทศ
- 1.1.2 ภูมิอากาศ
- 1.1.3 ลักษณะนิสัยของคนญี่ปุ่น
- 1.1.4 สรีระและขนาดร่างกาย
- 1.1.5 แนวทางการแต่งกายของคนญี่ปุ่น
- 1.1.6 วัฒนธรรมการแต่งกายดั้งเดิม (กิโมโน)

1.2 การตลาดในประเทศญี่ปุ่น

- 1.2.1 กลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ผลิตที่ต้องการความสำเร็จ
- 1.2.2 แนวโน้มและพฤติกรรมการบริโภคของชาวญี่ปุ่น
- 1.2.3 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตลาดประเทศญี่ปุ่น
- 1.2.4 วิธีการตลาดและการกระจายสินค้า
- 1.2.5 กฎระเบียบการนำเข้าและภาษี

1.2.6 จุดเด่นและจุดอ่อนของสินค้าไทยในสายตาผู้ซื้อญี่ปุ่น

1.2.7 แนวโน้มความสนใจของตลาด

1.2.8 ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่น

1.2.9 ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น

1.3 พฤติกรรมการบริโภคและตลาดการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของญี่ปุ่น

1.3.1 พฤติกรรมการบริโภคของคนญี่ปุ่น

1.3.2 ตลาดการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศญี่ปุ่น

1.3.3 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น

ส่วนที่ 2 ผ้าไทย

2.1 ข้อมูลเรื่องการแบ่งประเภทของผ้าไทย

2.1.1 การแบ่งประเภทผ้าไทยตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการทอ

2.1.2 การแบ่งประเภทผ้าไทยตามลักษณะจำเพาะและวิธีการทอ

2.1.3 การแบ่งประเภทผ้าไทยตามลักษณะเนื้อผ้า

2.2 แนวทางการพัฒนาผ้าไทย

2.2.1 การตกแต่งสำเร็จสิ่งทอ (Textile Finishing)

2.2.2 การตกแต่งผืนผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ

ส่วนที่ 3 ทฤษฎีการออกแบบแฟชั่น

3.1 แนวคิดทฤษฎีที่ส่งเสริมการหาแนวทางการออกแบบ

3.1.1 บุคลิกภาพการแต่งกาย

3.1.2 ทฤษฎีการออกแบบเครื่องแต่งกาย

สำหรับการทำวิจัยเพื่อหากรอบแนวทางในการออกแบบเสื้อผ้า สิ่งที่ควรจะศึกษาเป็นอย่างมาก คือ เรื่องของผู้บริโภคและตลาดซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ โดยมุ่งประเด็นไปที่การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีญี่ปุ่น ดังนั้นสิ่งที่ต้องศึกษาจึงได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคและการจับจ่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าของสตรีญี่ปุ่น ความชื่นชอบและรสนิยมการเลือกซื้อ อีกทั้งสภาวะทางเศรษฐกิจและสภาพคล่องในการจับจ่ายซื้อของ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถศึกษาได้จากวรรณกรรมหรือแนวคิดที่กล่าวไว้ในบทความหรือผลงานวิจัยต่างๆ ประกอบกับการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีที่น่าเชื่อถือมาเป็นแนวทางเพื่อให้วิเคราะห์ได้อย่างมีเหตุผล และหากต้องการศึกษาถึงลักษณะของคนญี่ปุ่นอย่างชัดเจน ในการศึกษาข้อมูลจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของรากเง้าที่ก่อให้เกิดเป็นพฤติกรรม ความเชื่อ และรสนิยม ดังนั้นการศึกษาถึงศิลปะและวัฒนธรรมที่หลอมรวมจนกลายเป็นคนญี่ปุ่นอย่างที่เราเห็นได้ในปัจจุบันจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเช่นกัน หากแต่การวิจัยในครั้งนี้ต้องการหาแนวทางที่จะนำผ้าไทยมาใช้สำหรับการออกแบบด้วยแล้ว เนื้อหาที่ขาดเสียไม่ได้ที่จะต้องศึกษาคือเรื่องของผ้าไทย ทั้งประเภทของผ้าไทย การพัฒนาของผ้าไทย ตลอดจนผ้าไทยที่มีให้เห็นอยู่ในปัจจุบันที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบ หรือนำมาพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

ส่วนที่ 1 ผู้บริโภค และกลุ่มเป้าหมาย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมวรรณกรรมและข้อมูลที่เกี่ยวข้องในเรื่องของคนญี่ปุ่นและสิ่งต่างๆรอบตัวคนญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นสภาพภูมิอากาศ สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ ฯลฯ เพื่อให้เข้าใจกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยอย่างถ่องแท้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น⁵

ประเทศญี่ปุ่นนับเป็นประเทศหนึ่งที่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน มีความเป็นตัวตนและแตกต่างจากประเทศอื่นๆ ประเทศญี่ปุ่นมีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆหลายด้านจนเริ่มมีความคล้ายประเทศทางฝั่งตะวันตก ในขณะที่อีกหลายคนยังคงมองเห็นความสงบแบบเซน (Zen) ทั้งๆที่ในความเป็นจริงแล้วสิ่งที่ซ่อนอยู่ในของสิ่งที่มองเห็นนั้นมีความซับซ้อนมาก

เหตุผลที่ทำให้รู้สึกว่าคุณประเทศญี่ปุ่นเริ่มมีทิศทางในการดำรงชีวิตคล้ายประเทศทางฝั่งตะวันตก คือ คนญี่ปุ่นที่ทำงานตามบริษัทส่วนมากแล้วจะมีการแต่งกาย ใส่สูทและผูกเนคไทเหมือนทางตะวันตกอีกทั้งมีรูปภาพดาราดังของทางตะวันตกที่สามารถเห็นได้ทั่วไป และวัฒนธรรมการทานอาหารฟาสต์ฟู้ดที่แพร่หลายอย่างรวดเร็ว ทำให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจนว่าประเทศญี่ปุ่นคือที่ที่

⁵ ไอ เลิฟ ทู โก. ข้อมูลของประเทศญี่ปุ่น (JAPAN) [ออนไลน์], แหล่งที่มา:

<https://www.ilovetogo.com/Article/76/471> [22 มีนาคม 2554]

วัฒนธรรมตะวันตกมาบรรจบเข้ากับวัฒนธรรมตะวันออกอย่างแท้จริง นอกจากนี้แล้วในภาษาญี่ปุ่นมีการนำคำภาษาอังกฤษมาใช้ถึงร้อยละ 10 ของคำศัพท์ที่ใช้พูดกันในชีวิตประจำวัน จากเหตุผลต่างๆ เหล่านี้จึงทำให้หลายคนมองว่าญี่ปุ่นเหมือนตะวันตก แต่หากพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้วจะพบว่า อันที่จริงญี่ปุ่นได้กลั่นกรองและเลือกรับเอาแต่สิ่งที่ดีๆ และจำเป็นหรือเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องการจากต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นภาษาเขียนและระบบปรัชญาจากประเทศจีน ศิลปะและเครื่องเคลือบจากประเทศเกาหลี ตลอดจนเทคโนโลยี เสื้อผ้าและอาหารฟาสต์ฟูดจากฝั่งตะวันตก แต่สิ่งที่รับมามากถูกปรับเปลี่ยนให้กลายเป็นญี่ปุ่นไปเกือบทั้งหมด เช่น คำศัพท์ภาษาต่างประเทศถูกตัดทอนเหลือเพียงครึ่งคำแล้วนำไปรวมกับอีกครึ่งคำของภาษาอื่นหรือภาษาญี่ปุ่นเองจนทำให้เกิดเป็นคำศัพท์ใหม่ในภาษาญี่ปุ่นในท้ายที่สุด

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจเข้มแข็งเป็นอันดับสองของโลก มีการกระจายความมั่งคั่งอย่างทั่วถึง ยังผลให้มีชนชั้นล่างในสังคมอยู่น้อย แต่ในทางกลับกันก็ส่งผลให้ค่าครองชีพในประเทศญี่ปุ่นนั้นสูงมากด้วยเช่นกัน

ภูมิประเทศ

ประเทศญี่ปุ่นประกอบด้วยเกาะใหญ่ 4 เกาะ ได้แก่ คิวชู ชิโกกุ ฮอนชู และฮอกไกโด กับเกาะเล็กอีกราว 3,900 เกาะ ทอดตัวในแนวตะวันตกเฉียงใต้พาดขึ้นไปตะวันออกเฉียงเหนือ ห่างจากฝั่งตะวันออกของทวีปเอเชียออกมาราว 3,800 กิโลเมตร ฮอนชูเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดและมีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นที่สุด เกาะใหญ่ทั้งสี่เกาะมีภูมิประเทศเป็นทิวเขาคิดเป็นร้อยละ 70 – 80 ของพื้นที่โดยรวม แรงปะทะของเปลือกโลกใต้มหาสมุทรแปซิฟิกกับพื้นทวีปเอเชียเมื่อหลายล้านปีก่อน ทำให้เปลือกโลกบริเวณใต้พื้นสมุทรจมลงใต้เปลือกโลกส่วนพื้นทวีป แล้วดันขอบทวีปให้ผุดขึ้นมากลายเป็นทิวเขาที่เป็นแนวกระดูกสันหลังของหมู่เกาะญี่ปุ่นและหมู่เกาะฟิลิปปินส์ หากเป็นภูเขาโดดเดี่ยวอย่างเช่นภูเขาไฟฟูจิที่สูงที่สุดในญี่ปุ่นก็มักจะเป็นภูเขาไฟมาแต่เดิม ขณะที่เปลือกโลกบริเวณใต้พื้นสมุทรจมลงสู่ด้านล่าง ความร้อนภายใต้เปลือกโลกส่วนพื้นทวีปก็หลอมละลายหินให้กลายเป็นลาวาแทรกออกมาตามรอยแตกรอยแยก ก่อนระเบิดออกมาบนพื้นโลก ทั่วมุมกันเป็นภูเขาและเปลี่ยนรูปไปตามการกักตัวของสภาพอากาศและธารน้ำแข็ง

ประชากรของญี่ปุ่นมีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 10 ของโลก คือประมาณ 128 ล้านคน เมืองหลวงของญี่ปุ่นคือกรุงโตเกียว ซึ่งถ้ารวมบริเวณปริมณฑลเข้าไปด้วยแล้วจะกลายเป็นเขตเมืองที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่มีประชากรอยู่อาศัยมากกว่า 30 ล้านคน

ประเทศญี่ปุ่นตั้งอยู่ด้านฝั่งตะวันออกของทวีปเอเชียหรือทางตอนเหนือของมหาสมุทรแปซิฟิกทางด้านตะวันออกติดกับคาบสมุทรเกาหลีและสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีทะเลญี่ปุ่นกั้นส่วนทิศเหนือติดกับประเทศรัสเซีย มีทะเลโอฮอสค์เป็นเส้นแบ่งแดน หมู่เกาะญี่ปุ่นทอดตัวเป็นรูปโค้งเหมือนพระจันทร์เสี้ยว จากทางตอนเหนือที่ละติจูด 45 องศา 33 ลิปดาเหนือ มาทางตอนใต้ที่ละติจูด 20 องศา 25 ลิปดาเหนือ โดยมีความยาวทั้งสิ้น 3,800 กิโลเมตร

เขตของภูมิอากาศมี 6 เขต คือ

1. ฮอกไกโด เหนือสุดของประเทศ มีสภาพอากาศที่หนาวเย็นตลอดทั้งปี
2. ทะเลญี่ปุ่น ตั้งอยู่ชายฝั่งทะเลทางฟากตะวันตกของญี่ปุ่น ในช่วงฤดูหนาวมีหิมะตกมากและในช่วงฤดูร้อนอากาศจะเย็นกว่าฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิก
3. ที่สูงตอนกลาง อุณหภูมิระหว่างฤดูและกลางวันกลางคืนมีความแตกต่างกันมาก
4. ทะเลเซโตะ มีอากาศชื้นตลอดทั้งปี
5. ชายฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิก ตั้งอยู่ชายฝั่งมหาสมุทรทางตะวันออกของประเทศ ในฤดูหนาวมีอากาศที่หนาวเย็นแต่ไม่ค่อยมีหิมะตก ในฤดูร้อนมีอากาศร้อนและชื้น
6. หมู่เกาะตะวันตกเฉียงใต้ หมู่เกาะริวกิวมีอุณหภูมิถึงเขตร้อน คืออุ่นในฤดูหนาวและร้อนในฤดูร้อน มีฝนตกมากและมีไต้ฝุ่นผ่านมาในช่วงเปลี่ยนฤดู

ภูมิภาคของประเทศญี่ปุ่นแบ่งออกเป็น 8 ภูมิภาคด้วยกัน ดังนี้⁶

1. ภูมิภาคเหนือ (ฮอกไกโด)

ฮอกไกโด (Hokkaido) เป็นเกาะทางด้านเหนือสุดของประเทศญี่ปุ่น และถือได้ว่าเป็นเกาะใหญ่ที่สุดของญี่ปุ่น ในแต่ละฤดูกาลจะมีอากาศที่เปลี่ยนไปอย่างมาก และทำให้สภาพแวดล้อมนั้นแตกต่างกันไปด้วย นอกจากนี้ยังถือได้ว่าฮอกไกโดเป็นพื้นที่ธรรมชาติ เพราะประกอบไปด้วยภูเขา ที่ราบสูง แม่น้ำ ทะเลสาบ บ่อน้ำพุร้อน และชายฝั่งทะเล อุตุสาหกรรมหลักของภูมิภาคนี้ คือ การเกษตรและฟาร์มโคนม นอกจากนี้ยังมีชื่อเสียงในด้านอาหารทะเล และเนื่องจากเป็นภูมิภาคเหนือที่สุดในญี่ปุ่นทำให้ในช่วงฤดูหนาวจะมีอากาศที่หนาวมาก และอากาศดีในช่วงฤดูร้อน นอกจากนี้ยังมีเมืองซัปโปโรเป็นศูนย์กลางทางด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจและการเมือง เป็นเมืองที่มีการจัดวางผังได้สมบูรณ์แบบ

⁶ Weebly. Let's go to Japan. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://go-to-japan.weebly.com/> [22 มีนาคม 2554]

แบบ มีสวนสาธารณะโอโตรี ซึ่งเป็นที่จัดแสดงงานเทศกาลหิมะที่มีชื่อเสียง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก เข้ามาชมงานในเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี

2. ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (โทโฮะกุ)

อยู่ทางด้านเหนือของเกาะฮอนชู และรอบล้อมไปด้วยทะเลทั้ง Sea of Japan, Pacific Ocean, Tsugaru Strait เป็นภูมิภาคที่มีอากาศเย็นสดชื่นตลอดแม้ในฤดูร้อน อุณหภูมิบริเวณที่ราบสูงประมาณ 10 องศาเซลเซียส เป็นภูมิภาคที่ผลิตข้าวได้ประมาณร้อยละ 28 ของประเทศ มีแอปเปิ้ล เซอร์รี่ และลูกพีช เป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงของภูมิภาคนี้

3. ภูมิภาคตะวันออก (คันโต)

เป็นศูนย์กลางทางการเมือง เศรษฐกิจและอุตสาหกรรม จึงทำให้มีประชากรมากถึงร้อยละ 32 ของประชากรทั้งหมดในประเทศญี่ปุ่น เป็นที่ตั้งของเมืองโตเกียว (Tokyo) ซึ่งเป็นเมืองหลวงที่น่าตื่นตาตื่นใจที่สุดในเอเชีย เป็นแหล่งที่คงไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณีอันเก่าแก่หลายศตวรรษ ผสมผสานควบคู่ไปกับค่านิยมใหม่ๆที่เกิดขึ้น และแสดงออกถึงความตื่นตัวและความมีชีวิตชีวาที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว พื้นที่ของเมืองโตเกียวนั้น มีอาณาบริเวณหนึ่งในสี่ส่วนของประเทศญี่ปุ่น มีจำนวนประชากรที่ถูกต้องตามกฎหมายอาศัยอยู่ 12 ล้านคน

4. ภูมิภาคกลาง (จูบุ)

จูบุ เป็นภูมิภาคที่ตั้งเกือกกลางของประเทศญี่ปุ่น เป็นภูมิภาคที่ยังคงหลงเหลือความเก่าแก่และวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่นอยู่มาก อย่างไรก็ตาม ตลอดเส้นทางจนถึงชายฝั่งแปซิฟิก มีความเจริญรุ่งเรืองอย่างมากของอุตสาหกรรมสมัยใหม่ มีความหลากหลายแตกต่างในหลายๆ ด้านที่ประกอบกันขึ้นเป็นภูมิภาคนี้

5. ภูมิภาคตะวันตก (คันไซ)

เป็นภูมิภาคทางตะวันตกของเกาะฮอนชู เป็นภูมิภาคใจกลางทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของประเทศญี่ปุ่น และมีความเจริญก้าวหน้าในฐานะที่เป็นเมืองเศรษฐกิจหลักของญี่ปุ่นยาวนานตั้งแต่สมัยอดีต

6. ภาคตะวันตก (จูโงะกุ)

ภูมิภาคจูโงะกุนั้น เต็มไปด้วยหมู่บ้านและเมืองที่เงียบสงบสวยงามหลายแห่งตั้งกระจายกันอยู่เป็นระยะ ลักษณะเป็นหมู่บ้านประมงชายทะเลและหมู่บ้านเล็กๆ ตั้งหลักแหล่งตามทิวเขา ตั้งอยู่สุดตะวันตกของเกาะหลักฮอนชู แบ่งเป็นสองส่วนคือ ซันโย ชายฝั่งเกาะกลางทะเลใน และ ซันอิน ชายฝั่งทะเลญี่ปุ่น

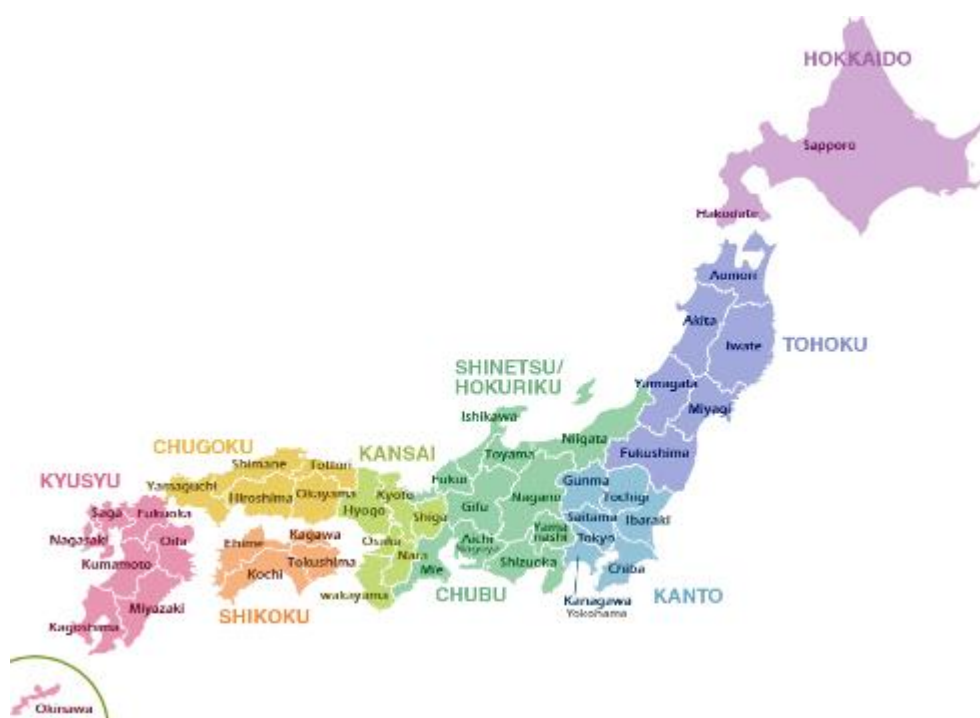
7. เกาะชิโกะกุและหมู่เกาะทะเลใน (เซโตะไนด์)

เกาะชิโกะกุตั้งอยู่ทางใต้ของเกาะฮอนชู ประกอบด้วย 4 เมือง นอกจากนี้ชายฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิกก็เป็นอีกแห่งหนึ่งในสถานที่ที่โดดเด่นของเกาะชิโกะกุ การเดินทางเข้ามายังเกาะทำได้

อย่างง่ายดาย มีการเปิดบริการทางรถบัสระหว่างเมืองสำคัญต่างๆ ในภาคคันไซบนฝั่งฮอนชูกับเกาะชิโกะกุ

8. ภาคใต้ (คิวชู และเกาะโอกินะวะ)

ตั้งอยู่ทางตะวันตกสุดของเกาะหลักฮอนชู มีอากาศที่อบอุ่น ฝนชุกที่เขียวชอุ่ม บ่อน้ำแร่และภูเขาไฟเนื่องจากอยู่ใกล้จีนและเกาหลี จึงได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากประเทศเพื่อนบ้านตั้งแต่ศตวรรษที่ 4 อีกทั้งเป็นจุดแรกที่ติดต่อกับทางตะวันตกซึ่งชาวโปรตุเกสได้เข้ามาเทียบท่าเมื่อศตวรรษที่ 16



ภาพที่ 1: แผนที่ประเทศญี่ปุ่น แบ่งตามภูมิภาค

ที่มา: <http://go-to-japan.weebly.com/>

ภูมิอากาศ

คนญี่ปุ่นมีลักษณะนิสัยที่พิถีพิถันในทุกเรื่อง ไม่เว้นแม้กระทั่งการแต่งกายให้เหมาะสมกับฤดูกาล ดังนั้นจึงต้องมีความรู้ในเรื่องของสภาพภูมิอากาศในแต่ละเดือนของประเทศญี่ปุ่น เพื่อการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม ภูมิอากาศและฤดูกาลในญี่ปุ่นมี 4 ฤดู โดยเริ่มจาก ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน ฤดูใบไม้ร่วง และฤดูหนาว ซึ่งแต่ละฤดูกาลก็มีความสวยงามและมีเอกลักษณ์ของแต่ละฤดู ดังนี้

1. ฤดูใบไม้ผลิ เริ่มต้นในเดือนมีนาคมเรื่อยไปจนถึงเดือนพฤษภาคม อากาศอบอุ่น เป็นช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์ความสดชื่น เนื่องจากการผลิบานของดอกไม้และใบไม้ เป็นฤดูกาลที่น่าท่องเที่ยวมากที่สุด โดยเฉพาะในช่วงเดือนเมษายนซึ่งเป็นช่วงที่ดอกซากุระบานสะพรั่ง พื้นที่โดยส่วนใหญ่จะถูกปกคลุมไปด้วยสีชมพูและขาว อุณหภูมิจะอยู่ในช่วง 8-18 องศาเซลเซียส

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในฤดูใบไม้ผลิของชาวญี่ปุ่นจะมีความคล้ายคลึงกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของฤดูใบไม้ร่วง เน้นใส่เป็นเสื้อโค้ตยาวทับ ฤดูกาลนี้ถือได้ว่าเป็นฤดูกาลที่มีสีสันมากที่สุดอีกฤดูกาลหนึ่ง เพราะสีสันของดอกไม้เริ่มผลัดสี เต็มไปด้วยสีแดง ส้ม เหลือง การแต่งกายของฤดูกาลนี้จึงเน้นไปที่สีสันสดใสดูมีชีวิตชีวา⁷

2. ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่มีถุนายนจนถึงเดือนสิงหาคม อากาศร้อนชื้น ซึ่งก่อนเข้าฤดูร้อนจะมีฝนตกอยู่ประมาณ 5 อาทิตย์ และร้อนจัดในช่วงเดือนสิงหาคมจนถึงเดือนกันยายน ฤดูกาลนี้จะทำให้ดอกซากุระร่วงจนหมด แต่จะกลายเป็นการเริ่มต้นแห่งฤดูปลูกข้าวของชาวนา อากาศจะเริ่มอบอุ่นขึ้นเรื่อยๆ ฤดูกาลนี้จะเป็นฤดูแห่งความสนุกสนาน เพราะเป็นช่วงที่มีเทศกาลประจำปีต่างๆ มากมาย รวมทั้งการเฉลิมฉลองต่างๆ เป็นช่วงแห่งการท่องเที่ยวและตากอากาศตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะสถานที่ตากอากาศแถบชายทะเลได้รับความนิยมมากในช่วงเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม อุณหภูมิเฉลี่ย 25 -30 องศาเซลเซียส หรืออาจสูงถึง 35-38 องศาเซลเซียสในบางเขต

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในฤดูร้อนจะเน้นที่สีสันสดใส ผ้าโปร่งสบาย ระบายอากาศได้ดี ชุดกระโปรงสั้น หรือกระโปรงยาว (Maxi Dress) ก็เป็นที่นิยมของฤดูร้อนเสมอมา และที่ขาดไม่ได้สำหรับผู้หญิงในประเทศญี่ปุ่นก็คือ บิกินี (Bikini) เครื่องแต่งกายประเภทกางเกงขาสั้น (Short Pants) ก็เป็นเสื้อผ้าอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมเป็นอย่างมาก สีสันที่ได้รับความนิยมในทุกปี จะเป็นสีสันในลักษณะ สีสดใสมงคลของชาติแบบตะวันตก (Exotic) เช่น สีส้มและสีฟ้า ซึ่งสื่อถึงฤดูร้อนได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังนิยมสวมแว่นกันแดดกรอบใหญ่ และหมวกสานหรือหมวกทรงปีกทองอีกด้วย

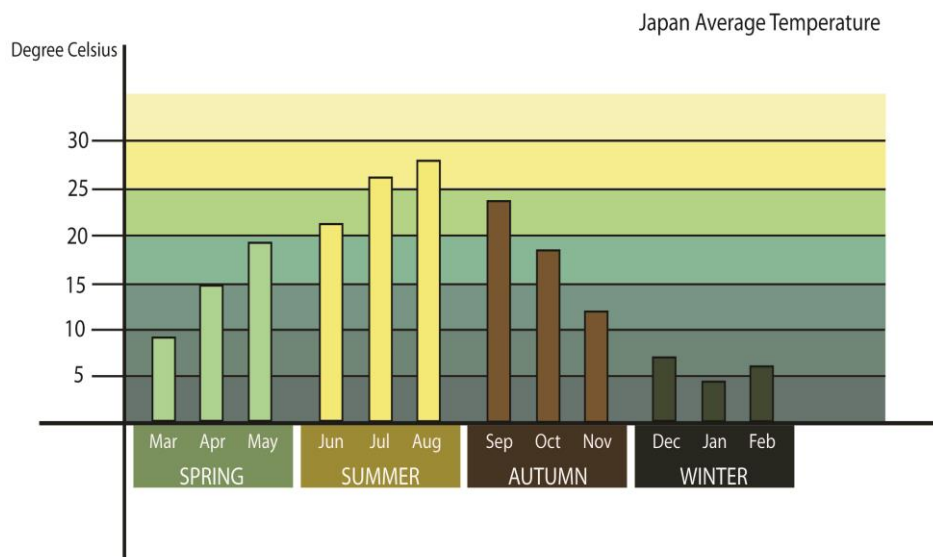
3. ฤดูใบไม้ร่วง เริ่มต้นตั้งแต่เดือนกันยายนจนถึงเดือนพฤศจิกายน อากาศอบอุ่น โดยมีพายุไต้ฝุ่นมากในช่วงเดือนกันยายน เป็นช่วงที่มีอากาศดีเพราะหลังจากฤดูร้อนผ่านพ้นไป ลมเย็นๆ จะพัดมาแทนที่ ต้นไม้จะเริ่มผลัดสีจากเขียวเป็นแดง ส้ม เหลือง แล้วพากันร่วงหล่นลงดิน ฤดูกาลนี้นับว่าเป็นฤดูที่มีสีสันมากที่สุด คนญี่ปุ่นจึงนิยมไปตามภูเขาในป่า สวนสาธารณะ สำหรับชาวญี่ปุ่นจะเป็นช่วงเวลาของการเล่นกีฬา ดนตรี และพักผ่อน อุณหภูมิประมาณ 14-23 องศาเซลเซียส

⁷ เอดดูเคทพาร์ค. การแต่งตัวของคนญี่ปุ่นตามฤดูกาลต่างๆ. [ออนไลน์], แหล่งที่มา:

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในฤดูใบไม้ร่วงนี้ นิยมใส่เสื้อแบบสวมทับ เน้นด้านนอกเป็นเสื้อโค้ตตัวยาว เสื้อแจ็กเก็ต (Jacket) ส่วนด้านในอาจเป็นเสื้อสเวตเตอร์ (Sweater) หรือเสื้อถัก ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศในขณะนั้น ส่วนด้านล่างจะเน้นสวมใส่เป็นถุงน่องหนาๆ หรือกางเกงแนบเนื้อผ้าหนา (Legging) และกางเกงขายาว แต่ชาวญี่ปุ่นจะนิยมใส่เสื้อผ้าด้านบนให้อุ่นมากกว่าด้านล่าง อาจเพิ่มเครื่องแต่งกายที่สามารถเสริมกันความหนาวเย็นตามความนิยมของผู้สวมใส่ก็ได้ เช่น หมวกไหมพรม ผ้าพันคอไหมพรม เลกกวอร์มเมอร์ (Leg Warmer) หรือ ที่ปิดหู (Ear Muff) ส่วนสีสันของเสื้อผ้าในฤดูกาลนี้ก็จะเน้นเป็นสีเบจ (Beige) สีน้ำตาล สีดำ เป็นพื้นฐานหรืออาจจะมีสีสันตามแนวโน้มของแฟชั่นของปีนั้นๆ

4. ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่ธันวาคมจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ เป็นช่วงฤดูกาลที่หนาวเย็น ปกติจะไปด้วยหิมะอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะทางภาคเหนือของประเทศและฝั่งทะเลญี่ปุ่น ส่วนทางใต้และฝั่งมหาสมุทรแปซิฟิกอากาศจะอบอุ่น น้ำในแม่น้ำลำคลองและทะเลสาบบางแห่งจะกลายเป็นน้ำแข็ง อาจมีการเล่นสเก็ตน้ำแข็งกันเป็นที่สนุกสนาน ส่วนบนภูเขาก็มักจะมีการเล่นสกีกันในเมืองซัปโปโร ที่เกาะฮอกไกโด จะมีงานเทศกาลหิมะ เฉลิมฉลองกัน อย่างเต็มที่ มีการประกวดการปั้นหิมะ เป็นรูปสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างในประเทศต่างๆ ทั้งนี้ช่วงฤดูหนาวยังเป็นฤดูกาลแห่งความสุขของครอบครัวอย่างแท้จริง ชาวญี่ปุ่นทุกคนในครอบครัว มักจะมานั่งผิงไฟ รวมกันพูดคุย หยอกล้อ และต่างพากันรอนับวันสำคัญซึ่งถือว่าเป็นวันที่ดีที่สุดในรอบปีนั่นคือ วันคริสต์มาสและวันปีใหม่ ทุกแห่งหนจะมีการประดับประดาด้วยไฟหลากสีสวยงาม นอกจากนี้ในช่วงฤดูหนาวคน ญี่ปุ่น นิยมไปเที่ยวแช่น้ำร้อนที่เรียกว่าออนเซ็น (Onsen) กันมากในช่วงฤดูหนาว อุณหภูมิจะอยู่ในช่วง 0-10 องศาเซลเซียส

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวนี้จำเป็นจะต้องมีความหนาเป็นพิเศษ เพื่อให้ความอบอุ่นต่อร่างกาย เช่น โค้ตที่มีขนสัตว์ (Fur) เป็นส่วนประกอบ ผ้าพันคอ ถุงมือและถุงเท้า บางคนอาจสวมที่ปิดหู หรือรองเท้าบูธ เป็นต้น



ภาพที่ 2: แผนภาพแสดงลักษณะภูมิอากาศในแต่ละฤดูกาลของประเทศญี่ปุ่น
ที่มา: ผู้วิจัยเป็นผู้สรุปข้อมูลและสร้างแผนภาพ

หากกล่าวโดยสรุปถึงเรื่องของสภาพอากาศซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีความจำเป็นต้องศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคซึ่งเป็นสตรีชาวญี่ปุ่นว่าเสื้อผ้าในลักษณะใดจะมีความเหมาะสมกับสภาพอากาศในช่วงเวลาใด ซึ่งสามารถกล่าวโดยสรุปในเรื่องของภูมิประเทศ และภูมิอากาศของประเทศญี่ปุ่นได้ดังนี้

ภูมิประเทศ

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่เต็มไปด้วยหมู่เกาะที่เป็นภูเขา โดยประกอบไปด้วยเทือกของภูเขาไฟ ซึ่งเป็นตัวแทนประเทศออกเป็นเกาะใหญ่ๆจำนวน 4 เกาะ ได้แก่ ฮอกไกโด ฮอนชู ชิโคคุ และคิวชู มีจังหวัดรวมทั้งหมด 47 จังหวัดและอีกหลายอำเภอ ซึ่งรวมถึงเขตคันโตที่มีโตเกียวเป็นศูนย์กลาง และเขตคันไซที่มีโอซาก้า โกเบ และเกียวโตตั้งอยู่

ภูมิอากาศ

ประเทศญี่ปุ่นมีอุณหภูมิที่ค่อนข้างหลากหลายตามแต่ละพื้นที่ตั้งแต่กึ่งหนาวถึงกึ่งร้อน ซึ่งผู้คนส่วนมากชื่นชอบอุณหภูมิ ภูมิอากาศแบบมหาสมุทรที่มี 4 ฤดูกาลที่แตกต่างกัน ยกเว้นเขตฮอกไกโดในฤดูร้อนจะมีอากาศร้อนและชื้น ตามมาด้วยฤดูฝนในช่วงกลางเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม จากนั้นจะเป็นฤดูพายุไต้ฝุ่นตลอดจนเดือนตุลาคม โดยฤดูใบไม้ร่วงนั้นมีลักษณะเหมือนกับฤดูใบไม้ผลิที่จะมีอากาศอบอุ่นและเย็นสบาย ส่วนฤดูหนาวนั้นจะค่อนข้างหนาวในบางพื้นที่และมีลมพัดแรง และในแถบชายฝั่งทะเลจะมีหิมะตกบ่อยครั้ง

ตารางที่ 1 ตารางแสดงสภาพภูมิอากาศและลักษณะการแต่งกายที่เหมาะสมในแต่ละช่วงเดือน⁸

เดือน	ฤดูกาล	สภาพภูมิอากาศทั่วไป	ลักษณะการแต่งกายที่เหมาะสม
มกราคม	ฤดูหนาว	อากาศหนาวมาก	เสื้อขนเป็ดหรือโค้ทตัวหนา ถุงมือและผ้าพันคอ
กุมภาพันธ์	ฤดูหนาว	อากาศหนาวมาก	เสื้อขนเป็ดหรือโค้ทตัวหนา ถุงมือและผ้าพันคอ
มีนาคม	ฤดูหนาวเข้าสู่ฤดูใบไม้ผลิ	เริ่มอุ่นแต่ใบไม้ยังไม่ผลิ	ใส่โค้ทหนา ถุงมือ ผ้าพันคอ
เมษายน	ฤดูใบไม้ผลิ	ใบไม้ผลิและอากาศดี	แจ๊คเก็ตบาง สเวตเตอร์บาง เสื้อคลุม ใส่ทับบนเสื้อแขนยาวหรือแขนสั้น
พฤษภาคม	ฤดูใบไม้ผลิ	ฝนตกหนักและอากาศเย็น	เสื้อแขนยาว อาจมีผ้าพันคอบางๆหรือแจ๊คเก็ตบางๆ
มิถุนายน	ฤดูใบไม้ผลิเข้าสู่ฤดูร้อน	ฝนตกหนักและอากาศเย็น	เสื้อแขนสั้นหรือแขนยาว เสื้อคลุม
กรกฎาคม	ฤดูร้อน	อากาศร้อนและชื้น	เสื้อแขนกุดหรือแขนสั้น
สิงหาคม	ฤดูร้อน	อากาศร้อนและชื้น	เสื้อแขนกุดหรือแขนสั้น
กันยายน	ฤดูร้อนเริ่มเข้าสู่ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศแปรปรวน กลางวันร้อน กลางคืนหนาว บางวันฝนตก (ช่วงเปลี่ยนฤดู)	ใส่เสื้อแขนสั้น อาจเสื้อคลุม และผ้าพันคอบางๆ
ตุลาคม	ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศดี ตอนกลางวันอากาศเย็นสบาย ตอนกลางคืนอาจหนาวขึ้น	เสื้อแขนยาว เสื้อคลุมและผ้าพันคอ
พฤศจิกายน	ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศเริ่มหนาว	แจ๊คเก็ต โค้ท ข้างในอาจใส่เสื้อแขนยาว
ธันวาคม	ฤดูใบไม้ร่วงเข้าสู่ฤดูหนาว	อากาศหนาว	แจ๊คเก็ตหรือโค้ทหนา เสื้อขนเป็ด หมวก ถุงมือ

ทั้งนี้ในช่วงฤดูใบไม้ผลิจะเป็นช่วงของฤดูฝนด้วย ดังนั้นจึงมีฝนตกในช่วงเดือนพฤษภาคมและเดือนมิถุนายน และช่วงของการเปลี่ยนฤดูกาล อย่างเช่นช่วงเดือนกันยายนอากาศจะแปรปรวน ซึ่งส่งผลให้มีฝนตกได้เช่นกัน

นอกเหนือจากข้อมูลในเรื่องของภูมิประเทศ ภูมิอากาศแล้วยังมีข้อมูลเบื้องต้นที่สำคัญอื่นๆเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นสำหรับผู้สนใจทำธุรกิจในประเทศญี่ปุ่น ดังนี้

1. เมืองที่มีความสำคัญของประเทศญี่ปุ่นเนื่องจากเป็นพื้นที่เศรษฐกิจ และมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ โตเกียว โยโกฮาม่า โอซากา นาโกยา โกเบ ฟูกูโอกะ คาวาซากิ ฮิโรชิมา

⁸ เกตุวดี ณ มารุมุรา. จะไปเที่ยวญี่ปุ่น แต่งตัวอย่างไรดี [ออนไลน์], แหล่งที่มา:

2. จำนวนประชากรในประเทศญี่ปุ่น ในปี พ.ศ.2554 มีประมาณ 126.1 ล้านคน โดยมีโครงสร้างอายุประชากร ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2: ตารางแสดงจำนวนประชากรในประเทศญี่ปุ่น

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวนเพศชาย (ล้านคน)	จำนวนเพศหญิง (ล้านคน)
0 - 14	13.1	8.5	8
15 - 64	64.0	40.8	40
65 ปีขึ้นไป	22.9	12.2	16.6

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าประเทศญี่ปุ่นเป็นสังคมคนสูงอายุ (Aging Society) เพราะมีประชากรสูงอายุ หรือคนที่อายุ 65 ปีขึ้นไปมากถึง 28.80 ล้านคนหรือเท่ากับร้อยละ 22.9 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากวิถีการดำรงชีวิตที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของสุขภาพร่างกายและจิตใจ คนญี่ปุ่นยังให้ความสำคัญกับการเล่นกีฬามาก เห็นได้จากการส่งเสริมให้เด็กทำกิจกรรมต่างๆ เล่นกีฬาตามชมรมต่างๆ ในโรงเรียนตั้งแต่ชั้นประถมศึกษา ทำให้เด็กมีความสุข ส่งผลให้สุขภาพกายสมบูรณ์แข็งแรงไปด้วย ที่สำคัญสภาพอากาศในประเทศญี่ปุ่นก็มีการกำหนดและคุ้มครองด้านมลพิษอย่างเคร่งครัด แม้ว่าประเทศญี่ปุ่นจะเป็นประเทศอุตสาหกรรมก็ตาม

นอกจากนี้รัฐบาลญี่ปุ่นเองก็ให้ความสำคัญกับความมีอายุยืนของคนในประเทศ โดยจัดให้วันจันทร์ที่สามของเดือนกันยายนเป็นวันเคารพ ผู้สูงอายุ และเป็นวันหยุดประจำชาติ ยิ่งไปกว่านั้นประเพณีของญี่ปุ่นยังมีการจัดงานฉลองความมีอายุยืนอีกด้วย ทำให้ยิ่งเป็นแรงกระตุ้นให้ประชากรมุ่งมั่นต่อการดำรงชีวิตหลังอายุ 60 ปี ทำให้สามารถมีสุขภาพดีต่อไปได้อีกนาน

ลักษณะนิสัยของคนญี่ปุ่น⁹

ชาวญี่ปุ่นมีพื้นฐานทางลักษณะนิสัยเป็นคนรักธรรมชาติ สุภาพอ่อนน้อมและรักสันติ ตามประเพณีการปฏิบัติต่อเทพเจ้าต่างๆ ของศาสนาชินโต ซึ่งเป็นศูนย์รวมพิธีการดั้งเดิมของชาวญี่ปุ่น โดยคำว่า “ชิน” นั้นแปลว่า พระเจ้า ส่วนคำว่า “โต” นั้นแปลว่า ทาง หรือ พิธี คุณลักษณะเหล่านี้เมื่อผสมผสานกับวัฒนธรรมของจีนและแนวความคิดตามหลักลัทธิขงจื้อซึ่งเข้ามามีอิทธิพลในประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ประมาณพุทธศตวรรษที่ 11 ผลของวัฒนธรรมและความเชื่อนี้ทำให้ลักษณะนิสัยของชาว

⁹ ลักษณะนิสัยของคนญี่ปุ่น [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.originaltravel.co.th/trip2_jap_people.html.

ญี่ปุ่น เป็นคนรักธรรมชาติ รักหมู่คณะ เคารพบรรพบุรุษ สุขภาพ อ่อนนุ่ม ขยัน อดทนซื่อสัตย์และกล้าหาญ ซึ่งเป็นลักษณะที่ถ่ายทอดมาถึงคนญี่ปุ่นในปัจจุบันด้วย

นอกจากชาวญี่ปุ่นจะได้ศึกษาภาษาและวัฒนธรรมจากการติดต่อกับชาวจีนและชาวเกาหลี โดยการศึกษาคำสอนของลัทธิขงจื้อแล้ว พระสงฆ์ในพุทธศาสนาจากจีนและเกาหลีที่มีความชำนาญในภาษาจีน งานช่างและงานฝีมือต่างๆ ยังได้เดินทางมาเผยแพร่ศาสนา ตั้งสำนักสอนภาษาและหลักศาสนาและวิชาการต่างๆ แก่ชาวญี่ปุ่นจนมีอิทธิพลต่อความนึกคิดและปรัชญาชีวิตของชาวญี่ปุ่นทั้งหมดอีกด้วย

สำหรับการติดต่อสัมพันธ์กับคนญี่ปุ่นไม่ว่าด้วยเหตุผลใด สิ่งแรกที่ควรคำนึงถึง คือ เรื่องของมารยาทและธรรมเนียมปฏิบัติของญี่ปุ่น ทั้งสองเรื่องนี้ต้องค่อยๆ เรียนรู้และฝึกฝนจนเป็นนิสัยไปทีละเล็กละน้อย ในช่วงแรกของความสัมพันธ์ คนญี่ปุ่นมักจะไม่ค่อยพูดคุยด้วยมากนักเนื่องจากยังไม่คุ้นเคยกัน แต่เมื่อคุ้นเคยกันแล้วก็จะยอมรับ และเปิดใจมากยิ่งขึ้น คนญี่ปุ่นมักจะมีเพื่อนหลายกลุ่ม ในหนึ่งวันอาจจะพบเพื่อนจากที่โรงเรียน ที่ทำงาน เพื่อนเที่ยวแตกต่างกันไปทั้งวัน ดังนั้นคนญี่ปุ่นจึงดูไม่ค่อยสนิทกันมากนัก และโดยปกติผู้ชายญี่ปุ่นมักจะทำงานหนักไม่ว่าจะก่อน หรือหลังแต่งงานซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมการทำงานของคนญี่ปุ่นก็ว่าได้

จากการศึกษาในเรื่องของลักษณะนิสัยของคนญี่ปุ่น ทำให้รู้ว่าคนญี่ปุ่นนั้นมีนิสัยที่เป็นข้อดีหลายประการ ทั้งเรื่องของความอ่อนนุ่ม ถ่อมตน การรักความสงบและสันติ การให้ความสำคัญกับแก่นแท้ของธรรมชาติ อีกทั้งการให้ความสำคัญกับเรื่องของเวลาอันมีค่าทั้งของตนเองและของผู้อื่น แต่ในอีกมุมหนึ่ง เมื่อถึงเวลาที่ตึงเครียด หรือการทำอะไรอย่างจริงจัง เช่น การทำงาน คนญี่ปุ่นก็จะให้ความสำคัญ เคร่งครัด และทุ่มเทกับงานอย่างมาก ซึ่งอาจสรุปได้ว่าคนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับเรื่องของกาลและเทศะ และมองว่าเวลาที่แตกต่างกัน สถานการณ์ที่ที่แตกต่างกัน สถานการณ์ที่แตกต่างกัน สถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีการอบบางอย่างที่เป็นตัวกำหนดขอบเขตว่าสิ่งใดเหมาะสมและสิ่งใดไม่เหมาะสม เช่นเดียวกันกับเรื่องของการแต่งกายที่คนญี่ปุ่นจะใส่เสื้อผ้าตามฤดูกาล จนในบางครั้งเริ่มจากการเป็นแนวทางปฏิบัติ จนกลายเป็นความนิยมและความเชื่อต่อมา เช่น คนญี่ปุ่นจะไม่ใส่กางเกงหรือเสื้อที่ทำจากผ้าลูกฟูกเนื้อหนาในช่วงฤดูร้อน และเสื้อสูทลาลองที่คนญี่ปุ่นจะใส่ในฤดูร้อนจะต้องเป็นเสื้อสูทที่ไม่มีผ้าซับใน แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ต้องมีการตัดเย็บที่เรียบร้อย คุณภาพเหมาะสมกับราคาที่แตกต่างกันออกไป

สรีระและขนาดร่างกาย

หากพูดถึงเรื่องของสรีระและรูปร่าง คนที่มีถิ่นกำเนิดแตกต่างกันก็จะมีขนาดรูปร่างและสรีระที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆอย่างทั้งชาติพันธุ์และปัจจัยภายนอก เช่น อาหารการกินที่มีผล

ต่อขนาดร่างกายเช่นกัน คนญี่ปุ่นโดยส่วนใหญ่จะมีร่างกายขนาดเล็ก ตารางต่อไปนี้เป็นตารางที่จะแสดงค่าเฉลี่ยส่วนสูงและน้ำหนักของคนญี่ปุ่น ทั้งเพศชายและเพศหญิง ในแต่ละช่วงอายุ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาการคำนวณเรื่องของจำนวนการผลิตเสื้อผ้าแต่ละขนาดสำหรับผู้ประกอบการต่อไป ว่าหากต้องการทำธุรกิจเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเพื่อวางขายในตลาดประเทศญี่ปุ่น ควรผลิตขนาดใดเป็นหลัก

ตารางที่ 3: ตารางแสดงส่วนสูงและน้ำหนักของเพศชายและเพศหญิงในแต่ละช่วงอายุ

อายุ	เพศชาย		เพศหญิง		อายุ	เพศชาย		เพศหญิง	
	ส่วนสูง	น้ำหนัก	ส่วนสูง	น้ำหนัก		ส่วนสูง	น้ำหนัก	ส่วนสูง	น้ำหนัก
1	79.6	10.8	78.0	10.1	17	171.0	64.0	157.0	50.9
2	88.5	12.8	87.3	12.0	18	171.5	61.1	158.1	52.3
3	96.1	14.8	95.6	14.4	19	172.7	64.5	158.2	52.0
4	103.6	16.6	102.9	16.5	20	171.3	65.4	157.8	50.4
5	109.1	18.5	108.9	19.2	21	171.4	65.2	158.2	50.8
6	115.7	21.4	115.5	21.1	22	169.5	65.4	158.2	52.9
7	122.7	23.9	121.4	23.4	23	171.9	64.6	158.0	51.8
8	127.6	26.9	127.5	27.2	24	170.3	65.7	157.0	50.5
9	133.2	30.0	133.0	30.2	25	171.0	64.6	157.9	50.4
10	137.4	35.4	140.2	34.7	26 – 29	170.7	66.0	158.1	51.8
11	144.2	37.3	145.2	38.6	30 – 39	170.7	68.8	157.2	53.3
12	152.0	43.8	150.0	41.8	40 – 49	168.3	67.2	155.3	54.7
13	159.4	48.9	155.1	48.6	50 – 59	165.5	64.7	152.8	54.4
14	164.4	52.7	155.5	48.7	60 – 69	162.3	61.9	150.0	53.3
15	167.4	56.5	158.1	50.4	70 ปีขึ้นไป	159.8	57.2	145.8	48.9
16	170.0	62.6	158.5	51.1					

ที่มา: Japanese Industrail Standards (JIS)

จากตารางจะเห็นได้ว่ากลุ่มสตรีจะมีส่วนสูงโดยเฉลี่ยที่มีค่าการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อย ตั้งแต่อายุ 13 ปีเป็นต้นไป โดยค่าเฉลี่ยความสูงของสตรีญี่ปุ่นอายุ 13 – 49 ปีนั้น จะอยู่ในช่วง 155 – 158 เซนติเมตร และค่าเฉลี่ยน้ำหนักของสตรีญี่ปุ่นตั้งแต่อายุ 13 – 49 ปีนั้น จะอยู่ในช่วง 48 – 55 กิโลกรัม ซึ่งนับได้ว่าสตรีญี่ปุ่นโดยส่วนใหญ่มีขนาดตัวที่เล็กมาก ดังนั้นหากต้องการทำเสื้อผ้าเพื่อวางขายในประเทศญี่ปุ่นจึงควรให้ความสำคัญกับเรื่องของขนาดรูปร่างด้วยเช่นกัน ซึ่งค่าเฉลี่ยส่วนสูง

และน้ำหนักที่แสดงให้เห็นว่าสตรีญี่ปุ่นมีขนาดตัวที่เล็ก อาจเป็นตัวบ่งชี้เรื่องการคำนวณปริมาณและจำนวนการผลิตเสื้อผ้าในขนาดต่างๆว่าน่าจะต้องมุ่งผลิตขนาดเล็กมากกว่าขนาดอื่นๆก็เป็นได้

ในขณะที่ขนาดที่ใช้ในการผลิตเสื้อผ้าในระบบอุตสาหกรรมแล้วนั้น เมื่อเทียบกับขนาดมาตรฐานสากล ขนาดเสื้อผ้าของญี่ปุ่นจะเป็นดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4: ตารางแสดงขนาดเสื้อผ้าผู้ชายและผู้หญิง

ขนาดเสื้อผ้าผู้ชาย							
International	XS / TP	S / P	M / M	L / G	XL / TG	XXL	XXXL
D/UK/USA	XXS	XS	S	M	L	XL	XXL
Japan	S	M	L	O	XO	XXO	XXXO
ความสูง	169-174	172-175	178-181	181-185	181-185	181-185	181-185
รอบอก	83-87	88-92	93-96	98-102	103-108	109-114	115-120
รอบเอว	71-75	76-80	81-84	85-90	91-96	97-102	103-108
รอบสะโพก	85-89	90-94	95-98	99-104	105-110	111-116	117-122
ขนาดเสื้อผ้าผู้หญิง							
International	XS / TP	S / P	M / M	L / G	XL / TG	XXL	XXXL
D/UK/USA	XXS	XS	S	M	L	XL	
Japan	S	M	L	O	XO	XXO	
ความสูง	168	168	170-172	172	174	174-176	
รอบอก	79-81	84-86	88-92	94-98	100-104	106-110	
รอบเอว	61-63	66-68	70-74	76-80	82-86	88-92	
รอบสะโพก	89-91	94-69	98-102	104-108	110-114	116-120	

(หน่วยการวัด: เซนติเมตร)

แนวทางการแต่งกายของคนญี่ปุ่น

อารยธรรมของชาวญี่ปุ่น มักจะชื่นชมความงามที่ซ่อนแฝงไว้ข้างในตัวตนและธรรมชาติ ตามหลักปรัชญาของเซน (Zen) ส่งผลให้แนวโน้มแฟชั่นโดยรวมก็จะทำหน้าที่ส่งผ่านความรู้สึกในการทะนุถนอมธรรมชาติและการรักษาโลก ด้วยการเชื่อมโยงความคิดเบื้องลึกของคนเข้ากับสิ่งแวดล้อมที่ค้ำนึ่งถึงธรรมชาติและวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน



ภาพที่ 3: คะระเซนซุยุ หรือรู้จักกันทั่วไปในนาม เซนการ์เดน
ที่มา: <http://www.okmd.or.th/>

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเทศญี่ปุ่นมีลักษณะการออกแบบสร้างสรรค์ที่เป็นตัวของตัวเอง มีการสร้างกระแสแบ่งเป็นฤดูกาลเช่นเดียวกับประเทศตะวันตก คือ ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน ฤดูใบไม้ร่วง และฤดูหนาว ด้วยพัฒนาการของอุตสาหกรรม ซึ่งมีความก้าวหน้าระดับโลกมานานแล้ว ทำให้ประเทศญี่ปุ่นมีนิกอออกแบบที่มีชื่อเสียงระดับโลกมากมาย การสร้างสรรค์สินค้าจึงมีเอกลักษณ์โดดเด่น สามารถสะท้อนตัวตนและลักษณะทางวัฒนธรรมได้ชัดเจน จนกลายเป็นศูนย์กลางแฟชั่นที่สำคัญของโลกตะวันออก

แรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภทมักมุ่งเน้นการนำนิเวศน์วิทยา (Eco Muse) มารังสรรค์เข้ากับการใส่สัมผัสอันรับรู้ถึงสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อวิถีชีวิต บ่งบอกถึงการตระหนักในธรรมชาติและความเป็นอยู่ที่มีรูปแบบ อาทิเช่น เสียงลมแผ่วเบา ความพลิ้วไหวของใบไม้ ทำให้เกิดความรู้สึกที่นุ่มนวล นำมาสู่การตีความเรื่องสีที่ใช้กับเสื้อผ้าในโทนสีธรรมชาติ เบาสบายตา ภายใต้รูปแบบเสื้อผ้าที่พลิ้วและใส่สบาย

สำหรับกระแสแฟชั่นร่วมสมัยของประเทศญี่ปุ่น กลับกลายเป็นปฏิบัติการทวนกระแสต่อต้านธรรมเนียมนิยม สะท้อนออกมาในเสื้อผ้ารูปแบบฮาราจูกุ (Harajuku) และชิบูยา (Shibuya) ที่เด่นสะดุดตาด้วยสีสันฉูดฉาดและรูปแบบแปลกประหลาด ดูเร้าร้อนและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้นำแฟชั่น หากแต่มีจำนวนไม่มากนัก



ภาพที่ 4: การแต่งกายของวัยรุ่นในย่านฮาราจูกุ (Harajuku)

ที่มา: <http://www.okmd.or.th/>



ภาพที่ 5: การแต่งของผู้คนในย่านชิบูยา (Shibuya)

ที่มา: <http://www.okmd.or.th/>

กระแสแฟชั่นหลักของประเทศญี่ปุ่น ยังคงตามกระแสแฟชั่นโลก โดยเกาะติดกระแสแฟชั่นจากนิวยอร์ก ปารีส และลอนดอนอย่างใกล้ชิด กระแสรองลงมาคือแฟชั่นเกาหลี ซึ่งได้รับความนิยมมากจากอิทธิพลของภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ ดาราและนักร้องของเกาหลี ในขณะที่เสื้อผ้าในรูปแบบร่วมสมัย (Contemporary) โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ มักจะเลียนแบบแฟชั่นยุโรปและอเมริกา

ในส่วนของตลาดค้าปลีกที่เน้นสินค้าราคาถูก หรือตราสินค้าแฟชั่นที่มีชื่อเสียงที่มีลักษณะการขายแบบมวลชน (Mass Product) ซึ่งมีช่วงสินค้าลดราคาหรือมีราคาไม่สูงอยู่แล้ว ตราสินค้าที่เป็นที่นิยม ได้แก่ ฟอร์เอเวอร์ 21 (Forever 21) ยูนิโคล่ (Uniqlo) ท็อปช็อป (Topshop) เป็นต้น

สำหรับเสื้อผ้าที่มีความหรูหราจากห้องเสื้อชั้นสูงนั้น ชาวญี่ปุ่นก็ให้ความนิยมมาโดยตลอด เพราะชาวญี่ปุ่นนิยมใช้สินค้าที่มีคุณภาพดี แฟชั่นหรูหราเหล่านี้ยังมีอิทธิพลต่อกระแสแฟชั่นโดยทั่วไป เสื้อผ้าที่เป็นตราสินค้าท้องถิ่นระดับสูง เช่น เอวิส (Evisu) บาตติ้ง แอป (Bathing Ape) วาย 3 (Y3) กอม เด กาชอง (Comme de Garçons) เสื้อผ้าหรูหราในกลุ่มนี้มีจำนวนผู้บริโภคไม่มากนัก ขณะเดียวกันการขายตราสินค้าท้องถิ่นระดับมวลชนก็กำลังได้รับความนิยมอย่างมากเช่นเดียวกัน เช่น แมกซีบูกูป (Mercibeaucoup) และ แฟรปัวส์ (Frapbois)



ภาพที่ 6: เสื้อผ้าที่เป็นตราสินค้าท้องถิ่นระดับสูงอย่างวาย 3 (Y3)

ที่มา : <http://www.okmd.or.th/>

ปัจจุบันรัฐบาลท้องถิ่นในประเทศไทยพยายามส่งเสริมการแต่งกายตามแบบประเพณีดั้งเดิม เช่น การใส่ชุดกิโมโน ในงานเทศกาลต่างๆ กระแสนี้ได้รับการตอบรับอย่างดีจากคนญี่ปุ่นรุ่นใหม่ที่ต้องการรื้อฟื้นความงามในแบบประเพณีดั้งเดิม ให้กลับมาเป็นที่นิยมใหม่

วัฒนธรรมการแต่งกายดั้งเดิม (กิโมโน)

สืบเนื่องจากปัจจุบันรัฐบาลท้องถิ่นในประเทศญี่ปุ่นพยายามส่งเสริมการแต่งกายตามแบบประเพณีดั้งเดิม ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสังเกตว่า อันที่จริงแล้ววิถีการแต่งกายของคนญี่ปุ่นในอดีตก็มีอะไรหลายอย่างที่คล้ายกับวิถีการแต่งกายของคนญี่ปุ่นในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นโครงเสื้อผ้าที่หลวม และการใส่หลายชั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาข้อมูลและวรรณกรรมในเรื่องของวัฒนธรรมการแต่งกายแบบดั้งเดิมของคนญี่ปุ่นเพิ่มเติม

กิโมโนมีต้นกำเนิดมาจากโรงงานทอผ้านอกกำแพงเมืองในสมัยเอโดะ จากนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลง และมีวิวัฒนาการมาเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องขนาดและสีล้วน

คำว่า กิโมโน (Kimono) หากแปลตามตัว หมายถึง เครื่องนุ่งห่ม เสื้อผ้าอาภรณ์ ถือได้ว่าเป็นชุดประจำชาติของญี่ปุ่น สามารถสวมใส่ได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง มีลักษณะพิเศษคือในส่วนของชายเสื้อจะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าและมีผ้าแพรพันเอวซึ่งเรียกว่า โอบิ (Obi)

ลักษณะของกิโมโน¹⁰

กิโมโนประกอบด้วยเสื้อนางางิ ซึ่งมีลักษณะเป็นเสื้อคลุมตัวยาว แขนเสื้อมีความกว้างมาก และมีสายโอบิที่ใช้รัดเสื้อนี้ให้อยู่คงที่ ชุดกิโมโนทั้งของผู้หญิงและผู้ชาย เมื่อใส่แล้วจะช่วยให้การพรางรูปร่างของผู้สวมใส่ ไม่ให้เห็นสัดส่วนที่แท้จริง ชุดกิโมโนของผู้หญิงโสดเป็นกิโมโนแขนยาว ลวดลายที่นิยม คือ ลายดอกซากุระ ส่วนกิโมโนของผู้หญิงที่แต่งงานแล้ว จะเป็นกิโมโนแขนสั้น สีไม่ฉูดฉาดมาก

ประวัติของกิโมโน

ตารางที่ 5: ตารางแสดงประวัติกิโมโน

ยุคสมัย	ลักษณะชุดกิโมโน
สมัยนารา (ค.ศ. 710 – 794)	ก่อนที่ชุดกิโมโนจะเป็นที่นิยม ชาวญี่ปุ่นมักแต่งชุดท่อนบนกับท่อนล่างเหมือนกัน หรือเป็นผ้าชิ้นเดียวกันเลย
สมัยเฮอัน (ค.ศ. 794 – 1192)	ถือเป็นช่วงเริ่มต้นของการใส่กิโมโน ชาวญี่ปุ่นพัฒนากรรมวิธีการตัดเย็บเสื้อผ้าด้วยการตัดเป็นเส้นตรงเพื่อให้ง่ายต่อการสวมใส่ และสามารถหีบมามากคลุมตัวได้ทันที ทั้งยังเป็นชุดที่เหมาะสมกับทุกสภาพอากาศ สามารถเปลี่ยนเนื้อผ้าให้เหมาะกับฤดูกาล ความสะดวกสบายนี้ทำให้ชุดกิโมโนแพร่หลายไปอย่างรวดเร็ว โดยวงการแฟชั่นในสมัยนั้น ผู้ตัดเย็บจะคิดหาวิธีที่ทำให้ชุดกิโมโนมีสีสัน ผสมผสานกันด้วยสีต่างๆให้เหมาะสมกับสภาพอากาศและชนชั้นทางสังคม

¹⁰ นิปปอน โนะ ชิโอะ. ประวัติกิโมโน [ออนไลน์], แหล่งที่มา:

สมัยคามาคูระ (ค.ศ.1338 – 1573)	ทั้งผู้หญิงและผู้ชายจะนิยมใส่ชุดกิโมโนที่มีสีสันฉูดฉาด โดยเฉพาะนักรบจะต้องใส่สีที่ฉูดฉาดมากเพื่อแสดงถึงความเป็นผู้นำ
สมัยเอโดะ (ค.ศ.1600 – 1868)	เป็นช่วงที่โชกุนโตกุกาวาปกครองญี่ปุ่น โดยมอบหมายให้ขุนนางไปปกครองตามแคว้นต่างๆ ในช่วงนี้นักรบชามูไรแต่ละสำนักจะแต่งตัวแบ่งแยกตามกลุ่มของตนเอง เสมือนเป็นชุดเครื่องแบบ โดยชุดที่ใส่นี้จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ชุดกิโมโน ชุดคามิชิโม (ชุดที่ตัดเย็บด้วยผ้าลินิน ใสคลุมชุดกิโมโนเพื่อเสริมให้ไหล่ดูตั้ง) และกางเกงขายาวที่ดูเหมือนกระโปรง ในสมัยนี้ชุดกิโมโนของชามูไรจะมีการตัดเย็บที่พิถีพิถันมาก จนเป็นเสมือนผลงานศิลปะ นับเป็นช่วงสำคัญช่วงหนึ่งของพัฒนากิริโมโน
สมัยเมจิ (ค.ศ.1868 – 1912)	ญี่ปุ่นได้รับอิทธิพลจากต่างชาติมากขึ้น ชาวญี่ปุ่นเริ่มเปลี่ยนมาใส่ชุดสากลในชีวิตประจำวัน และจะใส่ชุดกิโมโนสำหรับงานพิธีการเท่านั้น

ในศตวรรษที่ 12 ผู้หญิงญี่ปุ่นจะสวมใส่กิโมโนตั้งแต่ 12 ชิ้นขึ้นไป ซึ่งภาพรวมของการสวมใส่กิโมโนนั้นคือจะดูเป็นชุดที่มีความกว้างมาก หากแต่จะถูกรัดด้วยโอบิเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและไม่เทอะทะจนเกินไป นอกจากนี้แล้วการเลือกชิ้นผ้าเพื่อการสร้างสรรค์กิโมโนหนึ่งชุด ไม่ว่าจะเป็นกิโมโนสำหรับผู้หญิงหรือผู้ชายก็ตาม ผู้เลือกจะให้ความสำคัญของสีที่เหมาะสมตามแต่ฤดูกาลอีกด้วย ซึ่งนั่นแสดงให้เห็นถึงความละเอียดละออในการแต่งกายของคนญี่ปุ่นและการให้ความสำคัญของสีที่มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและภูมิอากาศ



ภาพที่ 7: ภาพตัวอย่างชุดกิโมโน

ที่มา: <http://morakimou.tumblr.com/post/81581111563/thekimonogallery-modeling-contemporary>

การตลาดในประเทศญี่ปุ่น

นักวิจัยพฤติกรรมตลาด กล่าวถึงความต้องการของผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นว่ามีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวรวดเร็ว และยากที่จะกำหนดรูปแบบตายตัว ยิ่งไปกว่านั้นยังมีความแตกต่างในเรื่องของความสนใจซื้อสินค้า ตามเพศ วัย และช่วงอายุของผู้ซื้อ นอกจากนี้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยียังทำให้ผู้ซื้อแต่ละกลุ่มช่วงอายุ เพศ และวัย ใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าแตกต่างกันอีกด้วย การวางกลยุทธ์เพื่อขายสินค้าในญี่ปุ่น หากจะจับตลาดหรือเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่ม จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม รวมทั้งต้องชัดเจนว่าจะผลิตสินค้าอะไรเพื่อเจาะเข้ากลุ่มผู้ซื้อกลุ่มใด

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยียังทำให้มีการผลิตสินค้าจำนวนมากมาย ที่อำนวยความสะดวกและสร้างความสุขแก่ผู้บริโภค จนผู้บริโภคเองก็อาจจะไม่สามารถบอกได้ว่าต้องการสิ่งใดอีก ผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องแข่งขันกันสรรสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่อาจจะเรียกได้ว่าเหนือความคาดหวังของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจึงมีอำนาจมากขึ้น เพราะผู้ขายแข่งขันกันเอาใจ การรู้จักตลาดและความพอใจของผู้ซื้อ แม้ว่าจะเป็นเรื่องยาก แต่ก็อาจจะทำให้สามารถเข้าถึงผู้ซื้อได้มากขึ้นหากมีการศึกษาพฤติกรรมเฉพาะของผู้ซื้อญี่ปุ่นในแต่ละกลุ่ม (Specific Generation) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดของญี่ปุ่น ได้แบ่งผู้บริโภคในญี่ปุ่นจากความแตกต่างในพฤติกรรมและความคิด ที่จะโยงใยมาถึงการใช้จ่ายและความต้องการซื้อออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มวัยรุ่น (Oyutorisama): กลุ่มผู้บริโภคที่มองหาสิ่งที่คิดว่าเป็นความสุข กลุ่มวัยรุ่นอายุประมาณ 18 - 25 ปี ในปี พ.ศ.2558 เป็นผู้ที่อยู่ในวัยเรียนหรือเพิ่งจบการศึกษา ขณะยังอยู่ในวัยเรียนจะคิดถึงเรื่องความสวยงาม ดูดี ความสุขที่หยาบฉวยได้และการร่วมสังสรรค์ในหมู่เพื่อนฝูง ในผู้หญิงจะสนใจต่อสินค้าเพื่อความงาม (Skin-care Series) เป็นพิเศษ เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า ปาก มือและนิ้ว เพื่อป้องกันผิวแห้ง เพิ่มความชุ่มชื้น เน้นบรรจุภัณฑ์ที่ดูน่ารักและราคาไม่แพง เพราะกลุ่มนี้ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง สินค้าอื่นที่ขายได้ดี โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ซื้อมัธยมปลาย (High School) อายุประมาณ 18 ปี ได้แก่ ปากกาที่มีหมึกหลายสีในด้ามเดียวกัน (Multi-colors Pen) ที่สามารถเปลี่ยนใส่ปากกาได้ เพราะนอกจากจำเป็นต้องใช้งานแล้ว ยังเปลี่ยนสีตามความต้องการและลักษณะของแต่ละคนได้ด้วย

ในขณะที่กลุ่มวัยรุ่นผู้ชายจะสนใจซื้อสินค้าเทคโนโลยีมากกว่าผู้หญิง สินค้าที่ทุกคนอยากมีและเป็นแฟชั่นที่ส่วนใหญ่คิดว่าต้องมีไว้ใช้งาน คือ ไอโฟน (iPhone) ถือว่าเป็นสมาร์ทโฟน (Smart Phone) ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ทั้งนี้เพราะผู้ที่เกิดปี พ.ศ. 2532 เป็นต้นมา เป็นยุคของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Cell Phone) และระบบสารสนเทศ (Internet) และจะคุ้นเคยกับอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถติดต่อกับสังคมภายนอกและอำนวยความสะดวกตามที่ต้องการ จะให้ความสำคัญต่อความ

รวดเร็ว (Speed) การใช้งานได้จริง (Practicality) และต้องราคาไม่แพง ใช้งานได้หลากหลายและมีประสิทธิภาพ (Inexpensive, multifunctional task and efficient)

ผู้ซื้อในกลุ่มนี้เกิดมาในช่วงสภาพเศรษฐกิจชะลอตัวจนถึงช่วงถดถอย มีการเจริญเติบโตในภาวะเศรษฐกิจที่ขาดเสถียรภาพ เป็นช่วงที่รัฐบาลของประเทศญี่ปุ่นใช้นโยบาย “Yutori Education” ในระบบการศึกษา กล่าวคือ เริ่มให้มีวันหยุด 2 วันต่อสัปดาห์ และไม่เข้มงวดต่อชั่วโมงเรียน คนยุคนี้จึงค่อนข้างอ่อนไหวต่อการใช้จ่าย คำนึงถึงความจำเป็นก่อนใช้จ่ายเงิน ไม่ค่อยใส่ใจต่อชื่อเสียงของตราสินค้าและของฟุ่มเฟือย แต่จะมองหาสินค้าและบริการที่คิดว่าพิเศษสำหรับตัวเอง ในอีก 3-5 ปีข้างหน้า คนกลุ่มนี้จะพัฒนาเข้ามาเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ สินค้าที่เชื่อว่าผู้ซื้อต้องการ ต้องเน้นการใช้งานและเพิ่มความคล่องตัวที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพของผู้ใช้

2. กลุ่มวัยทำงาน (Junior Boomers): กลุ่มผู้บริโภคที่ความมั่งคั่งไม่ได้สำคัญสูงสุดเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นบุตรหลานของผู้ที่เกิดในช่วงกลุ่มผู้สูงอายุ (Baby Boomers) เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2515 - 2532 ซึ่งจะมีอายุ 26 - 43 ปี ในปี พ.ศ. 2558 คนกลุ่มนี้เกิดและเติบโตในช่วงเศรษฐกิจฟองสบู่ แต่เผชิญกับภาวะตำแหน่งงานที่มีจำกัด (Employment Ice Age) เมื่อจบการศึกษากลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ขยัน อดทน รับเอาวิถีชีวิตแบบใหม่ ที่สามีช่วยภรรยาทำงานและเลี้ยงลูกและภรรยาออกทำงานนอกบ้าน มีความเป็นวัตถุนิยมลดลง เนื่องจากมีความเชื่อว่าความสุขไม่ได้ขึ้นอยู่กับวัตถุสิ่งของ แต่เน้นความสุขใจ (Happiness) และความสบาย (Comfort) ซึ่งไม่ขัดกันที่การมีบ้านรถยนต์หรือความพยายามที่จะทำให้ตัวเองมีความสุขเท่านั้น แต่จะคิดไปถึงสังคมรอบตัว เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อมของโลก ความวุ่นวายและจรรยาของสังคม ต้องการการดำรงชีวิตอย่างเรียบง่ายและมีเสถียรภาพ (Sustainable Living) จึงใส่ใจต่อสินค้าที่สร้างคุณภาพ ลดปัญหาโลกและสังคม

3. กลุ่มผู้สูงอายุ (Baby Boomers): กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการเพิ่มประสบการณ์และความเพลิดเพลิน เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ซึ่งผ่านประสบการณ์ทั้งช่วงเศรษฐกิจเฟื่องฟูภาวะถดถอยและตกต่ำมาแล้ว ดำรงชีวิตอยู่ด้วยเงินบำนาญ ชีวิตในแต่ละวันจึงไม่ซับซ้อน วนเวียนอยู่ใน 3 กิจกรรม ได้แก่

- การสังสรรค์กับเพื่อนวัยเดียวกันตามร้านอาหาร กภัตตาคาร หรือดูภาพยนตร์
- การพักผ่อน อ่านหนังสือและทำกิจกรรมภายในบ้าน
- การร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม และวัฒนธรรมของชุมชน

คนที่สุขภาพแข็งแรง ก็จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ ต่างถิ่น ผู้บริโภคในวัยนี้มักจะมีสิ่งของเครื่องใช้เพียงพอแล้ว จึงมักไม่มองหาสินค้าแต่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อประสบการณ์ใหม่ๆ และเพื่อความเพลิดเพลินมากกว่าการซื้อวัตถุ ของใช้ สินค้าที่เหมาะสม เช่น ความรู้ การเดินทางท่องเที่ยว พักผ่อน และบริการที่ให้ประสบการณ์ใหม่ๆ

4. กลุ่มสาวโสดอายุ 40-49 ปี: กลุ่มผู้บริโภคที่เน้นคุณภาพ ความหรูหรา ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ทำให้ผู้บริโภคตัดทอนการใช้จ่าย ยอดขายรวมของห้างสรรพสินค้าชั้นนำตกต่ำลงจนต้องควบรวมกิจการ ห้างส่วนใหญ่ต้องปรับกลยุทธ์การตลาด และปรับเปลี่ยนสินค้า ผู้บริโภคจำนวนมากหันไปหาสินค้าแฟชั่นราคาไม่แพง แต่ก็ยังมีลูกค้ากลุ่มอายุ 40 - 49 ปี อยู่ในวัยทำงาน มีรายได้ จึงให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ เน้นการใช้สินค้าคุณภาพดี และมองว่าในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เป็นเวลาทองของการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ผู้บริโภคสตรีในกลุ่มนี้ เชื่อมั่นในการเลือกสรรสินค้าคุณภาพของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ จึงมักมองหาซื้อของใช้และอาหารจากห้างสรรพสินค้า เนื่องจากมีความเชื่อว่ามีคุณภาพดี ใหม่ ฟังพอใจกับบริการของเจ้าหน้าที่ประจำสินค้าที่มีความรอบรู้ สุภาพ และสามารถให้คำแนะนำที่ดี การเข้ากลุ่มผู้ซื้อจึงต้องผลักดันให้สินค้าเข้าไปอยู่ในห้างชั้นนำ หรือสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ

จากข้อมูลการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคญี่ปุ่นข้างต้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม เมื่อนำมาเทียบกับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยฉบับนี้ ได้แก่ กลุ่มคนที่มีอายุในช่วง 20 - 30 ปีจะคาบเกี่ยวอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงาน หากแต่จะเป็นวัยรุ่นตอนปลายและวัยทำงานตอนต้น ซึ่งสามารถวิเคราะห์และสรุปลักษณะนิสัยของคนในกลุ่มนี้ได้ดังนี้

ตารางที่ 6: ตารางสรุปแนวความคิดและลักษณะนิสัยของผู้บริโภค

ช่วงอายุ	แนวความคิดและลักษณะนิสัยของผู้บริโภค
กลุ่มอายุ 20 - 30 ปี เป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย ทำงานตอนต้น เริ่มมีรายได้เป็นของตนเอง แต่ยังคงมีลักษณะการใช้ชีวิต ของคนโสดที่ยังไม่มีภาระต้อง รับผิดชอบดูแลครอบครัว	1. ให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยงาม 2. เน้นความสุขที่หยิบฉวยได้ 3. มีการสังสรรค์ในหมู่เพื่อนฝูงบ่อย 4. เนื่องจากเกิดมาในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว จึงค่อนข้างคำนึงถึง ความจำเป็นก่อนใช้เงิน นำไปถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ

นอกจากนี้แล้วยังมีองค์กร NFI (National Food Institute) ได้ทำการวิจัยและจำแนกพฤติกรรมผู้บริโภคญี่ปุ่นตามกลุ่มอายุ โดยจำแนกเป็น 9 กลุ่ม¹¹ ได้แก่

1. วัยแรกเกิดและทารก

¹¹ พฤติกรรมผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจำแนกตามกลุ่มอายุ [ออนไลน์], แหล่งที่มา: www.nfi.or.th/NFI-JAPAN

2. วัยเด็ก
3. วัยเด็กก่อนวัยรุ่น
4. วัยรุ่น
5. วัยนักเรียน
6. กลุ่มคนอายุ 20 ปี
7. กลุ่มคนอายุ 30 ปี
8. ผู้ใหญ่วัยกลางคน
9. วัยเกษียณอายุ

จากการกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยในบทที่ 1 ผู้วิจัยจะทำการศึกษาศาสตร์ญี่ปุ่นที่มีอายุช่วง 20 - 30 ปีเพราะเป็นช่วงที่คนญี่ปุ่นโดยเฉพาะเพศหญิงให้ความสำคัญกับเรื่องของการแต่งกายและมีความสุขกับการแต่งกายเพื่อแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของแต่ละคนและเมื่ออายุมากกว่า 30 ปีไปแล้วจะเป็นช่วงของการเริ่มสร้างครอบครัว ผู้หญิงจะลดค่าใช้จ่ายเรื่องการแต่งกายลงและใช้จ่ายเงินไปกับสิ่งอื่นมากขึ้น เช่น การเลี้ยงดูบุตร และภาระรับผิดชอบอื่นๆภายในบ้าน ดังนั้นจาก 9 กลุ่มที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงศึกษาข้อมูลเฉพาะกลุ่มคนอายุ 20 ปี และกลุ่มคนอายุ 30 ปี ซึ่งมีรายละเอียดในเรื่องของพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้

กลุ่มคนอายุ 20 ปี (20 – 29 ปี)

ผู้บริโภคกลุ่มนี้ถือได้ว่าเป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ผ่านพ้นช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงจากการพึ่งพิงครอบครัวกลายมาเป็นผู้ที่สามารถหารายได้ด้วยตนเอง เป็นช่วงอายุของการแสวงหาความก้าวหน้าทางอาชีพและการสร้างครอบครัว นิยมการซื้อสินค้าและบริการชั้นสูง ยินดีใช้จ่ายเงินเพื่อการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ตนเอง เช่น การซื้อสินค้าแบรนด์เนม การใช้จ่ายไปกับสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัยและราคาแพง เสื้อผ้าจากแบรนด์ชั้นสูงหรือนักออกแบบที่มีชื่อเสียง รวมถึงค่าใช้จ่ายเพื่อการพักผ่อนและบันเทิง โดยปัจจัยหลักที่ช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายในลักษณะนี้ คือ การเริ่มมีรายได้และอิสระทางการเงิน

กลุ่มคนอายุ 30 ปี (30 – 39 ปี)

การใช้จ่ายของกลุ่มคนอายุ 30 ปี จะคล้ายคลึงกับกลุ่มคนอายุ 20 ปี คือโดยส่วนใหญ่จะใช้จ่ายไปกับสินค้าและบริการชั้นสูงและแบรนด์เนม แต่เมื่อเข้าสู่วัย 30 ปีการใช้จ่ายโดยส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนเพื่อครอบครัวมากขึ้น อาทิเช่น การตกแต่งบ้านด้วยของตกแต่งคุณภาพสูง รถสำหรับครอบครัว อุปกรณ์สร้างความบันเทิงในครอบครัว รวมถึงการลงทุนสำหรับลูกหลาน

จากการศึกษาข้อมูลสามารถสรุปได้ว่าผู้บริโภคนในกลุ่มคนอายุ 20 ปี ซึ่งหมายถึงกลุ่มคนที่มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 29 ปี นั้นเป็นช่วงอายุเดียวกันกับกลุ่มที่ผู้วิจัยกำหนดไว้เป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลของวรรณกรรมทั้ง 2 แหล่งข้อมูลเพื่อสรุปลักษณะที่เด่นชัดของผู้บริโภคกลุ่มนี้

ตารางที่ 7: ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวคิดและลักษณะนิสัยผู้บริโภคนุ่มอายุ 20 – 30 ปี

แหล่งข้อมูลที่ 1	แหล่งข้อมูลที่ 2
<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มอายุ 20 – 30 ปี 2. เป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย วัยทำงานตอนต้น 3. เริ่มมีรายได้เป็นของตนเอง 4. ยังคงมีลักษณะการใช้ชีวิตของคนโสด 5. ไม่มีภาระต้องรับผิดชอบดูแลครอบครัว 6. ให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยงาม 7. เน้นความสุขที่หยิบฉวยได้ 8. มีการสังสรรค์ในหมู่เพื่อนฝูงบ่อย 9. เนื่องจากเกิดมาในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว จึงค่อนข้างคำนึงถึงความจำเป็นก่อนใช้เงิน และคำนึงถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. อายุ 20 – 29 ปี 2. เป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น 3. สามารถหารายได้ด้วยตนเอง 4. ช่วงอายุของการแสวงหาความก้าวหน้าทางอาชีพ 5. เริ่มคิดในเรื่องของการสร้างครอบครัว 6. นิยมการซื้อสินค้าและบริการชั้นสูง 7. ยินดีใช้จ่ายเงินเพื่อการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ตนเอง 8. มีรายได้และอิสระทางการเงิน
<p>สรุป</p> <p>กลุ่มเป้าหมายเป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น อายุ 20 – 30 ปี เป็นช่วงชีวิตของคนเริ่มต้นทำงาน มีรายได้เป็นของตนเอง จึงมีอิสระทางการเงิน อยู่ในช่วงของการแสวงหาความก้าวหน้าทางอาชีพการงาน จึงให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยงาม การสร้างภาพพจน์และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเองจึงทุ่มเทการใช้จ่ายให้กับสินค้าและบริการชั้นสูง สินค้าจากตราสินค้าที่มีชื่อเสียง คุณภาพดี ราคาแพง เริ่มคิดเรื่องของการสร้างครอบครัวแต่ยังไม่มีการดูแลครอบครัว ดังนั้นเงินที่หามาได้จึงมีไว้ใช้จ่ายเพื่อตนเองเป็นหลัก นิยมเลือกใช้ของที่ดี มีระดับ แต่ก็พิจารณาและคำนึงถึงความจำเป็นก่อนการใช้จ่าย อีกทั้งคำนึงถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ</p>	

กลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ผลิตที่ต้องการความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่น¹²

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การค้าปลีกของญี่ปุ่นต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง ทั้งจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และการชะลอตัวของเศรษฐกิจ (Deflation) ที่ยาวนาน ขนาดตลาดและกำลังซื้อที่หดหาย เพราะผู้ซื้อมีอำนาจการซื้อลดลง และสัดส่วนของสังคมผู้สูงอายุที่ลดการบริโภคตามวัย ขณะเดียวกันผู้ค้าก็ต้องเผชิญกับการแข่งขันและการเข้ามาของผู้ค้ารายใหม่ๆ โดยเฉพาะกลุ่มร้านค้าพิเศษ (Special Store) และ ร้านลดราคาสินค้า (Discount Store) ที่เน้นสินค้าราคาถูก แพชั่นและสินค้าสำหรับชีวิตประจำวันต่างๆ แบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว แม้กระนั้นตลาดญี่ปุ่นก็เป็นที่สนใจของผู้ผลิตจากทุกมุมโลก

นอกจากนี้กลุ่มผู้ซื้อเองก็มีพัฒนาการและแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยๆ มากมาย แต่ละกลุ่มมีวิถีการดำเนินชีวิตและมุมมองต่อการบริโภคที่แตกต่างกัน การแข่งขันที่จะประสบความสำเร็จ ผู้ผลิตและส่งออกต้องเข้าใจวิถีคิด มุมมอง หรือปรัชญาการดำรงชีวิตที่แตกต่างและหลากหลายของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ สินค้าที่มีชนิดและรูปแบบเดียวสำหรับผู้ซื้อทุกกลุ่ม (Uniform Products) ไม่มีอีกต่อไปแล้ว ผู้ผลิตอาจจะต้องพบเจอโจทย์ที่ยากและซับซ้อนขึ้น ต้องศึกษาตลาดใหม่ ทางเลือกคือ การกำหนดกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงอย่างชัดเจน มีกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ซื้อซึ่งก็จะทำให้กำหนดชนิด ประเภทสินค้า และช่องการขายที่เหมาะสม กับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น¹³

เสื้อผ้าสำเร็จรูปมีศักยภาพในการตอบรับกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าญี่ปุ่นหลายราย ซึ่งเลือกประเทศไทยเป็นแหล่งนำเข้าทดแทนการพึ่งพาสินค้าจากประเทศจีน โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเสื้อผ้าของไทยที่มีความประณีตและราคาปานกลาง โดยประเทศไทยควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในเรื่องความทันสมัยของเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ่านสื่อต่างๆ อาทิ การเข้าร่วมกิจกรรมขนาดใหญ่ในญี่ปุ่นที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก ซึ่งรวมถึงการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้จับจ่ายใช้สอยสินค้าเสื้อผ้าของไทยตามงานแสดงสินค้าต่างๆ¹⁴

¹² สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว. กลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ผลิตที่ต้องการความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่น. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.depthai.go.th> [22 พฤศจิกายน 2555]

¹³ กระทรวงพาณิชย์. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. ข่าวเศรษฐกิจการเข้าตลาดญี่ปุ่น ต้องมีกลยุทธ์หลากหลาย. 25 มกราคม 2554 13:52:30 น. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.ryt9.com/s/expd/1074423> [14 กุมภาพันธ์ 2558]

¹⁴ กระทรวงการต่างประเทศ. กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตเกียว รายงานซื้อขายสินค้าไทยที่มีศักยภาพในประเทศญี่ปุ่น ฐานเศรษฐกิจ. หน้า 10 ปีที่ 32 ฉบับที่ 2,772 วันที่ 6-8 กันยายน พ.ศ.2555.

