



การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์
Clothing Design for Plus-Size Women.

จิตาภา สารระชู
JIDAPA SARACHUE

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2566



การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์
Clothing Design for Plus-Size Women.

จิตาภา สารระชู
JIDAPA SARACHUE

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร


2566


ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อวิทยานิพนธ์ การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์
ชื่อ นามสกุล จิตาภา สารระชู
ชื่อปริญญา คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา คหกรรมศาสตร์
คณะ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.จรัสพิมพ์ ว่างเย็น

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรัญ วานิชกร)


.....กรรมการ
(ดร.สุชีรา ผ่องใส)


.....กรรมการ
(ดร.จรัสพิมพ์ ว่างเย็น)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้นับ
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร


.....คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสทรโยม)

วันที่ 8 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2567

ชื่อวิทยานิพนธ์	การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์
ชื่อ นามสกุล	จิตาภา สารระชู
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา และคณะ	คหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2566

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการที่มีต่อรูปแบบการแต่งกายของสตรีพลัสไซส์ 2) ออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ 3) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ โดยดำเนินการสำรวจความต้องการในรูปแบบเสื้อผ้าจากสตรีพลัสไซส์ ซึ่งกลุ่มสตรีพลัสไซส์ให้ความสำคัญแนวคิดในการแต่งกาย แนวคิดในการออกแบบรูปแบบของเสื้อผ้าที่มีความทันสมัย แปลกใหม่ ตามแนวโน้มแฟชั่น และส่งเสริมความมั่นใจให้กับสตรีพลัสไซส์ ทำการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ 3 คอลเลคชั่น คอลเลคชั่นละ 6 ชุด ประกอบด้วย เสื้อเชิ้ต เสื้อคลุม เสื้อครอป กางเกงขาสั้น และกางเกงขายาว ได้รับแรงบันดาลใจจาก Oceana ทะเลในฤดูร้อนที่มีการสะท้อนจากแสงอาทิตย์ และเฉดสีการไล่ระดับของน้ำทะเล มากการออกแบบเป็นเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ที่มีความหลากหลายสามารถเลือกจับคู่สวมใส่ได้ และร่วมกับการศึกษาแนวโน้มแฟชั่นปี 2024 แล้วทำการคัดเลือก 1 คอลเลคชั่น จัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากกลุ่มเป้าหมายสตรีพลัสไซส์ที่มีอายุ 25-40 ปี จำนวน 50 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสตรีพลัสไซส์ส่วนใหญ่มีอายุ 25-29 ปี ร้อยละ 82.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 90.00 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 44.00 รายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 34.00 ซึ่งจากการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์โดยรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.49$) สตรีพลัสไซส์ให้ความสำคัญแนวคิดการสร้างสรรค์จากแรงบันดาลใจการออกแบบ รูปแบบรายละเอียด การตกแต่งมองภาพองค์รวมของชุด เสริมทัศนคติการแต่งกายของแต่ละบุคคลให้เห็นมุมมองการแต่งกายที่ความแตกต่าง และเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับสตรีพลัสไซส์ กล้าที่จะแต่งกายในรูปแบบของตนเอง

คำสำคัญ: การออกแบบเสื้อผ้า, เสื้อผ้าพลัสไซส์, Real Size Beauty

Thesis Title	Clothing Design for Plus-Size Women
Author	Jidapa Sarachue
Degree	Master of Home Economics (Home Economics)
Major Program	Home Economics Faculty of Home Economics Technology
Academic Year	2023

ABSTRACT

The research on designing clothing for plus-size women aims to: 1) study the needs for plus-size women's clothing styles; 2) design clothing for plus-size women; and 3) investigate satisfaction with plus-size women's clothing styles. Based on a survey of needs in clothing styles from plus-size women, it was discovered that the plus-size women's group emphasizes the concept of dressing, designing clothing styles that are modern and exotic according to fashion trends, as well as boosting plus-size women's confidence. The researcher designed 3 collections of plus-size women's clothing, of which one collection included 6 items, such as shirts, overcoats, crop tops, shorts, and trousers. Inspired by Oceana, the summer sea with its reflections of the sun, and the gradient shades of the sea, the design is a versatile plus-size women's clothing line that can be worn with a variety of mix-and-match styles. The design also followed the speculated fashion trends in 2024. Then, the researcher selected one collection, created prototype products, and conducted a satisfaction survey using purposive sampling on a target group of 50 plus-size women in the age range of 25 - 40. Finally, the data were analyzed using percentages, means, and standard deviations.

The results of the study found that the majority of respondents of plus-size women were 25 - 29 years old (82.00%), had a bachelor's degree (90.00%), were employees of a company (44.00%), and had a monthly income of 15,001 - 20,000 baht (34.00%). From a survey of satisfaction with plus-size women's clothing styles, the overall level of satisfaction was at a high level, which was calculated as an average ($\bar{X} = 4.49$). Plus-size women value the concept of creativity based on inspirations and designs, detailed patterns, decorations, and a holistic view of an outfit. In addition, they value the concept of strengthening attitudes about the dressing of each individual

to show different perspectives on dressing and to build confidence in plus-size women to dare to dress in their style.

Keywords: Clothing Design, Plus Size Clothing, Real Size Beauty



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตา ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ ดร.จรัสพิมพ์ วังเย็น อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำ กำลังใจ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของการวิจัยเป็นอย่างดีตลอดมา

ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรัญ วานิชกร และอาจารย์ ดร.สุชีรา ผ่องใส ที่กรุณาสละเวลามาเป็นกรรมการสอบ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ เพื่อแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญในการตอบแบบสอบถาม และความคิดเห็นในการออกแบบแบบร่างของรูปแบบของเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกคน ที่ให้การช่วยเหลือ และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ขอขอบคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ทุก ๆ ท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการใช้เครื่องมือ และให้คำแนะนำในการใช้งานเป็นอย่างดี ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ ปริญญาโทสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ รุ่นที่ 15 ที่คอยให้คำปรึกษา และให้การช่วยเหลือและกำลังใจให้เสมอ

ขอขอบคุณเสียงเพลงจาก Taylor Swift, Jeff Satur, 4eve และ Violette Wautier ที่เป็นกำลังใจคอยปลอบประโลมในยามที่เหนื่อยล้า ขอขอบคุณคุณวันเสาร์ที่ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณคุณเจน และคุณแจนที่คอยรับฟัง ให้กำลังใจ คำปรึกษาข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์สำเร็จไปด้วยดี

ขอขอบคุณบิดามารดา ที่ให้กำลังใจ คำปรึกษา มุมมอง ความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ และให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอดจนสำเร็จการศึกษา และขอบคุณตนเองที่อดทน และผ่านอุปสรรคต่าง ๆ ทำงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

หากงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ใดก็ตามขอขอบพระคุณแต่ทุกท่านที่กล่าวถึง และไม่ได้กล่าวถึง และหากงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผิดพลาดประการใดผู้วิจัยขออภัย ขอน้อมรับ และยินดีรับคำแนะนำ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

จิตาภา สารระชู

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญ	(5)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
1.5 กรอบแนวความคิด	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสรีระและการแต่งกายของสตรีพลัสไซซ์	5
2.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาของสตรีพลัสไซซ์	12
2.3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเสื้อผ้า	17
2.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มแฟชั่นปี 2024	37
2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	47
3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	48
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในงานวิจัย	49
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	51
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51
4.2 การอภิปรายผล	89

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	95
5.1 สรุปผล	95
5.2 ข้อเสนอแนะ	96
เอกสารอ้างอิง	98
ภาคผนวก	104
ภาคผนวก ก หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย	105
ภาคผนวก ข แบบสอบถามแบบสอบถามเบื้องต้นจากสตรีพลัสไซซ์	109
ภาคผนวก ค แบบสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ	114
ภาคผนวก ง แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์จากสตรีพลัสไซซ์	122
ภาคผนวก จ ภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	132
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	141

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	เทียบไซส์ของผู้หญิงพลัสไซส์จากแบรนด์ Shein	10
2.2	เทียบไซส์ของผู้หญิงพลัสไซส์จากแบรนด์ Nike	10
2.3	เทียบไซส์ของผู้หญิงพลัสไซส์จากแบรนด์ Plus.bkk	11
2.4	เทียบไซส์ของผู้หญิงพลัสไซส์จากแบรนด์ CurveG.bkk	11
2.5	กำหนดค่าเฉลี่ยไซส์	12
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
4.2	พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์	53
4.3	ความต้องการของเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์	56
4.4	กำหนดค่าเฉลี่ยไซส์	59
4.5	ผลการคัดเลือกคอลเลคชั่นเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากผู้เชี่ยวชาญ	66
4.6	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากสตรีพลัสไซส์	73
4.7	พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์	75
4.8	ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 1	77
4.9	ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 2	79
4.10	ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 3	81
4.11	ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 4	83
4.12	ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 5	85
4.13	ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 6	87
4.14	ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ จำนวนทั้งหมด 6 ชุด	88
4.15	แนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์	91
4.16	Business Model Canvas	94

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	4
2.1	6
2.2	6
2.3	7
2.4	8
2.5	8
2.6	9
2.7	9
2.8	15
2.9	17
2.10	18
2.11	18
2.12	19
2.13	19
2.14	20
2.15	20
2.16	21
2.17	21
2.18	22
2.19	27
2.20	29
2.21	30
2.22	35
2.23	36
2.24	36
2.25	37
2.26	38
2.27	39

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า	
2.28	เฉดสีตามฤดูกาล	40
2.29	เฉดสีประจำปี 2024	40
2.30	เฉดสีพื้นฐาน	41
3.1	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	48
4.1	ผิวน้ำทะเลที่มีแสงสะท้อน	58
4.2	Lifestyle	59
4.3	คอลเลคชั่นที่ 1	61
4.4	คอลเลคชั่นที่ 2	63
4.5	คอลเลคชั่นที่ 3	65
4.6	คอลเลคชั่นที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ	66
4.7	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 1	67
4.8	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 2	68
4.9	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 3	69
4.10	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 4	70
4.11	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 5	71
4.12	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 6	72
4.13	แนวโน้มแฟชั่น	91
4.14	แนวโน้มแฟชั่น	91
4.15	รูปแบบเสื้อผ้าที่ตามกระแสแฟชั่น	91
4.16	รูปแบบเสื้อผ้าที่ช่วยอำพรางสรีระ	91
4.17	รูปแบบเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์	92
4.18	รูปแบบเสื้อผ้าที่เรียบง่าย	92
4.19	สีและลวดลายที่โดดเด่น	92
4.20	สีและลวดลายที่ช่วยอำพรางสรีระ	92
4.21	วัสดุและการตกแต่งแบบพิเศษ	93
4.22	วัสดุและการตกแต่งแบบเรียบง่าย	93
จ.1	เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 1	133
จ.2	เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 2	134

สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
จ.3 เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 3	135
จ.4 เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 4	136
จ.5 เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 5	137
จ.6 เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 6	138
จ.7 เบื้องหลังการถ่ายภาพชุด	139
จ.8 การสอบวิทยานิพนธ์	140



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พลัสไซซ์ คือคำที่เป็นกระแสจากการยอมรับในคำว่า “ความหลากหลาย” เป็นคำที่ได้รับการกล่าวถึงในสังคมปัจจุบันและยังแสดงให้เห็นถึงการยอมรับความแตกต่างที่ต้องการสร้างพื้นที่ให้กับตนเอง และคนในสังคมไม่ว่าจะเป็นเพศ ชาติพันธุ์ แม้กระทั่งความแตกต่างทางสรีระของมนุษย์ ความสวยงามของร่างกายมนุษย์ไม่ได้จำกัดที่ร่างกายผอมและสมส่วนอีกต่อไป ซึ่งจะพบได้จากปัจจุบันนางแบบพลัสไซซ์หลายคน ได้ฉีกกฎภาพลักษณ์ความงามแบบเดิมออกอย่างสิ้นเชิง และยังเป็นเครื่องสะท้อนว่า ความผอมไม่ได้หมายความว่าสวยงาม (Nan Tohch, 2560) ดังนั้นไม่ว่าจะมีรูปร่างแบบใด คุณค่าของความเป็นมนุษย์และความภูมิใจกับความเป็นตัวเองเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะสตรีพลัสไซซ์ที่มีความต้องการในการสวมใส่เสื้อผ้าที่สวยงามเหมือนผู้หญิงทั่วไป และการมีรูปร่างที่ผอมบางในอุดมคติเหมือนนางแบบในยุคปัจจุบันอาจไม่ใช่คำตอบเดียวเหมือนดังอดีตอีกต่อไป (นาทานาม ไวยหงษ์, 2562) จึงเป็นก้าวสำคัญของวงการแฟชั่นในการเปลี่ยนแปลงแนวคิด รวมถึงการศึกษาแนวทางและความเป็นไปได้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่างๆ ส่งเสริมตลาดในกลุ่มแฟชั่นสตรีพลัสไซซ์

หากกล่าวถึงแฟชั่นสตรีพลัสไซซ์ ปัจจุบันมีรูปแบบเสื้อผ้าในกลุ่มแฟชั่นสตรีพลัสไซซ์ในท้องตลาดหลากหลายแบรนด์ไม่ว่าจะเป็นแบรนด์ที่ผลิตในประเทศไทยและต่างประเทศ ยกตัวอย่างเช่น แบรนด์ Poem, Dolce & Gabbana, Nike และ Shein เป็นต้น ซึ่งถือเป็นแนวโน้มที่ดีและเปิดโอกาสให้กับสตรีพลัสไซซ์ได้มีทางเลือกได้ไม่ต่างจากสตรีที่มีร่างกายสมส่วนแบบที่อุตสาหกรรมแฟชั่นนิยม ประเด็นที่น่าสนใจของเสื้อผ้าในกลุ่มแฟชั่นสตรีพลัสไซซ์ คือ รูปแบบเสื้อผ้าส่วนใหญ่มีโครงร่างเรียบง่าย รูปแบบที่ไม่มีความซับซ้อน สามารถสวมใส่ได้ทั่วไปแต่อาจจะไม่สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่น หรือบางครั้งอาจมีรูปแบบที่สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นแต่จะมีรายละเอียดบางส่วนที่ลดทอนลงเพื่อให้สามารถสวมใส่ได้โดยการใช้โครงร่างตัวหลวมที่ไม่เข้ารูปส่งผลให้ไม่มีความกระชับ เมื่อสวมใส่อาจส่งผลทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดูมีอายุมากกว่าความเป็นจริง ทำให้กลุ่มสตรีพลัสไซซ์ขาดความมั่นใจ (Nan Tohch, 2560) ปัญหาสำคัญของการเลือกซื้อเสื้อผ้าในกลุ่มแฟชั่นสตรีพลัสไซซ์ คือ รูปแบบเสื้อผ้าที่เป็นไปตามกระแสแฟชั่นที่สามารถสวมใส่ได้อย่างมั่นใจที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต การออกแบบและการตัดเย็บสำหรับกลุ่มสตรีพลัสไซซ์ สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้มากกว่าการสวมใส่ ซึ่งรวมถึงการให้รับรู้ถึงความพอดีกับสรีระที่สามารถเปิดเผยรูปร่างที่แท้จริงแบบที่สตรีไซซ์

มาตรฐานทั่วไปนิยมตามกระแสแนวโน้มแฟชั่น เนื่องจากแนวโน้มแฟชั่นเป็นการวิเคราะห์แนวทางการ ออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวโน้มกระแสแฟชั่นในอนาคต ในปัจจุบันมีรูปแบบที่ หลากหลายทั้งด้านการออกแบบ ด้านการใช้งาน และด้านการสื่อสาร หรือให้ตรงตามวัตถุประสงค์ ของผู้ออกแบบ ซึ่งเรื่องราวของ Oceana แนวโน้มแฟชั่นในปี 2024 ที่สื่อถึงทะเลในฤดูร้อนที่มี แสงอาทิตย์สาดส่องลงไปใต้น้ำทะเล ทำให้เกิดแสงสะท้อนเป็นประกายระยิบระยับ และการไล่สีของ น้ำทะเลที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งเป็นความสวยงามจากธรรมชาติที่ไม่สามารถเทียบได้ และขึ้นอยู่กับ มุมมองและทัศนคติของผู้รับสารในการมองเห็นถึงความแตกต่าง เปรียบเสมือนความสวยงามของสตรี ทุกคน ที่มีความกล้าความมั่นใจในสรีระของตนเอง และมีมุมมองทัศนคติที่เห็นถึงความสวยงามความ แตกต่างที่หลากหลาย จากที่กล่าวมาข้างต้น เป็นก้าวสำคัญของวงการแฟชั่นที่จะเปลี่ยนแปลงและ ค้นหาความเป็นไปได้ในตลาดแฟชั่นพลัสไซส์ ที่สำคัญคือการยอมรับในความหลากหลายในสรีระของ สตรี โดยไม่ตีกรอบความสวยงามแต่ผู้สวมใส่จะเป็นคนกำหนดด้วยตนเองว่าตนเองเหมาะสมกับอะไร (นันทพร ศรีธนาสาร, 2561; พิชญาน์พัฐ คงสมพงษ์, 2564) เพื่อการกระตุ้นตลาดแฟชั่นของไทยให้มี การเปิดกว้างมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ “ความหลากหลาย” ที่เป็นกระแสในปัจจุบัน

การวิจัยนี้ผู้วิจัยมีแนวคิดออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากการศึกษาทฤษฎีการออกแบบ แนวโน้มแฟชั่น แนวคิดทัศนคติของสตรีพลัสไซส์ และความต้องการของสตรีพลัสไซส์เพื่อออกแบบ เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ให้ตรงตามความต้องการให้ได้มากที่สุด เพื่อช่วยส่งเสริมให้สตรีพลัสไซส์มีความมั่น ใจและความกล้าในการแต่งกายโดยไม่ตีกรอบความงามของรูปร่าง และเป็นทางเลือกให้กับ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีความสนใจเรื่องของเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ทราบความต้องการและทัศนคติ ของสตรีพลัสไซส์ สามารถนำไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 ศึกษาความต้องการที่มีต่อรูปแบบการแต่งกายของสตรีพลัสไซส์
- 1.2.2 ออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์
- 1.2.3 ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.3.1.1 สรีระและการแต่งกายของสตรีพลัสไซส์
- 1.3.1.2 จิตวิทยาของสตรีพลัสไซส์
- 1.3.1.3 การออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์
- 1.3.1.4 แนวโน้มแฟชั่นปี 2024

1.3.1.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.3.2.1 ประชากร คือ บุคคลทั่วไปอายุ 25-40 ปี ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งหมด 709,564 คน (กรมอนามัย-กระทรวงสาธารณสุข, 2566)

1.3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ สตรีพลัสไซส์อายุ 25-40 ปี ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมจำนวนทั้งหมด 50 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548)

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูล ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 - มีนาคม พ.ศ. 2567

1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

การสำรวจและเก็บข้อมูลในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.4.1 **พลัสไซส์ (Plus size)** หมายถึง เสื้อผ้าหรือสิ่งของที่มีขนาดรูปร่างใหญ่กว่ามาตรฐาน

1.4.2 **สตรีพลัสไซส์** หมายถึง สตรีที่มีรูปร่างใหญ่กว่ามาตรฐานไซส์ของสตรีทั่วไป เริ่มต้นที่รอบอก 48 นิ้ว รอบเอว 38 นิ้ว และรอบสะโพก 46 นิ้วขึ้นไป หรือระดับค่าดัชนีมวลกาย (BMI) มากกว่าร้อยละ 25

1.4.3 **Real Size Beauty** หมายถึง ค่านิยมความงามที่ไม่มีรูปร่างเป็นมาตรฐานใดมาตรฐานหนึ่ง เพราะผู้คนในโลกมีความหลากหลาย มีสรีระที่แตกต่างกัน และทุกคนมีความสวยในแบบของตนเอง

1.4.4 **ไซส์มาตรฐาน** หมายถึง การจัดลำดับสัดส่วนรูปร่างของบุคคลเรียงจากน้อยไปมาก ผ่านตัวอักษร s m l xl วัดจากระดับค่าดัชนีมวลกาย (BMI) น้อยกว่าร้อยละ 25

1.4.5 **ความหลากหลาย** หมายถึง ความแตกต่างของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นชาติพันธุ์ รูปร่าง สีผิว เพศ ทักษะคิด ความคิด

1.4.6 **จิตวิทยาของสตรีพลัสไซส์** หมายถึง จิตวิทยาการแต่งกายเพื่อส่งเสริมให้สตรีพลัสไซส์ดูสวยงาม และส่งเสริมความมั่นใจในการดำเนินชีวิตของสตรีพลัสไซส์ในปัจจุบัน