แนวโน้มและพฤติกรรมกรรมการบริโภคของชาวญี่ปุ่น¹⁵

ด้วยพื้นฐานของชาวญี่ปุ่นที่ชอบประดิษฐ์คิดค้นและพัฒนาสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ชาวญี่ปุ่นจึงคาดหวังที่จะเห็นสินค้าใหม่ๆ ตลอดเวลา วิถีชีวิตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นเป็นระยะๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของชาวญี่ปุ่น ที่สำคัญ ได้แก่

1. ปัญหาเศรษฐกิจ ทำให้ชาวญี่ปุ่นเริ่มประหยัดค่าใช้จ่าย จากที่เคยนิยมการท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาสูงจากตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศ เปลี่ยนเป็นการซื้อสินค้าลอกเลียนแบบแทน และลดค่านิยมที่ว่าสินค้าจากตะวันตกมีคุณภาพดีและทันสมัย มาสู่การเลือกซื้อเพื่อความคุ้มค่า ไม่เพียงแต่คำนึงถึงรูปแบบ ความสวยงาม และความประณีตเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยควบคู่กันด้วย รวมถึงการให้ความสำคัญกับการใช้สินค้าที่แสดงออกถึงรูปแบบและบุคลิกของตนเองอีกด้วย

2. ชาวญี่ปุ่นยังหันมาให้ความสนใจต่อการรักษาสุขภาพและหาทางลดความเครียดลง โดยเริ่มปรับเปลี่ยนวิถีการดำรงชีวิตให้มาใกล้ชิดและเป็นมิตรกับธรรมชาติ นิยมการใช้ชีวิตที่เรียบง่าย เป็นการผสมผสานระหว่างธรรมชาติและความสะดวกสบาย และวิถีชีวิตแบบใหม่ (Natural Simplicity and Modern Lifestyle)

3. เกิดกระแสความนิยมในสินค้าเอเชียขึ้นในตลาดของประเทศญี่ปุ่นนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 และสืบเนื่องมาถึงปัจจุบัน เนื่องจากลักษณะที่สำคัญ 2 ประการคือ เป็นงานหัตถกรรมที่พัฒนาขึ้นโดยผสมผสานศิลปวัฒนธรรมที่ตกทอดกันมา ซึ่งชาวญี่ปุ่นให้คุณค่าสูง และสินค้าส่วนใหญ่ใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่น จึงให้ความรู้สึกที่กลมกลืนกับธรรมชาติ

4. ชาวญี่ปุ่นในวัยหนุ่มสาวแต่งงานช้าลงและชอบใช้ชีวิตลำพัง อัตราการหย่าร้างสูงขึ้น ครัวเรือนที่อยู่อาศัยเพียง 1 – 2 คนมีจำนวนมากขึ้น ชาวญี่ปุ่นจึงนิยมส่งของขวัญ ของชำร่วยเพื่อสื่อสารถึงกันและสร้างความอบอุ่นแทน

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตลาดประเทศญี่ปุ่น

ในปัจจุบันกระแสความนิยมสินค้าเอเชียในประเทศญี่ปุ่นไม่ได้จำกัดเฉพาะสินค้าอาหารและกลุ่มสินค้าของขวัญที่ซื้อเพื่อให้กันในโอกาสต่างๆ แต่ยังขยายวงกว้างถึงสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันทุกชนิด ทั้งของใช้ส่วนตัวและสำหรับครัวเรือน เช่น เสื้อผ้า ผลิตภัณฑ์ใหม่และฝ้าย ผ้าทอมือและฟอก

¹⁵ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว. แนวโน้มและพฤติกรรมการบริโภคของชาวญี่ปุ่น. จันทร์ที่ 1 มิถุนายน 2552 15:53:17 น. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.dephtai.go.th>. [14 กุมภาพันธ์ 2558]

ย้อมด้วยสีธรรมชาติ ของตกแต่งบ้านและสวนด้วยเซรามิก เครื่องปั้นดินเผา ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ เป็นต้น โอกาสทางการตลาดของสินค้าไทยจึงขยายเพิ่มขึ้นอย่างมาก

วิธีการตลาดและการกระจายสินค้า

สินค้าที่เข้าไปวางจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ถูกจำหน่ายผ่านหลายช่องทาง ทั้งการสั่งซื้อผ่านบริษัทการค้าระหว่างประเทศหรือผู้นำเข้า และการติดต่อสั่งซื้อไปยังผู้ส่งออกในต่างประเทศโดยตรง เนื่องจากความสนใจของตลาดเปลี่ยนแปลงเร็ว ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีก ขนาดใหญ่มักหลีกเลี่ยงการเก็บสำรองสินค้า โดยจำกัดปริมาณสั่งซื้อ คราวละไม่มาก และเร่งการส่งมอบสินค้าให้เร็วขึ้น ขณะเดียวกันก็มีร้านค้าเล็กๆ จำนวนมากเน้นการจำหน่ายที่หมุนเวียนเร็ว สินค้าแฟชั่น และมีวิธีนำเสนอสินค้าในรูปแบบของตนเองผู้ประกอบการเหล่านี้จะนิยมเดินทางออกไปเที่ยวชมงานแสดงสินค้าที่จัดแสดงตามเมืองใหญ่ๆ และในต่างประเทศเพื่อตัดพ้อค้าคนกลางโดยหาช่องทางติดต่อกับผู้ผลิตโดยตรงเพื่อลดต้นทุน ให้ความสำคัญเปรียบของประสบการณ์ มีความเข้าใจในแนวโน้มรสนิยมของตลาด จึงเลือกสั่งซื้อและผลิตสินค้าตามรูปแบบของตนเอง ตลาดญี่ปุ่นจึงมีแนวโน้มเป็นตลาดของผู้ซื้อมากขึ้น ขณะที่ผู้ค้าหรือผู้นำเข้ามีแนวโน้มสั่งซื้อในปริมาณที่ลดลง แต่เพิ่มความหลากหลายและมองหาสินค้าใหม่ๆ ไปป้อนตลาดอย่างสม่ำเสมอ

บริษัทที่มีการนำเสนอสินค้าทางโทรทัศน์ (TV Shopping) การซื้อขายผ่านอีเมล (Mail Order) การขายผ่านแคตตาล็อก (Catalog Sale) การขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นอีกกลุ่มที่มีอิทธิพลชั้นนำและจงใจตลาดอย่างมาก โดยเฉพาะกลุ่มหนุ่มสาววัยรุ่นและสตรี เพราะนอกจากจะให้ความสะดวกแก่ผู้ซื้อ มีสินค้าให้เลือกจำนวนมาก และได้รับสินค้าตามเวลาที่ต้องการ บริษัทยังให้ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่น โททิส และมีการเน้นให้เห็นถึงสินค้าใหม่ๆ ที่ต้องการแนะนำ พร้อมแนวคิดในการนำไปใช้ประโยชน์หรือตกแต่งผ่านแคตตาล็อกสินค้าของบริษัทซึ่งออกวางจำหน่ายเป็นประจำทุกๆ 3 – 4 เดือน การขายสินค้าผ่านอีเมลและการขายผ่านแคตตาล็อกมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ร้านค้าปลีกที่เข้ามามีบทบาทสูงอีกกลุ่มคือ ร้านขายสินค้า 100 เยน ซึ่งจะขายสินค้าในราคาเดียว มีการเน้นสินค้าของใช้ในชีวิตประจำวันทุกชนิดในราคาที่ย่อมเยา ซึ่งมีการสั่งซื้อเป็นจำนวนมากและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มแม่บ้านญี่ปุ่นอีกด้วย

กฎระเบียบการนำเข้าและภาษี¹⁶

สินค้าทั่วไปไม่มีข้อจำกัดหรือห้ามนำเข้า แต่จะมีกฎระเบียบเรื่องมาตรฐานและการตรวจสอบคุณภาพสินค้ากำหนดแยกกันไปตามชนิดสินค้าและการนำไปใช้สอย เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ได้แก่ กฎหมายการติดฉลากเพื่อแสดงคุณภาพของสินค้าเครื่องใช้ในบ้าน (Household Good Quality Labeling Law) และกฎหมายเพื่อการควบคุมของเครื่องใช้ในครัวเรือนที่มีส่วนผสมของสารที่เป็นอันตราย (Law for the Control of Household Products Containing Harmful Substance) เป็นต้น

กฎหมายการติดฉลากเพื่อแสดงคุณภาพของสินค้าเครื่องใช้ในบ้าน เป็นกฎหมายที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถที่จะเข้าใจคุณภาพและวิธีการใช้งานสินค้าแต่ละชิ้นได้อย่างถูกต้อง ในกฎหมายจะกำหนดว่ากลุ่มสินค้าชนิดใดจะต้องนำเสนอข้อมูลใดแก่ลูกค้าบ้าง ทั้งนี้กลุ่มสินค้าที่มีข้อกำหนดภายใต้กฎหมายนี้มีทั้งหมด 4 กลุ่มสินค้าด้วยกัน

1. สินค้าในกลุ่มผ้าฝ้ายและเครื่องแต่งกาย (Textile Goods)
2. สินค้าในกลุ่มพลาสติก (Plastic Manufactured Goods)
3. สินค้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า (Electrical Appliances)
4. สินค้ากลุ่มอื่นๆ (Miscellaneous Manufactured Goods)

สำหรับวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าในกลุ่มผ้าฝ้ายและเครื่องแต่งกายเพียงอย่างเดียว เนื่องจากเป็นข้อกำหนดที่มีความสอดคล้องและมีความจำเป็นกับหัวข้อของงานวิจัยนี้โดยกฎหมายการติดฉลากเพื่อแสดงคุณภาพของสินค้าเครื่องใช้ในบ้าน (Household Good Quality Labeling Law) สำหรับสินค้าในกลุ่มผ้าฝ้ายและเครื่องแต่งกาย มีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งที่ต้องระบุในฉลากสำหรับแสดงรายละเอียด ในฉลากแสดงรายละเอียดจะต้องระบุชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์หรือสินค้าชิ้นนั้นคืออะไร มีรายละเอียดของสินค้าเป็นอย่างไร เช่น เส้นใยที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น¹⁷

¹⁶ Consumer Affairs Agency, Ministry of Economy, Trade and Industry. [Household Good Quality Labeling Law](#), October 2010

¹⁷ Consumer Affairs Agency, Ministry of Economy, Trade and Industry. [Household Good Quality Labeling Law](#), Page 3, October 2010

Item	Display Items			Additional items Name of labeler, and contact address
	Composition of fibers	Home washing, etc. care labeling	Water repellency	
1 Yarn	○	-	-	○
2 Woven fabrics, knitted fabrics, and lace (limited to those wholly or partially made of the yarn mentioned in 1.)	○	-	-	○
3 Clothing				
(1) Jackets	○	○	-	○
(2) Trousers or pants	○	○	-	○
(3) Skirts	○	○	-	○
(4) Dresses	○	○	-	○
(5) Pullovers, cardigans, and other sweaters	○	○	-	○
(6) Dress shirts, open-necked shirts, polo shirts, and other shirts	○	○	-	○
(7) Blouses	○	○	-	○
(8) Aprons, cooking aprons, business and work wear	○	○	-	○
(9) Overcoats, topcoats, raincoats, and other coats	Coats for kimono using only specified fabrics as the cover material	○	-	○
	Others	○	○	○
(10) Rompers and children's overalls	○	○	-	○
(11) Underwear	Of a single kind of fiber	Printed	○	○
		Others	○	-
	For Japanese clothes using only specified fabrics as the cover material		○	-
	Others	○	○	-
(12) Nightwear	○	○	-	○
(13) Socks	○	-	-	○
(14) Tabi (Japanese-style socks to be worn with kimono)	○	-	-	○
(15) Gloves	○	-	-	○
(16) Handkerchiefs	○	-	-	○
(17) Blankets	○	○	-	○
(18) Sheets	○	○	-	○
(19) Towels and tenugui (Japanese-style hand towels)	○	-	-	○
(20) Haori (short coats to be worn over kimono) and kimono (traditional Japanese clothes)	For Japanese clothes using only specified fabrics as the cover material	○	-	-
	Others	○	○	-
(21) Mufflers, scarves, and shawls	○	-	-	○
(22) Dressing gowns	○	○	-	○
(23) Curtains	○	○	-	○
(24) Carpets (limited to those with piles)	○	-	-	○
(25) Coverlets (limited to those made of towels)	○	○	-	○
(26) Futon (Japanese-style quilts or mattresses)	○	-	-	○
(27) Blanket covers, futon covers, pillow covers and bed spreads	○	○	-	○
(28) Table cloths	○	-	-	○
(29) Neckties	○	-	-	○
(30) Swimming wear	○	-	-	○
(31) Furoshiki (Japanese-style wrapping cloths)	○	-	-	○
(32) Obi (Japanese-style sash belts for kimono)	○	-	-	○
(33) Obijime (sash fasteners) and Haori strings	○	-	-	○

ภาพที่ 8: ตัวอย่างเอกสารแสดงรายละเอียดสินค้า
ที่มา: เอกสารข้อกำหนด Household Good Quality Labeling Law

2. รายละเอียดที่ต้องแสดงบนฉลาก¹⁸

Names of fibers have been specified in the "Textile Goods Quality Labeling Regulations." (Designated terms). Details to be displayed will be indicated together with a percentage breakdown of the mix.

Terms indicating the names of fibers

Fiber		Designated terms (Indication name)
Cotton		綿
		コットン
		COTTON
Wool	Sheep wool	毛
		羊毛
		ウール
		WOOL
	Angora rabbit hair	毛
		アンゴラ
	Cashmere	毛
		カシミヤ
Mohair		毛
		モヘア
	Camel	毛
		らくだ
	キャメル	
Alpaca	毛	
		アルパカ
Others	毛	
Silk		絹
		シルク
		SILK
Hemp (limited to flax or ramie)		麻
Viscose rayon	Those with average polymerization degree of 450 or more	レーヨン
		RAYON
	Others	ボリノシッコ
		レーヨン
		RAYON
Dupramonium filament		キュプラ
Acetate fibers	Those where the hydroxyl groups are 92% or more acetic acid.	アセテート
		ACETATE
	Others	トリアセテート
		アセテート
		ACETATE
Promix fibers		プロミック
Nylon fibers		ナイロン
		NYLON
Aramid fibers		アラミド
Vinylon fibers		ビニロン
Polyvinylidene chlorate synthetic fibers		ビニリヂン
Polyvinyl chloride synthetic fibers		ポリ塩化ビニル
Polyester synthetic fibers		ポリエステル
		POLYESTER
Polyacrylonitrile synthetic fibers	Those that are at least 85% acrylonitrile	アクリル
	Others	アクリル系
Polyethylene synthetic fibers		ポリエチレン
Polypropylene synthetic fibers		ポリプロピレン
Polyurethane synthetic fibers		ポリウレタン
Polyclear fibers		ポリクリアール
Polylactic acid fibers		ポリ乳酸
Glass fibers		ガラス
Carbon fibers		炭素繊維
Metal fibers		金属繊維
Feather	Down	ダウン
	Other	フェザー
		その他の羽毛

ภาพที่ 9: รายละเอียดที่ต้องแสดง

ที่มา: เอกสารข้อกำหนด Household Good Quality Labeling Law

¹⁸ Consumer Affairs Agency, Ministry of Economy, Trade and Industry. Household Good Quality Labeling Law, Page 5, October 2010

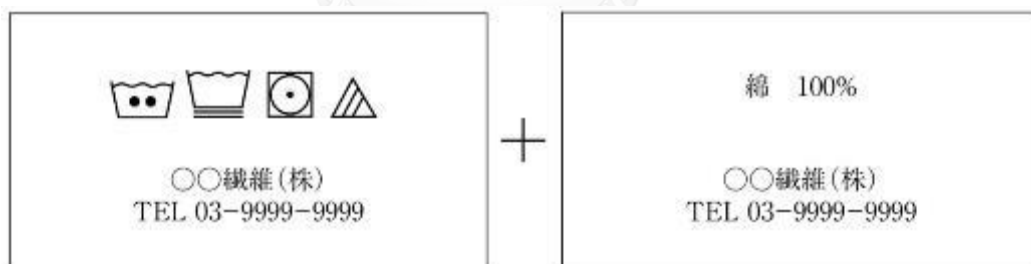
3. ชื่อทางการค้าและที่อยู่ของเจ้าของสินค้า ชื่อซึ่งหมายถึงชื่อเต็มหรือชื่อทางการค้า และสถานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ หมายเลขโทรศัพท์ จะต้องระบุในตำแหน่งที่โดดเด่นและชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจะมองเห็นได้อย่างง่ายดาย

4. ตัวอย่างฉลาก ฉลากสามารถทำได้ในหลายลักษณะไม่ว่าจะเป็นการเย็บติดลงไปที่ผลิตภัณฑ์โดยตรงเพียงอย่างเดียว หรือการเย็บติดลงไปที่ผลิตภัณฑ์โดยตรงและมีป้ายห้อยควบคู่กัน ซึ่งไม่ว่าผู้ผลิตจะเลือกในลักษณะใดข้อมูลที่将会แสดงให้ผู้บริโภคเห็นจะต้องครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งสิ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้¹⁹

4.1 แบบเย็บติดลงไปที่ผลิตภัณฑ์โดยตรงเพียงอย่างเดียว



4.2 แบบที่แบ่งข้อมูลเป็น 2 ส่วน โดยเย็บติดลงไปที่ผลิตภัณฑ์โดยตรงส่วนหนึ่งและเป็นป้ายห้อยอีกส่วนหนึ่ง



โดยข้อมูลในภาพตัวอย่างมีความหมาย ดังนี้

¹⁹ Consumer Affairs Agency, Ministry of Economy, Trade and Industry. Household Good Quality Labeling Law, Page 7, October 2010



1. ฝ้าย 100 เปอร์เซ็นต์
2. หากซักเครื่องให้ซักด้วยอุณหภูมิอ่อน
3. หากต้องการปั่นให้ใช้ความแรงในระดับที่เบา
4. การปั่นแห้งควรตั้งค่าความร้อนในระดับต่ำ
5. หากต้องการฟอกขาวต้องใช้น้ำยาที่ไม่ผสมคลอรีนเท่านั้น

ความหมายสากลของสัญลักษณ์ที่อยู่บนฉลากเสื้อผ้า



ภาพที่ 10: ภาพตัวอย่างสัญลักษณ์ที่ต้องแสดงในเสื้อผ้า

ที่มา: <http://www.irpro5.com/articles/286561/สัญลักษณ์การดูแลเสื้อผ้า%20.html>

ทั้งนี้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายต้องติดฉลากสินค้าเป็นภาษาญี่ปุ่น โดยระบุประเภท สัดส่วนของเส้นใย วิธีดูแลรักษา คุณสมบัติการกักกันน้ำ ชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ของผู้ติดฉลาก และประเทศที่ผลิต อีกทั้งติดเครื่องหมาย JIS MARK (Japanese Industrial Standards) ซึ่งเป็นมาตรฐานอุตสาหกรรมของประเทศญี่ปุ่น

นอกจากนี้อัตราภาษีนำเข้าต่างกันไปตามชนิด ตลาดสินค้าไทยในญี่ปุ่น สินค้าของไทยที่เข้าไปในประเทศญี่ปุ่น อาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

1. สินค้าอาหารและแปรรูป มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 25 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น สินค้ากลุ่มนี้ ได้แก่ เนื้อไก่แปรรูป อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป ผักผลไม้ อาหารกึ่งสำเร็จรูป เครื่องดื่มและอาหารไทยสำเร็จรูป
2. เครื่องจักร ชิ้นส่วนของเครื่องจักร รถยนต์และส่วนประกอบยานยนต์ เครื่องจักรและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 65 ของมูลค่าส่งออกของไทยไปประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ รถยนต์และส่วนประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบเครื่องปรับอากาศ วิทยุ เป็นต้น
3. สินค้าอื่นๆ เช่น สินค้าอุปโภคต่าง เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ของขวัญของชำร่วย ผลิตภัณฑ์สปาและเสริมความงามต่างๆ

จุดเด่นและจุดอ่อนของสินค้าไทยในสายตาผู้ซื้อญี่ปุ่น²⁰

จุดเด่นของสินค้าไทยในภาพรวม ผู้นำเข้าและผู้ซื้อญี่ปุ่นเห็นว่า สินค้าไทยมีคุณภาพดี มีมาตรฐานสูง การออกแบบสวยงามมีเอกลักษณ์ของตนเอง ภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในตลาดจึงโดดเด่นกว่าผู้ผลิตจากประเทศอื่นๆ ในเอเชีย โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอาหาร สินค้าเพื่อสุขภาพ และสินค้าหัตถกรรมของไทย แสดงออกถึงงานฝีมือที่ถ่ายทอดกันมาจากบรรพบุรุษ มีความประณีตบรรจง ซึ่งงานผลิตเหล่านี้ไม่สามารถผลิตในประเทศญี่ปุ่นได้ สินค้าหลายชนิดให้ความรู้สึกที่ดี กลมกลืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีระดับการสร้างสรรค์และแปลกใหม่ในการนำวัสดุธรรมชาติหลากหลายชนิดมาใช้ จึงเรียกความสนใจจากตลาดได้มาก ผลิตภัณฑ์ผ้า ผ้าทอมือมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทั้งด้านการออกแบบและการนำวัสดุใหม่ๆ มาใช้ ผลิตภัณฑ์สินค้าไทยได้รับความนิยมสูงตามลำดับ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไหมและฝ้าย ผลิตภัณฑ์ไม้ เซรามิก เครื่องประดับเงิน และผลิตภัณฑ์กระดาษ

²⁰ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว. จุดเด่นและจุดอ่อนของสินค้าไทยในสายตาผู้ซื้อญี่ปุ่น. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.depthai.go.th> [22 พฤศจิกายน 2555]

ในขณะที่จุดอ่อนของสินค้าไทยคือ ผู้นำเข้าและผู้ซื้อญี่ปุ่นให้ความเห็นว่า ผู้ผลิตไทยควรให้ความสำคัญต่อการเชื่อมโยงระหว่างรูปแบบกับประโยชน์ใช้สอย (Function Conscious Design) เช่น สมุดจดจากกระดาษสาต้องสามารถใช้งานได้จริง เสื้อหรือผ้าที่ใช้รองภาชนะต่างๆ ไม่ควรออกแบบให้มีสีสันสดใสหรือผสมหลากสี เพราะจะเข้ากับเครื่องครัวและภาชนะอื่นๆ ได้จำกัด ผู้ซื้อได้แสดงความกังวลในเรื่องต่างๆ เช่น ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ ความชื้นของเส้นใยธรรมชาติเพราะเกรงว่าจะขึ้นรา รวมทั้งข้อมูลกรรมวิธีการผลิต เช่น ย้อมสีธรรมชาติหรือเคมี ทอด้วยมือหรือเครื่องวิธีการใช้งานและการซักล้าง สารที่เคลือบบนภาชนะ และขนาดของสินค้าสำหรับผู้เป็น เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับกฎหมายความปลอดภัยของสินค้าสำหรับประเทศญี่ปุ่น

แนวโน้มและความสนใจของตลาด²¹

ผู้ซื้อญี่ปุ่นเป็นตลาดของผู้ซื้อที่มีความรู้สึกสัมผัส (Sense) เรื่องแฟชั่นสูง เป็เร็วและชอบแสวงหาสิ่งใหม่ๆ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อ ได้แก่ คุณภาพ คุณค่าของตัวสินค้า รูปแบบและสี ขณะนี้กระแสความนิยมของสินค้าเอเชียเชิงวัฒนธรรมเริ่มชะลอตัว ขณะเดียวกันภาพลักษณ์ของสินค้าเอเชียในสายตาผู้ซื้อ คือ สินค้าสำหรับฤดูร้อน โดยพื้นฐานของคนญี่ปุ่นนั้น มักมองและติดตามแฟชั่นของยุโรปตลอดเวลา สินค้าที่จำหน่ายได้ดีจึงควรมีการออกแบบที่เป็นสากล มีการผสมผสานของรูปแบบแบบตะวันออกเข้ากับตะวันตก การเน้นจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง เน้นศิลปวัฒนธรรมไทย แม้ว่าจะเรียกความสนใจได้มาก แต่ก็คงอยู่ในเวลานั้น และตลาดจำกัดความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดจึงขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น

1. ตัวสินค้า การแข่งขันและแสวงหาของกลุ่มผู้ค้า ทำให้มีการสั่งซื้อสินค้าจากทั่วโลกเข้าไปจำหน่าย ยิ่งกว่านั้นผู้นำเข้าญี่ปุ่นยังมีบทบาทเข้าไปแนะนำและสั่งผลิตสินค้าตามการออกแบบของตน (OEM) สินค้าที่นำเข้าจากแหล่งต่างๆ จึงมีความคล้ายคลึงกัน ชาวญี่ปุ่นโดยเฉพาะวัยรุ่น มักไม่สนใจว่าสินค้าจะมีแหล่งผลิตจากไหน แต่มักจะซื้อเพราะชอบรูปแบบการออกแบบ ต้องมีความแปลกใหม่สามารถใช้ประโยชน์ได้และใช้ได้นาน ตลาดญี่ปุ่นเริ่มเคลื่อนไปสู่สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น (High Value Added Products) ราคาจึงมีใช้ปัจจัยสำคัญ การเชื่อมโยงระหว่างนักออกแบบและผู้ผลิตเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้สินค้าไทยพัฒนาไปพร้อมๆ กับแนวโน้มตลาด

²¹ ²¹ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโตเกียว. แนวโน้มและความสนใจของตลาด. [ออนไลน์], แหล่งที่มา:<http://www.depthai.go.th> [22 พฤศจิกายน 2555]

2. มาตรฐานการควบคุมคุณภาพ ชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญต่อคุณภาพและมาตรฐานอย่างมาก มักบริโภคสินค้าไปพร้อมๆ กับการเรียนรู้ข้อมูลของสินค้า เป็นผู้ซื้อที่มีความตื่นตระหนกต่อความปลอดภัยสูง

3. การควบคุมคุณภาพและระยะเวลาส่งมอบ เป็นสิ่งสำคัญมาก ผู้นำเข้าถือว่าความเสี่ยงนี้เป็นต้นทุนสำคัญ เพราะตลาดเปลี่ยนเร็วและการแข่งขันสูง ความล่าช้าจึงหมายถึงการสูญเสียโอกาสและรายได้ มีการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานเดียวกัน และมีความต่อเนื่องในการผลิต

4. การนำสินค้าสู่ตลาด ผู้ผลิตควรกำหนดเป้าหมายตลาดที่ต้องการให้ชัดเจน การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศต่างๆ ยังคงเป็นวิธีนำเสนอสินค้าที่ได้ผลเพราะนอกจากจะได้พบผู้ซื้อจำนวนมากและทำให้ได้ติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวของผู้ผลิตจากแหล่งอื่น นิตยสารและสื่อประชาสัมพันธ์ยังคงมีบทบาทชี้้นำสูงในประเทศญี่ปุ่น หากมีการร่วมมือกับผู้นำเข้า นิตยสาร สื่อประชาสัมพันธ์และกลุ่มธุรกิจ ก็จะช่วยให้สินค้าจากประเทศไทยปรากฏแก่สายตาผู้ซื้อในวงกว้างขึ้น

ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่เต็มไปด้วยเกาะ มีพื้นที่เพียง 377,836 ตารางกิโลเมตร มีผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP) เท่ากับ 4,924 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2551 ซึ่งประเทศญี่ปุ่นจัดว่าเป็นตลาดนำเข้าสำคัญอันดับ 4 ของโลกรองจากสหรัฐอเมริกา เยอรมัน และจีน โดยมีมูลค่าการนำเข้า 762 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 22 (พ.ศ.2551) นอกจากนี้ประเทศญี่ปุ่นยังเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับ 2 ของประเทศไทยอีกด้วยและมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการนำเข้าและส่งออกในปี พ.ศ. 2550 พลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ นายกรัฐมนตรีของประเทศไทยในขณะนั้น ได้ลงนามในความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) กับนายกรัฐมนตรีของประเทศญี่ปุ่น นายชินโซ อาเบะ เพื่อเป็นการผลักดันความร่วมมือระหว่างไทย-ญี่ปุ่นให้ครอบคลุมรอบด้าน ทั้งด้านการค้า สินค้า การค้าบริการ การลงทุน และความร่วมมือในด้านต่างๆ และความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่นนี้ ได้มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550

ข้อมูลทั่วไป

ประเทศญี่ปุ่นได้รับเอกราชในปี ค.ศ. 1945 (หลังจากแพ้สงครามโลกครั้งที่ 2) เริ่มดำเนินการเร่งด่วนในเรื่องการฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจและด้วยการสนับสนุนจากประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศอื่นๆ ประเทศญี่ปุ่นจึงได้เข้าเป็นสมาชิกขององค์การระหว่างประเทศหลายแห่ง ซึ่งทำให้ประเทศญี่ปุ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการค้าเสรีหลายฝ่ายระหว่างประเทศและในฐานะที่เป็นสมาชิกสำคัญ

ของความตกลงทั่วไปเกี่ยวกับอัตราภาษีศุลกากรและการค้า (General Agreement of Tariffs and Trade) และองค์การเพื่อความร่วมมือและพัฒนาเศรษฐกิจ (Organization for Economic Cooperation and Development) ซึ่งมุ่งที่จะรักษาการค้าเสรีทำให้ในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญในด้านการค้า การเงิน และความช่วยเหลือด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก

ข้อมูลเศรษฐกิจประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากสหรัฐอเมริกา โดยมูลค่านำเข้าคิดเป็นร้อยละ 4.36 ของมูลค่าการค้ารวมของโลกในปี พ.ศ.2550 และร้อยละ 5.11 ของมูลค่าการส่งออกของโลก สืบเนื่องมาจากระบบการค้าเสรีที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์ใหม่สู่ตลาดโลก ปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศญี่ปุ่นมีการหดตัวเล็กน้อย ในขณะที่เศรษฐกิจโลกมีความแข็งแกร่งมากขึ้น ผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP) (คิดเป็นเงินเยน) มีความกว้างตัวมาก เนื่องจากยอดจำหน่ายสินค้า ประเทศญี่ปุ่นตกลงมีการปรับเปลี่ยนด้านราคาสินค้าที่ต่ำ ในขณะที่เดียวกันปริมาณการผลิตกลับมีอัตราสูงขึ้น รวมถึงการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง การส่งออกมีอัตราเติบโตเร็วกว่าการนำเข้า ปี พ.ศ.2551 อัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 9.54 ส่วนอัตรการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.47

ตารางที่ 8: ตารางสรุปข้อมูลเศรษฐกิจประเทศญี่ปุ่น

ผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP)	4,924 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (พ.ศ.2551)
อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ	ร้อยละ -0.641 (พ.ศ.2551)
อัตราการแลกเปลี่ยน	ประมาณ 90.9 เยนต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ (พ.ศ.2551) หรือ 38.50 บาทต่อ 100 เยน
รายได้เฉลี่ยต่อหัว	38,559 เหรียญสหรัฐฯ (พ.ศ.2551)
โครงสร้างของ GDP	การบริการ ร้อยละ 72.5 อุตสาหกรรม ร้อยละ 25.8 เกษตรกรรมร้อยละ 1.7
อัตราเงินเฟ้อ	ร้อยละ 1.4 (พ.ศ.2551)
อัตราการว่างงาน	ร้อยละ 4.0 (พ.ศ.2551)

ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น

ความสัมพันธ์ทั่วไปกับประเทศไทย

ที่ผ่านมาประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและราบรื่น ความร่วมมือระหว่างกันทั้งสองประเทศครอบคลุมทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของประเทศ ประเทศไทยได้มุ่งกระชับความสัมพันธ์และความร่วมมือกับประเทศญี่ปุ่นให้พัฒนาไปสู่ความเป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์และเศรษฐกิจ (Strategic and Economic Partnership) ทั้งสองฝ่ายแลกเปลี่ยนการเยือนในทุกระดับอย่างสม่ำเสมอไม่ว่าจะเป็นระดับราชวงศ์ระดับผู้นำประเทศ คณะรัฐมนตรี เป็นต้น และผ่านเอกอัครราชทูตไทยประจำประเทศญี่ปุ่นคนปัจจุบัน คือ นายสุวิทย์ สิมะสกุล (10 กรกฎาคม พ.ศ. 2547-2552) และเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย คือ นายเคียวจิ โคะมะจิ (H.E.MR.Kyoji Komachi) (กันยายน พ.ศ.2551-ปัจจุบัน) อีกทั้งได้ผ่านกลไกความสัมพันธ์เหล่านี้

1. การประชุมหุ้นส่วนทางการเมืองไทย-ญี่ปุ่น (Japan-Thailand Political Partnership Consultations – JTPPC)
2. การประชุมประจำปีทวิภาคีด้านการเมืองและการทหารทวิภาคีระหว่างกระทรวงกลาโหมและกระทรวงการต่างประเทศของไทยกับญี่ปุ่น (Bilateral Political and Military Meeting)
3. การประชุมความร่วมมือทางวิชาการประจำปีไทย-ญี่ปุ่น
4. การประชุมคณะกรรมการร่วมภายใต้กรอบความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจญี่ปุ่น-ไทย (Japan-Thailand Economic Partnership Agreement - JTEPA)
5. การประชุมคณะกรรมการความร่วมมือทางการค้าและเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (ภาคเอกชน)

ข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศญี่ปุ่นกับประเทศไทย²²

ตารางที่ 9: สภาวะการณ์การค้าของประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่น ระหว่างพ.ศ.2551 – 2554

ปี	ปริมาณการค้ารวม			ไทยส่งออก		ไทยนำเข้า		ดุลการค้า
	มูลค่า	สัดส่วน	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	
2551	53,627.89	15.02	15.33	20,093.64	10.90	33,534.25	18.16	-13,440.61
2552	40,747.11	14.24	-24.02	15,723.68	-21.75	25,023.42	-63.00	-9,299.74
2553	58,271.84	15.43	43.01	20,415.71	29.84	37,856.13	51.28	-17,440.42
2553 (ม.ค-เม.ย)	17,342.53	15.06	52.78	5,873.92	25.50	11,468.61	71.92	5,594.70
2554 (ม.ค-เม.ย)	21,569.50	14.68	24.37	7,770.06	32.28	13,799.44	20.32	6,029.38

มูลค่า : ล้านบาทสหรัฐ

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

การค้ารวม ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญของประเทศไทย โดยในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา (พ.ศ.2551 – 2553) มีมูลค่าการค้าเฉลี่ยปีละ 50,882.28 ล้านบาทสหรัฐ และในปี พ.ศ.2554 (ช่วงเดือนมกราคม-เมษายน) การค้ารวมระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่นมีมูลค่า 21,569.50 ล้านบาทสหรัฐ อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2553 (ช่วงเดือนมกราคม-เมษายน) คิดเป็นร้อยละ 24.37

การส่งออก ประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกอันดับ 2 ของไทย รองจากสาธารณรัฐประชาชนจีน การส่งออกของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา (พ.ศ.2551 – 2553) มีมูลค่าเฉลี่ยปีละ 18,744.34 ล้านบาทสหรัฐ และในปี พ.ศ.2554 (ช่วงเดือนมกราคม-เมษายน) ประเทศไทยส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมูลค่า 7,770.06 ล้านบาทสหรัฐ อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.28 เมื่อเทียบกับปีก่อนในช่วงเวลาเดียวกัน

สินค้าส่งออกสำคัญของประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ ยางพารา รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ไก่แปรรูป เม็ดพลาสติก แผงวงจรไฟฟ้า

²² สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร. ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. ข้อมูลทางการค้าระหว่างประเทศญี่ปุ่นกับประเทศไทย. [ออนไลน์], แหล่งที่มา:

<http://www2.ops3.moc.go.th/>

อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลิตภัณฑ์พลาสติก เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล เหล็ก และ เหล็กกล้า

สู่ทางการค้าและการลงทุน

ความร่วมมือระหว่างภาครัฐกิจญี่ปุ่นกับบริษัทต่างชาติเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ และ สร้างสรรค์เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ๆ มีเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน โดยประเทศญี่ปุ่นเป็นแหล่งลงทุนที่มีความสนใจ โดยนอกเหนือไปจากตลาดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก และผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูงทางการประเทศญี่ปุ่นยังได้ดำเนินการปรับ Co-operate Law เมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ.2548 เพื่อที่ การเข้ามาลงทุนจัดตั้งบริษัทในประเทศญี่ปุ่นจะเป็นไปได้ง่ายขึ้น โดยยกเลิกเงื่อนไขในการกำหนด เงินทุนขั้นต่ำและได้ปรับกฎเกณฑ์ในการบริหารจัดการบริษัทและการควบคุมกิจการให้มีความยืดหยุ่น มากขึ้น นอกจากนี้การเดินทางเข้าประเทศและระยะเวลาการพักอาศัยในประเทศญี่ปุ่นได้มีการ ปรับปรุงแก้ไขให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น

พฤติกรรมผู้บริโภค และตลาดการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของญี่ปุ่น²³

การสำรวจตลาดเพื่อให้ทราบถึงความต้องการบริโภคสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของคนญี่ปุ่น จำเป็นต้องทำการศึกษาข้อมูลในเชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงมากที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการกำหนด กลยุทธ์ในการผลิตและพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลด้านการตลาดภายในประเทศญี่ปุ่นเป็นหลัก

พฤติกรรมผู้บริโภคของคนญี่ปุ่น

ตลาดการบริโภคของคนญี่ปุ่นนับเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับต้นๆของโลก เนื่องจาก เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงด้วยรายได้เฉลี่ยต่อหัวประชากร (GDP Per Capita) ที่สูงถึง 34,312 เหรียญ สหรัฐอเมริกา หรือสูงกว่าประเทศไทยถึง 10 เท่าตัว โดยคนญี่ปุ่นมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการ บริโภคเสื้อผ้าและรองเท้าถึง 692 เหรียญสหรัฐฯ ต่อคนต่อปี หรือประมาณร้อยละ 2 ของรายได้เฉลี่ย ต่อหัวประชากร และนอกจากนี้แล้ว ในการจัดลำดับของ World Economic Forum (WEF) พบว่า

²³ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. รายงาน การศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจตลาดสิ่งทอญี่ปุ่นเชิงลึก: พฤติกรรมผู้บริโภค และตลาดการค้าสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่มของญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ, 2551

คนญี่ปุ่นมีพฤติกรรมการบริโภคที่มีความซับซ้อนสูงเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศสวีเดน จากประเทศที่ได้จัดอันดับทั้งหมด 134 ประเทศทั่วโลก ทั้งนี้ สามารถจำแนกพฤติกรรมการบริโภคเสื้อผ้าของคนญี่ปุ่นตามรูปแบบหรือลักษณะต่างๆที่สำคัญได้ดังนี้

รูปแบบการบริโภคตามระดับรายได้

โดยทั่วไปสามารถจำแนกพฤติกรรมได้ 3 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

กลุ่มผู้มีรายได้สูง ผู้บริโภคกลุ่มนี้นิยมเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีราคาแพง โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้จะนิยมเลือกซื้อเสื้อผ้าที่มีการตัดเย็บอย่างประณีตสวยงามและทันสมัย ซึ่งจะเป็นเสื้อผ้าที่มีคุณภาพดี โดยส่วนใหญ่จะนำเข้าจากยุโรปตะวันตกและอเมริกา มีปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละครั้งไม่มากนัก แต่มีหลายหลายรูปแบบและเป็นเสื้อผ้าแฟชั่นที่ทันสมัย

กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง ผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะนิยมเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีราคาปานกลาง ประกอบกับแฟชั่นเสื้อผ้าในประเทศญี่ปุ่นมีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคที่ต้องการตามสมัยแฟชั่น ซึ่งไม่สามารถซื้อเสื้อผ้าราคาแพงได้จึงหันมานิยมเสื้อผ้าที่มีราคาปานกลาง ซึ่งสามารถซื้อได้หลายๆชุด และหลากหลายรูปแบบ โดยเสื้อผ้าสำหรับผู้บริโภคในกลุ่มนี้บางส่วนมีการนำเข้าจากประเทศจีนและประเทศในกลุ่มอาเซียน

กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมใส่เสื้อผ้าที่มีลักษณะเฉพาะตัว ผู้บริโภคกลุ่มนี้ส่วนมากจะนิยมสินค้าที่มีความเฉพาะ มีเอกลักษณ์ และไม่ซ้ำกับใคร นิยมสินค้าที่มีกระบวนการในการผลิตที่พิถีพิถัน เช่น ผ้าบาติกที่เขียนลายลงผ้าไหมหรือฝ้าย ผ้ามัดย้อม และผ้าถักที่มีลักษณะเฉพาะจากประเทศแถบเอเชีย รวมถึงประเทศไทย โดยส่วนมากจะเป็นเสื้อผ้าที่มีคุณภาพในระดับปานกลาง มีลักษณะของลวดลายและการใช้สีที่ตรงตามรสนิยมของผู้บริโภคญี่ปุ่น มีราคาที่เหมาะสม และมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย

แหล่งที่มีการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเสื้อผ้าระดับสูง

เมื่อทำการพิจารณาพฤติกรรมการบริโภคตามภูมิภาคต่างๆของประเทศญี่ปุ่นแล้ว พบว่า ในปี พ.ศ.2550 พบว่าภูมิภาคที่ครัวเรือนมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่มมากที่สุด คือ โตไก (Tokai) โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 133,219 เยน ต่อปี รองลงมาคือ คันทอ (Kanto) ใช้จ่ายเฉลี่ย 132,036 เยน ต่อปี และชิโกกุ (Shikoku) ใช้จ่ายเฉลี่ย 122,095 เยน ต่อปี ซึ่งทั้งสามภูมิภาคมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครัวเรือนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ (119,221 เยน ต่อปี) และเมื่อพิจารณาตามเมืองต่างๆที่มีการบริโภคเครื่องนุ่งห่มสูงสุดใน 20 อันดับแรก ปรากฏว่าเมืองไซตามา ชิ (Saitama shi) ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่มสูงสุด โดยเฉลี่ย 174,504 เยน ต่อปี รองลงมาคือเมืองซากา ชิ (Saga shi) ใช้จ่ายเฉลี่ย 174,430 เยน ต่อปี และเมืองนาระ ชิ (Nara shi) ใช้จ่ายเฉลี่ย 160,787 เยน ต่อปี ตามลำดับ

ประเภทสินค้าที่เป็นที่นิยมบริโภคของคนญี่ปุ่น

จากการพิจารณาสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่มของครัวเรือน โดยจำแนกตามประเภทสินค้า พบว่า ในปี พ.ศ.2550 ครัวเรือนญี่ปุ่นมีการบริโภคเครื่องนุ่งห่มสำหรับผู้หญิงมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54 ของค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องนุ่งห่มของครัวเรือน รองลงมาคือเครื่องนุ่งห่มสำหรับผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 29 ของค่าใช้จ่ายรวม และเครื่องนุ่งห่มสำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 9 ของค่าใช้จ่ายรวม โดยมีสัดส่วนการซื้อดังนี้

ตารางที่ 10: ตารางแสดงสัดส่วนค่าใช้จ่ายเสื้อผ้าของครัวเรือนญี่ปุ่น

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทสินค้า	ผู้หญิง	ผู้ชาย	เด็ก
สินค้าประเภทเสื้อเชิ้ต	12.3	16.9	18.0
สินค้าประเภทเสื้อเชิ้ตทางการ	-	5.9	-
สินค้าประเภทชุดสูท	-	19.5	-
สินค้าประเภทชุดกระโปรง	12.0	-	52.0
สินค้าประเภทเสื้อคลุมตัวนอก	17.2	11.6	2.0
สินค้าประเภทกางเกง	9.5	10.9	-
สินค้าประเภทชุดชั้นใน	9.4	8.7	7.0
สินค้าประเภทเสื้อผ้าประจำชาติ	6.5	0.5	2.0
สินค้าเสื้อผ้าสำหรับเด็กอ่อน	-	-	9.0
สินค้าประเภทเสื้อสตรี	6.0	-	-
สินค้าประเภทเสื้อโคอท	5.0	4.5	-
สินค้าประเภทกระโปรง	4.2	-	-
สินค้าประเภทถุงน่อง ถุงเท้า	3.6	4.7	6.0
สินค้าประเภทชุดนอน	1.7	2.8	4.0
สินค้าประเภทเครื่องแบบนักเรียน	1.5	2.6	-
สินค้าประเภทอื่นๆ	10.9	11.4	-
รวม	100.0	100.0	100.0

ที่มา: Statistic Office of Japan, MIC 2007

แนวโน้มการบริโภคเครื่องนุ่งห่ม

การประเมินสถานการณ์และพฤติกรรมการบริโภคของครัวเรือนคนญี่ปุ่นในช่วงต้น อาจพอจะสรุปได้ว่า ระดับรายได้ รสนิยม และผู้หญิง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญในการเลือกบริโภคเสื้อผ้าและสิ่งทอของประเทศญี่ปุ่น และคาดว่าจะยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดตลาดการ

บริโภคเสื้อผ้าในอนาคต อย่างไรก็ตาม หากพิจารณากระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกอีกกระแสหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อการบริโภคเสื้อผ้าของตลาดญี่ปุ่น คือ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่จะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น ประเทศญี่ปุ่นในปัจจุบันมีประชากรรวม 127 ล้านคน โดยแยกเป็นชาย 62 ล้านคน และหญิง 65 ล้านคน ซึ่งในจำนวนนี้มีสัดส่วนประชากรที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปถึงร้อยละ 22 และคาดว่าในปี พ.ศ. 2593 จะเพิ่มสัดส่วนเป็นร้อยละ 40 ของประชากรรวม โดยผลจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างดังกล่าว ย่อมทำให้เกิดพฤติกรรมและความต้องการบริโภคเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มสำหรับผู้สูงอายุเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ทั้งในเชิงปริมาณ ประเภทสินค้า และคุณภาพของสินค้า จึงนับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างตลาดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าคงต้องปรับตัว รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพการผลิตและประเภทสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งอาจจะเป็นตลาดผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ของญี่ปุ่นอีกตลาดหนึ่งในอนาคต

ตลาดการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศญี่ปุ่น²⁴

ตลาดการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศญี่ปุ่น ในแต่ละปีจะมีมูลค่ารวมกันเกือบ 30,000 พันล้านเยน หรือ 8,213,741,160 บาท โดยจำแนกสัดส่วนและมูลค่าการค้าในตลาดต่างๆ ได้ดังนี้

ตลาดค้าส่ง สินค้าที่มีการค้าขายในตลาดนี้ ประกอบด้วยสิ่งทอ เครื่องแต่งกายและสิ่งประดับ โดยในปี พ.ศ.2550 มีมูลค่ารวม 17,317 พันล้านเยน ในจำนวนนี้เป็นสัดส่วนมูลค่าของสิ่งทอสูงถึงร้อยละ 76 ของมูลค่าค้าส่งรวม ส่วนที่เหลือเป็นมูลค่าของเครื่องแต่งกาย 4,411 พันล้านเยน หรือร้อยละ 24 ของมูลค่ารวม และเมื่อพิจารณามูลค่าการค้าในระยะ 3 ปีที่ผ่านมามูลค่าการค้าซื้อขายมีแนวโน้มปรับตัวลงเล็กน้อย ตามแนวโน้มการปรับตัวด้านการผลิตและการค้าระหว่างประเทศของประเทศญี่ปุ่น

ตลาดค้าปลีก ประกอบด้วยสินค้าประเภทผ้าผืน เครื่องแต่งกายและสิ่งประดับมีมูลค่าการค้าซื้อขายในปี พ.ศ.2550 จำนวน 10,629 พันล้านเยน ซึ่งลดลงเล็กน้อยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้หากพิจารณามูลค่ารายสินค้าของตลาดค้าปลีก พบว่าเครื่องแต่งกายเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงสุด 8,539 พันล้านเยน หรือประมาณร้อยละ 80.3 ของมูลค่าปลีกรวม แต่การเติบโตของตลาดในระยะ 5 ปีที่ผ่านมามีการหด

²⁴ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจตลาดสิ่งทอญี่ปุ่นเชิงลึก: ตลาดการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ, 2551

ตัวของมูลค่าการซื้อขายในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 1.1 ต่อปี อย่างไรก็ตามในระยะเวลา 2-3 ปีหลัง ตลาดค้าปลีกเริ่มมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยเฉพาะในปี พ.ศ.2550 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 ของปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ตลาดการค้าปลีก เครื่องนุ่งห่มของญี่ปุ่น ยังเป็นตลาดที่มีมูลค่าการซื้อขายมากที่สุดของเอเชียแปซิฟิก โดยมีสัดส่วนของมูลค่าตลาดถึงร้อยละ 37.6 รองลงมา คือ ประเทศจีน (ร้อยละ 31.6) ประเทศอินเดีย (ร้อยละ 9.4) และเกาหลีใต้ (ร้อยละ 6.1) และเมื่อพิจารณาสัดส่วนมูลค่าการซื้อขายตามประเภทสินค้าในตลาดค้าปลีกของเอเชียแปซิฟิกพบว่า ประเทศญี่ปุ่นยังมีมูลค่าการค้าปลีกเสื้อผ้าสตรีและเสื้อผ้าเด็กมากที่สุด ของอนุภูมิภาคนี้ สัดส่วนร้อยละ 4.7 และ 46.2 ของมูลค่าตลาดรวมตามลำดับ ในขณะที่ตลาดเสื้อผ้าบุรุษของประเทศญี่ปุ่นมีสัดส่วนมูลค่าเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศจีน

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น²⁵

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของผู้บริโภคในตลาดประเทศญี่ปุ่น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 150 ตัวอย่าง ซึ่งวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามเพื่อต้องการศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ตลาดการค้าปลีกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งเพื่อทราบถึงศักยภาพของตลาดและโอกาสที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยจะสามารถเจาะเข้าถึงตลาดญี่ปุ่นได้มากขึ้น แบบสอบถามประกอบด้วยการศึกษาข้อเท็จจริงพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของตลาดญี่ปุ่น 4 ส่วนหลัก ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไป
2. ลักษณะและพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเสื้อผ้า
3. ลักษณะและพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอ
4. ทักษะและความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย

โดยมีสาระสำคัญของข้อเท็จจริงในแต่ละส่วนที่ได้จากแบบสอบถามดังนี้

²⁵ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจตลาดสิ่งทอญี่ปุ่นเชิงลึก: ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น กรุงเทพฯ, 2551

ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนนี้ ประกอบด้วยรายละเอียดพื้นฐานของกลุ่มประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม 150 ตัวอย่าง อาทิ เพศ อายุ อาชีพ และระดับรายได้ เป็นต้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

เพศและอายุ ข้อเท็จจริงจากแบบสอบถามพบว่า ร้อยละ 52.06 ของกลุ่มประชากรตัวอย่างเป็นเพศชาย และร้อยละ 47.94 เป็นเพศหญิง โดยที่ร้อยละ 41.12 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 16-25 ปี รองลงมาคือช่วงอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.49 และช่วงอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.47

ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 36.08 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย รองลงมาคือระดับปริญญาตรีและระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 35.05 และ 22.68 ตามลำดับ โดยที่ร้อยละ 42.16 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนหรือนักศึกษารองลงมาคือพนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน และข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.47 และ 9.80 ตามลำดับ สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 300,001 – 400,000 เยน ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.93 รองลงมาคือ 200,001 – 300,000 เยนต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.62 และ น้อยกว่า 200,000 เยนต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.46

ลักษณะพฤติกรรม และความคิดเห็นของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเสื้อผ้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30.24 เลือกซื้อเสื้อผ้าโดยพิจารณาจากนิตยสารหรือหนังสือแฟชั่น ขณะที่แผ่นพับหรือใบปลิวโฆษณาจากร้านค้าและโฆษณาหรือรายการในโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มตัวอย่าง เป็นร้อยละ 22.07 และ 20.37 ตามลำดับ ทั้งนี้มีประเด็นข้อสังเกตที่น่าสนใจของอิทธิพลจากสื่ออินเทอร์เน็ตในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าที่มีสัดส่วนค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนญี่ปุ่นที่มีวิถีชีวิตเชื่อมโยงกับสารสนเทศอย่างมาก

นอกเหนือจากปัจจัยด้านสื่อโฆษณาและนิตยสารแล้ว ยังพบว่าปัจจัยภายนอก อาทิ เพื่อน ยังมีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มตัวอย่างด้วย โดยร้อยละ 31.91 ของกลุ่มประชากรตัวอย่างเห็นว่าเพื่อนมีอิทธิพลต่อการพิจารณาเลือกซื้อเสื้อผ้ามากที่สุด รองลงมาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือดารา นักร้อง โดยคิดเป็นร้อยละ 29.07 และผู้ใหญ่ บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือคิดเป็นร้อยละ 14.89 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเลือกซื้อเสื้อผ้าต่อชิ้น ผู้บริโภคร้อยละ 34.17 ใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าต่อชิ้นเฉลี่ย 6,001 – 8,000 เยน ขณะที่ร้อยละ 15.67 ใช้จ่ายเพื่อการซื้อเสื้อผ้าต่อชิ้นระหว่าง 4,001 – 6,000 เยน และ 2,001 – 4,000 เยนตามลำดับ ทั้งนี้จำนวนเงินเฉลี่ยในการซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ที่ 8,228 เยนต่อชิ้น

อิทธิพลของตราสินค้าต่อผลของการเลือกซื้อเสื้อผ้า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับตราสินค้าหรือแบรนด์เนม (Brand Name) คิดเป็นสัดส่วน 52.04 ขณะที่ร้อยละ 47.96 ไม่ให้ความสำคัญกับตราสินค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้า ทั้งนี้กลุ่มประชากรผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับตราสินค้าจะเลือกซื้อสินค้าที่มีตราสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับ 1 รองมาได้แก่ตราสินค้าจากประเทศอิตาลี และประเทศฝรั่งเศสตามลำดับ

สำหรับการเลือกซื้อเสื้อผ้าตราสินค้าจากประเทศไทยนั้น พบว่าผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ร้อยละ 77.55 ไม่เคยซื้อเสื้อผ้าตราสินค้าประเทศไทย แต่ได้แสดงความสนใจที่จะทดลองซื้อเสื้อผ้าตราสินค้าประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 74.35

โอกาสในการซื้อเสื้อผ้า ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นร้อยละ 30.28 จะซื้อเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเมื่อถึงเทศกาลเปลี่ยนแปลงฤดูกาล ขณะที่ร้อยละ 26.28 เลือกซื้อสินค้าเพราะความชอบโดยไม่มีโอกาสพิเศษใดๆ และร้อยละ 20.57 ซึ่งเมื่อมีการจัดรายการลดราคาตามลำดับ โดยพบว่าผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะซื้อเสื้อผ้าในช่วงฤดูใบไม้ร่วง (กันยายน – พฤศจิกายน) คิดเป็นร้อยละ 30.12 รองลงมาได้แก่ ฤดูร้อน (มิถุนายน – สิงหาคม) คิดเป็นร้อยละ 28.32 ฤดูหนาว (ธันวาคม – กุมภาพันธ์) ร้อยละ 23.49 และฤดูใบไม้ผลิ ร้อยละ 18.07 ตามลำดับ

จำนวนและความถี่ในการซื้อเสื้อผ้า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 46.00 ซื้อเสื้อผ้าใหม่ทุกๆ 3 เดือน ขณะที่ร้อยละ 3.00 และร้อยละ 19.00 ซื้อทุกเดือน และทุกๆ 6 เดือน ตามลำดับ โดยพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มที่ซื้อเสื้อผ้าทุกๆ 3 เดือน ส่วนใหญ่จะซื้อเสื้อผ้าเฉลี่ย 1-2 ชิ้น

สถานที่ในการซื้อเสื้อผ้า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นร้อยละ 31.92 จะเลือกซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าภายในห้างสรรพสินค้า (Department Store) รองลงมาคือ ร้านค้าเดี่ยว ที่ตั้งตามสถานที่ต่างๆ (Special Store) และ ร้านค้าลดราคาจากโรงงาน (Factory Outlet) คิดเป็นร้อยละ 28.72 และ 17.56 ตามลำดับ โดยประเภทของเสื้อผ้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อชิ้นนั้น ร้อยละ 47.34 ของมูลค่า

เสื้อผ้าทั้งหมดที่เลือกซื้อจะเป็นมูลค่าของการซื้อเสื้อ รองลงมาคือกางเกงและกระโปรงหรือคิดเป็นร้อยละ 26.73 และ 17.59 ตามลำดับ

ชนิดของเสื้อผ้าและเครื่องตกแต่งประเภทเสื้อผ้าที่ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นเลือกซื้อ
 ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อชุดลำลอง เสื้อผ้าแฟชั่นและชุดชั้นในมากที่สุด 3 อันดับแรก ขณะที่เครื่องตกแต่งประกอบเสื้อผ้าที่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อใน 3 อันดับแรก ได้แก่ กระเป๋าและเครื่องหนัง ถู่มือ ถูเท้า ถูรอง และรองเท้าตามลำดับ

ตารางที่ 11: ตารางแสดงลำดับชนิดของเสื้อผ้าที่คนไทยญี่ปุ่นเลือกซื้อ

ชนิดของเสื้อผ้า	อันดับ
ชุดลำลอง	1
เสื้อผ้าแฟชั่น	2
ชุดชั้นใน	3
ชุดกันหนาวหรือเสื้อโค้ท	4
ชุดทำงาน	5
ชุดกีฬา	6
ชุดนอน	7
ชุดสำหรับเด็ก	8
ชุดนักเรียนหรือชุดนักศึกษา	9
อื่นๆ	10

ตารางที่ 12: ตารางแสดงลำดับชนิดของเครื่องตกแต่งประกอบเสื้อผ้าที่คนไทยญี่ปุ่นเลือกซื้อ

ชนิดของเครื่องตกแต่งประกอบเสื้อผ้า	อันดับ
กระเป๋าและเครื่องหนัง	1
ถู่มือ ถูเท้า ถูรอง	2
รองเท้า	3
เครื่องประดับ	4
หมวก	5
ผ้าคลุมไหล่หรือผ้าพันคอ	6
เนคไท	7

ผลิตภัณฑ์สิ่งทอหรือเครื่องตกแต่งอื่นๆ	8
อื่นๆ	9

เกณฑ์การพิจารณาเลือกซื้อเสื้อผ้า สำหรับเกณฑ์ในการพิจารณาที่สำคัญ ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้านั้น ผู้บริโภคญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับความสวยงาม รูปแบบ ความทันสมัยของสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ คุณภาพของสินค้า และความสบายในการสวมใส่ ตามลำดับ ขณะที่ตราสินค้าและราคา จัดเป็นเกณฑ์การพิจารณาที่อยู่ในลำดับความสำคัญที่ 4 และ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 13: ตารางแสดงลำดับความสำคัญปัจจัยที่พิจารณาในการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มของคนญี่ปุ่น

สิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อ	อันดับ
ความสวยงาม รูปแบบ ความทันสมัยของสินค้า	1
คุณภาพของสินค้า เช่น การตัดเย็บ ความคงทน สีไม่ตก เป็นต้น	2
สวมใส่สบาย	3
ตราสินค้า	4
ความเหมาะสมของราคา	5
ความจำเป็นที่จะต้องใช้งาน	6
ความเหมาะสมกับบุคลิกภาพ	7
หน้าที่ (Function) หรือประโยชน์ในการใช้งาน เช่น ยับยั้งแบคทีเรีย การระบายเหงื่อ การกันน้ำ	8
ความสะดวกในการซื้อ	9
การมีของแถม แลกซื้อ การมีรายการชิงโชค	10
ความเป็นธรรมชาติ หรือการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น เสื้อผ้าที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ	11
การลดราคาสินค้าตามฤดูกาล	12
อื่นๆ	13

ช่องทางการเข้าถึงตลาด และการเตรียมพร้อมของผู้ประกอบการไทย²⁶

ปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นผลิตสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มเองไม่มากนัก โดยเฉพาะเครื่องนุ่งห่ม ประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้นำเข้าสุทธิ คือ เป็นผู้นำเข้ามากกว่าส่งออก ผู้ผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศต่างๆ จึงต้องการส่งสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปยังประเทศญี่ปุ่นกันเป็นส่วนใหญ่ การที่จะส่งสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มออกไปยังประเทศญี่ปุ่นนั้น การเข้าใจระบบการจัดซื้อของประเทศญี่ปุ่นเป็นเรื่องจำเป็นในการเข้าถึงตลาดญี่ปุ่น (Access to Japanese Market) และการเพิ่มขยายส่วนแบ่งตลาดญี่ปุ่นอยู่พอสมควร ทั้งนี้ ในปัจจุบันตลาดเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของประเทศญี่ปุ่น สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลัก ดังนี้

ตลาดระดับล่าง เป็นตลาดที่ผู้ซื้อสินค้าไม่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพสินค้ามากนัก ผู้ซื้อส่วนมากในตลาดนี้ให้ความสำคัญกับราคาและความพึงพอใจในรูปแบบสินค้าเป็นสำคัญ ซึ่งในปัจจุบันตลาดสิ่งทอเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยที่กำลังอยู่ในความสนใจของกลุ่มคนในตลาดนี้ คือ ตลาดโบ้เบ้ แพลทินัม จตุจักร จังหวัดเชียงใหม่ เพราะตลาดเหล่านี้มีสินค้าที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ราคาไม่สูงมากตรงกับความต้องการของผู้ซื้อในกลุ่มนี้

ห้างสรรพสินค้า (Department Store) ผู้ซื้อในตลาดนี้จะให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้ามาก ดังนั้นสินค้าในตลาดนี้จึงมีราคาสูง สินค้าส่วนใหญ่จะขายอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำของญี่ปุ่น เช่น ห้างสรรพสินค้ามีโซคุชิ โตคิว เป็นต้น โดยการขายในห้างสรรพสินค้ามีทั้งขายโดยห้างสรรพสินค้า นั้นๆ และขายโดยเจ้าของตราสินค้าที่ตั้งอยู่ภายในบริเวณห้างสรรพสินค้า (Specialty Stores Retailer of Private Label Apparel or Specialty Stores) มีสินค้าต่างๆ ของตราสินค้านั้นๆ

ตลาดค้าปลีก ตลาดค้าปลีกในประเทศญี่ปุ่นถือได้ว่าเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงมาก สามารถสั่งซื้อสินค้าในรูปแบบเดียวกันได้ครั้งละหนึ่งแสนถึงหนึ่งล้านตัว ซึ่งตลาดนี้เหมาะสำหรับเจ้าของโรงงานการผลิตที่มีความสามารถในการผลิตเสื้อได้ครั้งหนึ่งเป็นจำนวนมาก ตลาดค้าปลีกขนาดใหญ่ของประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ อีออน (มีห้างสรรพสินค้าที่จัดจำหน่าย คือ จัสโก มายคอลล และไดเอะ) อิโต

²⁶ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจตลาดสิ่งทอญี่ปุ่นเชิงลึก: ช่องทางการเข้าถึงตลาด และการเตรียมพร้อมของผู้ประกอบการไทย. กรุงเทพฯ, 2551

โยกาโต้ ยูนิโกล เป็นต้น ห้างสรรพสินค้าเหล่านี้ถือเป็นร้านค้าที่อยู่ในลักษณะของการจัดจำหน่ายสินค้าทั่วไป (General Merchandise Stores (GMS))

ช่องทางการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น

การส่งสินค้าเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นนั้น แบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ

สินค้าระดับตลาดล่าง ปัจจุบันมีผู้ซื้อชาวญี่ปุ่น (Collectors) จำนวนหนึ่งเข้ามาเลือกซื้อในประเทศไทยทุกเดือน ที่โบ๊ะแบ๋ แพลทินัม จตุจักร จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ค้าสินค้าใกล้เคียงกับตลาดดังกล่าวสามารถรวมกลุ่มกันทำการค้าเชิงรุก โดยประสานกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก ในการดำเนินการดังกล่าว ซึ่งการค้าในลักษณะดังกล่าวจะยังไม่มีจำนวนการซื้อขายในปริมาณมากๆ เช่น การค้าที่เป็นระบบจัดซื้อของบริษัทการค้าหรือเอเยนต์

สินค้าที่เข้าสู่ห้างสรรพสินค้าหรือตลาดค้าปลีก การส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประเภทนี้จะมีจำนวนมาก มีการซื้อขายต้องผ่านระบบการค้าของประเทศญี่ปุ่น โดยผ่านตัวแทนการค้า (Trading Firm) หรือตัวแทนจัดซื้อของประเทศญี่ปุ่น โดยเอเยนต์ในประเทศญี่ปุ่นจะติดต่อผ่านเอเยนต์ในประเทศไทยเพื่อให้จัดซื้อให้ เป็นต้น บริษัทตัวแทนการค้าของประเทศญี่ปุ่นที่อยู่ในประเทศไทย มีดังนี้

- Mitsubishi Company (Thailand) Ltd.

968, 24th-26th Floor, U-Chuliang Foundation Building,
Rama 4 Road, Silom, Bangrak, Bangkok 10500 Thailand
Tel: +66 2-632-4100 (10 lines), +66 2-632-4200 (15 lines) Fax: +66 2-632-4199
Website: <http://www.mitsubishicorp.com/th/en/>

- Itochu (Thailand) Ltd.

5th Floor, Hatindhorn Tower,
54 North Sathorn Road, Bangrak, Bangkok, 10500 Thailand
Tel: +66 2 266-3086 Fax: +66 2 266-3232-3
Website: <http://www.itochu.co.th/>

- Mitsui & Co (Thailand) Ltd.

15th – 16th Floor, Sathorn City Tower,
175 South Sathorn Road, Thungmahamek, Sathorn, Bangkok 10120, Thailand

Tel: +66 2 344-2222 Fax: +66 2 344-2022

Website: <http://www.mitsui.com/jp/en/index.html>

- Sumitomo Corporation Thailand Ltd.

20th-21st Floor, M.Thai Tower, All Seasons Place,
87 Wireless Road, Lumpini, Phatumwan, Bangkok 10330, Thailand

Tel: +66 2 654-0002-29 Fax: +66 2 654-0060-2

Website: <http://www.sumitomothailand.co.th/>

- Marubeni Thailand Co., Ltd.

10th -11th Floor, Sindhorn Building, Tower II
130-132 Wittayu Road, Lumpini, Patumwan, Bangkok 10330, Thailand

Tel: +66 2 256-6900

Website: <http://www.marubeni.co.th/>

- Toyota Tsusho (Thailand) Co., Ltd.

The Trading Firm Representing “Toyota Group”
607 Asoke-Dindaeng Road, HuayKwaeng Dindaeng,
Dindaeng, Bangkok 10400, Thailand

Tel: +66 2 625-5555 Fax: +66 2 625-5591

Website: <http://www.toyotaforkliftthailand.com/>

- Sumikin Bussan International (Thailand) Ltd.

5th Floor, Thaniya Building,
62 Silom Road, Bangrak, Bangkok, 10500, Thailand

Tel: +66 2 236-9124 Fax: +66 2 236-5335

ข้อเสนอแนะในการเตรียมตัวเข้าไปทำการค้ากับประเทศญี่ปุ่น

ผู้ประกอบการที่สนใจจะทำการค้ากับประเทศญี่ปุ่นควรจะเชื่อมั่นว่าสามารถเข้าถึงตลาดญี่ปุ่นได้ โดยการหาความรู้ทั่วไปและความรู้เฉพาะในการซื้อขาย และรสนิยมของตลาดในกลุ่มสินค้าที่คิดว่าจะต้องการเข้าถึงตลาด อาจจะเป็นการพูดคุยกับผู้ประกอบการไทยที่ทำการค้ากับญี่ปุ่นอยู่ขณะนี้ มีคนไทยที่ทำการค้าสิ่งทอเครื่องนุ่งห่มกับประเทศญี่ปุ่นอยู่นับเป็นพันราย นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะจากผู้มีประสบการณ์ที่ติดต่อกับประเทศญี่ปุ่นมากกว่า 20 ปี และยังเป็นผู้จัดซื้อให้กับญี่ปุ่นอยู่ในปัจจุบัน ให้คำแนะนำไว้ดังนี้

1. ผู้ผลิตของไทยควรปรับปรุงวัตถุดิบผืนผ้า ทางด้านความคิดสร้างสรรค์ และผลิตผ้าผืนที่มีนวัตกรรม เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันในสินค้าสิ่งทอเครื่องนุ่งห่มพื้นฐานที่แข่งขันกันที่ค่าแรงเป็นสำคัญ

2. ควรหาวิธีในการลดระยะเวลาในการผลิต ให้เหลือ 30-45 วัน ตั้งแต่การผลิตผ้าผืน การตกแต่งสำเร็จ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศจีนได้ เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นมีความโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้าจากประเทศไทยและอาเซียนอยู่มาก เพื่อลดการพึ่งพิงการนำเข้าจากประเทศจีน แม้ประเทศจีนจะได้เปรียบประเทศไทยเรื่องระยะเวลาขนส่ง ซึ่งใช้เวลาประมาณ 3 วัน ขณะที่ไทยใช้เวลา 7-10 วัน

3. ประเทศไทยควรที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการผลิต เพื่อที่จะให้สามารถสู้ราคากับประเทศอื่นได้

4. ควรพัฒนาเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มให้เหมาะสมกับฤดูกาล ฤดูร้อนใส่สบาย ฤดูหนาวใส่แล้วรู้สึกอบอุ่น และผ้ามีน้ำหนักไม่เกิน 140-150 กรัม สำหรับผ้าที่ใช้ในฤดูร้อน และ 200-220 กรัม สำหรับผ้าที่ใช้ในฤดูหนาว

5. ควรมีความรู้ภาษาญี่ปุ่นหรือใช้ผู้ที่มีความรู้ภาษาญี่ปุ่นช่วยในการเจรจาซื้อขาย

ข้อได้เปรียบคู่แข่ง ในการทำตลาดญี่ปุ่นของประเทศไทย

1. JTEPA ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีต้นทุนในการผลิตสูงทำให้สินค้ามีราคาสูงกว่าประเทศจีน แต่เนื่องจากภาษีนำเข้าของประเทศไทย ตามข้อตกลง JTEPA เป็นร้อยละ 0 แต่ประเทศจีนต้องเสียภาษีในการนำเข้าถึงร้อยละ 9-13 จึงทำให้ราคาสินค้าของประเทศไทยและจีนไม่แตกต่างกันมากนัก ในด้านราคา

2. ประเทศญี่ปุ่นต้องการเปิดตลาดใหม่โดยการมาทดลองทำธุรกิจการค้ากับประเทศในอาเซียน โดยเฉพาะประเทศไทย จึงนับได้ว่าเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะขยายช่องทางตลาดเข้าสู่ประเทศญี่ปุ่น

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มญี่ปุ่น²⁷

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันของอุตสาหกรรม เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการผลิต กระบวนการทางอุตสาหกรรม ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงเหตุและปัจจัยของความเข้มข้นของการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้นๆ เพื่อนำมาประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนของอุตสาหกรรมและคู่แข่ง ซึ่งจัดเป็นเครื่องมือสำคัญในการใช้วางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยจะได้นำแนวคิดของ Michael E. Porter มาใช้เป็นเกณฑ์กำหนดในการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญห้าประการที่ส่งผลต่อ

²⁷ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจตลาดสิ่งทอญี่ปุ่นเชิงลึก: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มญี่ปุ่น. กรุงเทพฯ, 2551

สภาวะการแข่งขันของแต่ละธุรกิจ อุตสาหกรรม หรือที่รู้จักอย่างแพร่หลายภายใต้แนวคิด Five Forces Model โดยมีกรอบแนวคิดหลักดังนี้

1. อุปสรรคในการเข้าสู่ธุรกิจ (Threat of New Entrants) ถ้าคู่แข่งสามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมได้ง่าย การแข่งขันในอุตสาหกรรมจะรุนแรงและเป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจในอนาคต การลดแรงกดดันของคู่แข่งรายใหม่ สามารถกระทำได้หากอุตสาหกรรมนั้นมีการดำเนินกิจกรรมหรือสร้างปัจจัยที่เป็นสิ่งกีดกันคู่แข่งได้ เช่น การประหยัดต้นทุนต่อหน่วยเมื่อผลิตปริมาณมาก การสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ การใช้เงินลงทุนมากในการเข้าสู่ธุรกิจ การใช้เวลาในการสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย และการเสียเปรียบเรื่องต้นทุนเนื่องจากผู้ผลิตเดิมมีความชำนาญในการผลิต รู้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบมากกว่า มีทำเลที่ตั้งดีกว่า และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เป็นต้น

2. อำนาจต่อรองของฝ่ายจัดหาวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ (Bargaining Power of Suppliers) ฝ่ายจัดหาวัตถุดิบในที่นี้หมายถึงผู้ขายวัตถุดิบหรือผู้แทนจำหน่ายในช่องทางการจัดจำหน่าย ถ้าฝ่ายจัดหาวัตถุดิบมีอำนาจการต่อรองมาก เช่น สามารถขึ้นราคาวัตถุดิบหรือกำหนดเงื่อนไขการจัดจำหน่ายสินค้า ลักษณะเช่นนี้ผู้ขายสินค้าจะต้องแข่งขันกันมาก โดยสรุปสถานการณ์ที่ทำให้เกิดอำนาจต่อรองสำหรับฝ่ายจัดหาวัตถุดิบมีหลายประการ ได้แก่ มีฝ่ายจัดหาวัตถุดิบน้อยราย หากสินค้าทดแทนได้ยากหรือไม่มีสิ่งทดแทน ความสำคัญของสินค้าหรือบริการของฝ่ายจัดหาวัตถุดิบที่มีต่อผู้ซื้อ ฝ่ายจัดหาวัตถุดิบสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์สูงและการเปลี่ยนฝ่ายจัดหาวัตถุดิบก่อให้เกิดต้นทุนสูง

3. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers) ถ้าลูกค้ามีอำนาจต่อรองในอุตสาหกรรมมาก สภาวะการแข่งขันจะรุนแรง เพราะอำนาจการต่อรองที่มากนี้ทำให้ลูกค้าสามารถต่อรองราคา และสามารถเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งได้ การตรวจสอบปัจจัยที่จะทำให้ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองมากอาจพิจารณาจาก ลูกค้าซื้อสินค้าในปริมาณมาก กลุ่มลูกค้ามีการรวมตัวกันเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายของผู้ขายแต่ละรายไม่มีความแตกต่าง และลูกค้ามีข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนของผู้ขายแต่ละราย

4. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes) นอกจากจะต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันจากคู่แข่งแล้ว ยังมีสินค้าทดแทนที่เข้ามาแข่งขันด้วย โดยเฉพาะถ้าราคาสินค้าทดแทนถูกกว่า ปัจจัยที่จะช่วยการคุกคามจากสินค้าทดแทน คือ ต้องพยายามสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ รักษาคุณภาพ เพิ่มคุณค่าในตัวสินค้า และสร้างภาพพจน์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง

5. ความเข้มข้นของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Existing Firms) พิจารณาจากจำนวนคู่แข่ง การพัฒนาเทคโนโลยีของคู่แข่ง และอัตราการเติบโตของตลาด ถ้าอุตสาหกรรมยังเติบโตสูงการแข่งขันจะไม่รุนแรง นอกจากนี้อุตสาหกรรมที่มีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรมากจะมีต้นทุนคงที่สูง ซึ่งจำเป็นต้องผลิตสินค้าจำนวนมากเพื่อให้มีต้นทุนคงที่ต่อหน่วยต่ำลง ลักษณะเช่นนี้จะทำให้อุปทานของสินค้าออกมา และเกิดการแข่งขันทันทุนตามมาได้

ทั้งนี้ผลการประเมินสภาพแวดล้อมในการแข่งขันทั้ง 5 ปัจจัยหลัก ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในตลาดผู้ค้าปลีกของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจำแนกออกเป็น 3 ตลาดหลัก คือ ตลาดเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มสำหรับเด็ก ตลาดเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผู้ชาย และตลาดเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผู้หญิง ซึ่งในวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นไปที่การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อสตรีญี่ปุ่น ดังนั้นในส่วนนี้ผู้วิจัยจึงศึกษาข้อมูลเฉพาะการประเมินสภาพแวดล้อมในการแข่งขันสำหรับตลาดเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผู้หญิงเท่านั้น ซึ่งสามารถสรุปผลการประเมินสภาพแวดล้อมการแข่งขันได้ดังนี้

ตลาดเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผู้หญิง (Womenswear)

พฤติกรรมผู้บริโภคเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของผู้หญิงได้รับอิทธิพลมาจากหลายปัจจัย อาทิ แฟชั่น สถานภาพทางสังคมรูปแบบของอุปสงค์ซึ่งมักจะขึ้นอยู่กับตราสินค้าและโฆษณา เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลให้อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อมีน้อยลง ในขณะที่อำนาจการต่อรองของผู้จัดหาหรือส่งมอบสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการขยายตัวของตลาดในระยะที่ผ่านมา มีแนวโน้มคงที่รวมทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ยังมีข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาด สำหรับสินค้าทดแทนในตลาดเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มผู้หญิงนั้น พบว่า ห้องเสื้อตัดและร้านค้าปลีกของโรงงานผู้ผลิต มีผลคุกคามต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ค้าปลีกลittle ในขณะ การแข่งขันระหว่างผู้ค้าปลีกด้วยกันเองค่อนข้างรุนแรง ซึ่งเป็นผลเนื่องจากองค์ประกอบของสินค้าส่วนใหญ่มีรูปแบบและคุณลักษณะคล้ายคลึงกันมาก

อำนาจของผู้ซื้อ (Buyer Power) ผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผู้หญิงในประเทศญี่ปุ่น ส่วนใหญ่จะมีลูกค้าที่เป็นปัจเจกบุคคลจำนวนมาก ผู้ประกอบการจึงสามารถสร้างความแตกต่างในรูปแบบของเสื้อผ้า เพื่อนำเสนอต่อผู้บริโภคได้ตามที่ต้องการ และแม้ว่าผู้บริโภคจะมีทางเลือกในการซื้อสินค้าด้วยการสั่งตัดจากห้องเสื้อหรือร้านตัดเสื้อตามสั่ง แต่อำนาจต่อรองของผู้ซื้อต่อผู้ค้าปลีกลittleมีน้อยมาก ยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่าแม้ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับตราสินค้าเป็นอย่างมาก แต่กลับพบว่าผู้บริโภคไม่ได้ยึดติดกับตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่งโดยเฉพาะ จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ค้าปลีกลittleมีอำนาจต่อรองมากขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของนักออกแบบมากกว่าชื่อเสียงของผู้ประกอบการค้าปลีก และนอกจากนี้ยังพบว่าประเทศญี่ปุ่นมีตลาดสินค้าที่ไม่มีตราสินค้าที่มีขนาดใหญ่และเป็นตลาดของผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ ในขณะที่กลุ่มบริโภคซึ่งต้องการซื้อสินค้าที่สามารถสะท้อนถึงสถานภาพทางสังคมและแสดงถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของตัวตน จะเป็นกลุ่มที่ผู้ค้าปลีกสามารถชักจูงได้ด้วยวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ อย่างไรก็ตามเนื่องจากกระแสแฟชั่นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและคาดเดาได้ยาก การนำเสนอขายสินค้าของผู้ค้าปลีกจึงต้องเน้นตามกระแสความต้องการให้เท่าทันและรวดเร็วในแต่ละช่วงเวลา

อำนาจของผู้จัดหาหรือส่งมอบสินค้า (Supplier Power) ผู้จัดหาหรือส่งมอบสินค้าหลักของตลาดค้าปลีกเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผู้หญิงในประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ โรงงานผู้ผลิตและบริษัทขายส่งเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดกลางหรือขนาดเล็ก โดยพบว่าภายใต้นโยบายการเปิดเสรีทางการค้า อำนาจของผู้ค้าปลีกในตลาดโลกกลับมีแนวโน้มลดลงอันเนื่องมาจากการแข่งขันของผู้ประกอบการที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำกว่าในภูมิภาคอื่น โดยเฉพาะจากประเทศจีน (อุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเป็นการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้น เนื่องจากมีความยุ่งยากในกระบวนการตัดเย็บ) นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการยังมีความเสี่ยงสูง จากการที่ผู้จัดหาหรือส่งมอบสินค้าไม่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตให้เท่าทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในตลาดแฟชั่นเสื้อผ้าที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการจัดหาสินค้าของผู้จัดหาหรือส่งมอบสินค้าส่วนใหญ่ซึ่งมีความหลากหลายของสินค้าน้อย จึงล้วนส่งผลให้ผู้ค้าปลีกมีบทบาทสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจผู้จัดหาหรือส่งมอบสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ

การเข้าสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ (New Entrants) ในระยะที่ผ่านมาการเติบโตของมูลค่าการค้าในธุรกิจประเภทนี้ของประเทศญี่ปุ่น มีการขยายตัวในอัตราค่อนข้างต่ำ จึงส่งผลให้ธุรกิจขาดความน่าสนใจในสายตาของผู้ประกอบการรายใหม่ แม้ว่าการเข้าสู่ธุรกิจจะทำได้ง่ายด้วยเงินลงทุนไม่มากนักก็ตาม และนอกจากนี้ตลาดเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มของผู้หญิงในประเทศญี่ปุ่นมีลักษณะแตกต่างจากตลาดในภูมิภาคอื่นๆ กล่าวคือ การเลือกซื้อเสื้อผ้าในประเทศญี่ปุ่น มิใช่เพียงเพื่อการใช้ประโยชน์ในการสวมใส่ตามความจำเป็นเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการสะท้อนความเป็นตัวตน และวิถีการดำเนินชีวิตของปัจเจกบุคคลของผู้สวมใส่เสื้อผ้าด้วย รวมทั้งตลาดผู้ซื้อในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วบางประเทศ อาจมีข้อกำหนดที่เป็นเงื่อนไขในการต่อต้านการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าจากประเทศผู้ผลิตที่ใช้แรงงานเด็กหรือมีสภาพการทำงานในโรงงานที่ขัดต่อกฎหมายการส่งเสริมสวัสดิการแรงงาน ซึ่งผู้ประกอบการรายใหม่ใดๆ ที่ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขดังกล่าวจะสูญเสียลูกค้าจากประเทศพัฒนาแล้ว

บางประเทศทันที ซึ่งในภาพรวมของการประเมินการเข้าสู่ธุรกิจเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผู้หญิงของผู้ประกอบการรายใหม่ จึงมีปัจจัยต่างๆ มากมายที่เป็นเงื่อนไขในการเข้าสู่ตลาด

การคุกคามจากสินค้าทดแทน (Substitutes) สินค้าทดแทนของเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผู้หญิง ที่ผู้ค้าปลีกสามารถจัดหาได้จะมีที่มาจากโรงงานผู้ผลิตโดยตรงและการติดต่อซื้อขายระบบออนไลน์ รวมทั้งสินค้าที่ผลิตด้วยการตัดเย็บจากร้านรับสั่งตัดเสื้อผ้าสตรีโดยเฉพาะ ซึ่งจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้ค้าปลีกในการจัดหาสินค้าสู่ตลาดเพื่อสร้างความหลากหลายให้กับสินค้าและผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี สินค้าลอกเลียนแบบและของปลอมจัดเป็นภัยคุกคามที่สำคัญต่อยอดขายของผู้ประกอบการการค้าปลีกอย่างมาก การประเมินภาพรวมของภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผู้หญิงจึงอยู่ในระดับปานกลาง

การแข่งขันจากผู้ประกอบการรายอื่น (Rivalry) ผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผู้หญิงในประเทศญี่ปุ่น ส่วนใหญ่ค่อนข้างกระจายตัวและมีสินค้าคล้ายๆกัน อย่างไรก็ตาม ยังมีโอกาสสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่จะเข้ามาแข่งขันได้ แต่การเพิ่มศักยภาพโดยการเปิดสถานที่จัดแสดงหรือจำหน่ายเสื้อผ้าใหม่ๆ จะเป็นการเพิ่มต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยเหล่านี้อย่างมาก แม้ว่าผู้ประกอบการบางรายจะมีการปรับเปลี่ยนหรือปรับตัวทางการค้าไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้ค่อนข้างง่าย แต่บางรายยังคงยึดมั่นอยู่กับการค้าเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มผู้หญิงอย่างเหนียวแน่น ทำให้การแข่งขันในภาพรวมของธุรกิจนี้ค่อนข้างจะมีความเข้มข้นและรุนแรง

นโยบายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการค้ากับประเทศญี่ปุ่น

ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอรายละเอียดของกฎระเบียบและเงื่อนไขข้อตกลงทางการค้าต่างๆ ที่เป็นทั้งกฎเกณฑ์โดยทั่วไปและข้อตกลงทางการค้าต่างๆ ที่เป็นทั้งกฎเกณฑ์โดยทั่วไปและข้อตกลงที่เป็นเงื่อนไขทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผู้ประกอบการไทยที่สนใจจะทำการค้ากับประเทศญี่ปุ่น จำเป็นจะต้องสร้างความรู้และทำความเข้าใจกับกฎระเบียบดังกล่าวให้อ่องแท้เพื่อผลประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของตนเอง โดยเนื้อหาจะประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญ คือ ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทยและญี่ปุ่น (JTEPA) และกฎระเบียบการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศญี่ปุ่น

1. เงื่อนไขการทำความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (Japan – Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA)

ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประเทศญี่ปุ่นทั้งทางเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุน โดยประเทศไทยมีการค้าขายกับประเทศญี่ปุ่นมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นมูลค่าสูงกว่า 1.6 ล้านล้านบาทต่อปี ปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นได้ดำเนินการจัดทำข้อตกลงการเจรจาเขตการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ มากขึ้น รวมถึงการทำความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมถึงการเปิดเสรีและอำนวยความสะดวกให้แก่การค้าสินค้าและบริการ ส่งเสริมให้มีการค้าไร้กระดาษ อำนวยความสะดวกการยอมรับผลการตรวจประเมินสินค้าหรือกระบวนการร่วมกัน ส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุนระหว่างกัน การอำนวยความสะดวกด้านการเคลื่อนย้ายบุคคล รวมถึงเสริมสร้างการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพและไม่เลือกปฏิบัติเพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุน ตลอดจนเสริมสร้างความร่วมมือเพื่อประโยชน์ร่วมกันในการจัดซื้อจัดจ้างและส่งเสริมการแข่งขันที่เสรี ยุติธรรม นอกจากนี้ ความตกลงยังมีขอบเขตครอบคลุมถึงการจัดตั้งกรอบความร่วมมือสองฝ่าย และส่งเสริมความโปร่งใสในการใช้กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องภายใต้กรอบความตกลง JTEPA

1.1 JTEPA กับสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย สินค้าที่ประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นนำมาลดหรือยกเลิกภาษีหรือกำหนดโควตาพิเศษภายใต้ข้อตกลงความเป็นหุ้นส่วนเศรษฐกิจนั้น คิดเป็นจำนวนกว่าร้อยละ 90 ของรายการสินค้าที่ดำเนินการค้าขายระหว่างกัน และคิดเป็นกว่าร้อยละ 95 ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่นและการส่งออกจากประเทศญี่ปุ่นไปประเทศไทย ซึ่งสินค้าในหมวดสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เป็นกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมส่งออกสำคัญที่ประเทศญี่ปุ่นเปิดตลาดให้แก่ประเทศไทย โดยประเทศไทยจะได้รับสิทธิประโยชน์จากความตกลงด้วยการยกเลิกภาษีนำเข้าสิ่งทอจากประมาณร้อยละ 2.7-13.4 และสินค้าในหมวดเครื่องนุ่งห่ม ที่มีอัตราภาษีนำเข้าประมาณร้อยละ 5.0-13.4 เหลือร้อยละ 0 ในทันที

ข้อเสนอการเปิดตลาดของประเทศญี่ปุ่นให้แก่สินค้าอุตสาหกรรมไทย

สินค้า	ภาษีนำเข้าปัจจุบันของญี่ปุ่น (ร้อยละ)	การลดภาษีนำเข้าของญี่ปุ่น ภายใต้ JTEPA
สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	2.7-13.4	ยกเลิกทันที
รองเท้าและเครื่องหนัง	2.4-30	-
ปิโตรเลียมและผลิตภัณฑ์พลาสติก	2.5-21.3	ยกเลิกทันทีหรือยกเลิกใน 5 ปี
สารเคมีและเคมีภัณฑ์	2.5	ยกเลิกทันที
อัญมณีและเครื่องประดับ	2.7-10	ยกเลิกทันที

อย่างไรก็ตาม สินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยจะสามารถใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีดังกล่าวได้ก็ต่อเมื่อเป็นสินค้าที่มีกระบวนการผลิตผ่านเกณฑ์ภายใต้เงื่อนไขของกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rule of Origin: ROO) ซึ่งกำหนดไว้สำหรับสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ผู้ผลิตมีการนำเข้าวัตถุดิบดังนี้

1) สินค้าสิ่งทอ (50-60 และหมวด 63) กำหนดให้สินค้าต้องผ่านกระบวนการผลิตอย่างน้อย 2 ขั้นตอนในประเทศ (Two Process Rule) ตัวอย่างเช่น ในกรณีของการผลิตผ้าฝ้าย หากผู้ผลิตไทยนำเข้าเส้นด้ายจากประเทศที่สาม เส้นด้ายดังกล่าวจะต้องนำมาผ่านกระบวนการพอกย้อมและทอเป็นผ้าฝ้ายในประเทศไทย แต่หากเส้นด้ายผลิตภายในประเทศไทยแล้ว การผลิตผ้าฝ้ายดังกล่าวจะผ่านเกณฑ์ภายใต้เงื่อนไขของกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าทันที

2) สินค้าเครื่องนุ่งห่ม (หมวด 61-62) สินค้าสามารถผ่านกระบวนการผลิตขั้นแรกในประเทศคู่ภาคี หรือประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนได้ ก่อนที่จะผ่านขั้นตอนที่สองในประเทศไทยหรือภาคีที่เป็นประเทศผู้ส่งออก (Two-process Rule with ASEAN Commutation) ซึ่งหมายความว่าผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่ม สามารถนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อนำมาตัดเย็บต่อในประเทศไทยได้ โดยดีกว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าในหมวดสินค้าเครื่องนุ่งห่มนี้ เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มไทยสามารถเลือกนำเข้าผ้าฝ้ายที่ไม่มีการผลิตในประเทศไทย มาดำเนินการตัดเย็บและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มได้

ทั้งนี้ แนวทางการลดภาษีและเกณฑ์กำหนดภายใต้เงื่อนไขของกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า ล้วนได้รับการสนับสนุนและเห็นชอบจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทยอย่างกว้างขวาง เนื่องจากทุกฝ่ายตระหนักและเชื่อมั่นว่าความตกลงดังกล่าวจะเป็นกลไกที่ช่วยผลักดันและส่งเสริมการตลาดสิ่งทอไทยในตลาดประเทศญี่ปุ่นให้ขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่มีคุณลักษณะเฉพาะ (Niche Market) ตลอดจนยังเป็นแนวทางที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือทั้งทางด้านการผลิต การตลาด และการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ระหว่างอุตสาหกรรมไทยและญี่ปุ่น รวมถึงยังช่วยยกระดับความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศให้ได้รับผลประโยชน์จากข้อตกลงการยกเลิกภาษีอย่างทั่วถึง

ข้อมูลที่ได้ศึกษาในข้างต้น นับเป็นข้อมูลพื้นฐานที่มีความสำคัญสำหรับผู้สนใจทำธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศญี่ปุ่น เพราะเป็นข้อมูลที่ช่วยให้เข้าใจทั้งพฤติกรรม แนวความคิด ทัศนคติ ลักษณะนิสัย ไปกระทั่งรสนิยมในการเลือกซื้อสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ตลอดจนข้อมูล

ทางด้านเศรษฐกิจ กฎเกณฑ์ กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆที่มีความสำคัญที่พึงรู้ก่อนเริ่มทำธุรกิจในประเทศไทย

นอกจากการทำความเข้าใจกลุ่มผู้บริโภคในด้านต่างๆแล้ว สำหรับวิจัยฉบับนี้ซึ่งเป็นวิจัยเพื่อต้องการหาแนวทางในการเลือกและพัฒนาผ้าไทยสำหรับการออกแบบเสื้อผ้าเพื่อส่งออกประเทศญี่ปุ่น เรื่องสำคัญอีกหนึ่งเรื่องที่ต้องศึกษา คือเรื่องของผ้าไทย ดังนั้นในส่วนนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเรื่องผ้าไทย ที่มีความสำคัญต่องานวิจัย

ส่วนที่ 2 ผ้าไทย

ผ้า เป็นประดิษฐกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ป้องกันร่างกายจากสภาพภูมิอากาศและสิ่งที่จะทำอันตรายต่อผิวหนัง ทั้งยังเป็นสิ่งที่ใช้ประดับร่างกายให้สวยงาม ซึ่งเกิดจากวัตถุดิบธรรมชาตินำมาแปรรูปเป็นเส้นใยและพัฒนาคุณภาพของเส้นใยให้เหมาะสมกับกรรมวิธีการทอและการสร้างลวดลายและสีสันทนผืนผ้าด้วยวัสดุต่างๆ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน เช่น เส้นไหมต้องผ่านการต้มแยกกากไหม การย้อมสีในลักษณะต่างๆ จนกระทั่งการถักทอที่ใช้เวลาในการเรียนรู้ สังเกตประสบการณ์ไม่ว่าจะด้วยวิธีการในการทอแบบใด เพื่อให้ได้ผืนผ้าที่ใช้ประโยชน์ได้ตามความต้องการและเหมาะสม ทั้งนี้ผ้าทอของไทยมีความสำคัญหลักอยู่ 3 ประการ อันได้แก่

1. เพื่อสนองต่อความจำเป็นขั้นพื้นฐานของการดำรงชีวิต เพราะผ้าเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่ถือกันว่าเป็นของจำเป็นที่ต้องมีและต้องใช้ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เพื่อการนุ่งห่ม และใช้ในพิธีกรรมต่างๆ
2. เป็นเครื่องแสดงถึงฐานะ กล่าวคือการแต่งกายเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงฐานะของผู้คนในสังคม โดยทั่วไปชาวบ้านจะใช้ผ้าฝ้าย เพราะมีขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตตั้งแต่การปลูกฝ้ายจนกระทั่งทอเป็นผืนที่ไม่สลับซับซ้อน อีกทั้งการดูแลรักษาก็ไม่ต้องพิถีพิถันเท่ากับผ้าไหม ส่วนผู้ที่นิยมสวมใส่ผ้าไหม มักเป็นเจ้านายและชนชั้นสูง การทอที่มีลวดลายสวยงาม และสีสันทนก็แสดงถึงฐานะเช่นกัน การที่จะทอให้มีลวดลายที่สวยงามและวิจิตรนั้น ผู้ทอจะต้องมีเวลาในการทอ เช่นถ้าคนใดใส่ผ้าตีนจกทั้งผืน จะแสดงว่ามีฐานะเพราะมีเวลาทอ การทอผ้าตีนจกต้องใช้เวลาในการทอนานและต้องใช้ฝีมือในการทออย่างมาก
3. เพื่อแสดงถึงการแบ่งหน้าที่ระหว่างหญิงและชาย ชาวชนบทส่วนใหญ่มีอาชีพในการทำไร่ทำนามาตั้งแต่โบราณ ในยามว่างผู้หญิงก็จะทอผ้า ผู้ชายก็จะตีเหล็ก การทอผ้าแสดงให้เห็นถึงความเป็นหญิงอย่างเด่นชัดเพราะการทอผ้าต้องใช้ความขยัน ความอดทน ความพยายาม ความประณีต ความละเอียดอ่อน เริ่มตั้งแต่การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม การสาว

ใหม่ แล้วผ้ากระบวนการต่างๆ จนกระทั่งได้เส้นไหมเป็นวัตถุดิบสำหรับการทอผ้าแบบต่างๆ ส่วนฝ้ายก็เช่นเดียวกัน การทอผ้าโดยทั่วไปของชาวชนบทไทยจะใช้เครื่องทอผ้าด้วยมือเรียกว่ากี่

ข้อมูลเรื่องการแบ่งประเภทของผ้าไทย

การจัดประเภทของผ้าทอในประเทศไทยสามารถแบ่งได้ด้วยเกณฑ์การแบ่ง 5 เกณฑ์ คือแบ่งตามวัตถุดิบที่ใช้ในการทอ แบ่งตามแหล่งผลิตในภูมิภาคต่างๆ แบ่งตามกรรมวิธีในการทอ แบ่งตามลวดลายในการทอ และแบ่งตามลักษณะเนื้อผ้า หากแต่ในวิจัยฉบับนี้เป็นการหาแนวทางในการเลือกและพัฒนาผ้าไทยเพื่อให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการและรสนิยมของคนญี่ปุ่น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสนทนากลุ่ม (Focus group) กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบไทย ที่มีความชำนาญเรื่องการออกแบบเสื้อผ้าจากผ้าไทย รวมกันแสดงความคิดเห็นว่าผ้าไทยในลักษณะใดที่จะเหมาะสมกับคนญี่ปุ่นที่มีบุคลิกภาพการแต่งกายที่แตกต่างกัน ในช่วงฤดูกาลที่แตกต่างกัน จากการสนทนากลุ่มในครั้งนั้น ผู้เชี่ยวชาญโดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าหากต้องการทำผ้าไทยให้สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของคนญี่ปุ่นนั้นควรที่จะทำผ้าให้เหมาะสมกับภูมิอากาศในแต่ละช่วงฤดูกาล ทั้งนี้ต้องปรับที่ความหนาบางของผืนผ้า และอีกประเด็นที่สำคัญ คือ ลวดลายและสีสันทันควรเหมาะสมกับรสนิยมของคนญี่ปุ่น ซึ่งผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าลวดลายดั้งเดิมนั้นไม่เหมาะสม ทั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการสรุปผลการสนทนากลุ่มอย่างละเอียดอีกครั้งใน บทที่ 4 ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล แต่ในบทที่ 2 นี้ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นในเรื่องของการแบ่งประเภทของผ้าไทยทั้งหมด 3 เกณฑ์ ได้แก่

- แบ่งตามวัตถุดิบที่ใช้ในการทอ
- แบ่งตามกรรมวิธีการทอ
- แบ่งตามลักษณะเนื้อผ้า

และในส่วน of ข้อมูลเรื่องการแบ่งตามแหล่งผลิตในภูมิภาคต่างๆ และการแบ่งตามลวดลายในการทอ เป็นสิ่งที่ผลจากการสนทนากลุ่มลงความเห็นว่าจะเปลี่ยนให้เหมาะสมกับรสนิยมของคนญี่ปุ่น จึงไม่เป็นข้อมูลที่จำเป็นที่จะใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยฉบับนี้

การแบ่งผ้าไทยตามวัตถุดิบที่ใช้ในการทอ

การแบ่งผ้าไทยตามวัตถุดิบที่ใช้ในการทอจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ฝ้ายและไหม ซึ่งนับเป็นผ้าที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยและได้รับการยอมรับในด้านความงามและการผลิตด้วยฝีมืออันประณีต อีกทั้งกระบวนการในการผลิตทุกขั้นตอนสามารถเกิดขึ้นได้ภายใน 1 ครัวเรือน ตั้งแต่การสร้างวัตถุดิบ จนกระทั่งการทอจนกลายเป็นผืนผ้าที่สวยงาม

ฝ้าย เป็นพืชเศรษฐกิจที่ปลูกได้ทุกภาคของประเทศไทยเพราะเป็นพืชเขตอากาศร้อน ชอบดินเหนียวปนทราย อากาศโปร่ง ไม่ชอบที่ร่มเงาบัง เส้นใยของฝ้ายดูดความชื้นได้ง่าย เป็นตัวนำความร้อนที่ไม่ดีจึงเหมาะสำหรับทอเป็นเครื่องนุ่งห่มในเมืองร้อน เพราะเมื่อฝ้ายดูดความชื้นแล้วความชื้นจะระเหยกลายเป็นไอ ผู้ที่สวมใส่เสื้อผ้าจากใยฝ้ายจะรู้สึกเย็นสบาย ฝ้ายจะสามารถปลูกได้ดีในช่วงเดือนพฤษภาคมต่อเดือนมิถุนายน และช่วงปลายเดือนกรกฎาคมต่อเดือนสิงหาคม เพราะระยะเวลา 4-5 เดือนนี้เป็นฤดูฝน จะช่วยให้ฝ้ายได้รับฝนดี พอประมาณเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคมฝ้ายจะแก่และแตกปุย การปลูกฝ้ายชาวบ้านจะปลูกไปพร้อมกับปลูกข้าว คือหว่านข้าวในนา และในขณะที่รอให้กล้าโตก็จะทำการปลูกฝ้ายไปด้วยโดยปลูกในไร่หรือเนื้อที่ว่างบริเวณบ้านซึ่งสามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง และเมื่อเสร็จจากการปลูกฝ้าย กล้าในนาที่โตพอดีหลังจากนั้นก็ถอนกล้าและดำนาต่อไปพร้อมกันนั้นก็บำรุงรักษาฝ้ายที่ได้ทำการปลูกไว้ ระยะเวลาที่ใช้ในการปลูกฝ้ายจนกระทั่งสามารถเก็บปุยได้ ใช้เวลาประมาณ 6-7 เดือน ชาวบ้านทุกครัวเรือนสามารถปลูกฝ้ายได้ และนำเส้นใยของฝ้ายมาทอเป็นผืนผ้าสำหรับนุ่งห่มและใช้สอยในชีวิตประจำวัน

การผลิตเส้นฝ้ายมี 4 ขั้นตอน คือ

1. การอ้วฝ้าย คือ การแยกเมล็ดออกจากปุยฝ้าย
2. การคัดฝ้าย คือ การนำฝ้ายที่แห้งไปคัดเพื่อให้ฝ้ายฟูขึ้น ละเอียด และเป็นเนื้อเดียวกัน
3. การลื้อฝ้าย คือ การนำฝ้ายที่คัดละเอียดดีแล้วไปดิ่งใส่หลอดกลมเพื่อนำไปทำเป็นเส้นด้าย
4. การเข็นฝ้าย คือ การปั่นฝ้ายโดยการนำลื้อฝ้ายมาดึงออกเป็นเส้นเล็กๆ การเข็นฝ้ายจะนิยมทำกันตอนกลางคืน โดยจะมานั่งเข็นฝ้ายพร้อมกันข้างกองไฟ เรียกว่า การลงช่วง นับเป็นประเพณีของชาวอีสานที่ทำให้หญิงสาวและชายหนุ่มได้มาพบกัน และผู้ชายจะเป่าแคนเกี่ยวสาวไปด้วย

ไหม เส้นใยไหมได้จากตัวไหม ซึ่งจะเลี้ยงมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือและภาคกลางตามลำดับ ส่วนภาคใต้นั้นก็มีการเลี้ยงบ้างแต่ไม่มากนัก สำหรับการเลี้ยงไหม ชาวบ้านจะเริ่มต้นจากการปลูกต้นหม่อนสำหรับเป็นอาหารของตัวไหม ต้นหม่อนขึ้นได้ดีในดินเกือบทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นดินดี หรือดินที่มีคุณสมบัติไม่ดีก็ตาม โดยหม่อนจะต้องการความชุ่มชื้นเล็กน้อยในระยะตั้งตัว แต่เมื่อโต หม่อนจะทนความแห้งแล้งได้ดีพอสมควร การเลี้ยงไหม ตัวไหมเป็นสัตว์ชนิดหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายตัวหนอน เมื่อแก่ตัวเข้าจะชักใยหุ้มตัวของมันเอง และตัวไหมจะอาศัยอยู่ภายในนั้น ชาวบ้านจะเอาใบหม่อนที่หั่นเป็นฝอยๆ ไปให้ตัวไหมกินและเฝ้าดูแลตัวไหมชักใย ตัวไหมและใบหม่อนสามารถเลี้ยงและปลูกได้ทุกบ้าน ชาวบ้านจะเอารังไหมมาสาวเพื่อให้ได้เส้นไหม ต่อจากนั้นก็นำเส้นไหมมาฟอกโดย

นำมาต้มฟอกด้วยด่างเพื่อขับให้สีเส้นไหมเดิมออก แล้วนำมาทากเพื่อให้เห็นใยไหมติดต่อกันเป็นเส้นเดียวกันตลอด หลังจากนั้นก็นำมาย้อมสีแล้วจึงนำไปทอเป็นผืนผ้าตามที่ต้องการ เส้นใยไหมมีคุณสมบัติ คือลื่น มัน และยืดหยุ่นได้ดี ทั้งนี้เส้นไหมที่สาวออกมาได้จะมีคุณภาพแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับวิธีการสาวไหม ซึ่งสามารถแบ่งการสาวไหมได้เป็น 4 วิธี ดังนี้

1. ไหมล่ง หรือ ไหมเลย คือ เส้นไหมที่ได้จากการสาวครั้งเดียวจนใยไหมหมดจากรังไหม เส้นใยที่ได้จะมีขนาดค่อนข้างใหญ่ และมีคุณภาพปานกลาง
2. ไหมลืบ คือ เส้นไหมเปลือกนอก การสาวไหมจะสาวเอาเฉพาะเปลือกนอก แล้วยกรังไหมออกพักไว้ ทำเช่นนี้จนหมดรังไหมที่จะสาวในแต่ละวัน เส้นไหมที่ได้จะมีความแข็งแรงและมีความมันวาวน้อย คุณภาพเส้นไหมจะด้อยกว่าไหมล่ง
3. ไหมน้อย (ไหมลวด หรือไหมละเอียด) ถือเป็นไหมชั้นดี มีเส้นเล็กสวย และสม่ำเสมอ เส้นไหมจะมีความมันวาวมากกว่าไหมชนิดอื่นๆ เส้นไหมน้อยนี้ได้จากการนำรังไหมที่พักไว้จากการสาวไหมลืบมาสาวอีกครั้ง
4. ไหมซีกระเหย เป็นไหมชั้นในที่สุดรวมเปลือกที่หุ้มตัวดักแด้ไว้ เส้นใยที่ได้จะเต็มไปด้วยเปลือกดักแด้ มีลักษณะเป็นปมปมจำนวนมากซึ่งเรียกว่า ซี้ไหม บางครั้งจะไม่สาวไหมในชั้นนี้เพราะทำยาก และเสียเวลา อีกทั้งยังได้เส้นไหมที่ไม่สวยงามอีกด้วย

เส้นไหมที่สาวออกมาได้จะนำไปทำเป็นใจไหม โดยใช้อุปกรณ์ที่เรียกว่า กง หรือ อัก ทั้งนี้ไหมดังกล่าวจะมีลักษณะเส้นใยแข็งกระด้าง จึงต้องนำเส้นไหมมาผ่านกระบวนการฟอกเพื่อทำให้เส้นใยมีผิวสัมผัสที่นุ่มขึ้น โดยเรียกกระบวนการนี้ว่า ตองไหม วิธีการตองไหมคือนำเส้นไหมมาต้มฟอกด้วยด่างเพื่อขับสีของเส้นไหมเดิมออก น้ำด่างดังกล่าวสามารถสกัดได้จากธรรมชาติ เช่น ต้นกล้วย เปลือกหนูน ก้านตาล ผักโขมหวาน ต้นตัง ใก่น้อย โดยนำพืชเหล่านี้มาตัดเป็นท่อนๆ ตากให้แห้ง เผาจนได้ซี้เถ้า กรองจนได้เป็นน้ำใสๆ แล้วนำมาใช้เป็นน้ำด่างสำหรับฟอกไหม ทั้งนี้การฟอกไหมจะทำโดยผูก ร้อยเช็ดไหมด้วยใบสับปะรดที่เลาะเอาหนามออกแล้ว ชุบไหมกับน้ำด่างที่เตรียมไว้จนทั่ว นำไปต้ม แล้วหมั่นสังเกตเมื่อเส้นไหมขาวขึ้นหรือจับแล้วไม่ลื่นมือจึงนำออกมาตากแห้ง เส้นไหมที่ฟอกแล้วจะอ่อนตัวลง เส้นนิ่ม เก็บปมปมออกจากเส้นไหมได้ง่าย จากนั้นนำมาทากเพื่อให้เห็นใยไหมติดต่อกันเป็นเส้นเดียวกันตลอด จากนั้นนำไปย้อมสี และนำไปทอเป็นผืนผ้าตามที่ต้องการ

ผ้าที่ทอจากไหมและฝ้ายมีคุณสมบัติแตกต่างกัน คือ ผ้าไหมจะมีคุณภาพของเส้นใยที่คงทนกว่าเส้นใยฝ้าย แต่ในขณะเดียวกันฝ้ายสามารถปลูกและหาได้ง่ายกว่าไหม กรรมวิธีเพื่อให้ได้มาซึ่งเส้นใยก็ง่ายกว่าไหม ดังนั้นจึงนิยมนำไหมมาทอเป็นผ้าเพื่อใช้สำหรับโอกาสพิเศษ เช่น งานบุญประเพณี หรือพิธีกรรม นอกจากนี้แล้ว ผ้าไหมยังเป็นสิ่งหนึ่งที่บ่งชี้ถึงสถานภาพทางสังคมของผู้ใช้มาแต่โบราณ

ในขณะที่ผ้าฝ้ายเป็นผ้าที่นำมาใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นปกติทั่วไปทั้งนุ่งห่มในบ้านเรือนและการไปทำงานในไร่นา

การแบ่งประเภทผ้าไทยตามลักษณะจำเพาะและกรรมวิธีการทอ

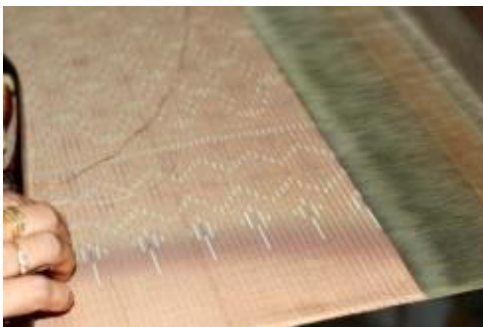
การทอผ้าด้วยกรรมวิธีที่ต่างกันทำให้เกิดลวดลายที่ไม่เหมือนกัน ลวดลายการทอผ้าทั้งที่ซับซ้อนและไม่ซับซ้อน โดยทั่วไปเกิดขึ้นจากการทอผ้าด้วย 3 วิธีหลัก คือ วิธีการมัดย้อมก่อนการทอ วิธีการเพิ่มด้ายเส้นพุ่งพิเศษระหว่างการทอ และการตีเกลียวเส้นไหมหลายเส้นให้เป็นเส้นเดียว

วิธีการมัดย้อมก่อนการทอ

ผ้ามัดหมี่ หรือผ้าหมี่ การทอผ้ามัดหมี่เป็นกรรมวิธีในการย้อมสีอย่างหนึ่งที่เรียกว่ามัดย้อม หรือวิทยาการด้านการถักทอสมัยใหม่เรียกว่า ย้อมไทดาเย (Tie Dye) มีกรรมวิธีการทอผ้าให้เกิดลวดลายโดยการย้อมเส้น และการทอเป็นหลัก การทอมัดหมี่แต่ละผืนต้องใช้เวลาและความประณีตจัดเรียงเส้นไหมและฝ้ายให้สม่ำเสมอคงที่ เพื่อให้ผ้าที่ทอเกิดเป็นลวดลายสีต่างๆ ลำดับขั้นตอนที่สำคัญในการสร้างสรรค์ลวดลายผ้ามัดหมี่จึงมีลักษณะเฉพาะ คือการมัดเส้นไหมหรือเส้นฝ้ายให้เป็นเปลาะๆ แล้วนำไปย้อมสี ซึ่งผู้ทอจะต้องออกแบบลวดลายผ้าไว้ก่อนซึ่งลวดลายส่วนมากก็จำสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ ถ้าต้องการหลายๆสีก็ต้องมัดและย้อมหลายๆครั้ง จนกว่าจะได้สีครบตามต้องการ ซึ่งวิธีการดังกล่าวเรียกว่า การโอบ โดยทั่วไปของการย้อมสีเส้นใยเพื่อนำไปทอผ้ามัดหมี่จะเริ่มย้อมจากสีอ่อนไปหาสีแก่ โดยที่นิยมกันจะเริ่มจากการย้อมสีเหลือง ตามด้วยสีเขียว สีแดง สีน้ำเงิน และสีดำ เรียงไปตามลำดับ แล้วจึงนำไปทอด้วยกรรมวิธีการขัดสานธรรมดา ลวดลายบนผ้าจะเกิดขึ้นตามรอยที่มัดย้อมจึงเรียกผ้าที่เกิดขึ้นจากการทอวิธีนี้ว่า ผ้ามัดหมี่ การมัดหมี่มี 3 ลักษณะ คือ การมัดด้ายเส้นพุ่ง การมัดด้ายเส้นยืน การมัดด้ายทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน สำหรับในภาคอีสานและภาคกลางบางจังหวัดในกลุ่มเชื้อสายลาวครั้ง จะมัดหมี่เส้นพุ่ง แต่กลุ่มเชื้อสายกระเหรียงจะใช้วิธีมัดหมี่เส้นยืน

ผ้ามัดหมี่มี 2 ประเภท คือ

1. หมี่รวด หรือ หมี่หว่าน หมายถึง ผ้ามัดหมี่ที่ทอด้วยลวดลายเดียวต่อเนื่องกันตลอดทั้งผืน ซึ่งจะทอด้วยลวดลายอะไรก็ได้
2. หมี่คั่น หมายถึง ผ้าที่ทอเป็นลายมัดหมี่สลับกับการทอด้วยเส้นไหมสีพื้นที่ไม่ได้ผ่านการมัดหมี่ และทอสลับคั่นกันเช่นนี้ตลอดทั้งผืน



ภาพที่ 11: ตัวอย่างผ้ามัดหมี่

ที่มา : ผู้วิจัยถ่ายภาพ ที่อำเภอปรางค์ชัย จังหวัดนครราชสีมา วันที่ 7 สิงหาคม 2553

การทอผ้าด้วยวิธีการเพิ่มเส้นด้ายพุ่งพิเศษระหว่างการทอ

เป็นลักษณะของการทอที่ใช้เส้นด้ายที่ย้อมสำเร็จสีต่างๆ นำมาทอให้เกิดเป็นลวดลาย เช่น ผ้าขิด ผ้าจก ผ้าแพรวา และผ้ายกดอก

ผ้าขิด เป็นผ้าทอด้วยกรรมวิธีใช้ไม้เขี่ยหรือสะกิดซ้อนเส้นด้ายยืนขึ้น แล้วสอดเส้นพุ่งไปตามแนวเส้นยืนที่ถูกจัดซ้อนขึ้นนั้นจึงหวนการสอดเส้นด้ายพุ่งจะทำให้เกิดลวดลายรูปแบบต่างๆ ซึ่งกรรมวิธีการทอลวดลายผ้าโดยวิธีเพิ่มเส้นด้ายพุ่งพิเศษเพื่อให้เกิดลวดลายยกตัวนูนกว่าสีพื้น หรือมีสีแตกต่างจากสีพื้นจะใช้ไม้ไผ่เส้นเล็กๆ เขี่ยหรือสะกิดเพื่อซ้อนเส้นด้ายยืน (เส้นเครือ) ขึ้นแล้วสอดเส้นด้ายพุ่งไปตามแนวเส้นใยที่ถูกจัดซ้อนขึ้นนั้น เพื่อให้เกิดลวดลายสวยงามปรากฏลวดลายยกขึ้นมาจากเส้นยืน (เส้นเครือ) วิธีการจัดซ้อนและสะกิดเส้นด้วย เป็นลักษณะเฉพาะของกรรมวิธีการทอผ้าแบบนี้ จึงเรียกผ้าที่ทอด้วยกรรมวิธีนี้ว่า ผ้าขิด ถ้าผู้ทอมีฝีมือการทอที่ละเอียดมากลวดลายที่เกิดขึ้นจะคล้ายกับการปักผ้าของภาคกลาง



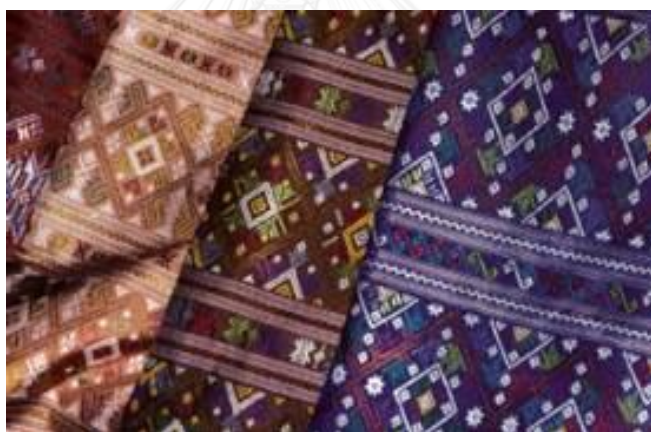
ภาพที่ 12 : ตัวอย่างลักษณะการทอผ้าขิด

ผ้าจก จะมีลักษณะคล้ายผ้าขิด คือเป็นกรรมวิธีการทอผ้าเพื่อให้เกิดลวดลายคล้ายการปักผ้า โดยเพิ่มเส้นด้ายพุ่งพิเศษสอดขึ้นลงโดยใช้ขนเม่น หรือไม้ หรือนิ้วมือสอดนับด้ายเส้นยืนแล้วยกขึ้นสอดด้ายพุ่งพิเศษเข้าไปทำให้เกิดลวดลายเฉพาะจุด หรือเป็นช่วงๆ สามารถทำสลับสีลวดลายได้หลากหลาย

สี ซึ่งต่างจากชนิดตรงที่ชนิดเป็นการใช้ด้ายพุ่งพิเศษสีเดียวพุ่งตลอดหน้ากว้างของผืนผ้า แต่การทอจกใช้หลายสีโดยบรรจุอยู่ในกระสวยหลายอันตามจำนวนสีที่เพิ่มขึ้น

จากการศึกษาพบว่า “การทอจก” เป็นวัฒนธรรมการทอผ้าที่คล้ายคลึงกันของชนกลุ่มน้อยหลายกลุ่มที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยกลุ่มแรกเป็นกลุ่มชนผู้สืบเชื้อสายมาจากชาวไทยยวน หรือไทยโยนจากอาณาจักรล้านนา อีกกลุ่มหนึ่งเป็นการสืบทอดเชื้อสายมาจากชาวไทพวน หรือลาวพวน ซึ่งอพยพมาจากเมืองพวน ริมฝั่งแม่น้ำโขง แคว้นเชียงของ ประเทศลาว กลุ่มสุดท้ายเป็นพวกลาวคั่ง หรือลาวครั่ง หรือลาวเวียง จากเมืองเวียงจันทน์

การทำลวดลายในผ้าจกจะแตกต่างกันออกไปตามประโยชน์ใช้สอย เช่น การทอเพื่อประกอบเป็นตีนชิ้น หรือเชิงชิ้น ที่เรียกว่า “ชิ้นตีนจก” จะมีลวดลายที่นิยมกันอย่างหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากลวดลายผ้าจกที่ทอเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น เช่น การทอผ้าเพื่อใช้ในกิจกรรมทางศาสนา ก็จะเป็นลวดลายที่เกี่ยวข้องกับศาสนาหรือชาดกต่างๆ หรือลวดลายสัตว์ในหิมพานต์ ดังจะเห็นได้จากลวดลายในผ้าคลุมศีรษะนาค ผ้าห่อคัมภีร์ หรือลวดลายธงต่างๆในงานบุญ เป็นต้น



ภาพที่ 13: ตัวอย่างลักษณะการทอผ้าจก

ผ้าแพรวา หมายถึง กรรมวิธีการทอผ้าไหม ทอด้วยไหมแท้ทั้งด้ายพุ่งและด้ายยืน ให้เกิดเป็นลวดลายโดยการผสมผสานระหว่างลายขีดและลายจก การทอแพรวาจะทอโดยมีลายคั่นกลางระหว่างดอกตามขวางไปเรื่อยๆ จนถึงเชิงผ้า จากนั้นจึงจะเป็นเชิงผ้าซึ่งจะเป็นลวดลายอีกประเภทหนึ่งอยู่ที่ปลายสุดของผ้าเพื่อเป็นการจบลาย โดยจะทอลายเพียงครั้งเดียว อีกครั้งเป็นสีพื้น

ผ้าแพรวาเป็นผ้าของชาวผู้ไทย หรือภูไทที่แต่ละบ้านจะทอไว้เพื่อไว้ให้ลูกชาย หรือลูกสาวใช้ในวันแต่งงาน



ภาพที่ 14: ตัวอย่างลักษณะการทอผ้าแพรวา

ฝ้ายกดอก มีกรรมวิธีการทอให้เกิดลวดลายโดยการยกตะกอแยกด้ายเส้นยืนแต่ไม่ได้เพิ่มด้ายยืนหรือพุ่งพิเศษเข้าไปในผืนผ้า แต่ในบางครั้งการยกดอกอาจมีการเพิ่มด้ายเส้นพุ่งจำนวนสองเส้นหรือมากกว่านั้นเข้าไป



ภาพที่ 15: ตัวอย่างลักษณะการทอฝ้ายกดอก

การตีเกลียวเส้นไหมหลายเส้นให้เป็นเส้นเดียว

กรรมวิธีการทอแบบนี้เป็นการทอผ้าม่วงหางกระรอก หรือที่เรียกในภาษาอีสานว่า ผ้ามัดไม หรือไหมควบ (หรือผ้ากะเนียวในภาษาเขมร) มีการทอมากในจังหวัดที่มีกลุ่มชนเชื้อสายเขมรอยู่มาก เช่น จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

ผ้าหางกระรอก หรือ ผ้ามัดไม หมายถึง การทอผ้าที่นำเส้นไหม 2 เส้นมาควบตีเกลียวให้เป็นเส้นเดียว ไม่มีลวดลายจากการมัดย้อมหรือยกดอก แต่ลวดลายเกิดจากการนำเส้นไหมมาควบตีเกลียวที่เรียกว่าไหมควบ นิยมใช้เส้นใยไหมน้อย ซึ่งแต่ละเส้นจะต่างสีกัน เมื่อพันกันหรือควบกันแล้ว จะเกิดการเคลือบสี เกิดความสวยงาม ความละเอียด สีที่มักใช้เป็นหลักในการควบ คือ สีเหลือง ซึ่งจะนำไปควบกับสีต่างๆ เช่น สีเขียว สีแดง สีฟ้า สีน้ำเงิน หรือสีส้ม ทั้งนี้จะไม่นิยมนำเส้นไหมสีไปควบกับสีขาว คำว่า “มัดไม” (มัดมาย) เป็นภาษาอีสาน โดยคำว่า มัด หมายถึงการพันเกี่ยว คือ การใช้ไหมตั้งแต่ 2

เส้นขึ้นไปมาตีเกลียวให้เป็นเส้นเดียวกัน ดังนั้นต้องใช้เวลาในการเตรียมการ และเตรียมจำนวนเส้นไหมเพิ่มมากกว่าปกติ

หากนำเส้นไหมสองเส้นที่มีสีเดียวกันมาควบเข้าด้วยกันจะเรียกว่า ควบไหม เพราะเมื่อควบหรือควบไหมเสร็จเรียบร้อยแล้วจะเรียกเส้นไหมที่ได้ว่า ควบไหม หากแต่ถ้านำเส้นไหมสองเส้นที่ต่างสีกันมาควบเข้าด้วยกันจะเรียกวิธีการนี้ว่า ก่อมไหม หรือเข็นมับไหม เมื่อเวลาจะทอเป็นผืนผ้าจะต้องสับทูกที่เป็นเส้นเครือ หรือเส้นยืนผ่านช่องฟันพืมรูละ 2 เส้นโดยไม่ต้องเข็นควบ ส่วนเส้นที่จะทอจะต้องใช้ไหมควบที่เรียกว่า ควบมับไหม



ภาพที่ 16: ตัวอย่างลักษณะการทอผ้าทางกระรอก

ที่มา : ผู้วิจัยถ่ายภาพ ที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา วันที่ 7 สิงหาคม 2553

การแบ่งประเภทผ้าไทยตามลักษณะเนื้อผ้า

ในเรื่องของการแบ่งประเภทผ้าไทยตามลักษณะเนื้อผ้านั้นยังไม่มีผู้ใดรวบรวมและเขียนไว้เป็นบทความในเชิงวิชาการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์คุณเนริสา อุ่ทอง เจ้าของร้านราตรีไหมไทย ในเรื่องของเนื้อผ้า ซึ่งได้ข้อมูลมาโดยสรุปว่า หากต้องการแบ่งตามลักษณะของเนื้อผ้า จะสามารถแบ่งได้เป็น 2 เรื่อง คือ เรื่องของความหนาของเนื้อผ้าและเรื่องของคุณภาพพื้นผิวของเนื้อผ้า ในเรื่องของความบางและความหนาสำหรับผ้าทอมือ ผ้าไหมจะสามารถทอได้บางกว่าผ้าฝ้าย เนื่องจากขนาดของเส้นใยที่เล็ก ดังนั้นผ้าไหมจึงสามารถทอได้ตั้งแต่บางมาก เช่น ผ้าไหม 1 เส้น หรือผ้าที่มีความหนาขึ้นอย่าง ผ้าไหม 2 เส้นซึ่งเป็นความหนาที่เห็นกันได้โดยทั่วไป และเป็นที่ยอมรับมากที่สุด จนกระทั่งหนามาก สำหรับคำเรียกว่า “ผ้าไหม 2 เส้น” หรือ “ผ้าไหม 4 เส้น” นั้น มาจากจำนวนเส้นไหมที่นำมาควบกันเพื่อทำเส้นพุ่ง ยิ่งจำนวนเส้นที่ใช้ควบมากขึ้น ผ้าก็จะหนามากขึ้นตามลำดับ และจากประสบการณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ สามารถทอได้หนาสูงถึงการควบ 18 เส้น ซึ่งผ้าก็จะมีความหนามาก และอาจจะไม่เหมาะสำหรับการนำมาทำเป็นเครื่องนุ่งห่ม แต่จะเหมาะสำหรับการทำเคหะสิ่งทอต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผ้าสำหรับการทำเฟอร์นิเจอร์ หรือ ผ้าม่าน ส่วนผ้าฝ้าย ฝ้ายเป็นเส้น

ใยที่มีความนุ่มฟู โดยเฉพาะฝ้ายที่ใช้สำหรับการทอมือ ดังนั้นผ้าฝ้ายทอมือจะมีลักษณะเนื้อผ้าที่หนา กว่าผ้าไหม ความหนาและความบางของเนื้อผ้า จะขึ้นอยู่กับขนาดของเส้นฝ้ายที่นำมาทอ และความ แน่นในการทอ หากต้องการผ้าที่มีความเบาบาง ก็จะต้องใช้เส้นฝ้ายขนาดเล็กและไม่ทอจนแน่น และ อีกลักษณะหนึ่ง คือเรื่องของผิวสัมผัสของเนื้อผ้า เนื้อผ้าทอมือทั้งผ้าไหมและผ้าฝ้าย จะสามารถทอให้ เป็นผ้าที่มีผิวสัมผัสเรียบ หรือขรุขระก็ได้ตามแต่ผู้ทอหรือลูกค้าต้องการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเส้นไหม และ เส้นฝ้ายที่นำมาทอ และการเว้นช่องในการทอ เช่น หากต้องการทอให้ผ้ามีลักษณะคล้ายลูกฟูก จะต้องทอสลักระสวยสำหรับเส้นพุ่งหนา และเส้นพุ่งบาง ซึ่งอาจจะสลับสีหรือใช้สีเดียวกันก็ได้ ดัง ภาพตัวอย่าง



ภาพที่ 17: ตัวอย่างการทอผ้าไหมลูกฟูก
ที่มา: ภาพถ่ายตัวอย่างผ้าไหมจากร้านราตรีไหมไทย

ตารางที่ 14: ตารางแสดงตัวอย่างผ้าที่แบ่งประเภทตามลักษณะเนื้อผ้า

ชนิดผ้า	ลักษณะ	ภาพตัวอย่างผ้า
ผ้าไหม 1เส้น ทอจากเส้นไหมเรียบ ขนาดเส้นเล็ก	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผิวสัมผัสเรียบ ลื่นมือ 2. เนื้อผ้าบางเบา 3. นุ่ม 	
ผ้าไหม 2 เส้น ทอจากเส้นไหมเรียบ ขนาดเส้นเล็ก	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผิวสัมผัสเรียบ 2. เนื้อผ้าบาง 3. มีความแข็งอยู่ทรง 	

ผ้าไหม 4 เส้น ทอจากเส้นไหมที่มีความ ขรุขระเล็กน้อย ขนาดเส้นเล็ก	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีผิวสัมผัสไม่เรียบลื่น 2. เนื้อผ้าหนาปานกลาง 3. มีความแข็งอยู่ทรง 	
ผ้าฝ้ายเนื้อบาง ทอจากเส้นด้ายฝ้ายที่มี ขนาดเส้นเล็ก	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผิวสัมผัสเรียบ 2. เนื้อผ้าบางเบา 3. นุ่ม 	
ผ้าฝ้ายเนื้อกลาง ทอจากเส้นด้ายฝ้ายที่มี ขนาดปานกลาง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผิวสัมผัสไม่เรียบลื่น แต่นุ่มมือ 2. เนื้อผ้าหนาปานกลาง 	
ผ้าฝ้ายเนื้อหนา ทอจากเส้นด้ายฝ้ายที่มี ขนาดเส้นเล็ก แต่ใช้วิธีการ ทอยกดอก ลวดลายละเอียด	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีผิวสัมผัสของการทอแบบยกดอก 2. ผิวสัมผัสนุ่มมือ 	

แนวทางการพัฒนาผ้าไทย


การหาแนวทางในการพัฒนาผ้าไทยอันได้แก่ผ้าไหมและผ้าฝ้ายทอมือนั้น จำเป็นต้องรู้ถึงปัญหาเสียก่อน ซึ่งจากทัศนคติโดยรวมของนักออกแบบที่ได้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มได้ให้ข้อคิดเห็นว่า ปัญหาของผ้าไทยนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นหลัก อันได้แก่

1. เรื่องของรูปแบบและลวดลาย ซึ่งพบได้ทั้งในผ้าไหมและผ้าฝ้ายทอมือ เนื่องจากผู้ผลิตในท้องถิ่นโดยส่วนมากจะยึดติดกับสิ่งเก่าและสิ่งเดิม มีหลายพื้นถิ่นไม่พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงแนวทางในการทอ และต้องการเก็บลวดลายดั้งเดิมนั้นไว้เป็นเอกลักษณ์สืบทอดต่อไป แม้ว่าลวดลายนั้นๆไม่ใช่ว่าลวดลายที่สอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันมากนัก
2. เรื่องของคุณสมบัติของผืนผ้า ในเรื่องของคุณสมบัตินี้จะพบในผ้าไหมมากกว่า เพราะผ้าไหมเป็นผ้าที่ยากต่อการดูแลรักษา ในขณะที่ผ้าฝ้ายเป็นผ้าที่ดูแลรักษาได้ง่าย และไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของการดูแลรักษามากนัก

ผ้าไหม²⁸

เมื่อกล่าวถึงเส้นไหมพันธุ์ไทยจะสามารถทราบได้ว่าเส้นไหมไทยนั้นจะมีความงามมัน นุ่มและยืดหยุ่นดี มีขนาดเส้นไหมที่ต่างกันอย่างสม่ำเสมอ เมื่อนำมาทอผ้าไหมจะเกิดเป็นปมปมที่สม่ำเสมอ ทั่วตลอดทั้งผืนผ้า ทำให้มีความเป็นเอกลักษณ์พิเศษของผ้าไหมไทยได้อย่างมีเสน่ห์ในสายตาชาวต่างชาติ ผ้าไหมไทยมีกระบวนการย้อมสีด้วย ซึ่งคือการย้อมที่เส้นไหมก่อนการทอเป็นผืนผ้า จึงทำให้ผ้าไหมไทยมีสีสันที่สวยงามเพราะเมื่อมีแสงตกกระทบบนผืนผ้าไหม จะเกิดการหักเหของแสงขึ้น ในปัจจุบันนี้สินค้าไหมไทยที่มีการส่งออกสู่ตลาดโลกประกอบด้วย ผืนผ้าไหม ผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ เส้นไหมปั่นหรือที่เรียกว่าสปันซิลค์ (Spun Silk) และผลิตภัณฑ์ไหมอื่นๆ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องใช้ตกแต่งบ้าน ผ้าพันคอ เนคไท เป็นต้น ทั้งนี้สถาบันหม่อนไหมแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้ส่งเสริมคุณค่าของผ้าไหมสู่ความเป็นสากล โดยประกาศใช้ตราสัญลักษณ์นกยูงพระราชทานสำหรับเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพและมาตรฐานผ้าไหมไทยบนผ้าไหมทุกชิ้น ตีลงบนผ้าไหมที่ได้รับการรับรองแล้วทุก 1 เมตร เพื่อให้ผู้เชื่อมั่นใจว่าเป็นผ้าไหมไทยที่ผลิตในเมืองไทยเท่านั้น โดยตราสัญลักษณ์นกยูงพระราชทานจะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

ตารางที่ 15: ตารางอธิบายและแสดงภาพตราสัญลักษณ์นกยูงพระราชทาน²⁹

ประเภท	คุณสมบัติ	ตราสัญลักษณ์พระราชทาน
นกยูงสีทอง (Royal Thai Silk)	<ol style="list-style-type: none"> ใช้เส้นไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้านเป็นทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน เส้นไหมต้องสาวด้วยมือผ่านพงสาวลงภาชนะ ทอด้วยกี่ทอมือแบบพื้นบ้านชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือ ย้อมด้วยสีธรรมชาติหรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ต้องผลิตในประเทศไทยเท่านั้น 	

²⁸ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. แนวทางการออกแบบไหมไทยร่วมสมัยสำหรับลูกค้าธุรกิจ: ผ้าไหม. หน้า 1, กรุงเทพฯ: บริษัท ส เสริมมิตร การพิมพ์ จำกัด, 2556

²⁹ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. แนวทางการออกแบบไหมไทยร่วมสมัยสำหรับลูกค้าธุรกิจ: ตราสัญลักษณ์นกยูงพระราชทาน. หน้า 4, กรุงเทพฯ: บริษัท ส เสริมมิตร การพิมพ์ จำกัด, 2556

นกยูงสีเงิน (Classic Thai Silk)	<ol style="list-style-type: none"> ใช้เส้นไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้านหรือพันธุ์ไทยปรับปรุงเป็นเส้นพุ่งและ/หรือเส้นยืน เส้นไหมต้องสาวด้วยมือ ทอด้วยกี่ทอมือ ย้อมด้วยสีธรรมชาติหรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ต้องผลิตในประเทศไทยเท่านั้น 	
นกยูงสีน้ำเงิน (Thai Silk)	<ol style="list-style-type: none"> ใช้เส้นไหมแท้เป็นทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน ทอด้วยกี่แบบใดก็ได้ ย้อมด้วยสีธรรมชาติหรือสีเคมีก็ได้ ต้องผลิตในประเทศไทยเท่านั้น 	
นกยูงสีเขียว (Thai Silk Blend)	<ol style="list-style-type: none"> ใช้เส้นไหมแท้เป็นส่วนประกอบหลัก มีเส้นใยอื่นเป็นส่วนประกอบรอง ต้องระบุส่วนประกอบของเส้นใยอื่นให้ชัดเจน ทอด้วยกี่แบบใดก็ได้ ย้อมด้วยสีธรรมชาติหรือสีเคมีก็ได้ ต้องผลิตในประเทศไทยเท่านั้น 	

แนวทางในการพัฒนาผ้าไหมไทย³⁰

ผ้าไหมไทยสามารถพัฒนาได้ในหลายๆด้าน โดยแบ่งได้ดังนี้

การพัฒนาตามแนวทางทั่วไปเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ด้าน คือ

- ด้านคุณสมบัติของเนื้อผ้า ซึ่งต้องคำนึงถึงการใช้งานจริงของผู้ใช้ มีความหลากหลายของผ้าให้เลือกตามการใช้งานในชีวิตประจำวัน สวมใส่ได้หลากหลายโอกาส อาจจะมีการนำเส้นใยไหมไปผสมกับเส้นใยอื่นเพื่อให้ได้คุณสมบัติที่เหมาะสมกับการใช้งาน สวมใส่สบาย ดูแลรักษาง่าย

³⁰ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. แนวทางการออกแบบไหมไทยร่วมสมัยสำหรับลูกค้าธุรกิจ: แนวทางการพัฒนาผ้าไหมไทย. หน้า 11, กรุงเทพฯ: บริษัท ส เสริมมิตร การพิมพ์ จำกัด, 2556

2. ด้านรูปแบบและลวดลาย ควรพัฒนาให้ดูทันสมัย เข้ากับแนวโน้มแฟชั่น แต่ยังคงดึงเอาลวดลายอันมีเอกลักษณ์ของผ้าไทยมาใช้เป็นรากฐานในการพัฒนาให้ทันสมัย เหมาะกับโอกาสต่างๆในชีวิตประจำวัน
3. ด้านภาพลักษณ์และการส่งเสริมการขาย ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเปลี่ยนทัศนคติต่อผ้าไหมไทย สร้างค่านิยมความเชื่อที่ดีต่อผ้าไหมไทยว่ามีความทันสมัย เหมาะสำหรับคนรุ่นใหม่ โดยใช้ผู้นำทางสังคมในการนำเสนอให้หนักอากแบบที่มีชื่อเสียงสร้างคอลเลกชันผ้าไหมในระดับโลก กระจายสินค้าให้หาซื้อได้ง่ายขึ้นตามแหล่งจำหน่ายเสื้อผ้าที่เป็นที่นิยม

การพัฒนาตามลักษณะเด่นที่แตกต่างของผ้าไหมไทย

1. ความสวยงามด้วยความมันวาว (Luster)

คุณสมบัติเส้นไหมของไทย มีความสามารถในการสะท้อนแสงได้อย่างสวยงาม มีความโดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับเส้นใยอื่นๆ เช่น เส้นไหมจากประเทศจีน อินเดีย ความมันวาวดังกล่าวเป็นคุณสมบัติที่มีคุณค่าในสายตาผู้บริโภค

2. ความไม่สม่ำเสมอของเส้นด้ายและผ้าที่มีมิติ (Uneven)

แม้ว่าความไม่สม่ำเสมอของเส้นไหมไทยเป็นคุณสมบัติที่ในบางครั้งอาจถูกพูดถึงในแง่ลบ แต่โดยรวม ความไม่สม่ำเสมอนี้ถือได้ว่าเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และสามารถพัฒนามาใช้ในด้านบวกได้ เนื่องจากผ้าไหมที่ทอได้จากเส้นด้ายที่ไม่เรียบจนเกินไปนั้นช่วยทำให้ผ้าดูมีมิติ โดยแนวโน้มของเส้นด้ายยุคใหม่มักเน้นผิวสัมผัสและพื้นผิวของเส้นด้าย ผ้าไหมยุคใหม่จึงควรมีการออกแบบที่คำนึงถึงมิติบนผืนผ้านี้ ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการออกแบบเส้นด้าย การออกแบบกรรมวิธีการทอ การพิมพ์ และแม้แต่การตกแต่งสำเร็จ

3. เนื้อผ้าและสีที่ให้อารมณ์พริ้วไหวและไหลลื่น (Fluid)

ผ้าไหมไทยมีอัตลักษณ์ที่มีความหรูหราจากความพริ้วไหวและไหลลื่นของสีและเนื้อผ้าที่ทอ ซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่เป็นที่ชื่นชอบของผู้ใช้ เนื่องจากผ้าไหมไทยมีการทอแบบดั้งเดิม ประกอบกับการย้อมสีธรรมชาติและการสร้างสรรค์ลวดลายด้วยกรรมวิธีชั้นสูง เช่น ผ้ามัดหมี่และผ้าลายน้ำไหล เป็นต้น

4. ลวดลายโดดเด่นบนเนื้อผ้า (Graphical)

ผ้าไหมไทยมีลวดลายโดดเด่น มีภาพลักษณ์ที่ดูสูงศักดิ์ในสายตานักออกแบบและผู้บริโภคต่างชาติ สำหรับผู้บริโภคในประเทศไทยจะชอบลวดลายอัตลักษณ์ผ้าไหมไทยของแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกัน บ่งบอกถึงวัฒนธรรมความเป็นไทย คู่มือฐานะ มีราคา เช่น ผ้าไหมยกดอก เป็นต้น ซึ่ง

ลวดลายบนเนื้อผ้ามักใช้กรรมวิธีการทอชั้นสูง ให้ลายดอกคมชัดและโดดเด่น เทียบเท่ากรรมวิธีการทอแจคาร์ด (Jacquard) ของต่างประเทศ ที่เน้นลายนูนของลายผ้า

การพัฒนาตามคุณค่าของผ้าไหมไทย

1. คุณค่าทางกายภาพ

ในด้านคุณสมบัติทางกายภาพนั้นผ้าไหมจากทุกๆแหล่งโดยรวมได้รับการรับรู้ว่าเป็นเส้นใยธรรมชาติที่มีความนุ่ม ลื่น มันวาว เป็นฉนวนความร้อน ทั้งหมดนี้เป็นคุณสมบัติโดยทั่วไปของผ้าไหม การที่จะสร้างการรับรู้กับผู้บริโภคว่าผ้าไหมไทยนั้นแตกต่างจากผ้าไหมของที่อื่นในด้านของกายภาพอย่างนั้นอาจทำได้ยาก การพัฒนานั้นสามารถพัฒนาไปในแนวทางที่ทำให้คุณสมบัติทางกายภาพนั้นเหมาะกับการใช้งานในโอกาสต่างๆของผู้ใช้

2. คุณค่าทางอารมณ์

คุณค่าจากคุณสมบัติที่แตกต่างของผ้าไหมไทยนั้นเป็นคุณค่าทางด้านอารมณ์ ลวดลาย ความสะดวกสบาย เรื่องราว ความมีประวัติศาสตร์ ความเป็นมา เป็นส่วนหนึ่งของราชวงศ์กษัตริย์ไทย มีความสูงส่ง งามสง่า มีความหลากหลายของลวดลายในแต่ละท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์ของลวดลาย จึงควรอย่างยิ่งที่จะนำเสนอคุณค่าด้านนี้ เพื่อสร้างความมีเอกลักษณ์ โดยการประยุกต์ไปสู่แนวทางการออกแบบสมัยใหม่

คุณสมบัติที่สำคัญของไหมไทย

ไหมไทยมีคุณสมบัติที่ดีหลายประการ เป็นเส้นใยที่ถือว่ามีความแข็งแรงสูงเมื่อเทียบกับความละเอียดของเส้นใย มีสภาพยืดหยุ่นและทนต่อการยับได้ดี สวมใส่สบายเพราะเส้นใยดูดซับความชื้นได้ดี แห้งเร็ว ไม่จับฝุ่นง่าย สามารถย้อมหรือพิมพ์สีได้หลายชนิดโดยเฉพาะอย่างยิ่งสีที่มีความสดใสมากๆ สามารถทอเป็นผ้าที่มีโครงสร้างหลากหลาย ทั้งชนิดเบาบางและทั้งตัวได้ดีไปจนถึงผ้าที่มีโครงสร้างแน่น หนัก ความแข็งแรงทนทานสูง

ตารางที่ 16: ตารางแสดงคุณสมบัติทางกายภาพและเคมีของผ้าไหม

ชนิดคุณสมบัติ	คุณสมบัติ
สี	ใยไหมมีสีเหลืองจนถึงขาว
ความเงามัน	ใยไหมยืดหยุ่นได้ดีและยืดตัวได้ปานกลาง การคืนรอยยับปานกลาง รอยยับค่อยๆคืนตัวช้าๆ แต่คืนตัวได้ไม่หมดเหมือนขนสัตว์
การดูดความชื้น	ดูดความชื้นได้ดี ดูดสีย้อมและสารตกแต่ง รวมถึงสารชนิดอื่นๆได้ดี เช่น กลีของโลหะต่างๆ ดังนั้นการซักน้ำหรือการตกแต่งผ้าไหมด้วยน้ำที่ไม่สะอาด มีกลีของโลหะผสมอยู่จะทำให้ผ้าไหมขาดเร็ว
ความอยู่ตัว	ไม่ว่าจะซักเปียกหรือซักแห้งจะไม่ทำให้ผ้าไหมยืดหรือหด หากแต่ถ้าเป็นผ้าแพรที่ทอด้วยใยไหมแท้เมื่อซักน้ำจะหดเล็กน้อย แต่จะยืดเท่าขนาดเดิมเมื่อรีด
ความทนร้อน	ทนความร้อนได้สูงถึง 135 องศาเซลเซียส แต่จะเหลืองไหม้ และสลายตัวที่ 177 องศาเซลเซียส

แนวทางการพัฒนาและปรับใช้ผ้าไหมสำหรับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

การวิจัยและพัฒนาต้นแบบการผลิตผ้าไหมไทย สำหรับฤดูกาลใบไม้ผลิและฤดูร้อน ค.ศ. 2015 โดยให้มีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของไทย และมีการประยุกต์เทคโนโลยีเข้ามาบูรณาการในกระบวนการผลิต จัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตสมัยใหม่โดยให้สอดคล้องกับแนวโน้มการออกแบบที่กำลังจะเกิดขึ้น มีดังนี้

1. การวิจัยและพัฒนาโดยการหาวัตถุดิบที่เหมาะสม

ในการวิจัยครั้งนี้มีการพัฒนากระบวนการปั่นเส้นด้ายไหมโดยกรรมวิธีใหม่ เช่น ใช้การตีเกลียวเส้นด้ายที่สูงเพื่อลดการเกิดขน มีการเลือกใช้เส้นด้ายขนาดเล็กมาเป็นวัตถุดิบเพื่อให้ได้ผ้าที่มีเนื้อเบาบาง นอกจากนี้ยังมีการทดลองใช้เส้นด้ายที่ปั่นผสมกับเส้นใยไลครา (Lycra) เพื่อช่วยให้สวมใส่ได้สบายมากขึ้น มีการใช้เส้นด้ายควบผสมกับใยธรรมชาติ เช่น บัวหลวง ลินิน หรือผสมเส้นใยสังเคราะห์ เช่น ไนลอน เมทาลิก เป็นต้น ทั้งนี้ช่วยให้เกิดเป็นเนื้อผ้าที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้แล้วยังมีการย้อมสีเส้นด้ายให้สอดคล้องกับแนวโน้มความนิยมที่กำลังจะเกิดขึ้นในช่วงฤดูกาลใบไม้ผลิ ฤดูร้อน ค.ศ. 2015 อีกด้วย

2. การวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิต

นอกจากการพัฒนาเส้นด้ายแล้ว ยังมีการวิจัยเพื่อปรับปรุงโครงสร้างของการทอให้เนื้อผ้ามีลักษณะพื้นผิวสอดคล้องกับแนวโน้มความนิยมเช่นกัน

3. กระบวนการตกแต่งสำเร็จที่เหมาะสม

นอกเหนือจากกระบวนการอื่นๆในข้างต้น การตกแต่งสำเร็จสิ่งทอที่เหมาะสมก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้ได้ผ้าที่มีคุณสมบัติที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

ผ้าฝ้าย

หากพูดถึงเรื่องคุณสมบัติ ผ้าฝ้ายเป็นผ้าที่มีคุณสมบัติที่ดีสำหรับการทำเครื่องนุ่งห่มอยู่แล้ว เพราะมีความนุ่มทำให้สวมใส่สบาย มีลักษณะของเนื้อผ้าที่มีความเป็นธรรมชาติสูง ผู้ผลิตผ้าฝ้ายทอมือส่วนมากนิยมใช้การย้อมสีด้วยวัสดุธรรมชาติ ซึ่งนับเป็นคุณสมบัติสำคัญที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคญี่ปุ่น ประกอบกับในปัจจุบัน ผ้าฝ้ายทอมือมีลวดลายที่หลากหลาย ซึ่งในเรื่องของลวดลายนี้อาจจะตรงกับรสนิยมของคนญี่ปุ่นบ้าง ไม่ตรงบ้าง ดังนั้นสำหรับการเลือกหรือพัฒนาผ้าฝ้ายให้เหมาะสมกับคนญี่ปุ่น สิ่งที่สำคัญที่ควรให้ความใส่ใจคงเป็นเรื่องของสีผ้าและรูปแบบเสื้อผ้า ที่ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์อย่างละเอียดและสรุปผลการวิเคราะห์ให้ในตอนต่อไป

การตกแต่งสำเร็จสิ่งทอ (Textile Finishing)³¹

จากข้อเสนอแนะของกลุ่มนักออกแบบจากการเข้าร่วมการสนทนากลุ่ม มีนักออกแบบให้ข้อคิดเห็นว่า อันที่จริงผ้าไทยของเรานั้นโดยเฉพาะผ้าไหมเป็นผ้าที่มีเสน่ห์มากแต่ปัญหาต่างๆที่ทำให้ผ้าไหมนำมาใช้ในการสร้างสรรค์เสื้อผ้าให้ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน เช่น ปัญหาเรื่องของการดูแลรักษา นั้นเกิดจากผ้าไหมของไทยเมื่อทอเป็นผืนผ้าแล้วไม่มีการนำมาทำการตกแต่งสำเร็จสิ่งทอใดๆ ดังนั้นจึงส่งผลให้ไหมมีคุณสมบัติบางประการที่ยากต่อการดูแลรักษา จากข้อเสนอแนะดังกล่าว ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่องของการตกแต่งสำเร็จสิ่งทอเพิ่มเติมเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผ้าไหมและผ้าไทยอื่นๆ ให้มีคุณสมบัติที่หลากหลายขึ้น และเหมาะกับการใช้งานหลากหลายประเภทมากขึ้น

การตกแต่งสำเร็จสิ่งทอเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องมากจากกระบวนการฟอกย้อมและตกแต่งสำเร็จ โดยการตกแต่งสำเร็จเป็นการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมคุณสมบัติบางอย่างให้กับผลิตภัณฑ์สิ่งทอเพื่อให้สิ่งทอนั้นมีคุณสมบัติการใช้สอยดีขึ้นหรือตรงต่อความต้องการมากขึ้น และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์สิ่งทอ การตกแต่งสำเร็จอาจทำได้หลายวิธีทั้งใช้เครื่องจักรในการผลิตหรือใช้สารเคมีเข้าช่วย

³¹ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. ศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ. การตกแต่งสำเร็จสิ่งทอ. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.thaitextile.org/tdc/?page_id=375 [21 กันยายน 2557]

การจำแนกประเภทตามกรรมวิธีการตกแต่งมี 2 ประเภท

1. การตกแต่งสำเร็จเชิงกล (Mechanical Finishing) เป็นการตกแต่งสิ่งทอโดยใช้เครื่องจักรในการผลิตซึ่งเป็นลักษณะเชิงกล เป็นการตกแต่งสำเร็จที่เปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพของผืนผ้า เช่น การขัดมัน การตัดขน การตะกุกขน การทำให้ผ้าหดตัว เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผ้ามีคุณสมบัติที่ดีขึ้น เช่น เรียบเป็นมันเงา นุ่ม ผิวสัมผัสดีขึ้น

2. การตกแต่งสำเร็จทางเคมี (Chemical Finishing) เป็นการตกแต่งสำเร็จสิ่งทอด้วยสารละลาย ซึ่งสารตั้งต้นอาจจะมาจากธรรมชาติ หรือสารเคมีสังเคราะห์ขึ้นมา เพื่อช่วยในการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมคุณสมบัติแตกต่างออกไปตามที่ต้องการ เช่น การตกแต่งด้านการยับ การตกแต่งด้านการลามไฟ การตกแต่งสะท้อนน้ำ การตกแต่งด้านแบคทีเรีย การตกแต่งด้านไฟฟ้าสถิต การตกแต่งให้มึกลิ่นหอม และการตกแต่งให้ผิวสัมผัสนุ่มดีขึ้น เป็นต้น ซึ่งในการตกแต่งด้วยสารละลายส่วนใหญ่จะทำในเครื่องสเต็นเตอร์ (Stenter) ซึ่งสามารถใช้ได้กับผ้าหลากหลายชนิด และโครงสร้างในปัจจุบันมีเครื่องจักรที่พัฒนามารองรับการตกแต่งสำเร็จทางเคมีหลากหลายรูปแบบได้แก่ เครื่องพ่นสเปรย์ เครื่องตกแต่งผ้า (Add on Finishing) เพื่อให้ผ้ามีคุณสมบัติ 2 ด้านไม่เหมือนกัน เป็นต้น

ตัวอย่างการตกแต่งสำเร็จเชิงกล ได้แก่

การตกแต่งสำเร็จให้ผ้าเรียบและมันเงาหรือขัดมัน (Calendaring) การตกแต่งนี้จะเป็นการนำผ้าผ่านลูกกลิ้งร้อนแล้วใช้แรงกดทับด้วยแรงอัดสูง ผ้าที่ผ่านการตกแต่งสำเร็จนี้จะมีคุณสมบัติที่ดีขึ้นหลายประการ คือ ผิวผ้าจะเรียบขึ้น ปมหรือขนผ้าจะลดลง ซึ่งบางครั้งในขั้นตอนนี้อาจเป็นมากสำหรับการเตรียมผ้าที่จะนำไปเคลือบด้วยเรซินต่อไป นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มความเงามันบนผ้า เพิ่มความทึบของผ้า และผ้าที่ได้จะนิ่มขึ้นด้วย

การขัดผิวผ้า (Sueding หรือ Emerising) การตกแต่งนี้เป็นการขัดผิวผ้าด้วยกระดาษทราย (Sand Paper) เพื่อให้มีลักษณะเหมือนหนังกลับและจะนุ่มนวล ผ้าที่ถูกขัดผิว (Peach Skin)

การตัดขนผิวผ้า (Shearing หรือ Cropping) การตกแต่งนี้จะเป็นการตัดเอียงเส้นใยที่โผล่ออกมาให้มีความเรียบและความยาวเท่ากัน โดยผ้าจะเคลื่อนที่ผ่านมาที่แท่นตัด และใบมีดหมุนจะตัดขนเส้นใยที่ยาวเกินความต้องการออกไป เส้นใยที่ตัดออกไปแล้วจะถูกดูดออกจากเครื่องทันที การตกแต่งนี้นิยมใช้กับการตัดขนผ้าขนแกะ หรือในการตัดผิวผ้าโดยการทำให้เป็นห่วงก่อน เมื่อนำมาตัดเอียงก็จะได้ผ้าที่มีขนสม่ำเสมอ ให้ผิวสัมผัสคล้ายผ้ากำมะหยี่

การตะกุกขน (Napping หรือ Raising) เป็นการตกแต่งที่ทำให้ผิวผ้ามีขนโดยลูกกลิ้งเข็ม จะได้ผ้าที่นุ่มขึ้น

การตกแต่งเพื่อเพิ่มผิวสัมผัสและป้องกันการหด ด้วยเครื่องแซนฟอไรส์ (Sanforize) โดยเครื่องนี้จะมีลูกกลิ้งและสายพานยาง โดยลูกกลิ้งทำหน้าที่อัดผ้าให้หดตัวโดยอาศัยสายพานยางเป็นตัวยึดผ้า ทำให้ผ้าเคลื่อนตัวออกได้ช้ากว่าผ้าเข้า

ตัวอย่างการตกแต่งสำเร็จด้วยสารเคมี ได้แก่

การตกแต่งให้นุ่ม (Soft Finish) เป็นการตกแต่งสำเร็จให้ผ้าที่มีผิวสัมผัสนุ่ม น่าสัมผัส เหมาะกับการใช้งานกับผ้าที่ต้องสัมผัสกับผิวของผู้ใช้ เช่น เสื้อผ้า ชุดกีฬา เป็นต้น สารที่ใช้ในการตกแต่งให้นุ่มมีหลายประเภท แต่ในปัจจุบันที่นิยมใช้จะเป็นสารสังเคราะห์พวกซิลิโคน (Silicone) และ สารฟลูออโรเรซิน เป็นต้น

การตกแต่งในการลดน้ำหนัก (Weight Reduction) เป็นการตกแต่งด้วยการลดน้ำหนักของผ้าลงโดยการนำผ้าไปแช่ในสารละลายโซดาไฟ แล้วอบแห้ง ผ้าที่ได้จะมีความนุ่ม ความโปร่งและเบามากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสวมใส่สบายขึ้น นอกจากนี้ผ้ายังมีความเงาคล้ายไหมทำให้สวยงามด้วย นิยมใช้กระบวนการตกแต่งนี้กับเส้นใยสังเคราะห์โดยเฉพาะโพลีเอสเตอร์ เนื่องจากเส้นใยนี้มีสัมผัสที่ค่อนข้างแข็ง ไม่นุ่ม ซึ่งไม่เหมาะกับการใช้งานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า

การตกแต่งขาว (Optical Brightening Agent (OBA) Finish) บางครั้งอาจเรียกว่าเป็นการย้อมขาวเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผ้าขาวโดยเฉพาะผ้าใยธรรมชาติ เช่น ผ้าฝ้าย บางครั้งสิ่งเจือปนที่มีมาตามธรรมชาติจะยังไม่ขาวเพียงพอแม้จะผ่านการฟอกขาว หรือการทำความสะอาดมาแล้วก็ตาม การตกแต่งทำโดยใช้สารเรืองแสง จะทำให้ผ้าขาวขึ้น เนื่องจากมีคุณสมบัติพิเศษคือ ตัวสารจะสามารถดูดซึมรังสีอุลตราไวโอเล็ตที่มาจากกระທပ်และปล่อยรังสีนั้นกลับออกมาในช่วงของรังสีแสง ส่วนมากจะเป็นแสงสีฟ้า ฟ้าออกม่วง ฟ้าออกเขียว หรือฟ้าออกแดง ดังนั้นผ้าไม่เพียงแต่จะมีความขาวเพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ยังมีแสงสว่างสดใสเป็นพิเศษอีกด้วย

การตกแต่งต้านการยับ (Anti-crease Finishes) ผ้าบางชนิดจะยับง่ายเมื่อผ่านการซัก หรือเมื่อสวมใส่การตกแต่งต้านการยับนี้จะช่วยให้ผ้ามีคุณสมบัติคืนตัวได้ดีขึ้น โดยเฉพาะผ้าเส้นใยเซลลูโลส เช่น ผ้าฝ้าย เรยอน หรือ T/C เป็นต้น สารเรซินที่ใช้ในการตกแต่งกันยับจะเป็นสารพวก “Methylon Carbamate” และ “Dihydroxy – Diethylon ethylene urea – (DHDMEU)”

การตกแต่งด้านการหด (Shrinkage Proofing Finishes) เป็นการตกแต่งเพื่อป้องกันหดและป้องกันการเสีรูปร่างซึ่งเกิดขึ้นในระหว่างการซักล้างหรือการรีด ทำให้เสื้อผ้าต้องเสีรูปร่างไปจนสวมใส่ต่อไปอีกไม่ได้ การตกแต่งด้านการหดจึงนับได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นโดยเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง

การตกแต่งด้านการลามไฟ (Flame-retardant Finish) เป็นการตกแต่งเพื่อให้ผ้าด้านการลามไฟหรืออีกนัยหนึ่ง คือติดไฟยากเมื่อสัมผัสกับเปลวไฟหรือความร้อนสูง สารที่ตกแต่งด้านการลามไฟนี้มีหลายกลุ่มเช่น กลุ่มฮาโลเจน (Halogen-based) กลุ่มฟอสฟอรัส (Phosphorus) กลุ่มอนินทรีย์ (Inorganic Salt) กลุ่มไนโตรเจน (Nitrogen) แต่ที่นิยมและผ่านการรับรองความปลอดภัยจะเป็นสารกลุ่มฟอสฟอรัส (Phosphorus) และกลุ่มอนินทรีย์ (Inorganic Salt) ในประเทศแถบยุโรปและอเมริกาใต้ให้ความสำคัญกับการตกแต่งด้านการไฟให้กับวัสดุสิ่งทอมาก ถึงกับมีการออกกฎหมายบังคับใช้สำหรับวัสดุสิ่งทอที่ใช้ในบ้านเรือน โรงแรม เป็นต้น

การตกแต่งสะท้อนน้ำ (Water Repellent Finish) ในปัจจุบันมีหลายวิธี ทั้งวิธีทางกายภาพ เช่น การดัดแปลงพื้นผิวเส้นใยโดยใช้เทคโนโลยีพลาสมา หรือวิธีทางเคมี เช่น การเคลือบผิวเส้นใยด้วยสารที่มีคุณสมบัติไม่ชอบน้ำ (Hydrophobic) ได้แก่สารเคมีพวก พาราฟิน แร็กซ์ ซิลิโคนและสารประกอบฟลูออโรคาร์บอน เช่น เทฟลอน (Polytetrafluoroethylene) เป็นต้น

การตกแต่งกันไฟฟ้าสถิตย์ (Anti-static Finish) การเกิดไฟฟ้าสถิตย์เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยในอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยเฉพาะกระบวนการที่มีการผลิตที่เกี่ยวข้องกับเส้นใยสังเคราะห์ โดยเฉพาะการผลิตเส้นใยและผ้าฝ้ายที่มีการใช้ความเร็วในการผลิตสูง จะทำให้พื้นผิวของเส้นใยหรือผืนผ้าเกิดไฟฟ้าสถิตจากแรงเสียดสี และจะถ่ายเทประจุไปซึ่งกันและกัน ที่พบบ่อยได้แก่ ในโรงปั่นด้าย โรงทอผ้า และในโรงฟอกย้อมผ้า ในส่วนของเครื่อง Stenter ที่มีผ้าเข้า A-flame เป็นต้น สารตกแต่งด้านไฟฟ้าสถิตย์จัดเป็นสารเคมีที่เติมลงในเส้นใยหรือผืนผ้าเพื่อลดการสะสมของประจุสถิตย์ทางไฟฟ้า (Electrostatic Charges) สารตกแต่งในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นสารที่ดูดความชื้น (Hygroscopic) ซึ่งได้แก่ สารลดแรงตึงผิว เกลือของสารอินทรีย์ ไกลคอล โพลีเอทิลีนไกลคอล เกลือแอมโมเนียมชนิดจตุรภูมิ (Quaternary Ammonium Salts) ฟอสเฟตเอสเทอร์ประเภทสารอินทรีย์ เป็นต้น

การตกแต่งกันมอด (Anti-Moth Finishes) ผ้าขนสัตว์และผ้าที่ผลิตจากใยที่มีเคราติน (Keratin) เป็นส่วนประกอบ ตัวมอดชอบกิน ดังนั้นจำเป็นต้องตกแต่งกันมอด สามารถทำได้ 2 วิธีด้วยกัน วิธีหนึ่งเป็นการใช้สารเคมีที่กันมอดได้มาอาบเส้นใยไว้ อีกวิธีหนึ่งเป็นการเปลี่ยนโครงสร้างของเคราตินภายในเส้นใย เป็นต้น

การตกแต่งให้ทนเปื้อน (Soil Release Finishes) การตกแต่งแบบนี้จะทำให้เส้นใยเกิดความต้านทานไม่ให้สิ่งสกปรกมาเกาะติดได้ เช่น น้ำมันหรือ น้ำสกปรกต่างๆ เหมาะสำหรับการตกแต่งผ้ากันเปื้อน ผ้าปูโต๊ะ กระเป๋าผ้า เป็นต้น

การตกแต่งต้านแบคทีเรีย (Anti-bacteria Finishes) สารที่ใช้ในการตกแต่งต้านแบคทีเรียในปัจจุบันมีทั้งสารธรรมชาติ เช่น ไคโตซาน และสารสังเคราะห์ได้แก่ นาโนซิงค์ออกไซด์ ซิลเวอร์ออกไซด์ เป็นต้น การตกแต่งนี้จะไปยับยั้งการเพิ่มจำนวน และการเจริญของแบคทีเรียหลายชนิดซึ่งเป็นอันตรายต่อร่างกาย และก่อให้เกิดผลข้างเคียง ได้แก่ เกิดอาการคัน กลิ่นเหม็น เป็นต้น

การตกแต่งผ้าให้มีกลิ่นหอม (Perfume Microencapsulate Finishes) โดยใช้เทคโนโลยีไมโครเอ็นแคปซูลเลชัน ซึ่งจะประกอบด้วยสารสองส่วนที่สำคัญคือ สารที่เป็นแกนข้างในจะเป็นน้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากพืชหรือจากการสังเคราะห์ ส่วนที่ห่อหุ้มหรือเปลือกจะเป็นสารจากขี้ผึ้ง แวกซ์ หรือโพลียูรีเทน เมื่อนำมาตกแต่งสำเร็จบนผ้าแล้วผ้านั้นเกิดการขัดถู เปลือกที่ห่อหุ้มน้ำมันหอมระเหยก็จะแตกออก แล้วกลิ่นก็จะระเหยออกมา เหมาะสำหรับเสื้อผ้า ชุดทำงาน ชุดสปา เป็นต้น

จากการศึกษาข้อมูลเอกสารในเรื่องของการตกแต่งสำเร็จสิ่งทอที่กล่าวมาแล้วนั้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทดลองการตกแต่งสำเร็จผ้าที่น่าจะช่วยเพิ่มหรือปรับคุณสมบัติบางประการของผ้าไทยให้สามารถนำมาใช้งานได้ง่ายขึ้นและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้เก็บข้อมูลเพิ่มเติมด้วยการสัมภาษณ์ คุณรัชชิต ทองเจริญ หัวหน้าฝ่ายวิจัยและพัฒนา ศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และทำการทดลองนำผ้าไหมและผ้าฝ้ายทอมือที่มีเนื้อผ้าที่แตกต่างกัน ไปทำการทดลองการตกแต่งสำเร็จสิ่งทอเชิงกล ด้วยการปั่นให้ผ้ามีผิวสัมผัสที่นุ่มขึ้น โดยเหตุผลที่เลือกใช้การตกแต่งสำเร็จสิ่งทอเชิงกล เนื่องจาก จากการที่ได้ศึกษาข้อมูลผู้บริโภคญี่ปุ่นในช่วงต้น ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญกับความเป็นธรรมชาติค่อนข้างมาก ผู้วิจัยจึงคิดว่าไม่ควรนำเคมีเข้ามาใช้หากไม่จำเป็นจึงเลือกใช้เชิงกล และผลลัพธ์ที่ได้มีดังนี้

ตารางที่ 17: ตารางอภิปรายผลที่ได้จากการทดลองการตกแต่งสำเร็จสิ่งทอเชิงกล

ชนิดผ้า	ก่อนการทดลอง	หลังการทดลอง	สรุปผลที่เกิดขึ้น
ผ้าฝ้าย ทอมือ ทอยกดอก			<ul style="list-style-type: none"> - มีผิวสัมผัสนุ่มมือขึ้นเล็กน้อย - ผ้าทั้งตัวและมีน้ำหนักมากขึ้นเล็กน้อย - นำมาใช้งานได้ง่ายขึ้น

ผ้าไหม 2 เส้น ทอเครื่อง ลายทางสลับ ส			<ul style="list-style-type: none"> - มีผิวสัมผัสนุ่มมือขึ้นมาก - ผ้าทั้งตัวและมีน้ำหนักมากขึ้น - นำมาทดลองขึ้นหุ่นเพื่อสร้างเครื่องแต่งกาย ทำได้ง่ายขึ้น - เนื้อผ้าน่าสวมใส่มากขึ้น
ผ้าไหมลูกฟูก ลายถัก ทอมือ สีพื้น			<ul style="list-style-type: none"> - มีผิวสัมผัสนุ่มมือขึ้นมาก - ผ้าทั้งตัวและมีน้ำหนักมากขึ้น - นำมาทดลองขึ้นหุ่นเพื่อสร้างเครื่องแต่งกายทำได้ง่ายขึ้น - เนื้อผ้าดูเป็นธรรมชาติ ดูอ่อนคลาย น่าสวมใส่
ผ้าไหม 2 เส้น ไหมเส้นใหญ่ เนื้อหยาบ ทอมือ สีพื้นขาว			<ul style="list-style-type: none"> - มีผิวสัมผัสนุ่มมือขึ้นมาก - ผ้าทั้งตัวและมีน้ำหนักมากขึ้น - นำมาทดลองขึ้นหุ่นเพื่อสร้างเครื่องแต่งกายทำได้ง่ายขึ้น - เนื้อผ้าดูเป็นธรรมชาติ ดูอ่อนคลาย น่าสวมใส่
ผ้าไหม 1 เส้น ทอมือ สีพื้น ชมพูสด			<ul style="list-style-type: none"> - มีผิวสัมผัสนุ่มมือขึ้นมาก - ผ้าทั้งตัวและมีน้ำหนักมากขึ้น - นำมาทดลองขึ้นหุ่นเพื่อสร้างเครื่องแต่งกายทำได้ง่ายขึ้น - เนื้อผ้าน่าสวมใส่มากขึ้น

จากการทดลองทำการตกแต่งสำเร็จผืนผ้าเชิงกลที่ทำให้ผิวสัมผัสของผ้าทุกชิ้นที่ทดลองทำนุ่มมือ และให้ความรู้สึกสบาย ผ่อนคลาย ดูเป็นธรรมชาติมากขึ้นแล้ว ข้อดีอีกประการหนึ่ง คือ เสื้อผ้าที่ตัดเย็บด้วยผ้าฝ้ายและผ้าไหมที่ผ่านการตกแต่งสำเร็จผืนนี้ จะดูแลรักษาง่ายขึ้น และสามารถซักด้วยเครื่องซักผ้าได้เลย

การตกแต่งผืนผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ

การตกแต่งผืนผ้า นับเป็นอีกหนึ่งกระบวนการที่นำออกแบบจำนวนมากให้ความสำคัญเพราะเป็นขั้นตอนหนึ่งที่สามารถสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ให้กับงานออกแบบของตนได้ บางตราสินค้าถือว่าการตกแต่งผืนผ้านี้เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในทุกๆคอลเลคชั่นที่ออกแบบ โดยการตกแต่งผืนผ้าที่

สามารถเห็นได้บ่อยครั้งได้แก่ ลวดลายการพิมพ์ผ้า และการประดับตกแต่งวัสดุต่างๆลงบนผืนผ้า ในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาว่า การตกแต่งผืนผ้าสำหรับการออกแบบเครื่องนุ่งห่มในปัจจุบันมีวิธีการอย่างไรบ้าง และวิธีใดบ้างที่จะเหมาะสมสำหรับผ้าไทย ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลพบว่า การตกแต่งผืนผ้าสามารถแบ่งตามเกณฑ์ต่างๆ ได้ 2 เกณฑ์ ดังนี้

1. แบ่งตามระบบการผลิต
 - 1.1 การผลิตด้วยระบบอุตสาหกรรม
 - 1.2 การผลิตในลักษณะของงานฝีมือ
2. แบ่งตามผลของงานที่ผลิตได้
 - 2.1 การสร้างลวดลายระนาบบนผืนผ้า
 - 2.2 การสร้างลวดลายที่เพิ่มผิวสัมผัสบนผืนผ้า

ตารางที่ 18: ตารางแสดงวิธีการตกแต่งผืนผ้า

เกณฑ์	ลักษณะ	วิธีการ
แบ่งตามระบบการผลิต	การผลิตด้วยระบบอุตสาหกรรม	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเย็บปัก (Embroidery) 2. การทำลายพิมพ์ด้วยระบบดิจิทัล (Digital Print) 3. การทำลายพิมพ์ด้วยการใช้ความร้อน (Heat Transfer) 4. การทำลายลายด้วยวิธีซิลค์ สกรีน (Silk Screen)
	การผลิตในลักษณะของงานฝีมือ	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเย็บปัก (Embroidery) 2. การต่อผ้าเป็นลวดลาย (Patchwork, Quilting)
แบ่งตามผลของงานที่ผลิตได้	การสร้างลวดลายระนาบบนผืนผ้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. การทำลายพิมพ์ด้วยระบบดิจิทัล (Digital Print) 2. การทำลายพิมพ์ด้วยการใช้ความร้อน (Heat Transfer) 3. การทำลายลายด้วยวิธีซิลค์ สกรีน (Silk Screen)
	การสร้างลวดลายที่เพิ่มผิวสัมผัสบนผืนผ้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเย็บปัก (Embroidery) 2. การทำลายลายด้วยวิธีซิลค์ สกรีน (Silk Screen)

จากตารางจะเห็นได้ว่ากรรมวิธีหลักที่ใช้ในการตกแต่งผืนผ้าและสิ่งทอสำหรับการออกแบบเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่

1. การเย็บปัก
2. การพิมพ์ด้วยระบบดิจิทัล
3. การพิมพ์ด้วยการใช้ความร้อน
4. การซิลค์ สกรีน
5. การต่อผ้า

ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมข้อมูลและตัวอย่างผลงานที่ใช้วิธีการต่างๆข้างต้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการเลือกไปใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานต่อไป

ตารางที่ 19: ตารางแสดงตัวอย่างผ้าจากกรรมวิธีการตกแต่งต่างๆ

กรรมวิธี	ตัวอย่างที่ 1	ตัวอย่างที่ 2	ตัวอย่างที่ 3
ตัวอย่างการเย็บปัก (Embroidery)			
ตัวอย่างการพิมพ์ด้วยระบบดิจิทัล (Digital Print)			
ตัวอย่างการพิมพ์ด้วยการใช้ความร้อน (Heat Transfer)			
ตัวอย่างการซิลค์ สกรีน (Silk Screen)			



ตารางที่ 20: ตารางสรุปจุดแข็งจุดอ่อนของกรรมวิธีการตกแต่งผืนผ้าแต่ละอย่าง

กรรมวิธี	จุดแข็ง	จุดอ่อน
การเย็บปัก (Embroidery)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถผลิตได้ทั้งในระบบอุตสาหกรรมเพื่อผลิตในจำนวนมาก และได้งานปักที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งหมดทุกชิ้นเพราะเป็นการผลิตด้วยเครื่องจักร และการผลิตในลักษณะของงานฝีมือจะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผืนผ้าเป็นอย่างมาก เพราะเป็นเสมือนการสร้างผลงานศิลปะลงบนผืนผ้า 	<ul style="list-style-type: none"> - การผลิตในระบบอุตสาหกรรมจะมีข้อจำกัดเรื่องรูปแบบของลายปัก และการผลิตในลักษณะของงานฝีมือจะใช้เวลาในการผลิตนานมากและลายที่ได้นั้นจะสวยหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับฝีมือและความชำนาญของผู้ปัก - ต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง
การพิมพ์ด้วยระบบดิจิทัล (Digital Print)	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถสร้างสรรค์ลายผ้าได้ตามแต่ใจของผู้ออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นการใช้สี และขนาดลายเส้นที่ใช้ - สามารถผลิตได้รวดเร็วในปริมาณมาก - สามารถผลิตได้ในปริมาณที่ต้องการ โรงงานส่วนมากจะไม่มีกำหนดขั้นต่ำของจำนวนการผลิต ดังนั้นหากมีลวดลายและสีสันทที่หลากหลาย และมีงบประมาณจำกัด ก็สามารถผลิตได้เช่นกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ออกแบบลายผ้าต้องมีความชำนาญและความเข้าใจในเรื่องของการต่อลายผ้า - หากเลือกโรงงานผลิตที่ไม่ชำนาญเรื่องการผลิตลายสำหรับผ้าไทย อาจจะไม่ดี เคลือบน้ำยาเฉพาะเพื่อให้ลายผ้าคงสภาพสมบูรณ์และมีคุณภาพได้มาตรฐาน - ในบางครั้งสีที่พิมพ์อาจจะไม่ตรงกับสีที่ออกแบบไว้ ดังนั้นก่อนการพิมพ์จริงควรทดลองพิมพ์เพื่อดูสีที่จะได้ก่อน และปรับสีตามความพึงพอใจ - ต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง หากผลิตในจำนวนน้อย

<p>การพิมพ์ด้วยการใช้ความร้อน (Heat Transfer)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ลายผ้าที่ได้จะมีความคมชัด สีที่ได้ค่อนข้างตรงและใกล้เคียงกับลายที่ออกแบบไว้ - สามารถผลิตได้ทั้งในปริมาณมากและปริมาณน้อย - เหมาะสำหรับการทำลวดลายที่จับในตัว เช่น ลายบนเสื้อยืด และลายผ้าพันคอ 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่เหมาะสำหรับการทำลายผ้าลงบนผ้าใยธรรมชาติ ดังนั้นจึงไม่เหมาะสำหรับผ้าไหมและผ้าฝ้ายเช่นกัน - เนื่องจากเป็นวิธีการที่เป็นกึ่งอุตสาหกรรม ดังนั้นในบางครั้งข้อผิดพลาดของการผลิตอาจเกิดจากความประมาทหรือความชำนาญที่ไม่เพียงพอของผู้ผลิตได้ - มีขนาดในการพิมพ์ที่จำกัด
<p>การซิลค์ สกรีน (Silk Screen)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีลักษณะและประเภทของสีให้เลือกใช้หลากหลาย ทั้งสีที่สกรีนแล้วแบบไปกับเนื้อผ้า และสีที่สกรีนแล้วมีความนูนขึ้นมา ซึ่งช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับผืนผ้าได้มาก 	<ul style="list-style-type: none"> - มีข้อจำกัดในเรื่องของสี เพราะเป็นวิธีที่ต้องปาดสีลงบนผ้าทีละสี ยิ่งจำนวนสีมากก็ต้องใช้เวลาในการผลิตมากขึ้น
<p>การต่อผ้า (Patchwork, Quilting)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นวิธีการที่สอดคล้องกับการทำเส้นตัดต่อบนเสื้อผ้า (Cutting) ดังนั้นจึงง่ายที่จะนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับงานออกแบบ 	<ul style="list-style-type: none"> - หากมีการต่อลายผ้าที่ซับซ้อนจะใช้เวลาในการทำค่อนข้างนาน และความสวยงามของชิ้นงานขึ้นอยู่กับความชำนาญของผู้ทำเป็นหลัก

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของกรรมวิธีการตกแต่งผืนผ้าแต่ละวิธี ซึ่งแต่ละวิธีก็มีความเหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรสนิยมที่แตกต่างกัน ทั้งนี้นอกจากเรื่องของกรรมวิธีแล้ว ลักษณะของลวดลายและสีสันทันก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะบอกถึงรสนิยมของผู้บริโภคได้เช่นกัน

ส่วนที่ 3 ทฤษฎีการออกแบบแฟชั่น

แนวคิดทฤษฎี ที่ส่งเสริมการหาแนวทางในการออกแบบ

- บุคลิกภาพการแต่งกาย
- ทฤษฎีการออกแบบเครื่องแต่งกาย (Fashion Design Theory)

สำหรับการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยต้องทำความเข้าใจเพื่อให้สามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มย่อยให้ได้เสียก่อน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จำแนก

กลุ่มเป้าหมายตามบุคลิกภาพการแต่งกาย ทั้งนี้เพราะบุคลิกภาพการแต่งกายแต่ละกลุ่มนั้นจะมีลักษณะที่โดดเด่น และอธิบายลักษณะของกลุ่มบุคคลได้อย่างชัดเจน

บุคลิกภาพการแต่งกาย

บุคลิกภาพการแต่งกายของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกันอันเนื่องจากปัจจัยหลากหลายประการ เพื่อการวิเคราะห์ว่าคนญี่ปุ่นมีบุคลิกภาพการแต่งกายอย่างไรบ้าง ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวรรณกรรมที่บ่งบอกถึงการแบ่งประเภทการแต่งกายตามบุคลิกภาพจากผู้เชี่ยวชาญ 4 ท่านมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปเรื่องการแบ่งกลุ่มลักษณะบุคลิกภาพการแต่งกายและจะนำข้อมูลในส่วนนี้ไปกำหนดเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลการแต่งกายของคนญี่ปุ่นต่อไป

จากบทความของพอลลา ดาร์เนลล์ (Paula Darnell)³² ในฐานะของนักเขียน นักออกแบบเครื่องประดับ และอาจารย์ ได้กล่าวไว้ว่าบุคลิกภาพการแต่งกายของแต่ละคนสามารถบ่งบอกได้ว่าผู้สวมใส่เป็นใคร และรสนิยมของผู้สวมใส่เป็นไปในแนวทางไหนซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วทุกคนจะมีบุคลิกภาพหลักอยู่ถึงแม้ว่าในบางครั้งบางโอกาสเราจะเลือกสวมใส่เสื้อผ้าในกลุ่มบุคลิกภาพอื่นก็ตาม ทั้งนี้สามารถแบ่งบุคลิกภาพการแต่งกายออกได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ บุคลิกภาพแบบคลาสสิก บุคลิกภาพแบบโรแมนติก บุคลิกภาพแบบตามกระแส และบุคลิกภาพแบบลำลอง

1. บุคลิกภาพแบบคลาสสิก (Classic Fashion Personality) ลักษณะของบุคลิกภาพการแต่งกายแบบคลาสสิก คือ รูปแบบเสื้อผ้าที่เรียบง่าย สามารถสวมใส่ได้นานโดยไม่รู้สึกลำบาก นิยมใช้ผ้าใยธรรมชาติเป็นหลัก กระเป๋า รองเท้าทำจากหนัง เสื้อผ้าและเครื่องประดับส่วนใหญ่จะเป็นสีกลางๆ ไม่ฉูดฉาด และสีที่เป็นที่นิยมคือสีดำและสีกรมท่า และมักจะเป็นผ้าสีพื้นมากกว่าผ้าพิมพ์ลาย หากเป็นชุดกระโปรง หรือกระโปรงโดยส่วนมากจะมีความยาวในระดับเข่าหรือยาวกว่านั้น ถ้าหากเปรียบเทียบกับบุคลิกภาพแบบอื่นๆ บุคลิกภาพแบบคลาสสิกนี้จะเป็นผู้ที่ลงทุนกับการแต่งกายมากที่สุด เพราะคนกลุ่มนี้ยินดีที่จะจ่ายเงินจำนวนมากกว่าเพื่อแลกกับเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่มีคุณค่า มีความคงทน ถาวร ใช้ได้ในระยะยาวและไม่ฉาบฉวย

2. บุคลิกภาพแบบโรแมนติก (Romantic Fashion Personality) ลักษณะของบุคลิกภาพการแต่งกายแบบโรแมนติก คือ รูปแบบเสื้อผ้าที่มีความเป็นผู้หญิงมาก มีการตกแต่งรายละเอียดบนเสื้อผ้าด้วยระบาย ลูกไม้ นิยมผ้าที่มีผิวสัมผัสนุ่ม ลื่น หรือกำมะหยี่ คนกลุ่มนี้จะนิยมกระโปรงที่ยาวคลุมเข่าหรืออาจยาวกว่านั้น ในช่วงที่อากาศหนาวมักเลือกที่จะใส่เสื้อคลุมไหมพรม หรือเสื้อถักมากกว่าเสื้อแจ๊คเก็ต กลุ่มสีที่เป็นที่ชื่นชอบของคนกลุ่มนี้คือสีพาสเทลที่มีความหวานละมุนตา และ

³² Paula Darnell. Fashion Personality. [Online], Available from: <http://petite.about.com/od/fashionpersonality/tp/fashionpersonalitytypes.htm>. [2013, April 21]

ชอบที่จะใส่เสื้อผ้าที่มีลายลายของดอกไม้ หากเป็นกางเกงก็จะนิยมกางเกงขาค่อนข้างยาวมากกว่ากางเกงที่มีทรงแข็งทื่อ เครื่องประดับที่เลือกใช้มักมีรูปแบบโบราณซึ่งอาจจะเป็นของโบราณหรือของที่ทำเสมือนของโบราณก็ได้

3. บุคลิกภาพแบบตามกระแสนิยม (Trendy Fashion Personality) ลักษณะของบุคลิกภาพการแต่งกายแบบตามกระแสนิยม คือ เสื้อผ้ารูปแบบใด สีใด และลวดลายใดก็ตามที่กำลังจะเป็นที่นิยม คนกลุ่มนี้จะรู้จักก่อนเพราะจะติดตามแนวโน้มความนิยมจากนิตยสารจนบางครั้งรู้จักก่อนที่เสื้อผ้ารูปแบบนั้นๆจะมีขายในร้านเสียอีก คนกลุ่มนี้ไม่มีนิยมนที่จะซื้อเสื้อผ้าเครื่องประดับที่มีราคาสูง เพราะพวกเขาจะซื้อสินค้าแฟชั่นเหล่านี้ตลอดและเปลี่ยนไปเรื่อยๆ สนุกกับการแต่งตัว บางครั้งจึงอาจไม่ได้คำนึงถึงเรื่องของคุณภาพมากนัก แต่รูปแบบความทันสมัยเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับพวกเขา

4. บุคลิกภาพแบบลำลอง (Casual Fashion Personality) ลักษณะของบุคลิกภาพการแต่งกายแบบลำลอง คือ เสื้อผ้าที่เน้นความสบาย เช่น เสื้อยืด กางเกงยีนส์ รองเท้าคู่โปรดของคนกลุ่มนี้มักจะเป็นรองเท้าผ้าใบ รองเท้าแตะ และรองเท้าที่ไม่มีส้น คนกลุ่มนี้จะไม่สนใจแฟชั่นมากนัก พวกเขาจะไม่เปลี่ยนรองเท้าและกระเป๋าบ่อยนัก เพราะเค้าจะใช้รองเท้าและกระเป๋าคู่เดียว ใ้เดียวไปเรื่อยๆ และหากพูดถึงเครื่องประดับ คนกลุ่มนี้จะใช้เครื่องประดับเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยรวมแล้วเหตุผลหลักในการเลือกซื้อและเลือกใช้เสื้อผ้าสำหรับคนกลุ่มนี้คือความสบายและคล่องตัว

ข้อมูลจากเว็บไซต์เกอร์เจียส มี (Gorgeous me)³³ ซึ่งเป็นองค์กรสำหรับให้คำแนะนำในเรื่องของบุคลิกภาพได้กล่าวถึงเรื่องการแบ่งกลุ่มบุคลิกภาพการแต่งกายไว้ดังนี้

บุคลิกภาพการแต่งกายนับเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยบ่งบอกว่าคนแต่ละคนมีรูปแบบการแต่งกายอย่างไร การแต่งกายของคนทุกคนอาจไม่ได้ยึดติดอยู่ที่ลักษณะบุคลิกภาพการแต่งกายแบบเดียว เพราะแต่ละคนอาจมีการผสมผสานหลากหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของช่วงอายุก็อาจทำให้บุคลิกภาพการแต่งกายเปลี่ยนได้เช่นกัน ทั้งนี้สามารถแบ่งกลุ่มบุคลิกภาพการแต่งกายได้เป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

1. ลำลอง / เป็นธรรมชาติ / ผ่อนคลาย (Casual / Natural / Relaxed) คนกลุ่มนี้เป็นคนเรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก หากพูดถึงเรื่องของการแต่งกายจะให้ความสำคัญกับเรื่องของความเหมาะสมในการใช้งานและสวมใส่สบาย ดังนั้นเนื้อผ้าที่เป็นที่ชื่นชอบจึงเป็นเนื้อผ้าที่มีความยืดหยุ่นเพื่อความคล่องตัวเช่นกัน เช่น ผ้ายืด ผ้าถัก และหากพูดถึงความหลากหลายในการแต่งกายของคนกลุ่มนี้ ในแต่ละโอกาสการใช้งาน เช่น ชุดทำงาน และชุดลำลอง จะมีความใกล้เคียงกันมาก หรือบางชุดอาจใช้ได้ใน