1.4.7 **แนวโน้มแฟชั่น** หมายถึง การวิเคราะห์ความต้องการรูปแบบเสื้อผ้าให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย และเป็นการกำหนดกระแสค่านิยมสินค้าแฟชั่นล่วงหน้า เพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจด้านการออกแบบ การวางแผนงาน กระบวนการผลิต การตลาดของแบรนด์

1.4.8 การตัดเย็บสำหรับกลุ่มสตรีพลัสไซส์ หมายถึง การใช้เทคนิคตัดเย็บรูปแบบเสื้อผ้า เพื่อให้เหมาะสมกับสรีระรูปร่างของสตรีพลัสไซส์

1.5 กรอบแนวความคิด

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรี Plus Size สามารถเขียนกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 ทราบถึงความต้องการที่มีต่อรูปแบบการแต่งกายของสตรีพลัสไซส์
- 1.6.2 ทราบถึงแนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ที่สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์
- 1.6.3 ทราบถึงความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้า ข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และเป็นแนวทางในการดำเนินงานใน ขั้นตอนต่อไป ผู้วิจัยจึงศึกษาข้อมูลดังนี้

- 2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสรีระและการแต่งกายของสตรีพลัสไซส์
- 2.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาของสตรีพลัสไซส์
- 2.3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเสื้อผ้าพลัสไซส์
- 2.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มแฟชั่นปี 2024
- 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสรีระและการแต่งกายของสตรีพลัสไซส์

พลัสไซส์ (Plus size) มีความหมายว่า ใหญ่กว่าปกติทั่วไป ไม่ว่าจะเป็สิ่งของ เสื้อผ้าหรือร่างกาย ซึ่งมีบรรทัดฐานในการที่ต่างกันขึ้นอยู่กับบุคคลและสังคม (นาทนาม ไวยหงษ์, 2562)

สรีระรูปร่างของคนเรานั้นมีความแตกต่างกัน ตามกรรมพันธุ์ชาติพันธุ์ พฤติกรรม ความต้องการ หรือยุคสมัยความนิยม ในอดีตสุภาพสตรีพลัสไซส์มีค่อนข้างน้อยจึงทำให้แฟชั่นเสื้อผ้าในอดีตไม่หลากหลายเท่าที่ควรหรือจะเป็นแค่เฉพาะแบรนด์เท่านั้นที่ทำเสื้อผ้าออกมาเพื่อพลัสไซส์ รวมถึงข้อจำกัดหรือกฎเกณฑ์ในการแต่งกาย เช่น การสวมใส่เสื้อผ้าสีดำทำให้ดูผอม ห้ามใส่เสื้อลายขวาง ห้ามใส่ชุดรัดรูป ห้ามสวมใส่เสื้อผ้าที่เป็นลายพิมพ์ หรือห้ามใส่เสื้อครอป ทำให้เกิดขอบเขตและความไม่มั่นใจในการแต่งกาย เพราะกลัวว่าจะใส่แล้วไม่สวยงามไม่เหมาะสม แต่ปัจจุบันมีการให้ความสำคัญกับรูปร่างและความสุขในตนเองมากขึ้น โดยที่มีค่านิยมความงามแบบ “Real Size Beauty” จากแอนชิลี สก็อต เคมีมิส Miss Universe Thailand 2021 เป็นกระแสให้เห็นคุณค่าของตนเอง พอใจในสิ่งที่ตนเองเป็น ซึ่งทำให้มีความมั่นใจมากขึ้นในการแต่งตัว สร้างความกล้าให้กับตนเอง และหลากหลายแบรนด์นั้นเริ่มให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าพลัสไซส์มากขึ้น โดยการนำเสนอสินค้าในการเดินแฟชั่นโชว์ โดยให้นางแบบพลัสไซส์สวมใส่แบรนด์ของตนร่วมเดินบนเวทีเพื่อตอบสนองกับค่านิยมในปัจจุบันและสื่อถึงกลุ่มลูกค้าได้รู้ว่าไม่ว่าจะรูปร่างอย่างไร คุณก็สามารถสวมใส่เสื้อผ้าแบรนด์นั้นได้ โดยขนาดจะเริ่มที่รอบอก 48 นิ้ว รอบเอว 38 นิ้ว และรอบสะโพก 46 นิ้วขึ้นไป (Culture Health &

Beauty, 2558; นาทนาม ไวยหงษ์, 2562; ตรีนุช อิงคุทานนท์, 2564; ลลิตา มั่งสูงเนิน, 2564; Vogue Thailand, 2564)



ภาพที่ 2.1 POEM F/W 2022

ที่มา: Pommpom (2565)



ภาพที่ 2.2 Ester Manas S/S 2023

ที่มา: Nicole (2022)

ซึ่งจุดเริ่มต้นของพลัสไซซ์ในอุตสาหกรรมแฟชั่นเกิดขึ้นเมื่อต้นยุค 10s เมื่อ Lane Bryant แปรนด์เสื้อผ้าสัญชาติอเมริกันให้ความสำคัญกับรูปร่างสตรีซึ่งอาจจะมีความหนาอกและช่วงตัวใหญ่กว่าปกติ ช่วงปี 50s-60s ทางแบรนด์มีโปสเตอร์ออกมาเพื่อเป็นหลักฐานว่าพวกเขาได้ออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์ และเพื่อเข้าใจสตรีกลุ่มนี้มากขึ้น ในฝั่งยุโรปก็เริ่มต้นที่อังกฤษช่วงยุค 30s

แบรนด์ Evans ถึงเป็นต้นกำเนิดของแฟชั่นพลัสไซส์ที่มีมานาน ซึ่งขณะเดียวกันฝั่งเอเชียแทบไม่มีพื้นที่ในสังคมสำหรับสตรีพลัสไซส์ แต่ในปัจจุบันการยอมรับในความหลากหลายถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้แนวคิดของสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมแฟชั่น (นาทนาม ไวยหงษ์, 2562)

2.1.1 ลักษณะรูปร่างของสตรีพลัสไซส์

โครงสร้างสรีระรูปร่างของมนุษย์เรามีการถ่ายทอดลักษณะทางพันธุกรรมจากรุ่นสู่รุ่น รวมทั้งการรับประทานอาหาร และวิธีการดำเนินชีวิต จึงทำให้รูปร่างของเราแตกต่างกัน

2.1.1.1 รูปร่างเพชร (Diamond Shape) ลักษณะรูปร่างเพชรหรือหุ่นทรงแอปเปิ้ลจะมีช่วงคอสั้น หน้าอกกลม ก้นจะแบน แต่ช่วงกลางตัว หน้าท้อง และเอวจะมีขนาดเท่าหรือใหญ่กว่าสะโพกไปถึงต้นขา แต่ส่วนไหล่ ช่วงหน้าอกและขาจะเล็กกว่าส่วนเอว ที่สำคัญให้ระวังช่วงเอวเป็นพิเศษเพราะจะเป็นส่วนที่หนาที่สุด



ภาพที่ 2.3 ลักษณะรูปร่างเพชรของสตรีพลัสไซส์

ที่มา: Beauty Editor (2563)

2.1.1.2 รูปร่างสามเหลี่ยม (Triangle Shape) ลักษณะทรงนี้ส่วนใหญ่เรียกกันว่ารูปร่างแบบลูกแพร์หรือสามเหลี่ยมที่ช่วงบนค่อนข้างเล็ก ไหล่และหน้าอกแคบกว่าช่วงล่าง เอวคอดสะโพกผาย และต้นขาจะอวบอิมใหญ่เป็นพิเศษอย่างเห็นได้ชัดรูปร่างรวม ๆ มีส่วนเว้าโค้งพอสมควร



ภาพที่ 2.4 ลักษณะรูปทรงสามเหลี่ยมของสตรีพลัสไซส์

ที่มา: Beauty Editor (2563)

2.1.1.3 รูปทรงสามเหลี่ยมหัวกลับ (Inverted Triangle Shape) ลักษณะทรงนี้ช่วงบนจะใหญ่กว่าช่วงล่าง มีไหล่และแผ่นหลังที่กว้าง หน้าอกอึดกว่าสะโพก เพราะช่วงล่างจะค่อนข้างเล็กกว่าเมื่อเทียบกับสัดส่วนโดยรวม เอวไม่ค่อยคอดมาก ช่วงขาค่อนข้างเรียวกว่าปกติ



ภาพที่ 2.5 ลักษณะรูปทรงสามเหลี่ยมหัวกลับของสตรีพลัสไซส์

ที่มา: Beauty Editor (2563)

2.1.1.4 รูปทรงตรง (Rectangle Shape) ลักษณะทรงกระบอกหรือทรงตรง เพราะหุ่นจะมีช่วงลำตัว หน้าอก เอว สะโพกขนาดความกว้างจะใกล้เคียงกัน ช่วงเอวไม่โค้งเว้ามากนัก ไม่ค่อยมีก้น ก้นแบน แต่จะมีช่วงแขนและขาเล็กเรียกว่าปกติ เวลาอ้วนขึ้นจะมีไขมันสะสมช่วงลำตัวก่อนเป็นที่แรก จากนั้นจะค่อยมาที่ต้นแขนต้นขา



ภาพที่ 2.6 ลักษณะรูปทรงตรงของสตรีพลัสไซส์

ที่มา: Beauty Editor (2563)

2.1.1.5 รูปทรงเลข 8 (Hourglass Shape) ลักษณะทรงนี้ถึงแม้จะอ้วนขึ้น แต่รูปร่างจะค่อนข้างสมส่วนสมบูรณ์ แต่จะมีหน้าอกและสะโพกขนาดใกล้เคียงกัน ไม่ใหญ่ไม่เล็กจนเกินไป ช่วงแผ่นหลัง เอวค่อนข้างคอดได้รูป สอดคล้องกับส่วนสะโพกที่ผายพอเหมาะกับความกว้างของไหล่ และช่วงขาที่พอดี (Beauty Editor, 2563)



ภาพที่ 2.7 ลักษณะรูปทรงเลข 8 ของสตรีพลัสไซส์

ที่มา: Beauty Editor (2563)