³³ Gorgeous Me. Fashion Personality. [Online], Available from: <http://gorgeousme.co/style-and-colours/my-style/style-personality/>. [2013, April 21]

หลายโอกาสเลยก็เป็นได้ ส่วนองค์ประกอบอื่นๆ เช่น การแต่งหน้า ทำผม สำหรับคนกลุ่มนี้จะแต่งแบบเรียบง่ายและเป็นธรรมชาติ ไม่ตามแฟชั่น

2. คลาสสิก (Classic) คนกลุ่มนี้จะนิยมเสื้อผ้าที่สุภาพเรียบร้อย โครงสร้างหรือโครงร่างเงาของเสื้อผ้าดูเรียบง่าย องค์ประกอบผสมผสานกลมกลืนสอดคล้องกัน เป็นเสื้อผ้าที่ใส่ได้นานโดยไม่รู้สึกว่ารำคาญ สีที่ใช้จะไม่ฉูดฉาดและไม่หลากหลาย สีหลักที่เป็นที่นิยมของคนกลุ่มนี้คือ สีดำ สีขาว สีครีม และสีกรมท่า ส่วนเนื้อผ้าจะนิยมผ้าเรียบ สีพื้นที่มีความทึบ ไม่นิยมเนื้อผ้าที่มีพื้นผิวที่มากเกินไป และผ้าที่มีลวดลาย ในการเลือกซื้อเสื้อผ้า คนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับคุณภาพมาก และยอมที่จะจ่ายเงินมากขึ้นเพื่อแลกกับของที่มีคุณภาพที่น่าพึงพอใจ สำหรับเครื่องประดับ คนกลุ่มนี้นิยมเครื่องประดับที่เรียบง่าย ดั้งเดิมและมีคุณค่า

3. ผู้หญิง / โรแมนติก (Feminine / Romantic) คนกลุ่มนี้จะเลือกองค์ประกอบในการแต่งกาย ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า และเครื่องประดับต่างๆ ที่ช่วยเสริมสร้างความเป็นผู้หญิงให้กับพวกเขา องค์ประกอบของเสื้อผ้าที่มีความสวยงามและน่ารัก เช่น ผ้ากำมะหยี่ โบว์ ลูกไม้ ระบาย จะสามารถดึงดูดความสนใจจากคนกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี เนื้อผ้าที่ได้รับความนิยม คือ ผ้าที่มีผิวสัมผัสนุ่ม สีอ่อนหวาน และผ้าที่มีลวดลายดอกไม้ต่างๆ หรือบางครั้งอาจจะเป็นเสื้อผ้าที่ดูสะอาดตา แต่เน้นรูปแบบที่เข้ารูปหรือเส้นสายบนเสื้อผ้าที่ช่วยส่งเสริมสรีระ ส่วนเว้าส่วนโค้งของความเป็นผู้หญิงให้กับพวกเขา รองเท้าส้นสูงเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญของคนกลุ่มนี้ เพราะคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยงามมากกว่าความสะดวกสบายในการใช้สอย

4. ผู้ติดตามกระแสแฟชั่น (Fashion Follower) คนกลุ่มนี้จะมีความมั่นใจในตัวเองค่อนข้างมาก ชอบและสนุกกับการแต่งตัวเป็นชีวิตจิตใจและจะติดตามกระแสแฟชั่นตลอดเวลาโดยคนกลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลในเรื่องของการแต่งกายจากคนที่มีชื่อเสียงในวงการแฟชั่น นักออกแบบแฟชั่น และนิตยสารแฟชั่นต่างๆ เรื่องของภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับคนกลุ่มนี้ พวกเขาไม่ชอบที่จะใส่เสื้อผ้าหรือเครื่องประดับที่ลำลอง ดังนั้นเค้าจะต้องมีของใหม่ๆ มาตลอด คนกลุ่มนี้จะให้เวลากับเรื่องของการแต่งกายมากกว่าคนกลุ่มอื่นๆ

5. สร้างสรรค์ / น่าทึ่ง (Creative / Dramatic) คนกลุ่มนี้จะมีความมั่นใจในตัวเองและมีความเป็นตัวของตัวเองสูง เป็นคนที่ต้องการแสดงความเป็นตัวตนที่แท้จริงของตนเองออกมาโดยผ่านทางรูปแบบและลักษณะของการแต่งกายที่ไม่จำเป็นต้องเหมือนใคร ไม่กลัวที่จะทดลองแต่งกายในรูปแบบต่างๆ เสื้อผ้าและเครื่องประดับที่สามารถดึงดูดความสนใจของคนกลุ่มนี้ได้จะต้องเป็นเสื้อผ้าที่มีความโดดเด่น อาจจะเป็นเสื้อผ้าที่มีการออกแบบในลักษณะอสมมาตร มีเส้นสาย โครงร่างเงา รูปแบบรูปทรงและสีสันทันที่น่าสนใจ อาจมีการนำสิ่งต่างๆ ที่แตกต่างกันมาผสมผสานใส่ด้วยกันเพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการแต่งกายของตนเอง การแต่งหน้าและทรงผมของคนกลุ่มนี้จะต้องสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับเสื้อผ้าที่สวมใส่ซึ่งต้องโดดเด่นและแตกต่าง

6. เรียบง่าย (Minimalist) คนกลุ่มนี้จะนิยมเสื้อผ้าที่มีรูปแบบและรูปทรงที่ดูเรียบง่าย ไม่มีสีส้มมากมาย หรือหากต้องการสวมใส่หลายสี ก็จะเป็นสีที่อยู่ในกลุ่มสีเดียวกัน ทั้งนี้ทั้งนั้นสีดำนับได้ว่าเป็นสีที่ได้รับความนิยมสูงสุดของคนกลุ่มนี้ และสีอื่นๆที่คนกลุ่มนี้จะสวมใส่ ได้แก่ สีขาว สีเทา สีครีม และสีน้ำตาล รูปแบบเสื้อผ้าจะดูเรียบง่ายและน้อยที่สุด

จากข้อมูลของเว็บไซต์จอย ออฟ โคลทส์ (Joy of clothes)³⁴ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งองค์กรที่ให้คำแนะนำในเรื่องของบุคลิกภาพการแต่งกายได้แบ่งประเภทของลักษณะบุคลิกภาพการแต่งกายไว้ โดยแบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่

1. คลาสสิก (Classic) สำหรับคนกลุ่มนี้การจับคู่เสื้อผ้าเพื่อใส่ด้วยกันอาจจะเป็นเรื่องยาก เพราะคนกลุ่มนี้มักจะมีชุดที่ดูสมบูรณ์แบบในตัวเองอยู่แล้ว พวกเขานิยมชุดที่ดูโก้ ประณีต สะอาดตา สุขภาพ และเรียบร้อย คนกลุ่มนี้จะเลือกซื้อของที่มียุคคุณภาพ พวกเขาไม่ได้เป็นคนที่ยึดติดกับสมัยนิยม ชุดของคนกลุ่มนี้ส่วนมากจึงเป็นชุดที่เมื่อนำมาใส่ร่วมกันก็ยังดูกลมกลืน ไม่ขัดตา ไม่ว่าจะเป็ชุดที่ใส่ในโอกาสทำงานหรืออยู่บ้านก็ตาม

2. เรียบง่าย (Minimalist) สำหรับคนกลุ่มนี้จะนิยมการใส่เสื้อผ้าที่ไม่มีการตกแต่ง รายละเอียดมากมาย มักใช้สีในโทนเดียวกันทั้งชุด และสีไม่ฉูดฉาด เช่น โทนสีดำ โทนสีขาว โทนสีน้ำตาล สิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้การแต่งกายให้โดดเด่น คือ ความประณีตและรูปแบบเสื้อผ้าที่น่าสนใจ

3. สร้างสรรค์ (Creative) คนกลุ่มนี้มักจะแต่งกายให้ดูมีเอกลักษณ์และโดดเด่น คนกลุ่มนี้มักจะใช้เวลาและใช้เงินไปกับการเลือกซื้อสินค้า เสื้อผ้า เครื่องประดับที่น่าสนใจ นิยมที่จะหาซื้อสินค้าจากร้านค้าหรือแหล่งขายสินค้าที่ไม่ใช่กระแสหลัก คนกลุ่มนี้สามารถนำเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่มีสีสัน พื้นผิว รูปแบบ ที่แตกต่างกันมาอยู่ด้วยกันได้อย่างลงตัว การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าและเครื่องประดับของคนกลุ่มนี้จะไม่คำนึงถึงการใช้งานและราคามากนัก แต่จะคำนึงถึงเรื่องของรูปแบบว่าเสื้อผ้าชิ้นไหนที่จะช่วยให้ดูโดดเด่นได้

4. น่าทึ่ง (Dramatic) คนกลุ่มนี้มักจะเลือกซื้อเสื้อผ้าที่ทำให้รู้สึกทึ่ง ตื่นตาตื่นใจ ต้องหาซื้อสินค้าที่ใหม่ล่าสุดมาใส่ถึงแม้ว่าเสื้อผารูปแบบใหม่นั้นจะไม่เข้าและไม่เหมาะสมกับบุคลิกก็ตาม

5. เป็นธรรมชาติ (Natural) คนกลุ่มนี้นิยที่จะใส่เสื้อผารูปแบบลำลอง ดูแลร์กชาง่าย หากเป็นเสื้อผ้าที่ดูซับซ้อนวุ่นวายและมีรายละเอียดมากจะไม่ใช้รูปแบบที่คนกลุ่มนี้สนใจ

6. โรแมนติก (Romantic) คนกลุ่มนี้ชื่นชอบชุดที่มีความเป็นผู้หญิง น่ารัก เนื้อผ้าที่ดูหรูหรา นิยมเสื้อผ้าที่มีการประดับตกแต่งด้วยโบว์ ระบาย การจีบย่น ฯลฯ

³⁴ Joy of clothes. Fashion Personality. [Online], Available from:

<http://www.joyofclothes.com/style-advice/magazine> [2013, April 21]

อีกหนึ่งบทความจากนิตยสารออนไลน์ ฮาร์เปอร์ส บาซาร์ (Harper's Bazaar)³⁵ ได้แบ่งกลุ่มบุคลิกภาพการแต่งกายออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มคลาสสิก (The Classicists) คนกลุ่มนี้จะเลือกรูปแบบเสื้อผ้าที่เป็นพื้นฐาน มีความโก้หรูและความแท้แบบเรียบง่าย เสื้อผ้าตามกระแสนิยมและแนวโน้มการแต่งกายต่างๆ ไม่มีอิทธิพลใดๆ กับคนกลุ่มนี้ เพราะคนกลุ่มนี้ไม่ได้ยึดติดที่จะต้องแต่งตัวตามสมัยนิยม ไม่นิยมเสื้อผ้าที่มีรายละเอียดการตกแต่งมากมาย ไม่ชอบสวมใส่ชุดที่มีโบว์หรือระบาย สีหลักที่คนกลุ่มนี้จะสวมใส่คือ สีดำ สีขาว สีกรมท่า สีเทาและสีงาช้าง

2. กลุ่มบอมบ์เชลล์ส (The Bombshells) กลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับความเซ็กซี่ เปิดเผยสัดส่วนและเน้นส่วนเว้าส่วนโค้งเพื่อแสดงออกถึงความเป็นผู้หญิง ชุดที่สวมใส่ต้องช่วยส่งเสริมให้เขามีสิริระรูปทรงนาฬิกาทราย

3. กลุ่มโบฮีเมียน (The Bohemians) กลุ่มโบฮีเมียนนิยมใส่กระโปรงหรือเสื้อผ้าในท่อนล่างทรงกระดิ่ง ลายดอกไม้และสีสันทึบหลากหลายช่วยสร้างความสดชื่นได้เป็นอย่างดี มักผสมผสานและสวมใส่เสื้อผ้าหลายชิ้นที่มีพื้นผิวและสีสันท่างๆ กันไว้ด้วยกัน ใส่เสื้อผ้าหลายชิ้นให้ดูเป็นมิติและสนุกสนาน ลายผ้าที่นิยมคือ ลายดอกไม้ ลายเพสลีย์ (Paisley) และลวดลายย้อนยุคต่างๆ

4. กลุ่มผู้หญิง (The Ladies) คนกลุ่มนี้จะนิยมใส่เสื้อผ้าที่มีรายละเอียดตกแต่ง เช่น ระบาย ลูกไม้ เพื่อแสดงถึงความน่ารัก อ่อนหวาน แบบผู้หญิง เสื้อผ้าที่ช่วยส่งเสริมสิริระ ส่วนเว้าส่วนโค้ง ให้ดูสวยงาม และมีเสน่ห์

5. กลุ่มนอกรอบ (The Mavericks) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ไม่กลัวที่จะทดลองสวมใส่อะไรแปลกใหม่ ไม่นิยมที่จะซื้อเสื้อผ้าทั้งชุดที่ทางร้านลองจับคู่ไว้ให้เป็นตัวอย่าง แต่จะซื้อแยกชิ้นแล้วหาวิธีในการใส่และจับคู่กับเสื้อผ้าชิ้นๆ ด้วยตัวเองจนกลายเป็นผู้นำแฟชั่นไปโดยไม่รู้ตัว

6. กลุ่มเรียบง่าย (The Minimalists) สำหรับกลุ่มนี้นิยมเสื้อผ้าเรียบง่าย สีสันทึบไม่ฉูดฉาด เวลาแต่งกายนิยมใส่สีเดียวทั้งชุดหรือใช้สีที่ใกล้เคียงกัน และโดยส่วนมากจะเป็นสีกลาง เช่น ดำ เทา ขาว หากจะใส่สีสันทึบจะต้องเป็นสีที่ลดระดับความสดใสมากแล้ว เช่น สีฟ้าอมเทา สีส้มอมน้ำตาล ไม่นิยมเสื้อผ้าที่มีรายละเอียดตกแต่งมาก เช่น ระบาย จีบชุด ฯลฯ

7. กลุ่มผสมผสาน (The Eclectics) คนกลุ่มนี้จะมีความสุขกับการได้หยิบจับอะไรที่ไม่เข้ากันมาใส่ด้วยกัน เช่น ใส่เสื้อสูทที่ตัดอย่างประณีตกับชุดกระโปรงกรวยกราย เป็นต้น

³⁵ Harper's bazaar Magazine. Fashion Personality. [Online], Available from:

<http://www.harpersbazaar.com/fashion/fashion-articles/fashion-personality#slide-5> [2013, April 21]

ตารางที่ 21: ตารางสรุปการกำหนดบุคลิกภาพการแต่งกายสำหรับการวิจัย

Paula Darnell	Gorgeous me	Joy of clothes	Harper's Bazaar	สรุป
Classic Fashion Personality	Casual / Natural / Relaxed	Classic	The Classicists	CLASSIC
Romantic Fashion Personality	Classic	Minimal	The Bombshells	FEMININE
Trendy Fashion Personality	Feminine / Romantic	Creative	The Bohemians	CASUAL
Casual Fashion Personality	Fashion Follower	Dramatic	The Ladies	CREATIVE
	Creative / Dramatic	Natural	The Mavericks	MINIMAL
	Minimalist	Romantic	The Minimalists	
			The Eclectics	

จากการศึกษาข้อมูลเรื่องบุคลิกภาพการแต่งกายจากหลายแหล่งข้อมูลที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น ซึ่งแต่ละแหล่งข้อมูลจะมีการแบ่งกลุ่มที่ทั้งเหมือนกันและแตกต่างกันออกไป ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเพื่อหาข้อสรุปและจะนำข้อสรุปนี้ไปใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ลักษณะการแต่งกายของคนญี่ปุ่นต่อไป ซึ่งผู้วิจัยทำการวิเคราะห์และขอสรุปการแบ่งบุคลิกภาพการแต่งกายสามารถแบ่งได้ทั้งหมด 5 กลุ่ม โดยที่ผู้วิจัยได้เลือกบุคลิกภาพที่ถูกกล่าวถึง 3 - 4 ครั้งจาก 4 แหล่งข้อมูล ดังนี้

1. กลุ่มคลาสสิก (Classic) ทุกแหล่งข้อมูลกล่าวถึง
2. กลุ่มโรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง (Romantic and Feminine) ทุกแหล่งข้อมูลกล่าวถึง
3. กลุ่มลำลองและเป็นธรรมชาติ (Casual and Natural) 3 ใน 4 แหล่งข้อมูลกล่าวถึง
4. กลุ่มสร้างสรรค์ (Creative) 3 ใน 4 แหล่งข้อมูลกล่าวถึง
5. กลุ่มเรียบง่าย (Minimalists) 3 ใน 4 แหล่งข้อมูลกล่าวถึง

1. กลุ่มคลาสสิก (Classic)

คนกลุ่มนี้จะเลือกรูปแบบเสื้อผ้าที่เป็นพื้นฐานใส่ได้นานโดยไม่รู้สึกลำบาก มีความโก้หรู ประณีต สะอาดตา สุภาพ และมีความเท่แบบเรียบง่าย เสื้อผ้าตามกระแสนิยมและแนวโน้มการแต่งกายต่างๆ ไม่มีอิทธิพลใดๆกับคนกลุ่มนี้ เพราะพวกเขาไม่ได้ยึดติดที่จะต้องแต่งตัวตามสมัยนิยม ไม่นิยมเสื้อผ้าที่มีรายละเอียดการตกแต่งมากเกินไป ไม่ชอบใส่ชุดที่มีโบว์หรือระบาย นิยมใช้ผ้าใยธรรมชาติเป็นหลัก กระเป๋ารองเท้าทำจากหนัง สีหลักที่คนกลุ่มนี้จะสวมใส่จะเป็นสีกลางๆ สดุดๆ ไม่ฉูดฉาดและไม่หลากหลาย ได้แก่ สีดำ สีขาว สีกรมท่า สีเทา สีครีม และสีฟ้าก็ ส่วนเนื้อผ้าจะนิยมผ้าเรียบ สีพื้นที่มีความทึบ ไม่นิยมเนื้อผ้าที่มีพื้นผิวที่มากเกินไปและผ้าที่มีลวดลาย ในการเลือกซื้อเสื้อผ้า คนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับคุณภาพมาก ถ้าหากเปรียบเทียบกับบุคลิกภาพแบบอื่นๆ บุคลิกภาพแบบคลาสสิกนี้จะเป็นผู้ที่ลงทุนกับการแต่งกายมากที่สุด เพราะคนกลุ่มนี้นิยมที่จะจ่ายเงินจำนวนมากกว่าเพื่อแลกกับเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่มีคุณค่า มีความคงทน ถาวร ใช้ได้ในระยะยาวและไม่ฉาบฉวย

คำสำคัญที่แสดงลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ โก้หรู ประณีต สะอาดตา สุภาพ เรียบง่าย

2. กลุ่มลำลองและเป็นธรรมชาติ (Casual and Natural)

คนกลุ่มนี้เป็นคนเรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก คล่องตัว หากพูดถึงเรื่องของการแต่งกายจะให้ความสำคัญกับเรื่องของความเหมาะสมในการใช้งาน ดูแลรักษาง่าย และสวมใส่สบาย ดังนั้นเนื้อผ้าที่เป็นที่ชื่นชอบจึงเป็นเนื้อผ้าที่มีความยืดหยุ่นเพื่อความคล่องตัวเช่นกัน เช่น ผ้ายืด ผ้าถัก เสื้อยืด กางเกงยีนส์ หากเป็นเสื้อผ้าที่ดูซับซ้อนวุ่นวาย รายละเอียดมากจึงไม่ใช่แบบที่คนกลุ่มนี้ชอบเลย และหากพูดถึงความหลากหลายในการแต่งกายของคนกลุ่มนี้ ในแต่ละโอกาสการใช้งาน เช่น ชุดทำงาน และชุดลำลอง จะมีความใกล้เคียงกันมาก หรือบางชุดอาจใช้ใส่ในหลายโอกาสเลยก็ว่าได้ รองเท้าคู่โปรดของคนกลุ่มนี้มักจะเป็นรองเท้าผ้าใบ รองเท้าแตะ และรองเท้าที่ไม่มีส้น คนกลุ่มนี้จะไม่สนใจแฟชั่นมากนัก และจะไม่เปลี่ยนรองเท้าและกระเป๋ามาก จะใช้รองเท้าและกระเป๋าคู่เดียว ใบเดียวไปเรื่อยๆ และหากพูดถึงเครื่องประดับ คนกลุ่มนี้จะใช้เครื่องประดับเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยรวมแล้วเหตุผลหลักในการเลือกซื้อและเลือกใช้เสื้อผ้าสำหรับคนกลุ่มนี้คือความสบายและคล่องตัวการแต่งหน้า ทำผม สำหรับคนกลุ่มนี้จะแต่งแบบเรียบง่ายและเป็นธรรมชาติ

คำสำคัญที่แสดงลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ เรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก คล่องตัว สบาย ยืดหยุ่น

3. กลุ่มโรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง (Romantic and Feminine)

ลักษณะของบุคลิกภาพการแต่งกายแบบโรแมนติก คือ รูปแบบเสื้อผ้าที่มีความเป็นผู้หญิงมาก มีการตกแต่งรายละเอียดบนเสื้อผ้าด้วยโบว์ ระบาย ลูกไม้ การจับจีบ เพื่อแสดงถึงความน่ารักอ่อนหวาน แบบผู้หญิง นิยมผ้าที่มีผิวสัมผัสนุ่ม ลื่น หรือกำมะหยี่ คนกลุ่มนี้จะนิยมกระโปรงที่ยาว

คลุมเช่าหรืออาจยาวกว่านั้น ในช่วงที่อากาศหนาวมักเลือกที่จะใส่เสื้อคลุมไหมพรม หรือเสื้อถักมากกว่าเสื้อแจ๊คเก็ต นิยมเสื้อผ้าที่ช่วยส่งเสริมสรีระ ส่วนเว้าส่วนโค้ง ให้ดูสวยงาม มีเสน่ห์ และมีความเป็นผู้หญิง น่ารัก กลุ่มสีที่เป็นที่ชื่นชอบของคนกลุ่มนี้คือสีพาสเทลที่มีความหวานละมุนตา และชอบที่จะใส่เสื้อผ้าที่มีลวดลายของดอกไม้ หากเป็นกางเกงก็จะนิยมกางเกงขาค้นมากกว่ากางเกงที่มีทรงแข็งทื่อ เครื่องประดับที่เลือกใช้มักมีรูปแบบโบราณซึ่งอาจจะเป็นของโบราณหรือของที่ทำเสมือนของโบราณก็ได้ รองเท้าส้นสูงเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญของคนกลุ่มนี้ เพราะคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยงามมากกว่าความสะดวกสบายในการใช้สอย

คำสำคัญที่แสดงลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ ความเป็นผู้หญิง การตกแต่งรายละเอียดอ่อนหวาน มีเสน่ห์ ละมุน

4. กลุ่มเรียบง่าย (Minimalists)

คนกลุ่มนี้จะนิยมเสื้อผ้าที่มีรูปแบบและรูปทรงที่ดูเรียบง่าย ไม่มีสีสันมากมาย และสีสันไม่ฉูดฉาด เวลาแต่งกายนิยมใส่สีเดียวทั้งชุดหรือใช้สีที่ใกล้เคียงกันเพื่อให้ดูกลมกลืนกัน และโดยส่วนมากจะเป็นสีกลาง เช่น สีดำ สีเทา สีขาว สีครีม และสีน้ำตาล หากจะใส่สีสันจะต้องเป็นสีที่ลดระดับความสดใสมากแล้ว เช่น สีฟ้าอมเทา สีส้มอมน้ำตาล ไม่นิยมเสื้อผ้าที่มีรายละเอียดตกแต่งมาก เช่น ระบาย จีบรูด ฯลฯ รูปแบบเสื้อผ้าจะดูเรียบง่ายและน้อยที่สุด

คำสำคัญที่แสดงลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ น้อย เรียบง่าย ไม่ฉูดฉาด กลมกลืน สีกลาง

5. กลุ่มสร้างสรรค์ (Creative)

คนกลุ่มนี้จะมีความมั่นใจในตัวเองและมีความเป็นตัวของตัวเองสูง เป็นคนที่ต้องการแสดงความเป็นตัวตนที่แท้จริงของตนเองออกมาโดยผ่านทางรูปแบบและลักษณะของการแต่งกายที่ไม่จำเป็นต้องเหมือนใคร ไม่กลัวที่จะทดลองแต่งกายในแบบต่างๆ เสื้อผ้าและเครื่องประดับที่สามารถดึงดูดความสนใจของคนกลุ่มนี้ได้จะต้องเป็นเสื้อผ้าที่มีความโดดเด่น อาจจะเป็นเสื้อผ้าที่มีการออกแบบในลักษณะอสมมาตร มีเส้นสาย โครงร่างเงา รูปแบบ รูปทรงและสีสันที่น่าสนใจ อาจมีการนำสิ่งต่างๆ ที่แตกต่างกันมาผสมผสานใส่ด้วยกันเพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการแต่งกายของตนเอง การแต่งหน้าและทรงผมของคนกลุ่มนี้จะต้องสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับเสื้อผ้าที่สวมใส่ซึ่งต้องโดดเด่นและแตกต่าง ไม่นิยมที่จะซื้อเสื้อผ้าทั้งชุดที่ทางร้านลองจับคู่ไว้ให้เป็นตัวอย่าง แต่จะซื้อแยกชิ้นแล้วหาวิธีในการใส่และจับคู่กับเสื้อผ้าชิ้นๆ ด้วยตัวเองจนกลายเป็นผู้นำแฟชั่นไปโดยไม่รู้ตัว คนกลุ่มนี้จะมีความสุขกับการได้หยิบจับอะไรที่บางครั้งคนอื่นอาจจะมองว่าไม่เข้ากันมาใส่ด้วยกัน เช่น ใส่เสื้อสูทที่ตัดอย่างประณีตกับชุดกระโปรงกรุยกราย เป็นต้น คนกลุ่มนี้มักจะใช้เวลาและใช้เงินไปกับการเลือกซื้อสินค้า เสื้อผ้า เครื่องประดับที่น่าสนใจ นิยมที่จะหาซื้อสินค้าจากร้านค้าหรือแหล่งขายสินค้าที่

ไม่ใช่กระแสหลัก และสามารถนำเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่มีสีสัน พื้นผิว รูปแบบ ที่แตกต่างกันมาอยู่ด้วยกันได้อย่างลงตัว การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าและเครื่องประดับของคนกลุ่มนี้จะไม่คำนึงถึงการใช้งาน และราคามากนัก จะคำนึงถึงเรื่องของรูปแบบว่าเสื้อผ้าชิ้นไหนที่จะช่วยให้ดูโดดเด่นได้

คำสำคัญที่แสดงลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ สร้างสรรค์ มั่นใจ โดดเด่น แตกต่าง ดึงดูด

ตารางที่ 22: ตารางสรุปคำสำคัญของกลุ่มบุคลิกภาพการแต่งกาย

บุคลิกภาพการแต่งกาย	คำสำคัญ
กลุ่มคลาสสิก (Classic)	โก้หรู ประณีต สะอาดตา สุภาพ เรียบง่าย
กลุ่มลำลองและเป็นธรรมชาติ (Casual and Natural)	เรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก คล่องตัว สบาย ยืดหยุ่น
กลุ่มโรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง (Romantic and Feminine)	ความเป็นผู้หญิง การตกแต่งรายละเอียด อ่อนหวาน มีเสน่ห์ ละมุน
กลุ่มเรียบง่าย (Minimalists)	น้อย เรียบง่าย ไม่ฉูดฉาด กลมกลืน สีกกลาง
กลุ่มสร้างสรรค์ (Creative)	สร้างสรรค์ มั่นใจ โดดเด่น แตกต่าง ดึงดูด

การสรุปลักษณะของกลุ่มบุคลิกภาพการแต่งกายนี้ จะนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการจำแนกกลุ่มตัวอย่างและการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องของการแต่งกายของคนแต่ละกลุ่มในบทต่อไป

นอกจากการแบ่งกลุ่มที่เป็นสากลนี้แล้ว แฟชั่นที่เป็นที่นิยมในกลุ่มคนญี่ปุ่นที่เรียกว่าแฟชั่นวัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subcultures Fashion) ซึ่งมีอีกหลายกลุ่มย่อยได้แก่ โลลิต้า (Lolita) เกียรุ (Gyaru) โบโซโซกุ (Bosozoku) คอสเพลย์ (Cosplay) อีโร คาวาอิ (Ero Kawaii) ฮิกิโกโมริ (Hikikomori) โอตาคุ (Otaku) และวิซวล เคอิ (Visual Kei) หากแต่ในวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาเฉพาะกลุ่มบุคลิกภาพการแต่งกายในแบบสากลจึงขอยกเว้นการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของแฟชั่นวัฒนธรรมกลุ่มย่อยนี้ แต่หากข้อมูลที่ทำการศึกษาวิเคราะห์มีความเกี่ยวข้องกับก็จะขอใช้คำว่า “แฟชั่นวัฒนธรรมกลุ่มย่อย” ในการเรียกแฟชั่นในกลุ่มนี้ทั้งหมด

ทฤษฎีการออกแบบเครื่องแต่งกาย

ในการวิเคราะห์วิธีการแต่งกายหรือแนวทางการแต่งกายของคนญี่ปุ่นอย่างมีหลักการและเหตุผล ผู้วิจัยจึงศึกษาข้อมูลในเรื่องขององค์ประกอบการออกแบบแฟชั่นที่จะนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ให้ได้ข้อสรุปที่ชัดเจนและละเอียดถี่ถ้วน โดยมีประเด็นสำคัญที่ต้องศึกษาดังนี้

- เรื่องที่ 1 หลักการสำหรับการแบ่งประเภทเสื้อผ้าโดยใช้ความสั้นยาวเป็นเกณฑ์
 เรื่องที่ 2 ทฤษฎีสี

เรื่องที่ 1 หลักการสำหรับการแบ่งประเภทเสื้อผ้าโดยใช้ความสั้นยาวเป็นเกณฑ์

เรื่องความสั้น-ยาวของเสื้อผ้าแต่ละชนิดนั้นเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการออกแบบเสื้อผ้า เพราะความสั้นและยาวนั้นเป็นการกำหนดโครงสร้างเงาในแนวตั้ง การรวบรวมข้อมูลในเรื่องนี้ ผู้วิจัย แบ่งเสื้อผ้าออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ เสื้อผ้าสำหรับร่างกายท่อนบน ได้แก่ เสื้อ และ เสื้อคลุมตัวนอก และกลุ่มที่ 2 คือ เสื้อผ้าสำหรับร่างกายท่อนล่าง ได้แก่ กางเกง กระโปรง และชุดกระโปรง

เสื้อผ้าสำหรับร่างกายท่อนบน

สำหรับเสื้อผ้าท่อนบน ได้แก่ เสื้อ และเสื้อคลุม มีการแบ่งโดยใช้ความยาวเป็นเกณฑ์ ได้ 7 แบบ คือ

1. ความยาวเหนือเอว / ใต้ออก (Cropped)
2. ความยาวระดับเอว (Waist)
3. ความยาวระดับสะโพกบน (High Hip)
4. ความยาวระดับสะโพกกลาง (Hip)
5. ความยาวระดับหน้าขา (3/4)
6. ความยาวระดับเข่า (7/8)
7. ความยาวระดับกลางน่อง (Mid-Calf)



ภาพที่ 18: การแบ่งประเภทความยาวเสื้อระดับต่างๆ

ที่มา: http://www.polyvore.com/jacket_length_glossary/set?id=28112865

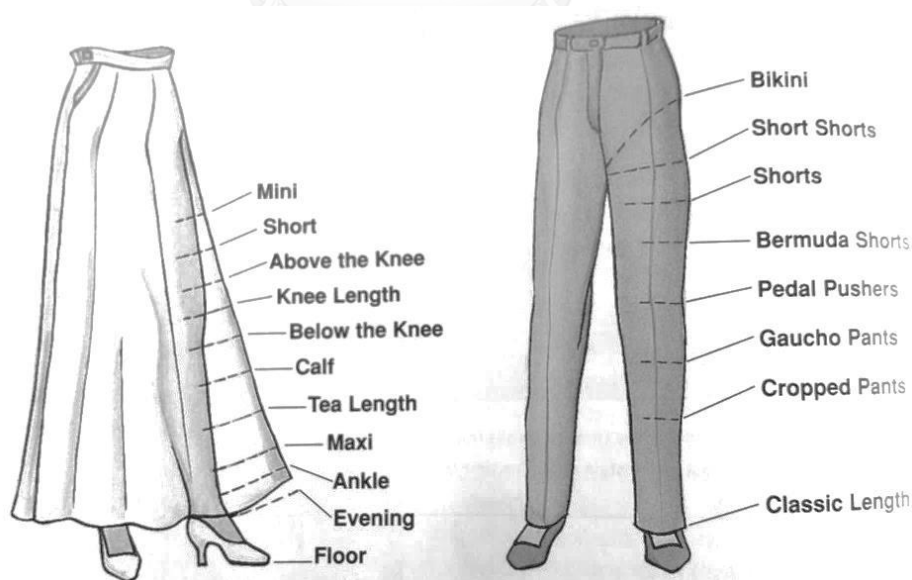
จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความยาวเสื้อและเสื้อคลุมตัวนอก ดังนี้

ระดับที่	ชื่อสากล	เสื้อ	เสื้อคลุมตัวนอก
1	Cropped	ความยาวระดับใต้เอว	ความยาวระดับใต้เอว
2	Waist	ความยาวระดับเอว	ความยาวระดับเอว
3	High hip	ความยาวระดับสะโพกบน	ความยาวระดับสะโพกบน
4	Hip	ความยาวระดับสะโพกล่าง	ความยาวระดับสะโพกล่าง
5	3/4	ความยาวระดับหน้าขา	ความยาวระดับหน้าขา
6	7/8 / Mid-calf	ความยาวระดับเข่า	ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น
7		ใส่ชายเสื้อไว้ในกระโปรง/กางเกง	-

เสื้อผ้าสำหรับร่างกายท่อนล่าง

สำหรับเสื้อผ้าท่อนล่าง ได้แก่ กางเกง และ กระโปรงและชุดกระโปรง มีการแบ่งในระดับที่ใกล้เคียงกัน แต่มีชื่อเรียกเฉพาะเจาะจงที่แตกต่างกัน นอกจากนี้แล้ว ยังมีวิธีการแบ่งที่แตกต่างกันจากหลากหลายแหล่งอ้างอิง ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อสรุปเรื่องการแบ่งประเภทกระโปรง และกางเกง โดยใช้ความยาวเป็นเกณฑ์อย่างชัดเจน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแหล่งอ้างอิง 2 แหล่งมาเปรียบเทียบกัน ดังนี้

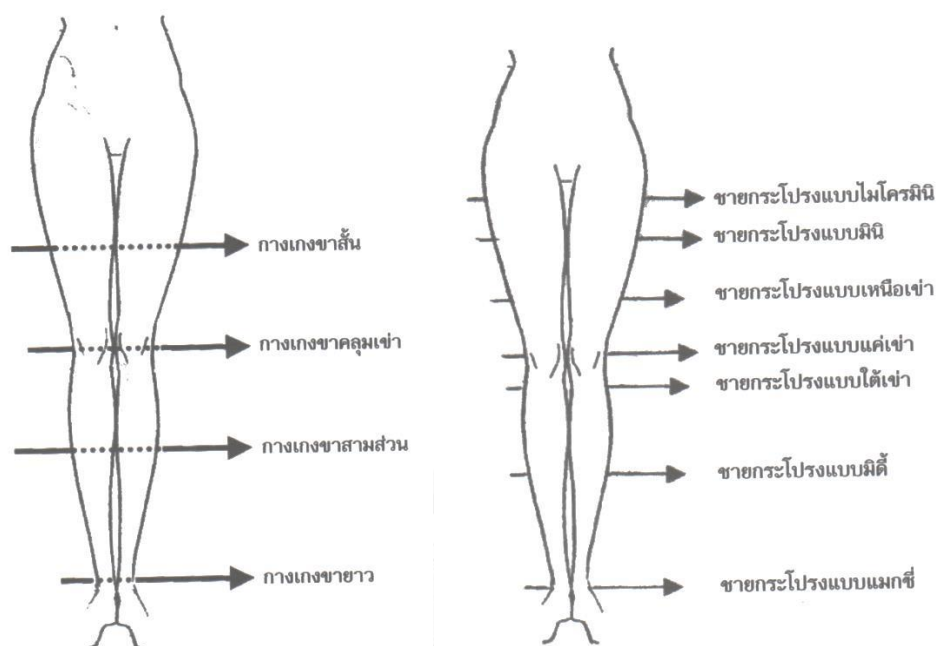
แหล่งอ้างอิงที่ 1



ภาพที่ 19: การแบ่งระดับความยาวกระโปรงกางเกง

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/273312271110675824/>

แหล่งอ้างอิงที่ 2



ภาพที่ 20: การแบ่งระดับความยาวกระโปรงกางเกง 2

ที่มา: เจียมจิต เพ็ญศรี. การออกแบบเสื้อ 1. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2545.

ตารางที่ 23: ตารางแสดงการเปรียบเทียบการแบ่งประเภทกระโปรงและกางเกงโดยใช้ความยาวเป็นเกณฑ์

ระดับที่	ตำแหน่ง	แหล่งอ้างอิงที่ 1		แหล่งอ้างอิงที่ 2	
		กระโปรง	กางเกง	กระโปรง	กางเกง
1	สั้นที่สุด	-	Bikini	ไมโครมินิ	
2	สั้นมาก	Mini	Short Shorts	มินิ	กางเกงขาสั้น
3	สั้น	Short	Shorts	-	-
4	เหนือเข่า	Above the knee	Bermuda Shorts	กระโปรงเหนือเข่า	-
5	เข่า	Knee Length	Pedal Pushers	กระโปรงแค่เข่า	กางเกงคลุ่มเข่า
6	ใต้เข่า	Below the Knee	Gaucha Pants	กระโปรงใต้เข่า	-
7	น่อง	Calf	-	-	-
8	กลางน่อง	Tea Length	Cropped Pants	มิดี	กางเกงสามส่วน
9	ยาว	Maxi	-	-	-
10	ยาวระดับข้อเท้า	Ankle	Classic Length	แม็กซี่	กางเกงขายาว
11	ยาวสำหรับงานกลางคืน	Evening	-	-	-
12	ยาวถึงพื้น	Floor	-	-	-

จากรูปภาพและตารางจะเห็นว่ามีการแบ่งประเภทตามความยาวไว้ในระดับที่ใกล้เคียงกันมาก ซึ่งหากวิเคราะห์โดยใช้เกณฑ์ทั้งหมดนี้ ข้อมูลที่ได้จะกระจุกกระจายและประมวลได้ยาก ผู้วิจัยจึง

ได้เลือกเฉพาะระดับความยาวหลัก เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นช่วงความยาวที่กว้างขึ้น และจากตารางแสดงให้เห็นว่าความยาวในระดับที่ 2, 5, 8 และ 10 ถูกกล่าวถึงในทุกช่อง ผู้วิจัยจึงพิจารณาแบ่งประเภทกระโปรงและกางเกงตามระดับดังกล่าว และเลือกความยาวในระดับที่ 1 เพิ่มเติม เพราะจากการสังเกตภาพถ่ายการแต่งตัวของสตรีญี่ปุ่นจากเว็บไซต์สไตล์อารีน่า (Style Arena) สามารถพบเห็นว่าการใส่กระโปรงและกางเกงในระดับ “สั้นที่สุด” อยู่บ่อยครั้ง จึงเพิ่มความยาวในระดับนี้มาเป็นเกณฑ์อีก 1 ข้อเพื่อให้วิเคราะห์ได้อย่างครอบคลุม

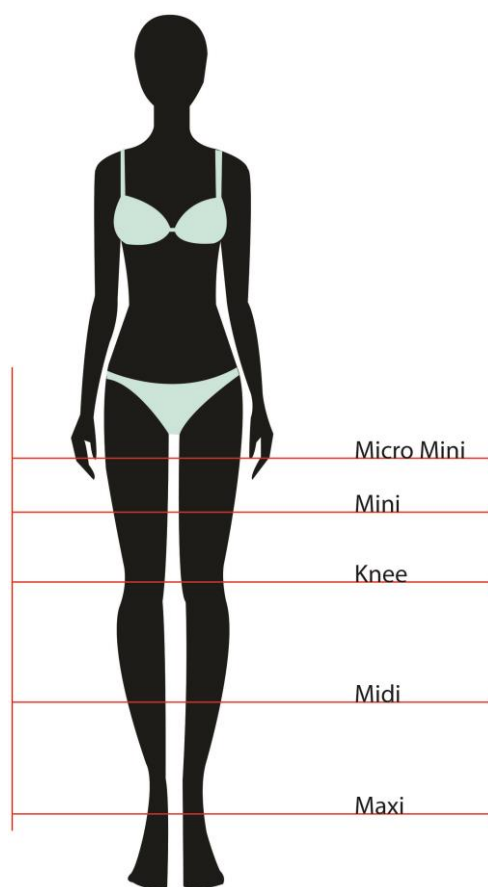


ภาพที่ 21: ภาพตัวอย่างความยาวกระโปรงและกางเกงที่มีความยาวระดับ “สั้นที่สุด” และ “สั้นมาก”

ที่มา: <http://www.style-arena.jp/en/>

สรุปการกำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์ความยาวกระโปรง 5 แบบ ได้แก่

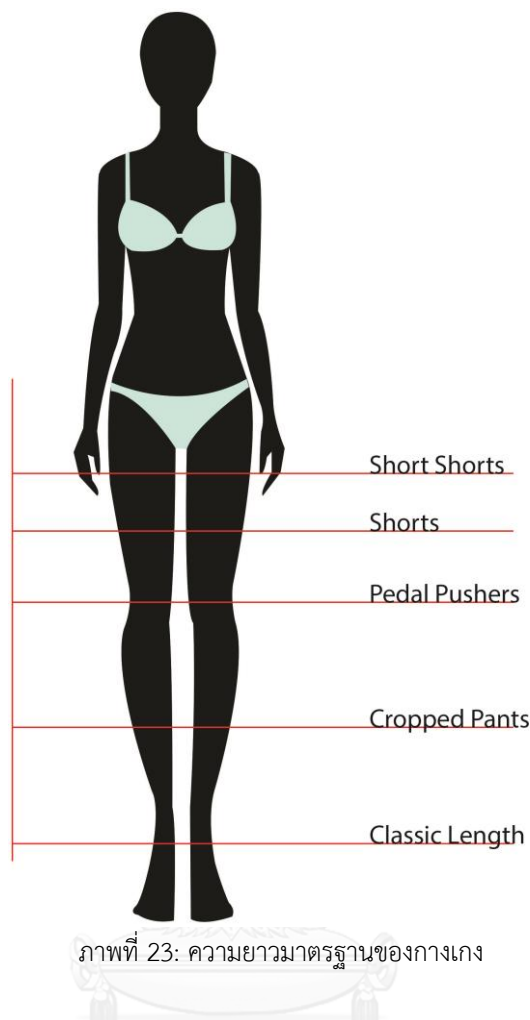
1. กระโปรงแบบไมโครมินิ (Micro Mini) มีความยาวระดับสั้นที่สุด
2. กระโปรงแบบมินิ (Mini) มีความยาวระดับสั้นมาก
3. กระโปรงแบบแค้เช่า (Knee) มีความยาวระดับปานกลาง
4. กระโปรงแบบมิดี้ (Midi) มีความยาวระดับครึ่งน่อง
5. กระโปรงแบบแมกซี่ (Maxi) มีความยาวระดับข้อเท้า



ภาพที่ 22: ความยาวมาตรฐานของกระโปรง

สรุปการกำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์ความยาวกางเกง 5 แบบ ได้แก่

1. กางเกงขาสั้นมาก (Short Shorts) มีความยาวระดับสั้นที่สุด
2. กางเกงขาสั้น (Shorts) มีความยาวระดับสั้นมาก
3. กางเกงขาคลุ่มเข้า (Pedal Pushers) มีความยาวระดับปานกลาง
4. กางเกงขาสามส่วน (Cropped Pants) มีความยาวระดับครึ่งน่อง
5. กางเกงขายาว (Classic Length) มีความยาวระดับข้อเท้า



ภาพที่ 23: ความยาวมาตรฐานของกางเกง

เรื่องที่ 2 ทฤษฎีสี

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสี

สีเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของศิลปะเช่นเดียวกับเส้น เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่น่ามหัศจรรย์ การที่เราสามารถมองเห็นสีต่างๆ ได้นั้น เป็นเพราะสภาพความเข้มของแสงจากวัตถุสะท้อนเข้าสู่สายตาเรา ไม่ว่าจะเป็นแสงตามธรรมชาติหรือแสงไฟ ถ้าแสงมากก็เห็นสีได้ชัดเจนสดใส ถ้าแสงน้อยก็เห็นสีหม่นมัว และสีที่มองเห็นสามารถสร้างความประทับใจ และเร้าอารมณ์ต่อผู้ดูได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ออกแบบจึงจำเป็นต้องเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในพื้นฐานของสี ดังนี้

1. ประเภทของสี ตามทฤษฎีสีนั้น สามารถจำแนกสีแท้ (Hue) ซึ่งมีความเป็นสีนั้นๆ ตามวงจรสีธรรมชาติ 12 สี ออกได้เป็น 12 สี แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1.1 แม่สีหรือสีขั้นต้น (Primary Color) เป็นสีขั้นที่ 1 ที่ไม่อาจจะผสมขึ้นได้ มีเพียง 3 สี ได้แก่

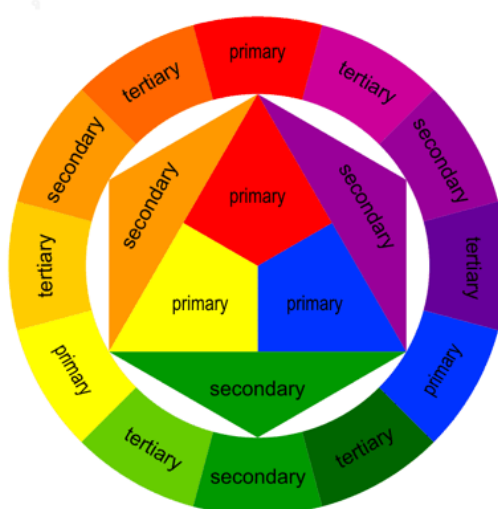
- 1.1.1 สีแดง (Red)
- 1.1.2 สีเหลือง (Yellow)
- 1.1.3 สีน้ำเงิน (Blue)

1.2 สีขั้นที่ 2 (Secondary Color) เป็นการนำเอาแม่สีมาผสมกันทีละคู่ จะได้สีขั้นที่ 2 เพิ่มขึ้นอีก 3 สี ได้แก่

- 1.2.1 สีแดงผสมสีเหลือง เกิดเป็นสีส้ม (Orange)
- 1.2.2 สีเหลืองผสมสีน้ำเงิน เกิดเป็นสีเขียว (Green)
- 1.2.3 สีน้ำเงินผสมสีแดง เกิดเป็นสีม่วง (Violet)

1.3 สีขั้นที่ 3 (Tertiary Color) เป็นการนำเอาสีขั้นที่ 2 มาผสมกับแม่สีทีละคู่ ก็จะได้สีขั้นที่ 3 เพิ่มขึ้นอีก 6 สี ได้แก่

- 1.3.1 สีส้มผสมสีเหลือง เกิดเป็นสีส้มเหลือง (Yellow Orange)
- 1.3.2 สีส้มผสมสีแดง เกิดเป็นสีส้มแดง (Vermillion)
- 1.3.3 สีเขียวผสมสีเหลือง เกิดเป็นสีเขียวเหลือง (Yellow Green)
- 1.3.4 สีเขียวผสมสีน้ำเงิน เกิดเป็นสีเขียวน้ำเงิน (Blue Green)
- 1.3.5 สีม่วงผสมสีแดง เกิดเป็นสีม่วงแดง (Purple)
- 1.3.6 สีม่วงผสมสีน้ำเงิน เกิดเป็นสีม่วงน้ำเงิน (Ultramarine)



ภาพที่ 24: วงล้อสี

ที่มา: <http://juliasattout.com/portrait-paintings/colour-theory/>

นอกจากนี้ ยังมีการจำแนกสีออกเป็นประเภทต่างๆ นอกจากสีแท้ ดังนี้



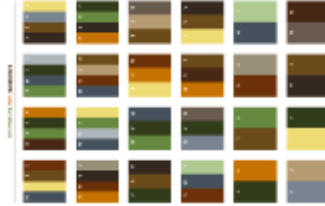

ตารางที่ 24: การจำแนกประเภทสี³⁶

กลุ่มสี	คำอธิบาย	ภาพตัวอย่างกลุ่มสี
สีแท้ (Hues)	สีพื้นฐานในวงล้อสี ตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น	
ทินส์ (Tints)	การทำสีแท้ให้มีความสว่างขึ้นด้วยการผสมสีขาวลงไป บางครั้งจะเรียกสีกลุ่มนี้ว่าพาสเทล (Pastel)	
เฉด (Shades)	การทำสีแท้ให้มีความเข้มขึ้นด้วยการผสมสีดำลงไป	
โทน (Tone)	การนำทั้งสีขาวและสีดำ (สีเทา) ไปผสมกับสีแท้ เพื่อให้เกิดความหลากหลายของสี	

ที่มา: <http://www.color-wheel-artist.com/hue.html>

³⁶ Shirley Williams. Color Theory: What's the Difference between a Hue, Tint, Shade and Tone?. [Online], Available from: <http://www.color-wheel-artist.com/hue.html>. [2014, September 21]

จากข้อมูลทฤษฎีสี ผู้วิจัยสรุปแนวทางการวิเคราะห์เรื่องสีที่สตรีญี่ปุ่นนิยมโดยการกำหนดกลุ่มสีเป็น 4 กลุ่ม³⁷ ดังนี้

กลุ่มสี		ภาพตัวอย่างกลุ่มสี
สีสด (Vivid Colors)	สีสด ไม่มีการผสมให้อ่อนลงหรือเข้มขึ้น	
สีพาสเทล (Pastel Colors)	สีผสมสีขาวเพื่อให้สีสว่างขึ้น	
สีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	สีที่เกิดจากการผสมสีขาว หรือ เทา หรือ ดำ จนกลายเป็นสีที่มีความเป็นธรรมชาติ สีโทนธรรมชาติ	
สีขาว เทา ดำ (Grey Monotone)	การไล่น้ำหนักอ่อนแก่จากขาว เทาและดำ	

ข้อมูลที่กล่าวมานี้เป็นหลักการเบื้องต้นที่นักออกแบบเครื่องแต่งกายควรที่จะรู้และทำความเข้าใจ เพราะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับการออกแบบ แต่ในวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยต้องการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวไม่เพียงเพื่อใช้เป็นประโยชน์สำหรับการออกแบบเพียงอย่างเดียว หากแต่ยังสามารถนำข้อมูลข้างต้นนี้ไปใช้กำหนดเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์วิธีการแต่งกายของคนญี่ปุ่นด้วย ซึ่งจะกำหนดเกณฑ์และออกแบบผ่านวิเคราะห์อย่างละเอียดในบทที่ 3 และสรุปผลการวิเคราะห์ในบทที่ 4 ต่อไป

³⁷ Enid Ratnam-Keese. Portrait Painting My Way: Workshop 4. Color Theory. [Online], Available from: <http://juliasattout.com/portrait-paintings/colour-theory/> [2014, September 21]

บทที่ 3

เก็บรวบรวมข้อมูล

เนื้อหาในส่วนของบทที่ 3 นี้ ว่าด้วยเรื่องของวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ให้เกิดสัมฤทธิ์ผลสูงสุด ซึ่งในการทำวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้บริโภคนั้น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ขาดเสียมิได้คือแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคและรสนิยมในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อสินค้า นอกจากนี้แล้วเนื่องจากสินค้าที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาคือสินค้าแฟชั่นซึ่งสามารถศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคจากรูปแบบเครื่องแต่งกายที่ผู้บริโภคใส่อยู่ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกที่จะใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการวิเคราะห์จากการถ่ายภาพผู้คนตามท้องถนนเพื่อให้ทราบถึงวิธีการแต่งกายในชีวิตจริงของคนเหล่านั้น อีกทั้งการวิเคราะห์แนวทางวัสดุซึ่งสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ วัสดุหลักที่ใช้ คือ ผ้าไทย ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบที่มีความชำนาญในการใช้ผ้าไทยเพื่อการออกแบบเครื่องแต่งกายมาร่วมแสดงความคิดเห็นในเรื่องของลักษณะของผ้าไทยที่เหมาะสมกับคนญี่ปุ่นแต่ละกลุ่มบุคลิกภาพ ในช่วงฤดูกาลที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาของบทที่ 3 นี้ ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ขั้นตอนและกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 3 วิธีการประมวลผลข้อมูล

ส่วนที่ 1 ขั้นตอนและกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยเพื่อหากลยุทธ์การส่งออก และแนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทย มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ข้อมูลในเชิงลึก เพื่อการวิเคราะห์ ให้ได้มาซึ่งแนวทางที่ชัดเจน และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทำการวิจัยทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยมีลำดับการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นประเทศญี่ปุ่น
2. ศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคญี่ปุ่น
3. ศึกษาข้อมูลผ้าไทยในเรื่องของรูปแบบ และกระบวนการผลิต เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการเลือกผ้าไทยให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคญี่ปุ่น
4. เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์การทำงานในสายการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ หรือในองค์กรที่เกี่ยวข้องและการศึกษาข้อมูลจากตราสินค้าสิ่งทอที่มีประสบการณ์

ทางการค้ากับผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นเพื่อวิเคราะห์หาข้อกำหนดที่ควรให้ความสำคัญ และสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง

5. จัดการสนทนากลุ่ม โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบเสื้อผ้าที่มีความชำนาญในการออกแบบเสื้อผ้าจากผ้าไทยมาร่วมแสดงความคิดเห็นในเรื่องของลักษณะผ้าที่เหมาะสมสำหรับคนญี่ปุ่นแต่ละบุคลิกภาพ สำหรับช่วงฤดูกาลที่แตกต่างกัน
6. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากเว็บไซต์สไตล์อารีนาเจแปน (Style Arena Japan) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมภาพถ่ายแฟชั่นของบุคคลที่เดินอยู่ทั่วไปตามท้องถนนในพื้นที่แฟชั่นทั้งสิ้น 5 พื้นที่ในกรุงโตเกียว เพื่อนำมาวิเคราะห์สนิยมการแต่งกายในแบบต่างๆที่แตกต่างกันของคนญี่ปุ่น โดยจะวิเคราะห์ในช่วงเวลา 3 ปี เพื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและรูปแบบที่คงอยู่อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งเห็นถึงความแตกต่างของการแต่งกายในแต่ละฤดูกาล
7. เรียบเรียงข้อมูลที่ได้ศึกษาทั้งหมดเพื่อวิเคราะห์หาแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
8. หาข้อสรุปรูปแบบที่เหมาะสม และแนวทางการออกแบบที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด
9. ศึกษาแนวโน้มแฟชั่นเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบที่เหมาะสมกับช่วงเวลาและสถานการณ์
10. กำหนดแรงบันดาลใจที่เหมาะสม และศึกษาแรงบันดาลใจ วิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการประยุกต์แรงบันดาลใจสู่งานออกแบบ
11. ทำการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน
12. สรุปผลการทำงาน ปรับปรุงและพัฒนาผลงาน เพื่อให้ได้ผลงานที่ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด
13. จัดงานแสดงผลงานโดยเชิญสตรีชาวญี่ปุ่นเข้าร่วมชมผลงานและประเมินผลความพึงพอใจ

ส่วนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ผู้วิจัยจะใช้ในการทำวิจัยนอกจากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ เช่น เอกสารวรรณกรรม ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆแล้ว คือ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในสายงานที่เกี่ยวข้อง การเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง และการเก็บข้อมูลจากการสังเกตโดยการถ่ายภาพแฟชั่นและการแต่งกายในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคญี่ปุ่นตามท้องถนนในพื้นที่การจับจ่ายสินค้าแฟชั่น และการจัดการสนทนากลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นในเรื่องของลักษณะผ้าไทยที่เหมาะสมกับกลุ่มคนญี่ปุ่นที่มีบุคลิกภาพการแต่งกายที่แตกต่างกันและในช่วงฤดูกาลที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกผู้เชี่ยวชาญและประชากรกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ไว้ดังนี้

1. ผู้เชี่ยวชาญสำหรับการสัมภาษณ์ จำนวน 12 คน
 - เกณฑ์ในการเลือก
 - 1.1 เพศหญิงหรือชาย
 - 1.2 มีประสบการณ์การทำงานในสายงานการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอในประเทศญี่ปุ่น หรือองค์กรสิ่งทอไทยที่พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อกลุ่มผู้บริโภคญี่ปุ่น หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสายงานแฟชั่นในประเทศญี่ปุ่น ไม่ต่ำกว่า 5 ปี
2. ประชากรกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลจากการทำแบบสอบถาม จำนวน 50 คน
 - เกณฑ์ในการเลือก
 - 2.1 เป็นคนญี่ปุ่น
 - 2.2 เพศหญิง
 - 2.3 อายุระหว่าง 18 – 40 ปี
 - 2.4 มีวิถีการดำรงชีวิตในสังคมเมืองของประเทศญี่ปุ่น
3. ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เป็นภาพถ่ายจากเว็บไซต์สไตล์อาร์น่าเจแปน จำนวน 1,086 คน
 - เกณฑ์ในการเลือก
 - 3.1 เป็นคนญี่ปุ่น
 - 3.2 เพศหญิง
 - 3.3 อายุระหว่าง 20 – 30 ปี
 - 3.4 มีรสนิยมในการแต่งกายที่ดีและตรงตามแนวทางการแต่งกายของพื้นที่แฟชั่นทั้ง 5 พื้นที่ในกรุงโตเกียว ทั้งนี้ได้รับการคัดเลือกแล้วจากทีมงานของสไตล์อาร์น่าเจแปนว่าเหมาะสมที่จะเป็นต้นแบบทางแฟชั่นให้กับผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นในประเทศญี่ปุ่น
4. ผู้เชี่ยวชาญสำหรับการสนทนากลุ่ม จำนวน 11 คน โดยมีเกณฑ์ในการเลือกผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบดังนี้

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าไทย

1. เป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสิ่งทอไทย
2. ทำงานด้านผ้าไทยมาอย่างน้อย 10 ปี
3. มีประสบการณ์ในการทำผ้าหรือให้คำปรึกษาเรื่องการพัฒนาผ้าไทยเพื่อการส่งออก

กลุ่มนักออกแบบเสื้อผ้า

1. เป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการออกแบบเสื้อผ้า
2. ทำงานด้านการออกแบบเสื้อผ้าอย่างน้อย 5 ปี
3. มีประสบการณ์ในการออกแบบเสื้อผ้าจากผ้าไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ชุดคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญญี่ปุ่นและไทยเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากทัศนคติของผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์การทำงานและคุ้นเคยกับรูปแบบการแต่งกายของคนญี่ปุ่น นำข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบที่เหมาะสม

2. ชุดคำถามแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลรสนิยม และทัศนคติเกี่ยวกับการแต่งกายและแฟชั่นของกลุ่มตัวอย่าง

3. เกณฑ์และประเด็นในการวิเคราะห์ภาพถ่ายจากเว็บไซต์สไตล์อาร์น่าเจแปน โดยการรวบรวมภาพถ่ายจากเว็บไซต์สไตล์อาร์น่าเจแปนนั้น เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกในเรื่องของรูปแบบเสื้อผ้าที่เป็นที่ยอมรับของผู้ที่ได้รับการคัดเลือกกว่าเป็นผู้ที่มีรสนิยมการแต่งกายที่ดี ทั้งนี้เนื่องจากสไตล์อาร์น่าเจแปนเป็นเว็บไซต์ที่มีวัตถุประสงค์ที่จะให้ผู้ชมสามารถพัฒนาการแต่งกายของตนเองจากการศึกษาลักษณะการแต่งกายของผู้ที่ได้รับคัดเลือกมาแล้ว นอกจากนี้แล้วยังเป็นการเผยแพร่ลักษณะการแต่งกายในรูปแบบของคนญี่ปุ่นให้กับต่างชาติได้รับรู้ อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านแฟชั่นในการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคสินค้าแฟชั่นของกลุ่มลูกค้าญี่ปุ่นอีกด้วย ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาข้อมูลย้อนหลัง 3 ปี คือตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ.2554 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2557 ทั้งนี้เพราะเป็นช่วงเวลาตามรอบฤดูกาล เพื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของการแต่งกายในช่วง 3 ปี และเห็นถึงความแตกต่างของการแต่งกายในช่วงที่มีภูมิอากาศที่แตกต่างกันอีกด้วย โดยจากภาพถ่ายที่ผู้วิจัยทำการรวบรวมจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- 3.1 รูปแบบการแต่งกายโดยรวม
- 3.2 ลักษณะบุคลิกภาพการแต่งกายของคนญี่ปุ่น
- 3.3 จำนวนชิ้นของเสื้อผ้าที่เป็นที่นิยมในแต่ละช่วงฤดูกาล
- 3.4 ลักษณะของเสื้อผ้าในเรื่องของโครงร่างเงาของเสื้อผ้าที่เป็นที่นิยมในแต่ละฤดูกาล
- 3.5 สีของเสื้อผ้าที่เป็นที่นิยมในแต่ละช่วงฤดูกาล
- 3.6 ลักษณะของลวดลายผ้าที่เป็นที่นิยมในแต่ละช่วงเวลาของปีและแต่ละฤดูกาล

4. ชุดคำถามเพื่อใช้ในการทำการสนทนากลุ่ม เพื่อใช้ในการระดมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอ โดยเฉพาะผ้าไทย และนักออกแบบเสื้อผ้าที่มีความชำนาญในการใช้ผ้าไทยในการออกแบบ

การพัฒนาเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ชุดคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

เนื่องจากต้องถามเป็นภาษาญี่ปุ่น ผู้วิจัยจึงมีความจำเป็นต้องให้ผู้ที่มีความชำนาญทางด้านสิ่งทอและแฟชั่น ที่สามารถสื่อสารเป็นภาษาญี่ปุ่นได้เป็นตัวแทนในการสัมภาษณ์และบันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ โดยคำถามทั้งหมด ผู้วิจัยเป็นคนกำหนดวัตถุประสงค์ของการถาม ข้อคำถาม และกลุ่มบุคคลที่ต้องการให้ถามเอง ซึ่งมีประเด็นคำถามในเรื่องต่างๆ ได้แก่

- เรื่องของรสนิยมการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่น
- เรื่องของพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นของสตรีญี่ปุ่น
- ลักษณะของผ้าที่เหมาะสมกับสตรีญี่ปุ่นและสภาพภูมิอากาศในฤดูกาลต่างๆ
- ลักษณะของสีสันทและลวดลายผ้าที่เป็นที่นิยมของสตรีญี่ปุ่นในปัจจุบัน
- สิ่งที่ควรคำนึงถึงและหลีกเลี่ยงในการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีญี่ปุ่น

2. ชุดคำถามแบบสอบถาม

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคนที่ญี่ปุ่น ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทำแบบสอบถามเป็นภาษาญี่ปุ่นเพื่อให้ผู้ตอบเข้าใจข้อคำถามได้ชัดเจนมากที่สุด โดยกระบวนการในการพัฒนาแบบสอบถาม มีดังนี้

2.1 ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเบื้องต้นในเรื่องขององค์ประกอบการออกแบบแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปพัฒนาเป็นข้อคำถามให้สอดคล้องกับความเป็นจริงในการหาคำตอบเรื่องของแนวทางในการแต่งกายของกลุ่มตัวอย่าง

2.2 พัฒนาชุดคำถามเป็นภาษาไทย โดยในแต่ละข้อคำถามจะมีภาพประกอบ เพื่อให้ผู้ตอบเข้าใจคำถามและคำตอบชัดเจนที่สุดก่อนการตัดสินใจเลือกคำตอบ

2.3 นำชุดคำถามภาษาไทยให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านแฟชั่นตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถาม

2.4 นำชุดคำถามไปแปลเป็นภาษาญี่ปุ่น

2.5 นำชุดคำถามภาษาญี่ปุ่นไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านแฟชั่น (ชาวไทย) ที่จบการศึกษาทางด้านสิ่งทอและแฟชั่นจากประเทศญี่ปุ่นช่วยตรวจสอบลักษณะของภาษาที่ใช้ และความเข้าใจเรื่องการใช้ภาษาในแบบสอบถาม รวมถึงคำศัพท์เฉพาะทางที่สำคัญ

2.6 นำชุดคำถามภาษาญี่ปุ่นที่ปรับปรุงสมบูรณ์แล้วให้สตรีญี่ปุ่นทดลองทำเพื่อตรวจสอบความเข้าใจในข้อความของกลุ่มตัวอย่างอีกครั้ง

2.7 เมื่อแก้ไขจนสมบูรณ์จึงนำชุดแบบสอบถามไปถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แนบชุดแบบสอบถามภาษาญี่ปุ่นไว้ในภาคผนวกท้ายเล่ม

3. เกณฑ์และประเด็นในการวิเคราะห์ภาพถ่ายจากเว็บไซต์สไตล์อาร์น่าเจแปน

เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของการวิเคราะห์ภาพถ่ายจากเว็บไซต์สไตล์อาร์น่าเจแปน คือ ผู้วิจัยต้องการรู้แนวทางและวิธีการแต่งกายของคนญี่ปุ่น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำหลักการจากทฤษฎีการออกแบบแฟชั่นมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเกณฑ์และประเด็นในการวิเคราะห์ โดยประเด็นที่ต้องการวิเคราะห์จะมีทั้งหมด 10 ประเด็น ได้แก่

1. ฤดูกาล	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์
1.1 ฤดูกาล	1. ฤดูใบไม้ผลิ (Spring) 2. ฤดูร้อน (Summer) 3. ฤดูใบไม้ร่วง (Autumn) 4. ฤดูหนาว (Winter)
2. บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์
2.1 บุคลิกภาพหลัก	1. คลาสสิก (Classic) 2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ (Casual/Natural)
2.2 บุคลิกภาพรอง 1	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง (Romantic/Feminine)
2.3 บุคลิกภาพรอง 2	4. เรียบง่าย (Minimalists) 5. สร้างสรรค์ (Creative)

3. ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์		
3.1 ความยาวโดยรวม	ระดับ	กระโปรง	กางเกง
	1. ระดับสั้นมาก 2. ระดับสั้น 3. ระดับปานกลาง 4. ระดับกลาง 5. ระดับข้อมือ	Micro Mini Mini Knee Midi Maxi	Short Shorts Shorts Pedal Pushers Cropped Pants Classic Length
3.2 ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก 2. เส้นเอว 3. เส้นสะโพก		
3.3 จำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อชั้นนอก)	1 – 6 ชิ้น		
4. ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ โดยแยกวิเคราะห์แต่ละชิ้น	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์		
4.1 เสื้อ (วิเคราะห์จากชิ้นในสุด มาชิ้นนอกสุด)	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก 2. ความยาวระดับเอว 3. ความยาวระดับสะโพกบน 4. ความยาวระดับสะโพกกลาง 5. ความยาวระดับหน้าขา 6. ความยาวระดับเข่า 7. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง		
4.2 เสื้อคลุมตัวนอก (วิเคราะห์จากชิ้นในสุด มาชิ้นนอกสุด)	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก 2. ความยาวระดับเอว 3. ความยาวระดับสะโพกบน 4. ความยาวระดับสะโพกกลาง 5. ความยาวระดับหน้าขา 6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น		
4.3 กระโปรง	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini) 2. ระดับสั้น (Mini) 3. ระดับปานกลาง (Knee) 4. ระดับกลางข้อมือ (Midi)		

	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)
4.4 กางเกง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts) 2. ระดับสั้น (Shorts) 3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers) 4. ระดับกลางน่อง (Cropped Pants) 5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)
4.5 ชุดกระโปรง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini) 2. ระดับสั้น (Mini) 3. ระดับปานกลาง (Knee) 4. ระดับกลางน่อง (Midi) 5. ระดับข้อเท้า (Maxi)
5. ลักษณะโครงสร้างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์
5.1 เสื้อ (วิเคราะห์จากชั้นในสุด มาชั้นนอกสุด)	1. เข้ารูป
5.2 เสื้อคลุมตัวนอก (วิเคราะห์จากชั้นในสุด มาชั้นนอกสุด)	<ol style="list-style-type: none"> 2. พอดีตัว 3. ตัวหลวม
5.3 กระโปรง	
5.4 กางเกง	
5.5 ชุดกระโปรง	
5.6 ภาพรวมโครงสร้างเงา	<ol style="list-style-type: none"> 1. เข้ารูป-เข้ารูป 2. เข้ารูป-พอดีตัว 3. เข้ารูป-ตัวหลวม 4. พอดีตัว-เข้ารูป 5. พอดีตัว-พอดีตัว 6. พอดีตัว-ตัวหลวม 7. ตัวหลวม-เข้ารูป 8. ตัวหลวม-พอดีตัว 9. ตัวหลวม-ตัวหลวม
6. ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์
6.1 กลุ่มสีหลัก	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors) 2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors) 3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)

	4. สีดำทั้งชุด (All Black) 5. สีเทาทั้งชุด (Grey Monotone) 6. สีขาวทั้งชุด (All White)
6.2 กลุ่มสีรอง 1	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)
6.3 กลุ่มสีรอง 2	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)
7. การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์
7.1 มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี 2. ไม่มี
7.2 ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า 2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า 3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า 4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า 5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า
7.3 ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ 2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย 3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว 4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ
7.4 ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง 2. ลายตาราง 3. ลายเรขาคณิต 4. ลายนามธรรม 5. ลายธรรมชาติ 6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ
8. การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์
8.1 มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี 2. ไม่มี

8.2 ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า 2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า 3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า 4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า 5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า
9. การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์
9.1 มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆหรือไม่	1. มี 2. ไม่มี
9.2 ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า 2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า 3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า 4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า 5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า
10. เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์
10.1 การใส่ถุงน่อง	1. ใช่
10.2 การใส่ผ้าพันคอ	2. ไม่ใช่
10.3 การใส่หมวก	

4. ชุดคำถามเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการสนทนากลุ่ม

เนื่องจากวัตถุประสงค์หลักของการจัดการสนทนากลุ่ม คือ เพื่อรับทราบถึงแนวทางและทิศทางในการเลือกใช้ผ้าไทยเพื่อการออกแบบเสื้อผ้าจากผ้าไทยให้เหมาะสมกับตัวแปรพื้นฐานสำหรับการแต่งกายของคนญี่ปุ่น โดยตัวแปรสำคัญ ได้แก่ บุคลิกภาพการแต่งกายและลักษณะอากาศในแต่ละฤดูกาล ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าไทยและนักออกแบบที่มีประสบการณ์ในการออกแบบเสื้อผ้าจากผ้าไทย ทั้งหมด 11 ท่าน เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ทั้งหมด 3 ประเด็นคำถาม โดยแต่ละประเด็นคำถามจะแยกการตอบตามความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภครวม 20 กลุ่มย่อย ดังนี้

- 4.1 กลุ่มคลาสสิก ในช่วงฤดูใบไม้ผลิ
- 4.2 กลุ่มลำลองและเป็นธรรมชาติ ในช่วงฤดูใบไม้ผลิ
- 4.3 กลุ่มโรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิงในช่วงฤดูใบไม้ผลิ

- 4.4 กลุ่มเรียบง่ายในช่วงฤดูใบไม้ผลิ
- 4.5 กลุ่มสร้างสรรค์ในช่วงฤดูใบไม้ผลิ
- 4.6 กลุ่มคลาสสิก ในช่วงฤดูร้อน
- 4.7 กลุ่มล้าลองและเป็นธรรมชาติ ในช่วงฤดูร้อน
- 4.8 กลุ่มโรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิงในช่วงฤดูร้อน
- 4.9 กลุ่มเรียบง่ายในช่วงฤดูร้อน
- 4.10 กลุ่มสร้างสรรค์ในช่วงฤดูร้อน
- 4.11 กลุ่มคลาสสิก ในช่วงฤดูใบไม้ร่วง
- 4.12 กลุ่มล้าลองและเป็นธรรมชาติ ในช่วงฤดูใบไม้ร่วง
- 4.13 กลุ่มโรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิงในช่วงฤดูใบไม้ร่วง
- 4.14 กลุ่มเรียบง่ายในช่วงฤดูใบไม้ร่วง
- 4.15 กลุ่มสร้างสรรค์ในช่วงฤดูใบไม้ร่วง
- 4.16 กลุ่มคลาสสิก ในช่วงฤดูหนาว
- 4.17 กลุ่มล้าลองและเป็นธรรมชาติ ในช่วงฤดูหนาว
- 4.18 กลุ่มโรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิงในช่วงฤดูหนาว
- 4.19 กลุ่มเรียบง่ายในช่วงฤดูหนาว
- 4.20 กลุ่มสร้างสรรค์ในช่วงฤดูหนาว

โดยมีประเด็นคำถาม ดังนี้

CHULALONGKORN UNIVERSITY

1. ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ
1.1 ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม	1. ผ้าไหม 2. ผ้าฝ้าย
2. ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ
2.1 ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ฝ้ายเรียบ
2.2 ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	2. ฝ้ายเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ
2.3 ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	3. ฝ้ายขรุขระ
2.4 ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	
2.5 ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	

3. ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ
3.1 ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น
3.2 ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น 3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป
3.3 ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	
3.4 ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	
3.5 ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	

ส่วนที่ 3 วิธีการประมวลผลข้อมูล

สำหรับการประมวลผลจากเครื่องมือแต่ละอย่างก็จะแตกต่างกันออกไปตามแต่ความเหมาะสม โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบวิธีการประมวลผลไว้ดังนี้

1. ชุดคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการหาแนวทางในการออกแบบ ประกอบกับการนำข้อมูลในส่วนนี้ไปวิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลในส่วนอื่นๆที่เป็น การเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เที่ยงตรงและชัดเจนที่สุด

2. ชุดคำถามแบบสอบถามเพื่อถามกลุ่มตัวอย่าง

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เป็นข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อหาค่าทางสถิติ และผลคำตอบที่แสดง แนวโน้มที่น่าจะเป็นของประเด็นคำถามแต่ละข้อ

3. ภาพถ่ายจากเว็บไซต์สไตล์อาร์น่าเจแปน

เนื่องจากการวิเคราะห์ภาพถ่ายจำนวนมากผู้วิจัยจึงตั้งใจที่จะวิเคราะห์และประมวลผลในเชิงปริมาณ หาค่าเฉลี่ยจากผลการวิเคราะห์และบันทึกลักษณะของการแต่งกายตามประเด็นที่กำหนด ทีละประเด็น หากแต่จะมีการแบ่งช่วงเวลาที่ต้องการวิเคราะห์ เช่น แบ่งช่วงตามฤดูกาลจะแบ่งเป็น ฤดูใบไม้ผลิ คือช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม ฤดูร้อน คือช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม ฤดูใบไม้ร่วง คือช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนพฤศจิกายน และฤดูหนาว คือช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ เมื่อแบ่งภาพตามฤดูกาลเรียบร้อยแล้วจึงนำภาพที่ทำการแบ่งแล้วทั้งหมดของแต่ละ ฤดูกาลมาวิเคราะห์หาแนวทางการแต่งกายตามประเด็นต่างๆ และหลังจากนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์ ข้อมูลของแต่ละฤดูกาลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกันอีกครั้งเพื่อให้เห็นถึงความเหมือนหรือการ

เปลี่ยนแปลงลักษณะการแต่งกายของผู้บริโภคผู้ปุ่่นตลอดช่วงระยะเวลา 1 ปี จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาจัดระดับคำแนะนำ เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคำแนะนำ	จำนวนเสียงของผู้เชี่ยวชาญที่เห็นด้วย จาก 11 เสียง
แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	71 - 100
แนะนำให้นำไปใช้มาก	51 - 70
แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง	31 - 50
แนะนำให้นำไปใช้น้อย	11 - 30
ไม่แนะนำให้นำไปใช้	0 - 10

4. ชุดคำถามเพื่อใช้ในการทำการสนทนากลุ่ม

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อสรุปผลข้อเสนอแนะจากประเด็นคำถามต่างๆที่ได้ถามผู้เชี่ยวชาญ และนักออกแบบที่ชำนาญการออกแบบเสื้อผ้าจากผ้าไทย โดยผู้วิจัยจะจัดระดับคำแนะนำเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคำแนะนำ	จำนวนเสียงของผู้เชี่ยวชาญที่เห็นด้วย จาก 11 เสียง
แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	9 - 11
แนะนำให้นำไปใช้มาก	7 - 8
แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง	5 - 6
แนะนำให้นำไปใช้น้อย	3 - 4
ไม่แนะนำให้นำไปใช้	0 - 2

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทที่ 4 นี้ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมาทั้งหมด ทั้งข้อมูลเอกสาร ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ข้อมูลจากแบบสอบถาม ข้อมูลจากการรวบรวมรูปภาพจากเว็บไซต์ สไลด์อาร์ร่าเงแปน และข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ นี้มาประมวลเป็นแนวทางการแต่งกายที่เป็นที่นิยมหรือเป็นรสนิยมของผู้บริโภคญี่ปุ่นซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อไปสำหรับผู้ประกอบการที่ประสงค์จะดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าแฟชั่นประเภทเสื้อผ้าสู่ตลาดญี่ปุ่น และสำหรับผู้วิจัยการประมวลผลในครั้งนี้จะเป็นกรอบแนวทางการออกแบบเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบการออกแบบอื่นๆ เช่น แนวโน้มการออกแบบ และแรงบันดาลใจที่ใช้ในการออกแบบที่จะทำการวิเคราะห์ในบทต่อไป เพื่อสร้างสุนทรียะทางด้านความงาม และสร้างความแตกต่างของการผลงานสร้างสรรค์ของผู้วิจัย โดยในบทที่ 4 นี้ผู้วิจัยจะแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี

- การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน
- การวิเคราะห์ผู้บริโภค
- การวิเคราะห์ตลาดสินค้าแฟชั่นประเทศญี่ปุ่น

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการรวบรวมภาพถ่ายจากเว็บไซต์สไลด์อาร์ร่าเงแปน

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารต่างๆที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นที่มีความสำคัญต่อการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัยในหลายประเด็น และหนึ่งในประเด็นที่มีความสำคัญคือปัจจัยที่มีผลต่อการแต่งกายของคนในภูมิภาคต่างๆหรือในพื้นที่ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้สามารถแบ่งประเภทของปัจจัยได้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ปัจจัยทางธรรมชาติ อันได้แก่ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ลักษณะสรีระ ฯลฯ และ ปัจจัยที่ไม่เป็นธรรมชาติ หรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างและกำหนดขึ้น เช่น วัฒนธรรมและความเชื่อต่างๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการอยู่ร่วมกันในสังคมของมนุษย์แต่ละกลุ่ม

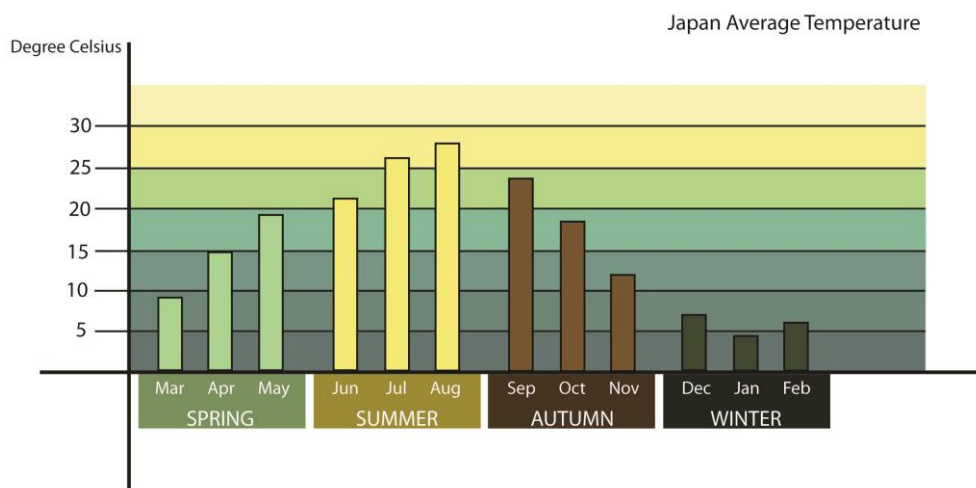
การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

ปัจจัยทางธรรมชาติ

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศหมู่เกาะที่ประกอบไปด้วยเกาะหลัก 4 เกาะจากทางตอนเหนือจนกระทั่งถึงทางใต้ของประเทศ ได้แก่ เกาะฮอกไกโด เกาะฮอนชู เกาะชิโกกุ และเกาะคีวชู จากสภาพภูมิประเทศที่เป็นเส้นยาวส่งผลให้ทางตอนเหนือและตอนใต้ของประเทศญี่ปุ่นมีภูมิอากาศที่แตกต่างกันค่อนข้างมาก ซึ่งทางตอนเหนือจะมีฤดูหนาวที่เร็วกว่าและยาวนานกว่าทางตอนใต้ของประเทศ แต่อย่างไรก็ตามหากทำการแบ่งฤดูกาลในช่วงระยะเวลา 1 ปีประเทศญี่ปุ่นจะมีฤดูกาลที่แตกต่างกันทั้งสิ้น 4 ฤดูกาล อันได้แก่

1. ฤดูใบไม้ผลิ ซึ่งเป็นฤดูกาลแรกของแต่ละปี โดยจะเริ่มที่เดือนมีนาคมจนกระทั่งถึงเดือนพฤษภาคมของทุกปี ในช่วงฤดูกลนี้ดอกไม้จะผลิบานโดยเฉพาะดอกซากุระที่เป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของประเทศญี่ปุ่นจะบานสะพรั่ง ดังนั้นในช่วงฤดูกลนี้จึงมีการจัดงานเทศกาลต่างๆขึ้นมากมาย เพื่อให้ทั้งคนญี่ปุ่นเองและนักท่องเที่ยวได้ชื่นชมความสวยงามของธรรมชาติในช่วงนี้
2. ฤดูร้อน สำหรับประเทศญี่ปุ่นฤดูร้อนจะเริ่มต้นที่เดือนมิถุนายนจนกระทั่งเดือนสิงหาคมของทุกปี พื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศยกเว้นบนเกาะฮอกไกโดจะมีอากาศร้อนและชื้น อุณหภูมิในช่วงเวลากลางวันอยู่ที่ประมาณ 30 ถึง 35 องศาเซลเซียส แต่ในช่วงฤดูร้อนนี้จะเป็นช่วงเวลาของการปิดเทอมของนักเรียนในญี่ปุ่นดังนั้นคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่จึงมักเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลานี้ซึ่งอาจจะเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศหรือนอกประเทศก็แล้วแต่ความพึงพอใจของแต่ละบุคคล
3. ฤดูใบไม้ร่วง เริ่มต้นที่เดือนกันยายนจนกระทั่งเดือนพฤศจิกายน ในช่วงฤดูกลนี้เป็นช่วงที่อากาศสบายๆ ไม่ร้อนและชื้นจนเกินไป ใบไม้เริ่มเกิดการเปลี่ยนสี ผลผลิตทางการเกษตรพร้อมแก่การเก็บเกี่ยว
4. ฤดูหนาวนับเป็นฤดูสุดท้ายของทุกปีโดยจะเริ่มต้นที่เดือนธันวาคมจนกระทั่งเดือนกุมภาพันธ์ ในช่วงฤดูหนาวนี้จะมีอากาศที่หนาวมากจนมีหิมะตกปกคลุมทั่วทั้งประเทศญี่ปุ่น หากแต่

ในปัจจุบันอากาศก็อาจจะไม่แน่นอนหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างอันเนื่องจากผลกระทบของสภาวะโลกร้อน



ภาพที่ 25: ภูมิอากาศของประเทศญี่ปุ่นในแต่ละช่วงเดือน โดยแบ่งตามฤดูกาล
ที่มา: ผู้วิจัยเป็นผู้สร้างภาพขึ้นมาจากการศึกษาเรื่องภูมิอากาศของประเทศญี่ปุ่น

ในภาพด้านบนนี้แสดงให้เห็นถึงอุณหภูมิของประเทศญี่ปุ่นที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงเดือน โดยเฉลี่ยแล้วแต่ละฤดูกาลจะมีระยะเวลายาวนานประมาณ 3 เดือน ซึ่งภูมิอากาศที่แตกต่างกันของแต่ละฤดูกาลก็ส่งผลถึงแนวทางการแต่งกายของคนญี่ปุ่นเช่นเดียวกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 25: ตารางแสดงสภาพภูมิอากาศและลักษณะการแต่งกายที่เหมาะสมในแต่ละช่วงเดือน

เดือน	ฤดูกาล	สภาพภูมิอากาศทั่วไป	ลักษณะการแต่งกายที่เหมาะสม
มกราคม	ฤดูหนาว	อากาศหนาวมาก	เสื้อขนเป็ดหรือโค้ทตัวหนา ถุงมือและผ้าพันคอ
กุมภาพันธ์	ฤดูหนาว	อากาศหนาวมาก	เสื้อขนเป็ดหรือโค้ทตัวหนา ถุงมือและผ้าพันคอ
มีนาคม	ฤดูหนาวเข้าสู่ฤดูใบไม้ผลิ	เริ่มอุ่นแต่ใบไม้ยังไม่ผลิ	ใส่โค้ทหนา ถุงมือ ผ้าพันคอ
เมษายน	ฤดูใบไม้ผลิ	ใบไม้ผลิและอากาศดี	แจ๊คเก็ตบาง สเวตเตอร์บาง เสื้อคลุม ใส่ทับบนเสื้อแขนยาวหรือแขนสั้น
พฤษภาคม	ฤดูใบไม้ผลิ	ฝนตกหนักและอากาศเย็น	เสื้อแขนยาว อาจมีผ้าพันคอบางๆหรือแจ๊คเก็ตบางๆ
มิถุนายน	ฤดูใบไม้ผลิเข้าสู่ฤดูร้อน	ฝนตกหนักและอากาศเย็น	เสื้อแขนสั้นหรือแขนยาว เสื้อคลุม
กรกฎาคม	ฤดูร้อน	อากาศร้อนและชื้น	เสื้อแขนกุดหรือแขนสั้น
สิงหาคม	ฤดูร้อน	อากาศร้อนและชื้น	เสื้อแขนกุดหรือแขนสั้น
กันยายน	ฤดูร้อนเริ่มเข้าสู่ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศแปรปรวน กลางวันร้อน กลางคืนหนาว บางวันฝนตก	ใส่เสื้อแขนสั้น อาจใส่เสื้อคลุม และผ้าพันคอบางๆ

		(ช่วงเปลี่ยนฤดู)	
ตุลาคม	ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศดี ตอนกลางวันอากาศเย็นสบาย ตอนกลางคืนอาจหนาวขึ้น	เสื้อแขนยาว เสื้อคลุมและผ้าพันคอ
พฤศจิกายน	ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศเริ่มหนาว	แจ็กเก็ต โค้ท ข้างในอาจใส่เสื้อแขนยาว
ธันวาคม	ฤดูใบไม้ร่วงเข้าสู่ฤดูหนาว	อากาศหนาว	แจ็กเก็ตหรือโค้ทหนา เสื้อขนเป็ด หมวก ถุงมือ

นอกจากเรื่องของภูมิประเทศและภูมิอากาศแล้ว วิธีการดำรงชีวิตของคนญี่ปุ่นก็นับเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับนักธุรกิจที่มุ่งเน้นที่จะมัดใจคนญี่ปุ่นและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองตรงตามความต้องการของคนญี่ปุ่นควรที่จะรู้และเข้าใจ โดยผู้วิจัยได้สรุปไว้เป็นประเด็นย่อยๆ ดังนี้

1. คนญี่ปุ่นมักชอบความสมบูรณ์แบบ ดังนั้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอย่างมาก ที่ผู้ผลิตต้องคำนึงถึง ลักษณะนิสัยสำหรับการจับจ่ายของคนญี่ปุ่นคือพวกเขายินดีที่จะจ่ายเงินมากกว่าเพื่อการซื้อของที่มีคุณภาพดีกว่า และคนญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญมากกับเรื่องของวันเวลาในการผลิต และวันเวลาที่ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นจะหมดอายุ

2. คนญี่ปุ่นนิยมที่จะใช้รถสาธารณะมากกว่าที่จะขับรถส่วนตัว ดังนั้นการเดินทางจึงเป็นสิ่งที่คนญี่ปุ่นคุ้นเคย และจากนิสัยที่นิยมการใช้รถสาธารณะนี้ส่งผลให้คนญี่ปุ่นนิยมสิ่งของที่ดูทันสมัย กระทัดรัด พกพาสะดวก

3. คนญี่ปุ่นนิยมการใช้จักรยานในการเดินทางเพราะจะช่วยให้เขาประหยัดเวลาในการเดินทางจากที่พักมาที่สถานีรถไฟ ซึ่งโดยส่วนมากแล้วสถานีรถไฟ หรือรถไฟใต้ดินมักจะอยู่ห่างจากที่พักของพวกเขาไม่เกิน 1.5 ไมล์ ดังนั้นเขาจะใช้เวลาน้อยกว่า 15 นาทีในการปั่นจักรยาน นอกจากนี้แล้วในบริเวณสถานีรถไฟและรถไฟใต้ดินจะมีการอำนวยความสะดวกโดยการสร้างที่จอดจักรยานที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้อีกด้วย

4. รถไฟและรถไฟใต้ดินนับเป็นความต้องการพื้นฐานของการดำรงชีวิตแบบสังคมเมืองของคนญี่ปุ่น เพราะช่วยในการประหยัดค่าใช้จ่ายในการครองชีพได้มาก



ภาพที่ 26: การคมนาคมในประเทศญี่ปุ่น

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากเงื่อนไขในการใช้ชีวิตของคนญี่ปุ่นที่ต้องซึ่งจักรยาน ต้องเดิน และต้องเดินทางด้วยรถสาธารณะได้ว่าการเดินทางด้วยในลักษณะนี้ทำให้คนญี่ปุ่นต้องเจอกับสภาพอากาศที่แตกต่างกันในแต่ละวัน เพราะมีการเปลี่ยนแปลงสถานที่ตลอดเวลา อีกทั้งยังต้องพบกับสถานการณ์ที่แตกต่างกันดังนั้นคนญี่ปุ่นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใส่เสื้อผ้าหลายชั้นเพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนถอดออกหรือสวมทับได้ในโอกาสที่ต่างกัน ทั้งนี้ ความนิยมการใส่เสื้อผ้าหลายชั้นเป็นข้อสังเกตในเบื้องต้นที่ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสงสัยไว้อยู่แล้ว ซึ่งการสวมใส่เสื้อผ้าหลายชั้นของคนญี่ปุ่นนั้นมีความคล้ายคลึงกับประเพณีการแต่งกายดั้งเดิมของคนญี่ปุ่นเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับประวัติเครื่องแต่งกายของคนญี่ปุ่น หรือที่รู้จักกันดีในนามของ “กิโมโน”

กิโมโนทั้งสำหรับผู้ชายและผู้หญิงได้รับการยอมรับว่าเป็นสัญลักษณ์สำคัญอย่างหนึ่งของประเทศญี่ปุ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งกิโมโนของผู้หญิงที่มีความวิจิตรในเรื่องของการตกแต่งจนบางครั้งเปรียบได้กับงานศิลปะชิ้นเอกก็ว่าได้

ในศตวรรษที่ 12 ผู้หญิงญี่ปุ่นจะสวมใส่กิโมโนตั้งแต่ 12 ชั้นขึ้นไป ซึ่งภาพรวมของการสวมใส่กิโมโนนั้นคือจะดูเป็นชุดที่มีความกว้างมาก หากแต่จะถูกรัดด้วยโอบิเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและไม่เหอะทะจนเกินไป นอกจากนี้แล้วการเลือกชั้นผ้าเพื่อการสร้างสรรค์กิโมโนหนึ่งชุด ไม่ว่าจะเป็นกิโมโนสำหรับผู้หญิง หรือผู้ชายก็ตาม ผู้เลือกจะให้ความสำคัญของสีที่เหมาะสมตามแต่ฤดูกาลอีกด้วย ซึ่งนั่นแสดงให้เห็นถึงความละเอียดลออในการแต่งกายของคนญี่ปุ่นและการให้ความสำคัญของสีที่มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและภูมิอากาศ



ภาพที่ 27.: กิโมโน

จากการวิเคราะห์ลักษณะการสวมใส่กิโมโนของคนญี่ปุ่นตั้งแต่อดีตพบว่าคนญี่ปุ่นเลือกที่จะใส่ผ้าบางหลายชั้นมากกว่าการใส่เสื้อผ้าที่เป็นผ้าหนาเพียง 1 หรือ 2 ชั้น ในการสร้างความอบอุ่นให้กับร่างกาย และในโอกาสการสวมใส่ที่แตกต่างกัน สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันก็ส่งผลถึงจำนวนความ

มากนักน้อยของชั้นเสื้อผ้าอีกด้วย ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่าจากแนวคิดลักษณะการแต่งกายในแบบดั้งเดิม อาจส่งผลถึงแนวทางการแต่งการของคนญี่ปุ่นในปัจจุบันที่นิยมการใส่เสื้อผ้าหลายชั้นก็เป็นได้

การวิเคราะห์ผู้บริโภค

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ผู้บริโภคจากข้อมูลเอกสารที่ได้ศึกษาใน 3 ประเด็น ได้แก่

- ลักษณะนิสัยพื้นฐานของสตรีญี่ปุ่น
- การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค
- ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของสตรีญี่ปุ่น

ลักษณะนิสัยพื้นฐานของสตรีญี่ปุ่น

จากการศึกษาข้อมูลในเรื่องของลักษณะนิสัยและพฤติกรรมของคนญี่ปุ่น พบว่า คนญี่ปุ่นเป็นคนรักธรรมชาติ สุภาพ อ่อนน้อม และรักสันติ กลุ่มผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพ และรูปแบบของสินค้ามาก

การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค

จากข้อมูลที่ได้ศึกษาข้างต้น สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นได้โดยใช้เกณฑ์เรื่องวัยและช่วงอายุ และ แบ่งตามระดับตลาด

1. การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคโดยใช้ช่วงอายุเป็นเกณฑ์

จากการศึกษาข้อมูลในบทที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดญี่ปุ่น แบ่งกลุ่มผู้บริโภคสำคัญของตลาดสินค้าญี่ปุ่นโดยใช้ช่วงอายุเป็นเกณฑ์ไว้เป็น 2 แบบ โดยแบบที่ 1 แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มสาวโสดที่มีอายุ 40 – 49 ปี และแบบที่ 2 แบ่งได้เป็น 9 กลุ่ม ได้แก่ วัยแรกเกิดและทารก วัยเด็ก วัยเด็กก่อนวัยรุ่น วัยรุ่น วัยนักเรียน กลุ่มคนอายุ 20 ปี กลุ่มคนอายุ 30 ปี ผู้ใหญ่วัยกลางคน และวัยเกษียณอายุ ซึ่งเมื่อนำมาเทียบกับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยฉบับนี้ การแบ่งในแบบที่ 1 กลุ่มคนที่มีอายุในช่วง 20 - 30 ปีจะคาบเกี่ยวอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงาน หากแต่จะเป็นวัยรุ่นตอนปลายและวัยทำงานตอนต้น และการแบ่งในแบบที่ 2 กลุ่มเป้าหมายจะอยู่ในกลุ่มคนอายุ 20 ปี ซึ่งสามารถวิเคราะห์และสรุปลักษณะนิสัยของคนในกลุ่มนี้ได้ดังนี้

ตารางที่ 26: ตารางสรุปทัศนคติและลักษณะนิสัยของกลุ่มเป้าหมาย

การแบ่งแบบที่ 1	การแบ่งแบบที่ 2
<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มอายุ 20 – 30 ปี - เป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย วัยทำงานตอนต้น - เริ่มมีรายได้เป็นของตนเอง - ยังคงมีลักษณะการใช้ชีวิตของคนโสด - ไม่มีภาระต้องรับผิดชอบดูแลครอบครัว - ให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยงาม - เน้นความสุขที่หยิบฉวยได้ - มีการสังสรรค์ในหมู่เพื่อนฝูงบ่อย - เนื่องจากเกิดมาในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว จึงค่อนข้างคำนึงถึงความจำเป็นก่อนใช้เงิน และคำนึงถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ 	<ul style="list-style-type: none"> - อายุ 20 – 29 ปี - เป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น - สามารถหารายได้ด้วยตนเอง - ช่วงอายุของการแสวงหาความก้าวหน้าทางอาชีพ - เริ่มคิดในเรื่องของการสร้างครอบครัว - นิยมการซื้อสินค้าและบริการชั้นสูง - ยินดีใช้จ่ายเงินเพื่อการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ตนเอง - มีรายได้และอิสระทางการเงิน
<p>สรุป</p> <p>กลุ่มเป้าหมายเป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น อายุ 20 – 30 ปี เป็นช่วงชีวิตของคนเริ่มต้นทำงาน มีรายได้เป็นของตนเอง จึงมีอิสระทางการเงิน อยู่ในช่วงของการแสวงหาความก้าวหน้าทางอาชีพการทำงาน จึงให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยงาม การสร้างภาพพจน์และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเองจึงทุ่มเทการใช้จ่ายให้กับสินค้าและบริการชั้นสูง สินค้าจากตราสินค้าที่มีชื่อเสียง คุณภาพดี ราคาแพง เริ่มคิดเรื่องของการสร้างครอบครัวแต่ยังไม่มีครอบครัวและไม่มีภาระในเรื่องการดูแลครอบครัว ดังนั้นเงินที่หามาได้จึงมีไว้ใช้จ่ายเพื่อตนเองเป็นหลัก นิยมเลือกใช้ของที่ดี มีระดับ แต่ก็พิจารณาและคำนึงถึงความจำเป็นก่อนการใช้จ่าย อีกทั้งคำนึงถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ</p>	

2. การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคญี่ปุ่นโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง

สำหรับการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์นั้นสามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้มีรายได้สูง กลุ่มผู้มีรายได้อานกลาง และกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมเสื้อผ้าที่มีลักษณะเฉพาะตัว โดยมีรายละเอียดโดยสรุป ดังนี้

ตารางที่ 27: ตารางแสดงการแบ่งลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคญี่ปุ่นโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง

ระดับรายได้	แนวความคิดและลักษณะการเลือกซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม
ผู้มีรายได้สูง	<ol style="list-style-type: none"> 1. นิยมเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีราคาแพง คุณภาพดี 2. นิยมเลือกซื้อเสื้อผ้าที่มีการตัดเย็บประณีต และทันสมัย 3. ในการซื้อแต่ละครั้งอาจไม่ได้ซื้อเป็นจำนวนมาก แต่จะเลือกรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกัน 4. นิยมซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าที่มีมาตรฐานการบริการที่ดี
ผู้มีรายได้ปานกลาง	<ol style="list-style-type: none"> 1. นิยมเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีราคาปานกลาง 2. มักจะเลือกซื้อเสื้อผ้าหลากหลายรูปแบบเพื่อให้ทันต่อกระแสแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
ผู้บริโภคที่นิยมเสื้อผ้าที่มีลักษณะเฉพาะตัว	<ol style="list-style-type: none"> 1. นิยมสินค้าที่มีความเฉพาะตัว และมีเอกลักษณ์ ไม่ซ้ำใคร 2. นิยมสินค้าที่มีกระบวนการผลิตที่พิถีพิถัน ใส่ใจรายละเอียด 3. พิจารณาและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และรูปแบบที่พึงพอใจ สมเหตุสมผล

ในการแบ่งกลุ่มโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ จะไม่มีกลุ่มรายได้น้อย น่าจะเป็นเพราะประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจเข้มแข็งเป็นอันดับ 2 ของโลก มีการกระจายความมั่งคั่งอย่างทั่วถึง ส่งผลให้มีชนชั้นกลางในสังคมอยู่น้อยมาก

ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของสตรีญี่ปุ่น

1. เนื่องจากคนญี่ปุ่นจะซื้อเสื้อผ้าใหม่ในช่วงเปลี่ยนฤดูกาล และให้ความสำคัญกับการแต่งกายให้เหมาะสมกับฤดูกาล ดังนั้น หากจะขายเสื้อผ้าให้กับคนญี่ปุ่น ต้องศึกษาเรื่องของฤดูกาลเป็นอย่างดี และเลือกให้วัสดุและหาแนวทางการออกแบบให้เหมาะสม
2. สื่อที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของคนญี่ปุ่น คือ
 - 2.1 ตัวอย่างการแต่งกายจากนิตยสารหรือหนังสือแฟชั่น
 - 2.2 แผ่นพับ ใบปลิว และการโฆษณาผ่านรายการโทรทัศน์
 - 2.3 สื่ออินเทอร์เน็ต
 - 2.4 เพื่อน และบุคคลที่มีชื่อเสียง
 - 2.5 การนำเสนอผ่านงานแสดงสินค้า

3. คนญี่ปุ่นมีความช่างสังเกตและละเอียดรอบคอบ ในการซื้อสินค้าแฟชั่นก็เช่นกัน คนญี่ปุ่นจะมีเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อ โดย 5 อันดับแรกที่คนญี่ปุ่นพิจารณา คือ

- 3.1 ความสวยงาม รูปแบบ และความทันสมัยของสินค้า
- 3.2 คุณภาพของสินค้า เช่น การตัดเย็บ ความคงทน วัสดุ เป็นต้น
- 3.3 สวมใส่สบาย
- 3.4 ความนิยมและความน่าเชื่อถือของตราสินค้า
- 3.5 ความเหมาะสมของราคา

จุดเด่นและจุดอ่อนของสินค้าไทยในสายตาผู้ซื้อญี่ปุ่น

จากข้อมูลเบื้องต้นในบทที่ 2 ได้ศึกษาเรื่องของสินค้าไทยในสายตาผู้ซื้อญี่ปุ่น ซึ่งสามารถวิเคราะห์จุดเด่น และจุดอ่อนของสินค้าไทยในสายตาผู้ซื้อญี่ปุ่นได้ ดังนี้

จุดเด่น	จุดอ่อน
1. มีคุณภาพดี	1. ขาดความเชื่อมโยงระหว่างรูปแบบกับประโยชน์ใช้สอย
2. มีมาตรฐานสูง	2. ในบางครั้งการออกแบบไม่ได้คำนึงถึงรูปแบบที่เป็นสากลเพื่อนำไปใช้ร่วมกับของชิ้นอื่น
3. การออกแบบสวยงาม	
4. สินค้ามีเอกลักษณ์	
5. มีความประณีตบรรจง	

ทั้งนี้เป็นมุมมองจากสินค้าโดยทั่วไป ไม่ได้เฉพาะเจาะจงถึงสินค้าเครื่องนุ่งห่มเพียงอย่างเดียว หากแต่ส่งผลถึงภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในองค์กรรวม ในมุมมองของคนญี่ปุ่น

การวิเคราะห์ตลาดสินค้าแฟชั่นประเทศญี่ปุ่น

การแบ่งประเภทตลาดสินค้าเครื่องนุ่งห่มในประเทศญี่ปุ่น

ในปัจจุบันตลาดเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของประเทศญี่ปุ่น สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทหลัก ดังนี้

ประเภทตลาด	รายละเอียด
ตลาดระดับล่าง	1. ผู้ซื้อไม่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของสินค้านัก 2. ผู้ซื้อตลาดนี้โดยส่วนมากจะให้ความสำคัญกับเรื่องของราคา

	และความพึงพอใจในรูปแบบสินค้า
ห้างสรรพสินค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ซื้อในตลาดนี้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามาก ดังนั้นสินค้าในตลาดนี้จะมีราคาสูง แต่เหมาะสมกับคุณภาพ 2. สินค้าส่วนใหญ่ขายอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำของญี่ปุ่น เช่น มิโซคุชิ โตคิว เป็นต้น
ตลาดค้าปลีก	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาดค้าปลีกในญี่ปุ่นถือได้ว่าเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงมาก 2. ตลาดค้าปลีกขนาดใหญ่ของประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ อีออน อิโตโย กาดัง ยูนิโกล เป็นต้น 3. ห้างสรรพสินค้าเหล่านี้ถือเป็นร้านค้าที่อยู่ในลักษณะของการจัดจำหน่ายสินค้าทั่วไป

แนวทางการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาดญี่ปุ่น

1. ลูกค้านักช้อปปิ้งโดยเฉพาะเพศหญิง จะมีความเป็นปัจเจกบุคคลค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงควรเป็นเสื้อผ้าที่มีการออกแบบสร้างสรรค์ที่ช่วยส่งเสริมตัวตน มีความแปลกใหม่ และแตกต่าง
2. ด้วยพื้นฐานของคนญี่ปุ่นที่ชอบประดิษฐ์คิดค้น และพัฒนาสิ่งใหม่ๆ คนญี่ปุ่นจึงคาดหวังที่จะเห็นสินค้าใหม่ๆ ตลอดเวลา ดังนั้นการทำธุรกิจกับคนญี่ปุ่น ควรมีสินค้าออกใหม่อย่างต่อเนื่อง
3. จากวิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมา ทำให้คนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับเรื่องของความคุ้มค่า คุณภาพดี และมีการกำหนดราคาขายที่สมเหตุสมผล
4. ปัจจุบันคนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับเรื่องของสุขภาพ การเข้าหาธรรมชาติ ลดความเครียด และนิยมการใช้ชีวิตที่เรียบง่ายมากขึ้น ดังนั้นสินค้าที่สนใจจึงควรเป็นสินค้าที่ไม่เป็นทางการมากนัก เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตแบบผ่อนคลายมากขึ้น
5. ในปัจจุบันมีกระแสความนิยมเรื่องของศิลปวัฒนธรรม และงานหัตถกรรม ที่คนญี่ปุ่นให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก และประเมินคุณค่าของสินค้าที่มีความเป็นศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ไว้ในระดับสูง ดังนั้นหากหยิบประเด็นของศิลปวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางของการพัฒนาสินค้าก็น่าจะเป็นทางเลือกที่ดีทางหนึ่ง หากแต่โดยพื้นฐานของคนญี่ปุ่นนั้น มักติดตามแฟชั่นของยุโรปและอเมริกา ดังนั้น รูปแบบสินค้าจึงควรให้ความสำคัญกับการออกแบบที่เป็นสากลด้วย และสอดคล้องกับกระแสความนิยมในขณะนั้นๆ ด้วย
6. เนื่องจากกระแสความนิยมในเรื่องต่างๆ ในประเทศญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นสำหรับการทำธุรกิจ จึงไม่ควรมัวปริมาณของจำนวนมากเกินไป แต่ควรมีหลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์

สำหรับการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์เพื่อให้เข้าใจตลาดสินค้าแฟชั่น และกลุ่มผู้บริโภคในประเทศญี่ปุ่นในประเด็นต่างๆมากยิ่งขึ้น ทั้งเรื่องของปัจจัยการเลือกซื้อ รูปแบบสินค้า ลักษณะผ้าและลวดลาย รสนิยมการแต่งกาย พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นรวมถึงลักษณะของผ้าที่เหมาะสมกับคนญี่ปุ่น ฯลฯ จากมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ ในสายงานที่แตกต่างกันได้แก่

1. อาจารย์ในวิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัยในสายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การออกแบบสิ่งทอ และการออกแบบแฟชั่น
 2. นักออกแบบแฟชั่นชาวญี่ปุ่น
 3. คนในสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Japan Fashion Association, Textile Design Association of Japan, Japan Style Arena
 4. ผู้ประกอบการไทย
- โดยมีรายชื่อของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

กลุ่ม	ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งงานและประสบการณ์
Professor or Lecturer	1	Prof.Takeuchi Tadao	- Textile Division, Bunka Fashion Graduate University
	2	Prof.Toyohisa Amano	- Fashion Color & Color Specialist, Bunka Gakuen
Designer	3	Mr.Hidenobu Yasui	- Designer and Owner of Hidenobu Yasui
	4	Mr.Masarino Morikawa	- Designer and Owner of Christian Dada
Association	5	Mr.Yamauchi	- Director of Japan Fashion Association
	6	Mr.Terai	- Chairman of Textile Design Association of Japan
	7	Mr.Suzuki	- Vice Chairman of Textile Design Association of Japan
	8	Style Arena Japan Staff	- Style Arena Japan Staff
ผู้ประกอบการไทย	9	อาจารย์กฤษณ์ เข็นสุดใจ	- นักออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอภายใต้แบรนด์แม่ฟ้าหลวง - อาจารย์พิเศษสาขาแฟชั่นและสิ่งทอ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - นักวิจัยอิสระ
	10	คุณเนริสา อุทอง	- เจ้าของร้านราตรีไหมไทย
	11	คุณนิพนธ์ ทรัพย์บุญวิไล	- ที่ปรึกษาอิสระด้านการพัฒนาสิ่งทอ - อาจารย์พิเศษสถาบันการออกแบบแฟชั่น บุงกะ ประเทศไทย
	12	คุณอัญญารัตน์ วาเกะ	- ผู้จัดการแผนกขายปลีก บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทยจำกัด (Jim Thompson)

ประเด็นคำถามจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ คำถามกลาง และ คำถามเฉพาะทางความชำนาญของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน โดยมีประเด็นคำถาม ดังนี้

คำถามกลาง

1. ลักษณะเฉพาะของรสนิยมทางแฟชั่นของคนญี่ปุ่น (Japanese Style) มีลักษณะที่โดดเด่นอย่างไร หรือมีวิธีการแต่งตัวในลักษณะใดบ้างที่ทำให้รู้ว่านี่คือคนญี่ปุ่น
2. พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นของสตรีญี่ปุ่นในปัจจุบันเป็นอย่างไร
3. คุณคิดว่ากลุ่มคนที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการแต่งกายตามแฟชั่นมากนัก เค้าเหล่านั้นแต่งตัวกันอย่างไรหรือมีแนวทางการเลือกซื้อเสื้อผ้าอย่างไร
4. มีสื่อที่แสดงให้เห็น Fashion zone ในโตเกียว และในแต่ละโซนผู้คนก็จะแต่งตัวแตกต่างกันและดูเหมือนจะเป็นรูปแบบ (Style) ที่ค่อนข้างชัดเจนจึงอยากทราบว่าผู้บริโภคญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับแนวโน้มการออกแบบที่เป็นกระแสโลกในแต่ละช่วงฤดูกาล (Fashion Trend) มากน้อยเพียงใด หรือให้ความสำคัญกับสไตล์ ในแต่ละโซนมากกว่า และนักออกแบบให้ความสำคัญกับแนวโน้มแฟชั่นหรือไม่และนำมาใช้ประกอบการออกแบบมากหรือน้อยเพียงใด
5. อะไรบ้างที่เป็นปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นของสตรีญี่ปุ่น และลูกค้าชาวญี่ปุ่น
6. นิตยสารแฟชั่นในญี่ปุ่นมีหลากหลายมาก นิตยสารแฟชั่น เหล่านี้มีความสำคัญและส่งผลถึงลักษณะการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่นมาก-น้อยเพียงใด และอย่างไร
7. ลูกค้าชาวญี่ปุ่นมีความภักดีต่อแบรนด์มาก-น้อยเพียงใด หากมีแบรนด์ใหม่ๆเปิดตัวขึ้นเค้าจะเปิดใจ รับแบรนด์ใหม่ๆเหล่านั้นได้ยากหรือไม่ (ในกรณีที่คุณภาพ ราคา และความสวยงามเทียบเท่ากับ แบรนด์ที่เขาใช้อยู่)

คำถามเฉพาะทาง

1. Fashion Designer / Lecturer (Fashion Design)
 - 1.1 คุณคิดว่าคุณสมบัติใดเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับการออกแบบเสื้อผ้าให้กับสตรีญี่ปุ่น
 - 1.2 สรีระของสตรีญี่ปุ่นส่งผลให้มีข้อจำกัดในการออกแบบหรือไม่ อย่างไร
 - 1.4 คุณสมบัติของผ้าในเรื่องใดบ้างที่ควรคำนึงถึงเวลาจะเลือกมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้า สำหรับสตรีญี่ปุ่น
 - 1.5 ลักษณะของลวดลายผ้าที่น่าจะเป็นที่ถูกใจสตรีญี่ปุ่นมีลักษณะใดบ้าง
 - 1.6 ลักษณะของสีสันทัน ของเสื้อผ้าที่น่าจะเป็นที่ถูกใจสตรีญี่ปุ่นเป็นลักษณะใดบ้าง

2. Lecturer (Textile Design)

2.1 เนื้อผ้ามีความสำคัญกับการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีญี่ปุ่นมาก-น้อยขนาดไหน
อย่างไร

2.2 คุณสมบัติของผ้าในเรื่องใดบ้างที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบและผลิตเพื่อนำไปใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าให้กับสตรีญี่ปุ่น

2.3 ลักษณะของลวดลายผ้าที่น่าจะเป็นที่ถูกใจสตรีญี่ปุ่นเป็นลักษณะใดบ้าง

2.4 ลักษณะของสีสันทนของเสื้อผ้าที่น่าจะเป็นที่ถูกใจสตรีญี่ปุ่นเป็นลักษณะ

3. องค์กรที่เกี่งข้อง (Japan Style Arena)

3.1 การแบ่งเขตแฟชั่นออกเป็น 5 จุดในกรุงโตเกียว สำหรับกลุ่มคนที่มีลักษณะการแต่งกายและมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันสามารถบ่งบอกได้ถึงภาพรวมของรสนิยมโดยรวมของสตรีญี่ปุ่นได้หรือไม่

3.2 ลักษณะและวิธีการแต่งกายในลักษณะใดที่แสดงลักษณะเฉพาะของรสนิยมทางแฟชั่นของคนญี่ปุ่น ได้อย่างชัดเจน

3.3 คุณคิดว่าอะไรบ้างที่เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นของสตรีญี่ปุ่น

4. ผู้ประกอบการไทย

4.1 คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ต้องคำนึงถึงสำหรับการออกแบบและสร้างสรรค์งานแฟชั่นและสิ่งทอสำหรับผู้ซื้อญี่ปุ่น

4.2 คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ต้องหลีกเลี่ยงสำหรับการออกแบบและสร้างสรรค์งานแฟชั่นและสิ่งทอสำหรับผู้ซื้อญี่ปุ่น

ประมวลคำตอบของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละประเด็นคำถาม

คำถามกลาง

1. ลักษณะเฉพาะของรสนิยมทางแฟชั่นของคนญี่ปุ่น (Japanese Style) มีลักษณะที่โดดเด่นอย่างไร หรือมีวิธีการแต่งตัวในลักษณะใดบ้างที่ทำให้รู้ว่าบุคคลนี้คือคนญี่ปุ่น	
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - การใส่เสื้อผ้าซ้อนกัน (Layer) และแฟชั่นที่ดูสะอาดประณีต (Neat and Clean) - ไม่ยึดติดกับรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ให้ความสำคัญและสนุกกับการแต่งตัวให้ดูดี - การแต่งกายแบบผสมผสาน อิงตามลักษณะการแต่งกาย จากนิตยสารแฟชั่น ไม่เฉพาะเจาะจงรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง - มีทั้งรูปแบบที่เป็นแบบยุโรป และ รูปแบบที่หลากหลายไม่สนใจเรื่องของความสมดุมากนัก เฉกเช่นกับคำว่า คาวาอิ(Kawaii) ที่ทั่วโลกรู้จักกันดีโดยไม่ต้องอธิบาย ซึ่งในภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นนั้นมีคำต่างๆที่ใช้บรรยายด้านความเท่ให้เอาไว้ แต่หากนำไปแปลเป็นภาษาอื่นๆก็ยากที่จะหาความหมายที่เหมาะสมจะได้ เช่นเดียวกับแฟชั่นของญี่ปุ่น - Layered Wear และนำแนวโน้มการแต่งกาย (Fashion Trend) มาใช้อย่างเหมาะสม - นิยมการผสมผสานเสื้อผ้า (Mix and Match) ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องของการใช้สี (color and color), การใช้ลวดลาย (Print and Print) หรือการใช้ลักษณะของเนื้อผ้าที่ใกล้เคียงกันได้ All-white style, All-black style. - การเลือกผสมผสานสินค้าในตราระดับบน กับสินค้าตลาดล่างเข้าด้วยกัน (High Band mix and match with Low price product) หรือ สินค้าตลาดล่างกับสินค้ามือสอง (Low price mix and match with Vintage second hand items) - มีการใช้สินค้าออกเหนือจากประโยชน์ใช้สอยหลัก (Item deconstructed) เช่น ใช้เสื้อถัก ไหมพรม (Cardigan) มาพันเป็นผ้าพันคอ หรือพาดไหล่เฉยๆ ไม่ใช่สวมใส่ - การแต่งตัวโดยสร้างภาพลักษณ์ส่วนตัวให้สัมผัสได้อย่างเต็มที่ เช่น Gothic & Lolita, Fairy décor หรือ Ethnic, Rockabilly ต่างๆ โดยการนำดนตรี ความหลงใหล มาเป็นแรงบันดาลใจสู่แฟชั่น
สรุปประเด็นสำคัญ	<p>ในประเด็นนี้ผู้เชี่ยวชาญทุกคนมีความเห็นสอดคล้องกันในเรื่องต่างๆ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - การใส่เสื้อผ้าซ้อนกันเป็นหลายชั้น - แฟชั่นที่ดูสะอาดประณีต - ไม่ยึดติดกับรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ให้ความสำคัญและสนุกกับการแต่งตัวให้ดูดี และแสดงตัวตนอย่างเต็มที่ - นำแนวโน้มการออกแบบ มาใช้อย่างเหมาะสม - นิยมการผสมผสานเสื้อผ้า เช่น การใช้สีที่แตกต่างกัน การใช้ลวดลายที่แตกต่างกัน หรือการใช้ลักษณะของเนื้อผ้าที่ใกล้เคียงกันได้ All-white style , All-black style. - การเลือกสินค้านำราคาแพง (High brand) ร่วมกับสินค้านำราคาปานกลาง หรือ ใช้ของราคาปานกลาง ร่วมกับ ของมือสอง

2. พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นของสตรีญี่ปุ่นในปัจจุบันเป็นอย่างไร	
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญกับเรื่องของราคาและคุณภาพที่สอดคล้อง สมเหตุสมผล - ไม่ใส่แบรนด์ดีแบรนด์หนึ่งตั้งแต่หัวจรดเท้า นิยมผสมผสานการแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าหลายๆแบรนด์ รวมถึงการเลือกซื้อเสื้อผ้าที่สามารถนำมาใส่ร่วมกับเสื้อผ้าเดิมที่มีอยู่ด้วย - ความหมายในเชิงพฤติกรรมคงตอบได้ยาก แต่หากหมายถึงสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น คงมีการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นใหม่ๆในช่วงของการเปลี่ยนแปลงฤดูกาล - นิยมเลือกซื้อในช่วงเปลี่ยนฤดูกาล และนิยมซื้อสินค้าจากหลากหลายแบรนด์มาผสมผสานกัน - ผู้หญิงญี่ปุ่นทั่วไป สิ่งที่น่าสนใจมากที่สุดคือพยายามทุกวิถีทางที่จะปกปิดสรีระตัวเองตามมาด้วย คุณภาพของเนื้อผ้า การตัดเย็บ ความสมดุลของราคากับคุณภาพที่ต้องจ่ายไป จากนั้นค่อยๆนำเทรนด์เข้ามาเสริมเพียงเล็กน้อย โดยพื้นฐานที่ว่าเสื้อผ้าเหล่านั้นสามารถใส่ได้เรื่อยๆ แต่ปัจจุบันผลพวงของ fast fashion ทำให้คนส่วนมากแยกเสื้อผ้าเป็น ช้อแล้วใส่ได้นานๆ กับ ตัวที่ใส่ได้แค่ 1ปีตามกระแสนิยม - ลูกค้านี้ให้ความสำคัญกับเรื่องของราคาและคุณภาพมาก
สรุปประเด็นสำคัญ	<p>ในประเด็นนี้ผู้เชี่ยวชาญทุกคนมีความเห็นสอดคล้องกันในเรื่องต่างๆ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - คนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลของราคากับคุณภาพของเนื้อผ้าและการตัดเย็บที่สมเหตุสมผล - นิยมเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นใหม่ๆในช่วงของการเปลี่ยนแปลงฤดูกาล - นิยมซื้อสินค้าจากหลากหลายแบรนด์มาผสมผสานกัน - พยายามปกปิดสรีระตัวเอง - นำเทรนด์เข้ามาเสริมเล็กน้อย โดยพื้นฐานที่ว่าเสื้อผ้าเหล่านั้นสามารถใส่ได้เรื่อยๆ - ในปัจจุบันจากผลพวงของ fast fashion ทำให้คนส่วนมากแยกการซื้อเสื้อผ้าเป็น 2 ลักษณะ คือ เสื้อผ้าที่ใส่ได้นาน กับ เสื้อผ้าที่ใส่ตามกระแสนิยมในระยะสั้นๆ
3. คุณคิดว่ากลุ่มคนที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการแต่งกายตามแฟชั่นมากนัก ค่าเหล่านั้นแต่งตัวกันอย่างไรหรือมีแนวทางการเลือกซื้อเสื้อผ้าอย่างไร	
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - ความรู้สึกส่วนตัว ช่วงหลังๆไม่ค่อยมีใครกล้าซื้อเสื้อผ้าที่มีรูปแบบประหลาดตาเกินความจำเป็น - ไม่ใส่แบรนด์ดีแบรนด์หนึ่งตั้งแต่หัวจรดเท้า นิยมผสมผสานการแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าหลายๆแบรนด์ รวมถึงการเลือกซื้อเสื้อผ้าที่สามารถนำมาใส่ร่วมกับเสื้อผ้าเดิมที่มีอยู่ด้วย - ส่วนตัวรู้สึกวาระยะหลังนี้ไม่ค่อยมีใครกล้าซื้อเสื้อผ้าที่มีรูปแบบแปลกประหลาดเกินจำเป็น - ข้อสำคัญแรก คือ เสื้อผ้านั้นสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน ถัดมาคือรสนิยมในเรื่องของสีสันทัน และสิ่งสำคัญอีกเรื่องคือราคาที่สมเหตุสมผล

	<ul style="list-style-type: none"> - คงไม่มีอะไรตายตัว เพียงแค่เลือกเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับวาระและโอกาส เช่นหากไปทำงาน คงต้องแต่งให้เหมาะสม เพราะมีการพบปะผู้คน รูปแบบอะไรประเภทไหนก็ไม่สามารถแบ่งได้ชัดเจน - สิ่งสำคัญที่สุดคือคนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับความสมดุลของคุณภาพกับราคา - แนวโน้มแฟชั่นก็มีส่วนสะท้อนให้เห็นอยู่บ้างแต่ที่สำคัญกว่านั้นคือรูปแบบการตัดเย็บที่เรียบร้อย และคุณภาพที่น่าพอใจ แสดงถึงลายเส้นที่สวยงามตอนสวมใส่
สรุปประเด็นสำคัญ	<p>ในประเด็นนี้ผู้เชี่ยวชาญทุกคนมีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - กระแสการสวมใส่เสื้อผ้ารูปแบบประหลาดตาลดน้อยลง - นิยมเสื้อผ้าที่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน - เลือกเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับวาระและโอกาส - สิ่งสำคัญที่สุดคือคนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับความสมดุลของคุณภาพกับราคา - ให้ความสำคัญในเรื่องของการตัดเย็บที่เรียบร้อย และคุณภาพที่น่าพอใจ
	<p>4. มีสื่อที่แสดงให้เห็น Fashion zone ในโตเกียว และในแต่ละพื้นที่ผู้คนก็จะแต่งตัวแตกต่างกัน และดูเหมือนจะเป็นรูปแบบ (Style) ที่ค่อนข้างชัดเจนจึงอยากทราบว่าผู้บริโภคญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับแนวโน้มการออกแบบที่เป็นกระแสโลกในแต่ละช่วงฤดูกาล (Fashion Trend) มาก-น้อยเพียงใด หรือให้ความสำคัญกับรูปแบบการแต่งกายในแต่ละพื้นที่มากกว่า และนักออกแบบให้ความสำคัญกับแนวโน้มแฟชั่นหรือไม่และนำมาใช้ประกอบการออกแบบมากหรือน้อยเพียงใด</p>
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - ส่วนตัวมองว่าความแตกต่างระหว่างโซนไม่แตกต่างกันมากนัก - ถ้าในแง่ของยอดขาย แนวโน้มการออกแบบ (Fashion Trend) นับเป็นปัจจัยสำคัญเรื่องหนึ่ง - ส่วนตัวมองว่าพื้นที่ กักับการแบ่งรูปแบบการแต่งกาย เป็นตัวสร้างความแตกต่างให้กับแต่ละพื้นที่ ซึ่งในโตเกียวเองแต่ละพื้นที่ พุดถึงเสื้อผ้าเองก็มีความแตกต่างกัน ทั้งชิบูย่า, ซินจูกุ, โอโมเตะซานโด เช่น ในชิบูย่า ก็จะมีแฟชั่นที่ชัดเจนในเรื่องของการตามกระแสความนิยมหรือแนวโน้มแฟชั่นมาก แต่ ในโอโมเตะซานโดกลับกัน จะไม่ชัดเจนในเรื่องของแนวโน้มแฟชั่นมากนัก ซึ่งหมายถึงลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้นๆนั่นเอง หากมองทางฝั่งคันไซ (Kanzai) ทั้ง โอซากะ(Osaka) และ โกเบ (Kobe) ก็มีความแตกต่างกัน ในลักษณะเดียวกัน หากลองมองภาพรวมของโลกแฟชั่น ในทุกๆ ฤดูกาลที่ประเทศฝรั่งเศสซึ่งถือว่าเป็นจุดศูนย์กลางของวงการแฟชั่นเองก็ได้ตั้งเรื่องของ แนวโน้มการออกแบบเข้ามามากนัก กลับกันว่ากันว่าใน ฟลอเรนส์ให้ความสำคัญกับแนวโน้มแฟชั่นเร็วที่สุดในส่วนของนักออกแบบชาวญี่ปุ่นนั้นจะให้ความสำคัญเรื่องแนวคิดของตราสินค้า (Brand concept) ที่จะสื่อสารผ่านผลงานการออกแบบของตนเองมากกว่าการนำแนวโน้มแฟชั่นเข้ามาเป็นประเด็น

	<ul style="list-style-type: none"> - ในปัจจุบันผู้บริโภคไม่ค่อยให้ความสำคัญกับแนวโน้มแฟชั่นมากนัก แต่ทว่านิตยสารแฟชั่นต่างๆก็มีการหยิบยกเสื้อผ้าเป็นตัวอย่างให้เห็นมากขึ้น อาจพูดได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีส่วนเป็นอย่างมากที่ทำให้ผู้อ่านให้ความสำคัญเรื่อง แนวโน้มแฟชั่นก็ว่าได้ ส่วนเรื่องการแบ่งพื้นที่ ส่วนตัวมองว่าข้อมูลข่าวสารมีรูปแบบที่ตายตัวไม่ได้แยกแยะเฉพาะเจาะจงทำให้เกิดความแตกต่างในแต่ละพื้นที่ แต่อย่างไรก็ดีหัวเมืองต่างๆ มีลักษณะความหรูหราที่ชัดเจนจึงอาจเป็นเหตุให้ในแต่ละพื้นที่ก็มี คุณค่าที่แตกต่างกันไป หากไม่สนใจแนวโน้มแฟชั่นเลย ผู้บริโภคก็จะไม่ติดตามและไม่ให้ความไม่สนใจ
สรุปประเด็นสำคัญ	<p>ในประเด็นนี้ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นแตกต่างกันในเรื่องของสำคัญของแนวโน้มแฟชั่น บางคนเห็นว่าสำคัญ หากแต่บางคนมองว่าปัจจุบันไม่สำคัญมากนัก ซึ่งสามารถประมวลและสรุปผลจากคำตอบได้ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความแตกต่างระหว่างพื้นที่ไม่แตกต่างกันมากนัก - ถ้าในแง่ของยอดขาย แนวโน้มแฟชั่นนับเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่ง ดังนั้น หากไม่สนใจเลย ผู้บริโภคก็จะไม่ติดตามไม่สนใจ แต่ ณ ปัจจุบันผู้บริโภคไม่ค่อยให้ความสำคัญกับเรื่องของแนวโน้มแฟชั่นมากนักสำหรับกระตุ้นใจซื้อ แต่ก็ยังติดตามกระแสความนิยมจากนิตยสารที่น่าเสนอ และเลือกมาใช้ในบางเรื่อง que เห็นว่าเหมาะสมกับตนเอง - นักออกแบบญี่ปุ่นนั้นจะให้ความสำคัญเรื่องของแนวคิดของตราสินค้า (Brand concept) ที่จะสื่อสารผ่านผลงานออกแบบของตนเองมากกว่าการนำแนวโน้มแฟชั่นเข้ามาเป็นประเด็น
5. อะไรบ้างที่เป็นปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นของสตรีญี่ปุ่น และลูกค้าชาวญี่ปุ่น	
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - แต่ละคนต่างความคิด - ความสมดุลของราคากับคุณภาพที่ได้รับ - คนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพของสินค้ามาก และอีกเรื่องคือราคาที่เหมาะสม รูปแบบที่เหมาะสมกับตนเอง - ไม่มั่นใจว่าคนทั่วไปคิดอย่างไร แต่จากประสบการณ์ในหลายปีที่ผ่านมาเท่าที่เคยถามหลายๆ คน ส่วนมากค่านึงว่า เสื้อผ้านั้นสามารถใส่ซ้ำๆ ได้ รวมถึง แบบที่เป็นตัวของตัวเอง 2 ซ่อนี้จะได้ยินบ่อยๆ - การตัดเย็บ วัสดุดิบ แนวโน้มแฟชั่น แบรินด์ที่ชอบ เสื้อผ้าที่ได้รับคำชมจากคนรอบข้าง
สรุปประเด็นสำคัญ	<p>ในประเด็นนี้ผู้เชี่ยวชาญทุกคนมีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - คนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพของสินค้ามาก - ให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสม - รูปแบบที่เหมาะสมกับตนเอง - เสื้อผ้าที่สามารถใส่ซ้ำๆ ได้ ซื่อแล้วรู้สึกว่าคุณค่า - การตัดเย็บและวัสดุดิบที่นำมาใช้

<p>6. นิตยสารแฟชั่นในญี่ปุ่นมีหลากหลายมาก นิตยสารแฟชั่นเหล่านี้มีความสำคัญและส่งผลถึงลักษณะการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่นมาก-น้อยเพียงใด และอย่างไร</p>	
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นเสมือนข้อมูลที่ใช้อ้างอิงสำหรับการแต่งกาย - ส่วนตัวไม่ได้่านนิตยสารและไม่ได้เป็นผู้หญิงด้วย - สามารถวิเคราะห์ได้ว่า การที่มีนิตยสารที่หลากหลายแสดงให้เห็นถึงประชากรที่มีรสนิยมด้านแฟชั่นเหมือนกัน ในแต่ละกลุ่มจำนวนมากพอระดับหนึ่ง ซึ่งถูกแบ่งย่อยออกตามกลุ่มอายุ ประเภทคนต่างๆ เพื่อสร้างความหลากหลาย คงจะตอบชี้ชัดลงไปยากหากเอาตนเองเป็นที่ตั้ง ความเป็นจริงสามารถมองได้หลายๆแบบ เช่น นิตยสารอาจเป็นเสมือนแคตตาล็อกเล่มหนึ่งสำหรับคนกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุน้อยก็เป็นได้ - เช่นเดียวกับที่ตอบไว้ในข้อ 5 หากไม่พูดถึงคนทั่วไป นิตยสารเป็นเสมือนการเลือกตัวอย่างมาให้ดู หรืออีกนัยหนึ่ง นิตยสารเป็นเสมือนแคตตาล็อกเล่มหนึ่งในการเลือกซื้อสินค้านั่นเอง - นิตยสารเพียงอย่างเดียวคงไม่ได้มีผลกับลักษณะการแต่งกายของตัวบุคคลเท่าใดนัก แต่กลับเป็นเสมือนสื่อที่รวบรวมข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นที่ขาดเสียไม่ได้ ถึงแม้ยุคปัจจุบันสามารถรับข่าวสารแฟชั่นจากทางสื่อไร้สายซึ่งถือเป็นสื่อที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายนั้นมีอยู่มากมายก็ดี แต่นิตยสารก็ยังทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายได้ดี และยังเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน
สรุปประเด็นสำคัญ	<p>ในประเด็นนี้ผู้เชี่ยวชาญทุกคนมีความเห็นสอดคล้องกันว่าเป็นเสมือนข้อมูลอ้างอิงสำหรับการแต่งกายหรือเป็นเสมือนแคตตาล็อกให้ผู้อ่านเข้าใจและทันต่อกระแสแฟชั่นที่กำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน</p>
<p>7. ลูกค้าชาวญี่ปุ่นมีความภักดีต่อแบรนด์มาก-น้อยเพียงใด หากมีแบรนด์ใหม่ๆเปิดตัวขึ้นเค้าจะเปิดใจ รับแบรนด์ใหม่นั้นได้ยากหรือไม่ (ในกรณีที่คุณภาพ ราคา และความสวยงามเทียบเท่ากับ แบรนด์ที่เค้าใช้อยู่)</p>	

คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - โดยส่วนตัวคิดว่า การติดแบรนด์ค่อนข้างน้อย อาจจะใส่อะไรที่ตัวเองชอบก็ใส่ น่าจะเป็นความชอบส่วนบุคคลมากกว่า - ส่วนตัวไม่ทราบเหมือนกัน แต่สำหรับแบรนด์ของตนเองในประเทศก็มีความรู้จักเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เสื้อผ้านั้น ตามธรรมชาติแล้ว หากมีสิ่งมากระตุ้นความสนใจ ก็จะมีการพูดต่อกันปากต่อปาก - คงพูดได้เพียงว่า เนื้อหาของแต่ละแบรนด์เป็นตัวบ่งชี้ความแตกต่างของแบรนด์นั้นๆ บ้างก็ต่าง ๆ คงเป็นรสนิยมทางแฟชั่น และพื้นที่ที่เป็นตัวแยกแยะแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ที่เหลือคงอยู่ที่ตัวผู้บริโภคเองว่าจะเข้าใจและเข้าถึงตัวแบรนด์นั้นๆ ได้เพียงใด - ไม่สามารถตอบได้ - คนญี่ปุ่นเองมีนิสัยชอบเปรียบเทียบชอบของใหม่ๆ อยู่เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงทำให้แบรนด์ต่างๆ ประสบความสำเร็จได้ในอัตราที่สูง แต่อย่างไรก็ตาม การนำเสนอ ด้วยการสร้างโลกใบใหม่ให้กับผู้บริโภคก็ถือว่า มีข้อจำกัด ปัจจุบันนักออกแบบไม่สามารถทำตามใจตนเอง อยากทำอะไรก็ทำเช่นในอดีตได้ กลับกันต้องสนใจตลาดมากกว่า เพื่อที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จ ยิ่งในระยะหลังจะเห็นได้ว่า บล็อกเกอร์ (blogger) นางแบบสมัครเล่น เริ่มมีอิทธิพลมากขึ้น สามารถเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้มากกว่า จนถึงขั้นผลิตสินค้าขึ้นเองได้
สรุปประเด็นสำคัญ	<p>ในประเด็นนี้ผู้เชี่ยวชาญทุกคนมีความเห็นสอดคล้องกันว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ในปัจจุบันผู้บริโภคติดแบรนด์ค่อนข้างน้อย - ผู้บริโภคมักเลือกหาอะไรที่ตนเองชอบและเป็นตัวของตัวเอง - แบรนด์ที่เปิดใหม่มีโอกาสที่จะเข้าไปอยู่ในความสนใจของผู้บริโภคได้เช่นกันถ้าสามารถจับประเด็นความสนใจของผู้บริโภคในขณะนั้นๆ ได้ และงานออกแบบมีรูปแบบที่ถูกใจผู้บริโภค

คำถามเฉพาะทางนักออกแบบแฟชั่นและอาจารย์ด้านการออกแบบแฟชั่น (Fashion Designer / Lecturer (Fashion Design))

	<p>1. คุณคิดว่าคุณสมบัติใดเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับการออกแบบเสื้อผ้าให้กับสตรีญี่ปุ่น ลักษณะของสีสันทัน ของเสื้อผ้าที่น่าจะเป็นที่ถูกใจสตรีญี่ปุ่นเป็นลักษณะใดบ้าง</p>
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - ทุกๆ อย่างสำคัญทั้งสิ้น เพราะฤดูกาลที่ต่างกันก็จะมีชิ้นเสื้อผ้าที่สำคัญแตกต่างกัน การเปลี่ยนแปลงมีอยู่ตลอดเวลา - ถ้าเป็นไปได้พยายามไม่เน้นสรีระของผู้สวมใส่ เพราะคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ไม่มั่นใจในตัวเอง และชอบปกปิดส่วนเว้าส่วนโค้ง
สรุป	<ul style="list-style-type: none"> - ทุกอย่างสำคัญทั้งหมด ขึ้นอยู่กับช่วงฤดูกาลและความต้องการในขณะนั้นๆ

ประเด็น สำคัญ	- เสื้อผ้าไม่ควรเน้นสรีระ เพราะคนญี่ปุ่นไม่มั่นใจในรูปร่างและชอบปกปิดส่วนเว้าส่วนโค้ง
2.	สรีระของสตรีญี่ปุ่นส่งผลให้มีข้อจำกัดในการออกแบบหรือไม่ อย่างไร
คำตอบ	- รสนิยมและความชอบเปลี่ยนแปลงไปตามกลุ่มอายุของลูกค้าด้วย - โครงร่างเงา (Silhouette) และความสั้นยาวในส่วนต่างๆ
สรุป ประเด็น สำคัญ	ในประเด็นคำถามนี้ได้คำตอบมาไม่ชัดเจนนัก แต่หากประมวลร่วมกับข้ออื่นทำให้เข้าใจได้ ว่า คนญี่ปุ่นไม่มั่นใจในสรีระของตน จึงมักเลือกซื้อเสื้อผ้าที่ช่วยปกปิดส่วนเว้าส่วนโค้ง ดังนั้น สำหรับนักออกแบบก็พึงคำนึงเรื่องนี้เช่นกัน
3.	คุณสมบัติของผ้าในเรื่องใดบ้างที่ควรคำนึงถึงเวลาจะเลือกมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้า สำหรับสตรีญี่ปุ่น
คำตอบ	- ดูจากลักษณะทั่วไป ทั้งเรื่องของ สี สัน ลวดลาย เนื้อผ้า น้ำหนักผ้า ที่เหมาะสมกับฤดูกาล - สัมผัส
สรุป ประเด็น สำคัญ	นักออกแบบควรคำนึงถึง สี สัน ลวดลายที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย และ คำนึงถึงเรื่องของสัมผัสผ้า เนื้อผ้า น้ำหนักผ้า ให้เหมาะสมกับสภาพอากาศและฤดูกาล
4.	ลักษณะของลวดลายผ้าที่น่าจะเป็นที่ถูกใจสตรีญี่ปุ่นมีลักษณะใดบ้าง
คำตอบ	- ขึ้นอยู่กับยุคสมัย - ลายดอก
สรุป ประเด็น สำคัญ	ลายดอกน่าจะเป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่อง ส่วนลายอื่นๆขึ้นอยู่กับยุคสมัย และความนิยมในแต่ละ ละช่วง
5.	ลักษณะของสี สัน ของเสื้อผ้าที่น่าจะเป็นที่ถูกใจสตรีญี่ปุ่นเป็นลักษณะใดบ้าง
คำตอบ	- ขึ้นอยู่กับยุคสมัย - ส่วนมากที่เห็นจะเป็นยีนส์และเสื้อผ้าในเมือง (Town wear)
สรุป ประเด็น สำคัญ	ยีนส์และเสื้อผ้าในเมืองน่าจะเป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่อง ส่วนเสื้อผ้านรูปแบบอื่นๆขึ้นอยู่กับยุค สมัย และความนิยมในแต่ละช่วง

คำถามเฉพาะทาง อาจารย์ด้านการออกแบบสิ่งทอ (Lecturer: Textile Design)

1. เนื้อผ้ามีความสำคัญกับการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีญี่ปุ่นมาก-น้อยขนาดไหน อย่างไร	
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - หากเทียบกับชนชาติอื่นๆ ผู้หญิงญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญกับสัมผัสของเนื้อผ้ามากกว่า ไม่ว่าจะเป็นสี ลาย เนื้อผ้าที่เห็นได้จากภายนอก ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง แต่ในขณะเดียวกัน ผิวสัมผัส (Handfeel) ก็ถูกให้ความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน และหากมองเรื่องเนื้อผ้าก็แสดงถึงฤดูกาลที่ผันแปรได้ชัดเจน อาจพูดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญมากอย่างหนึ่งก็ว่าได้ - เนื้อผ้ามีความสำคัญมากสำหรับการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าของคนญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย - แน่นนอนว่าผู้บริโภคสนใจสัมผัสของเนื้อผ้าค่อนข้างมาก ซึ่งอันนี้เป็นลักษณะที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความรู้สึกแบบญี่ปุ่น โดยเฉพาะความพลิ้วไหว อ่อนช้อย ไม่ชอบอะไรที่มีผิวสัมผัสกระด้างแข็งมากนัก สำหรับวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่นแล้วการชอบใช้สิ่งของที่เฉพาะทาง เช่น ชามใส่ข้าว ถ้วยใส่ซูชิ ที่เป็นของตนเองเท่านั้น แม้แต่ตะเกียบ สิ่งต่างๆเหล่านี้ต้องผ่านการสัมผัสด้วยมือ รู้สึกถึงน้ำหนัก ทั้งหมดผ่านความรู้สึกที่ถ่ายทอดผ่านฝ่ามือ เป็นแนวคิดเฉพาะที่ถูกฝังลึกในคนญี่ปุ่นเท่านั้น ซึ่งเป็นตัวสะท้อนว่าคนญี่ปุ่นทั่วไปจะให้ความสำคัญ ถึงความรู้สึกที่ถ่ายทอดผ่าน นิ้ว มือต่างๆ - ความนิยม แฟชั่น หรือแนวโน้มในเรื่องต่างๆ เป็นความพิเศษของตลาดที่ใส่ใจกับการเปลี่ยนแปลง ในรูปแบบใหม่ๆ สีเส้นของเสื้อผ้าต่างๆที่ส่งผลไปถึงการพัฒนาวัตถุดิบที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งในระยะหลัง เรื่องของแนวโน้มแฟชั่นกลับเป็นที่สนใจในหมู่วัยรุ่น มีความนิยมผ้าทويد (Tweed) เกิดขึ้นในตลาดปัจจุบัน ซึ่งเป็นอะไรที่ดูใหม่ แต่เพราะเป็น แนวโน้มแฟชั่นนั่นเองที่ไม่ได้แสดงถึงความสนใจหรือใส่ใจในสัมผัสของผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้า ลักษณะนี้ก็มีเกิดขึ้นอยู่บ่อยๆ
สรุปประเด็นสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้หญิงญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญกับผิวสัมผัส (Handfeel) ของเนื้อผ้ามาก ชอบสัมผัสที่มีความพลิ้วไหว อ่อนช้อย ไม่ชอบอะไรที่มีผิวสัมผัสกระด้าง แข็งๆ และให้ความสำคัญกับความเหมาะสมกับสภาพอากาศและฤดูกาล - เรื่องของสีและลวดลาย ซึ่งเป็นสิ่งที่เห็นได้จากภายนอก ก็เป็นปัจจัยในการเลือกซื้อที่สำคัญเช่นกัน
2. คุณสมบัติของผ้าในเรื่องใดบ้างที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบและผลิตเพื่อนำไปใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าให้กับสตรีญี่ปุ่น	

คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - ในช่วงหลัง วัตถุประสงค์ที่ถูกใช้ในวงการแฟชั่นกลับให้ความสำคัญในเรื่องคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการใช้งานไม่ว่าจะเป็น การระบายอากาศ รักษาความชื้นและความยืดหยุ่นต่างๆ ปัจจัยที่ให้ผลโดยตรงมากกว่าปัจจัยที่ให้คุณค่า เช่น เรื่องราว (Story), ข้อมูล (Information), ประเพณี วัฒนธรรม (Tradition) ซึ่งจากประสบการณ์ตรงได้รับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ต่างๆ เรื่องการพัฒนาวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบก็พบแนวทางในลักษณะเดียวกัน ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ที่ให้ผล ด้านกายภาพไม่ว่าจะเป็น การยืดหยุ่น ความชื้น หรือผลอื่นๆ นั้นเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในวงการแฟชั่น มากกว่าปัจจัยที่ให้คุณค่าด้านข้อมูล เรื่องราว - ขึ้นอยู่กับผลงานการออกแบบนั้นๆ ด้วยแต่ที่สำคัญคือน้ำหนักผ้าและผิวสัมผัส - หากพูดถึงเนื้อผ้าหรือวัตถุประสงค์แล้วต้องประกอบไปด้วย รูปทรง การยืดหยุ่น น้ำหนัก และการคงตัว ขึ้นอยู่กับว่าต้องนำไปใช้ในการสร้างสรรค์เสื้อผ้ารูปแบบใด และเสื้อผ้านั้นต้องการสร้างรูปทรงในลักษณะไหน - ถ้าพูดถึงกว้างๆ ทั่วไป ผ้าจะต้องมีความแน่นแต่ยังคงความพลิ้วอ่อนนุ่มให้สัมผัสที่นุ่ม ยังคงอยู่ ดังเช่นพูดถึงผ้าทอที่ถูกรับจนแตกต่างจากผ้าดั้งเดิม คือ มีความนุ่ม พลิ้วไหว และ บางลง
สรุปประเด็นสำคัญ	<p>ผิวสัมผัสและการใช้งานของเนื้อผ้ามีความสำคัญที่สุดที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบและนำไปใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าให้กับสตรีญี่ปุ่น</p>
<p>3. ลักษณะของลวดลายผ้าที่น่าจะเป็นที่ถูกใจสตรีญี่ปุ่นเป็นลักษณะใดบ้าง</p>	
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - แนนอนว่าลายดอกน่าจะยังเป็นที่ยอมรับอยู่ อาจแตกต่างกันในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นแบบสมัยใหม่ (Modern), แบบชนบท (Country), แบบคลาสสิก (Classic), และแบบที่สื่อความเป็นผู้หญิง (Feminine) เป็นต้น รวมถึงแบบนามธรรม (Abstract) ด้วย - หากให้ยกเพียง 1 แบบ ลายดอกไม้เล็กๆ แบบลิเบอร์ตี (Liberty) เป็นลายที่เป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่อง - พูดกันง่าย ๆ ตลาดแฟชั่นญี่ปุ่นไม่ค่อยพบเห็นผ้าลายเท่าไรนัก ในปัจจุบันการทำออกแบบเสื้อผ้าในเป็นคอลเลคชั่นไม่มีความจำเป็นต้องใช้ลาย หากย้อนไปช่วง ค.ศ.1970 ยุคนั้นถือเป็นยุคเฟื่องฟู ผ้าพิมพ์ลายต่างๆ มีวางขายตามร้านขายผ้ามากมาย แต่ค่อยๆ หายไปจนถึงยุคปัจจุบัน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าในวงการแฟชั่นญี่ปุ่นจะไม่มีผ้าลายหลงเหลืออยู่ แต่หลงเหลือเฉพาะลายที่ขายได้ เช่น ลายเล็กๆ ลายสก๊อตเรียบๆ ลายดอกไม้เล็กๆ ลายจุด เป็นต้น หรือบางครั้งตามกระแส นิยม ผ้าถักลายขวาง (border) ก็มีพบเห็นอย่างประปราย
สรุปประเด็นสำคัญ	<p>ปัจจุบันนี้ลายผ้าไม่ค่อยเป็นที่นิยมมากนักสำหรับคนญี่ปุ่น แต่หากพูดถึงลักษณะลายที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ยาวนาน ก็จะเป็นลายดอกไม้</p>

4. ลักษณะของสีสันทนของเสื้อผ้าที่น่าจะเป็นที่ถูกต้องสำหรับญี่ปุ่นเป็นลักษณะ	
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - หากจะกล่าวภาพรวมของผู้บริโภคส่วนใหญ่คงอธิบายได้ยาก โดยมากแล้วจะเป็นการแต่งสีใกล้เคียงกัน และมีการใช้สีที่ช่วยทำให้สะดุดตา (Accent Color) เข้ามาเสริมในส่วนเครื่องประดับต่างๆ เช่น หมวก ผ้าพันคอ กระเป๋า ต่างๆมากกว่า ถึงแม้ว่ามีสีกลุ่มสีสดที่กำลังอยู่ในกระแสนิยมและถูกพูดถึงในวงการทั่วโลกในปัจจุบันก็ดี ก็ไม่ได้หมายความว่า จะขายได้ดี อย่างไรก็ตาม น่าจะเป็นเอกลักษณ์ของคนญี่ปุ่นมากกว่า ที่ยังคงชอบสีที่ดูกลมกลืนสอดคล้องกันมากกว่าสีที่ขัดแย้งกัน - ความแตกต่างขึ้นอยู่กับพื้นที่ด้วย - หลักๆ คือสีดำ คนญี่ปุ่นชอบสีดำ ถัดมา คือ สีชมพู โดยทั่วไปนิยมใช้สีพื้นฐาน (Basic Color) เพราะสามารถนำไปผสมผสาน (Mix and Match) กับเสื้อผ้าชิ้นต่างๆได้ง่าย (เรียกว่า Cor-de) ซึ่งพื้นที่พบเห็นทั่วไปในตลาดคือการใช้สีพื้นฐาน (Basic Color mix and match with Accent Color) ดูแล้วเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมถึงการใช้สีเดียวกันที่มีความแตกต่างกันที่น้ำหนักสี (Tone-on Tone) ก็พบเหมือนกัน ในช่วงฤดูใบไม้ผลิและฤดูร้อนปีนี้จะพบเห็นการแต่งกายแบบสีดำล้วน สีขาวล้วน (All black / All white) และใช้สีสะท้อนแสง (Neon color) มาเป็นสีที่ทำให้สะดุดตา (Accent color)
สรุปประเด็นสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> - ความนิยมในเรื่องของสีสันทนนั้นมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับพื้นที่ด้วย หากแต่ถ้าพูดถึงถึงลักษณะสีที่เป็นที่นิยมของคนญี่ปุ่นจริงๆ ก็จะเป็น กลุ่มสีโทนธรรมชาติ และอีกสีที่สำคัญคือ สีดำ - ลักษณะการใช้สีในเสื้อผ้าหลักๆ มีอยู่ 3 ลักษณะ คือ <ol style="list-style-type: none"> 1) การใช้สีแบบโทนเดียว (Monotone) และมีสีที่ช่วยทำให้สะดุดตา (Accent Color) เข้ามาช่วยเสริมในส่วนเครื่องประดับ หมวก ผ้าพันคอ และเครื่องประดับอื่นๆ 2) การใช้สีเดียวกันที่มีความแตกต่างกันที่น้ำหนักสี (Tone-on Tone) 3) การใช้สีดำล้วน ขาวล้วน (All-black / All-white)

คำถามเฉพาะทาง (Style Arena Japan)

1. การแบ่งเขตแฟชั่นออกเป็น 5 จุดในกรุงโตเกียว สำหรับกลุ่มคนที่มีลักษณะการแต่งกายและมีวิถีชีวิตที่แตกต่างสามารถบ่งบอกได้ถึงภาพรวมของรสนิยมโดยรวมของสตรีญี่ปุ่นได้หรือไม่	
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - บ่งบอกได้ หากเราพิจารณา 5 พื้นที่ในโตเกียวไม่ว่าจะเป็นฮาราจุกุ, ชิบูย่า, ไตคังยามะ, โอโมเตะซานโด, และกินซ่า ก็จะเห็นความแตกต่างของ รูปแบบการแต่งกายได้ ซึ่งทั้ง 5 พื้นที่นี้สามารถครอบคลุมถึงลักษณะแฟชั่นของสตรีญี่ปุ่นได้ แต่ทว่าปัจจุบันการขยายตัวของตลาดทำให้ไม่ว่าจะไปที่พื้นที่ไหนก็สามารถซื้อสินค้าจากแบรนด์เดียวกันได้ จึงไม่

	<p>จำเป็นที่จะต้องมองทั้ง 5 พื้นที่ หรือพูดง่ายๆ อาจดูเพียงพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งก็ครอบคลุมลักษณะทั่วไปของแฟชั่นสตรีญี่ปุ่นเลยก็ได้ ซึ่งต่างกับในอดีต และขอเสริมว่า ที่ผ่านมามีโอกาสทำแบบสอบถามกับวัยรุ่นที่เดินๆไปเดินมา พบว่า ร้อยละ 70 ถึง 80 ของผู้หญิง ปรับเปลี่ยนการแต่งกายของตนเองให้เข้ากับพื้นที่ที่จะไป เช่น คนที่แต่งตัวเรียบร้อยในย่านกินซ่า หากจะไปเที่ยวในย่านฮาราจูกุ หรือชิบูย่าก็จะแต่งให้ดูล้าลองกว่าปกติ แต่ลักษณะเช่นนี้พบได้น้อยในผู้ชายมีเพียงร้อยละ 30 ถึง 40 เท่านั้น สรุปได้ว่าผู้หญิงให้ความสำคัญกับแฟชั่นมากกว่าผู้ชาย แต่ไม่ได้หมายถึงกลุ่มที่แต่งตัวแปลกออกไปในย่านฮาราจูกุ หรือคนที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง (Originality) จะตามแฟชั่นไปด้วย เพราะคนกลุ่มนี้จะแต่งตัวในแบบที่ตัวเองต้องการ ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง ยิ่งมากเท่าไรก็จะไม่สนใจเรื่องสถานที่เท่านั้น และน่าจะไม่มีเสื้อผ้ารูปแบบอื่นอยู่ในครอบครองด้วย</p>
สรุปประเด็นสำคัญ	<p>หากเราพิจารณา 5 พื้นที่ในกรุงโตเกียว ไม่ว่าจะเป็น ฮาราจูกุ, ชิบูย่า, ไคคังยามะ, โอโมเตะซานโด, และกินซ่า ก็จะเห็นความแตกต่างของรูปแบบแฟชั่นได้ แต่ปัจจุบันการขยายตัวของตลาดทำให้ไม่ว่าจะไปที่โซน ไหนก็จะสามารถซื้อสินค้าจากแบรนด์เดียวกันได้ จึงไม่จำเป็นที่จะต้องมองทั้ง 5 พื้นที่หรือพูดง่ายๆ อาจดูเพียงพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งก็ครอบคลุมลักษณะทั่วไปของแฟชั่นสตรีญี่ปุ่นเลยก็ได้ และที่ผ่านมามีโอกาสทำแบบสอบถามกับวัยรุ่นที่เดินๆไปเดินมา พบว่าร้อยละ 70-80 ของผู้หญิง ปรับเปลี่ยนวิธีการแต่งตัวของตัวเองให้เข้ากับโซน ที่จะไป แต่กลุ่มที่แต่งตัวแปลกออกไปในย่าน Harajuku หรือคนที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง (Originality) จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง ยิ่งสูงมากเท่าไรก็จะไม่สนใจเรื่องสถานที่เท่านั้น</p>
<p>2. ลักษณะและวิธีการแต่งกายในลักษณะใดที่แสดงลักษณะเฉพาะของรสนิยมทางแฟชั่นของคนญี่ปุ่น ได้อย่างชัดเจน</p>	
คำตอบ	<p>- ในญี่ปุ่นมีลักษณะการแต่งกายแบบผสมผสาน (Mix and Match) มาช้านาน เป็นแบบ “Hi&Low” คือ การผสมผสานเสื้อผ้าชั้นสูงกับเสื้อผ้าราคาประหยัดหรือปานกลางเข้าด้วยกัน เช่น กระเป๋าแบรนด์เนม ราคาเกิน 100,000 เยน ใช้ร่วมกับ ชุดกระโปรงของแบรนด์เสื้อผ้าราคาประหยัด หรือแบรนด์เสื้อผ้าในกลุ่ม “Fast Fashion” ต่างๆ หรือ ใส่เสื้อผ้าขึ้นบนจากแบรนด์ในห้างสรรพสินค้าราคาประมาณ 50,000 เยน แต่ชิ้นล่างแค่ 2,000 เยน จะเป็นลักษณะที่พบได้มาก สาเหตุคือ กลุ่มวัยรุ่นจะไม่ใส่เสื้อผ้าราคาแพงทั้งชุดเพราะไม่อยากจะหวังเสื้อผ้าจะต้องมาเสีย ชาติ เบื้อง ต่างๆเหล่านี้เป็นความเครียดกดดันตัวเองทำให้รู้สึกกังวล เลยพยายามผสมผสานเข้ากับเสื้อผ้าราคาประหยัดในความสมดุลที่เหมาะสม และถึงแม้ว่าจะมีของที่ราคาประหยัดเข้ามาผสม แต่ก็ไม่ได้ทำให้ภาพรวมของเสื้อผ้าที่สวมใส่ดูดีอยู่ เหตุเพราะคนโตเกียวมีความสามารถในการผสมผสานและบริหารจัดการกับการแต่งกายของตนเองได้เป็นอย่างดี ซึ่งน่าจะเป็นผลจากการที่ “Fast Fashion” เข้ามาในญี่ปุ่นในช่วง 5 ปีก่อนหน้านี้</p>
สรุปประเด็น	<p>ในญี่ปุ่นมีลักษณะการแต่งกายแบบผสมผสาน (Mix and Match) มาช้านาน เป็นแบบ “Hi&Low” คือ การผสมผสานเสื้อผ้าราคาแพง กับ สินค้าราคาประหยัดหรือปานกลาง</p>

สำคัญ	นิยมผสมผสาน “Fast Fashion” ในการแต่งตัวด้วยความสมดุลที่เหมาะสม ถึงแม้ว่าจะมีของถูกเข้ามา ก็ไม่ได้ทำให้ภาพรวมแฟชั่นของตัวเองดูด้อย เพราะโตเกียวส่วนมากมีความสามารถในการผสมผสานการใช้เสื้อผ้าสูง ซึ่งผลพวงที่ชัดเจนขึ้นน่าจะเริ่มจากการที่ “Fast Fashion” เข้ามาในญี่ปุ่นในช่วง 5 ปีก่อนหน้านี้
3. คุณคิดว่าอะไรบ้างที่เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นของสตรีญี่ปุ่น	
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าที่ปกปิดสรีระได้ - คุณภาพของเนื้อผ้า การตัดเย็บ - การออกแบบและรูปแบบ - ความสมดุลของราคากับคุณภาพที่ต้องจ่ายไป - แนวโน้มแฟชั่น - คุณภาพ ใส่ได้นานแค่ไหน
สรุปประเด็นสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าที่ปกปิดสรีระได้ รูปแบบของการออกแบบ รวมถึงแนวโน้ม และกระแสแฟชั่น - คุณภาพของเนื้อผ้า การตัดเย็บ ความสมดุลของราคากับคุณภาพที่ต้องจ่ายไป และความคุ้มค่า ใส่ได้นานแค่ไหน

คำถามเฉพาะทางผู้ประกอบการไทย

1. คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ต้องคำนึงถึงสำหรับการออกแบบและสร้างสรรค์งานแฟชั่นและสิ่งทอสำหรับผู้ซื้อญี่ปุ่น	
คำตอบ	<ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้านักช้อปปิ้งชอบเนื้อผ้าที่มีความนุ่ม ไม่กระด้าง - สีที่นิยมมากคือสีดำ และสีโทนมธรรมชาติ ไม่นิยมสีสดมากนัก - ไม่นิยมเสื้อผ้าที่เน้นรูปร่าง หรือเสื้อผ้าเข้ารูป - เสื้อผ้าที่มีการตกแต่งพิเศษได้รับความสนใจมาก - ลูกค้านักช้อปปิ้งให้ความสำคัญกับเรื่องของกระบวนการในการทำงานมาก เห็นคุณค่าของงานฝีมือ - คุณภาพของงาน ความประณีต ทั้งในเรื่องของการตัดเย็บและการตกแต่งเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญ - สินค้าควรเหมาะสมกับฤดูกาลที่ญี่ปุ่น และช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมาย
สรุปประเด็นสำคัญ	<ul style="list-style-type: none"> - ลูกค้านักช้อปปิ้งชอบเนื้อผ้าที่มีความนุ่ม ไม่กระด้าง นิยมสีดำ และสีโทนมธรรมชาติ ไม่นิยมสีสดมากนัก ไม่นิยมเสื้อผ้าที่เน้นรูปร่าง หรือเสื้อผ้าเข้ารูป เสื้อผ้าที่มีการตกแต่งพิเศษได้รับความสนใจเป็นพิเศษ เพราะลูกค้านักช้อปปิ้งจะให้ความสำคัญกับเรื่องของกระบวนการในการทำงานมาก และเห็นคุณค่าของงานฝีมือ เรื่องของคุณภาพของงาน ความประณีต ทั้งในเรื่องของการตัดเย็บและการตกแต่งเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญ อีกทั้งต้อง

	เป็นสินค้าที่เหมาะสมกับฤดูกาลและกลุ่มเป้าหมายด้วยเช่นกัน
2.	คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ต้องหลีกเลี่ยงสำหรับการออกแบบและสร้างสรรค์งานแฟชั่นและสิ่งทอสำหรับผู้ซื้อญี่ปุ่น
คำตอบ	- เสื้อผ้ารัดรูปไม่เป็นที่นิยมสำหรับคนญี่ปุ่น - การใช้สีฉูดฉาด
สรุปประเด็นสำคัญ	ควรหลีกเลี่ยงเสื้อผ้าที่เน้นสีฉูดฉาดและการใช้สีฉูดฉาด

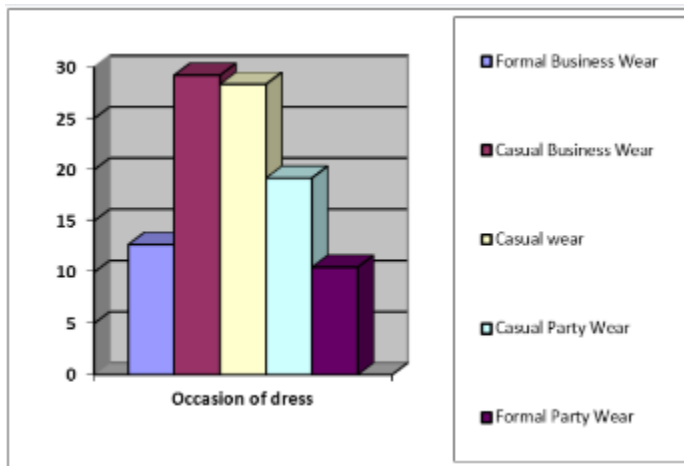
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบแบบสอบถามขึ้นและได้นำไปถามคนญี่ปุ่นจำนวน 50 คน ที่เมืองโอซาก้าในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ.2554 โดยผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีอายุตั้งแต่ 20 – 49 ปี โดยร้อยละ 46 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 30 – 39 ปี ซึ่งนับได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด และกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี ซึ่งจากการสำรวจในเบื้องต้นจากอาชีพของกลุ่มประชากรตัวอย่างนี้ พบว่าโดยส่วนมากแล้วเขาจะทำงานที่เป็นอาชีพอิสระ อาจารย์มหาวิทยาลัย ศิลปิน และนักธุรกิจ ดังนั้นพวกเขาจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่ชุดทำงานตามระเบียบองค์กร และเขามีอิสระที่จะเลือกแต่งกายได้ตามความพึงพอใจของตนเอง

หากถามถึงรายรับประชากรส่วนใหญ่จากกลุ่มตัวอย่างมีรายได้น้อยกว่า 200,000 เยนต่อเดือน หากแต่ร้อยละ 34 ของพวกเขาอีกมักจะออกมาใช้จ่ายเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นประเภทเสื้อผ้าทุกเดือนอาจจะ 1 หรือ 2 ครั้งต่อเดือน โดยในแต่ละครั้งของการใช้จ่ายพวกเขาจะใช้เงินประมาณ 10,000 – 20,000 เยน และสถานที่ที่พวกเขาใฝ่ฝันไปซื้อเสื้อผ้ามากที่สุดคือห้างสรรพสินค้าใจกลางเมือง และร้านขายเสื้อผ้าที่ตั้งอยู่บนถนนแฟชั่น

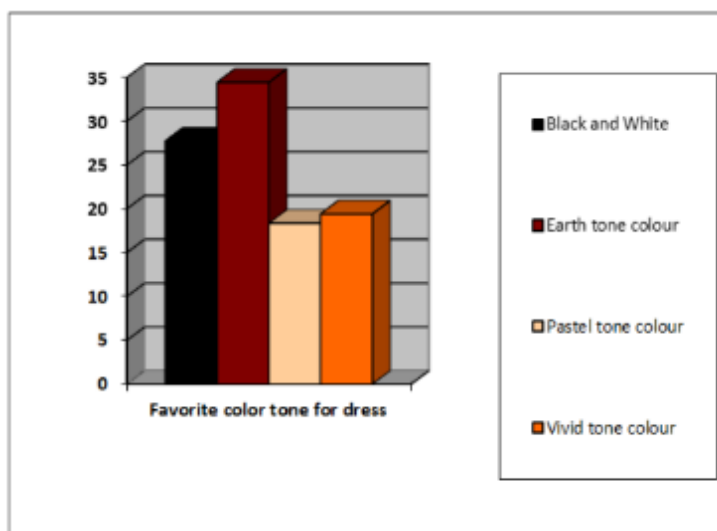
จากที่ได้กล่าวแล้วข้างต้นว่าสำหรับการออกแบบแบบสอบถามในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์ถึงประเด็นต่างๆซึ่งได้แก่ โอกาสการสวมใส่ โทนสีที่เป็นที่นิยม ลักษณะการใช้สีหรือการผสมผสานสีในการแต่งกายของคนญี่ปุ่น ความสั้นยาวของชุดที่นิยมใส่ รูปแบบและโครงสร้างเงาของเสื้อผ้า อีกทั้งทัศนคติที่มีต่อผ้าไทยของคนญี่ปุ่นในปัจจุบัน ซึ่งผู้วิจัยจะทำการประมวลข้อมูลออกมาเป็นข้อๆตามที่ได้ชี้แจงไว้ในวิธีการประมวลข้อมูลในบทที่ 3 และผลของการประมวลผลข้อมูลที่ได้รับการทำแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นดังนี้

รสนิยมการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นประเภทเสื้อผ้า



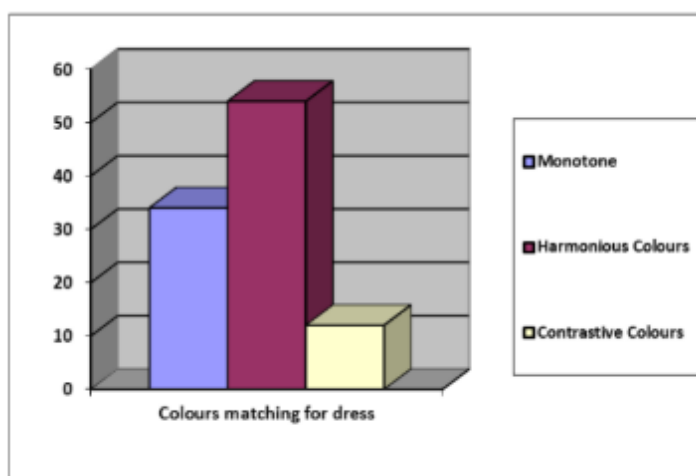
ภาพที่ 28: แผนภูมิแสดงข้อมูลโอกาสการสวมใส่

จากแผนภูมิที่ 1 ในคำถามข้อนี้ผู้วิจัยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับโอกาสการใช้เสื้อผ้าจากมากไปน้อยทั้งสิ้น 5 อันดับ ซึ่งผลที่ได้คือเสื้อผาล่าลองกึ่งทางการเป็นลักษณะของเสื้อผ้าที่เป็นที่นิยมมากที่สุดและตามมาด้วยเสื้อผาล่าลอง และตามมาด้วยเสื้อผาล่าลองกึ่งงานเลี้ยงสังสรรค์ โดยทั้ง 3 ลักษณะนี้มีผู้เลือกในลำดับแรกๆ ซึ่งสามารถคิดเป็นสัดส่วนรวมกันสูงถึงเกือบร้อยละ 80 ของลักษณะเสื้อผ้าทั้งหมด และในแผนภูมินี้แสดงให้เห็นว่าโอกาสการใช้เสื้อผ้าน้อยที่สุดของกลุ่มประชากรตัวอย่างคือชุดสำหรับไปงานสังสรรค์ที่เป็นทางการ จากผลการเลือกนี้สามารถตั้งข้อสมมติฐานในเบื้องต้นได้ว่าคนญี่ปุ่นไม่นิยมเสื้อผ้าที่ดูเป็นทางการมากนัก ซึ่งนั่นอาจจะเป็นเพราะลักษณะงานของพวกเขาก็เป็นได้



ภาพที่ 29: แผนภูมิแสดงข้อมูลเรื่องโทนสีสำหรับเสื้อผ้าที่เป็นที่ชื่นชอบ

และเมื่อดูในเรื่องของโทนสีในแผนภูมิที่ 2 ก็พบว่ากลุ่มสีโทนธรรมชาติเป็นที่นิยมมากที่สุด โดยร้อยละ 35 ของประชากรกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะแต่งตัวด้วยสีโทนนี้ และโทนที่ได้รับการเลือกมากเป็นอันดับที่ 2 ได้แก่ กลุ่มสีชาวเทาดำ แต่กลุ่มสดใสและกลุ่มสีพาสเทลก็มีผู้ที่นิยมไม่น้อยนัก โดยทั้ง 2 กลุ่มสีนี้ก็มีผู้ที่ชอบอยู่ถึงร้อยละ 20 เลยทีเดียวซึ่งหากดูจากการประมวลผลจากแบบสอบถามเพียงอย่างเดียวผู้วิจัยรู้สึกว่าได้แตกต่างจากอันดับ 1 และ อันดับ 2 มากจนไม่สามารถนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานได้ ทั้งนี้ต้องรอการวิเคราะห์เปรียบเทียบจากข้อมูลของการถ่ายภาพ และการรวบรวมภาพถ่ายจากสไลด์อาร์เนาอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 30: แผนภูมิแสดงลักษณะการใช้สีสำหรับการแต่งกายของคนญี่ปุ่น

จากแผนภูมิที่ 3 จะเห็นได้ว่ามากกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มประชากรตัวอย่างให้ความสนใจกับการแต่งกายที่มีการใช้การเล่นระดับของสีเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับภาพรวมของพวกเขา และมีแค่เพียงร้อยละ 12 เท่านั้นที่สนุกกับการใช้สีที่ขัดแย้งกันในการแต่งกายของพวกเขา ทั้งนี้จากแผนภูมิที่ 2 ถึงแผนภูมิที่ 4 ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางการใช้สีสำหรับการแต่งกายของคนญี่ปุ่นได้ในเบื้องต้นดังนี้



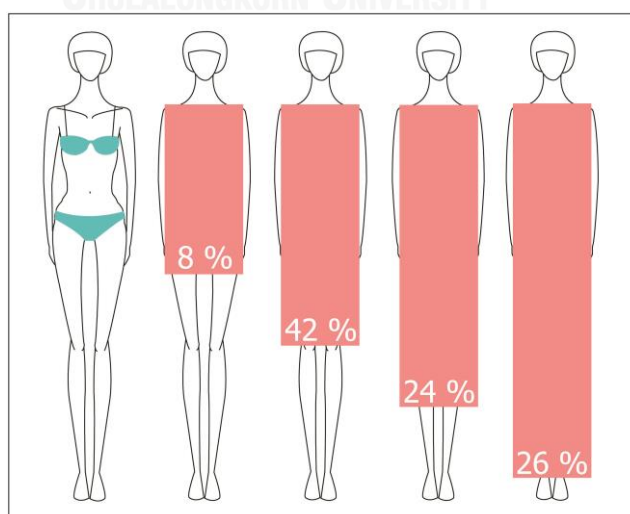
ภาพที่ 31 :ลักษณะการใช้สีสำหรับการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่น

ดั่งภาพตัวอย่าง

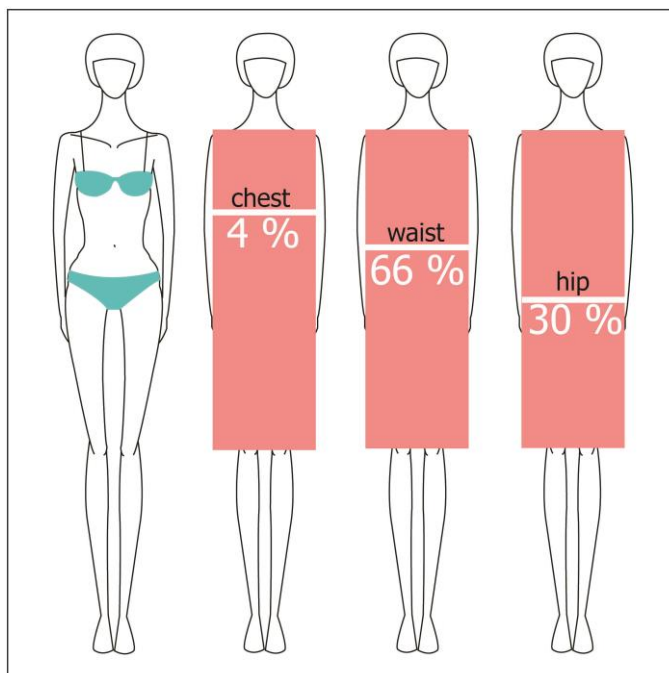


ภาพที่ 32: ภาพตัวอย่างแนวทางการใช้สีในการแต่งกายตามที่กลุ่มตัวอย่างนิยม
ที่มา: <http://www.style-arena.jp/en/tokyo-streetstyle/harajuku/2015/2/2/10076>

นอกจากเรื่องของการใช้สีของเครื่องแต่งกายแล้ว ความสั้นยาวของเสื้อผ้าก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ควรคำนึงถึง ทั้งความยาวของชิ้นเสื้อผ้าที่อ่อนบน อย่างเช่น เสื้อ เสื้อคลุม เสื้อสูท และความยาวของชิ้นเสื้อผ้าที่อ่อนล่าง อย่างเช่น กระโปรง กางเกง หรือแม้แต่ชุดติดกันต่างๆ



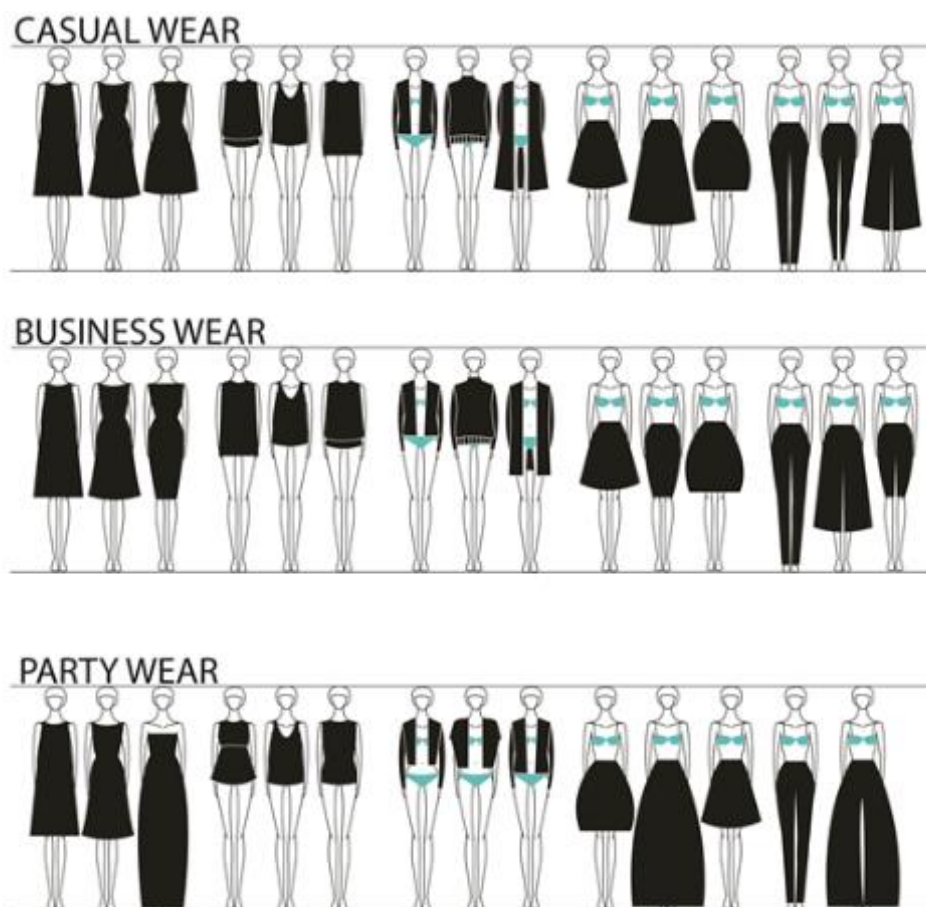
ภาพที่ 33: ความยาวโดยรวมของชุด



ภาพที่ 34: เส้นแบ่งช่วงตัว

จากภาพที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ว่าชุดที่มีความยาวระดับเข่าเป็นระดับความยาวที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 42 ของทั้งหมด และตามมด้วยชุดที่ยาวกรอมเท้า ส่วนในเรื่องของเส้นแบ่งช่วงตัวบนและล่าง การแบ่งในบริเวณเส้นเอวนับได้ว่าเป็นที่นิยมมากที่สุด คิดได้ถึงร้อยละ 66 ของทั้งหมด หากแต่คำตอบนี้มีการขัดแย้งกับเนื้อหาที่ว่าด้วยเรื่องของสรีระของมนุษย์ที่ไม่ควรใส่เสื้อผ้าที่แบ่งบริเวณช่วงเอวเพราะจะทำให้ดูตัวสั้น และขาสั้น ดังนั้นการหาคำตอบในเรื่องนี้จึงอาจยังไม่ชัดเจนนัก ผู้วิจัยจึงจะทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบอีกครั้งจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากภาพถ่ายซึ่งจะทำการวิเคราะห์ในส่วนต่อไป

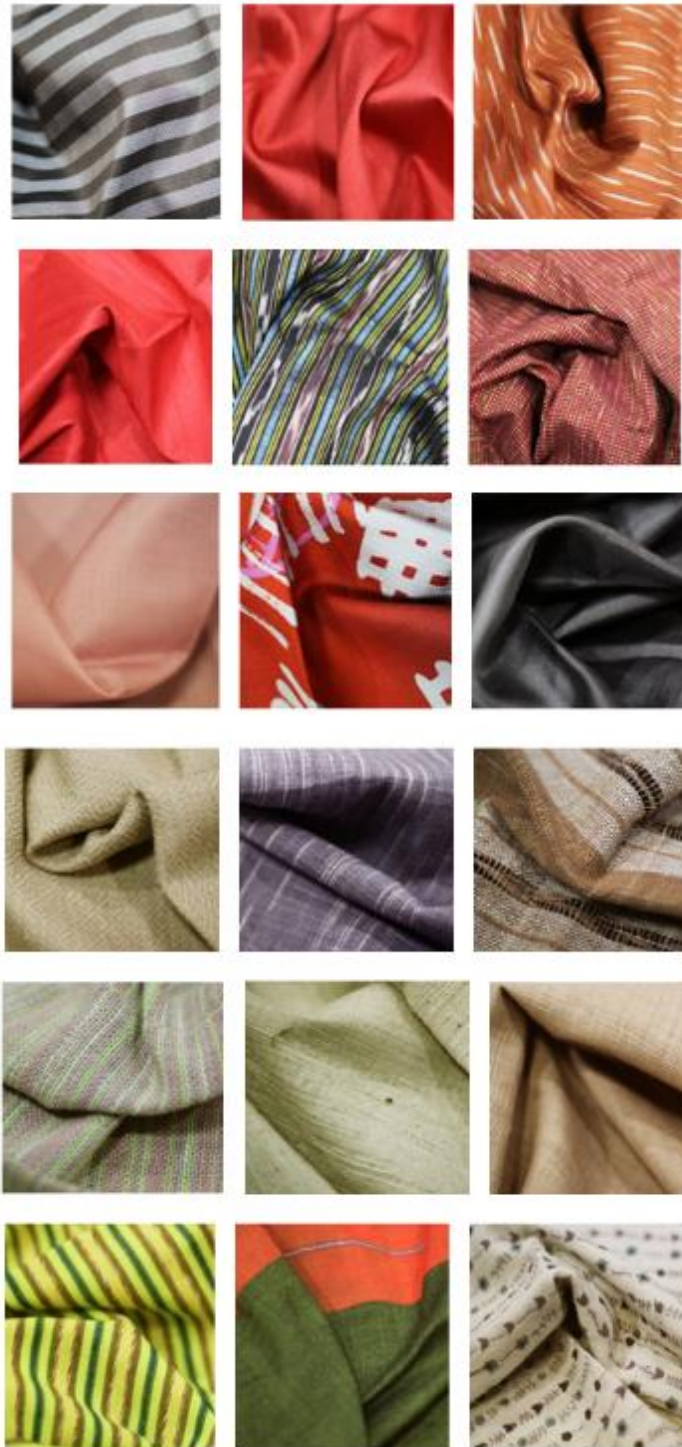
จากการนำภาพรูปแบบโครงร่างเงาของเสื้อผ้าไปให้กลุ่มประชากรตัวอย่างเลือก โดยแบ่งตามโอกาสการใช้งานนั้นก็คือ ชุดลำลอง ชุดทำงาน และชุดสำหรับงานสังสรรค์ ผู้วิจัยสามารถสรุปลักษณะที่เป็นที่นิยมสำหรับเสื้อผ้าในแต่ละโอกาสการสวมใส่ที่แตกต่างกันได้ดังนี้