2.1.2 ขนาดของสรีระสัดส่วนของสตรีพลัสไซส์

การวัดขนาดสัดส่วนของรูปร่าง จากโครงการ Size Thailand เป็นการร่วมมือของพันธมิตรจากสำนักงานต่างๆ ในการพัฒนาขนาดรูปร่างต่างๆ (Size chart) ที่เป็นมาตรฐานสำหรับคนไทยโดยเฉพาะ มาตรฐานไซส์ของผู้หญิงมี 10 ขนาด ได้แก่ ไซส์ (นิ้ว) 28, 30, 32, 34, 36, 38, 40, 42, 44 และ 46 โดยกำหนดจากรอบอก รอบเอว และรอบสะโพก และขนาดพลัสไซส์จะเริ่มต้นที่รอบอก 48 นิ้ว รอบเอว 38 นิ้ว และรอบสะโพก 46 นิ้วขึ้นไป เป็นการกำหนดขนาดเพื่อเทียบขนาดของตัวเรากับขนาดของเสื้อผ้าว่าเหมาะสมกันหรือไม่ และตารางเทียบไซส์ของแต่ละแบรนด์จะแตกต่างกันตามการกำหนดขนาดของแต่ละแบรนด์และสินค้า

2.1.2.1 ตัวอย่างตารางเทียบไซส์

ตารางที่ 2.1 เทียบไซส์ของผู้หญิงพลัสไซส์จากแบรนด์ Shein

ไซส์	รอบอก (นิ้ว)	รอบเอว (นิ้ว)	รอบสะโพก (นิ้ว)
0XL	39-42	33-36	43-46
1XL	42-44	36-38	46-48
2XL	44-46	38-40	48-50
3XL	46-49	40-43	50-53
4XL	49-51	43-45	53-55
5XL	51-53	45-48	55-57

ที่มา: Th.Shein.com (n.d.)

ตารางที่ 2.2 เทียบไซส์ของผู้หญิงพลัสไซส์จากแบรนด์ Nike

ไซส์	รอบอก (นิ้ว)	รอบเอว (นิ้ว)	รอบสะโพก (นิ้ว)
0XL	44-47	40-43	48-51
1XL	47-49.5	43-45.5	51-54
2XL	49.5-52	45.5-49	54-57
3XL	52-55	49-53	57-61
4XL	55-58	53-57	61-65

ที่มา: Nike.com (ม.ป.ป.)

ตารางที่ 2.3 เทียบไซซ์ของผู้หญิงพลัสไซซ์จากแบรนด์ Plus.bkk

ไซซ์	รอบอก (นิ้ว)	รอบเอว (นิ้ว)	รอบสะโพก (นิ้ว)
S	42	32-40	46
M	46	36-44	50
L	50	40-48	54
XL	54	44-52	58

ที่มา: Plus.bkk (ม.ป.ป)

ตารางที่ 2.4 เทียบไซซ์ของผู้หญิงพลัสไซซ์จากแบรนด์ CurveG.bkk

ไซซ์	รอบอก (นิ้ว)	รอบเอว (นิ้ว)	รอบสะโพก (นิ้ว)
S	46	29-35	46
M	56	36-40	50
L	64	41-46	60

ที่มา: CurveG.bkk (ม.ป.ป)

จากตารางเทียบไซซ์ของแต่ละแบรนด์ จะมีขนาดที่ใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่เริ่มจากรอบอก 42 นิ้ว เทียบเป็นไซซ์ S ของบางแบรนด์และมีการเพิ่มขนาดไซซ์เรียงตามลำดับอาจเพิ่มทีละ 2 นิ้ว หรือ 5 นิ้ว เรียงเป็น S, M, L, XL รอบเอวจะเริ่มที่ 36 นิ้ว เทียบเป็นไซซ์ S เรียงตามลำดับ โดยเพิ่มขนาดทีละ 2 นิ้ว แต่ถ้าเป็นขอบแบบยางยืดจะมีการกำหนดระยะความยืดของขอบเอวตั้งแต่ 3 นิ้วไปจนถึง 8 นิ้ว และรอบสะโพกเริ่มที่ 46 นิ้ว เพราะจะสะโพกจะใหญ่กว่าประมาณ 5-10 นิ้ว เพราะขนาดของสะโพก และลักษณะรูปร่างที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลจะทำให้มีการกำหนดระยะของขนาดให้มาก เพื่อให้ไม่ว่ารูปร่างอย่างไรก็สามารถสวมใส่เสื้อผ้าของแบรนด์นั้นได้

จากการศึกษาข้อมูลขนาดสัดส่วนเทียบไซซ์ของแต่ละแบรนด์ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าเฉลี่ยจากตัวอย่างตารางเทียบไซซ์ เพื่อใช้ในการกำหนดขนาดสัดส่วนในการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์

ตารางที่ 2.5 กำหนดค่าเฉลี่ยไซซ์

ไซซ์	รอบอก (นิ้ว)	รอบเอว (นิ้ว)	รอบสะโพก (นิ้ว)
S	48	38	52
M	50	40	56
L	52	42	60
XL	54	44	64

2.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาของสตรีพลัสไซซ์

สตรีพลัสไซซ์แต่ละคนมีทัศนคติที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความกล้าและความมั่นใจในการแต่งกายที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ที่มีทัศนคติด้านลบหรือไม่มีความมั่นใจ ส่วนใหญ่เกิดจากการเคยถูกกลั่นแกล้งหรือเคยทำให้เสียความมั่นใจจนจดจำและฝังใจ เกิดเป็นแผลในใจ และขาดการสนับสนุนจากคนใกล้ชิด แต่ผู้ที่มีทัศนคติที่ด้านบวกหรือมีความมั่นใจ เป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนและการยอมรับจากครอบครัวและคนรอบข้าง โดยไม่ฟังหรือนำคำพูดที่ไม่มีดีจากผู้ที่มีติติงด้วยความไม่ชอบหรือสนุกปากมาคิดใส่ใจ แต่จะเลือกฟังผู้ที่ติติงด้วยความหวังดีนำไปปรับใช้ ซึ่งผู้มีอิทธิพลและสื่อต่างๆ ช่วยกระตุ้นให้ผู้นั้นเกิดความมั่นใจ และกล้าที่จะแต่งตัวในแบบที่ตนเองต้องการ และเป็นสิทธิส่วนบุคคลมีความเท่าเทียมกันไม่ว่าจะรูปร่างแบบไหน (พิชญาน์พัฐ คงสมพงษ์, 2564)

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดในการแต่งกายของสตรีพลัสไซซ์สามารถสรุปทัศนคติได้ดังนี้

มนุษย์เรามีความแตกต่างกันทั้งรูปร่าง สีผิว เชื้อชาติ การยอมรับในความแตกต่างทำให้เกิดมาตรฐานความสวยที่แตกต่าง ความสวยมีหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะรูปร่างแบบไหน ซึ่งการแต่งกายไม่จำเป็นเป็นกฎเกณฑ์ในการแต่งกายแต่จะต้องเลือกสิ่งที่เหมาะสมกับตนเอง เลือกว่าเปิดหรือปิดตรงไหน แต่งกายสไตล์ไหนที่ทำให้ตนเองมีความมั่นใจมากขึ้น (พิมพ์วิมล ธรรมชาติ, 28 พฤศจิกายน 2565, การสื่อสารส่วนบุคคล)

การแต่งกายของเราไม่จำเป็นที่จะต้องทำตามใครหรือทำตามกฎเกณฑ์ที่บอกว่าคนอ้วนจะต้องสวมใส่เสื้อผ้าแบบไหน เราเลือกสวมใส่สิ่งที่ทำให้เรารู้สึกมีความมั่นใจ มีความสุข เหมาะสมกับตนเอง และถูกกาลเทศะ (พจนา นาควัชระ, 29 พฤศจิกายน 2565, การสื่อสารส่วนบุคคล)

ไม่มีอะไรสมบูรณ์แบบ ทุกสิ่งทุกอย่างมีความแตกต่างในตนเอง ไม่ว่าจะรูปร่าง หน้าตาแบบไหนทุกอย่างมันเป็นธรรมชาติ ในโลกนี้มีอะไรที่แตกต่างอีกมากมายที่ไม่สามารถเปรียบเทียบได้ ดังนั้นไม่จำเป็นต้องเปรียบเทียบตนเองกับคนอื่น เราควรให้ความสำคัญกับตนเอง การสนับสนุนตนเองกล้าที่จะแต่งตัว กล้าทำในสิ่งต่างๆ กล้าที่จะเป็นตนเองมากขึ้น การต้องกลับมียุติให้ชัดเจน และ

พยายามที่จะพาตัวเองขึ้นมา รู้และเห็นคุณค่าของตนเอง รักและชอบในตนเอง และใช้ชีวิตให้มีความสุขทั้งในแง่ร่างกายและจิตใจ (ภาวิดา มอริจจิ และ พลอยรุ่ง สิบพลาง, 2564)

ซึ่งทางจิตวิทยานิยมแบ่งเป็น 2 แบบได้แก่ การทำให้ตนเองผอม และพอใจที่ตนเองอ้วนและใช้ชีวิตแบบนี้ต่อไป แต่ทั้ง 2 แบบนี้แต่ละบุคคลมีเหตุผลในการกระทำแตกต่างกัน ซึ่งไม่เหตุผลจะเป็นอย่างไรเราไม่ควรนำความคิดของเราไปทำให้ผู้อื่นลำบากใจและไม่เคารพการตัดสินใจของเขา (Alljittblog, 2564)

2.2.1 การแต่งกายให้เข้ากับตนเอง

การแต่งกายให้เหมาะสมกับตนเองเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง โดยใช้เสื้อผ้าเป็นการเพิ่มจุดเด่นหรือเพื่อเสริมความมั่นใจในจุดด้อย โดยอาจคำนึงถึงรูปร่าง รูปแบบเสื้อผ้า โอกาสที่เหมาะสม หรือความรู้สึทักของผู้สวมใส่เป็นสำคัญว่าเหมาะสมหรือไม่

การค้นหารูปแบบเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับตนเองเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นใจในตนเอง รวมถึงการหาแรงบันดาลใจเพื่อเป็นต้นแบบในการแต่งกาย โดยผู้สวมใส่จะต้องมีความพึงพอใจ และสบายใจในการเลือกสวมใส่เสื้อผ้าชิ้นนั้นโดยไม่ยึดติดหรือพยายามให้เหมือนกับต้นแบบมากเกินไปจนลืมความเป็นตนเอง