ภาพที่ 35: ภาพโครงร่างเงาของเสื้อผ้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุดสำหรับโอกาสการใช้งานที่แตกต่างกัน

จากภาพผู้วิจัยทำการรวบรวมคะแนนของรูปแบบเสื้อผ้าที่ถูกเลือกและแบ่งเป็นชนิดของเสื้อผ้า ได้แก่ ชุดติดกัน เสื้อ เสื้อคลุม กระโปรง และกางเกง โดยภาพที่เห็นคือรูปแบบเสื้อผ้าที่ถูกเลือกมากที่สุด 3 อันดับแรกของแต่ละชนิดเสื้อผ้า สำหรับโอกาสการใช้งานที่แตกต่างกันดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าสำหรับชุดติดกันชุดที่ไม่เข้ารูปมากนักและความยาวอยู่ที่ประมาณช่วงหัวเข่าจะได้รับความนิยมมากที่สุดเพราะถูกเลือกสำหรับทุกโอกาสการใช้งาน นอกจากนี้แล้วจากคำถามที่ว่าด้วยเรื่องของการแต่งกายของประชากรกลุ่มตัวอย่าง พบว่าร้อยละ 67.86 ของกลุ่มตัวอย่างนิยมการแต่งกายแบบสบายๆ เท่ๆ และไม่เข้ารูปซึ่งสอดคล้องกับภาพโครงร่างเงารูปแบบของเสื้อผ้าที่กลุ่มตัวอย่างเลือกอยู่มาก และหากพูดถึงเรื่องเนื้อผ้า ร้อยละ 56 ของกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะใส่เสื้อผ้าที่ผลิตจากใยธรรมชาติ และเมื่อถามถึงผ้าไทยที่ประกอบไปด้วยผ้าไหมและผ้าฝ้ายแล้วนั้น มีเพียงแค่ร้อยละ 22 เท่านั้นที่ไม่รู้จักผ้าไทยของเรา และจากการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมถึงแนวทางการเลือกเนื้อผ้าเพื่อการสวมใส่ พวกเขานิยมเนื้อผ้าที่บางและมีผิวสัมผัสที่นุ่ม นุ่มมือ ดังนั้นเมื่อให้เลือกลักษณะของผ้าไหมและผ้าฝ้ายที่ผู้วิจัยติดลงไปแบบสอบถามทุกฉบับเพื่อให้ผู้ตอบได้สัมผัสเนื้อผ้า

จริงและเลือกผ้าที่ชื่นชอบแล้ว ผ้าไหมเส้นเดียวที่มีเนื้อบางเบาจึงเป็นผ้าที่ได้รับความนิยมสูงสุด หากแต่ลวดลายของผ้าไหมมัดหมี่ก็ถูกใจผู้บริโภคญี่ปุ่น และได้รับคะแนนจากการเลือกสูงมากเช่นกัน



ภาพที่ 36 :ภาพตัวอย่างผ้าไหมและผ้าฝ้ายที่นำไปให้กลุ่มประชากรตัวอย่างเลือก

ตารางที่ 28: ตารางลำดับลักษณะเนื้อผ้าไหมและผ้าฝ้ายที่คนญี่ปุ่นให้ความสนใจหากนำมาใช้ผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

(ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกผ้ากี่ชนิดก็ได้ตามที่รู้สึกสนใจ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 50 คน)

ลำดับที่	ผ้าไหม	คะแนนที่ได้	ลำดับที่	ผ้าฝ้าย	คะแนนที่ได้
1	 ผ้าไหมเส้นเดี่ยวเนื้อเรียบ	37	1	 ผ้าฝ้ายเนื้อหนาหยาบ	33
2	 ผ้าไหมมัดหมี่เนื้อเรียบ	32	2	 ผ้าฝ้ายเนื้อหนามีลาย	28
3	 ผ้าไหม 2 เส้นเนื้อขรุขระ	26	3	 ผ้าฝ้ายเนื้อกลางมีลายทอ	25
4	 ผ้าไหม 2 เส้นเนื้อเรียบ	26			

*เฉพาะผ้าที่มีผู้สนใจร้อยละ 50 ขึ้นไป (ตั้งแต่ 25 คะแนนขึ้นไป)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการรวบรวมภาพถ่ายจากเว็บไซต์โตล์อาร์น่าเจแปน

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นรูปภาพการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่นในช่วง 3 ปี ตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ.2554 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 รวมทั้งสิ้น 1,086 ภาพ เพื่อนำรูปภาพทั้งหมดมาวิเคราะห์ให้รู้ถึงวิธีการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่น โดยกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ตามหลักการขององค์ประกอบการออกแบบแฟชั่น และวิเคราะห์ตามหลักทฤษฎีการออกแบบเครื่องแต่งกาย ซึ่งประกอบด้วยบุคลิกภาพการแต่งกาย ขนาดของเสื้อผ้า โดยในการวิจัยฉบับนี้จะมุ่งเน้นไปที่เรื่องของความสั้น ความยาวของเสื้อผ้าและโครงร่างเงา อีกทั้งเรื่องของกลุ่มสีที่กลุ่มตัวอย่างนิยมสวมใส่ และการใช้ลายผ้า อีกทั้งการประดับตกแต่งผืนผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ

จากข้อมูลที่รวบรวมได้ ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ทำการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างฤดูกาลและบุคลิกภาพการแต่งกายหลัก ซึ่งสามารถประมวลข้อมูลได้ ดังนี้

ตารางที่ 29: ตารางแสดงปริมาณคนที่แต่งกายด้วยบุคลิกภาพที่แตกต่างกันในแต่ละฤดูกาล

(จำนวนคน)

บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก	ฤดูใบไม้ผลิ	ฤดูร้อน	ฤดูใบไม้ร่วง	ฤดูหนาว	รวม
1. คลาสสิก	56	13	77	85	231
2. ลำลอง	116	131	80	70	397
3. มีความเป็นผู้หญิง	26	91	53	11	181
4. สร้างสรรค์	72	34	75	85	266
5. เรียบง่าย	1	0	9	1	11
รวม	271	269	294	252	1086

ตารางที่ 30: ตารางแสดงปริมาณคนที่แต่งกายด้วยบุคลิกภาพที่แตกต่างกันในแต่ละฤดูกาลเป็นค่าร้อยละ

(ร้อยละ)

บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก	ฤดูใบไม้ผลิ	ฤดูร้อน	ฤดูใบไม้ร่วง	ฤดูหนาว	รวม
1. คลาสสิก	20.67	4.83	26.19	33.73	21.27
2. ลำลอง	42.80	48.70	27.21	27.78	36.56
3. มีความเป็นผู้หญิง	9.59	33.83	18.03	4.36	16.67
4. สร้างสรรค์	26.57	12.64	25.51	33.73	24.49
5. เรียบง่าย	0.37	0.00	3.06	0.40	1.01
รวม	100	100	100	100	100

จากตารางที่ 29 และ 30 จะเห็นได้ว่าในช่วงฤดูใบไม้ผลิ บุคลิกภาพการแต่งกายหลักที่สามารถพบเห็นได้มากที่สุด คือ บุคลิกภาพการแต่งกายแบบลำลอง และรองลงมา คือ บุคลิกภาพการแต่งกายแบบสร้างสรรค์ และคลาสสิก ตามลำดับ ส่วนบุคลิกภาพการแต่งกายแบบมีความเป็นผู้หญิงและเรียบง่าย ไม่เป็นที่นิยมมากนัก

และในช่วงฤดูร้อนก็เช่นเดียวกัน บุคลิกภาพการแต่งกายหลักที่เป็นที่นิยมที่สุด คือ บุคลิกภาพการแต่งกายแบบลำลอง แต่สำหรับช่วงฤดูร้อนนี้ เสื้อผ้าที่มีความเป็นผู้หญิงกลับได้รับ

ความนิยมเป็นอันดับที่ 2 และบุคลิกภาพการแต่งกายแบบสร้างสรรค์ ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 3 ส่วนคลาสสิกและเรียบง่าย ไม่ได้รับความนิยมมากนัก

ในช่วงฤดูใบไม้ร่วง ค่าความนิยมแต่ละบุคลิกภาพการแต่งกายเฉลี่ยอยู่ในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน แต่ 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ บุคลิกภาพการแต่งกายแบบลำลอง แบบคลาสสิก และแบบสร้างสรรค์ ตามลำดับ

ในช่วงฤดูหนาวค่าความนิยมการแต่งกาย 3 อันดับแรกมีปริมาณที่โดดเด่นมาก ได้แก่ แบบคลาสสิก และแบบสร้างสรรค์ที่มีคะแนนเท่ากัน และในลำดับต่อมา คือ แบบลำลอง

จากการประมวลข้อมูลในเบื้องต้นนี้ เป็นเกณฑ์ในการระบุกลุ่มวิเคราะห์ย่อยที่ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดในเรื่องของวิธีการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่นตามบุคลิกภาพที่แตกต่างกันในแต่ละฤดูกาล ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกจากบุคลิกภาพ 3 อันดับแรก ที่เป็นที่นิยมในแต่ละฤดูกาล รวมทั้งสิ้น 12 กลุ่มย่อย ดังนี้

1. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบลำลองในช่วงฤดูใบไม้ผลิ
2. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบสร้างสรรค์ในช่วงฤดูใบไม้ผลิ
3. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบคลาสสิกในช่วงฤดูใบไม้ผลิ
4. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบลำลองในช่วงฤดูร้อน
5. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบมีความเป็นผู้หญิงในช่วงฤดูร้อน
6. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบสร้างสรรค์ในช่วงฤดูร้อน
7. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบลำลองในช่วงฤดูใบไม้ร่วง
8. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบคลาสสิกในช่วงฤดูใบไม้ร่วง
9. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบสร้างสรรค์ในช่วงฤดูใบไม้ร่วง
10. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบคลาสสิกในช่วงฤดูหนาว
11. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบสร้างสรรค์ในช่วงฤดูหนาว
12. บุคลิกภาพการแต่งกายแบบลำลองในช่วงฤดูหนาว

จะเห็นได้ว่าบุคลิกภาพการแต่งกายแบบลำลองและแบบสร้างสรรค์นั้นติดอันดับ 1 – 3 ของทุกช่วงฤดูกาล ต่อมาคือแบบคลาสสิกที่เป็นที่นิยมติดอันดับ 1 – 3 ใน 3 ช่วงฤดูกาล เว้นเพียงช่วงฤดูร้อนเท่านั้นที่บุคลิกภาพการแต่งกายแบบผู้หญิง ได้รับความนิยมมากกว่า

ตารางที่ 31: ตารางแสดงค่าความนิยมสวมใส่เสื้อผ้าสำหรับบุคลิกภาพที่แตกต่างกันในแต่ละฤดูกาล

(ร้อยละ)

บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก	ฤดูใบไม้ผลิ	ฤดูร้อน	ฤดูใบไม้ร่วง	ฤดูหนาว	รวม
1. คลาสสิก	24.24	5.63	33.33	36.8	100
2. ลำลอง	29.22	33.00	20.15	17.63	100
3. มีความเป็นผู้หญิง	14.36	50.28	29.28	6.08	100
4. สร้างสรรค์	27.07	12.78	28.20	31.95	100
5. เรียบง่าย	9.09	0.00	81.82	9.09	100
รวม	24.95	24.77	27.07	23.2	100

จากตารางจะเห็นว่าบุคลิกภาพแบบคลาสสิกและสร้างสรรค์นั้นเป็นที่นิยมสูงที่สุดในช่วงฤดูหนาว บุคลิกภาพแบบลำลอง และแบบที่มีความเป็นผู้หญิงเป็นที่นิยมสูงที่สุดในช่วงฤดูร้อน ส่วนบุคลิกภาพการแต่งกายแบบเรียบง่ายเป็นที่นิยมสูงที่สุดในช่วงฤดูใบไม้ร่วง

ในส่วนต่อไป เป็นการแสดงข้อมูลจากการวิเคราะห์วิธีการแต่งกายตามกลุ่มย่อยที่ได้กำหนดไว้ในเบื้องต้นทั้งสิ้น 12 กลุ่ม โดยจะวิเคราะห์ในเชิงปริมาณสำหรับข้อมูลวิธีการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่น โดยผู้วิจัยทำการจัดลำดับของรูปแบบที่เป็นที่นิยม 1 ถึง 3 ลำดับที่มีปริมาณมากที่สุด ในแต่ละประเด็นตามความเหมาะสม เพื่อให้ได้ผลสรุปเป็นกรอบแนวทางการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สอดคล้องกับวิธีการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่น ในช่วงฤดูกาล และบุคลิกภาพการแต่งกายหลักที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ในตารางแสดงผล เพื่อความชัดเจน ผู้วิจัยจะใช้สีในการบ่งบอกลำดับที่ 1 ถึง 3 ดังนี้

ลำดับที่ 1	สีส้ม
ลำดับที่ 2	สีเหลือง
ลำดับที่ 3	สีฟ้า

หากในประเด็นใดที่ “ลำดับที่ 1” มีปริมาณตั้งแต่ร้อยละ 60 ขึ้นไป ผู้วิจัยจะจัดให้อยู่ในกลุ่ม “ลำดับที่ 1 มีปริมาณสูง โดดเด่น ชัดเจน” สามารถนำประเด็นนั้นๆ ไปกำหนดเป็นส่วนหนึ่งของกรอบการออกแบบสำหรับกลุ่มย่อยนั้นได้เลย ทั้งนี้สามารถประมวลข้อมูลของแต่ละกลุ่มย่อยได้ ดังนี้

กลุ่มย่อยที่ 1		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ผลิ (Spring)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก ลำลอง (Casual)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	116 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1	1. คลาสสิก	25.00
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	0.00
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	45.69
	4. สร้างสรรค์	15.52
	5. เรียบง่าย	5.17
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	8.62
บุคลิกภาพรอง 2 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. คลาสสิก	9.48
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	0.00
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	6.03
	4. สร้างสรรค์	8.62
	5. เรียบง่าย	0.86
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	75.00
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก	11.21
	2. ระดับสั้น	0.86
	3. ระดับปานกลาง	6.03
	4. ระดับกลางน้อย	15.52
	5. ระดับข้อเท้า	66.38
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	0.00
	2. เส้นเอว	31.90
	3. เส้นสะโพก	46.55
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	21.55
จำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อผ้าชั้นนอก)	1. 1 ชิ้น	0.00
	2. 2 ชิ้น	11.21
	3. 3 ชิ้น	56.90
	4. 4 ชิ้น	30.17
	5. 5 ชิ้น	1.72
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 136 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	3.68
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	27.21
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	25.74
	5. ความยาวระดับหน้าขา	2.94
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00
	7. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	40.43

เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 122 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	7.38
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	36.07
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	35.25
	5. ความยาวระดับหน้าขา	20.49
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	0.81
กระโปรง จำนวน 24 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	16.67
	2. ระดับสั้น (Mini)	16.67
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	8.33
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	25.00
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	33.33
กางเกง จำนวน 75 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	38.67
	2. ระดับสั้น (Shorts)	2.67
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Cropped Pants)	16.00
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	42.67
ชุดกระโปรง จำนวน 18 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	16.67
	2. ระดับสั้น (Mini)	50.00
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	33.33
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	0.00
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
ลักษณะโครงสร้างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 136 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	9.56
	2. พอดีตัว	70.59
	3. ตัวหลวม	19.85
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 122 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	50.00
	3. ตัวหลวม	50.00
กระโปรง จำนวน 24 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	16.67
	3. ตัวหลวม	83.33
กางเกง จำนวน 75 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	20.00
	2. พอดีตัว	69.33
	3. ตัวหลวม	10.67
ชุดกระโปรง จำนวน 18 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	61.11
	3. ตัวหลวม	38.89

ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวหลวม	0.00
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	4.31
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	25.86
	6. พอดีตัว-ตัวหลวม	12.93
	7. ตัวหลวม-เข้ารูป	14.66
	8. ตัวหลวม-พอดีตัว	23.28
	9. ตัวหลวม-ตัวหลวม	18.97
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	2.59
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	3.45
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	46.55
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	21.55
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	11.21
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	14.66
กลุ่มสีรอง 1 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	5.38
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	7.53
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	23.66
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	63.44
กลุ่มสีรอง 2	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	15.38
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	23.08
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	38.46
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	23.08
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. มี	39.66
	2. ไม่มี	60.34
ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	39.13
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	39.13
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	17.39
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	4.35
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	42.00
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	46.00
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	12.00
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	0.00
ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	28.00
	2. ลายตาราง	8.00

	3. ลายเรขาคณิต	8.00
	4. ลายนามธรรม	12.00
	5. ลายธรรมชาติ	42.00
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	2.00
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	20.69
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	79.31
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	25.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	66.67
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	8.33
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆหรือไม่	1. มี	14.66
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	85.34
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	52.94
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	29.41
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	17.65
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง	1. ใช่	32.76
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใช่	67.24
การใส่ผ้าพันคอ	1. ใช่	21.55
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใช่	78.45
การใส่หมวก	1. ใช่	11.21
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใช่	88.79

กลุ่มย่อยที่ 2		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ผลิ (Spring)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก สร้างสรรค์ (Creative)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	72 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. คลาสสิก	16.67
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	63.89
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	16.67
	4. สร้างสรรค์	0.00
	5. เรียบง่าย	2.78
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	0.00
บุคลิกภาพรอง 2	1. คลาสสิก	25.00
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	8.33
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	23.61
	4. สร้างสรรค์	0.00
	5. เรียบง่าย	0.00
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	43.06
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก	9.72
	2. ระดับสั้น	0.00
	3. ระดับปานกลาง	0.00
	4. ระดับกลางน้อย	4.71
	5. ระดับข้อเท้า	86.11
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	0.00
	2. เส้นเอว	22.22
	3. เส้นสะโพก	48.61
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	29.71
จำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อผ้าชั้นนอก)	1. 1 ชิ้น	0.00
	2. 2 ชิ้น	8.33
	3. 3 ชิ้น	72.22
	4. 4 ชิ้น	19.44
	5. 5 ชิ้น	0.00
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 71 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	2.82
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	16.9
	4. ความยาวระดับสะโพกกลาง	30.99
	5. ความยาวระดับหน้าขา	8.45
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00
	7. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	40.85

เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 74 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	0.00
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	28.38
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	33.78
	5. ความยาวระดับหน้าขา	37.84
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	0.00
กระโปรง จำนวน 25 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	24.00
	2. ระดับสั้น (Mini)	24.00
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	16.00
	4. ระดับกลางน้อย (Midi)	16.00
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	20.00
กางเกง จำนวน 27 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	51.85
	2. ระดับสั้น (Shorts)	0.00
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน้อย (Cropped Pants)	22.22
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	25.93
ชุดกระโปรง จำนวน 26 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	38.46
	2. ระดับสั้น (Mini)	15.38
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	3.85
	4. ระดับกลางน้อย (Midi)	38.46
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	3.85
ลักษณะโครงสร้างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 71 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	4.23
	2. พอดีตัว	66.2
	3. ตัวหลวม	29.58
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 74 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	32.43
	3. ตัวหลวม	67.57
กระโปรง จำนวน 25 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	4.00
	2. พอดีตัว	32.00
	3. ตัวหลวม	64.00
กางเกง จำนวน 27 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	18.52
	2. พอดีตัว	77.78
	3. ตัวหลวม	3.70
ชุดกระโปรง จำนวน 26 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	34.62
	3. ตัวหลวม	65.38

ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวหลวม	0.00
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	4.17
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	11.11
	6. พอดีตัว-ตัวหลวม	9.72
	7. ตัวหลวม-เข้ารูป	2.78
	8. ตัวหลวม-พอดีตัว	26.39
	9. ตัวหลวม-ตัวหลวม	45.83
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	5.56
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	47.22
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	31.94
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	6.94
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	8.33
กลุ่มสีรอง 1 <i>หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน</i>	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	5.56
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	12.96
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	20.37
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	61.11
กลุ่มสีรอง 2	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	8.33
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	33.33
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	33.33
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	25.00
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	59.72
	2. ไม่มี	40.28
ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	30.23
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	34.88
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	27.91
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	6.98
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	40.00
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	48.89
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	6.67
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	4.44
ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	24.44
	2. ลายตาราง	6.67

	3. ลายเรขาคณิต	15.56
	4. ลายนามธรรม	11.11
	5. ลายธรรมชาติ	37.78
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	4.44
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	22.22
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	77.78
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	50.00
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	31.25
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	12.50
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	6.25
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆหรือไม่	1. มี	13.89
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	86.11
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	30.00
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	40.00
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	30.00
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง	1. ใช่	68.06
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใช่	31.94
การใส่ผ้าพันคอ	1. ใช่	20.83
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใช่	79.17
การใส่หมวก	1. ใช่	33.33
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใช่	66.67

กลุ่มย่อยที่ 3		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ผลิ (Spring)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก คลาสสิก (Classic)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	56 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. คลาสสิก	0.00
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	19.64
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	76.79
	4. สร้างสรรค์	0.00
	5. เรียบง่าย	3.57
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	0.00
บุคลิกภาพรอง 2 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. คลาสสิก	0.00
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	16.07
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	1.79
	4. สร้างสรรค์	10.71
	5. เรียบง่าย	5.36
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	66.07
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก	1.79
	2. ระดับสั้น	5.36
	3. ระดับปานกลาง	0.00
	4. ระดับกลางน้อย	1.79
	5. ระดับข้อเท้า	91.07
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	0.00
	2. เส้นเอว	50.00
	3. เส้นสะโพก	12.50
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	37.50
จำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อผ้าชั้นนอก) หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. 1 ชิ้น	0.00
	2. 2 ชิ้น	32.14
	3. 3 ชิ้น	62.50
	4. 4 ชิ้น	5.36
	5. 5 ชิ้น	0.00
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 40 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	0.00
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	15.00
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	17.50
	5. ความยาวระดับหน้าขา	2.5
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00
	7. ใส่ขายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	65.00

เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 55 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	1.82
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	18.18
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	18.18
	5. ความยาวระดับหน้าขา	45.45
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	16.36
กระโปรง จำนวน 22 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	45.45
	2. ระดับสั้น (Mini)	45.45
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	9.10
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
กางเกง จำนวน 16 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	12.50
	2. ระดับสั้น (Shorts)	0.00
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Cropped Pants)	6.25
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	81.25
ชุดกระโปรง จำนวน 19 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	10.53
	2. ระดับสั้น (Mini)	84.21
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	5.26
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
ลักษณะโครงสร้างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับกรวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 40 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	10.00
	2. พอดีตัว	82.50
	3. ตัวหลวม	7.5
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 55 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	52.73
	3. ตัวหลวม	47.27
กระโปรง จำนวน 22 ตัว	1. เข้ารูป	4.55
	2. พอดีตัว	50.00
	3. ตัวหลวม	45.45
กางเกง จำนวน 16 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	31.25
	2. พอดีตัว	62.50
	3. ตัวหลวม	6.25
ชุดกระโปรง จำนวน 19 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	89.47
	3. ตัวหลวม	10.53

ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวหลวม	0.00
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	5.36
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	57.14
	6. พอดีตัว-ตัวหลวม	12.50
	7. ตัวหลวม-เข้ารูป	5.36
	8. ตัวหลวม-พอดีตัว	8.93
	9. ตัวหลวม-ตัวหลวม	10.71
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	7.14
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	0.00
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	41.07
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	41.07
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	3.57
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	7.14
กลุ่มสีรอง 1 <i>หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน</i>	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	7.50
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	7.50
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	22.50
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	62.50
กลุ่มสีรอง 2 <i>หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน</i>	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	20.00
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	60.00
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	20.00
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	41.07
	2. ไม่มี	58.93
ปริมาณในการใช้ลายผ้า <i>หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน</i>	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	60.87
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	26.09
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	13.04
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	50.00
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	41.66
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	4.17
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	4.17
ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	12.50
	2. ลายตาราง	12.50

	3. ลายเรขาคณิต	25.00
	4. ลายนามธรรม	12.50
	5. ลายธรรมชาติ	37.50
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	0.00
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	23.21
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	76.79
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	53.85
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	38.46
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	7.69
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆหรือไม่	1. มี	7.14
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	92.86
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	100.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง	1. ใส่	67.86
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	32.14
การใส่ผ้าพันคอ	1. ใส่	30.36
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	69.64
การใส่หมวก	1. ใส่	7.14
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	92.86

กลุ่มย่อยที่ 4		
ฤดูกาล ฤดูร้อน (Summer)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก ลำลอง (Casual)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	131 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1	1. คลาสสิก	13.74
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	0.00
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	54.96
	4. สร้างสรรค์	12.21
	5. เรียบง่าย	5.34
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	13.74
บุคลิกภาพรอง 2 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. คลาสสิก	6.87
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	0.00
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	3.05
	4. สร้างสรรค์	9.92
	5. เรียบง่าย	0.76
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	79.39
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม	1. ระดับสั้นมาก	38.93
	2. ระดับสั้น	16.79
	3. ระดับปานกลาง	2.29
	4. ระดับกลางน้อย	16.03
	5. ระดับข้อเท้า	25.95
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	0.76
	2. เส้นเอว	34.35
	3. เส้นสะโพก	48.85
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	16.03
จำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อผ้าชั้นนอก)	1. 1 ชิ้น	6.87
	2. 2 ชิ้น	49.62
	3. 3 ชิ้น	40.46
	4. 4 ชิ้น	3.05
	5. 5 ชิ้น	0.00
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 135 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	1.48
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	19.26
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	30.37
	5. ความยาวระดับหน้าขา	5.19
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00
	7. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	43.70

เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 46 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	4.35
	2. ความยาวระดับเอว	4.35
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	41.30
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	34.78
	5. ความยาวระดับหน้าขา	15.22
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	0.00
กระโปรง จำนวน 27 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	22.22
	2. ระดับสั้น (Mini)	51.85
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	11.11
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	7.41
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	7.41
กางเกง จำนวน 79 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	48.10
	2. ระดับสั้น (Shorts)	1.27
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Cropped Pants)	24.05
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	26.58
ชุดกระโปรง จำนวน 25 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	44.00
	2. ระดับสั้น (Mini)	40.00
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	8.00
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	8.00
ลักษณะโครงสร้างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 135 ตัว	1. เข้ารูป	14.07
	2. พอดีตัว	42.23
	3. ตัวหลวม	43.70
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 46 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	43.48
	3. ตัวหลวม	56.52
กระโปรง จำนวน 27 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	33.33
	3. ตัวหลวม	66.67
กางเกง จำนวน 79 ตัว	1. เข้ารูป	21.52
	2. พอดีตัว	58.23
	3. ตัวหลวม	20.25
ชุดกระโปรง จำนวน 25 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	60.00
	3. ตัวหลวม	40.00

ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวหลวม	0.76
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	3.05
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	29.01
	6. พอดีตัว-ตัวหลวม	8.40
	7. ตัวหลวม-เข้ารูป	4.58
	8. ตัวหลวม-พอดีตัว	22.14
	9. ตัวหลวม-ตัวหลวม	32.06
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	3.82
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	4.58
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	38.17
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	20.61
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	6.11
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	26.72
กลุ่มสีรอง 1 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่นชัดเจน	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	2.97
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	9.90
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	19.80
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	67.33
กลุ่มสีรอง 2	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	9.09
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	45.45
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	18.18
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	27.27
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่นชัดเจน	1. มี	36.64
	2. ไม่มี	63.36
ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	10.42
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	43.75
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	35.42
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	4.17
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	6.25
ประเภทของลายผ้าที่ใช้ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่นชัดเจน	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	23.08
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	61.54
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	11.54
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	3.85

ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	13.46
	2. ลายตาราง	3.85
	3. ลายเรขาคณิต	11.54
	4. ลายนามธรรม	7.69
	5. ลายธรรมชาติ	55.77
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	7.69
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. มี	25.19
	2. ไม่มี	74.81
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	57.58
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	36.36
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	6.06
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธี ต่างๆหรือไม่ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. มี	17.56
	2. ไม่มี	82.44
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วย กรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	43.48
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	34.78
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	21.74
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ใช่	6.87
	2. ไม่ใช่	93.13
การใส่ผ้าพันคอ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ใช่	10.69
	2. ไม่ใช่	89.31
การใส่หมวก หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ใช่	10.69
	2. ไม่ใช่	89.31

กลุ่มย่อยที่ 5		
ฤดูกาล ฤดูร้อน (Summer)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก เป็นผู้หญิง (Feminine)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	91 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1	1. คลาสสิก	41.76
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	48.35
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	0.00
	4. สร้างสรรค์	5.49
	5. เรียบง่าย	0.00
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	4.40
บุคลิกภาพรอง 2 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่นชัดเจน	1. คลาสสิก	2.20
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	10.99
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	0.00
	4. สร้างสรรค์	1.10
	5. เรียบง่าย	0.00
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	85.71
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม	1. ระดับสั้นมาก	14.29
	2. ระดับสั้น	51.65
	3. ระดับปานกลาง	4.40
	4. ระดับกลางน้อย	18.68
	5. ระดับข้อเท้า	10.99
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่นชัดเจน	1. เส้นใต้หน้าอก	5.49
	2. เส้นเอว	83.52
	3. เส้นสะโพก	1.10
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	9.89
จำนวนชั้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อผ้าชั้นนอก)	1. 1 ชั้น	36.26
	2. 2 ชั้น	57.14
	3. 3 ชั้น	6.59
	4. 4 ชั้น	0.00
	5. 5 ชั้น	0.00
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 29 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่นชัดเจน	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	0.00
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	10.34
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	6.90
	5. ความยาวระดับหน้าขา	0.00
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00

	7. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	82.76
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 35 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	5.71
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	37.14
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	54.29
	5. ความยาวระดับหน้าขา	2.86
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	0.00
กระโปรง จำนวน 20 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	10.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ระดับสั้น (Mini)	65.00
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	15.00
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	5.00
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	5.00
กางเกง จำนวน 2 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	0.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ระดับสั้น (Shorts)	0.00
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Cropped Pants)	100.00
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	0.00
ชุดกระโปรง จำนวน 69 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	15.94
	2. ระดับสั้น (Mini)	52.17
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	2.90
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	21.74
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	7.25
ลักษณะโครงสร้างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 29 ตัว	1. เข้ารูป	13.80
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. พอดีตัว	75.86
	3. ตัวหลวม	10.34
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 35 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. พอดีตัว	40.00
	3. ตัวหลวม	60.00
กระโปรง จำนวน 20 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	50.00
	3. ตัวหลวม	50.00
กางเกง จำนวน 2 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. พอดีตัว	100.00
	3. ตัวหลวม	0.00
ชุดกระโปรง จำนวน 69 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น	2. พอดีตัว	69.57

ชัดเจน	3. ตัวหลวม	30.43
ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวหลวม	0.00
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	0.00
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	64.84
	6. พอดีตัว-ตัวหลวม	9.89
	7. ตัวหลวม-เข้ารูป	0.00
	8. ตัวหลวม-พอดีตัว	2.20
	9. ตัวหลวม-ตัวหลวม	23.08
	ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	10.99
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	5.49
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	36.26
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	15.38
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	10.99
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	20.88
กลุ่มสีรอง 1	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	10.20
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	16.33
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	26.53
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	46.94
กลุ่มสีรอง 2	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	16.67
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	33.33
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	16.67
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	33.33
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	54.95
	2. ไม่มี	45.05
ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	2.00
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	44.00
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	28.00
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	8.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	18.00
ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	23.53
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	70.59
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	3.92
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	1.96
ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	13.73

	2. ลายตาราง	3.92
	3. ลายเรขาคณิต	17.65
	4. ลายนามธรรม	5.88
	5. ลายธรรมชาติ	54.90
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	3.92
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. มี	20.88
	2. ไม่มี	79.12
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	47.37
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	26.32
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	26.32
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธี ต่างๆหรือไม่ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. มี	23.08
	2. ไม่มี	76.92
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วย กรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	42.86
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	28.57
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	28.57
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ใส่	4.40
	2. ไม่ใส่	95.60
การใส่ผ้าพันคอ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ใส่	2.20
	2. ไม่ใส่	97.80
การใส่หมวก หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ใส่	9.89
	2. ไม่ใส่	90.11

กลุ่มย่อยที่ 6		
ฤดูกาล ฤดูร้อน (Summer)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก สร้างสรรค์ (Creative)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	34 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. คลาสสิก	8.82
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	73.53
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	17.65
	4. สร้างสรรค์	0.00
	5. เรียบง่าย	0.00
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	0.00
บุคลิกภาพรอง 2	1. คลาสสิก	5.88
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	11.76
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	35.29
	4. สร้างสรรค์	0.00
	5. เรียบง่าย	5.88
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	41.18
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม	1. ระดับสั้นมาก	8.82
	2. ระดับสั้น	8.82
	3. ระดับปานกลาง	2.94
	4. ระดับกลางน้อย	29.41
	5. ระดับข้อเท้า	50.00
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	5.88
	2. เส้นเอว	47.06
	3. เส้นสะโพก	29.41
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	17.65
จำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อชั้นนอก)	1. 1 ชิ้น	8.82
	2. 2 ชิ้น	41.18
	3. 3 ชิ้น	35.29
	4. 4 ชิ้น	11.76
	5. 5 ชิ้น	2.94
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 39 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	0.00
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	20.51
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	17.95
	5. ความยาวระดับหน้าขา	5.13
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00

	7. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	56.41
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 15 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	6.67
	2. ความยาวระดับเอว	13.33
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	40.00
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	20.00
	5. ความยาวระดับหน้าขา	20.00
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	0.00
กระโปรง จำนวน 3 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	33.33
	2. ระดับสั้น (Mini)	33.33
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	33.33
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
กางเกง จำนวน 19 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	31.58
	2. ระดับสั้น (Shorts)	15.79
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Cropped Pants)	36.84
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	15.79
ชุดกระโปรง จำนวน 12 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	25.00
	2. ระดับสั้น (Mini)	8.33
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	33.33
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	8.33
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	25.00
ลักษณะโครงสร้างของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 39 ตัว	1. เข้ารูป	28.21
	2. พอดีตัว	46.15
	3. ตัวหลวม	25.64
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 15 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	73.33
	3. ตัวหลวม	26.67
กระโปรง จำนวน 3 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	0.00
	3. ตัวหลวม	100.00
กางเกง จำนวน 19 ตัว	1. เข้ารูป	10.53
	2. พอดีตัว	47.37
	3. ตัวหลวม	42.11
ชุดกระโปรง จำนวน 12 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	41.67

	3. ตัวกลม	58.33
ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวกลม	0.00
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	5.88
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	29.41
	6. พอดีตัว-ตัวกลม	26.47
	7. ตัวกลม-เข้ารูป	0.00
	8. ตัวกลม-พอดีตัว	11.76
	9. ตัวกลม-ตัวกลม	26.47
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	2.94
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	8.82
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	32.35
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	32.35
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	2.94
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	20.59
กลุ่มสีรอง 1 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	6.67
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	16.67
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	76.67
กลุ่มสีรอง 2	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	14.29
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	28.57
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	28.57
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	28.57
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	58.82
	2. ไม่มี	41.18
ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	30.00
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	45.00
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	20.00
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	5.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	27.27
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	50.00
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	18.18
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	4.55
ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	18.18

	2. ลายตาราง	9.09
	3. ลายเรขาคณิต	13.64
	4. ลายนามธรรม	22.73
	5. ลายธรรมชาติ	22.73
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	13.64
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. มี	26.47
	2. ไม่มี	73.53
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	55.56
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	44.44
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธี ต่างๆหรือไม่ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. มี	14.71
	2. ไม่มี	85.29
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วย กรรมวิธีต่างๆ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	80.00
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	20.00
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ใส่	35.29
	2. ไม่ใส่	64.71
การใส่ผ้าพันคอ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ใส่	5.88
	2. ไม่ใส่	94.12
การใส่หมวก หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ใส่	20.59
	2. ไม่ใส่	79.41

กลุ่มย่อยที่ 7		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ร่วง (Autumn)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก ลำลอง (Casual)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	80 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1	1. คลาสสิก	12.50
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	0.00
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	50.00
	4. สร้างสรรค์	23.75
	5. เรียบง่าย	3.75
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	10.00
บุคลิกภาพรอง 2 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. คลาสสิก	11.25
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	0.00
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	8.75
	4. สร้างสรรค์	12.50
	5. เรียบง่าย	0.00
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	67.50
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม	1. ระดับสั้นมาก	26.25
	2. ระดับสั้น	15.00
	3. ระดับปานกลาง	0.00
	4. ระดับกลางน้อย	10.00
	5. ระดับข้อเท้า	48.75
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	0.00
	2. เส้นเอว	36.25
	3. เส้นสะโพก	48.75
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	15.00
จำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อผ้าชั้นนอก)	1. 1 ชิ้น	7.50
	2. 2 ชิ้น	48.75
	3. 3 ชิ้น	33.75
	4. 4 ชิ้น	10.00
	5. 5 ชิ้น	0.00
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 89 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	1.12
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	22.47
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	16.85
	5. ความยาวระดับหน้าขา	4.49
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00
	7. ใส่ขายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	55.06

เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 28 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	0.00
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	25.00
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	57.14
	5. ความยาวระดับหน้าขา	17.86
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	0.00
กระโปรง จำนวน 21 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	19.05
	2. ระดับสั้น (Mini)	57.14
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	0.00
	4. ระดับกลางน้อย (Midi)	9.52
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	14.29
กางเกง จำนวน 51 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	72.55
	2. ระดับสั้น (Shorts)	0.00
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน้อย (Cropped Pants)	13.73
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	13.73
ชุดกระโปรง จำนวน 9 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	55.56
	2. ระดับสั้น (Mini)	44.44
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	0.00
	4. ระดับกลางน้อย (Midi)	0.00
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
ลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 89 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	3.37
	2. พอดีตัว	68.54
	3. ตัวหลวม	28.09
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 28 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	42.86
	3. ตัวหลวม	57.14
กระโปรง จำนวน 21 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	38.10
	3. ตัวหลวม	61.90
กางเกง จำนวน 51 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	5.88
	2. พอดีตัว	64.71
	3. ตัวหลวม	29.41
ชุดกระโปรง จำนวน 9 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	77.78
	3. ตัวหลวม	22.22

ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวหลวม	0.00
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	2.50
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	38.75
	6. พอดีตัว-ตัวหลวม	8.75
	7. ตัวหลวม-เข้ารูป	1.25
	8. ตัวหลวม-พอดีตัว	16.25
	9. ตัวหลวม-ตัวหลวม	32.50
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	1.25
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	2.50
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	38.75
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	17.50
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	12.50
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	27.50
กลุ่มสีรอง 1 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	1.82
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	16.36
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	21.82
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	60.00
กลุ่มสีรอง 2 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	75.00
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	25.00
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	0.00
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. มี	35.00
	2. ไม่มี	65.00
ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	25.00
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	57.14
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	10.72
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	7.14
ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	37.93
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	37.93
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	24.14
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	0.00
ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	24.14
	2. ลายตาราง	6.90

	3. ลายเรขาคณิต	10.34
	4. ลายนามธรรม	10.34
	5. ลายธรรมชาติ	27.59
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	20.69
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	23.75
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	76.25
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	31.58
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	47.37
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	15.79
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	5.26
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆหรือไม่	1. มี	28.75
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	71.25
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	65.22
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	17.39
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	17.39
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน		
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง	1. ใส่	36.25
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	63.75
การใส่ผ้าพันคอ	1. ใส่	6.25
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	93.75
การใส่หมวก	1. ใส่	22.50
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	77.50

กลุ่มย่อยที่ 8		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ร่วง (Autumn)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก คลาสสิก (Classic)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	77 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1	1. คลาสสิก	0.00
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	44.16
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	37.66
	4. สร้างสรรค์	11.69
	5. เรียบง่าย	6.49
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	0.00
บุคลิกภาพรอง 2	1. คลาสสิก	0.00
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	6.49
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	14.29
	4. สร้างสรรค์	18.18
	5. เรียบง่าย	5.19
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	55.84
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม	1. ระดับสั้นมาก	15.58
	2. ระดับสั้น	11.69
	3. ระดับปานกลาง	3.90
	4. ระดับกลางน้อย	19.48
	5. ระดับข้อเท้า	49.35
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	1.30
	2. เส้นเอว	54.55
	3. เส้นสะโพก	29.87
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	14.29
จำนวนชั้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อผ้าชั้นนอก)	1. 1 ชั้น	5.19
	2. 2 ชั้น	36.36
	3. 3 ชั้น	57.14
	4. 4 ชั้น	1.30
	5. 5 ชั้น	0.00
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 55 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	0.00
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	34.55
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	0.00
	5. ความยาวระดับหน้าขา	0.00
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00
	7. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	65.45

เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 64 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	3.12
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	21.88
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	40.62
	5. ความยาวระดับหน้าขา	34.38
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	0.00
กระโปรง จำนวน 27 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	22.22
	2. ระดับสั้น (Mini)	66.67
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	3.70
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	7.41
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
กางเกง จำนวน 25 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	48.00
	2. ระดับสั้น (Shorts)	0.00
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Cropped Pants)	8.00
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	44.00
ชุดกระโปรง จำนวน 25 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	20.00
	2. ระดับสั้น (Mini)	56.00
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	12.00
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	8.00
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	4.00
ลักษณะโครงสร้างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 55 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	1.82
	2. พอดีตัว	60.00
	3. ตัวหลวม	38.18
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 64 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	29.69
	3. ตัวหลวม	70.31
กระโปรง จำนวน 27 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	62.96
	3. ตัวหลวม	37.04
กางเกง จำนวน 25 ตัว	1. เข้ารูป	8.00
	2. พอดีตัว	56.00
	3. ตัวหลวม	36.00
ชุดกระโปรง จำนวน 25 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	68.00
	3. ตัวหลวม	32.00

ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวหลวม	0.00
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	1.30
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	24.68
	6. พอดีตัว-ตัวหลวม	9.09
	7. ตัวหลวม-เข้ารูป	0.00
	8. ตัวหลวม-พอดีตัว	12.99
	9. ตัวหลวม-ตัวหลวม	51.95
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	2.60
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	31.17
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	32.47
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	16.88
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	16.88
กลุ่มสีรอง 1	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	5.26
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	10.53
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	28.07
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	56.14
กลุ่มสีรอง 2	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	40.00
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	53.33
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	6.67
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	42.86
	2. ไม่มี	57.14
ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	18.18
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	45.45
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	27.27
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	9.09
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	35.14
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	54.05
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	10.81
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	0.00
ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	16.22
	2. ลายตาราง	16.22

	3. ลายเรขาคณิต	37.84
	4. ลายนามธรรม	10.80
	5. ลายธรรมชาติ	16.22
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	2.70
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	25.97
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	74.03
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	30.00
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	55.00
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	15.00
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆหรือไม่	1. มี	52.40
	2. ไม่มี	47.60
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	63.64
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	27.27
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	9.09
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง	1. ใส่	46.75
	2. ไม่ใส่	53.25
การใส่ผ้าพันคอ	1. ใส่	15.58
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	84.42
การใส่หมวก	1. ใส่	12.99
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	87.01

กลุ่มย่อยที่ 9		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ร่วง (Autumn)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก สร้างสรรค์ (Creative)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	75 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. คลาสสิก	17.33
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	62.67
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	6.67
	4. สร้างสรรค์	0.00
	5. เรียบง่าย	13.33
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	0.00
บุคลิกภาพรอง 2	1. คลาสสิก	24.00
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	17.33
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	16.00
	4. สร้างสรรค์	0.00
	5. เรียบง่าย	9.33
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	33.33
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม	1. ระดับสั้นมาก	5.33
	2. ระดับสั้น	12.00
	3. ระดับปานกลาง	4.00
	4. ระดับกลางน้อย	25.33
	5. ระดับข้อเท้า	53.33
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	0.00
	2. เส้นเอว	54.67
	3. เส้นสะโพก	32.00
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	13.33
จำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อผ้าชั้นนอก)	1. 1 ชิ้น	8.00
	2. 2 ชิ้น	30.67
	3. 3 ชิ้น	56.00
	4. 4 ชิ้น	5.33
	5. 5 ชิ้น	0.00
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 72 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	1.39
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	4.17
	4. ความยาวระดับสะโพกกลาง	36.11
	5. ความยาวระดับหน้าขา	0.00
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00
	7. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	58.33

เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 48 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	2.08
	2. ความยาวระดับเอว	0.00
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	12.50
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	39.58
	5. ความยาวระดับหน้าขา	33.33
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	12.50
กระโปรง จำนวน 33 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	9.09
	2. ระดับสั้น (Mini)	60.61
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	12.12
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	15.15
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	3.03
กางเกง จำนวน 28 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	17.86
	2. ระดับสั้น (Shorts)	3.57
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Cropped Pants)	46.43
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	32.14
ชุดกระโปรง จำนวน 14 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	14.29
	2. ระดับสั้น (Mini)	28.57
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	7.14
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	35.71
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	14.29
ลักษณะโครงสร้างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 72 ตัว	1. เข้ารูป	4.17
	2. พอดีตัว	51.39
	3. ตัวหลวม	44.44
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 48 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	29.17
	3. ตัวหลวม	70.83
กระโปรง จำนวน 33 ตัว	1. เข้ารูป	3.03
	2. พอดีตัว	39.39
	3. ตัวหลวม	57.58
กางเกง จำนวน 28 ตัว	1. เข้ารูป	21.43
	2. พอดีตัว	25.00
	3. ตัวหลวม	53.57
ชุดกระโปรง จำนวน 14 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	21.43
	3. ตัวหลวม	78.57

ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวหลวม	0.00
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	1.33
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	14.67
	6. พอดีตัว-ตัวหลวม	18.67
	7. ตัวหลวม-เข้ารูป	6.67
	8. ตัวหลวม-พอดีตัว	9.33
	9. ตัวหลวม-ตัวหลวม	49.33
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	4.00
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	30.67
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	37.33
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	16.00
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	12.00
กลุ่มสีรอง 1	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	12.90
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	27.42
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	59.68
กลุ่มสีรอง 2	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	37.50
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	50.00
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	12.50
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	49.33
	2. ไม่มี	50.67
ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	35.14
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	32.43
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	18.92
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	8.11
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	5.41
ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	43.24
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	40.54
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	13.51
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	2.70
ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	18.92
	2. ลายตาราง	13.51

	3. ลายเรขาคณิต	16.22
	4. ลายนามธรรม	5.41
	5. ลายธรรมชาติ	40.53
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	5.41
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	30.67
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	69.33
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	26.09
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	56.52
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	13.04
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	4.35
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆหรือไม่	1. มี	16.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	84.00
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	41.67
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	25.00
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	33.33
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง	1. ใส่	37.33
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	62.67
การใส่ผ้าพันคอ	1. ใส่	28.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	72.00
การใส่หมวก	1. ใส่	24.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	76.00

กลุ่มย่อยที่ 10		
ฤดูกาล ฤดูหนาว (Winter)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก คลาสสิก (Classic)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	85 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. คลาสสิก	0.00
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	14.12
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	74.12
	4. สร้างสรรค์	9.41
	5. เรียบง่าย	2.35
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	0.00
บุคลิกภาพรอง 2 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. คลาสสิก	0.00
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	3.53
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	4.71
	4. สร้างสรรค์	15.29
	5. เรียบง่าย	5.88
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	70.59
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก	0.00
	2. ระดับสั้น	1.18
	3. ระดับปานกลาง	0.00
	4. ระดับกลางน้อย	2.35
	5. ระดับข้อเท้า	96.47
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	0.00
	2. เส้นเอว	40.00
	3. เส้นสะโพก	20.00
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	40.00
จำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อผ้าชั้นนอก)	1. 1 ชิ้น	0.00
	2. 2 ชิ้น	24.71
	3. 3 ชิ้น	68.24
	4. 4 ชิ้น	7.06
	5. 5 ชิ้น	0.00
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 68 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	0.00
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	11.76
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	5.88
	5. ความยาวระดับหน้าขา	7.35
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00

	7. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	75.00
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 87 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	2.30
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	9.20
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	11.49
	5. ความยาวระดับหน้าขา	45.98
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	31.03
กระโปรง จำนวน 44 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	31.82
	2. ระดับสั้น (Mini)	65.91
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	2.27
	4. ระดับกลางน้อย (Midi)	0.00
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
กางเกง จำนวน 17 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	29.41
	2. ระดับสั้น (Shorts)	23.53
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน้อย (Cropped Pants)	11.76
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	35.29
ชุดกระโปรง จำนวน 24 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	16.67
	2. ระดับสั้น (Mini)	54.17
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	25.00
	4. ระดับกลางน้อย (Midi)	4.17
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
ลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 68 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	8.82
	2. พอดีตัว	75.00
	3. ตัวหลวม	16.18
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 87 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	45.98
	3. ตัวหลวม	54.02
กระโปรง จำนวน 44 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	81.82
	3. ตัวหลวม	18.18
กางเกง จำนวน 17 ตัว	1. เข้ารูป	17.65
	2. พอดีตัว	58.82
	3. ตัวหลวม	23.53
ชุดกระโปรง จำนวน 24 ตัว หมายเหตุ	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	70.83

ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	3. ตัวหลวม	29.17
ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวหลวม	0.00
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	2.35
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	40.00
	6. พอดีตัว-ตัวหลวม	2.35
	7. ตัวหลวม-เข้ารูป	2.35
	8. ตัวหลวม-พอดีตัว	2.35
	9. ตัวหลวม-ตัวหลวม	50.59
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	2.35
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	3.53
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	37.65
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	41.18
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	9.41
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	5.88
กลุ่มสีรอง 1 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	1.47
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	11.76
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	16.18
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	70.59
กลุ่มสีรอง 2 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	33.33
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	66.67
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	0.00
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่ หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. มี	37.65
	2. ไม่มี	62.35
ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	34.38
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	31.25
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	28.13
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	6.25
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	39.39
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	54.55
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	6.06
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	0.00
ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	21.21

	2. ลายตาราง	12.12
	3. ลายเรขาคณิต	12.12
	4. ลายนามธรรม	12.12
	5. ลายธรรมชาติ	39.39
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	3.04
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	32.94
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	67.06
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	39.29
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	50.00
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	10.71
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆหรือไม่	1. มี	11.76
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	88.24
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	30.00
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	40.00
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	30.00
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง	1. ใส่	89.41
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	10.59
การใส่ผ้าพันคอ	1. ใส่	45.88
	2. ไม่ใส่	54.12
การใส่หมวก	1. ใส่	14.12
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	85.88

กลุ่มย่อยที่ 11		
ฤดูกาล ฤดูหนาว (Winter)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก สร้างสรรค์ (Creative)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	85 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1	1. คลาสสิก	29.41
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	57.65
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	9.41
	4. สร้างสรรค์	0.00
	5. เรียบง่าย	3.53
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	0.00
บุคลิกภาพรอง 2	1. คลาสสิก	23.53
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	23.53
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	16.47
	4. สร้างสรรค์	0.00
	5. เรียบง่าย	7.06
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	29.41
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก	0.00
	2. ระดับสั้น	2.35
	3. ระดับปานกลาง	0.00
	4. ระดับกลางน้อย	7.06
	5. ระดับข้อเท้า	90.59
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	0.00
	2. เส้นเอว	32.94
	3. เส้นสะโพก	45.88
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	21.18
จำนวนชั้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อผ้าชั้นนอก)	1. 1 ชั้น	0.00
	2. 2 ชั้น	7.06
	3. 3 ชั้น	84.71
	4. 4 ชั้น	8.24
	5. 5 ชั้น	0.00
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 79 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	2.53
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	12.66
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	45.57
	5. ความยาวระดับหน้าขา	2.53
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00
	7. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	36.71

เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 91 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	0.00
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	19.78
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	30.77
	5. ความยาวระดับหน้าขา	29.67
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	19.78
กระโปรง จำนวน 30 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	23.33
	2. ระดับสั้น (Mini)	63.33
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	10.00
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	3.34
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
กางเกง จำนวน 47 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	40.43
	2. ระดับสั้น (Shorts)	2.13
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน่อง (Cropped Pants)	31.91
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	25.53
ชุดกระโปรง จำนวน 9 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	77.78
	2. ระดับสั้น (Mini)	11.11
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	11.11
	4. ระดับกลางน่อง (Midi)	0.00
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
ลักษณะโครงสร้างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 79 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	53.16
	3. ตัวหลวม	46.84
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 91 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	21.98
	3. ตัวหลวม	78.02
กระโปรง จำนวน 30 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	66.67
	3. ตัวหลวม	33.33
กางเกง จำนวน 47 ตัว	1. เข้ารูป	19.15
	2. พอดีตัว	59.57
	3. ตัวหลวม	21.28
ชุดกระโปรง จำนวน 9 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	88.89
	3. ตัวหลวม	11.11

ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวหลวม	0.00
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	0.00
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	14.12
	6. พอดีตัว-ตัวหลวม	2.35
	7. ตัวหลวม-เข้ารูป	9.41
	8. ตัวหลวม-พอดีตัว	29.41
	9. ตัวหลวม-ตัวหลวม	44.71
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	1.18
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	36.47
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	40.00
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	12.94
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	9.41
กลุ่มสีรอง 1	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	1.64
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	8.20
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	34.43
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	55.74
กลุ่มสีรอง 2	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	25.00
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	25.00
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	50.00
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	51.76
	2. ไม่มี	48.24
ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	15.91
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	52.27
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	31.82
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	39.13
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	52.17
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	8.70
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	0.00
ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	28.26
	2. ลายตาราง	4.35

	3. ลายเรขาคณิต	17.39
	4. ลายนามธรรม	15.22
	5. ลายธรรมชาติ	28.26
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	6.52
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	27.06
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	72.94
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	21.74
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	56.52
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	13.04
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	8.70
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆหรือไม่	1. มี	18.82
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	81.18
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	50.00
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	6.25
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	43.75
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง	1. ใช่	76.47
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใช่	23.53
การใส่ผ้าพันคอ	1. ใช่	45.88
	2. ไม่ใช่	54.12
การใส่หมวก	1. ใช่	31.76
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใช่	68.24

กลุ่มย่อยที่ 12		
ฤดูกาล ฤดูหนาว (Winter)	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก ลำลอง (Casual)	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	70 คน	
บุคลิกภาพการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
บุคลิกภาพรอง 1	1. คลาสสิก	50.00
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	0.00
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	34.29
	4. สร้างสรรค์	12.86
	5. เรียบง่าย	0.00
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 1	2.86
บุคลิกภาพรอง 2 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. คลาสสิก	18.75
	2. ลำลองและเป็นธรรมชาติ	0.00
	3. โรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง	12.86
	4. สร้างสรรค์	7.14
	5. เรียบง่าย	1.43
	6. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2	60.00
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก	1.43
	2. ระดับสั้น	0.00
	3. ระดับปานกลาง	0.00
	4. ระดับกลางน้อย	4.29
	5. ระดับข้อเท้า	94.29
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	0.00
	2. เส้นเอว	27.14
	3. เส้นสะโพก	38.57
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	34.29
จำนวนชั้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ (เฉพาะเสื้อผ้าชั้นนอก)	1. 1 ชั้น	0.00
	2. 2 ชั้น	5.71
	3. 3 ชั้น	87.14
	4. 4 ชั้น	7.14
	5. 5 ชั้น	0.00
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 68 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	0.00
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	10.29
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	41.18
	5. ความยาวระดับหน้าขา	2.94
	6. ความยาวระดับเข่า	0.00

	7. ใส่ขายเสื้อไว้ด้านในกระโปรงหรือกางเกง	45.59
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 73 ตัว	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0.00
	2. ความยาวระดับเอว	1.37
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	10.96
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	31.51
	5. ความยาวระดับหน้าขา	41.10
	6. ความยาวระดับเข่าและยาวกว่านั้น	16.44
กระโปรง จำนวน 27 ตัว	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	51.85
	2. ระดับสั้น (Mini)	48.15
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	0.00
	4. ระดับกลางน้อย (Midi)	0.00
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
กางเกง จำนวน 39 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก (Short Shorts)	23.08
	2. ระดับสั้น (Shorts)	0.00
	3. ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0.00
	4. ระดับกลางน้อย (Cropped Pants)	7.69
	5. ระดับข้อเท้า (Classic Length)	69.23
ชุดกระโปรง จำนวน 4 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. ระดับสั้นมาก (Micro Mini)	25.00
	2. ระดับสั้น (Mini)	75.00
	3. ระดับปานกลาง (Knee)	0.00
	4. ระดับกลางน้อย (Midi)	0.00
	5. ระดับข้อเท้า (Maxi)	0.00
ลักษณะโครงสร้างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
เสื้อ จำนวน 68 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	83.82
	3. ตัวหลวม	16.18
เสื้อคลุมตัวนอก จำนวน 73 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	30.14
	3. ตัวหลวม	69.86
กระโปรง จำนวน 27 ตัว	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	44.44
	3. ตัวหลวม	55.56
กางเกง จำนวน 39 ตัว หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. เข้ารูป	25.64
	2. พอดีตัว	69.23
	3. ตัวหลวม	5.13
ชุดกระโปรง จำนวน 4 ตัว หมายเหตุ	1. เข้ารูป	0.00
	2. พอดีตัว	75.00

ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	3. ตัวหลวม	25.00
ภาพรวมโครงสร้างเงา	1. เข้ารูป-เข้ารูป	0.00
	2. เข้ารูป-พอดีตัว	0.00
	3. เข้ารูป-ตัวหลวม	0.00
	4. พอดีตัว-เข้ารูป	0.00
	5. พอดีตัว-พอดีตัว	20.00
	6. พอดีตัว-ตัวหลวม	7.14
	7. ตัวหลวม-เข้ารูป	20.00
	8. ตัวหลวม-พอดีตัว	27.14
	9. ตัวหลวม-ตัวหลวม	25.71
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
กลุ่มสีหลัก	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	1.43
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	47.14
	4. สีดำทั้งหมด (All Black)	28.57
	5. สีเทาทั้งหมด (Grey Monotone)	17.14
	6. สีขาวทั้งหมด (All White)	5.71
กลุ่มสีรอง 1 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	7.41
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	24.07
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	68.52
กลุ่มสีรอง 2 หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Colors)	0.00
	2. กลุ่มสีสดใส (Vivid Colors)	20.00
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors)	70.00
	4. กลุ่มสีขาว เทา และดำ (White Grey and Black)	10.00
การใช้ผ้าลาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	50.00
	2. ไม่มี	50.00
ปริมาณในการใช้ลายผ้า	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	37.14
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	45.71
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	14.29
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	2.86
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
ประเภทของลายผ้าที่ใช้	1. ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ	38.89
	2. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย	55.55
	3. ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบจบในตัว	2.78
	4. ลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่นๆ	2.78
ลักษณะของลายผ้า	1. ลายเส้น ลายทาง	16.67

	2. ลายตาราง	19.44
	3. ลายเรขาคณิต	19.44
	4. ลายนามธรรม	13.89
	5. ลายธรรมชาติ	30.56
	6. ลายจากการจัดองค์ประกอบภาพ	0.00
การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษในเสื้อผ้าหรือไม่	1. มี	30.00
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	70.00
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	33.34
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	57.14
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	4.76
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	4.76
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
การประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
มีการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆหรือไม่	1. มี	11.43
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่มี	88.57
ปริมาณในการใช้ผ้าที่มีการประดับตกแต่งผ้าด้วยกรรมวิธีต่างๆ	1. ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	12.50
	2. ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	37.50
	3. ร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	50.00
	4. ร้อยละ 61 – 80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
	5. ร้อยละ 81 – 100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	0.00
เครื่องตกแต่งอื่นๆ	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ
การใส่ถุงน่อง	1. ใส่	55.71
	2. ไม่ใส่	44.29
การใส่ผ้าพันคอ	1. ใส่	41.43
	2. ไม่ใส่	58.57
การใส่หมวก	1. ใส่	28.57
หมายเหตุ ลำดับที่ 1 มีปริมาณที่สูงโดดเด่น ชัดเจน	2. ไม่ใส่	71.43

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญ 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกคือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าไทยและกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มนักออกแบบเสื้อผ้า รวมทั้งสิ้น 11 คน ทั้งนี้มีเกณฑ์ในการเลือกผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบดังนี้

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าไทย

1. เป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับสิ่งทอไทย
2. ทำงานด้านผ้าไทยมาอย่างน้อย 10 ปี
3. มีประสบการณ์ในการทำผ้าหรือให้คำปรึกษาเรื่องการพัฒนาผ้าไทยเพื่อการส่งออก

กลุ่มนักออกแบบเสื้อผ้า

1. เป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการออกแบบเสื้อผ้า
2. ทำงานด้านการออกแบบเสื้อผ้ามาอย่างน้อย 5 ปี
3. มีประสบการณ์ในการออกแบบเสื้อผ้าจากผ้าไทย

จากเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ ผู้เชี่ยวชาญ และนักออกแบบที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์และสามารถเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น มีดังนี้

กลุ่ม	ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งงานและประสบการณ์
ผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าไทย	1	อาจารย์กฤษณ์ เย็นสุดใจ	- นักออกแบบสิ่งทอ ภายใต้แบรนด์ แม่ฟ้าหลวง - อาจารย์พิเศษสาขาแฟชั่นและสิ่งทอ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - นักวิจัยอิสระ
	2	คุณนริสา อู่ทอง	- เจ้าของร้านราตรีไหมไทย
	3	คุณนิพนธ์ ทรัพย์บุญวิไล	- ที่ปรึกษาอิสระด้านการพัฒนาสิ่งทอ - อาจารย์พิเศษสถาบันการออกแบบแฟชั่น บุงกะ ประเทศไทย
นักออกแบบเสื้อผ้า	4	คุณธีระ ฉันทสวัสดิ์	- นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ T-RA - อาจารย์พิเศษสาขาแฟชั่นและสิ่งทอ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ฯลฯ
	5	คุณวชิระวิชญ์ อัครสันติสุข	- นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ WISHARAWISH
	6	คุณเฉลิมเกียรติ คติเกษมเลิศ	- นักออกแบบและ เจ้าของแบรนด์ Wonder Anatomie
	7	คุณธันยชนก ธัญญศิริ	- นักพัฒนาและสร้างสรรค์ตราสินค้า บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด (Jim Thompson)

			- นักออกแบบอิสระ
8	อาจารย์ศมิสสร สุทธิสังข์		- อาจารย์สาขาแฟชั่นและสิ่งทอ ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - ที่ปรึกษาด้านการออกแบบ แปรนด์ Fly Now - นักออกแบบอิสระ
9	คุณศิริฤกษ์ ภัทรบริบูรณ์กุล		- ที่ปรึกษาด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัท เพอร์โตนา จำกัด - นักออกแบบอิสระ
10	คุณพัทธนันท์ ภูสิทธิสุวงศ์		- นักออกแบบอิสระ มีประสบการณ์ในการทำงานจบระดับปริญญาโท จากคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้วัยข้อ การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรี สำเร็จรูป โดยใช้ผ้าไหมไทย สำหรับกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย
11	คุณเวรณี สุนทรธำรง		- นักออกแบบเสื้อผ้า ภายใต้อาจารย์ ASAWA

ในการสนทนากลุ่มครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบช่วยแสดงความคิดเห็นในเรื่องของผ้าที่เหมาะสมกับสตรีญี่ปุ่น ซึ่งลักษณะของผ้าที่นำมาเป็นตัวเลือกนั้นเป็นลักษณะของผ้าที่ผ่านการเลือกครั้งที่ 1 จากคำตอบของแบบสอบถามเรื่องผ้าที่สตรีญี่ปุ่นสนใจ ทั้งนี้ได้แบ่งเป็นกลุ่มย่อย เช่นเดียวกับที่แบ่งจากการวิเคราะห์วิธีการแต่งกายจากภาพถ่ายจากเว็บไซต์สไตล์อิตาลีนำเสนอ รวมทั้งสิ้น 12 กลุ่มย่อย และนำข้อมูลมาจัดระดับคำแนะนำ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับที่	คำแนะนำ	คะแนนที่ได้
1	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	9 - 11
2	แนะนำให้นำไปใช้มาก	7 - 8
3	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง	5 - 6
4	แนะนำให้นำไปใช้น้อย	3 - 4
5	ไม่แนะนำให้นำไปใช้	0 - 2

โดยมีการแสดงความคิดเห็นดังนี้

กลุ่มย่อยที่ 1		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ผลิ (Spring)	บุคลิกภาพการแต่งกาย ลำลอง (Casual)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	3
	2. ผ้าฝ้าย	8
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	
ลักษณะเสื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	2
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	8
	3. ผิวขรุขระ	1
ลักษณะเสื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	10
	3. ผิวขรุขระ	1
ลักษณะเสื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	9
	3. ผิวขรุขระ	2
ลักษณะเสื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	2
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	8
	3. ผิวขรุขระ	1
ลักษณะเสื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	10
	3. ผิวขรุขระ	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	11
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	0
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	3
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	8
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	3
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	8
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	7
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	4
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	7
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	4
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0

กลุ่มย่อยที่ 2		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ผลิ (Spring)	บุคลิกภาพการแต่งกาย สร้างสรรค์ (Creative)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	8
	2. ผ้าฝ้าย	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	3
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	5
	3. ผิวขรุขระ	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	6
	3. ผิวขรุขระ	4
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	2
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	4
	3. ผิวขรุขระ	5
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	6
	3. ผิวขรุขระ	4
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	8
	3. ผิวขรุขระ	3
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	11
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	0
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	5
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	6
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	3
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	8
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	3
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	7
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	4
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0

กลุ่มย่อยที่ 3		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ผลิ (Spring)	บุคลิกภาพการแต่งกาย คลาสสิก (Classic)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภครายละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	10
	2. ผ้าฝ้าย	1
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	9
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	1
	3. ผิวขรุขระ	1
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	6
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	5
	3. ผิวขรุขระ	0
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	6
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	4
	3. ผิวขรุขระ	1
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	9
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	2
	3. ผิวขรุขระ	0
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	7
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	3
	3. ผิวขรุขระ	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	11
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	0
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	4
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	4
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	5
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	6
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	11
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	0
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0

กลุ่มย่อยที่ 4		
ฤดูกาล ฤดูร้อน (Summer)	บุคลิกภาพการแต่งกาย ลำลอง (Casual)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภครายละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	1
	2. ผ้าฝ้าย	11
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	4
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	6
	3. ผิวขรุขระ	1
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	10
	3. ผิวขรุขระ	0
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	9
	3. ผิวขรุขระ	2
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	3
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	6
	3. ผิวขรุขระ	2
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	8
	3. ผิวขรุขระ	2
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	10
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	1
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	7
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	4
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	10
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	1
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	9
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	2
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	10
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	1
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0

กลุ่มย่อยที่ 5		
ฤดูกาล ฤดูร้อน (Summer)	บุคลิกภาพการแต่งกาย เป็นผู้หญิง (Feminine)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภครายละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	7
	2. ผ้าฝ้าย	4
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	3
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	6
	3. ผิวขรุขระ	2
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	4
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	7
	3. ผิวขรุขระ	0
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	2
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	8
	3. ผิวขรุขระ	1
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	3
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	7
	3. ผิวขรุขระ	1
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	4
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	5
	3. ผิวขรุขระ	2
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	11
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	0
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	9
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	2
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	11
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	0
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	10
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	1
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	10
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	1
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0

กลุ่มย่อยที่ 6		
ฤดูกาล ฤดูร้อน (Summer)	บุคลิกภาพการแต่งกาย สร้างสรรค์ (Creative)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคนอกแต่ละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	7
	2. ผ้าฝ้าย	4
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	2
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	6
	3. ผิวขรุขระ	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	9
	3. ผิวขรุขระ	2
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	2
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	7
	3. ผิวขรุขระ	2
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	8
	3. ผิวขรุขระ	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	11
	3. ผิวขรุขระ	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	11
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	0
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	9
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	2
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	10
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	1
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	9
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	2
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	10
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	1
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0

กลุ่มย่อยที่ 7		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ร่วง (Autumn)	บุคลิกภาพการแต่งกาย ลำลอง (Casual)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภครายละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	6
	2. ผ้าฝ้าย	5
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	10
	3. ผิวขรุขระ	0
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	7
	3. ผิวขรุขระ	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	10
	3. ผิวขรุขระ	1
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	3
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	5
	3. ผิวขรุขระ	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	9
	3. ผิวขรุขระ	2
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	4
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	0
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	4
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	3
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	3
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	4
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0

กลุ่มย่อยที่ 8		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ร่วง (Autumn)	บุคลิกภาพการแต่งกาย คลาสสิก (Classic)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภครายละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	10
	2. ผ้าฝ้าย	1
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	5
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	5
	3. ผิวขรุขระ	1
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	3
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	5
	3. ผิวขรุขระ	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	4
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	6
	3. ผิวขรุขระ	1
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	5
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	3
	3. ผิวขรุขระ	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	4
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	6
	3. ผิวขรุขระ	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	8
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	3
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	0
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	8
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	3
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	1
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	10
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	2
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	9
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	2
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	9
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0

กลุ่มย่อยที่ 9		
ฤดูกาล ฤดูใบไม้ร่วง (Autumn)	บุคลิกภาพการแต่งกาย สร้างสรรค์ (Creative)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคนแต่ละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	7
	2. ผ้าฝ้าย	4
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	7
	3. ผิวขรุขระ	4
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	2
	3. ผิวขรุขระ	8
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	8
	3. ผิวขรุขระ	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	5
	3. ผิวขรุขระ	5
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	0
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	6
	3. ผิวขรุขระ	5
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	4
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	1
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	3
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	3
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	4
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	6
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	3
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	8
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0

กลุ่มย่อยที่ 10		
ฤดูกาล ฤดูหนาว (Winter)	บุคลิกภาพการแต่งกาย คลาสสิก (Classic)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภครายละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	9
	2. ผ้าฝ้าย	2
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	6
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	2
	3. ผิวขรุขระ	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	3
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	1
	3. ผิวขรุขระ	7
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	2
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	6
	3. ผิวขรุขระ	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	5
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	3
	3. ผิวขรุขระ	3
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	6
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	4
	3. ผิวขรุขระ	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	5
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	6
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	0
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	0
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	1
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	10
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	1
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	4
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	6
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	1
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	3
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	1
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	8
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	2

กลุ่มย่อยที่ 11		
ฤดูกาล ฤดูหนาว (Winter)	บุคลิกภาพการแต่งกาย สร้างสรรค์ (Creative)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภครุ่นแต่ละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	6
	2. ผ้าฝ้าย	5
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	2
	3. ผิวขรุขระ	8
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	1
	3. ผิวขรุขระ	9
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	0
	3. ผิวขรุขระ	10
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	3
	3. ผิวขรุขระ	7
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	3
	3. ผิวขรุขระ	7
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	3
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	6
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	2
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	0
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	1
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	10
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	0
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	3
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	8
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	0
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	8
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	3
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	1
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	3

กลุ่มย่อยที่ 12		
ฤดูกาล ฤดูหนาว (Winter)	บุคลิกภาพการแต่งกาย ลำลอง (Casual)	
ชนิดผ้าที่เหมาะสม	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ชนิดผ้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภครายละกลุ่ม	1. ผ้าไหม	2
	2. ผ้าฝ้าย	9
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	3
	3. ผิวขรุขระ	7
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	1
	3. ผิวขรุขระ	9
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	4
	3. ผิวขรุขระ	6
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. ผิวเรียบ	3
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	3
	3. ผิวขรุขระ	5
ลักษณะเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. ผิวเรียบ	1
	2. ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ	9
	3. ผิวขรุขระ	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าแต่ละประเภท	ตัวเลือกสำหรับการตัดสินใจ	11 คน
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อ	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	2
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	8
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	0
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	1
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	10
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	0
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	8
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	3
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับกางเกง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	0
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	10
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	1
ความหนาของเนื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับชุดกระโปรง	1. เนื้อบางทึบแสง เช่น ผ้าไหม 1 – 2 เส้น	2
	2. เนื้อหนา เช่น ผ้าไหม 3 – 4 เส้น	7
	3. เนื้อหนามาก เช่น ผ้าไหม 4 เส้นขึ้นไป	2

จากข้อมูลทั้งหมดที่ได้วิเคราะห์ในบทที่ 4 รวมถึงการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณสำหรับเรื่อง
ของแนวทางการแต่งกายของกลุ่มผู้บริโภค และการวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพสำหรับเรื่องของแนว
ทางการเลือกใช้ผ้าไทยให้เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ โดยแจกแจงข้อมูลไว้ในตารางข้างต้นนี้
ผู้วิจัยจะทำการสรุปข้อมูลให้ชัดเจนและเข้าใจง่ายขึ้นในบทที่ 5 ต่อไป



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

ในบทที่ 5 นี้ ผู้วิจัยจะทำการประมวลและสรุปผลข้อมูลทั้งหมด ทั้งข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ข้อมูลจากแบบสอบถาม ข้อมูลจากการรวบรวมรูปภาพจากเวปไซด์สไตล์อาร์ริ่นาเจแปน และข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อสรุปแนวทางการแต่งกายที่เป็นที่นิยมหรือเป็นรสนิยมของผู้บริโภคญี่ปุ่นอย่างชัดเจน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อไปสำหรับผู้ประกอบการที่ประสงค์จะดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าแฟชั่นประเภทเสื้อผ้าสู่ตลาดญี่ปุ่น และสำหรับผู้วิจัย การประมวลผลในครั้งนี้จะเป็นกรอบแนวทางการออกแบบเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบการออกแบบอื่นๆ เช่น แนวโน้มการออกแบบ และแรงบันดาลใจที่ใช้ในการออกแบบที่จะทำการวิเคราะห์ในบทต่อไปเพื่อสร้างสุนทรียะทางด้านความงาม และสร้างความแตกต่างของการผลงานสร้างสรรค์ของผู้วิจัย โดยในบทที่ 5 นี้ผู้วิจัยจะแบ่งการประมวลผลข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปข้อมูลผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่ 2 การสรุปข้อมูลแนวทางการแต่งกายและการเลือกผ้าให้เหมาะสมกับสตรีญี่ปุ่นแต่ละกลุ่ม

ทั้งนี้เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 ซึ่งได้แก่ การวางกรอบแนวคิดการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคญี่ปุ่น

ส่วนที่ 1 สรุปข้อมูลผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย

งานวิจัยภายใต้หัวข้อ “การออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับการส่งออกประเทศญี่ปุ่น” ฉบับนี้มีกลุ่มเป้าหมายของวิจัยเป็นสตรีญี่ปุ่น ซึ่งผู้วิจัยเฉพาะเจาะจงที่จะศึกษากลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในช่วงอายุ 20 – 30 ปีนั้น จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งข้อมูลเอกสารวรรณกรรมต่างๆ รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่น เครื่องแต่งกายของสตรีญี่ปุ่นกลุ่มนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปกรอบแนวคิดการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคญี่ปุ่น ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่งของการวิจัยครั้งนี้ได้เป็นประเด็นหลักๆ ทั้งหมด 4 ประเด็น ดังนี้

- ประเด็นที่ 1 ปัจจัยทางธรรมชาติที่ส่งผลถึงการเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของสตรีญี่ปุ่น
- ประเด็นที่ 2 ลักษณะนิสัยพื้นฐาน และปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายของสตรีญี่ปุ่น
- ประเด็นที่ 3 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค และตลาดสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเทศญี่ปุ่น
- ประเด็นที่ 4 แนวทางการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาดญี่ปุ่น

ประเด็นที่ 1 ปัจจัยทางธรรมชาติที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของสตรีญี่ปุ่น

เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นมีฤดูกาลหลักทั้งสิ้น 4 ฤดูกาลที่มีสภาพอากาศที่แตกต่างกัน และจากสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน สตรีญี่ปุ่นจึงจำเป็นต้องแต่งตัวให้เหมาะสมกับอากาศและฤดูกาล ซึ่งสามารถสรุปลักษณะอากาศในรอบ 1 ปี โดยแบ่งตามช่วงเดือน และแนวทางการแต่งกายที่เหมาะสมกับช่วงเวลาแต่ละช่วง ดังนี้

เดือน	ฤดูกาล	สภาพภูมิอากาศทั่วไป	ลักษณะการแต่งกายที่เหมาะสม
มกราคม	ฤดูหนาว	อากาศหนาวมาก	เสื้อขนเป็ดหรือโค้ทตัวหนา ถุงมือและผ้าพันคอ
กุมภาพันธ์	ฤดูหนาว	อากาศหนาวมาก	เสื้อขนเป็ดหรือโค้ทตัวหนา ถุงมือและผ้าพันคอ
มีนาคม	ฤดูหนาวเข้าสู่ฤดูใบไม้ผลิ	เริ่มอุ่นแต่ใบไม้ยังไม่ผลิ	ใส่โค้ทหนา ถุงมือ ผ้าพันคอ
เมษายน	ฤดูใบไม้ผลิ	ใบไม้ผลิและอากาศดี	แจ็กเก็ตบาง สเวตเตอร์บาง เสื้อคลุม ใส่ทับบนเสื้อแขนยาวหรือแขนสั้น
พฤษภาคม	ฤดูใบไม้ผลิ	ฝนตกหนักและอากาศเย็น	เสื้อแขนยาว อาจมีผ้าพันคอบางๆหรือแจ็กเก็ตบางๆ
มิถุนายน	ฤดูใบไม้ผลิเข้าสู่ฤดูร้อน	ฝนตกหนักและอากาศเย็น	เสื้อแขนสั้นหรือแขนยาว เสื้อคลุม

กรกฎาคม	ฤดูร้อน	อากาศร้อนและชื้น	เสื้อแขนกุดหรือแขนสั้น
สิงหาคม	ฤดูร้อน	อากาศร้อนและชื้น	เสื้อแขนกุดหรือแขนสั้น
กันยายน	ฤดูร้อนเริ่มเข้าสู่ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศแปรปรวน กลางวันร้อน กลางคืนหนาว บางวันฝนตก (ช่วงเปลี่ยนฤดู)	ใส่เสื้อแขนสั้น อาจเสื้อคลุม และ ผ้าพันคอบางๆ
ตุลาคม	ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศดี ตอนกลางวันอากาศเย็นสบาย ตอนกลางคืนอาจหนาวขึ้น	เสื้อแขนยาว เสื้อคลุมและผ้าพันคอ
พฤศจิกายน	ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศเริ่มหนาว	แจ็กเก็ต โค้ท ข้างในอาจใส่เสื้อแขนยาว
ธันวาคม	ฤดูใบไม้ร่วงเข้าสู่ฤดูหนาว	อากาศหนาว	แจ็กเก็ตหรือโค้ทหนา เสื้อขนเป็ด หมวก ถุงมือ

ประเด็นที่ 2 ลักษณะนิสัยพื้นฐานและปัจจัยที่ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายของสตรีญี่ปุ่น

ลักษณะนิสัยพื้นฐานของสตรีญี่ปุ่น

1. คนญี่ปุ่นเป็นคนรักธรรมชาติ สุภาพ อ่อนน้อม และรักสันติ
2. กลุ่มผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญกับเรื่องของคุณภาพ และความสมดุลระหว่างคุณภาพสินค้าและราคา
3. รูปแบบของสินค้ามีความสำคัญมาก เพราะคนญี่ปุ่นชอบความแปลกใหม่ ดังนั้นการทำธุรกิจภายในประเทศญี่ปุ่น ผู้ประกอบการและนักออกแบบจึงต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค
4. ลักษณะการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่น เครื่องแต่งกายของคนญี่ปุ่นจะไม่ยึดติดกับแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง ไม่นิยมการซื้อเสื้อผ้าที่นำเสนอแบบทั้งชุด แต่นิยมการเลือกซื้อเป็นชิ้นจากร้านต่างๆ และนำมาผสมผสาน (Mix and Match) เองตามรสนิยมส่วนบุคคล
5. จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผลจากการวิเคราะห์วิธีการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่นพบผลที่สอดคล้องกันว่าในปัจจุบันคนญี่ปุ่นไม่นิยมใส่เสื้อผ้าที่มีลวดลายมากนัก แต่หากสวมใส่ชุดที่มีลวดลาย ลวดลายที่นิยมมากที่สุด คือ ลายดอกไม้และลวดลายธรรมชาติ

ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของสตรีญี่ปุ่น

จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ว่าด้วยเรื่องของพฤติกรรมผู้บริโภคญี่ปุ่น รวมถึงลักษณะนิสัยและข้อมูลทางการตลาด สามารถสรุปปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของคนญี่ปุ่นได้ดังนี้

1. เนื่องจากคนญี่ปุ่นจะซื้อเสื้อผ้าใหม่ในช่วงเปลี่ยนฤดูกาล และให้ความสำคัญกับการแต่งกายให้เหมาะสมกับฤดูกาล ดังนั้น หากจะขายเสื้อผ้าให้กับคนญี่ปุ่น ต้องศึกษาเรื่องของฤดูกาลเป็นอย่างดี ควรคำนึงถึงวัสดุและแนวทางการออกแบบที่เหมาะสม
2. สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของคนญี่ปุ่น คือ
 - 2.1 ตัวอย่างการแต่งกายจากนิตยสารหรือหนังสือแฟชั่น
 - 2.2 แผ่นพับ ใบปลิว และการโฆษณาผ่านรายการโทรทัศน์
 - 2.3 สื่ออินเทอร์เน็ต
 - 2.4 เพื่อน และบุคคลที่มีชื่อเสียง
 - 2.5 การนำเสนอผ่านงานแสดงสินค้า
3. คนญี่ปุ่นมีความช่างสังเกตและละเอียดรอบคอบ ในการซื้อสินค้าแฟชั่นก็เช่นกัน คนญี่ปุ่นจะมีเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อ โดย 5 อันดับแรกที่คนญี่ปุ่นพิจารณา คือ
 - 3.1 ความสวยงาม รูปแบบ และความทันสมัยของสินค้า
 - 3.2 คุณภาพของสินค้า เช่น การตัดเย็บ ความคงทน วัสดุ เป็นต้น
 - 3.3 สวมใส่สบาย
 - 3.4 ความนิยมและความน่าเชื่อถือของตราสินค้า
 - 3.5 ความเหมาะสมของราคา

ประเด็นที่ 3 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค และตลาดสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในประเทศญี่ปุ่น

ผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย

จากที่ได้ศึกษาข้อมูลเรื่องการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคญี่ปุ่นโดยใช้ช่วงอายุเป็นเกณฑ์ ไว้ในบทที่ 2 และวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 สามารถสรุปลักษณะนิสัยของสตรีญี่ปุ่นในช่วงอายุ 20 -30 ปี ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาไว้ ในบทที่ 1 ซึ่งสรุปได้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น อายุ 20 – 30 ปี เป็นช่วงชีวิตของคนเริ่มต้นทำงาน มีรายได้เป็นของตนเอง จึงมีอิสระทางการเงิน อยู่ในช่วงของการแสวงหาความก้าวหน้าทางอาชีพการงาน จึงให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยงาม การสร้างภาพพจน์และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเองจึงทุ่มเทการใช้จ่ายให้กับสินค้าและบริการชั้นสูง สินค้าจากตราสินค้าที่มีชื่อเสียง คุณภาพดี ราคาแพง เริ่มคิดเรื่องของการสร้างครอบครัวแต่ยังไม่มีครอบครัวและไม่มีภาระในเรื่องการดูแลครอบครัว ดังนั้นเงินที่หามาได้จึงมีไว้ใช้จ่ายเพื่อตนเองเป็นหลัก นิยมเลือกใช้ของที่ดี มีระดับ แต่ก็พิจารณาและคำนึงถึงความจำเป็นก่อนการใช้จ่าย อีกทั้งคำนึงถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ และจากการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคญี่ปุ่นโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้มีรายได้สูง กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง

และกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมเสื้อผ้าที่มีลักษณะเฉพาะตัว โดยมีรายละเอียดโดยสรุป คือในการแบ่งกลุ่มโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ จะไม่มีกลุ่มรายได้ต่ำ เป็นเพราะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจเข้มแข็งเป็นอันดับ 2 ของโลก มีการกระจายความมั่งคั่งอย่างทั่วถึง ส่งผลให้มีชนชั้นล่างในสังคมอยู่น้อยมาก ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูง หรือกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางก็น่าจะมีกำลังซื้อทั้งสิ้น และกลุ่มที่น่าสนใจเป็นพิเศษ คือ กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมเสื้อผ้าที่มีลักษณะเฉพาะตัว ทั้งนี้เพราะผ้าไทยเป็นผ้าที่ผลิตในระบบกิ่งอุตสาหกรรม คือ จำนวนการผลิตจะไม่มากเท่าการผลิตในระบบอุตสาหกรรม แต่จุดเด่นของผ้าไทย คือสามารถสอดแทรกความสร้างสรรค์ในช่วงกระบวนการผลิตผืนผ้า เช่น การเสริมเส้นพุ่งพิเศษเข้าไประหว่างการทอ ก็ช่วยสร้างเอกลักษณ์และความแปลกใหม่ แปลกตาได้แล้ว หรือแม้แต่การตกแต่งด้วยกรรมวิธีต่างๆ การมัดหมี่ หรือการทำผ้ามัดย้อม ก็เป็นวิธีการที่ทำให้ผ้ามีความเฉพาะตัว และไม่ซ้ำใครได้เช่นกัน ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสที่ดีในการจับกลุ่มผู้บริโภคนี้

นอกจากนี้แล้วยังมีการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคญี่ปุ่นโดยใช้บุคลิกภาพการแต่งกายเป็นเกณฑ์ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มคลาสสิก (Classic)

คนกลุ่มนี้จะเลือกรูปแบบเสื้อผ้าที่เป็นพื้นฐานใส่ได้นานโดยไม่รู้สึกลำบาก มีความโก้หรู ประณีต สะอาดตา สุภาพ และมีความเท่แบบเรียบง่าย เสื้อผ้าตามกระแสนิยมและแนวโน้มการแต่งกายต่างๆ ไม่มีอิทธิพลใดๆกับคนกลุ่มนี้ เพราะพวกเขาไม่ได้ยึดติดที่จะต้องแต่งตัวตามสมัยนิยม ไม่นิยมเสื้อผ้าที่มีรายละเอียดการตกแต่งมากมาย ไม่ชอบใส่ชุดที่มีโบว์หรือระบาย นิยมใช้ผ้าใยธรรมชาติเป็นหลัก กระเป๋า รองเท้าทำจากหนัง สีหลักที่คนกลุ่มนี้จะสวมใส่จะเป็นสีกลางๆ สุขุม ไม่ฉูดฉาดและไม่หลากหลาย ได้แก่ สีดำ สีขาว สีกรมท่า สีเทา สีครีม และสีกาบิ ส่วนเนื้อผ้าจะนิยมผ้าเรียบ สีพื้นที่มีความทึบ ไม่นิยมเนื้อผ้าที่มีพื้นผิวที่มากเกินไปและผ้าที่มีลวดลาย ในการเลือกซื้อเสื้อผ้า คนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับคุณภาพมาก ถ้าหากเปรียบเทียบกับบุคลิกภาพแบบอื่นๆ บุคลิกภาพแบบคลาสสิกนี้จะเป็นผู้ที่ลงทุนกับการแต่งกายมากที่สุด เพราะคนกลุ่มนี้ยินดีที่จะจ่ายเงินจำนวนมากกว่าเพื่อแลกกับเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่มีคุณค่า มีความคงทน ถาวร ใช้ได้ในระยะยาวและไม่ฉาบฉวย

คำสำคัญที่แสดงลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ โก้หรู ประณีต สะอาดตา สุภาพ เรียบง่าย

2. กลุ่มลำลองและเป็นธรรมชาติ (Casual and Natural)

คนกลุ่มนี้เป็นคนเรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก คล่องตัว หากพูดถึงเรื่องของการแต่งกายจะให้ความสำคัญกับเรื่องของความเหมาะสมในการใช้งาน ดูแลรักษาง่าย และสวมใส่สบาย ดังนั้นเนื้อผ้าที่เป็นที่ชื่นชอบจึงเป็นเนื้อผ้าที่มีความยืดหยุ่นเพื่อความคล่องตัวเช่นกัน เช่น ผ้ายืด ผ้าถัก เสื้อยืด กางเกงยีนส์ หากเป็นเสื้อผ้าที่ดูซับซ้อนวุ่นวาย รายละเอียดมากจึงไม่ใช่แบบที่คนกลุ่มนี้ชอบเลย และ

หากพูดถึงความหลากหลายในการแต่งกายของคนกลุ่มนี้ ในแต่ละโอกาสการใช้งาน เช่น ชุดทำงาน และชุดลำลอง จะมีความใกล้เคียงกันมาก หรือบางชุดอาจใช้ใส่ในหลายโอกาสเลยก็เป็นได้ รองเท้าคู่โปรดของคนกลุ่มนี้มักจะเป็นรองเท้าผ้าใบ รองเท้าแตะ และรองเท้าที่ไม่มีส้น คนกลุ่มนี้จะไม่สนใจแฟชั่นมากนัก และจะไม่เปลี่ยนรองเท้าและกระเป๋าบ่อย จะใช้รองเท้าและกระเป๋าคู่เดียว ใบบนเดียวไปเรื่อยๆ และหากพูดถึงเครื่องประดับ คนกลุ่มนี้จะใช้เครื่องประดับเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยรวมแล้วเหตุผลหลักในการเลือกซื้อและเลือกใช้เสื้อผ้าสำหรับคนกลุ่มนี้คือความสบายและคล่องตัวการแต่งหน้า ทำผม สำหรับคนกลุ่มนี้จะแต่งแบบเรียบง่ายและเป็นธรรมชาติ

คำสำคัญที่แสดงลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ เรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก คล่องตัว สบาย ยืดหยุ่น

3. กลุ่มโรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง (Romantic and Feminine)

ลักษณะของบุคลิกภาพการแต่งกายแบบโรแมนติก คือ รูปแบบเสื้อผ้าที่มีความเป็นผู้หญิงมาก มีการตกแต่งรายละเอียดบนเสื้อผ้าด้วยโบว์ ระบาย ลูกไม้ การจับจีบ เพื่อแสดงถึงความน่ารัก อ่อนหวาน แบบผู้หญิง นิยมผ้าที่มีผิวสัมผัสนุ่ม ลื่น หรือกัมมะหยี่ คนกลุ่มนี้จะนิยมกระโปรงที่ยาวคลุมเข่าหรืออาจยาวกว่านั้น ในช่วงที่อากาศหนาวมักเลือกที่จะใส่เสื้อคลุมไหมพรม หรือเสื้อถักมากกว่าเสื้อแจ๊คเก็ต นิยมเสื้อผ้าที่ช่วยส่งเสริมสรีระ ส่วนเว้าส่วนโค้ง ให้ดูสวยงาม มีเสน่ห์ และมีความเป็นผู้หญิง น่ารัก กลุ่มสีที่เป็นที่ชื่นชอบของคนกลุ่มนี้คือสีพาสเทลที่มีความหวานละมุนตา และชอบที่จะใส่เสื้อผ้าที่มีลวดลายของดอกไม้ หากเป็นกางเกงก็จะนิยมกางเกงขาค้นมากกว่ากางเกงที่มีทรงแข็งทื่อ เครื่องประดับที่เลือกใช้มักมีรูปแบบโบราณซึ่งอาจจะเป็นของโบราณหรือของที่ทำเสมือนของโบราณก็ได้ รองเท้าส้นสูงเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญของคนกลุ่มนี้ เพราะคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยงามมากกว่าความสะดวกสบายในการใช้สอย

คำสำคัญที่แสดงลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ ความเป็นผู้หญิง การตกแต่งรายละเอียด อ่อนหวาน มีเสน่ห์ ละมุน

4. กลุ่มเรียบง่าย (Minimalists)

คนกลุ่มนี้จะนิยมเสื้อผ้าที่มีรูปแบบและรูปทรงที่ดูเรียบง่าย ไม่มีสีสันทันที และสีสันทันทีไม่ฉูดฉาด เวลาแต่งกายนิยมใส่สีเดียวทั้งชุดหรือใช้สีที่ใกล้เคียงกันเพื่อให้ดูกลมกลืนกัน และโดยส่วนมากจะเป็นสีกลาง เช่น สีดำ สีเทา สีขาว สีครีม และสีน้ำตาล หากจะใส่สีสันทันทีจะต้องเป็นสีที่ลดระดับความสดใสมาลงมาแล้ว เช่น สีฟ้าอมเทา สีส้มอมน้ำตาล ไม่นิยมเสื้อผ้าที่มีรายละเอียดตกแต่งมาก เช่น ระบาย จีบ รูด ฯลฯ รูปแบบเสื้อผ้าจะดูเรียบง่ายและน้อยที่สุด

คำสำคัญที่แสดงลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ น้อย เรียบง่าย ไม่ฉูดฉาด กลมกลืน สีกลาง

5. กลุ่มสร้างสรรค์ (Creative)

คนกลุ่มนี้จะมีความมั่นใจในตัวเองและมีความเป็นตัวของตัวเองสูง เป็นคนที่ต้องการแสดงความเป็นตัวตนที่แท้จริงของตนเองออกมาโดยผ่านทางรูปแบบและลักษณะของการแต่งกายที่ไม่จำเป็นต้องเหมือนใคร ไม่กลัวที่จะทดลองแต่งกายในแบบต่างๆ เสื้อผ้าและเครื่องประดับที่สามารถดึงดูดความสนใจของคนกลุ่มนี้ได้จะต้องเป็นเสื้อผ้าที่มีความโดดเด่น อาจจะเป็นเสื้อผ้าที่มีการออกแบบในลักษณะอสมมาตร มีเส้นสาย โครงร่างเงา รูปแบบ รูปทรงและสีสันทื่นน่าสนใจ อาจมีการนำสิ่งต่างๆ ที่แตกต่างกันมาผสมผสานใส่ด้วยกันเพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการแต่งกายของตนเอง การแต่งหน้าและทรงผมของคนกลุ่มนี้จะต้องสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับเสื้อผ้าที่สวมใส่ซึ่งต้องโดดเด่นและแตกต่าง ไม่นิยมที่จะซื้อเสื้อผ้าทั้งชุดที่ทางร้านลองจับคู่ไว้ให้เป็นตัวอย่าง แต่จะซื้อแยกชิ้นแล้วหาวิธีในการใส่และจับคู่กับเสื้อผ้าชิ้นๆ ด้วยตัวเองจนกลายเป็นผู้นำแฟชั่นไปโดยไม่รู้ตัว คนกลุ่มนี้จะมีความสุขกับการได้หยิบจับอะไรที่บางครั้งคนอื่นอาจจะมองว่าไม่เข้ากันมาใส่ด้วยกัน เช่น ใส่เสื้อสูทที่ตัดอย่างประณีตกับชุดกระโปรงกรวยกราย เป็นต้น คนกลุ่มนี้มักจะใช้เวลาและใช้เงินไปกับการเลือกซื้อสินค้า เสื้อผ้า เครื่องประดับที่นาสนใจ นิยมที่จะหาซื้อสินค้าจากร้านค้าหรือแหล่งขายสินค้าที่ไม่ใช่กระแสหลัก และสามารถนำเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่มีสีสันทื่นผิว รูปแบบ ที่แตกต่างกันมาอยู่ด้วยกันได้อย่างลงตัว การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าและเครื่องประดับของคนกลุ่มนี้จะไม่คำนึงถึงการใช้งานและราคามากนัก จะคำนึงถึงเรื่องของรูปแบบว่าเสื้อผ้าชิ้นไหนที่จะช่วยให้ดูโดดเด่นได้

คำสำคัญที่แสดงลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ สร้างสรรค์ มั่นใจ โดดเด่น แตกต่าง ดึงดูด

ตารางที่ 32: ตารางสรุปคำสำคัญของกลุ่มบุคลิกภาพการแต่งกาย

บุคลิกภาพการแต่งกาย	คำสำคัญ
กลุ่มคลาสสิก (Classic)	โก้หรู ประณีต สะอาดตา สุภาพ เรียบง่าย
กลุ่มลำลองและเป็นธรรมชาติ (Casual and Natural)	เรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก คล่องตัว สบาย ยืดหยุ่น
กลุ่มโรแมนติกและมีความเป็นผู้หญิง (Romantic and Feminine)	ความเป็นผู้หญิง การตกแต่งรายละเอียด อ่อนหวาน มีเสน่ห์ ละมุน
กลุ่มเรียบง่าย (Minimalists)	น้อย เรียบง่าย ไม่ฉูดฉาด กลมกลืน สีกกลาง
กลุ่มสร้างสรรค์ (Creative)	สร้างสรรค์ มั่นใจ โดดเด่น แตกต่าง ดึงดูด

ระดับตลาด และลักษณะตลาดที่สอดคล้องกับสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจากผ้าไทย
 ในปัจจุบันตลาดเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มของประเทศญี่ปุ่น สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทหลัก
 ดังนี้

ประเภทตลาด	รายละเอียด
ตลาดระดับล่าง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ซื้อไม่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานและคุณภาพของสินค้ามากนัก 2. ผู้ซื้อตลาดนี้โดยส่วนมากจะให้ความสำคัญกับเรื่องของราคาและความพึงพอใจในรูปแบบสินค้า
ห้างสรรพสินค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ซื้อในตลาดนี้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามาก ดังนั้นสินค้าในตลาดนี้จะมีราคาสูงแต่เหมาะสมกับคุณภาพ 2. สินค้าส่วนใหญ่ขายอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำของญี่ปุ่น เช่น มิโซคุชิ โตคิว เป็นต้น
ตลาดค้าปลีก	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาดค้าปลีกในญี่ปุ่นถือได้ว่าเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงมาก 2. ตลาดค้าปลีกขนาดใหญ่ของประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ อีออน อิโตโยกาโต้ ยูนิโกล เป็นต้น 3. ห้างสรรพสินค้าเหล่านี้ถือเป็นร้านค้าที่อยู่ในลักษณะของการจัดจำหน่ายสินค้าทั่วไป

จากข้อมูลการแบ่งตลาดสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มของประเทศญี่ปุ่น ตลาดที่เหมาะสมกับคุณภาพและราคา รวมถึงต้นทุนการผลิต สินค้าเครื่องนุ่งห่มจากผ้าไทยมากที่สุด คือ ห้างสรรพสินค้า เพราะห้างสรรพสินค้าจะเน้นการคัดสรรสินค้าคุณภาพดี เพื่อกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง หากแต่การจะนำสินค้าเข้าไปสู่ตลาดนี้ก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายเช่นเดียวกัน เพราะจะมีคู่แข่งทางการตลาดที่สำคัญ คือ กลุ่มสินค้าแบรนด์เนมที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอยู่แล้ว ดังนั้น หากต้องการมีที่ยืนในตลาดนี้ผู้ประกอบการและนักออกแบบจะต้องทำให้สินค้าของตนนั้นเป็นที่รู้จักเสียก่อน จากที่ได้กล่าวไว้แล้วว่า ในปัจจุบัน วิธีการตลาดที่สำคัญอีกวิธีหนึ่งของผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่น คือ การเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าตามประเทศต่างๆ ในลักษณะของผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เพื่อการลดต้นทุนสินค้า และงานแสดงสินค้าต่างๆก็นับเป็นเป้าหมายหลักของผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ซึ่งอาจจะเป็นการเริ่มต้นที่ดีหากนักออกแบบและผู้ประกอบการไทยจะสร้างสรรค์สินค้าเพื่อนำเสนอผ่านงานงานแสดงสินค้าในช่วงของการเริ่มต้นการทำธุรกิจกับกลุ่มผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น

ประเด็นที่ 4 แนวทางการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาดญี่ปุ่น

1. ลูกค้านักญี่ปุ่นโดยเฉพาะเพศหญิง จะมีความเป็นปัจเจกบุคคลจำนวนมาก ดังนั้นจึงควรเป็นเสื้อผ้าที่มีการออกแบบสร้างสรรค์ที่ช่วยส่งเสริมตัวตน มีความแปลกใหม่ และแตกต่าง
2. ด้วยพื้นฐานของคนญี่ปุ่นที่ชอบประดิษฐ์คิดค้น และพัฒนาสิ่งใหม่ๆ คนญี่ปุ่นจึงคาดหวังที่จะเห็นสินค้าใหม่ๆตลอดเวลา ดังนั้นการทำธุรกิจกับคนญี่ปุ่น ควรมีสินค้าออกใหม่อย่างต่อเนื่อง

3. จากวิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมา ทำให้คนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับเรื่องของความคุ้มค่า คุณภาพดี และมีกำหนดราคาขายที่สมเหตุสมผล
4. ปัจจุบันคนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับเรื่องของสุขภาพ การเข้าหาธรรมชาติ ลดความเครียด และนิยมการใช้ชีวิตที่เรียบง่ายมากขึ้น ดังนั้นสินค้าที่สนใจจึงควรเป็นสินค้าที่ไม่เป็นทางการมากนัก เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตแบบผ่อนคลายมากขึ้น
5. ในปัจจุบันมีกระแสความนิยมเรื่องของศิลปวัฒนธรรม และงานหัตถกรรม ที่คนญี่ปุ่นให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก และประเมินคุณค่าของสินค้าที่มีความเป็นศิลปวัฒนธรรมต่างๆไว้ในระดับสูง ดังนั้นหากหยิบประเด็นของศิลปวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางของการพัฒนาสินค้าก็น่าจะเป็นทางเลือกที่ดีทางหนึ่ง หากแต่โดยพื้นฐานของคนญี่ปุ่นนั้น มักติดตามแฟชั่นของยุโรปและอเมริกา ดังนั้น รูปแบบสินค้าจึงควรให้ความสำคัญกับการออกแบบที่เป็นสากลด้วย และสอดคล้องกับกระแสความนิยมในขณะนั้นๆด้วย
6. เนื่องจากกระแสความนิยมในเรื่องต่างๆในประเทศญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นสำหรับการทำธุรกิจ จึงไม่ควรมึปริมาณของจำนวนมากเกินไป แต่ควรมีหลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 การสรุปข้อมูลแนวทางการแต่งกายและการเลือกผ้าให้เหมาะสมกับสตรีญี่ปุ่นแต่ละกลุ่ม

ในส่วนของแนวทางการแต่งกาย ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยโดยใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์สไตล์อาร์น่าเป็นหลัก โดยการนำภาพถ่ายคนญี่ปุ่น จำนวน 1,086 คนมาวิเคราะห์หาแนวทางการแต่งกายที่เป็นที่นิยม และข้อมูลอีกหนึ่งส่วนที่สำคัญ คือ แนวทางในการเลือกผ้าไทยให้เหมาะสมกับสตรีญี่ปุ่นในฤดูกาลและบุคลิกภาพการแต่งกายที่แตกต่างกันจากการแสดงความคิดเห็นร่วมกันของผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้นข้อมูลในส่วนนี้จะเป็ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพซึ่งจะทำการสรุปผลด้วยวิธีการจัดระดับคำแนะนำ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับที่	คำแนะนำ	วิเคราะห์แนวทางการแต่งกาย ค่าร้อยละ	วิเคราะห์แนวทางการเลือกผ้า ระดับคะแนน
1	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	71 – 100	9 - 11
2	แนะนำให้นำไปใช้มาก	51 – 70	7 – 8
3	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง	31 – 50	5 – 6
4	แนะนำให้นำไปใช้น้อย	11 – 30	3 – 4
5	ไม่แนะนำให้นำไปใช้	0 - 10	0 - 2

แยกตามกลุ่มย่อยทั้งหมด 12 กลุ่มย่อย ดังนี้

กลุ่ม	บุคลิกภาพการแต่งกายหลัก	ฤดูกาล
กลุ่มย่อยที่ 1	ลำลอง	ฤดูใบไม้ผลิ
กลุ่มย่อยที่ 2	สร้างสรรค์	ฤดูใบไม้ผลิ
กลุ่มย่อยที่ 3	คลาสสิก	ฤดูใบไม้ผลิ
กลุ่มย่อยที่ 4	ลำลอง	ฤดูร้อน
กลุ่มย่อยที่ 5	มีความเป็นผู้หญิง	ฤดูร้อน
กลุ่มย่อยที่ 6	สร้างสรรค์	ฤดูร้อน
กลุ่มย่อยที่ 7	ลำลอง	ฤดูใบไม้ร่วง
กลุ่มย่อยที่ 8	คลาสสิก	ฤดูใบไม้ร่วง
กลุ่มย่อยที่ 9	สร้างสรรค์	ฤดูใบไม้ร่วง
กลุ่มย่อยที่ 10	คลาสสิก	ฤดูหนาว
กลุ่มย่อยที่ 11	สร้างสรรค์	ฤดูหนาว
กลุ่มย่อยที่ 12	ลำลอง	ฤดูหนาว

สรุปผลคำตอบ

สำหรับการสรุปผล จะทำการสรุปเป็น 3 ระดับ ได้แก่ แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด แนะนำให้นำไปใช้มาก และแนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง โดยแยกเป็นส่วนองค์ประกอบการออกแบบซึ่งมาจากการวิเคราะห์วิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย และแนวทางการเลือกใช้ผ้า

กลุ่มย่อยที่ 1: บุคลิกภาพลำลอง / ฤดูใบไม้ผลิ			
	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบการออกแบบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่ต้องมีบุคลิกภาพรองอันดับ 2 2. เสื้อพอดิตัว 3. กระโปรงตัวหลวม 4. ไม่ต้องใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 5. ไม่ต้องมีการประดับตกแต่ง 6. ไม่ใส่ผ้าพันคอ 7. ไม่ใส่หมวก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า 2. จำนวนชั้นที่ใส่ 3 ชั้น 3. กางเกงพอดิตัว 4. ชุดกระโปรงพอดิตัว 5. ใช้สีขาว เทา ดำ เป็นสีรองอันดับ 1 6. ไม่ต้องมีลายผ้า 7. หากใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษควรใช้ในปริมาณร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวม 8. หากมีการประดับตกแต่งควรใช้ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลิกภาพรอง 1 แบบมีความเป็นผู้หญิง 2. แบ่งช่วงตัวที่เส้นเอว 3. แบ่งช่วงตัวที่เส้นสะโพก 4. จำนวนชั้นที่ใส่ 4 ชั้น 5. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน 6. ความยาวเสื้อคลุมตัวนอกระดับสะโพกบน 7. ความยาวเสื้อคลุมตัวนอกระดับสะโพกล่าง 8. ความยาวกระโปรงระดับข้อเท้า 9. ความยาวกางเกงระดับสั้นมาก

		9. ไม่ต้องใส่ถุงน่อง	10. ความยาวชุดกระโปรงระดับสั้น 11. ความยาวชุดกระโปรงระดับปานกลาง 12. เสื้อคลุมพอดีตัว 13. เสื้อคลุมตัวหลวม 14. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีหลัก 15. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีรองอันดับ 2 (ในกรณีที่สีหลักเป็นสีอื่น) 16. มีการใช้ผ้าที่มีลวดลาย 17. หากมีการใช้ผ้าลายควรใช้ ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 และ 21 – 40 ของภาพรวม 18. ใช้ลวดลายที่เกิดจากกระบวนการทอ 19. ใช้ลวดลายที่เกิดจากการพิมพ์ต่อลายผ้า 20. ลวดลายธรรมชาติ 21. ใส่ถุงน่อง
แนวทางการเลือกผ้า	1. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับทำเสื้อคลุมตัวนอก 2. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับทำกระโปรง 3. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับทำชุดกระโปรง 4. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสง เทียบเท่าผ้าไหม 1 – 2 เส้น ในการทำเสื้อ	1. ใช้ผ้าฝ้าย 2. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับทำเสื้อ 3. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับทำกางเกง 4. ใช้ผ้าเนื้อหนา เทียบเท่าผ้าไหม 3 – 4 เส้น ในการทำเสื้อคลุมตัวนอก 5. ใช้ผ้าเนื้อหนา เทียบเท่าผ้าไหม 3 – 4 เส้น ในการทำกระโปรง 6. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสง เทียบเท่าผ้าไหม 1 – 2 เส้น ในการทำกางเกง 7. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสง เทียบเท่าผ้าไหม 1 – 2 เส้น ในการทำชุดกระโปรง	1. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสง เทียบเท่าผ้าไหม 1 – 2 เส้น ในการทำเสื้อคลุมตัวนอก 2. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสง เทียบเท่าผ้าไหม 1 – 2 เส้น ในการทำกระโปรง 3. ใช้ผ้าเนื้อหนา เทียบเท่าผ้าไหม 3 – 4 เส้น ในการทำกางเกง
กลุ่มย่อยที่ 2: บุคลิกภาพสร้างสรรค์ / ฤดูใบไม้ผลิ			
	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง

	ที่สุด		
องค์ประกอบการ ออกแบบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า 2. จำนวนชั้นที่ใส่ 3 ชั้น 3. กางเกงพอดีตัว 4. ไม่จำเป็นต้องใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 5. ไม่จำเป็นต้องมีการประดับตกแต่งผ้า 6. ไม่จำเป็นต้องใส่ผ้าพันคอ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลิกภาพรอง 1 แบบลำลอง 2. กางเกงระดับสั้นมาก 3. เสื้อพอดีตัว 4. เสื้อคลุมตัวหลวม 5. กระโปรงตัวหลวม 6. ชุดกระโปรงตัวหลวม 7. ใช้สีขาว เทา ดำ เป็นสีรองอันดับ 1 8. มีการใช้ผ้าที่มีลวดลาย 9. ใส่ถุงน่อง 10. ไม่ใส่หมวก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่ต้องมีบุคลิกภาพรองอันดับ 2 2. แบ่งช่วงตัวที่เส้นสะโพก 3. ความยาวเสื้อระดับสะโพกล่าง 4. ความยาวเสื้อคลุมตัวนอกระดับสะโพกล่าง 5. ความยาวเสื้อคลุมตัวนอกระดับหน้าขา 6. ความยาวชุดกระโปรงระดับสั้นมาก 7. ความยาวชุดกระโปรงระดับกลางน่อง 8. เสื้อคลุมพอดีตัว 9. กระโปรงพอดีตัว 10. ชุดกระโปรงพอดีตัว 11. โครงร่างเงาแบบตัวหลวม-ตัวหลวม 12. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นกลุ่มสีหลัก 13. ใช้สีดำเป็นสีหลัก 14. ใช้กลุ่มสีสดใสเป็นสีรองอันดับ 2 15. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีรองอันดับ 2 16. ไม่จำเป็นต้องใช้ผ้าที่มีลวดลาย 17. หากมีการใช้ผ้าลายควรใช้ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 และ 21 – 40 ของภาพรวม 18. ใช้ผ้าที่ลวดลายเกิดจากกระบวนการทอ 19. ใช้ผ้าที่ลวดลายเกิดจากการพิมพ์ต่อลาย 20. ใช้ลวดลายธรรมชาติ 21. ไม่ใส่ถุงน่อง 22. ใส่หมวก
แนวทางการเลือกผ้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงเทียบเท่าผ้าไหม 1 – 2 เส้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าไหม 2. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับทำเสื้อ

	ในการทำเสื้อ	สำหรับทำชุดกระโปรง 3. ใช้ผ้าเนื้อหนา เทียบเท่าผ้าไหม 3 – 4 เส้นในการทำกระโปรง 4. ใช้ผ้าเนื้อหนา เทียบเท่าผ้าไหม 3 – 4 เส้นในการทำกางเกง 5. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสง เทียบเท่าผ้าไหม 1 – 2 เส้นในการทำชุดกระโปรง	2. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับทำเสื้อคลุมตัวนอก 3. ใช้ผ้าผิวขรุขระสำหรับทำกระโปรง 4. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับทำกางเกง 5. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสง เทียบเท่าผ้าไหม 1 – 2 เส้นในการทำเสื้อคลุมตัวนอก 6. ใช้ผ้าเนื้อหนา เทียบเท่าผ้าไหม 3 – 4 เส้นในการทำเสื้อคลุมตัวนอก
กลุ่มย่อยที่ 3: บุคลิกภาพคลาสสิก / ฤดูใบไม้ผลิ			
	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบการออกแบบ	1. บุคลิกภาพทรง 1 แบบมีความเป็นผู้หญิง 2. ไม่ต้องมีบุคลิกภาพทรง 2 3. ความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า 4. ความยาวกางเกงระดับข้อเท้า 5. ความยาวชุดกระโปรงระดับสั้นมาก 6. เสื้อพอดี้ตัว 7. ชุดกระโปรงพอดี้ตัว 8. ไม่จำเป็นต้องใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 9. ไม่จำเป็นต้องมีการประดับตกแต่งผ้า 10. ไม่ใส่หมวก	1. จำนวนชิ้นที่สวมใส่ 3 ชิ้น 2. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน 3. เสื้อคลุมพอดี้ตัว 4. กางเกงพอดี้ตัว 5. โครงร่างเงาแบบพอดี้ตัว – พอดี้ตัว 6. ใช้กลุ่มสีขาว เทา ดำ เป็นสีรอง 1 7. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีรอง 2 8. ไม่จำเป็นต้องมีการใช้ลายผ้า 9. ถ้ามีการใช้ลายผ้าให้ใช้ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมชุด 10. หากมีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษให้ใช้ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมชุด 11. ใส่ถุงน่อง 12. ไม่ใส่ผ้าพันคอ	1. เส้นแบ่งช่วงตัวที่เส้นเอว 2. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว 3. ความยาวเสื้อคลุมตัวนอกระดับหน้าขา 4. ความยาวกระโปรงระดับสั้นและสั้นมาก 5. เสื้อคลุมตัวหลวม 6. กระโปรงพอดี้ตัวและตัวหลวม 7. กางเกงเข้ารูป 8. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นกลุ่มสีหลัก 9. ใช้สีดำเป็นสีหลัก 10. มีการใช้ลายผ้า 11. ใช้ผ้าที่ลวดลายเกิดจากกระบวนการทอ และการพิมพ์แบบต่อลาย 12. ใช้ลวดลายธรรมชาติ
แนวทางการเลือกผ้า	1. ใช้ผ้าไหม 2. ใช้ผ้าผิวเรียบสำหรับเสื้อ 3. ใช้ผ้าผิวเรียบสำหรับกางเกง 4. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ	1. ใช้ผ้าผิวเรียบสำหรับชุดกระโปรง 2. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ใช้ผ้าผิวเรียบ หรือ ผิวเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก 2. ใช้ผ้าผิวเรียบสำหรับกระโปรง

	เสื้อ 5. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ ชุดกระโปรง	3. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับ กระโปรง	3. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสง หรือ ผ้า เนื้อหนาสำหรับกางเกง
กลุ่มย่อยที่ 4: บุคลิกภาพลำลอง / ฤดูร้อน			
	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบการ ออกแบบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2 2. ไม่ต้องใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 3. ไม่ต้องประดับตกแต่งผ้า 4. ไม่ใส่ถุงน่อง 5. ไม่ใส่ผ้าพันคอ 6. ไม่ใส่หมวก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลิกภาพรอง 1 แบบมีความเป็นผู้หญิง 2. ความยาวกระโปรงระดับสั้น 3. เสื้อคลุมตัวหลวม 4. กระโปรงตัวหลวม 5. กางเกงพอดิตัว 6. ชุดกระโปรงพอดิตัว 7. ใช้กลุ่มสีชาวน เทา ดำเป็นสีรอง 1 8. ไม่ต้องใช้ผ้าลาย 9. ถ้ามีลายผ้าใช้ลายที่เกิดจากการพิมพ์ต่อลาย 10. ใช้ลวดลายธรรมชาติ 11. หากใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษให้ใช้ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมชุด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความยาวโดยรวมระดับสั้นมาก 2. แบ่งช่วงตัวที่เส้นเอวและเส้นสะโพก 3. จำนวนชั้นที่ใส่ 2 – 3 ชั้น 4. ความยาวเสื้อระดับสะโพกล่างหรือใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน 5. ความยาวเสื้อคลุมตัวนอกระดับสะโพกล่างและสะโพกบน 6. กางเกงระดับสั้นมาก 7. ชุดกระโปรงระดับสั้นมาก และสั้น 8. เสื้อพอดิตัว และตัวหลวม 9. เสื้อคลุมพอดิตัว 10. กระโปรงพอดิตัว 11. ชุดกระโปรงตัวหลวม 12. โครงร่างเงาแบบตัวหลวม – ตัวหลวม 13. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีหลัก 14. ใช้กลุ่มสีสดใสเป็นสีรองอันดับ 2 15. หากใช้ผ้าที่มีลวดลายให้ใช้ในปริมาณร้อยละ 21 – 40 และ 41 – 60 ของภาพรวมชุด 16. หากมีการตกแต่งผ้าให้ใช้ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 และ 21 – 40 ของภาพรวมชุด
แนวทางการเลือกผ้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าฝ้าย 2. ใช้ผ้าฝ้ายเรียบแต่บางช่วงขรุขระสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก 3. ใช้ผ้าฝ้ายเรียบแต่บางช่วงขรุขระสำหรับกระโปรง 4. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับเสื้อ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าฝ้ายเรียบแต่บางช่วงขรุขระสำหรับชุดกระโปรง 2. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าฝ้ายเรียบแต่บางช่วงขรุขระสำหรับเสื้อ 2. ใช้ผ้าฝ้ายเรียบแต่บางช่วงขรุขระสำหรับกางเกง

	5. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ กระโปรง		
	6. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ กางเกง		
	7. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ ชุดกระโปรง		
กลุ่มย่อยที่ 5: บุคลิกภาพเป็นผู้หญิง / ฤดูร้อน			
	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบการ ออกแบบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2 2. แบ่งช่วงตัวที่เส้นเอว 3. จำนวนชั้นที่ใส่ 2 ชั้น 4. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน 5. กางเกงยาวระดับกลางน่อง 6. เสื้อพอดี้ตัว 7. กางเกงพอดี้ตัวตัว 8. หากใช้ผ้าลายให้ใช้ผ้าที่เกิด จากลายพิมพ์แบบต่อลาย 9. ไม่ต้องใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 10. ไม่ต้องตกแต่งผ้า 11. ไม่ใส่ถุงน่อง 12. ไม่ใส่ผ้าพันคอ 13. ไม่ใส่หมวก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความยาวโดยรวมระดับสั้น 2. เสื้อคลุมตัวนอกยาวระดับ สะโพกล่าง 3. กระโปรงยาวระดับสั้น 4. ชุดกระโปรงยาวระดับสั้น 5. เสื้อคลุมตัวหลวม 6. ชุดกระโปรงพอดี้ตัว 7. โครงร่างเงาพอดี้ตัว – พอดี้ ตัว 8. มีการใช้ลายผ้า 9. หากใช้ลายผ้าให้ใช้ลาย ธรรมชาติ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลิกภาพรอง 1 แบบ คลาสสิก และลำลอง 2. จำนวนชั้นที่ใส่ 1 ชั้น 3. เสื้อคลุมตัวนอกยาวระดับ สะโพกบน 4. เสื้อคลุมพอดี้ตัว 5. กระโปรงพอดี้ตัว และตัว หลวม 6. ชุดกระโปรงตัวหลวม 7. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีหลัก 8. ใช้กลุ่มสีขาว เทา ดำเป็นสีรอง 1 9. ใช้กลุ่มสีสดใสเป็นสีรอง 2 10. หากใช้ลายผ้าให้ใช้ในปริมาณ ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมชุด 11. หากใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ ให้ ใช้ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 ของ ภาพรวมชุด
แนวทางการเลือกผ้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ เสื้อ 2. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ เสื้อคลุมตัวนอก 3. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ กระโปรง 4. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ กางเกง 5. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ ชุดกระโปรง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าไหม 2. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วง ขรุขระสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก 3. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วง ขรุขระสำหรับกระโปรง 4. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วง ขรุขระสำหรับกางเกง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วง ขรุขระสำหรับเสื้อ 2. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วง ขรุขระสำหรับชุดกระโปรง
กลุ่มย่อยที่ 6: บุคลิกภาพสร้างสรรค์ / ฤดูร้อน			

	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบการ ออกแบบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลิกภาพรอง 1 แบบ ลำลอง 2. เสื้อคลุมพอดิตัว 3. กระโปรงตัวหลวม 4. ใช้กลุ่มสีขาว เทา ดำ เป็น สีรอง 1 5. ไม่ต้องใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 6. ไม่ต้องตกแต่งผ้า 7. ถ้าจะตกแต่งให้ใช้ในปริมาณ ร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมชุด 8. ไม่ใส่ผ้าพันคอ 9. ไม่ใส่หมวก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน 2. ชุดกระโปรงตัวหลวม 3. มีการใช้ผ้าลาย 4. หากใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ ให้ใช้ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมชุด 5. ไม่ใส่ถุงน่อง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลิกภาพรอง 2 แบบเป็น ผู้หญิง หรือ ไม่มีบุคลิกภาพ รอง 2 2. ความยาวโดยรวมระดับ ข้อเท้า 3. แบ่งช่วงตัวที่เส้นเอว 4. จำนวนชั้นที่ใส่ 2 – 3 ชั้น 5. เสื้อคลุมตัวนอกยาวระดับ สะโพกบน 6. กระโปรงยาวระดับสั้นมาก สั้น และกลางน่อง 7. กางเกงยาวระดับสั้นมากและ กลางน่อง 8. ชุดกระโปรงยาวระดับปาน กลาง (เข้า) 9. เสื้อพอดิตัว 10. กางเกงตัวหลวม 11. ชุดกระโปรงพอดิตัว
แนวทางการเลือกผ้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วง ขรุขระสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก 2. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วง ขรุขระสำหรับชุดกระโปรง 3. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ เสื้อ 4. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ เสื้อคลุมตัวนอก 5. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ กระโปรง 6. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ กางเกง 7. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับ ชุดกระโปรง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าไหม 2. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วง ขรุขระสำหรับกระโปรง 3. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วง ขรุขระสำหรับกางเกง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วง ขรุขระสำหรับเสื้อ
กลุ่มย่อยที่ 7: บุคลิกภาพลำลอง / ฤดูใบไม้ร่วง			
	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบการ ออกแบบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. กางเกงยาวระดับสั้นมาก 2. ชุดกระโปรงพอดิตัว 3. ใช้กลุ่มสีสดใสเป็นสีรอง 2 4. ไม่ต้องใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่มีบุคลิกภาพรอง 2 2. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน 3. เสื้อคลุมตัวนอกยาวระดับ สะโพกล่าง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลิกภาพรอง 1 แบบเป็น ผู้หญิง 2. ความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า 3. แบ่งช่วงตัวที่เส้นเอว และเส้น

	<p>5. ไม่ใส่ผ้าพันคอ</p> <p>6. ไม่ใส่หมวก</p>	<p>4. กระโปรงยาวระดับสั้น</p> <p>5. ชุดกระโปรงยาวระดับสั้นมาก</p> <p>6. เสื้อพอดี้ตัว</p> <p>7. เสื้อคลุมตัวหลวม</p> <p>8. กระโปรงตัวหลวม</p> <p>9. กางเกงพอดี้ตัว</p> <p>10. ใช้กลุ่มสีขาว เทา ดำ เป็นสีรอง 1</p> <p>11. ไม่ต้องใช้ลายผ้า</p> <p>12. หากใช้ลายผ้าให้ใช้ในปริมาณร้อยละ 21- 40 ของภาพรวมชุด</p> <p>13. ไม่มีการตกแต่งผ้า</p> <p>14. หากมีการตกแต่งผ้าจะใช้ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมชุด</p> <p>15. ไม่ใส่ถุงน่อง</p>	<p>สะโพก</p> <p>4. จำนวนชั้นที่สวมใส่ 2 – 3 ชั้น</p> <p>5. ชุดกระโปรงยาวระดับสั้น</p> <p>6. เสื้อคลุมพอดี้ตัว</p> <p>7. กระโปรงพอดี้ตัว</p> <p>8. โครงร่างเงา พอดี้ตัว – พอดี้ตัว และ ตัวหลวม – ตัวหลวม</p> <p>9. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีหลัก</p> <p>10. ลายผ้าที่ใช้ควรเกิดจากกระบวนการทอ และการพิมพ์แบบต่อลาย</p> <p>11. หากใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษควรใช้ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 ละ 21 – 40 ของภาพรวมชุด</p>
แนวทางการเลือกผ้า	<p>1. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วงขรุขระสำหรับเสื้อ</p> <p>2. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วงขรุขระสำหรับกระโปรง</p> <p>3. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วงขรุขระสำหรับชุดกระโปรง</p>	<p>1. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วงขรุขระสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก</p> <p>2. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อ</p> <p>3. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก</p> <p>4. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับกระโปรง</p> <p>5. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับกางเกง</p> <p>6. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับชุดกระโปรง</p>	<p>1. ใช้ได้ทั้งผ้าไหมและผ้าฝ้าย</p> <p>2. ใช้ผ้าผิวเรียบแต่บางช่วงขรุขระสำหรับกางเกง</p>
กลุ่มย่อยที่ 8: บุคลิกภาพคลาสสิก / ฤดูใบไม้ร่วง			
	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบการออกแบบ	<p>1. เสื้อคลุมตัวหลวม</p> <p>2. ไม่ใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ</p> <p>3. ไม่ใส่ผ้าพันคอ</p> <p>4. ไม่ใส่หมวก</p>	<p>1. ไม่ต้องมีบุคลิกภาพรอง 2</p> <p>2. แบ่งช่วงตัวที่เส้นเอว</p> <p>3. จำนวนชั้นที่ใส่ 3 ชั้น</p> <p>4. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน</p> <p>5. ความยาวกระโปรงระดับสั้น</p> <p>6. ความยาวชุดกระโปรง</p>	<p>1. บุคลิกภาพรอง 1 แบบลำลองและแบบเป็นผู้หญิง</p> <p>2. ความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า</p> <p>3. จำนวนชั้นที่ใส่ 2 ชั้น</p> <p>4. ความยาวเสื้อระดับสะโพกบน</p> <p>5. ความยาวเสื้อคลุมตัวนอกระดับสะโพกล่างและหน้าขา</p>

		<p>ระดับสั้น</p> <p>7. เสื้อพอดี้ตัว</p> <p>8. กระโปรงพอดี้ตัว</p> <p>9. กางเกงพอดี้ตัว</p> <p>10. ชุดกระโปรงพอดี้ตัว</p> <p>11. โครงร่างเงา ตัวหลวม – ตัวหลวม</p> <p>12. ใช้กลุ่มสีขาวย เทา ดำ เป็นสีรอง 1</p> <p>13. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีรอง 2</p> <p>14. ไม่ต้องมีลายผ้า</p> <p>15. หากมีลายผ้าใช้ลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย</p> <p>16. หากใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษให้ใช้ในปริมาณร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมชุด</p> <p>17. มีการตกแต่งผ้า</p> <p>18. ตกแต่งผ้าในปริมาณร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมชุด</p> <p>19. ไม่ใส่ถุงน่อง</p>	<p>6. ความยาวกางเกงระดับสั้นมาก และระดับข้อเท้า</p> <p>7. เสื้อตัวหลวม</p> <p>8. กระโปรงตัวหลวม</p> <p>9. กางเกงตัวหลวม</p> <p>10. ชุดกระโปรงตัวหลวม</p> <p>11. ใช้สีดำ หรือ กลุ่มสีธรรมชาติ เป็นสีหลัก</p> <p>12. ใช้กลุ่มสีสดเป็นสีรอง 2</p> <p>13. มีการใช้ลายผ้า</p> <p>14. หากใช้ลายผ้าให้ใช้ในปริมาณร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมชุด</p> <p>15. หากใช้ลายผ้าให้ใช้ลายที่เกิดจากกระบวนการทอ</p> <p>16. ลายผ้าเป็นลายเรขาคณิต</p> <p>17. ไม่จำเป็นต้องมีการตกแต่งผ้า</p> <p>18. ใส่ถุงน่อง</p>
แนวทางการเลือกผ้า	<p>1. ใช้ผ้าไหม</p> <p>2. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับกระโปรง</p> <p>3. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับกางเกง</p> <p>4. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับชุดกระโปรง</p>	<p>1. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับเสื้อ</p> <p>2. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก</p>	<p>1. ใช้ผ้าเรียบ หรือ ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับเสื้อ</p> <p>2. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก</p> <p>3. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับกระโปรง</p> <p>4. ใช้ผ้าเรียบสำหรับกางเกง</p> <p>5. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับชุดกระโปรง</p>
กลุ่มย่อยที่ 9: บุคลิกภาพสร้างสรรค์ / ฤดูใบไม้ร่วง			
	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบการออกแบบ	<p>1. เสื้อคลุมตัวหลวม</p> <p>2. ชุดกระโปรงตัวหลวม</p> <p>3. ไม่จำเป็นต้องตกแต่งผ้า</p> <p>4. ไม่ใส่ผ้าพันคอ</p>	<p>1. บุคลิกภาพรอง 1 แบบจำลอง</p> <p>2. ความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า</p>	<p>1. ไม่จำเป็นต้องมีบุคลิกภาพรอง 2</p> <p>2. แบ่งช่วงตัวที่เส้นสะโพก</p> <p>3. จำนวนชั้นที่ใส่ 2 ชั้น</p>

	<p>5. ไม่ใส่หมวก</p>	<p>3. แบ่งช่วงตัวที่เส้นเอว 4. จำนวนชั้นที่ใส่ 3 ชั้น 5. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน 6. ความยาวกระโปรงระดับ สั้น 7. เสื้อพอดีตัว 8. กระโปรงตัวหลวม 9. กางเกงตัวหลวม 10. ใช้กลุ่มสีขา เทา ดำ เป็นสี รอง 1 11. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสี รอง 2 12. ไม่จำเป็นต้องมีการใช้ลาย ผ้า 13. ไม่จำเป็นต้องใช้ผ้าที่มี พื้นผิวพิเศษ 14. หากใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ ให้ใช้ในปริมาณร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมชุด 15. ไม่จำเป็นต้องใส่ถุงน่อง</p>	<p>4. ความยาวเสื้อระดับสะโพก ล่าง 5. ความยาวเสื้อคลุมตัวนอก ระดับสะโพกล่างและหน้าขา 6. ความยาวกางเกงระดับกลาง น่องและระดับข้อเท้า 7. ความยาวชุดกระโปรง ระดับกลางน่อง 8. เสื้อตัวหลวม 9. กระโปรงพอดีตัว 10. โครงร่างเงา ตัวหลวม – ตัว หลวม 11. ใช้สีดำ หรือ กลุ่มสี ธรรมชาติเป็นสีหลัก 12. ใช้กลุ่มสีสดใสเป็นสีรอง 2 13. มีการใช้ลายผ้าได้ 14. หากใช้ลายผ้าให้ใช้ใน ปริมาณร้อยละ 1 – 20 และ 21 – 40 ของภาพรวมชุด 15. ใช้ลายผ้าที่เกิดจาก กระบวนการทอ และ การพิมพ์ แบบต่อลาย 16. ใช้ลวดลายธรรมชาติ 17. อาจมีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิว พิเศษ 18. หากมีการประดับตกแต่งผ้า ให้ใช้ในปริมาณร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมชุด 19. ใส่ถุงน่องได้</p>
<p>แนวทางการเลือก ผ้า</p>		<p>1. ใช้ผ้าไหม 2. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วง ขรุขระสำหรับเสื้อ 3. ใช้ผ้าพื้นผิวขรุขระสำหรับ เสื้อคลุมตัวนอก 4. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วง ขรุขระสำหรับกระโปรง 5. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อ 6. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อ คลุมตัวนอก 7. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับ กระโปรง</p>	<p>1. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วง ขรุขระ หรือผ้าผิวขรุขระสำหรับ กางเกง 2. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วง ขรุขระ หรือผ้าผิวขรุขระสำหรับ ชุดกระโปรง 3. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับกางเกง</p>

		8. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับชุด กระโปรง	
กลุ่มย่อยที่ 10: บุคลิกภาพคลาสสิก / ฤดูหนาว			
	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบการ ออกแบบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลิกภาพทรง 1 แบบเป็นผู้หญิง 2. ไม่จำเป็นต้องมีบุคลิกภาพทรง 2 3. ความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า 4. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน 5. เสื้อพอดี้ตัว 6. กระโปรงพอดี้ตัว 7. ชุดกระโปรงพอดี้ตัว 8. ใช้กลุ่มสีชาว เทา ดำเป็นสีรอง 1 9. ไม่จำเป็นต้องมีการตกแต่งผ้า 10. ใส่ถุงน่อง 11. ไม่ใส่หมวก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนชิ้นที่ใส่ 3 ชิ้น 2. ความยาวกระโปรงระดับสั้น 3. ความยาวชุดกระโปรงระดับสั้น 4. เสื้อคลุมพอดี้ตัว 5. กางเกงพอดี้ตัว 6. โครงร่างเงา ตัวหลวม-ตัวหลวม 7. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีรอง 2 8. ไม่จำเป็นต้องมีการใช้ลายผ้า 9. หากมีการใช้ลายผ้าควรเป็นลายจากการพิมพ์ต่อลาย 10. ไม่จำเป็นต้องใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 11. ไม่ใส่ผ้าพันคอ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. แบ่งช่วงตัวที่เส้นเอว หรือ ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว 2. ความยาวเสื้อคลุมตัวนอก ระดับหน้าขา และ ระดับเข่าหรือยาวกว่านั้น 3. ความยาวกระโปรงระดับสั้นมาก 4. ความยาวกางเกงระดับข้อเท้า 5. เสื้อคลุมเข้ารูป 6. โครงร่างเงาแบบพอดี้ตัว-พอดี้ตัว 7. ใช้สีดำ และกลุ่มสีธรรมชาติ เป็นสีหลัก 8. ใช้กลุ่มสีสดใสเป็นสีรอง 2 9. อาจจะมีการใช้ลายผ้า 10. หากมีการใช้ลายผ้าควรใช้ในปริมาณร้อยละ 1-20 และ 21-40 ของภาพรวมชุด 11. ใช้ลวดลายที่เกิดจากการทอ 12. ใช้ลวดลายธรรมชาติ 13. อาจมีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 14. หากใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ ควรใช้ในปริมาณร้อยละ 1-20 และ 21-40 ของภาพรวมชุด 15. หากมีการตกแต่งผ้าควรใช้ในปริมาณร้อยละ 21-40 ของภาพรวมชุด 16. อาจจะมีการใส่ผ้าพันคอ
แนวทางการเลือก ผ้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าไหม 2. ใช้ผ้าเนื้อหนามากสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าพื้นผิวขรุขระสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก 2. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับกางเกง 3. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับชุดกระโปรง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ใช้ผ้าผิวเรียบสำหรับเสื้อ 2. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับกระโปรง 3. ใช้ผ้าผิวเรียบสำหรับกางเกง 4. ใช้ผ้าผิวเรียบสำหรับชุดกระโปรง

			5. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสง หรือผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อ 6. ใช้ผ้าเนื้อหนามาสำหรับกระโปรง
กลุ่มย่อยที่ 11: บุคลิกภาพสร้างสรรค์ / ฤดูหนาว			
	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบการออกแบบ	1. ความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า 2. จำนวนชั้นที่ใส่ 3 ชั้น 3. ความยาวชุดกระโปรงระดับสั้นมาก 4. เสื้อคลุมตัวหลวม 5. ชุดกระโปรงพอดีตัว 6. ไม่จำเป็นต้องใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 7. ไม่จำเป็นต้องมีการตกแต่งผ้า 8. ใส่ถุงน่อง 9. ไม่ใส่ผ้าพันคอ 10. ไม่ใส่หมวก	1. บุคลิกภาพทรง 1 แบบลำลอง 2. ความยาวกระโปรงระดับสั้น 3. เสื้อพอดีตัว 4. กระโปรงพอดีตัว 5. กางเกงพอดีตัว 6. ใช้สีขาว เทา ดำ เป็นสีรอง 7. ควรมีการใช้ลายผ้า 8. ใช้ลายผ้าในปริมาณร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมชุด 9. ใช้ลายผ้าจากการพิมพ์แบบต่อลาย 10. หากใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ ควรใช้ในปริมาณร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมชุด	1. แบ่งช่วงตัวที่เส้นเอวและเส้นสะโพก 2. ความยาวเสื้อระดับสะโพกล่าง 3. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน 4. ความยาวเสื้อคลุมตัวนอก ระดับสะโพกล่าง 5. ความยาวกางเกงระดับสั้นมาก และระดับกลางน่อง 6. เสื้อตัวหลวม 7. กระโปรงตัวหลวม 8. โครงร่างเงาแบบ ตัวหลวม-ตัวหลวม 9. ใช้สีดำ หรือ กลุ่มสีธรรมชาติ เป็นสีหลัก 10. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีรอง 11. ใช้สีขาว เทา ดำ เป็นสีรอง 2 12. ไม่จำเป็นต้องใช้ลายผ้า 13. หากมีลายผ้าควรใช้ในปริมาณร้อยละ 41 – 60 ของภาพรวมชุด 14. ควรใช้ผ้าที่ลายเกิดจากกระบวนการทอ 15. หากมีการตกแต่งผ้าควรใช้ในปริมาณร้อยละ 1-20 หรือ 41-60 ของภาพรวมชุด 16. อาจจะใช้ผ้าพันคอและหมวก
แนวทางการเลือกผ้า	1. ใช้ผ้าพื้นผิวขรุขระสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก 2. ใช้ผ้าพื้นผิวขรุขระสำหรับกระโปรง 3. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก	1. ใช้ผ้าพื้นผิวขรุขระสำหรับเสื้อ 2. ใช้ผ้าพื้นผิวขรุขระสำหรับกางเกง 3. ใช้ผ้าพื้นผิวขรุขระสำหรับชุดกระโปรง	1. ใช้ผ้าไหม หรือผ้าฝ้ายก็ได้ 2. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อ

		4. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับกระโปรง 5. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับกางเกง 6. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับชุดกระโปรง	
กลุ่มย่อยที่ 12: บุคลิกภาพลำลอง / ฤดูหนาว			
	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบการออกแบบ	1. ความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า 2. จำนวนชั้นที่ใส่ 3 ชั้น 3. ความยาวชุดกระโปรงระดับสั้น 4. เสื้อพอดิตัว 5. ชุดกระโปรงพอดิตัว 6. ไม่จำเป็นต้องมีการตกแต่งผ้า 7. ไม่ใส่หมวก	1. ไม่จำเป็นต้องมีบุคลิกภาพรอง 2 2. ความยาวกระโปรงระดับสั้นมาก 3. ความยาวกางเกงระดับข้อเท้า 4. เสื้อคลุมตัวหลวม 5. กระโปรงตัวหลวม 6. กางเกงพอดิตัว 7. ใช้สีขาว เทา ดำเป็นสีรอง 1 8. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีรอง 2 9. หากมีการใช้ลายผ้าควรเป็นลายที่เกิดจากการพิมพ์แบบต่อลาย 10. ไม่จำเป็นต้องใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 11. หากใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ ควรใช้ในปริมาณร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมชุด 12. ใส่ถุงน่อง 13. ไม่จำเป็นต้องใส่ผ้าพันคอ	1. บุคลิกภาพรอง 1 แบบคลาสสิก และแบบเป็นผู้หญิง 2. แบ่งช่วงตัวที่เส้นเอว หรือ ไม่ต้องมีเส้นแบ่งช่วงตัว 3. ความยาวเสื้อระดับสะโพกล่าง 4. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน 5. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีหลัก 6. จะมีการใช้ลายผ้าหรือไม่ก็ได้ 7. หากมีการใช้ลายผ้าควรใช้ในปริมาณร้อยละ 1-20 หรือ 21-40 ของภาพรวมชุด 8. ใช้ผ้าที่ลายผ้าเกิดจากกระบวนการทอ 9. ลวดลายธรรมชาติ 10. หากมีการตกแต่งผ้าควรใช้ในปริมาณร้อยละ 21-40 หรือ 41-60 ของภาพรวมชุด 11. ไม่จำเป็นต้องใส่ถุงน่อง 12. อาจจะไม่ใส่ผ้าพันคอก็ได้เช่นกัน
แนวทางการเลือกผ้า	1. ใช้ผ้าฝ้าย 2. ใช้ผ้าพื้นผิวขรุขระสำหรับเสื้อคลุมตัวนอก 3. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระสำหรับชุดกระโปรง 4. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อ	1. ใช้ผ้าพื้นผิวขรุขระสำหรับเสื้อ 2. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อ 3. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับกระโปรง 4. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับชุด	1. ใช้ผ้าพื้นผิวขรุขระสำหรับกระโปรง 2. ใช้ผ้าพื้นผิวขรุขระสำหรับกางเกง

	กลุ่มตัวนอก 5. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับกางเกง	กระโปรง	
--	--	---------	--

สำหรับตารางคำตอบนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อสรุปเรื่องแนวทางในการเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบสำหรับการออกแบบแฟชั่น เช่น โครงร่างเงาที่เหมาะสม ระดับความยาวของเสื้อผ้าแต่ละชนิด ฯลฯ ที่เหมาะสมและตรงตามรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายซึ่งได้แก่ สตรีญี่ปุ่น ที่อยู่ในช่วงอายุ 20 - 30 ปี โดยแบ่งกลุ่มตามลักษณะของบุคลิกภาพการแต่งกายและฤดูกาลที่ถือเป็นตัวแปรสำคัญในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของแต่ละบุคคล อีกทั้งยังสรุปในเรื่องของแนวทางในการเลือกผ้าไทยให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้วัตถุประสงค์หลักของการวิจัยในครั้งนี้ คือ ให้ผลคำตอบของงานวิจัยได้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจที่จะออกแบบเสื้อผ้าโดยมีสตรีญี่ปุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก หรือผู้ที่ศึกษาหรือทำงานในสายการออกแบบแฟชั่นได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแนวทางในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายกลุ่มอื่นๆต่อไป

บทที่ 6

ข้อมูลสนับสนุนการออกแบบ

สำหรับในบทที่ 6 นี้เป็นการนำคำตอบที่ได้จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 2 ถึง บทที่ 5 มาเป็นกรณีศึกษาในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยสำหรับการส่งออกประเทศญี่ปุ่น โดยการออกแบบและสร้างสรรค์ในครั้งนี้เป็นการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีบุคลิกภาพการแต่งกายแบบคลาสสิก ในช่วงฤดูใบไม้ร่วง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาในบทนี้ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้บริโภคและแนวทางการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย

- 1.1 สรุปข้อมูลปัจจัยทางธรรมชาติ
- 1.2 สรุปข้อมูลผู้บริโภค
- 1.3 ข้อมูลแนวทางการการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลสนับสนุนสำหรับการออกแบบแฟชั่น

- 2.1 แนวโน้มการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอฤดูใบไม้ร่วง/ฤดูหนาว ค.ศ.2015
- 2.2 แรงบันดาลใจในการออกแบบ

ส่วนที่ 3 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้บริโภคและแนวทางการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย

สำหรับการสร้างสรรค์ผลงานในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกทำการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีบุคลิกภาพการแต่งกายแบบคลาสสิก สำหรับฤดูใบไม้ร่วง เนื่องจากช่วงฤดูใบไม้ร่วงในประเทศญี่ปุ่นเป็นช่วงที่มีภูมิอากาศที่แตกต่างจากภูมิอากาศในประเทศไทยแต่ไม่ได้แตกต่างมากจนเกินไป จึงน่าสนใจที่จะเริ่มนำเสนอคอลเลคชั่นตัวอย่างสำหรับฤดูกาลนี้

1.1 สรุปข้อมูลปัจจัยทางธรรมชาติ

ช่วงฤดูใบไม้ร่วงจะคาบเกี่ยวในช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนพฤศจิกายนของทุกปี อากาศอบอุ่น โดยมีพายุไต้ฝุ่นมากในช่วงเดือนกันยายน เป็นช่วงที่มีอากาศดีเพราะหลังจากฤดูร้อนผ่านไปจะมีลมเย็นพัดมาแทนที่ ต้นไม้เริ่มผลัดสีจากเขียวเป็นแดง ส้ม เหลือง และร่วงหล่นลงดิน ฤดูกาลนี้นับว่าเป็น

ฤดูที่มีสีส้มมากที่สุด คนญี่ปุ่นจึงนิยมไปตามภูเขาในป่า สวนสาธารณะ สำหรับชาวญี่ปุ่นจะเป็นช่วงเวลาของการเล่นกีฬา ดนตรี และพักผ่อน อุณหภูมิประมาณ 14-23 องศาเซลเซียส

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในฤดูใบไม้ร่วงนี้ นิยมใส่เสื้อแบบสวมทับ เน้นด้านนอกเป็นเสื้อโค้ตตัวยาว เสื้อแจ็กเก็ต (Jacket) ส่วนด้านในอาจเป็นเสื้อสเวตเตอร์ (Sweater) หรือเสื้อถัก ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศในขณะนั้น ส่วนด้านล่างจะเน้นสวมใส่เป็นถุงน่องหนาๆ หรือกางเกงแนบเนื้อผ้าหนา (Legging) และกางเกงขายาว แต่ชาวญี่ปุ่นจะนิยมใส่เสื้อผ้าด้านบนให้อุ่นมากกว่าด้านล่าง อาจเพิ่มเครื่องแต่งกายที่สามารถเสริมกันความหนาวเย็นตามความนิยมของผู้สวมใส่ก็ได้ เช่น หมวกไหมพรม ผ้าพันคอไหมพรม เลกวอร์มเมอร์ (Leg Warmer) หรือ ที่ปิดหู (Ear Muff) ส่วนสีส้มของเสื้อผ้าในฤดูกาลนี้ก็จะเป็นสีเบจ (Beige) สีน้ำตาล สีดำ เป็นพื้นฐานหรืออาจจะมีสีส้มตามแนวโน้มของแฟชั่นของปีนั้นๆ

เดือน	ฤดูกาล	ลักษณะอากาศ	เสื้อผ้าที่เหมาะสม
กันยายน	ฤดูร้อนเริ่มเข้าสู่ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศแปรปรวน กลางวันร้อน กลางคืนหนาว บางวันฝนตก (ช่วงเปลี่ยนฤดู)	ใส่เสื้อแขนสั้น อาจเสื้อคลุม และผ้าพันคอ บางๆ
ตุลาคม	ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศดี ตอนกลางวันอากาศเย็นสบาย ตอนกลางคืนอาจหนาวขึ้น	เสื้อแขนยาว เสื้อคลุมและผ้าพันคอ
พฤศจิกายน	ฤดูใบไม้ร่วง	อากาศเริ่มหนาว	แจ็กเก็ต โค้ท ข้างในอาจใส่เสื้อแขนยาว

1.2 สรุปข้อมูลผู้บริโภค

สรุปลักษณะนิสัยของสตรีญี่ปุ่นในช่วงอายุ 20 -30 ปีซึ่งเป็นช่วงที่ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาไว้ในบทที่ 1 ซึ่งสรุปได้ว่า กลุ่มเป้าหมายเป็นวัยผู้ใหญ่ตอนต้น อายุ 20 - 30 ปี เป็นช่วงชีวิตของคนเริ่มต้นทำงาน มีรายได้เป็นของตนเอง จึงมีอิสระทางการเงิน อยู่ในช่วงของการแสวงหาความก้าวหน้าทางอาชีพการงาน จึงให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยงาม การสร้างภาพพจน์และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเองจึงทุ่มเทการใช้จ่ายให้กับสินค้าและบริการชั้นสูง สินค้าจากตราสินค้าที่มีชื่อเสียง คุณภาพดี ราคาแพง เริ่มคิดเรื่องของการสร้างครอบครัว แต่ยังไม่มีการครอบครัวและไม่มีภาระในเรื่องการดูแลครอบครัว ดังนั้นเงินที่หามาได้จึงมีไว้ใช้จ่ายเพื่อตนเองเป็นหลัก นิยมเลือกใช้ของที่ตี มีระดับ แต่ก็พิจารณาและคำนึงถึงความจำเป็นก่อนการใช้จ่าย อีกทั้งคำนึงถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ และจากการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคญี่ปุ่นโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้มีรายได้สูง กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง และกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมเสื้อผ้าที่มีลักษณะเฉพาะตัว โดยมีรายละเอียดโดยสรุป คือในการแบ่งกลุ่มโดยใช้รายได้เป็นเกณฑ์ จะไม่มีกลุ่มรายได้น้อย เป็นเพราะประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจเข้มแข็งเป็นอันดับ 2

ของโลก มีการกระจายความมั่งคั่งอย่างทั่วถึง ส่งผลให้มีชนชั้นล่างในสังคมอยู่น้อยมาก ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูง หรือกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางก็น่าจะมีกำลังซื้อทั้งสิ้น และกลุ่มที่น่าสนใจเป็นพิเศษ คือ กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมเสื้อผ้าที่มีลักษณะเฉพาะตัว ทั้งนี้เพราะผ้าไทยเป็นผ้าที่ผลิตในระบบกึ่งอุตสาหกรรม คือ จำนวนการผลิตจะไม่มากเท่าการผลิตในระบบอุตสาหกรรม แต่จุดเด่นของผ้าไทยคือสามารถสอดแทรกความสร้างสรรค์ในช่วงกระบวนการผลิตทั้งผืนผ้าและเสื้อผ้า

คนที่มีบุคลิกภาพการแต่งกายแบบคลาสสิก (Classic) มักจะเลือกรูปแบบเสื้อผ้าที่เป็นพื้นฐานใส่ได้นานโดยไม่รู้สึกลำบาก มีความโก้หรู ประณีต สะอาดตา สุภาพ และมีความเท่แบบเรียบง่าย เสื้อผ้าตามกระแสนิยมและแนวโน้มการแต่งกายต่างๆ ไม่มีอิทธิพลใดๆกับคนกลุ่มนี้ เพราะพวกเขาไม่ได้ยึดติดที่จะต้องแต่งตัวตามสมัยนิยม ไม่นิยมเสื้อผ้าที่มีรายละเอียดการตกแต่งมากๆ ไม่ชอบใส่ชุดที่มีโบว์หรือระบาย นิยมใช้ผ้าใยธรรมชาติเป็นหลัก กระเป๋า รองเท้าทำจากหนัง สีหลักที่คนกลุ่มนี้จะสวมใส่จะเป็นสีกลางๆ สดุดม ไม่ฉูดฉาดและไม่หลากหลาย ได้แก่ สีดำ สีขาว สีกรมท่า สีเทา สีครีม และสี kaki ส่วนเนื้อผ้าจะนิยมผ้าเรียบ สีพื้นที่มีความทึบ ไม่นิยมเนื้อผ้าที่มีพื้นผิวที่มากเกินไป และผ้าที่มีลวดลาย ในการเลือกซื้อเสื้อผ้า คนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับคุณภาพมาก ถ้าหากเปรียบเทียบกับบุคลิกภาพแบบอื่นๆ บุคลิกภาพแบบคลาสสิกนี้จะเป็นผู้ที่ลงทุนกับการแต่งกายมากที่สุด เพราะคนกลุ่มนี้นิยมที่จะจ่ายเงินจำนวนมากกว่าเพื่อแลกกับเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่มีคุณค่า มีความคงทน ถาวร ใช้ได้ในระยะยาวและไม่ฉาบฉวย

คำสำคัญที่แสดงลักษณะของคนกลุ่มนี้ คือ โก้หรู ประณีต สะอาดตา สุภาพ เรียบง่าย

1.3 ข้อมูลแนวทางการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มบุคลิกภาพคลาสสิก สำหรับฤดูใบไม้ร่วง			
	แนะนำให้นำไปใช้มากที่สุด	แนะนำให้นำไปใช้มาก	แนะนำให้นำไปใช้ปานกลาง
องค์ประกอบ ออกแบบ	<ol style="list-style-type: none"> 1. เสื้อคลุมตัวหลวม 2. ไม่ใช่ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษ 3. ไม่ใช่ผ้าพันคอ 4. ไม่ใช่หมวก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่ต้องมีบุคลิกภาพรอง 2 2. แบ่งช่วงตัวที่เส้นเอว 3. จำนวนชั้นที่ใส่ 3 ชั้น 4. ใส่ชายเสื้อไว้ด้านหลัง 5. ความยาวกระโปรงระดับสั้น 6. ความยาวชุดกระโปรงระดับสั้น 7. เสื้อพอดี้ตัว 8. กระโปรงพอดี้ตัว 9. กางเกงพอดี้ตัว 10. ชุดกระโปรงพอดี้ตัว 11. โครงร่างเงา ตัวหลวม - ตัว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลิกภาพรอง 1 แบบลำลองและแบบเป็นผู้หญิง 2. ความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า 3. จำนวนชั้นที่ใส่ 2 ชั้น 4. ความยาวเสื้อระดับสะโพกบน 5. ความยาวเสื้อคลุมตัวนอกระดับสะโพกกลางและหน้าขา 6. ความยาวกางเกงระดับสั้นมากและระดับข้อเท้า 7. เสื้อตัวหลวม 8. กระโปรงตัวหลวม

		หลวม 12. ใช้กลุ่มสีขา เทา ดำ เป็นสีรอง 1 13. ใช้กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีรอง 2 14. ไม่ต้องมีลายผ้า 15. หากมีลายผ้าใช้ลายที่เกิดจาก การพิมพ์แบบต่อลาย 16. หากใช้ผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษให้ใช้ ในปริมาณร้อยละ 21 – 40 ของ ภาพรวมชุด 17. มีการตกแต่งผ้า 18. ตกแต่งผ้าในปริมาณร้อยละ 1 – 20 ของภาพรวมชุด 19. ไม่ใส่ถุงน่อง	9. กางเกงตัวหลวม 10. ชุดกระโปรงตัวหลวม 11. ใช้สีดำ หรือ กลุ่มสีธรรมชาติ เป็นสีหลัก 12. ใช้กลุ่มสีสดเป็นสีรอง 2 13. มีการใช้ลายผ้า 14. หากใช้ลายผ้าให้ใช้ในปริมาณ ร้อยละ 21 – 40 ของภาพรวมชุด 15. หากใช้ลายผ้าให้ใช้ลายที่เกิด จากกระบวนการทอ 16. ลายผ้าเป็นลายเรขาคณิต 17. ไม่จำเป็นต้องมีการตกแต่งผ้า 18. ใส่ถุงน่อง
แนวทางการเลือก ผ้า	1. ใช้ผ้าไหม 2. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับ กระโปรง 3. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับ กางเกง 4. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับชุด กระโปรง	1. ใช้ผ้าเนื้อบางทึบแสงสำหรับเสื้อ 2. ใช้ผ้าเนื้อหนาสำหรับเสื้อคลุมตัว นอก	1. ใช้ผ้าเรียบ หรือ ผ้าเรียบแต่มี บางช่วงขรุขระสำหรับเสื้อ 2. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ สำหรับเสื้อคลุมตัวนอก 3. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ สำหรับกระโปรง 4. ใช้ผ้าเรียบสำหรับกางเกง 5. ใช้ผ้าเรียบแต่มีบางช่วงขรุขระ สำหรับชุดกระโปรง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลสนับสนุนสำหรับการออกแบบแฟชั่น

2.1 แนวโน้มการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ

เกณฑ์ในการเลือกแนวโน้มแฟชั่น

จากการวิจัยและวิเคราะห์โครงสร้างเงาพบว่าเสื้อผ้าที่มีลักษณะโครงสร้างหลวม (Loose) เป็นที่นิยมของคนญี่ปุ่น การเลือกแนวโน้มทางแฟชั่นจึงต้องคำนึงถึงความนิยมของคนญี่ปุ่น โดยมีเกณฑ์ในการเลือกแนวโน้มแฟชั่นดังต่อไปนี้

ฤดูใบไม้ร่วง – ฤดูหนาว ค.ศ. 2015 (Autumn – Winter 2015)

แนวโน้มหลัก (Main Trend)

แนวโน้มจากสไตล์ไซต์ (StyleSight)

เรื่องราว แก่นของสรรพสิ่ง (Essence)

เรื่องราวของแนวโน้มนี้เป็นการมอง การหยุด และการคิดถึงรายละเอียดที่สำคัญของสิ่งต่างๆ เริ่มจากเป็นการมองโลกในแง่บวกของความสวยงาม ความดีงาม และความเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เกิดในชีวิตประจำวัน ดังนั้นจึงเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่พบเห็นอยู่ตลอดเวลา ทว่า นำกลับมาตีความและแสดงออกด้วยความไม่ธรรมดา

โดยแนวโน้มนี้มีคำสำคัญ (Key Word) ของเรื่องราว คือ งานฝีมือที่เปลี่ยนแปลง (Transformative Craft) ธรรมเนียม มารยาทสมัยใหม่ (Modern Etiquette) การใส่ใจในรายละเอียด (Considered Detailing) ความธรรมดาที่ไม่ธรรมดา (Ordinary / Extraordinary)

สี (Colors)

สีสันทันทีมีพื้นฐานมาจากธรรมชาติในเฉดต่างๆ เช่น สีเขียว สีน้ำตาล และสีส้มจากงานฝีมือ งานหัตถกรรมดั้งเดิมต่างๆ ของมนุษย์ เช่น เครื่องปั้นดินเผา งานจักสาน ที่ผ่านกาลเวลามายาวนาน ถ่ายทอดรุ่นสู่รุ่นตกลดมาถึงปัจจุบัน ซึ่งถ่ายทอดผ่านเรื่องราวของแนวโน้มนี้ในลักษณะของ สีเทา สีน้ำตาลอ่อน รวมไปถึงสีแดง สีกรม โดยคุมสีสันทันทีให้มีความสุขุม เรียบร้อย



ลวดลาย (Prints)

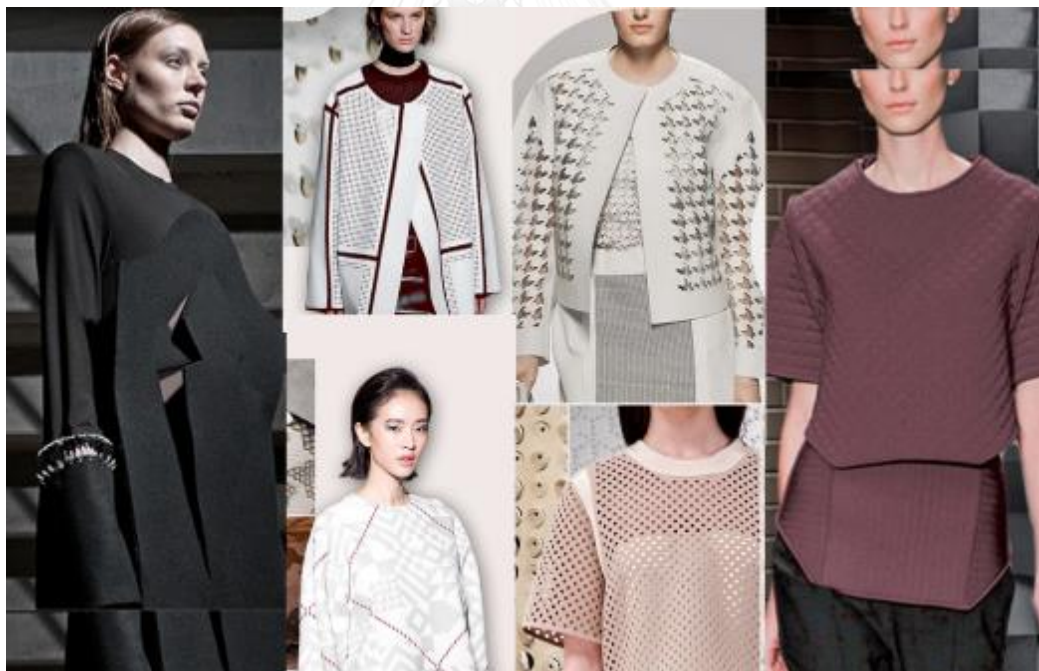
ลวดลายจากเส้นสายต่างๆ ที่ได้จากสิ่งปลูกสร้างของมนุษย์และงานหัตถกรรม เช่น ลวดลายของกำแพง เส้นจากงานจักสาน การเขียนลายบนเครื่องปั้นดินเผา เครื่องเคลือบ กระเบื้องต่างๆ ของ

ญี่ปุ่น เป็นต้น ซึ่งลดทอนเหล่านี้ อาจถ่ายทอดเป็นเส้นสายหรือการขัดกันของเส้นที่ทำให้เกิดเป็นรูปร่างรูปทรงเรขาคณิตก็ได้



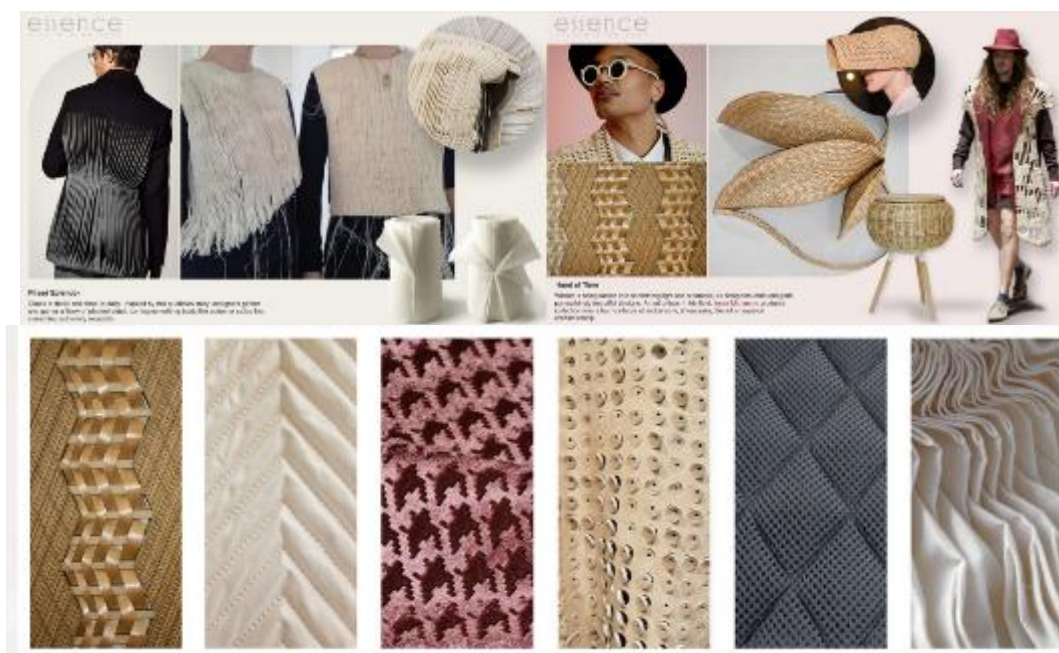
โครงร่างเงา (Silhouettes)

โครงร่างเงาที่แสดงออกถึงความแข็งแรง ทะมัดทะแมง ผสมผสานกับโครงร่างเงาที่มีความเรียบง่าย หรือโครงร่างเงาแบบชุดกึกกา และการเน้นเสื้อผ้าตัวหลวมหรือไม่พอดีลำตัวจนเกินไป



รายละเอียดและกรรมวิธี (Details and Techniques)

เน้นรายละเอียดที่ได้จากงานหัตถกรรมจักสาน การพับเป็นรูปต่างๆ เช่น พับผ้าเพื่อโอกาสสำคัญต่างๆ ตามวัฒนธรรมประเพณีของญี่ปุ่น ถ่ายทอดเป็นกรรมวิธีต่างๆ เช่น การพับ การจับจีบเล็กๆ การจับพลีท การเย็บกุดเป็นร่องๆ เป็นต้น



วัสดุและพื้นผิว (Materials and Textures)

เน้นวัสดุที่มีความเป็นธรรมชาติ มีพื้นผิวที่ด้านไปจนถึงหยาบ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้ายีนส์ ผ้าถัก ลักษณะต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการใช้หนังที่มีลักษณะด้านอีกด้วย



แนวโน้มสนับสนุน (Support Trend)

แนวโน้มจากแนลลี่ โรดิ (Nelly Rodi)

เรื่องราว ความหรูหรา ฟุ่มเฟือย (Extravagance) – ชนเผ่าโลกอนาคต (Cyber Tribal)



ที่มา : <http://benoit-habilleur.com/edito/cyber/>

เมื่อโลกในปัจจุบันมีความวุ่นวายจึงเป็นแรงกระตุ้นให้มนุษย์ต้องหันกลับมามอง และศึกษา เรื่องราวที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา เพื่อให้เข้าถึงจิตวิญญาณต่างๆ ของบรรพบุรุษ เช่น การมองลึกไปถึงจิตวิญญาณของนักรบ ทำให้เห็นถึงการสวมใส่ชุดเกราะเพื่อออกรบ ในทางกลับกันความวิวัฒนาการของโลกดิจิทัลและวิทยาศาสตร์มีส่วนทำให้เกิดเทคโนโลยีใหม่ๆ ปัจจุบัน ในขณะเดียวกัน ก็เป็นการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันบนโลกซึ่งเป็นแหล่งที่มีความรู้ที่สามารถศึกษาได้อย่างไม่มีวันหมดสิ้น ทั้งประเพณี ศิลปวัฒนธรรม

ในเรื่องราวของแนวโน้มนี้จึงเป็นการเผยให้เห็นถึงร่องรอยทางวัฒนธรรมจากทุกเผ่าพันธุ์ของมวลมนุษยชาติ โดยการผสมผสานระหว่างมรดกทางศิลปะหรือวัฒนธรรมที่ได้รับจากบรรพบุรุษและความก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีต่างๆ ในปัจจุบัน กระตุ้นให้เกิดแนวทางที่สวยงาม และเกิดเป็นการผสมผสานรูปแบบที่มีความลงตัวอย่างน่าประหลาด โดยได้อิทธิพลจากกลิ่นอายของศิลปวัฒนธรรมแบบแอฟริกันและญี่ปุ่น

คำสำคัญสำหรับแนวโน้มนี้ นั่นคือ รูปแบบพื้นเมืองที่เรียบง่าย (Minimal Primal) ความเป็นพื้นบ้านหรือชาติพันธุ์ในโลกไซเบอร์ (Ethno Cyber) ความเป็นศิลปินแนวข้างถนนรุ่นใหม่ (Street Artist New Wave)

สี

สีที่ทำให้ความรู้สึกถึงความทันสมัย (Techno Sensual) สีสันจากธรรมชาติของโลกแห่งความเป็นจริงที่มนุษย์อาศัยอยู่ (Ashy Earth) เช่น สีของหิน ขี้เถ้า สีสันที่หยิบยืมมาจากชนเผ่าแอฟริกาที่มีสีสันสดใส ผสมผสานสีของความเป็นเอเชียอย่างญี่ปุ่น ซึ่งมีสีที่มีความนิ่ง เงียบขรึม สงบเสงี่ยม สีสันของแนวโน้มนี้จึงใช้สีที่มีเนื้อสีมาก มีความสดใส มั่นเงา ผสมผสานสีที่มีความเงียบขรึม เช่น สีเงิน สีเขียว สีแดง สีเหลืองเช่น สีขาว และสีดำ เป็นต้น นอกจากนี้ยังนำสีที่มีความอ่อนหวาน อย่างเช่นสีชมพูเฉดต่างๆ มาใช้อีกด้วย จากความความตัดกันอย่างชัดเจนของสีจากแนวโน้มนี้จึงให้ความรู้สึกที่ดูมีความเคลื่อนไหว แข็งแรง มีพลังงานและกระฉับกระฉ่าง



ลวดลาย

การใช้ลวดลายจากกลิ่นอายของชนเผ่าพื้นเมืองแอฟริกาและเอเชีย ที่มีการตัดกันของสีเส้น และลวดลาย และจังหวะของการวางลวดลายในตำแหน่งต่างๆ เกิดเป็นรูปแบบของลวดลายและเสื้อผ้าที่มีความเคลื่อนไหวจากการใช้เส้น สีสันและลวดลายทางเรขาคณิตในรูปทรงเรขาคณิต การผสมผสานขององค์ประกอบเหล่านี้ทำให้ลวดลายของเรื่องราวนี้จึงให้ความรู้สึกถึงโลกอนาคตและล้ำยุค



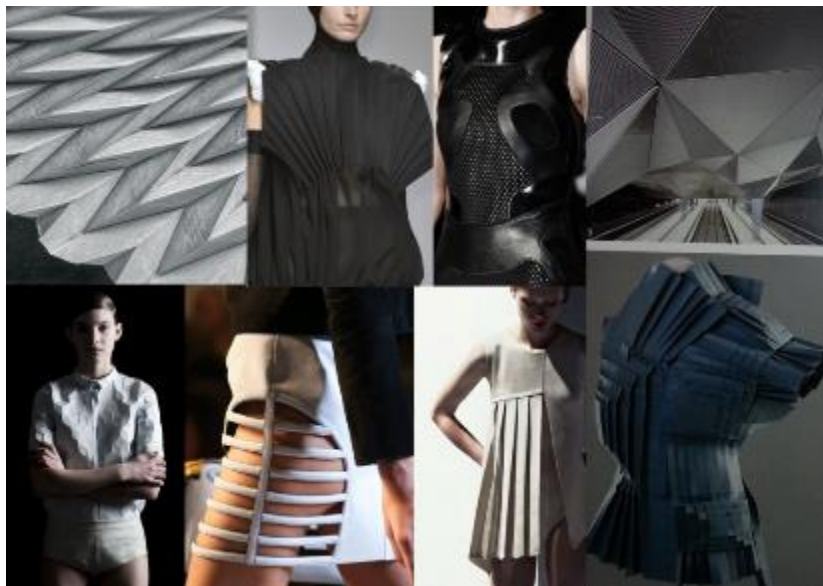
โครงร่างเงา

โครงร่างเงาจากชุดของนักรบของญี่ปุ่นและใช้สัญลักษณ์ของชนเผ่าผสมผสานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในรูปลักษณะโดยรวมที่มีความเรียบง่าย สะอาดตา เช่น กระโปรงยาว เสื้อคอเต่า เสื้อตัวนอกที่มีความกว้างใหญ่กว่ารูปร่างจริง เสื้อผ้าที่มีความทะมัดทะแมง ให้ความรู้สึกตื่นตัวตลอดเวลา



ที่มา : <http://benoit-habilleur.com/edito/cyber/>

รายละเอียดและกรรมวิธีการตกแต่ง



การจับจีบหรือการจับพลีทในลักษณะต่างๆ การเย็บเพื่อให้เกิดเป็นลักษณะที่คล้ายคลึงกับการพับกระดาษหรือผ้าในวัฒนธรรมของญี่ปุ่น การซ้อนของผ้าเป็นชั้นๆ และการผสมผสานของวัสดุที่มีพื้นผิวที่แตกต่างกัน

วัสดุและพื้นผิว



วัสดุที่ให้ความรู้สึกถึงการป้องกันดังเช่นชุดของนักรบโบราณของญี่ปุ่น ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจของแนวโน้มนี้ อย่างเช่น วัสดุหนัง ขนสัตว์ ยีนส์ และวัสดุที่มีผิวสัมผัสที่ได้จากการถักทอ เช่น ผ้าถักต่างๆ ผ้าฝ้าย ผ้าไหม เป็นต้น

สรุปองค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากการศึกษาแนวโน้มแฟชั่น

องค์ประกอบการออกแบบ	แนวโน้มหลัก	แนวโน้มสนับสนุน
สี		
ลวดลาย	ลวดลายจากเส้นสาย ที่ได้จากสิ่งปลูกสร้าง งานหัตถกรรม เช่น ลวดลายของกำแพง เส้นจากงานจักสาน การเขียนลายบนเครื่องปั้นดินเผา เครื่องเคลือบ กระเบื้องต่างๆ ของญี่ปุ่น	ลวดลายจากกลิ่นอายของชนเผ่าพื้นเมืองที่มีการตัดกันของสีเส้นและลวดลาย จังหวะของการวางลวดลาย เกิดเป็นรูปแบบของลวดลายและเสื้อผ้าที่มีความเคลื่อนไหวจากการใช้เส้นสีเส้นและลวดลายทางเรขาคณิตในรูปแบบทรงเรขาคณิต
โครงร่างเงา	โครงร่างเงาที่แสดงออกถึงความแข็งแรง ทะมัดทะแมง ผสมผสานกับโครงร่างเงาที่มีความเรียบง่าย หรือโครงร่างเงาแบบชุดกีฬา และการเน้นเสื้อผ้าตัวหลวมหรือไม่พอดีตัวจนเกินไป	โครงร่างเงาจากชุดของนักเรียนของญี่ปุ่นและใช้สัญลักษณ์ของชนเผ่าผสมผสานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในรูปแบบลักษณะโดยรวมที่มีความเรียบง่าย สะอาดตา เช่น เสื้อตัวนอกที่มีความกว้างใหญ่กว่ารูปร่างจริง เสื้อผ้าที่มีความทะมัดทะแมง ให้ความรู้สึกตื่นตัวตลอดเวลา
รายละเอียดและกรรมวิธีการตกแต่ง	รายละเอียดที่ได้จากงานหัตถกรรมจักสาน การพับเป็นรูปต่างๆ วัฒนธรรมประเพณีของญี่ปุ่น ถ่ายทอดเป็นกรรมวิธีต่างๆ เช่น การพับ การจับจีบเล็กๆ การจับพลีท การเย็บกดเป็นร่องๆ	การจับจีบหรือการจับพลีทในลักษณะต่างๆ การเย็บเพื่อให้เกิดเป็นลักษณะที่คล้ายคลึงกับการพับกระดาษหรือผ้าในวัฒนธรรมของญี่ปุ่น การซ้อนของผ้าเป็นชั้นๆ และการผสมผสานของวัสดุที่มีพื้นผิวที่แตกต่างกัน
วัสดุและพื้นผิว	วัสดุที่มีความเป็นธรรมชาติ มีพื้นผิวที่ด้านไปจนถึงหยาบ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้ายีนส์ ผ้าถักลักษณะต่างๆ	วัสดุที่ให้ความรู้สึกถึงการป้องกันซึ่งเป็นแรงบันดาลใจของแนวโน้มนี้ เช่น วัสดุหนัง ขนสัตว์ ยีนส์ และวัสดุที่มีผิวสัมผัสที่ได้จากการถักทอ
สรุปสิ่งสำคัญที่ได้จากการศึกษาแนวโน้มแฟชั่นหลักร่วมกับแนวโน้มแฟชั่นรอง	<ul style="list-style-type: none"> - สีในกลุ่มสีธรรมชาติ - ลายเส้นจากเส้นสาย ลวดลายเรขาคณิต - โครงร่างเงาเรียบง่าย ตัวหลวม ดูทะมัดทะแมง - รายละเอียดตกแต่งจากงานหัตถกรรม การพับ - สิ่งที่ได้จากประเพณีและวัฒนธรรม - วัสดุธรรมชาติ เนื้อหยาบ ด้าน 	

2.2 แรงบันดาลใจในการออกแบบ

ในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบ สิ่งสำคัญอีกหนึ่งอย่างที่จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลงานและทำให้ผลงานการออกแบบของนักออกแบบแต่ละคนมีความแตกต่างกันนั้นก็คือ แรงบันดาลใจ แต่ก่อนจะได้มาซึ่งแรงบันดาลใจที่เหมาะสมก็ควรที่จะผ่านเกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจ ซึ่งในแต่ละครั้งเกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจอาจจะมีการปรับหรือเปลี่ยนไปบ้างทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้านต่างๆ เช่น ความสนใจของกลุ่มเป้าหมายของงานออกแบบ สำหรับครั้งนี้ได้กำหนดเกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจไว้ ดังนี้

เกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจ

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายพบว่าคณูปุ่นให้ความสำคัญกับงานฝีมือและกระบวนการในการผลิต สิ่งที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม และธรรมชาติ ประกอบกับแนวโน้มการออกแบบในฤดูกาลนี้ก็มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับเรื่องของงานฝีมือและวัฒนธรรมเช่นกัน ดังนั้นจึงได้กำหนดเกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบ ดังนี้

1. เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานฝีมือที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ไทย
2. เป็นงานฝีมือที่มีความใกล้เคียงกับความคุ้นเคยของกลุ่มเป้าหมาย
3. เป็นสิ่งที่นักออกแบบสนใจ

จากเกณฑ์สำหรับการเลือกแรงบันดาลใจทั้ง 3 ข้อที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงเลือก งานใบตอง มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบครั้งนี้ เนื่องจากงานใบตองเป็นวัฒนธรรมที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตของคนไทยมาช้านานเป็นสิ่งที่ใช้ในชีวิตประจำวัน จนถึงงานหัตถศิลป์ที่มีความประณีต บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยได้เป็นอย่างดี อีกทั้งงานใบตองหรือการพับใบตองนั้นมีความใกล้เคียงกับวัฒนธรรมการพับของคณูปุ่น ซึ่งจะทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและเข้าถึงงานออกแบบได้ง่ายขึ้น รวมทั้งการพับนี้เป็นสิ่งที่นักออกแบบมีความสนใจเป็นอย่างมาก จึงได้นำแรงบันดาลใจนี้มาเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดผลงานสร้างสรรค์ต่อไป

งานใบตอง³⁸

ประวัติความเป็นมา

บรรพบุรุษของไทยแต่โบราณ ได้นำใบไม้ ใบตองมาห่อขนมและอาหารต่างๆ ในชีวิตประจำวันตลอดจนคิดประดิษฐ์ให้เป็นรูปร่างรูปทรงสวยงามแปลกตา เพื่อใช้ในงานพิธีตามประเพณีไทย เช่น การทำบุญในวันสำคัญ จากหลักฐานพบว่า เริ่มมีขึ้นในสมัยสุโขทัย และจดบันทึกไว้ในหนังสือเรื่องตำหนักท้าวศรีจุฬาลักษณ์หรือนางนพมาศ พระสนมเอกของพระร่วง ดังคำกล่าวที่ว่า “ได้เลือกผกาเกสรต่างๆ ประดับเป็นรูปดอกไม้ซ้อนสีสลับให้เป็นลวดลาย แล้วเอาผลพฤกษาลดาชาติมาแกะจำหลักเป็นรูปมยุระ คณานกวิหคหงส์ ให้จับจิกเกสรบุปผชาติอยู่ตามกลีบดอกกระมุทเป็นระเบียบเรียบร้อยวิจิตรไปด้วยสีย้อมสดสว่าง ควรทอดทัศนายิ่งนัก ทั้งเสียบแซมเทียนรูปและประทีปน้ำมันเปรียงเจือด้วยไขช่อพระโค” ด้วยหลักฐานนี้แสดงให้เห็นว่าบรรพบุรุษมีศิลปะการประดิษฐ์ดอกไม้ ใบไม้ ผลไม้ และวัสดุต่างๆ งานใบตองเป็นงานที่แสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ทางด้านศิลปะของบรรพบุรุษแต่โบราณที่สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมทางด้านจิตใจ ซึ่งประกอบด้วยความละเอียดอ่อนประณีตบรรจง มีความสวยงามเป็นระเบียบและภูมิความรู้จักดัดแปลงใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตในสมัยนั้นและนำมาสร้างสรรค์ทำให้เป็นสิ่งสวยงาม

³⁸ ปรัชญา แพนงคณ. งานใบตอง สีสันเอกลักษณ์ไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แม่บ้าน จำกัด, 2553.