การตามเทรนด์กระแสแฟชั่นเป็นสิ่งทีหลายคนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก และมีความกระตือรือร้นในการเปลี่ยนแปลงตามกระแสสังคม แต่บางเทรนด์อาจไม่เหมาะสมหรือไม่สามารถตอบสนองความชอบของคนบางกลุ่ม เนื่องจากความชอบที่แตกต่างกัน จึงมีการนำเทรนด์กระแสแฟชั่นมาประยุกต์กับความชอบส่วนตัวให้เกิดความแปลกใหม่และความทันสมัยในรูปแบบของตนเอง โดยการเลือกใช้สีหรือรูปแบบของเสื้อผ้าที่เป็นที่นิยมในขณะนั้นมาเลือกให้สวมใส่ให้เหมาะกับเสื้อผ้าที่มีอยู่แล้ว

และการเลือกเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับโอกาสสถานที่และยังเป็นรูปแบบการแต่งกายที่มีความเป็นตนเองเป็นสิ่งทีสำคัญมากในการเสริมสร้างความมั่นใจ เนื่องจากหลากหลายสถานที่อาจมีข้อกำหนดรูปแบบการแต่งกายที่แตกต่างกัน และทำให้ไม่สามารถแต่งกายตามความชอบได้ทั้งหมด ดังนั้นปัจจุบันรูปแบบเสื้อผ้าจึงต้องมีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการในการเลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่เหมาะสมกับตนเอง และเพื่อเสริมความมั่นใจต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น (พี้อม Nugirl Guru, 2560; Mission To The Moon, 2564)

2.2.2 Real Size Beauty

Real Size Beauty เป็นคำนิยามที่ทำให้ผู้คนยอมรับและภูมิใจในความแตกต่างของตนเอง โดยเฉพาะสตรีพลัสไซส์ (Plus size) ทีมักจะรู้สึกไม่มีความมั่นใจในตนเอง หรือถูกมองว่าไม่สวย ไม่มีคุณค่า ซึ่งคำนิยามนี้ถือเป็นอีกหนึ่งพลังบวกที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้คน ในต่างประเทศได้มีการตั้งวันที่ 6 ตุลาคม เป็นวันชื่นชมพลัสไซส์แห่งชาติสหรัฐอเมริกา (National Plus Size Appreciation

Day) เป็นการเฉลิมฉลองให้กับคนที่มีรูปร่างพลัสไซซ์ทั้งหญิงและชาย เพื่อช่วยเสริมกำลังใจ และเน้นย้ำความภูมิใจความมั่นใจในตนเองไม่ว่าหุ่นรูปร่างจะเป็นอย่างไรก็สามารถสวยงามในแบบของตนเองได้ (Neat DisneyNeaty, 2565)

ในปัจจุบันค่านิยม Real Size Beauty เป็นที่รู้จักในสังคมไทยมากขึ้นจาก แอนชีลี สก็อต-เคมมิส (Anchilee Scott-Kemmis) Miss Universe Thailand 2021 ที่ได้นำเสนอเรื่องมาตรฐานความงาม มุมมองความสวยที่หลากหลาย แนวคิดการสร้างความมั่นใจในตนเอง การเคารพตนเองและผู้อื่น ไม่ว่าจะรูปร่าง หน้าตา สีผิวอย่างไร ทุกคนต่างมีความสุขที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ทำให้สังคมไทยตระหนักถึงความแตกต่างในเรื่องสรีระรูปร่าง ทักษะ ทักษะ แนวคิดความหลากหลายมากขึ้น (Alive Around, 2565)

2.2.3 การยอมรับในรูปร่างหน้าตาของตนเอง

2.2.3.1 การท้าทายความคิดแง่ลบ

- 1) การจดจำให้ขึ้นใจว่า คุณค่าของคุณไม่ได้ตัดสินจากรูปลักษณ์ภายนอก
- 2) ไม่ควรคิดติเตียนตนเองในแง่ลบ
- 3) การสนใจในเรื่องราวดีๆ ของคนรอบข้าง
- 4) หยุดบอกตนเองว่าฉัน "ควร" เป็นอย่างนั้นอย่างนี้
- 5) การคิดไตร่ตรองสิ่งที่จะพูดกับผู้อื่น
- 6) ท้าทายความคิดที่ว่าโลกนี้มีแค่ "คนที่มีทั้งหมดกับคนที่ไม่มีเลย"

2.2.3.2 การเสริมสร้างความมั่นใจ

- 1) เรียนรู้ที่จะเห็นอกเห็นใจตนเอง
- 2) ค้นหาสิ่งที่ทำให้รู้สึกแย่เกี่ยวกับตนเอง
- 3) สร้างคำจำกัดความของ "ความงาม" ในแบบของตนเอง
- 4) ค้นหาสิ่งที่รักและชอบในตนเอง
- 5) เรียนรู้ที่จะมองเห็นคุณค่าและขอบคุณในสิ่งต่างๆ
- 6) แต่งตัวให้เข้ากับรูปร่างของตนเอง
- 7) การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ
- 8) ท้าทายความงามตามอุดมคติที่สื่อนำเสนอ

2.2.3.3 การฝึกร่วมกับผู้อื่น

- 1) ขอความช่วยเหลือจากผองเพื่อน
- 2) เผชิญหน้ากับความกลัวการเข้าสังคม
- 3) อยู่ห่างจากคนที่ทำให้มองตนเองในแง่ลบ
- 4) สังเกตสัญญาณความผิดปกติด้านการกิน

5) ขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น (Trudi Griffin, LPC, MS, ม.ป.ป.)



ภาพที่ 2.8 รูปร่างของสตรี
ที่มา: นาทนาม ไวยหงษ์ (2562)

2.2.4 ทศนคติ

ความคิด ความรู้สึก อารมณ์ การรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ ผ่านการกระทำหรือพฤติกรรมของแต่ละบุคคล (Hawkins et al, 2001; Schiffman and Kanuk, 2004 อ้างอิงใน พิชญาน์พัฐฐ คงสมพงษ์, 2564)

2.2.4.1 องค์ประกอบของทศนคติ

1) ด้านความคิด (The Cognitive Component) คือ การผสมผสานระหว่างความรู้และการรับรู้จากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลจากหลากหลายแหล่งและทำให้เกิดความเชื่อและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้คน

2) ด้านอารมณ์ (The Affective Component) คือ ความรู้สึกที่มีต่อสภาพแวดล้อม หรือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทั้งความชอบและไม่ชอบ ดีและไม่ดี และสามารถแสดงออกผ่านทางอารมณ์ความรู้สึก

3) ด้านพฤติกรรม (The Conative Component) คือ การกระทำหรือพฤติกรรมที่เกิดจากความรู้สึกหรือความคิดที่ส่งผลออกมาผ่านทางร่างกาย (Schiffman and Kanuk, 2004 อ้างอิงใน พิชญาน์พัฐ คงสมพงษ์, 2564)

2.2.4.2 ลักษณะของทัศนคติ

1) ทัศนคติเป็นความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ผลิตรถยนต์ แบรินด์ หรือการโฆษณา โดยผู้บริโภคจะมีทัศนคติต่อแบรนด์แต่ละแบรนด์ไม่เหมือนกัน แม้ว่าจะเป็นผลิตรถยนต์ที่เป็นประเภทเดียวกัน

2) ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งที่สะสมอยู่ในความคิดของบุคคล โดยเกิดจากการรับรู้และการประมวลผลจากข้อมูลที่ได้รับมา และแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรม

3) ทัศนคติจะค่อนข้างคงที่และไม่เปลี่ยนแปลงง่ายๆ ซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมความรู้สึกขึ้นมาทีละนิด จนมั่นคง และยากที่จะเปลี่ยนแปลง หากต้องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ต้องใช้เวลาและต้องเริ่มแก้จากการเกิดของทัศนคติ

4) ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์หนึ่ง ๆ โดยอาจเกิดขึ้นเมื่อมีการรับรู้ข้อมูลเพิ่มเติมได้รับรู้ข้อมูลที่เปลี่ยนแปลงใหม่ หรือมีการปรับตัวในบางสถานการณ์ที่ทำให้ทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป

2.2.4.3 ประเภทของทัศนคติ

1) ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude) คือ การทำให้เกิดการปฏิบัติในเชิงบวกทำให้เกิดทัศนคติที่ดีหรือก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี

2) ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude) คือ การทำให้เกิดการปฏิบัติในเชิงลบทำให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดีและก่อให้เกิดการกระทำในทางลบ

2.2.4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

1) บุคลิกภาพ คือ ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลที่แสดงความรู้สึกออกมาผ่านทางท่าทางและพฤติกรรม

2) ประสบการณ์ในอดีต คือ ทัศนคติที่เกิดจากการกระทำหรือการทดลองในอดีตที่มีผลต่อจิตใจหรือความคิดที่มีความคล้ายหรือตรงกับการเหตุการณ์ในปัจจุบัน

3) อิทธิพลจากครอบครัวและคนรอบข้าง คือ ค่านิยมพื้นฐานของทัศนคติที่ได้รับจากผู้คนรอบข้าง หรือผู้มีอิทธิพลต่อบุคคลนั้น นำมาเป็นข้อมูลเหล่านั้นมาอ้างอิงทำให้เกิดทัศนคตินั้น

4) เครื่องมือทางการตลาด คือ การเข้าถึงและทกให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจด้วยวิธีการตลาดต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือในแบรนด์และผลิตรถยนต์นั้น

5) การรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ คือ สื่อที่รับข่าวสารจะต้องมีข้อมูลและความน่าเชื่อถือถึงจะสามารถเข้าถึงทัศนคติของผู้บริโภคได้

6) อิทธิพลทางสังคม คือ ค่านิยมทางสังคมมีผลต่อการบริโภคของผู้คน โดยการส่งต่อความรู้สึกนึกคิดของบุคคลหนึ่งสู่บุคคลหนึ่ง โดยบุคคลนั้นจะต้องมีความเชี่ยวชาญหรือเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งเหล่านั้นเป็นอย่างดีจึงจะสามารถเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลอื่นได้ (ฉัตยาพร, 2556 อ้างอิงใน พิษญาณ์พัฐ คงสมพงษ์, 2564)

ทัศนคติและความคิดที่ดีของสตรีพลัสไซซ์เกิดจากการเสพสื่อต่างๆ จากผู้มีอิทธิพลทั้งในประเทศและต่างประเทศ และบุคคลใกล้ชิดเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นใจ ความกล้า การได้รับการยอมรับ และการสนับสนุนจากคนรอบข้าง เป็นเหมือนการเปิดความมั่นใจและความกล้าให้กับผู้ที่ได้รับการยอมรับได้มีความสุขมากขึ้น