และมีประโยชน์ ดังนั้นจึงควรตระหนักถึงความสำคัญของงานใบตองซึ่งเป็นงานสร้างสรรค์ศิลปะวัฒนธรรมไทย และเป็นเอกลักษณ์ไทยอันน่าภูมิใจควรแก่การอนุรักษ์และหวงแหนสืบไป

ประเภทของงานใบตอง

การประดิษฐ์ชิ้นงานจากใบตองสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. แบ่งตามประเภทการนำไปใช้งาน

1.1 การห่อ เพื่อสำหรับรองรับอาหารคาวหวานหรือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การห่อทรงเตี้ยและทรงสูง การห่อสวม การห่อเมี่ยง อาหารที่นิยมนำมาใส่จำพวกขนมกล้วย ขนมฟักทอง ผลมะนาว ข้าวสาร ข้าวเหนียวมูลหน้าต่างๆ น้ำพริก เป็นต้น โดยแบ่งการห่อในลักษณะต่างๆ ได้แก่ การห่อเมี่ยง การห่อสวม การห่อทรงเตี้ย การห่อทรงสูง การห่อขนมเทียน การห่อข้าวต้มมัด และกระทงแบบต่างๆ

1.2 ถาดหรือจานใบตอง ตัดและเจียนใบตองตามต้องการ ให้ได้รูปทรงเรขาคณิต พับกลีบติดโดยรอบ ส่วนใหญ่ใช้ใส่อาหารเพื่อให้อาหารมีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ เช่น ขนมมงคล ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง น้ำพริกเครื่องจิ้ม ผลไม้แกะสลัก เป็นต้น

1.3 ซองดอกไม้หรือเสวยดอกไม้ การพับใบตองเป็นรูปกรวยแบบต่างๆ ทั้งใบตองใบเดียวเป็นรูปทรงกรวยธรรมดา การจัดจีบใบตองเรียงเป็นรูปทรงกรวย ตกแต่งด้วยกลีบหรือกาบให้สวยงาม นิยมใช้ใส่ดอกไม้เครื่องสักการะในประเพณีล้านนาไทย

1.4 กระทงดอกไม้หรือเสวยดอกไม้ การนำใบตองเรียงซ้อนกัน ตัดตามแบบวงกลม สี่เหลี่ยม และพับขึ้นรูป ได้แก่ กระทงมุมเดี่ยว กระทงสามเหลี่ยม กระทงสี่เหลี่ยม เพื่อใส่อาหารแบบง่ายๆ หรือนำมาพับเป็นกลีบต่างๆ เรียงซ้อนกันจนได้ความยาวที่ต้องการ และขึ้นรูปเป็นกระทงโดยอาจจะมีการประดับกลีบรอง เช่น กลีบผกา เล็บครุฑ หรืออื่นๆ

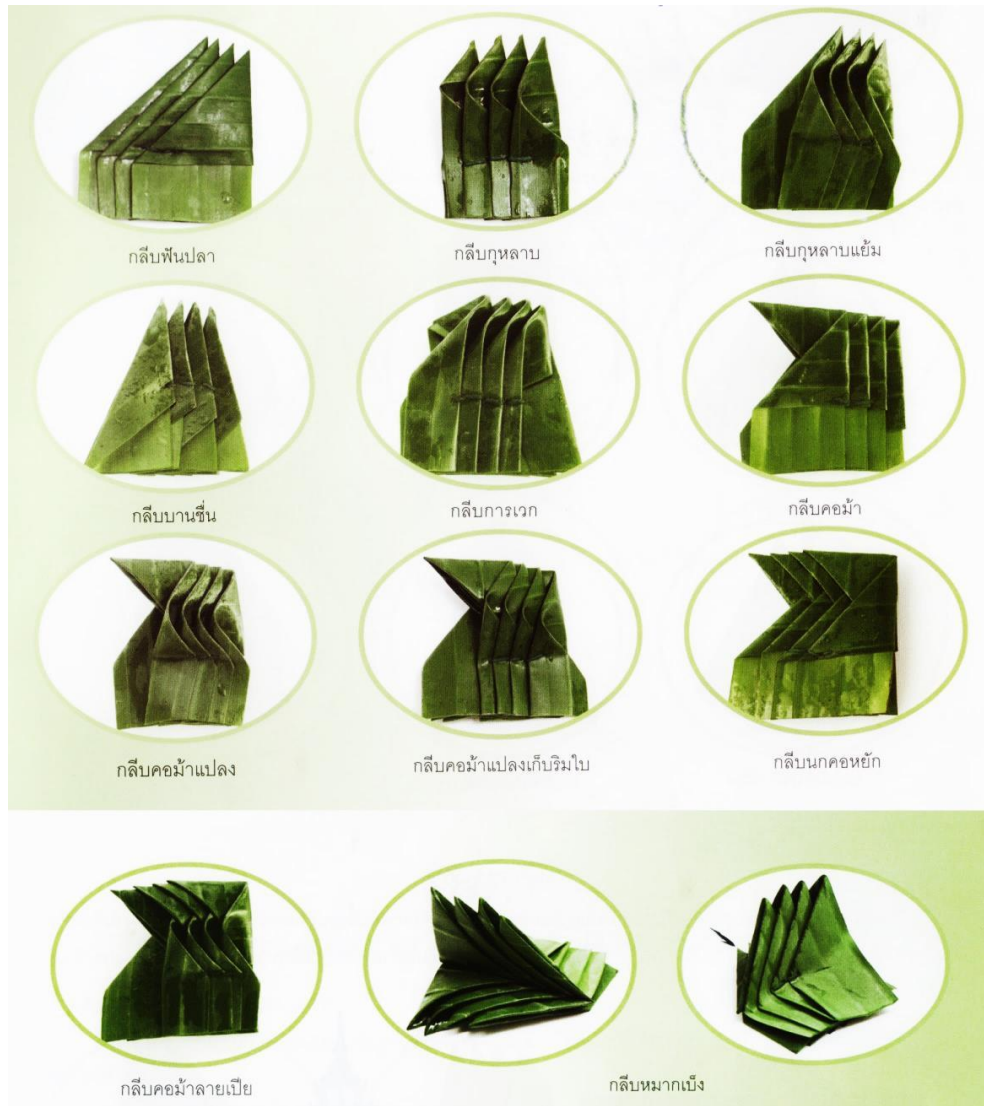
1.5 แจกกัน การใช้ใบตองทำเช่นเดียวกันกับการทำกรวย แต่ส่วนใหญ่ใช้ใบตองจัดเรียงและขึ้นรูปทั้งทรงกระบอก ทรงกรวย ทรงสามเหลี่ยม ตกแต่งด้วยกลีบ เพื่อความสวยงามและประดับด้วยดอกไม้ทั้งแบบสากลและแบบไทยประยุกต์

1.6 กระจ่า ภาชนะสำหรับใส่สิ่งของ เช่น กระจ่าของขวัญ กระจ่าดอกไม้ กระจ่าผลไม้ มีหลายรูปทรง เช่น กระจ่าทรงกลม กระจ่าทรงรี กระจ่าทรงสี่เหลี่ยม โดยทำจากใบตองจับเรียงซ้อนกันตามรูปทรงของฐานกระจ่า และประดับด้วยกลีบ

1.7 บายศรี สันนิษฐานได้ว่าประดิษฐ์ขึ้นมาจากคติความเชื่อเรื่อง พราหมณ์ พิจารณาจากการนำใบตองมาประดิษฐ์บายศรีเนื่องด้วยใบตองนั้นเป็นของสะอาดบริสุทธิ์ไม่มีมลทินของอาหารเก่าให้แปดเปื้อน

วิธีการพับใบตองแบบต่างๆ

กลีบหลัก การพับกลีบจากใบตองเป็นศิลป์แขนงหนึ่งที่ละเอียดอ่อนของไทย ที่มีการพับขึ้นรูปเป็นภาชนะต่างๆ ได้ตามความต้องการ เช่น จาน ถาด ซึ่งการพับกลีบหลักเป็นการพับโดยใช้ใบตองพับกลีบพื้นฐานแบบง่ายๆ เช่น กลีบกุหลาบ กลีบคอม้า และกลีบอื่นๆ ดังนี้



กลีบรองและกลีบเสริม การนำใบตองมาพับกลีบทั้งแบบโบราณและแบบสมัยใหม่ที่ดัดแปลงขึ้น โดยที่กลีบที่เล็กกว่ากลีบหลัก ใช้ในการเสริมประกอบชิ้นงานให้สวยงามขึ้น เช่น กลีบรวงผึ้ง รังแตน ตะขาบ เป็นต้น เพื่อทำเป็นกระทงกลีบบัว ผอบ โกศล เป็นต้น

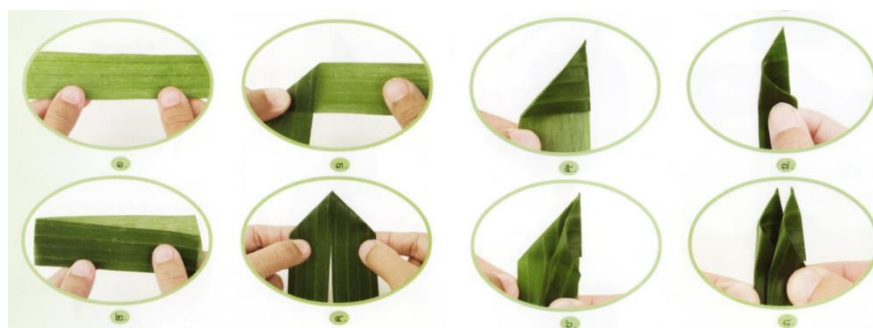


การพับกลีบแบบต่างๆ
 กลีบฟันปลา



CHULALONGKORN UNIVERSITY

กลีบกุหลาบและกุหลาบแยม

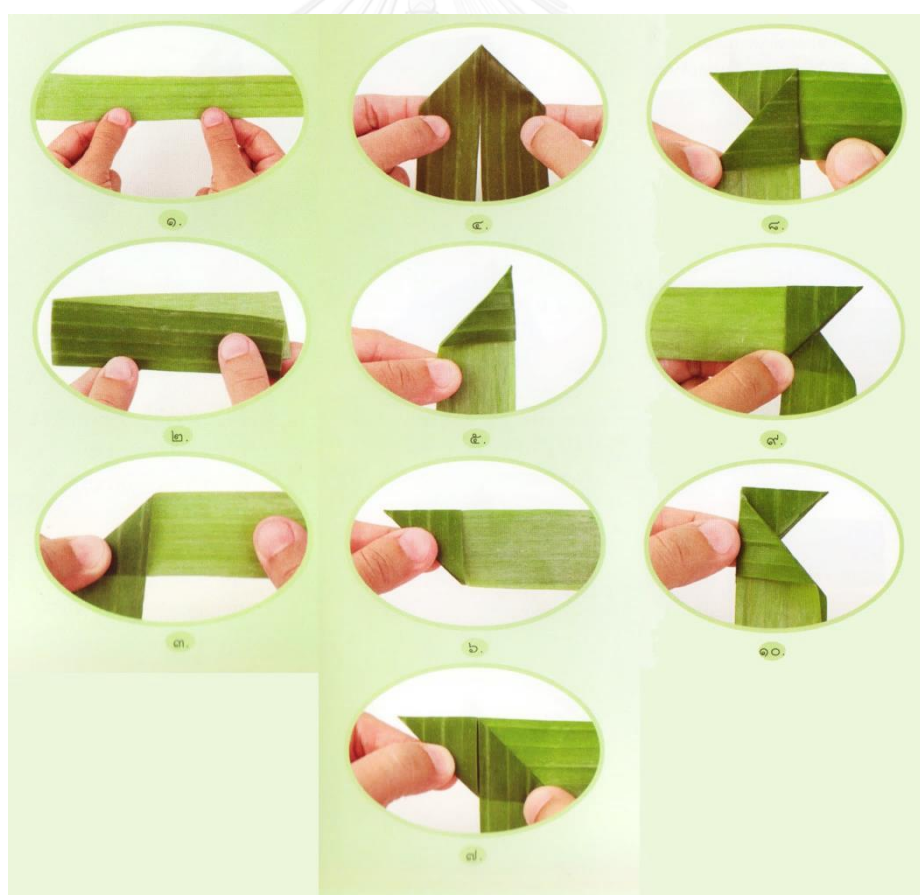


กลีบกุหลาบแย้ม

ทำเช่นเดียวกันกับกลีบกุหลาบ แต่ให้ซ้อนโดยให้เส้นแนวโค้งขนานกันทั้งเส้น แล้วเย็บแบบ
ต้นถอยหลัง เหมาะสำหรับการทำถาดประกอบชิ้นงานอื่นๆ



การพับกลีบดอกไม้ / กลีบดอกคอกหยัก / กลีบดอกไม้ลายเปีย / กลีบดอกไม้แปลง / กลีบดอกไม้
แปลงเก็บริมใบ



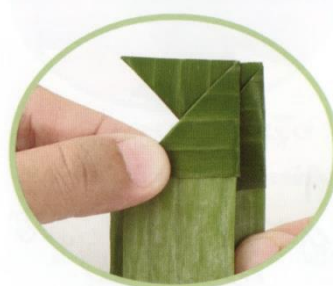
กลีบบนคอหอยัก

ถ้าต้องการพับกลีบบนคอหอยัก ให้พับกลีบคอมาสอดด้านหลังให้สั้นขนานกัน



กลีบคอมา

นำกลีบคอมาเรียงกัน โดยเว้นระยะระหว่างกัน 0.5 เซนติเมตร ของแต่ละกลีบ



กลีบคอมาแปลง

พับกลีบคอมาแปลง ให้สอดส่วนหน้าของกลีบคอมาและพับริมโค้งให้เท่าๆ กัน



กลีบคอม้าลายเปีย

ทำเช่นเดียวกับกลีบนกคอกหยัก แต่ให้ตลบกลับปลายกลีบ

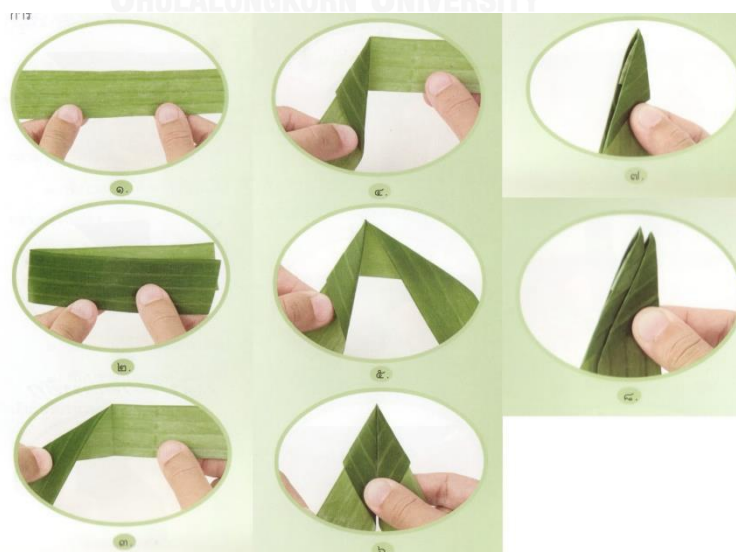


กลีบคอม้าแปลงเก็บริมใบ

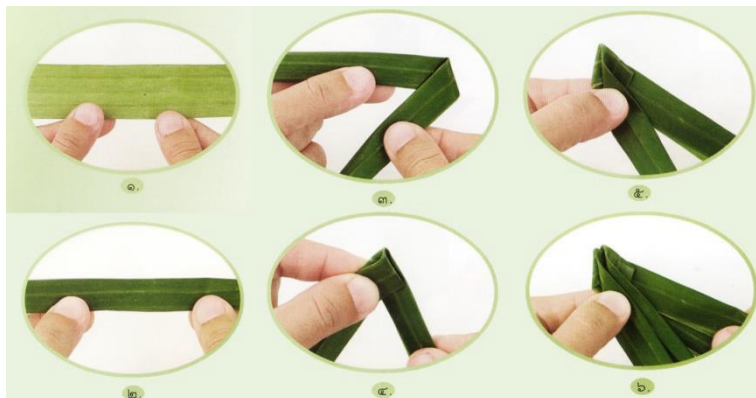
พับกลีบคอม้าแปลงสอดด้านหน้าของกลีบให้เส้นโค้งขนาดเท่ากัน



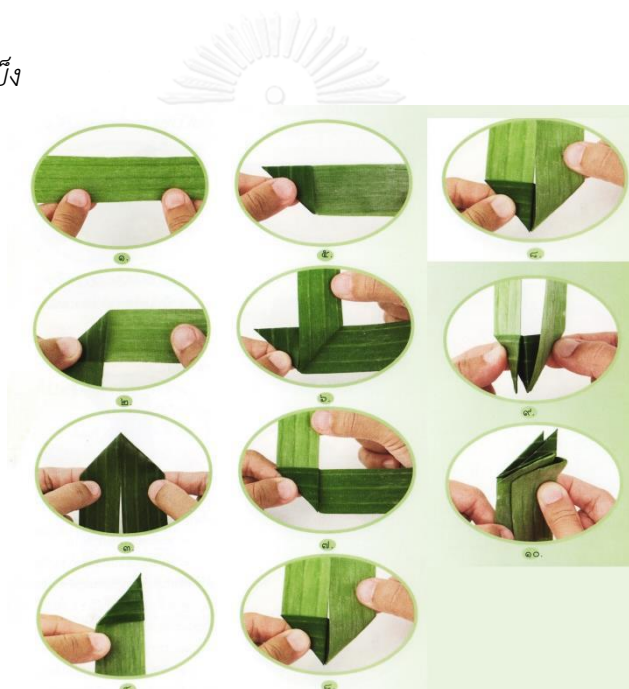
กลีบบานชื่น



กลีบการเวก



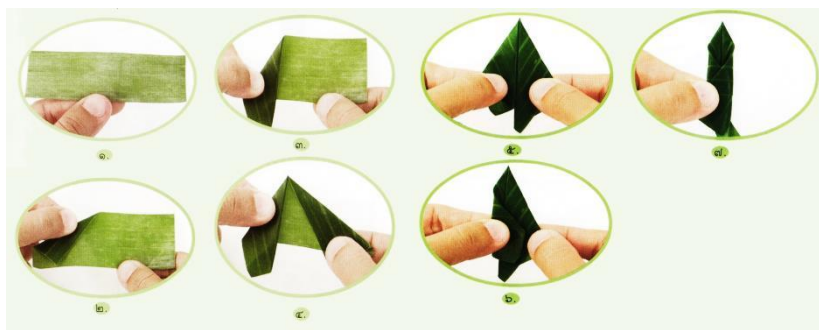
กลีบหมากเบ็ง



กลีบผกาและกลีบผกาซ้อน



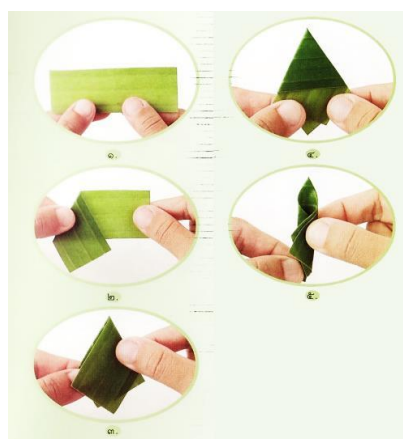
กลีบเล็บครุฑ



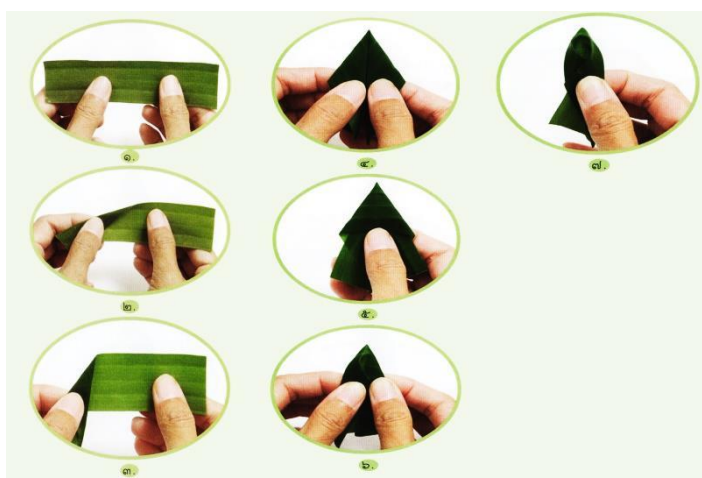
กลีบพนม



กลีบบัวสาย



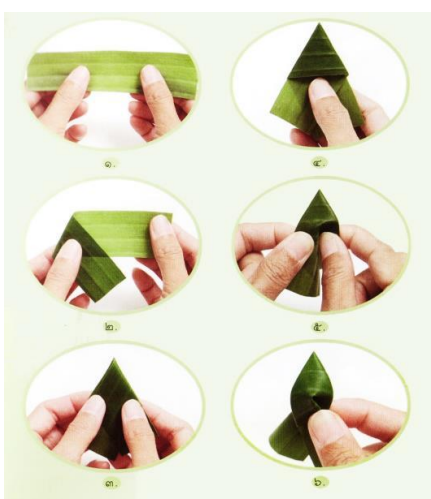
กลีบบัวสายแปลง



กลีบบัวลัดตบุษย์



บัวลัดตบรณ



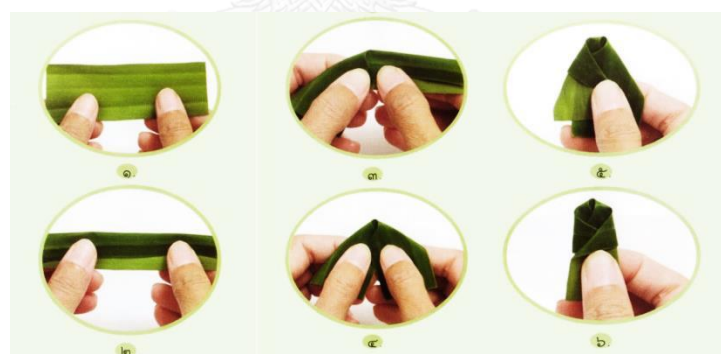
กลีบบัวผกา



กลีบกระพุ่ม



กลีบดอกจอก



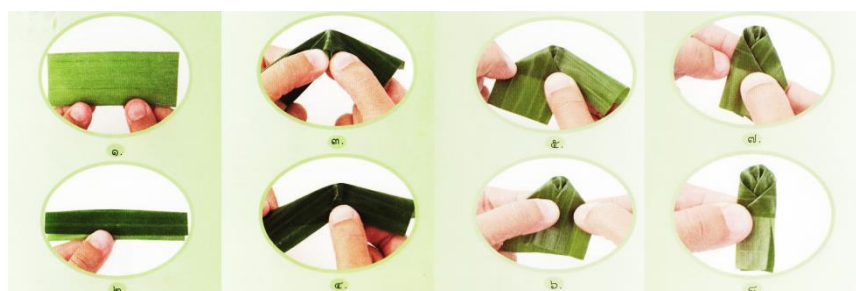
กลีบดอกจอกแปลง



กลีบรังแตน



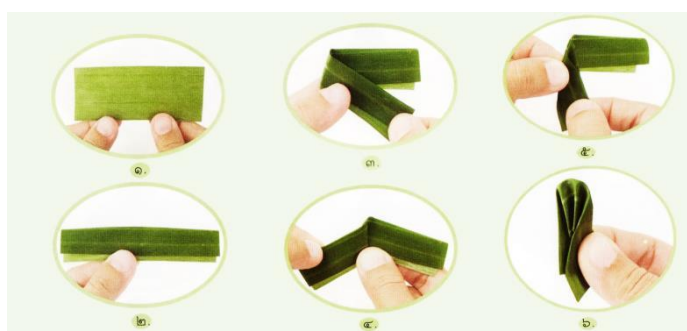
กลีบรวงผึ้ง



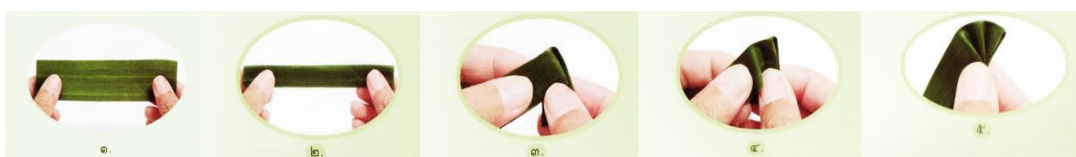
กลีบเล็บมือนางซ้อน



กลีบพัด



กลีบพัดวี



กลีบทางหงส์



กลีบยกนม / ก้นหอย



CHULALONGKORN UNIVERSITY

การถักตะขาบ



จากการศึกษากระบวนการในการพับและสร้างสรรค์งานใบตอง รูปทรงและรูปร่างที่โดดเด่น คือ สามเหลี่ยม และการนำมาซ้อนกันอย่างมีระบบระเบียบ เป็นการนำของชิ้นเล็กมาเรียงกันให้เป็นรูปทรงที่มีขนาดใหญ่ขึ้น มีการซ้อนทับกันจนเกิดเป็นมิติลักษณะนูนต่ำ รายละเอียดต่างๆที่เกิดจากงานใบตองล้วนช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับพื้นผิวทั้งสิ้น หากแต่การทำงานออกแบบมีความจำเป็นต้องเข้าใจรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายด้วย และคำตอบส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ คือ นิยมลวดลายเรขาคณิต ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ตัดทอนกระบวนการในการพับบางขั้นตอน และปรับปรุงรูปร่างของการพับให้มีความเป็นเรขาคณิตมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย โดยในการออกแบบครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนารายละเอียดการตกแต่งเสื้อผ้า รวมถึงการพัฒนาแบบตัด (แพทเทิร์น) ให้มีการซ้อนกันตามลักษณะเด่นของงานใบตอง เช่น วิธีการซ้อน ลายเส้นที่เกิดขึ้นจากการซ้อน และโครงร่างเงาที่มาจากเส้นของใบตอง




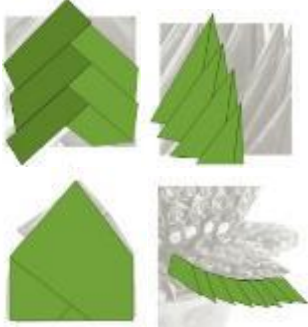
ภาพตัวอย่างลักษณะเส้นและวิธีการซ้อนที่ทำงานใบตอง

งานใบตอง	ภาพตัดทอน	การนำไปใช้ในงานออกแบบ
		
		
		



จากการศึกษาข้อมูลผู้บริโภคทั้งกายภาพ และจิตภาพ รวมถึงรสนิยมและวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย แนวโน้มแฟชั่น และแรงบันดาลใจที่ใช้ในการออกแบบ สามารถสรุปองค์ประกอบการออกแบบหลักสำหรับการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ซึ่งได้แก่ สี โครงร่างเงา ลักษณะเนื้อผ้าและวัสดุ ลักษณะและรายละเอียดการตกแต่ง ได้ดังนี้

ส่วนที่ 3 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบ

องค์ประกอบการออกแบบ	สิ่งที่นำมาใช้	ที่มาของข้อมูล
สี		<p>สีขาว เทา ดำ และกลุ่มสีโทนธรรมชาติ เป็นสีที่กลุ่มเป้าหมายนิยมสวมใส่เป็นสีหลัก ผู้วิจัยจึงได้นำสีขาว เทาและดำมาใช้ประกอบกับสีโทนธรรมชาติที่อยู่ในแนวโน้มแฟชั่นในช่วงฤดูกาลนี้</p>
โครงร่างเงา		<p>โครงร่างเงาแบบตัวหลวมและพอดีตัว ที่มีความทะมัดทะแมง วิเคราะห์ได้จากกรณีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายและแนวโน้มแฟชั่น A/W 2015</p>
ลักษณะเนื้อผ้าและวัสดุ		<p>การใช้ผ้าไหมเป็นวัสดุหลักในการออกแบบเป็นสิ่งที่คุณเชี่ยวชาญร่วมกันลงความเห็นในการทำการสนทนากลุ่ม และพื้นผิวที่มีความเป็นธรรมชาติ แต่มีผิวสัมผัสที่นุ่มมือเป็นสิ่งที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงเลือกใช้ผ้าไหมเนื้อหยาบที่นำไปปั่นนิ่มเป็นวัสดุหลักในการออกแบบ</p>
ลักษณะและรายละเอียดการตกแต่ง		<p>รายละเอียดการตกแต่งต่างๆ รวมถึงลายเส้นการซ้อนผ้าที่ใช้ในการออกแบบเกิดจากกรรมวิธีการสร้างสรรค์งานใบตองไทย และลักษณะเส้นสายที่เกิดจากงานใบตองไทยรวมถึงลักษณะของใบตอง</p>

บทที่ 7

การวิเคราะห์ผลงานสร้างสรรค์

ในบทที่ 7 นี้จะเป็นการวิเคราะห์ผลงานที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นในเรื่องขององค์ความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่ ปัญหาที่พบจากกระบวนการต่างๆสำหรับงานสร้างสรรค์ เช่น ปัญหาที่พบในช่วงของการออกแบบ ปัญหาที่พบในช่วงของการพัฒนาและผลิตผลงาน และปัญหาของการนำเสนอผลงาน รวมไปถึงข้อเสนอแนะต่างๆที่จะเป็นประโยชน์ต่อไปสำหรับผู้สนใจ ทั้งนี้ ในบทที่ 7 ได้ทำการแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ภาพผลงานสร้างสรรค์และคำอธิบาย
- ส่วนที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้รับจากการสร้างสรรค์ผลงาน
- ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการสร้างสรรค์ผลงาน
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ภาพผลงานสร้างสรรค์

จากงานวิจัยเรื่อง “การออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไทยเพื่อการส่งออกประเทศญี่ปุ่น” ได้ทำการวิเคราะห์แนวทางและรูปแบบการแต่งกายของสตรีญี่ปุ่นในช่วงอายุ 20 – 30 ปี โดยแบ่งตามกลุ่มบุคลิกภาพและฤดูกาล ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 12 กลุ่มย่อย หากแต่สำหรับการออกแบบในครั้งนี้เป็นการสร้างสรรค์ผลงานสำหรับกลุ่มผู้มีบุคลิกภาพแบบคลาสสิก ในช่วงฤดูกาลใบไม้ร่วง ทั้งนี้เพื่อสอดแทรกความเป็นไทยในงานออกแบบและเป็นส่วนหนึ่งในการสื่อสารอัตลักษณ์ของไทยสู่ความเป็นสากล ผู้วิจัยจึงได้นำวิธีการพับใบตองของไทยซึ่งสามารถพบเห็นได้ทั้งในชีวิตประจำวันของคนไทยและงานหัตถศิลป์ที่มีความประณีตบรรจงตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบัน มาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน ภายใต้แนวคิด “พับอย่างไทย สไตร์ญี่ปุ่น: The Exquisite Art of Thai Origami” โดยคงเอกลักษณ์ในเรื่องความประณีตของกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อการสร้างเอกลักษณ์ อีกทั้งการซ้อนอย่างเป็นระบบระเบียบของงานใบตองไทย หากแต่มีการคัดเลือกรูปแบบและตัดทอนกระบวนการพับในบางขั้นตอนเพื่อให้ได้รูปทรงและลักษณะการตกแต่งที่สอดคล้องกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างสรรค์ผลงานในครั้งนี้เป็นการออกแบบและผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไหมไทยทอมือทั้งหมด รวมทั้งสิ้น 15 ชุด ได้ทำการออกแบบตามองค์ประกอบและกรอบแนวทางการออกแบบที่สรุปได้ในบทที่ 6 โดยมีภาพผลงานการออกแบบทั้ง 15 ชุด ดังนี้



ภาพที่ 37: ภาพรวมผลงานสร้างสรรค์

ชุดที่ 1

คำอธิบาย

- เป็นชุดที่ทำจากผ้าไหมเส้นเดียวสีดำทั้งชุดรวมถึงชิ้นรายละเอียดตกแต่งบริเวณช่วงเอว
- ความโดดเด่นของแบบเสื้อคือชิ้นคลุมไหล่ที่ช่วยเพิ่มความอบอุ่นบริเวณหน้าอก เป็นการสร้างแบบตัด (แพทเทิร์น) ให้เป็นชิ้นเดียวกับกับตัวเสื้อ ทั้งนี้ความโค้งมนของชิ้นเสื้อคลุมและการย้วยเพื่อเพิ่มความเป็นธรรมชาติ นั้น เป็นแนวคิดของการใช้ใบตองและเส้นโค้งอย่างเป็นธรรมชาติของใบตอง
- รายละเอียดการตกแต่งบริเวณช่วงเอวพัฒนามาจากกรรมวิธีการพับใบตอง โดยพับที่ละชิ้นและนำมาเย็บต่อกันเป็นแผงใหญ่

ชุดที่ 2

คำอธิบาย

- ชุดกระโปรงด้านในทำจากผ้าไหมเส้นเดียวสีดำเนื้อเรียบ ส่วนเสื้อคลุมทำจากผ้าไหมสี่เส้นเนื้อหนาสีดำ
- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำรายละเอียดการตกแต่งที่มีที่มาจาก การซ้อนของงานใบตอง คือซ้อนอย่างมีระบบและเท่าเทียมกันมาแทรกอยู่บริเวณกลางด้านหลังเสื้อคลุม ทำให้เกิดมิติที่น่าสนใจมากขึ้น
- รายละเอียดการตกแต่งบริเวณช่วงหน้าอกของชุดกระโปรงพัฒนามาจากกรรมวิธีการพับใบตอง โดยพับทีละชั้นและนำมากลึงติดกับตัวชุดจนกลายเป็นแผงใหญ่ เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยสร้างมิติและความน่าสนใจให้กับชุด
- ความโค้งบริเวณไหล่ซึ่งเกิดจากการออกแบบให้เป็นเสื้อไหลตกล้นมีที่มาจากความโค้งมนของทรงใบตองสด

ชุดที่ 3

คำอธิบาย

- เสื้อทำจากผ้าไหมสีเส้นเนื้อบางสีไหมดิบ (ขาวนวล) กระโปรงทำจากผ้าไหมเส้นเดียวสีดำเนื้อเรียบ ส่วน
 เสื้อคลุมทำจากผ้าไหมสีเส้นเนื้อหนาสีดำ

- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำรายละเอียดการตกแต่งที่มีที่มาจาก การซ้อนของงานใบตอง คือซ้อน
 อย่างมีระบบและเท่าเทียมกันมาแทรกอยู่บริเวณช่วงกลางกระโปรงในแนวตั้งทั้งด้านหน้าและด้านหลัง ซึ่งทำให้เกิด
 มิติที่น่าสนใจมากขึ้น

ชุดที่ 4

คำอธิบาย

- ชุดด้านในทำจากผ้าไหมสีเส้นเนื้อกลางสีดำ ส่วนเสื้อคลุมทำจากผ้าไหมสีเส้นเนื้อหนาสีดำซึ่งผ่านการปั่นให้นุ่มแล้วทั้งสองชิ้น

- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำรายละเอียดการตกแต่งที่มีที่มาจาก การซ้อนของงานใบตอง คือซ้อนอย่างมีระบบและเท่าเทียมกันมากลึงอยู่บริเวณช่วงช่วงบ่าหลังของเสื้อคลุม และมีการนำสีแดงซึ่งเป็นสีสำคัญของประเทศญี่ปุ่นมาแทรกให้เกิดเป็นจุดดึงดูดสายตา ทำให้เกิดมิติที่น่าสนใจมากขึ้น

- ความโค้งบริเวณไหล่ซึ่งเกิดจากการออกแบบให้เป็นเสื้อไหล่ตักนั้นมีที่มาจากความโค้งมนของทรงใบตองสด

ชุดที่ 5

คำอธิบาย

- ชุดนี้เป็นชุดสามชิ้นประกอบด้วยเสื้อ กางเกงและเสื้อคลุม ตัวเสื้อและกางเกงทำจากผ้าไหมสองเส้นเนื้อเรียบสีดำที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว ส่วนเสื้อคลุมทำจากผ้าไหมสี่เส้นเนื้อกลางสีดำซึ่งผ่านการปั่นให้นุ่มแล้วเช่นกัน
- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำแถบริบบิ้นเนื้อเงาเสมือนไหมมาเรียงกันเต็มพื้นที่เสื้อคลุมทั้งด้านหน้าและด้านหลัง รวมถึงด้านข้างกางเกงด้วย ทั้งนี้เพื่อสื่อถึงการนำแนวคิดของกรรมวิธีการจับพลีทใบตองมาใช้ในการออกแบบ

ชุดที่ 6

คำอธิบาย

- ชุดนี้เป็นชุดสามชิ้นประกอบด้วยเสื้อ กางเกงและเสื้อคลุม ตัวเสื้อทำจากผ้าไหมสองเส้น เนื้อเรียบ สีไหมดิบ กางเกงทำจากผ้าไหมสีเส้นเนื้อหนาสีดำที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว ส่วนเสื้อคลุมทำจากผ้าไหมลูกฟูกสีดำสลับเทาเข้มซึ่งผ่านการปั่นให้นุ่มแล้วเช่นกัน

- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำรายละเอียดการตกแต่งที่มีที่มาจากเส้นสายของการซ้อนในงานใบตอง คือซ้อนอย่างมีระบบและเท่าเทียมกันมาแทรกอยู่บริเวณด้านหลังเสื้อตัวใน และมีการใช้สีดำมาแทรกเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและมีมิติของงาน

ชุดที่ 7

คำอธิบาย

- ชุดนี้เป็นชุดสามชิ้นประกอบด้วยเสื้อ กระโปรงและเสื้อคลุม ตัวเสื้อทำจากผ้าไหมสีเส้น เนื้อบาง สีไหมดิบที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว กระโปรงทำจากผ้าไหมสีเส้นเนื้อกลางสีเขียวที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว ส่วนเสื้อคลุมทำจากผ้าไหมสีเส้นเนื้อหนาและเนื้อกลางประกอประกกันซึ่งผ่านการปั่นให้นุ่มแล้วเช่นกัน

- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำเส้นสายของการช้อนในงานใบตอง คือช้อนอย่างมีระบบและเท่าเทียมกันมาใช้ในการพัฒนาการออกแบบและแบบตัด (แพทเทิร์น) ให้เกิดความน่าสนใจ ไม่เรียบง่ายจนเกินไป

ชุดที่ 8



คำอธิบาย

- ชุดนี้เป็นชุดสามชิ้นประกอบด้วยเสื้อ กางเกงและเสื้อคลุม ตัวเสื้อทำจากผ้าไหมเส้นเดียว สีดำที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว กางเกงทำจากผ้าไหมลูกฟูกสีดำสลับเทาเข้มที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว ส่วนเสื้อคลุมทำจากผ้าไหมลูกฟูกสีเทาลายเนื้อหนาที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้วประกอบด้วยผ้าไหมสองเส้นเนื้อเรียบสีเทาสำหรับการทำรายละเอียด ตกแต่งในบริเวณซ้นหลังของเสื้อคลุม

- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำกรรมวิธีการพับจากงานใบตอง มาขยายให้แต่ละชิ้นมีขนาดกว้างเพียงพอที่จะเป็นซ้นหลังของเสื้อคลุม และนำแต่ละชิ้นมาเรียงซ้อนกันจนเป็นผืนผ้าเพื่อนำไปทำด้านหลังเสื้อคลุม

ชุดที่ 9

คำอธิบาย

- ชุดนี้เป็นชุดสามชิ้นประกอบด้วยเสื้อ กระโปรง และเสื้อคลุมตัวนอก เสื้อทำจากผ้าไหมเส้นเดียว เนื้อเรียบ สีดำ ที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว กระโปรงทำจากผ้าไหมมัดหมี่สีน้ำตาล ส่วนเสื้อคลุมและรายละเอียดตกแต่งบริเวณด้านหลังเสื้อคลุมทำจากผ้าไหมสองเส้นเนื้อเรียบ สีไหมดิบ

- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำรายละเอียดการตกแต่งที่มีที่มาจาก การซ้อนของงานใบตอง คือซ้อนอย่างมีระบบและเท่าเทียมกันมากลึงอยู่บริเวณช่วงบ่าหลังของเสื้อคลุมยาวลงมาถึงบริเวณสะโพกล่าง และมีการนำสีด้ามาแทรกให้เกิดเป็นจุดดึงดูดสายตา ทำให้เกิดมิติที่น่าสนใจมากขึ้น

- การเจาะช่องเพื่อให้แขนสามารถออกไปทั้งแขนในช่องด้านบน หรือสอดออกมาเฉพาะช่วงข้อมือและฝ่ามือในช่องด้านล่างเป็นอีกหนึ่งแนวคิดในการออกแบบที่ทำให้ผู้สวมใส่มีทางเลือกสวมใส่ตามความพึงพอใจของแต่ละบุคคล

- ความโค้งบริเวณไหล่ซึ่งเกิดจากการออกแบบให้เป็นเสื้อที่ไม่มีวงแขนนั้น มีที่มาจากความโค้งมนของทรงใบตองสด

ชุดที่ 10

คำอธิบาย

- ชุดนี้เป็นชุดสองชิ้นประกอบด้วยชุดกระโปรง และเสื้อคลุมตัวนอก ชุดกระโปรงทำจากผ้าไหมสีเส้น เนื้อกลาง สีส้มอิฐที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว ส่วนเสื้อคลุมทำจากผ้าไหมมัดหมี่สีส้มอิฐ
- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำเส้นสายจากการซ้อนของงานใบตอง คือซ้อนอย่างมีระบบและเท่าเทียมกันมาเป็นรายละเอียดตกแต่งแทรกอยู่บริเวณด้านหน้าของชุดกระโปรง ทำให้เกิดมิติที่น่าสนใจมากขึ้น
- ความโค้งบริเวณไหล่ซึ่งเกิดจากการออกแบบให้เป็นเสื้อไหล่ตก ประกอบกับการวางผ้าให้ริ้วลายผ้าอยู่ในแนวอนันต์ที่มีที่มามีมาจากความโค้งมนของทรงใบตองสดและเส้นลายใบตอง

ชุดที่ 11



คำอธิบาย

- ชุดนี้เป็นชุดสามชิ้นประกอบด้วยเสื้อ กางเกง และเสื้อคลุมตัวนอก เสื้อและกางเกงทำจากผ้าฝ้ายเดียวกัน ซึ่งได้แก่ไหมสีเส้น เนื้อกลาง สีเขียวที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว ส่วนเสื้อคลุมทำจากผ้าไหมมัดหมี่สีม่วงแดง
- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำเส้นสายจากการซ้อนของงานใบตอง คือซ้อนอย่างมีระบบและเท่าเทียมกันมาเป็นเส้นตัดต่อชิ้นผ้าบริเวณด้านหน้าของตัวเสื้อ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกรรมวิธีที่พัฒนาได้จากงานใบตอง
- การเจาะช่องเพื่อให้แขนสามารถออกไปทั้งแขนในช่องด้านบน หรือสอดออกมาเฉพาะช่วงข้อมือและฝ่ามือในช่องด้านล่างเป็นอีกหนึ่งแนวคิดในการออกแบบที่ทำให้ผู้สวมใส่มีทางเลือกสวมใส่ตามความพึงพอใจของแต่ละบุคคล
- ความโค้งบริเวณไหล่ซึ่งเกิดจากการออกแบบให้เป็นเสื้อที่ไม่มีวงแขน ประกอบกับการวางผ้าให้รีวหลายผ้า อยู่ในแนวอนนนั้นนี้ที่มาจากความโค้งมนของทรงใบตองสดและเส้นลายใบตอง

ชุดที่ 12

คำอธิบาย

- ชุดนี้เป็นชุดสามชิ้นประกอบด้วยเสื้อ กระโปรง และเสื้อคลุมตัวนอก เสื้อทำจากผ้าไหมสองเส้นสีไหมดิบผ่านการปั่นให้นุ่มมาแล้ว กระโปรงทำจากผ้าไหมมัดหมี่สีน้ำตาลที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว ส่วนเสื้อคลุมทำจากผ้าไหมสี่เส้น เนื้อกลาง สีส้มอิฐ

- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำเส้นสายจากการซ้อนของงานใบตองมาทำเป็นรายละเอียดการตกแต่ง โดยแทรกชั้นรายละเอียดตกแต่งนี้ไว้ที่บริเวณแขนเสื้อด้านนอกตั้งแต่หัวไหล่ถึงข้อมือทั้งสองข้าง

ชุดที่ 13

คำอธิบาย

- ชุดนี้เป็นชุดสามชิ้นประกอบด้วยเสื้อ กางเกง และเสื้อคลุมตัวนอก เสื้อทำจากผ้าไหมมัดหมี่สีม่วงแดง กางเกงและเสื้อคลุมตัวนอกทำจากผ้าไหมสีเส้นเนื้อหนาที่ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว
- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำเส้นสายจากการซ้อนของงานใบตองมาพัฒนาเป็นรูปแบบของเสื้อคลุมที่ด้านหลังเป็นการซ้อนกันเสมือนเส้นไขว้ของงานใบตอง มีการพัฒนากรรมวิธีการตัดเย็บเสื้อผ้าให้ดูซ้อนอย่างมีมิติชัดเจน แต่ยังคงอยู่ในโครงสร้างเงาที่สามารถสวมใส่ได้จริงในชีวิตประจำวัน
- ความโค้งบริเวณไหล่ซึ่งเกิดจากการออกแบบให้เป็นเสื้อไหล่ตกล้นมีที่มาจากความโค้งมนของทรงใบตองสด

ชุดที่ 14

คำอธิบาย

- ชุดนี้เป็นชุดสามชิ้นประกอบด้วยเสื้อ กางเกง และเสื้อคลุมตัวนอก ทั้งชุดเป็นสีไหมดิบ เสื้อทำจากผ้าไหมสองเส้น ส่วนกางเกงและเสื้อคลุมตัวนอกทำจากผ้าไหมสี่เส้นเนื้อหนา โดยผ้าทุกชิ้นที่นำมาทำชุดนี้ได้ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว

- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำเส้นสายจากการซ้อนของงานใบตองมาพัฒนาเป็นรูปแบบของเสื้อที่ด้านหลังเป็นการซ้อนกันเสมือนเส้นไขว้ของงานใบตอง มีการพัฒนากรรมวิธีการตัดเย็บเสื้อผ้าให้ดูอ่อนอย่างมีมิติชัดเจน แต่ยังคงอยู่ในโครงร่างเงาที่สามารถสวมใส่ได้จริงในชีวิตประจำวัน อีกทั้งการซ้อนชั้นที่บริเวณด้านข้างกางเกงทั้งสองข้างอีกด้วย

- ความโค้งบริเวณไหล่ซึ่งเกิดจากการออกแบบให้เป็นไหล่ลัดก้นนั้นมีที่มาจากความโค้งมนของทรงใบตองสด

ชุดที่ 15

คำอธิบาย

- ชุดนี้เป็นชุดสามชิ้นประกอบด้วยเสื้อ กางเกง และเสื้อคลุมตัวนอก ทั้งชุดเป็นสีดำ เสื้อทำจากผ้าไหมสองเส้น ส่วนกางเกงและเสื้อคลุมตัวนอกทำจากผ้าไหมลูกฟูกสีดำสลับเทาเข้า โดยผ้าทุกชิ้นที่นำมาทำชุดนี้ได้ผ่านการปั่นให้นุ่มแล้ว

- ความโดดเด่นของชุดนี้ คือการนำเส้นสายจากการซ้อนของงานใบตองมาพัฒนาเป็นรูปแบบของเสื้อคลุมที่ด้านหลังเป็นการซ้อนกันเหมือนเส้นไขว้ของงานใบตอง มีการพัฒนากรรมวิธีการตัดเย็บเสื้อผ้าให้ดูซ้อนอย่างมีมิติชัดเจน แต่ยังคงอยู่ในโครงสร้างเงาที่สามารถสวมใส่ได้จริงในชีวิตประจำวัน

- ความโค้งบริเวณไหล่ซึ่งเกิดจากการออกแบบให้เป็นเสื้อไหล่ตานั้นมีที่มาจากความโค้งมนของทรงใบตองสด

ในการถ่ายภาพเพื่อนำเสนอผลงานได้มีการคัดเลือกนางแบบที่มีภาพลักษณ์และลักษณะหน้าตาเป็นแบบกลุ่มคนเอเชียเพราะจะสามารถถ่ายทอดอารมณ์และความรู้สึกที่ต้องการสื่อสารและแสดงออกแบบญี่ปุ่นได้ชัดเจนมากกว่าการใช้นางแบบจากประเทศทางยุโรปหรือกลุ่มคนที่มีผิวขาวและผมสีทอง อีกทั้งให้นางแบบสวมถุงน่องเนื้อหนาสีดำเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของสตรีญี่ปุ่นในช่วงฤดูใบไม้ร่วงที่นิยมใส่ถุงน่อง เพราะฤดูใบไม้ร่วง ประเทศญี่ปุ่นจะมีภูมิอากาศตั้งแต่ร้อนอบอ้าว จนถึงระดับที่ค่อนข้างหนาวเย็น

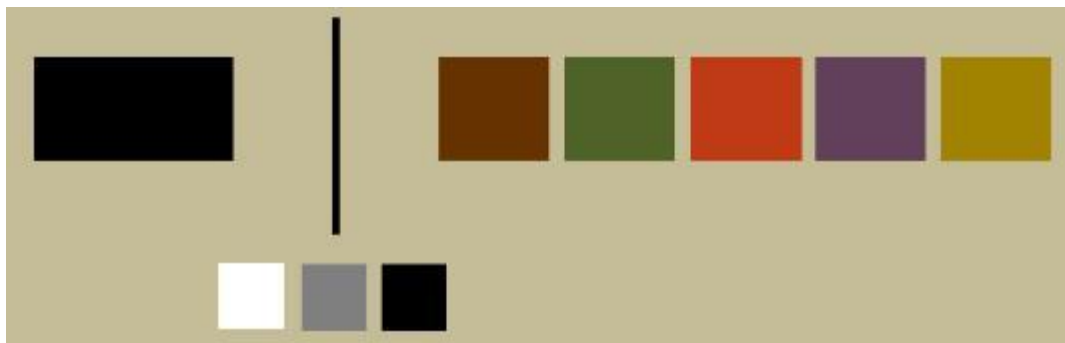
ส่วนที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้รับจากการสร้างสรรค์ผลงาน

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากการสร้างสรรค์ผลงานในครั้งนี้ คือ องค์ประกอบการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ สตรีญี่ปุ่น ช่วงอายุ 20-30 ปี มีบุคลิกภาพการแต่งกายแบบคลาสสิก และ กรรมวิธีในการสร้างรายละเอียดตกแต่งรูปแบบต่างๆ อีกทั้งการทำแบบตัดเสื้อผ้า (แพทเทิร์น) และการตัดเย็บที่ทำให้กระบวนการตัดเย็บการซ้อนชั้นของผ้าให้เกิดมิตินั้นมีความประณีตมาก

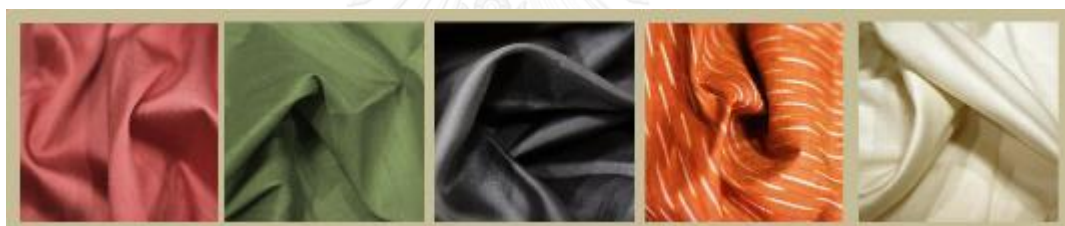
องค์ความรู้ที่ 1 องค์ประกอบการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ สตรีญี่ปุ่น ช่วงอายุ 20-30 ปี มีบุคลิกภาพการแต่งกายแบบคลาสสิก ได้แก่ เสื้อคลุมตัวหลวม ใส่ชายเสื้อไว้ด้านใน ความยาวกระโปรงระดับสั้น ความยาวชุดกระโปรงระดับสั้น เสื้อพอดี้ตัวกระโปรงพอดี้ตัว กางเกงพอดี้ตัว ชุดกระโปรงพอดี้ตัว โครงร่างเงา ตัวหลวม – ตัวหลวม ความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า ความยาวเสื้อระดับสะโพกบน ความยาวเสื้อคลุมระดับสะโพกล่างและหน้าขา ความยาวกางเกงระดับสั้นมาก และระดับข้อเท้า เสื้อ กางเกง ชุดกระโปรงตัวหลวม ใส่ถุงน่อง ดังภาพตัวอย่าง



ใช้สีดำ หรือ กลุ่มสีธรรมชาติเป็นสีหลัก ใช้กลุ่มสีขาว เทา ดำ เป็นสีรอง ดังภาพ



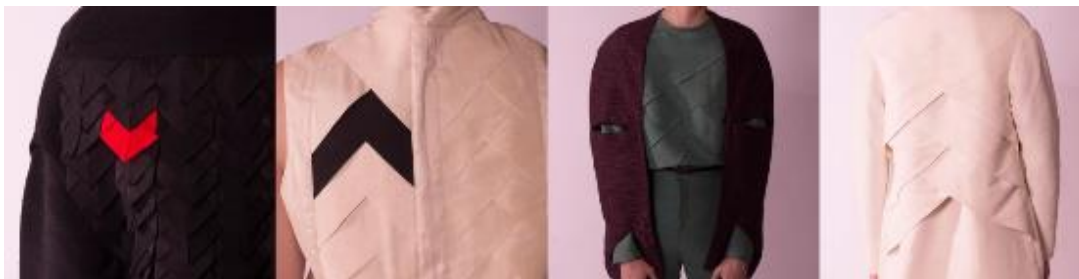
ระหว่างผ้าไหมและผ้าฝ้ายซึ่งเป็นผ้าทอมือของไทยควรเลือกใช้ผ้าไหม ควรใช้ผ้าเนื้อหนา สำหรับกระโปรง กางเกง ชุดกระโปรง เสื้อคลุม และใช้ผ้าเนื้อบางที่บแสงสำหรับการทำเสื้อดั่งภาพ ตัวอย่าง



องค์ความรู้ที่ 2 การทำรายละเอียดตกแต่งก่อนนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าที่เสร็จสมบูรณ์จะเกิดจากการพับเป็นชั้นแล้วจึงนำไปเรียงกันอย่างมีระบบตามแนวทางของการพับและเรียงชั้นงาน ใบตอง ทั้งนี้แต่ละชั้นจะมีขนาดที่ต่างกัันขึ้นอยู่กับกรออกแบบว่าจะนำไปตกแต่งในบริเวณใดของเสื้อผ้า ดังภาพตัวอย่าง



จากผลงานสร้างสรรค์ทั้งหมดสามารถแบ่งลักษณะการสร้างมิติของเสื้อผ้าได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่



1. การทำรายละเอียดตกแต่งติดตกแต่งลงบนเสื้อผ้า
2. การทำรายละเอียดตกแต่งให้เป็นชิ้นผ้าแล้วนำไปเย็บแทรกเข้ากับชิ้นเสื้อผ้า
3. การตัดต่อผ้าให้เกิดเป็นเส้นเสมือนการซ้อนชั้น
4. การทำแบบตัดและการตัดเย็บให้เกิดการซ้อนผ้าและมีมิติ

องค์ความรู้ที่ 3 การนำผ้าใหม่ไปผ่านกระบวนการปั่นไม่ว่าจะด้วยระบบอุตสาหกรรม คือ การตกแต่งสำเร็จผ้าเชิงกล หรือการทำในครัวเรือด้วยการปั่นด้วยเครื่องซักผ้า พร้อมการใช้น้ำยาปรับผ้านุ่มจะช่วยให้ได้ผ้าใหม่ที่มีความนุ่มอันเนื่องจากเส้นใยถูกปั่นจนหักแต่หักอย่างสม่ำเสมอจึงไม่ทำให้ผ้าดูย้วยอย่างไรทิศทาง นอกจากนี้แล้วการปั่นผ้ายังช่วยทำให้ผ้าใหม่ผืนนั้นหรือเสื้อผ้าที่ทำจากผ้าใหม่ผืนนั้นดูแลรักษาได้ง่ายขึ้น สามารถซักทำความสะอาดด้วยเครื่องซักผ้าได้เลย หากแต่ผลลัพธ์จากการปั่นจะทำให้สีผ้าใหม่นั้นซีดจางลงและผ้าจะดูเก่ามากขึ้นเล็กน้อย จึงไม่เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการผ้าใหม่เนื้อมันเงา และสีสดใส

สำหรับการออกแบบครั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายนิยมความเป็นธรรมชาติ และเนื้อผ้าที่นุ่มสบาย ประกอบกับสีที่นิยมคือกลุ่มสีธรรมชาติจึงทำให้การตกแต่งสำเร็จผ้าด้วยวิธีนี้ได้ผลตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทุกประการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบจากการสร้างสรรค์ผลงาน

กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบแฟชั่นในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 กระบวนการสำคัญ ซึ่งสามารถลำดับขั้นตอนได้ดังนี้

1. กระบวนการในการศึกษากลุ่มเป้าหมายและข้อมูลสนับสนุนอื่นๆ
2. กระบวนการในการพัฒนาผืนผ้าให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
3. กระบวนการในการออกแบบ
4. กระบวนการผลิต

สามารถวิเคราะห์ปัญหาที่พบในการทำงานสร้างสรรค์จาก 4 กระบวนการที่กล่าวมาได้เป็นประเด็น ดังนี้

ปัญหาที่พบจากกระบวนการศึกษากลุ่มเป้าหมายและข้อมูลสนับสนุนอื่นๆ

- การศึกษากลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มากเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์ให้ได้บทสรุปที่ชัดเจนต้องใช้เวลาในการเก็บข้อมูลที่ยาวนาน ทั้งนี้เพื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลง และการคงอยู่ของวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย
- การศึกษากลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศจะมีค่าใช้จ่ายต่างๆค่อนข้างสูง
- การศึกษากลุ่มเป้าหมายที่ต้องใช้ภาษาท้องถิ่น การสื่อสารเป็นอีกหนึ่งปัญหาสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ปัญหาที่พบจากกระบวนการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

- การขาดความเข้าใจในเรื่องของการตกแต่งสำเร็จผ้าอาจเป็นอุปสรรคทำให้ขาดความชัดเจนในการตัดสินใจเลือกวิธีการตกแต่งสำเร็จผ้าที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ จึงจำเป็นต้องทดลองหลากหลายแบบซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุนและเวลาในการวิจัย

ปัญหาที่พบจากกระบวนการออกแบบ

- เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ให้ผลสรุปเป็นกรอบแนวทางการออกแบบที่ชัดเจนจึงไม่ประสบปัญหาในการระบวงการออกแบบมากนัก

ปัญหาที่พบจากกระบวนการผลิต

- เนื่องจากผลงานสร้างสรรค์ครั้งนี้มีการสร้างรายละเอียดการตกแต่งจำนวนมาก และการตกแต่งทั้งหมดเป็นการพับผ้าปัญหาที่ตามมาจึงเป็นเรื่องของการคำนวณปริมาณผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บและการทำรายละเอียดการตกแต่งของเสื้อผ้าแต่ละชิ้น
- การตัดเย็บโดยเฉพาะชิ้นที่สร้างมิติการซ้อนด้วยการซ้อนชิ้นผ้าจากการทำแบบตัด มีความจำเป็นต้องเย็บกลับเพื่อทบผ้าให้ได้การตัดเย็บที่ประณีต ส่งผลให้ในบางช่วงของชิ้นเสื้อผ้านั้นมีช่วงที่มี

การซ้อนกันหลายชั้น เมื่อเย็บแล้วจะทำให้บริเวณนั้นบวมและหนากว่าบริเวณอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริเวณรอยต่อผ้า

- เนื่องจากเป็นงานที่มีรายละเอียดการตกแต่งแบบพิเศษ คือไม่สามารถหาซื้ออุปกรณ์ตกแต่งได้โดยทั่วไป ส่งผลให้ต้องใช้ระยะเวลาในการผลิตมาก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

- การศึกษากลุ่มเป้าหมาย หรือการทำตลาดในต่างประเทศควรมีผู้ที่มีความชำนาญในประเทศ และภาษาของประเทศนั้นเป็นที่ปรึกษามนการทำงาน จะช่วยให้มีความคล่องตัวในการทำงานมากขึ้น

- หากต้องการทำตกแต่งสำเร็จผ้าโดยที่ไม่มีความชำนาญหรือไม่มีที่ปรึกษาที่มีความชำนาญในเรื่องนี้ ควรเผื่อเวลาสำหรับการทำงานให้มากขึ้น เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้ภายในเวลาที่กำหนด

- ควรเผื่อเวลาในการทำรายละเอียดการตกแต่งให้มากเพียงพอ หรือถ้าหากต้องการผลิตเพื่อการค้าซึ่งอาจจะจำเป็นต้องผลิตในปริมาณมาก อาจจะนำกรรมวิธีการตกแต่งรายละเอียดแบบอื่นมาเสริม เช่น การพิมพ์ลวดลายผ้า การทำซิลส์สรีน ซึ่งจะช่วยลดเวลาในการผลิตได้มาก

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมส่งเสริมการเกษตร. การพัฒนาใหม่ในประเทศไทย. [ออนไลน์], แหล่งที่มา:
<http://www.doae.go.th/LIBRARY/html/detail/silkwopm/silk10> [22 เมษายน 2555]
- กระทรวงการต่างประเทศ. กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตเกียว. รายชื่อสินค้าไทยที่มีศักยภาพในประเทศญี่ปุ่น ฐานเศรษฐกิจ. หน้า 10 ปีที่ 32 ฉบับที่ 2,772 วันที่ [6 กันยายน 2555]
- กระทรวงพาณิชย์. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. การเข้าตลาดญี่ปุ่น ต้องมีกลยุทธ์หลากหลาย. อังคาร ที่ 25 มกราคม พ.ศ.2554 13:52:30 น.[ออนไลน์], แหล่งที่มา:
<http://www.ryt9.com/s/expd/1074423> [14 กุมภาพันธ์ 2558]
- กระทรวงพาณิชย์. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www2.ops3.moc.go.th/> [18 กันยายน 2554]
- กฤษณ์ เย็นสุดใจ. นวัตกรรมแบบแฟชั่นและสิ่งทอภายใต้แบรนด์แม่ฟ้าหลวง อาจารย์พิเศษสาขาแฟชั่นและสิ่งทอ คณะศิลปกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2558
- เกตุวดี ณ มารุมุรา. จะไปเที่ยวญี่ปุ่น แต่งตัวอย่างไรดี [ออนไลน์], แหล่งที่มา:
<http://www.marumura.com/travel/?id=5959> [22 มีนาคม 2554]
- จารุพรรณ ทรัพย์ปรุง. การออกแบบเครื่องแต่งกาย. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง, 2543.
- เจียมจิต เผือกศรี. การออกแบบเสื้อ 1. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2545.
- เทรนด์ที่ราเวล. คนญี่ปุ่น. 2555. [ออนไลน์], แหล่งที่มา:
http://www.originaltravel.co.th/trip2_jap_people.html [20 ตุลาคม 2554]
- นิปปอน โนะ ชิปปะ. ประวัติกิโมโน [ออนไลน์], แหล่งที่มา:
<http://www.nipponnotsubo.com/sje/011sje/01110sjmewkimono.html> [3 กันยายน 2557]
- นิพนธ์ ทรัพย์บุญวิไล. ที่ปรึกษาอิสระด้านการพัฒนาสิ่งทอและอาจารย์พิเศษสถาบันการออกแบบแฟชั่น บุกกะ ประเทศไทย. สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2558
- เนริสา อู่ทอง. เจ้าของร้านราตรีใหม่ไทย. สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2558

พลอย จริยะเวช. Mix & Match แต่งตัวได้อย่างมีสไตล์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: แพลน พรินต์ติ้ง, 2547.

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. แนวทางการออกแบบใหม่ไทยร่วมสมัยสำหรับลูกค้าธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บริษัท ส เสริมมิตร การพิมพ์ จำกัด, 2556

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. ศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ. การตกแต่งสำเร็จสิ่งทอ. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.thaitextile.org/tdc/?page_id=375 [21 กันยายน 2557]

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมกับสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ.

รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจตลาดสิ่งทอญี่ปุ่นเชิงลึก. กรุงเทพฯ, 2551 [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.thaitextile.org/main/index_t.php [5 พ.ค. 2557]

สุภาวดี แยมกมล. หัวหน้ากลุ่มงานสินค้าแฟชั่น สำนักส่งเสริมสินค้าส่งออก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2554.

อัญญารัตน์ วาเกะ. ผู้จัดการแผนกขายปลีก บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทยจำกัด (Jim Thompson). สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2557

เอ็ดดูเคทพาร์ค. การแต่งตัวของคนญี่ปุ่นตามฤดูกาลต่างๆ. [ออนไลน์], แหล่งที่มา <http://www.educatepark.com> [21 กันยายน 2557]

ภาษาอังกฤษ

Enid Ratnam-Keese. Portrait Painting My Way: Workshop 4. Color Theory. [Online], Available from: <http://juliasattout.com/portrait-paintings/colour-theory/> [2014, September 21]

Gorgeous Me. Fashion Personality. [Online], Available from:

<http://gorgeousme.co/style-and-colours/my-style/style-personality/>. [2013, April 21]

Harper's bazaar Magazine. Fashion Personality. [Online], Available from:

<http://www.harpersbazaar.com/fashion/fashion-articles/fashion-personality#slide-5> [2013, April 21]

Hidenobu Yasui. Designer and Owner of Hidenobu Yasui. Interview, 2014, May 12

Imogenl. Jacket Length. [Online], Available from:

http://www.polyvore.com/jacket_length_glossary/set?id=28112865 [2013, April 26]

Japan Style Arena. Street Fashion Japan. [Online], Available from: <http://www.style-arena.jp/en/> [2011, March 1]

Joy of clothes. Fashion Personality. [Online], Available from:

<http://www.joyofclothes.com/style-advice/magazine> [2013, April 21]

Let's go Japan. Japan Map. [Online], Available from: <http://go-to-japan.weebly.com/> [2013, January 18]

Masarino Morikawa. Designer and Owner of Christian Dada. Interview, 2014, May 8

Paula Darnell. Fashion Personality. [Online], Available from:

<http://petite.about.com/od/fashionpersonality/tp/fashionpersonalitytypes.htm>. [2013, April 21]

Prof.Takeuchi Tadao. Textile Division, Bunka Fashion Graduate University. Interview, 2014, May 5

Prof.Toyohisa Amano. Fashion Color & Color Specialist, Bunka Gakuen. Interview, 2014, May 8

Shirley Williams. Color Theory: What's the Difference between a Hue, Tint, Shade and Tone?. [Online], Available from: <http://www.color-wheel-artist.com/hue.html>. [2014, September 21]

Skirt and Pants Length. [Online], Available from:

<https://www.pinterest.com/pin/273312271110675824/> [2013, April 26]

Style Arena Japan Staff. Style Arena Japan Staff. Interview, 2014, May 9

Suzuki. Vice Chairman of Textile Design Association of Japan. Interview, 2014, May 6

Terai. Chairman of Textile Design Association of Japan. Interview, 2014, May 2

The World Bank. Japan. Data by Country. Income Level. [Online], Available from:

<http://data.worldbank.org/country/japan>. [2011, January 18]

Yamauchi. Director of Japan Fashion Association. Interview, 2014, May 5

ภาคผนวก



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



CHULALONGKORN UNIVERSITY, THAILAND
タイ王国、チュラーロンゴン大学

日本人女性の服装調査

ドウハタイ ヴォンガパン・Dujhathai Vonggapan

初めまして。私はタイ王国のチュラーロンゴン大学の研究員のドウハタイ ヴォンガパンと申します。日本のファッションマーケットについて研究しており、より正確な情報を得るため今回日本へ研究に参加しました。今回の研究にご協力して頂き誠にありがとうございます。

アンケート

第1 個人情報

1. 年齢

 20 - 29

 30 - 39

 40 - 49

 50 - 59

2. 職業

- | | |
|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 公務員 | <input type="checkbox"/> 銀行員 |
| <input type="checkbox"/> 自営業 | <input type="checkbox"/> アルバイト/パート |
| <input type="checkbox"/> 会計士 | <input type="checkbox"/> 経済関係 |
| <input type="checkbox"/> 博士 | <input type="checkbox"/> 非常勤活動家 |
| <input type="checkbox"/> 心理学者 | <input type="checkbox"/> 作家 |
| <input type="checkbox"/> 研究者 | <input type="checkbox"/> 教師 |
| <input type="checkbox"/> デザイナー | <input type="checkbox"/> アーティスト/クリエイター |
| <input type="checkbox"/> エンジニア | <input type="checkbox"/> 建築家 |
| <input type="checkbox"/> 音楽家/芸能人 | <input type="checkbox"/> スポーツ選手 |
| <input type="checkbox"/> 医者 | <input type="checkbox"/> 獣医 |
| <input type="checkbox"/> 薬剤師 | <input type="checkbox"/> 新聞記者 |
| <input type="checkbox"/> PR活動家 | <input type="checkbox"/> 弁護士 |
| <input type="checkbox"/> その他..... | |

役職

- 役員
 社員
 その他.....

3. 収入

平均収入（月当たり）

- ￥200,000以下
 ￥200,000 - ￥299,999
 ￥300,000 - ￥399,999
 ￥400,000 - ￥499,999
 ￥500,000 - ￥599,999
 ￥600,000以上

第2 服の購入に関して

1. 服の購入頻度

- 年に1~2回
 年に3~4回
 年に5~6回
 月に1~2回
 月に3~4回
 週に1回以上

2. 服購入の際の選び方

- 一つのアイテムのみ購入
 コーディネートを考え、上下セットで購入
 コーディネートを考え、上下を複数セット購入
 色々なブランドから色々なアイテムを購入
 その他.....

3. 一回当たり、平均購入枚数

- 1~2枚 3~4枚 5~6枚 7枚以上

4. 一回当たり、平均支払い

- ¥1,000以下
 ¥1,000 - 4,999
 ¥5,000 - 9,999
 ¥10,000 - 29,999
 ¥30,000 - 49,999
 ¥50,000 - 99,999
 ¥100,000以上

5. よく買い物される場所(複数可能)

- ショッピングモール フリーマーケット
 ショッピングストリートの路店 郊外のデパート
 市内のデパート 海外ブランド店
 その他.....

6. 日本に売けるファッションブランドの形を好きなブランド3つを順番に書いて下さい。

6.1

6.2

6.3

7. 服の購入の際、気にすることを順番に選んで下さい。(口の中に数字1～9を入れてください。1は一番気にすること、9は一番気にしないこと。)

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ブランド・デザイナー | <input type="checkbox"/> 形(デザイン) |
| <input type="checkbox"/> 縫製の奇麗さ | <input type="checkbox"/> 価格 |
| <input type="checkbox"/> 着る機会 | <input type="checkbox"/> 丈(長さ) |
| <input type="checkbox"/> 着心地 | <input type="checkbox"/> 手入れが簡単 |
| <input type="checkbox"/> シーズン性 | |

8. ファッションのトレンドの関心度





- とても高い 高い 普通 低い とても低い

第3 ファッションのテスト

1. 購入した服をよく着用する場面を順番に選んで下さい。(口の中に数字1～6を入れてください。1は一番よく着用する場面、6は一番着用しない場面。)

- お客さんと会う、商談、会議、など (Formal Business wear)
- ユニフォーム(Uniform)
- 職場、仕事上、オフィス内、現場、など (Casual Business wear)
- 休日、遊び、など (Casual wear)
- 仲間とパーティー、飲み会、など (Casual Party wear)
- 式、セレモニー、など (Formal Party wear)

2. 好きな色を順番に選んで下さい。(口の中に数字1～4を入れてください。1は一番好きな色、4あまり好きな色ではない。)

- | | | | |
|---|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 白黒グレー | <input type="checkbox"/> ナチュラル | <input type="checkbox"/> パステル | <input type="checkbox"/> ビビッド |
|  |  |  |  |

3. 自分の中でよく着用する色の組み合わせのタイプを選んで下さい。

モノトーン、同色係



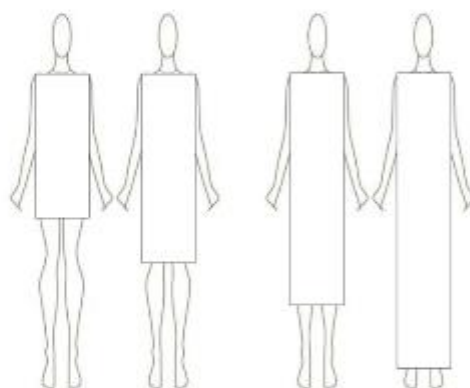
似ているトーンで収まる



コントラスト



4. よく着用する服の長さ(裾の丈)を選んで下さい。



*長方形は裾の長さを表す。

5. あなたにとって、自分に合う上下服の境界線はどれですか。

バストの下

ウエストの下

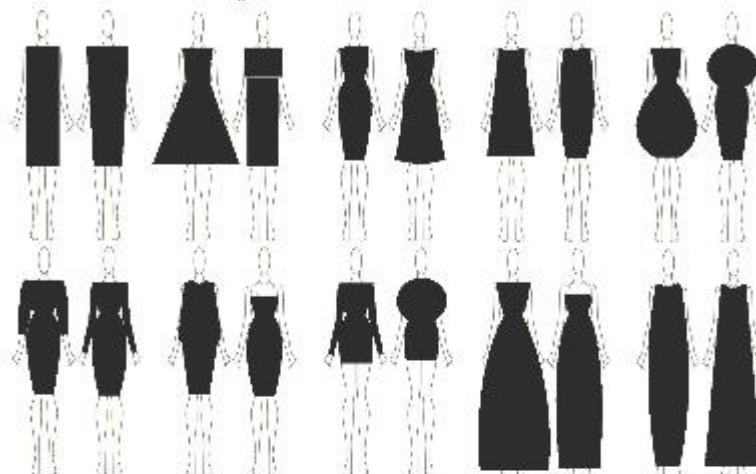
ヒップの下



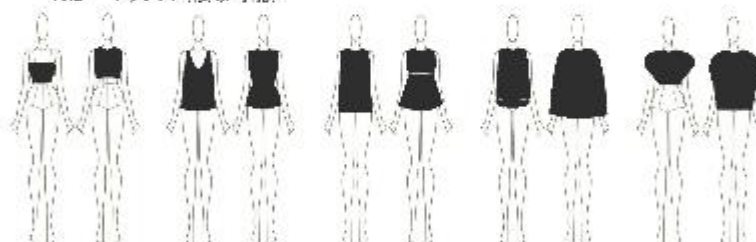
6. どんな模様が好きですか。
- ハッキリ見え、均等である
 - 不揃い、大胆である
 - ワンポイントの大好
7. 長期的な好みの模様を一つ以上選んで下さい。
- 無地
 - シンプルで、幾何学模様
 - 抽象的な模様
 - 自然柄(例:花、動物)
 - 物の絵(例:本、アイスクリーム)
 - グラフィック、写真 など
8. どんな色遣いの模様が好きですか。
- モノトーンで模様を表現する
 - 同系色で均等に配色されている模様
 - コントラストで配色されている模様
9. 模様を表す好みの技法を選んで下さい。
- プリントの模様
 - 織り柄
 - 刺繍柄
 - パッチワーク
 - レーザーカット/カットワーク

10. ワーキングウェアの好みのシルエットを選んで下さい。(そのシルエットを○で囲んで下さい。)

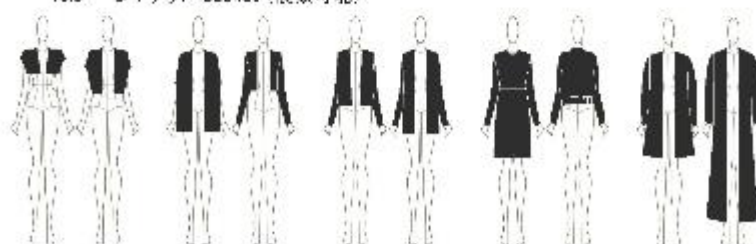
10.1 ドレス・Dress (複数可能)



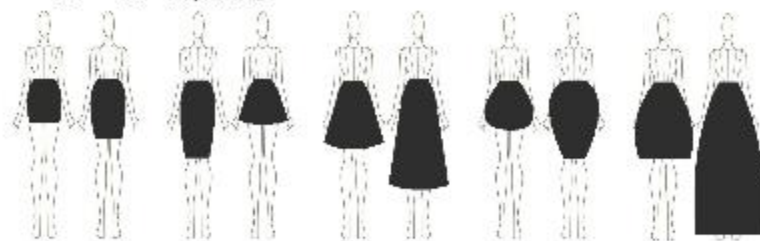
10.2 トップス (複数可能)



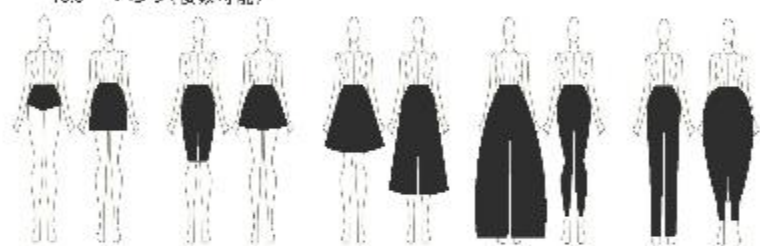
10.3 ジャケット・Jacket (複数可能)



10.4 スカート(複数可能)



10.5 パンツ(複数可能)

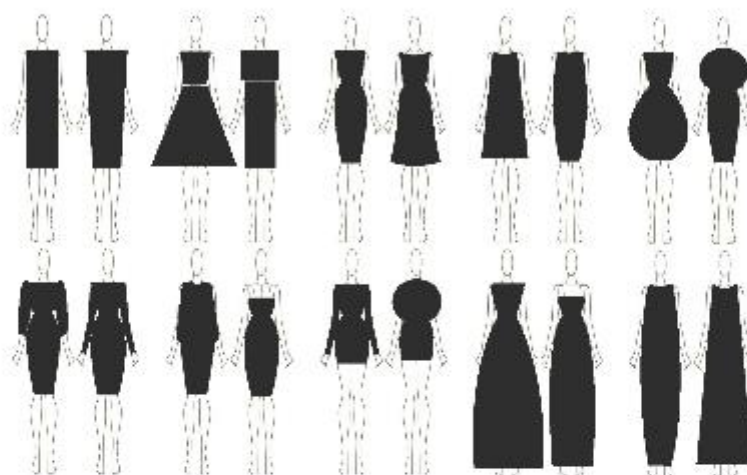


11. 通勤時の上下の組み合わせを選んで下さい。

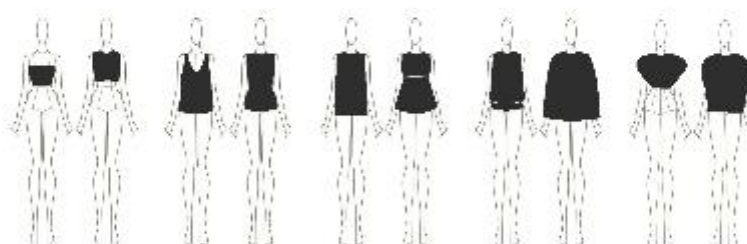
- 1枚 例:ドレス+つなぎ
 2枚 例:シャツ+パンツ/シャツ+スカート/ドレス+ジャケット
 3枚 例:シャツ+パンツ+ジャケット/シャツ+スカート+ジャケット/ドレス+ジャケット+レギンス
 3枚以上

12. パーティー用の好みの服のシルエットを選んで下さい。(そのシルエットをOでまんで下さい。)

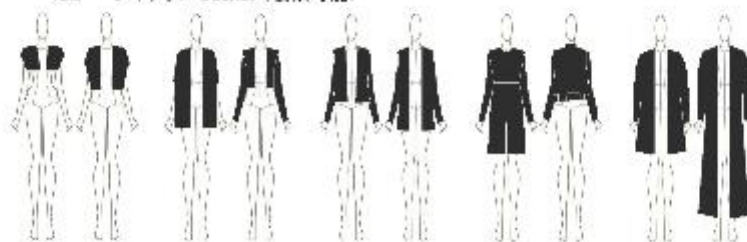
12.1 ドレス・Dress (複数可能)



12.2 トップス (複数可能)



12.3 ジャケット・Jacket (複数可能)



12.4 スカート(複数可能)



12.5 パンツ(複数可能)



13. パーティの時の上下の組み合わせを選んで下さい。

1枚 例:ドレス+つなぎ

2枚 例:シャツ+パンツ/シャツ+スカート/ドレス+ジャケット

3枚 例:シャツ+パンツ+ジャケット/シャツ+スカート+ジャケット/ドレス+ジャケット+レギンス

3枚以上

14.4 スカート(複数可能)



14.5 パンツ(複数可能)



15. プライベートの時の上下の組み合わせを選んで下さい。

- 1枚 例:ドレス+つなぎ
- 2枚 例:シャツ+パンツ/シャツ+スカート/ドレス+ジャケット
- 3枚 例:シャツ+パンツ+ジャケット/シャツ+スカート+ジャケット/ドレス+ジャケット+レギンス
- 3枚以上

16. 普段はどんな格好をしていますか。

- フィットで露出度が多い
- シンプル、クール、アクティブ
- ゆったりでルーズ
- フェミニン
- 露出度が少ない

17. 服を面白く表現するためにどんな技法やテクニックがお好みですか。

- 生地をレーヤー状にいくつかを重ねる
- 生地以外の素材を加え、部分的にデニールを表す(例:ひも、ラメ など)
- 服地と同じ生地で表現する
- 服地と違う生地で表現する
- 生地の裏面に印刷する
- シンプルで何も加えなくても良い

第4 生地の好みについて

1. 普段はよくどんな素材で作られた服を着用していますか。








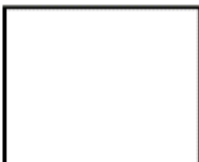
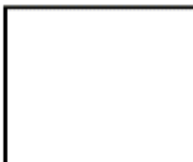
- 天然繊維の素材
- 化学繊維の素材
- 合成繊維の素材

2. タイの生地について、タイシルクや絹の手織りのことご存知ですか。




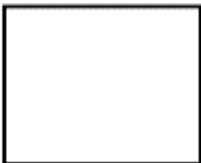
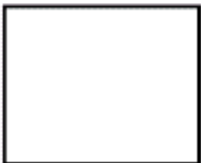
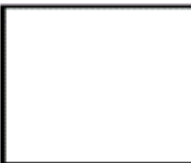



- タイシルクのことを聞いたことがある
- 絹の手織りのことを聞いたことがある
- どちらも聞いたことがある
- どちらも聞いたことがない

3. タイの生地と言えばタイシルクや絹の手織りですが、以下の生地も全てタイの生地です。この中からの生地を使って婦人服を作ったらどれに興味を持ちますか。

3.1 タイシルク(複数可能)

<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

3.2 縞の手廻り(複数可能)

<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

4. 3 で選んだ生地の中で作られた服はどんな場面に着られると思いますか。(複数可能)

- お客さんと会う、商談、会議、など (Formal Business wear)
- ユニフォーム(Uniform)
- 現場、仕事中、オフィス内、現場、など (Casual Business wear)
- 休日、遊び、など (Casual wear)
- 仲間とパーティー、飲み会、など (Casual Party wear)
- 式、セレモニー、など (Formal Party wear)

5. その他のご意見をお願いします。

.....

.....

.....

.....

.....

ご協力ありがとうございました。

ภาคผนวก ข

สถานที่ในการถ่ายภาพแฟชั่นบนท้องถนน (Street Fashion)

ของเว็บไซต์ Style Arena Japan



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากที่ได้กล่าวไว้แล้วในขอบเขตของงานวิจัยว่าผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกรุงโตเกียวเป็นหลัก เนื่องจากโตเกียวนั้นเป็นเมืองหลวงของประเทศญี่ปุ่น เป็นศูนย์กลางความเจริญในทุกด้านของประเทศญี่ปุ่นรวมทั้งเรื่องของแฟชั่นการแต่งกายซึ่งมีการแต่งกายตามแบบสากลนิยมและนับได้ว่าเป็นต้นแบบการแต่งกายของคนญี่ปุ่นโดยทั่วไป ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลวิธีและลักษณะการแต่งกายของผู้บริโภคญี่ปุ่นจากเว็บไซต์ Style Arena Japan (www.style-arena.jp) ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงรวบรวมข้อมูลสถานที่ และย่านทางการค้าที่ Style Arena Japan ใช้เป็นพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 5 ย่าน ดังนี้

ไดกังยามะ (Daikanyama)³⁹

ไดกังยามะไม่เพียงแต่เป็นแหล่งแฟชั่นทันสมัยใหม่ล่าสุด แต่ยังเป็นย่านที่อยู่อาศัยที่มีความหรรษาที่ตั้งของสถานทูตและมีชาวต่างชาติอาศัยอยู่ค่อนข้างมาก จึงทำให้มีบรรยากาศแตกต่างออกไปจากย่านอื่นๆ ของประเทศญี่ปุ่น จากย่านไดกังยามะสามารถเชื่อมต่อไปยังชิบูย่า มีร้านค้าและร้านอาหารที่เรียบบรรยากาศมากมาย เช่น ฮิลไซด์ เทอเรซ ซึ่งเป็นร้านที่เป็นสัญลักษณ์ของเมืองนี้ อย่างไรก็ตามท่ามกลางความเป็นเมืองหรรษาของไดกังยามะ ก็ยังคงความอุดมสมบูรณ์ของต้นไม้ บรรยากาศเขียวชอุ่มรวมถึงถนนที่กว้างขวางสำหรับการเดินเล่นไว้ได้อย่างลงตัวอีกด้วย



ภาพที่ 38: บรรยากาศในย่านไดกังยามะ

ที่มา : <http://www.chillpainai.com/scoop/1849/10-/>

³⁹ Japan Style Arena. *Street Fashion Japan*. [Online], Available from: <http://www.style-arena.jp/en/> [2011, March 1]



ภาพที่ 39: บรรยากาศในย่านโตเกียวยามะ

ที่มา : [http://www.chillpainai.com/scoop/1849/10/-/](http://www.chillpainai.com/scoop/1849/10/) และ
<https://th.airbnb.com/locations/tokyo/ebisu-daikanyama>

กินซ่า (Ginza)⁴⁰

กินซ่าเป็นย่านที่ผสมผสานความทันสมัยและประเพณีอันเก่าแก่ได้อย่างลงตัว จับจ่ายที่มีความหรูหรา เต็มไปด้วยตราสินค้าที่มีชื่อเสียงและมีราคาแพง เป็นย่านที่มีความเก่าแก่ที่สุดในโตเกียว และในยามค่ำคืนนั้นจะเต็มไปด้วยแสงสี ทำให้ย่านนี้มีความคึกคักมีชีวิตชีวา เอกลักษณ์ของย่านนี้ คือ สี่แยกยอนโจเมะกับหอนาฬิกาบนตึกวาโกะ ส่วนสถานที่อื่นๆ ที่น่าสนใจในย่านนี้ ก็มี โรงละครคาบูกิ สะ ซึ่งเป็นโรงละครคาบูกิ ตึกโซนี่ที่มีความทันสมัย ตึกนิสสัน (Nissan Gallery Ginza) และตึกชิเซโด้ (Shiseido) เป็นต้น



ภาพที่ 40: บรรยากาศในย่านกินซ่า

ที่มา : <https://th.airbnb.com/locations/tokyo/ginza>

⁴⁰ Japan Style Arena. *Street Fashion Japan*. [Online], Available from: <http://www.style-arena.jp/en/> [2011, March 1]

ฮาราจูกุ (Harajuku)⁴¹

ฮาราจูกุ เป็นศูนย์รวมของวัยรุ่นอีกแห่งหนึ่งและเป็นสถานที่ที่ให้บรรดาวัยรุ่นได้ปลดปล่อยกันเต็มที่ เห็นได้จากลักษณะการแต่งกายที่ค่อนข้างล้ำสมัย และเป็นแหล่งกำเนิดของการแต่งกายเลียนแบบตัวการ์ตูน เกม หรือ ภาพยนตร์ ที่เรียกกันว่า คอสเพลย์ (Cosplay) โดยส่วนที่ผู้คนเดินหนาแน่นที่สุดก็เป็นบริเวณทาเคชิตะ โดริ (Takeshita Dori) ซึ่งข้างทางนั้นก็เต็มไปด้วยร้านขายของต่างๆ มากมาย และใกล้ๆ กับสถานีฮาราจูกุ จะเป็นที่ตั้งของศาลเจ้าเมจิ และสวนโยโยจิ



ภาพที่ 41: บรรยากาศในย่านฮาราจูกุ

ที่มา : <https://th.airbnb.com/locations/tokyo/harajuku>

ชิบูย่า (Shibuya)⁴²

ชิบูย่าเป็นย่านที่มีชื่อเสียงในด้านแฟชั่นที่ทันสมัยของวัยรุ่นสมัยใหม่ และเต็มไปด้วยสถานที่จับจ่ายมากมาย สีแยกหน้าสถานีรถไฟชิบูย่า และทางม้าลายยักษ์ข้ามถนนห้าแยกคือ สถานที่ที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมามากที่สุด ติดอันดับความหนาแน่นของผู้คนของโลก ยิ่งชั่วโมงเร่งด่วนยิ่งมากขึ้น ที่หน้าสถานีดังกล่าวเป็นที่ตั้งของ ฮาจิโกะ อนุสาวรีย์สุนัข ซึ่งเป็นเหมือนสัญลักษณ์ของย่านชิบูย่า อนุสาวรีย์ถูกสร้างขึ้นเพื่อระลึกถึง ฮาจิโกะ สุนัขผู้ซื่อสัตย์ที่รอรับเจ้านายของมันที่นี่ทุกวัน ถึงแม้ว่าเจ้านายของมันจะจากไป มันก็ยังคงยืนรอตรงนี้อยู่เสมอตลอดเวลา 10 ปีจนกระทั่งหมดลมหายใจ

⁴¹ Japan Style Arena. Street Fashion Japan. [Online], Available from: <http://www.style-arena.jp/en/> [2011, March 1]

⁴² Japan Style Arena. Street Fashion Japan. [Online], Available from: <http://www.style-arena.jp/en/> [2011, March 1]

นอกจากนี้ยังมีศาลเจ้าเมจิ ซึ่งปัจจุบันยังมีการทำพิธีแต่งงานแบบฉบับชาวญี่ปุ่นอีกด้วย สวนโยโยะหิ สวนสาธารณะที่เปรียบดังความสุขของผู้คน และจะมีการจัดงานปลายสัปดาห์เป็นประจำ



ภาพที่ 42: บรรยากาศในย่านชิบูย่า

ที่มา : <https://th.airbnb.com/locations/tokyo/shibuya-district>

โอโมเตะซันโด (Omote-Sando)⁴³

โอโมเตะซันโดย่านที่มีความทันสมัย เป็นเมืองสำหรับผู้ใหญ่ เป็นย่านที่อยู่ติดกับฮาราจุกุ ถูกขนานนามว่าเป็น Champs-Elysees แห่งกรุงโตเกียว ทศนิยมภาพตลอดสองข้างทางที่เรียงรายด้วยต้นเซลโคว่า อาคารแฟชั่นเชิงศิลป์และแกลลอรี่ก็มีให้ได้เที่ยวชม เป็นย่านที่เต็มไปด้วยของร้านค้าจากตราสินค้าที่มีชื่อเสียงและมีราคาที่สูง เช่น พราด้า (Prada) หลุยส์วิตตอง (Louis Vuitton) คริสเตียนดิออร์ (Christian Dior) เป็นต้น เป็นย่านเหมาะกับนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภครายได้สูง

⁴³ Japan Style Arena. *Street Fashion Japan*. [Online], Available from: <http://www.style-arena.jp/en/> [2011, March 1]



ภาพที่ 43: บรรยากาศในย่านโอโมเตะซันโด

ที่มา : <http://th.japantravel.com> และ

<http://www.gotokyo.org/th/tourists/areas/areamap/harajuku.html>



ภาคผนวก ค

นิทรรศการแสดงผลงาน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

นิทรรศการแสดงผลงานในครั้งนี้จัดขึ้น ณ ห้องแสดงงานภายในพิพิธภัณฑ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ระหว่างวันที่ 5 – 26 มิถุนายน พ.ศ.2558 ภายใต้ชื่องาน “ORI BANANA-NO-HA” ซึ่งแปลได้ว่าการพับใบกล้วย (ใบตอง) ตามแรงบันดาลใจที่ใช้ในการออกแบบ



ภาพที่ 44: ภาพบัตรเชิญชมงานนิทรรศการ

ใช้การแขวนเสื้อผ้ากับไม้แขวนเพื่อให้ผู้เข้าชมนิทรรศการสามารถชมผลงานได้อย่างใกล้ชิดชัดเจนและรอบทิศทาง โดยมีการติดภาพชุดที่มีนางแบบสวมใส่ประกอบเพื่อให้เห็นภาพลักษณะของชุดขณะที่อยู่บนตัวคนด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 45: บรรยากาศคณิทรรศการแสดงผลงาน
ถ่ายเมื่อวันจันทร์ ที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2558



ภาพที่ 46: บรรยากาศนิทรรศการแสดงผลงาน
ถ่ายเมื่อวันจันทร์ ที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2558



ภาพที่ 47: บรรยากาศนิทรรศการแสดงผลงาน
ถ่ายเมื่อวันจันทร์ ที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2558

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวดุจหทัย วงษ์กะพันธ์
วันเดือนปีเกิด	30 พฤษภาคม พ.ศ.2524
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 7 ซอยเพชรเกษม 77/3 ถนนเพชรเกษม แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160
สถานที่ทำงาน	คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
ตำแหน่งหน้าที่	อาจารย์ประจำภาควิชาานฤมิตศิลป์
ประวัติการศึกษา	ศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชามัณฑนศิลป์ (แฟชั่นและสิ่งทอ) ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ.2545	
พ.ศ.2547	Master of Art (Fashion, Textile and Surface Design) Birmingham City University, United Kingdom (ชื่อเดิม UCE University of Central England in Birmingham)