2.3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเสื้อผ้าพลัสไซซ์

2.3.1 รูปแบบเสื้อผ้าพลัสไซซ์

การออกแบบเสื้อผ้าพลัสไซซ์ หลักการ และแนวคิดในการออกแบบต้องอาศัยข้อมูลในการออกแบบเสื้อผ้าทั่วไป แต่อาจเพิ่มมุมมองและแนวคิดของความหลากหลาย ทัศนคติความงามที่แตกต่างออกไป ซึ่งแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จในการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ ในปัจจุบันนั้นมีหลากหลายแบรนด์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.3.1.1 ตัวอย่างแบรนด์พลัสไซซ์

1) แบรนด์ Dekauan.Studio



ภาพที่ 2.9 เสื้อผ้าของแบรนด์ Dekauan.Studio

ที่มา: Dekauan.Studio (2566)

2) แบรินด์ Meenam_meenuan.official



ภาพที่ 2.10 เสื้อผ้าของแบรนด์ Meenam_meenuan.official
ที่มา: Meenam_meenuan.official (2566)

3) แบรินด์ Eloquii



ภาพที่ 2.11 เสื้อผ้าของแบรนด์ Eloquii
ที่มา: Eloquii.com (2022)

4) แบนด์ ASOS



ภาพที่ 2.12 เสื้อผ้าของแบรนด์ ASOS

ที่มา: ASOS.com (2022)

5) แบนด์ Fashion To Figure



ภาพที่ 2.13 เสื้อผ้าของแบรนด์ Fashion To Figure

ที่มา: Fashion To Figure (2022)

6) แบรินด์ Selkie



ภาพที่ 2.14 เสื้อผ้าของแบรนด์ Selkie

ที่มา: Selkiecollection.com (2023)

7) แบรินด์ Shein



ภาพที่ 2.15 เสื้อผ้าของแบรนด์ Shein

ที่มา: Th.Shein.com (2023)

8) แบรนด์ Ester Manas



ภาพที่ 2.16 เสื้อผ้าของแบรนด์ Ester Manas

ที่มา: Estermanas.com (2022)

9) แบรนด์ Loud Bodies



ภาพที่ 2.17 เสื้อผ้าของแบรนด์ Loud Bodies

ที่มา: Loud Bodies.com (2023)

10) แบรินด์ Christian Siriano



ภาพที่ 2.18 เสื้อผ้าของแบรินด์ Christian Siriano

ที่มา: Christian (2023)

2.3.2 หลักการออกแบบเสื้อผ้า

การออกแบบเสื้อผ้า (Fashion Design or Costume Design) เป็นการแสดงตัวอย่างของเครื่องแต่งกายแบบตัวอย่างจะมีคุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันไปตามแนวคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบของนักออกแบบ โดยมีขนบธรรมเนียมประเพณี และความนิยมของผู้คนในท้องถิ่น หรือยุคสมัยนั้น เป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวความคิดสร้างสรรค์ผลงาน หรือเป็นแนวความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นใหม่โดยอิสระ หรือเป็นการคัดแปลงจากสิ่งที่มีอยู่ หรือเคยได้รับความนิยมในอดีต (จารุพรรณ ทรัพย์ปรุง, 2543)

การออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เพื่อให้เกิดความสวยงามเหมาะสมและคุ้มค่าสามารถนำไปใช้ได้ยาวนาน ผู้ออกแบบควรคำนึงถึงความสวยงามเหมาะสม เสื้อผ้าบางแบบอยู่ในสมัยนิยมแต่ไม่เหมาะกับบุคลิกของผู้สวมใส่บางคน ทั้งนี้ ผู้ออกแบบเสื้อผ้าจึงควรมีความรู้ความเข้าใจเพื่อนำหลักการไปใช้ในการออกแบบให้เหมาะสม ช่วยอำพรางส่วนที่พกพร่อง และช่วยเสริมจุดเด่นให้มีบุคลิกลักษณะที่ดียิ่งขึ้น สำหรับสิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบเสื้อผ้า

2.3.2.1 ประเภทการแต่งกายที่ต่างกัน

1) วัยและเพศ ในการออกแบบเสื้อผ้าควรคำนึงถึงวัยและเพศ โดยทั่วไปผู้ที่อยู่ในวัยต่างกันจะสวมเสื้อผ้าต่างกัน เช่น วันเด็ก จะสวมเสื้อผ้าต่างกับวัยผู้ใหญ่ โดยที่เสื้อผ้าของวัยเด็กจะเน้นความสะดักสบายในการทำกิจกรรมโดยเสื้อผ้าจะไม่ขัดต่อการพัฒนาการของเด็ก จะต้องมีความปลอดภัยต่อการสวมใส่ ไม่คับและหลวมเกินไป นอกจากนี้โดยทั่วไปแล้ว ผู้หญิงและผู้ชายและผู้หญิงจะสวมเสื้อผ้าในลักษณะที่ต่างกัน

2) บุคลิกภาพ บุคลิกของแต่ละคนล้วนแตกต่างกันเสื้อผ้าจัดเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ ผู้ออกแบบเพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ ดังนี้ เรียบร้อยสุภาพ ถ้าเป็นผู้หญิง ควรเลือกผ้าลักษณะ จีบ รูด ติดโบ สีส่อน ลวดลายควรเป็นลายเล็กๆ บุคลิกภาพ กระฉับกระเฉง แข็งแรงแบบนักกีฬา ควรออกแบบให้เป็นแบบเรียบ ผ้าพื้นหรือผ้าลายควรใช้สีเข้ม เช่น สีน้ำเงิน สีเทา ควรออกแบบเป็นเสื้อมีปก เช่น ปกเชิ้ต ปกโปโล เป็นต้น

3) การออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งาน

(1) การออกแบบเสื้อชุดลำลอง ชุดลำลองเป็นเสื้อผ้าชุดที่สามารถใช้สบาย และใส่ได้ทุกโอกาส

(2) การออกแบบเสื้อชุด ทำงานข้าราชการ ควรเป็นแบบเรียบไม่ฉูดฉาด เนื้อผ้าทรงตัว

(3) การออกแบบเสื้อชุดทำงานที่สำนักงาน ข้าราชการ เช่น ธนาคาร ห้างร้าน บริษัท เป็นต้น ซึ่งงานประเภทนี้ต้องติดต่อกับบุคคลภายนอก ควรเป็นแบบสีสดใส สดชื่น สบายตาแก่ผู้พบเห็น

4) โอกาสพิเศษ เป็นเสื้อที่ใส่เฉพาะโอกาสนั้น ๆ ไม่สามารถนำมาสวมใส่เป็นชุดปกติได้ดังตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

(1) เสื้อกันหนาวการออกแบบควรให้ใช้ได้ในทุกฤดูหนาว ควรเลือกใช้ผ้าถักเนื้อหนา ผิวเรียบ ขนสั้น แขนยาวแบบเรียบ เป็นต้น

(2) ชุดราตรี เป็นเสื้อผ้าที่พิถีพิถันกว่าปกติ มีการออกแบบเป็นพิเศษมี 2 ลักษณะ คือ ชุดราตรีแบบเป็นทางการ และแบบไม่เป็นทางการ

(3) ชุดราตรีแบบไม่เป็นทางการ เป็นชุดแบบใดก็ได้ไม่จำกัดรูปแบบทั้งชุดสั้นและยาว ใช้กับงานตั้งแต่ช่วงบ่ายจนถึงกลางคืน

(4) ชุดราตรีแบบเป็นทางการ ควรเป็นชุดราตรีที่เหมาะสมสำหรับงานกลางคืน งานวิวาท์ งานรัฐพิธี ตกแต่งสวยงาม เนื้อผ้าที่ใช้โดยทั่วไปจะมีลักษณะมันวาว (Fashion Design Costume, 2559)

(5) ชุดกีฬา เป็นชุดที่มีการออกแบบเป็นพิเศษและการเลือกใช้เนื้อผ้าเพื่อให้เกิดความคล่องตัว เคลื่อนไหวได้สะดวก (เสาวลักษณ์ คงคาอุยฉาย, 2549)

5) สภาพภูมิอากาศ ประเทศที่อยู่ในภูมิภาคแถบเส้นอาร์กติกจะมีอากาศหนาวจัด จำเป็นต้องมีการป้องกันอากาศที่หนาวเย็น ทำให้นิยมใช้เสื้อผ้าที่ทำจากขนสัตว์หนังสัตว์ หรือใช้เครื่องนุ่งห่มที่หนาปกปิดร่างกายเพื่อให้เกิดความอบอุ่น ส่วนประเทศแถบร้อนจะใช้เสื้อผ้าบางเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศ แต่บางพื้นที่ที่มีสภาพภูมิอากาศหลายฤดู เสื้อผ้าก็ไม่ได้เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพภูมิอากาศเสมอไป นอกจากความหนาความบางของผ้าแล้ว การ

เลือกใช้สีของเสื้อผ้าก็สามารถช่วยป้องกันความร้อนได้ เช่น การสวมเสื้อผ้าสีเข้มเพื่อป้องกันความร้อนจากแสงอาทิตย์

6) อาชีพและการทำงาน เริ่มตั้งแต่ในศตวรรษที่ 19 มีการปฏิวัติทางด้านอุตสาหกรรมเสื้อผ้าการผลิตเส้นใยมีการพัฒนาขึ้น สามารถผลิตเส้นใยได้ตามความต้องการของผู้สวมใส่ และเหมาะสมกับประเภทของงานที่ทำ เช่น งานประเภทอุตสาหกรรมในโรงงาน ต้องการเสื้อผ้าประเภทที่มีความหนาและทนทาน ข้าราชการ ทหาร ตำรวจ ก็ต้องการลักษณะของผ้าต่างกัน โดยเฉพาะเสื้อผ้าของพนักงานดับเพลิงที่ต้องการเสื้อผ้าที่สามารถทนความร้อน และป้องกันภัยอันตรายจากเพลิงไหม้ได้ เป็นต้น การที่มนุษย์พยายามคิดดัดแปลงเสื้อผ้าให้เหมาะกับงานที่ใช้เป็นลักษณะการปรุงแต่งพิเศษ เพื่อให้เกิดคุณสมบัติและเหมาะต่อการใช้งานในแต่ละอาชีพ

7) ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และศาสนา การอยู่ร่วมกันของคนในสังคมจำเป็นต้องมีระเบียบกฎเกณฑ์เพื่อให้เกิดความสงบสุข แนวปฏิบัติที่สืบต่อกันมาจนกลายเป็นขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมในที่สุด สำหรับในด้านการแต่งกายจะมีการฉลองประเพณีสำคัญต่างๆ ด้วยการตกแต่งประดับประดาร่างกายให้สวยงาม ด้วยเสื้อผ้าเครื่องประดับแสดงถึงยศและตำแหน่ง การแต่งกายของมนุษย์จะแตกต่างกันออกไปแล้วแต่แวดล้อม และความจำเป็น เมื่อนำมารวบรวมเข้า ก็จะกลายเป็นขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมการแต่งกายของแต่ละชนชาติไปในที่สุด (อภิโชค แซ่ไคว้, 2542)

2.3.2.2 ลักษณะของการออกแบบเสื้อผ้า

1) การออกแบบโครงสร้างของเสื้อผ้า (Structure Design) หมายถึง การกำหนดโครงสร้าง รูปทรง และเส้นกรอบนอก (Silhouettes) ของเสื้อผ้า รวมถึงชนิดของตะเข็บเสื้อ ชนิดของปกเสื้อชนิดของแขนเสื้อ ชนิดของกระเป๋าสี เนื้อผ้าที่นำมาตัดเย็บและส่วนปลีกย่อยต่างๆ ซึ่งถือเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับตัวเสื้อ ถ้าขาดส่วนตกแต่งนั้นไปจะทำให้เสื้อผ้านั้นไม่สมบูรณ์ การออกแบบในโครงสร้างนี้จัดว่ามีความสำคัญมาก เพราะถ้าสามารถออกแบบในโครงสร้างได้ดีจะมีผลทำให้เสื้อผ้านั้นเป็นเสื้อผ้าชั้นสูงและมีราคาแพง นอกจากนั้นยังอยู่ในสมัยได้นานอีกด้วย

2) การออกแบบตกแต่งเพิ่มเติมภายนอกโครงสร้าง (Decorative Design) เป็นการออกแบบตกแต่งเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับเสื้อตัวนั้น ให้โดดเด่นมากขึ้น หรือตามความต้องการของผู้สวมใส่ โดยการนำวัสดุอื่นนำมาเพิ่มเติมทำให้เกิดลวดลายในตัวเสื้อ เช่น ตีลูกไม้ กระตุ้ม ปักลวดลาย ตัดโบ เป็นต้น และต้องให้เหมาะสมกับโครงสร้างของเสื้อ โดยเฉพาะในเรื่องของสี ขนาด และผิวสัมผัสของวัสดุที่จะนำมาตกแต่งกับบริเวณที่จะตกแต่ง (กรมอาชีวศึกษา หน่วยศึกษานิเทศก์, 2519)

2.3.2.3 องค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้า

1) เส้น (Line) เป็นส่วนสำคัญที่สุดในการออกแบบและเป็นพื้นฐานในการเริ่มต้นเรียนรู้เกี่ยวกับงานศิลปะทุกแขนง เส้นที่ใช้ในการออกแบบมีมากมายหลายลักษณะ เส้นเป็นส่วนประกอบที่ทำให้การออกแบบเกิดความรู้สึกที่ต่างกัน เพราะเส้นมีผลต่อการมองเห็นของมนุษย์อันเกิดจากสามัญสำนึกที่คล้ายกันเส้นบนตัวเสื้อ (สมศรี สุขุมลันท์, 2527)

2) เส้นกรอบนอก (Silhouettes) การใช้เส้นกรอบนอกของเสื้อผ้าเป็นตัวกำหนดโครงร่างภายนอกของเสื้อผ้าแล้ว เส้นกรอบนอกที่ดีเกิดความประทับใจเมื่อพบเห็นครั้งแรก เส้นกรอบนอกของเสื้อผ้าจะส่งผลกระทบต่อส่วนต่างๆ ของเสื้อผ้าและรูปร่างได้ สำหรับเสื้อผ้าของผู้ที่มีรสนิยมดี มักจะเน้นเส้นกรอบนอกมากกว่าการตกแต่งภายในตัวเสื้อที่หรูหราเกินไป แบบเสื้อเรียบๆ จะอยู่ในสมัยนิยมได้นานกว่าแบบเสื้อที่ตกแต่งมากๆ ในการออกแบบเสื้อผ้าถ้าเสื้อตัวใดมีเส้นกรอบนอกเด่นแล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องมีเส้นภายในตัวเสื้อที่เด่นตามไปด้วย เส้นกรอบนอกที่ใช้ในอดีตถึงปัจจุบันมี 3 แบบ คือ ทรงตรง ทรงบาน และทรงหางกระรอก เส้นกรอบนอกแต่ละแบบมีผลต่อการออกแบบและการตกแต่ง เส้นกรอบนอกจะเปลี่ยนไปตามสมัยนิยมอย่างช้า ๆ ต่อมาเปลี่ยนเป็นทรงบานแล้วจึงเปลี่ยนเป็นทรงตรง เป็นลักษณะการหมุนเวียนสลับกันไป เส้นกรอบนอกที่ใช้มีหลายรูปทรง สรุปได้ดังนี้

(1) A line มีลักษณะปลายบานกว้างเหมือนรูปตัว A สามารถเรียกรูปทรงนี้เป็นชื่อเรียกอื่น เช่น ทรงเด้นท์ ทรงสามเหลี่ยม ทรงโคน (ถ้วยโคนที่ใส่ไอศกรีม) และทรงพีระมิด

(2) Ample line มีลักษณะเป็นรูปทรงไข่

(3) Arrow line มีลักษณะเป็นรูปทรงลูกศร ทรงเอฟ (F)

(4) Fit and flare line มีลักษณะรูปทรงส่วนบนพอดีตัว แต่ส่วนล่างตั้งแต่เอวลงมาจะบานออก

(5) H line มีลักษณะเป็นรูปทรงตัว H แบบเสื้อเป็นแบบเอวปล่อยใช้เข็มขัดหรือวัสดุอื่น คาดที่เอวลักษณะเดียวกับเส้นขวางกลางตัว H

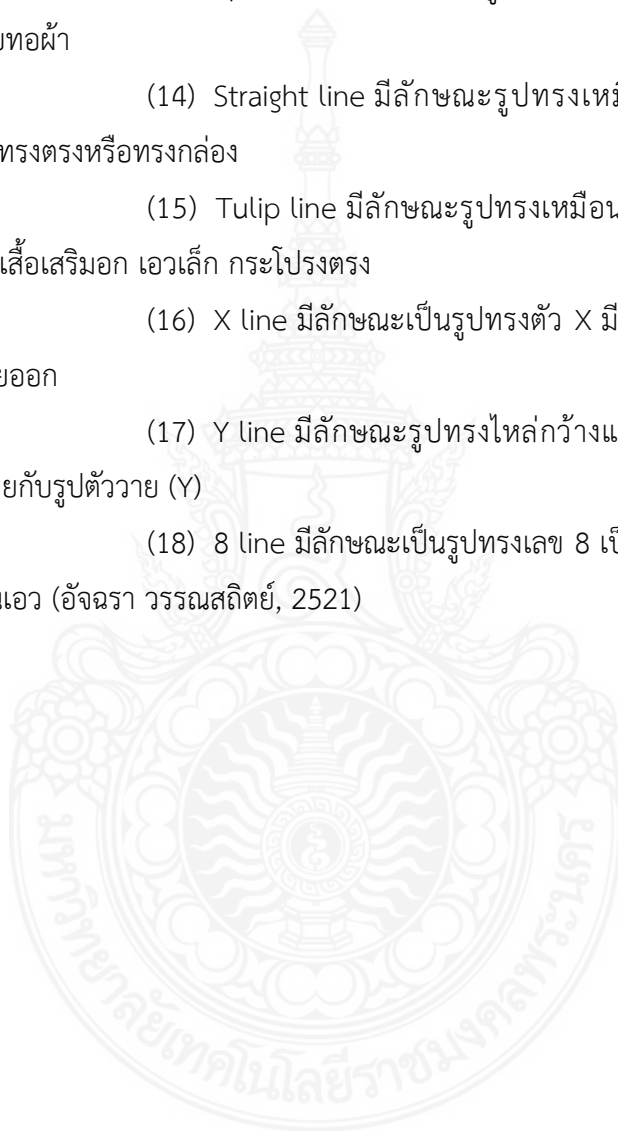
(6) Mermaid line มีลักษณะรูปทรงกระชับลำตัวตลอดจนถึงเข้าแล้วจึงค่อยบานออกเหมือนหางปลาลักษณะคล้ายกับนางเงือก

(7) Pencil line มีลักษณะรูปทรงแคบยาวคล้ายแท่งดินสอ เรียกว่าทรงไอ (I)

(8) Princess line มีลักษณะรูปทรงพอดีตัว และมีเส้นแนวต่อตะเข็บในแนวตั้ง เอวคอด และค่อย ๆ กว้างออกจากเอวจนถึงชายกระโปรง

(9) Sack line มีลักษณะเป็นรูปทรงตรง ตัวหลวมเหมือนกระสอบ

- (10) Sheath line มีลักษณะรูปทรงพอมบาง ห่อร่างกายคล้ายฝักมีด
- (11) Slim line มีลักษณะรูปทรงพอมบาง มีลักษณะแนบเนื้อรัดรูป
- (12) Soft conscious line มีลักษณะรูปทรงพอดีตัว ทรงหลวมกว่าทรง Slim line ทรงพอดีตัวนี้จะเน้นส่วนเว้าส่วนโค้งของร่างกายอย่างธรรมชาติ
- (13) Spindle line มีลักษณะรูปทรงเหมือนกระสวย มีรูปทรงเหมือนถังไม้หรือกระสวยทอผ้า
- (14) Straight line มีลักษณะรูปทรงเหมือนสี่เหลี่ยมผืนผ้า หรือสี่เหลี่ยมจัตุรัสรูปทรงตรงหรือทรงกล่อง
- (15) Tulip line มีลักษณะรูปทรงเหมือนดอกทิวลิป มีลักษณะเน้นช่วงไหล่เล็กน้อย เสื้อเสริมอก เอวเล็ก กระโปรงตรง
- (16) X line มีลักษณะเป็นรูปทรงตัว X มีลักษณะไหล่กว้าง เอวคอดและด้านล่างขยายออก
- (17) Y line มีลักษณะรูปทรงไหล่กว้างและค่อยๆ แคบลงไปจนถึงชายกระโปรงคล้ายกับรูปตัววาย (Y)
- (18) 8 line มีลักษณะเป็นรูปทรงเลข 8 เป็นทรงที่เน้นรูปร่างของสตรีโดยเฉพาะบริเวณเอว (อัจฉรา วรรณสถิตย์, 2521)





ภาพที่ 2.19 เส้นกรอบนอก (Silhouettes)

ที่มา: เสาวลักษณ์ คงคาอุยฉาย (2549)

3) สัดส่วน (Proportion) ความสัมพันธ์ระหว่างแบบเสื้อและขนาดของส่วนต่างๆ ในแบบเสื้อซึ่งต้องมีสัดส่วนที่สัมพันธ์กัน ความสัมพันธ์ที่ได้จะต้องทำให้เกิดความรู้สึกที่ไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไป เบาเกินไปหรือนักเกินไป ใหญ่เกินไปหรือเล็กเกินไป นอกจากนั้นสัดส่วนยังเน้นความสัมพันธ์ของส่วนย่อยบนเสื้อผ้าซึ่งกันและกันอีกด้วย ในงานออกแบบเสื้อ จะต้องนำองค์ประกอบของศิลปะมาใช้ร่วมกัน ดังนั้นกฎเบื้องต้นทางด้านศิลปะจะช่วยให้เกิดแนวความคิดเรื่องการจัดภาพที่ดีและจะเป็นส่วนที่ช่วยให้เกิดความคิดด้านการออกแบบเสื้อที่ดี สัดส่วนที่สวยงามและนักรออกแบบทั่วไปนิยมใช้ (อัจฉรา วรรณสถิตย์, 2521)

4) รูปร่าง (Shape) เส้นรอบนอกของวัตถุที่แสดงให้เห็นเป็นลักษณะ 2 มิติ คือ ความสูงและความกว้าง สำหรับเสื้อผ้าที่จะสวมใส่ได้สวยงามบนรูปร่างของนางแบบ ปัญหาที่เกี่ยวกับสรีระของร่างกายเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะผู้หญิงทุกคนย่อมมีจุดดีและจุดด้อยในเรื่องร่างกาย เครื่องแต่งกายบนเรือนร่างของคนเราจะดูดี ถ้าสามารถออกแบบให้เสื้อผ้าปกปิดข้อบกพร่องของรูปร่างได้อย่างถูกต้องตามหลักการออกแบบ ในงานออกแบบเสื้อผ้าแบ่งลักษณะของรูปร่าง (จารุพรรณ ทรัพย์ปรง, 2543)

5) ความสมดุล (Balance) การออกแบบเสื้อผ้าให้เกิดความสมดุลได้ ต่อเมื่อขนาดและความเข้มของเส้นบนเสื้อผ้าตลอดจนการเลือกใช้วัสดุตกแต่งที่มีความสัมพันธ์กัน การวัดความสมดุลของเสื้อผ้าไม่ได้วัดได้ด้วยน้ำหนัก แต่นักออกแบบจะวัดจากความรู้สึกที่มองเห็นด้วยสายตา

6) จังหวะ (Rhythm) การออกแบบเสื้อผ้าโดยการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน จะใช้หลักในของเรื่องสัดส่วนมาพิจารณา ถ้าเสื้อผ้าที่ต้องการแบ่งมากกว่า 2 ส่วนขึ้นไปจะต้องนำหลักการพิจารณาในเรื่องของจังหวะมาใช้ด้วย การออกแบบโดยใช้จังหวะ คือ สีสันการจัดวางบนตัวเสื้อผ้าเพื่อให้เกิดระยะ หรือความเคลื่อนไหว ทำให้เกิดความรู้สึกอ่อนหวาน สวยงามหนักแน่น หรือหยาบกระด้าง เกิดขึ้นจากลักษณะการออกแบบโดยใช้เส้น และมวล (Mass) โดยการทำซ้ำ ๆ กัน เช่น แนวของพลีท หรือแนวของกระดุม เป็นต้น ในการออกแบบเสื้อผ้าแบ่งจังหวะออกเป็น 3 ประเภท

(1) จังหวะคงที่ (Static Rhythm) จังหวะที่มีช่องว่างแต่ละจุดมีระยะเท่า ๆ กัน ได้แก่ ระยะของกระดุม แนวอัดพลีท แนวเส้นตีเกล็ดที่ช่วงห่างแต่ละช่วงมีระยะเท่า ๆ กัน เป็นต้น

(2) จังหวะต่อเนื่อง (Related Rhythm) จังหวะที่มีช่องว่างในแต่ละจุดไม่เท่ากัน เช่นเดียวกับลักษณะของคลื่นในทะเลที่ซัดเข้าฝั่ง จะมีความต่อเนื่อง แต่คลื่นแต่ละลูกจะมีขนาดไม่เท่ากัน ได้แก่ กระโปรงหลาย ๆ ชั้น แนวถ่วงของเสื้อคอถ่วง เป็นต้น

(3) จังหวะผสม (Conventional Rhythm) การออกแบบเสื้อผ้าที่มีสีสีลาของแนวตกแต่งช่องว่างและช่วงจังหวะผสมผสานกันระหว่างแบบคงที่และแบบต่อเนื่อง จะให้ความรู้สึกสวยงามและหรูหราไปอีกแบบหนึ่ง

7) จุดเด่น (Dominance) การเน้นบริเวณใดบริเวณหนึ่งบนเสื้อผ้า เพื่อให้เป็นจุดเด่นสะดุดตามากกว่าบริเวณอื่น ๆ ถึงแม้บนเสื้อผ้าจะมีการออกแบบตกแต่งไปทั่วแล้วก็ตาม นักออกแบบต้องพยายามทำให้เกิดจุดเด่นสะดุดตาผู้พบเห็นให้ได้ ตัวสำคัญหลักในการใช้จุดเด่นบนเสื้อผ้านั้น บริเวณที่ควรเน้นให้เกิดจุดเด่นมากที่สุด คือ บริเวณใบหน้า และลำตัวช่วงบน เนื่องจากเป็นส่วนที่อยู่สูงระดับสายตา วิธีการเน้นให้เกิดจุดเด่นสามารถทำได้หลายวิธี

(1) การเน้นรูปร่างหรือรูปทรงโดยการทำให้ผิดเพี้ยนไปจากปกติ

(2) การเน้นโดยใช้คุณค่าของน้ำหนัก โดยทำบริเวณที่ต้องการเน้นให้มีน้ำหนักเข้มกว่าบริเวณอื่นๆ

(3) การเน้นโดยใช้สีบริเวณที่ต้องการให้เป็นจุดเด่น มีสีที่สว่างหรือสดใสมากกว่าบริเวณอื่น

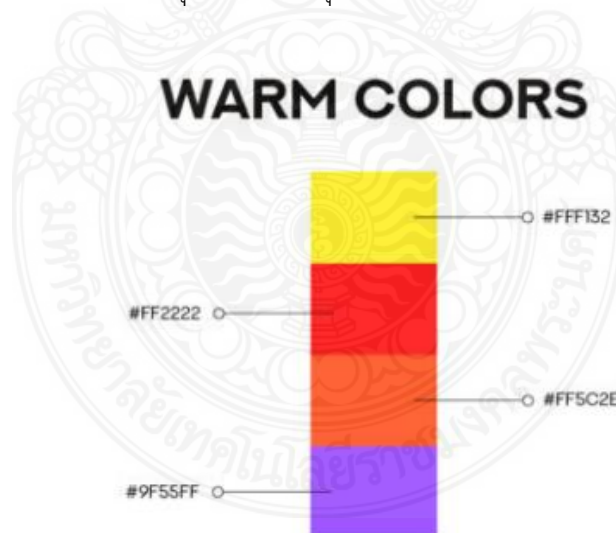
(4) การเน้นโดยใช้เครื่องประดับตกแต่ง การใช้สร้อยคอ ต่างหู และเข็มกลัดมาติดบนเสื้อผ้า

ข้อควรระวังในการใช้จุดเด่นคือ ไม่ควรใช้ในบริเวณกว้างมาก หรือใช้หลายจุดมากเกินไป นักออกแบบควรออกแบบให้มีจุดเด่นเพียงจุดเดียว และให้จุดอื่น ๆ เป็นสิ่งช่วยเสริมจุดเด่นนั้นให้เด่นยิ่งขึ้น (เจียมจิตร เผือกศรี, 2545)

2.3.2.4 สี

สีมีความหลากหลายจากการผสมจากแม่สี ซึ่งแต่ละโทนสีเป็นสำคัญในการออกแบบ เพราะโทนสีแต่ละสีสามารถสื่อถึงอารมณ์ และความรู้สึกที่ต่างกันสามารถแบ่งวรรณะของสีเป็นสีโทนร้อน และสีโทนเย็น

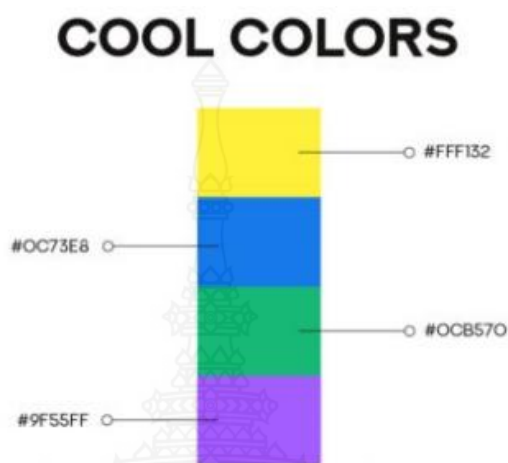
1) สีวรรณะร้อน (Warm Tone) ประกอบด้วย สีเหลือง สีแดง สีส้ม และสีม่วงเป็นสีที่ทำให้เกิดความรู้สึกมีความสุข การมองโลกในแง่ดี มีพลังงาน สดชื่น และความหลงใหล แสงแดดสีเหลืองอาจทำให้เราอบอุ่น ในขณะที่กุหลาบแดงอาจทำให้เราอารมณ์ดีได้



ภาพที่ 2.20 สีโทนร้อน

ที่มา: Paradee Maneegun (2566)

2) สีวรรณะเย็น (Cool Tone) ประกอบด้วย สีเขียว สีน้ำเงิน และสีม่วง สีเหล่านี้ให้อารมณ์สงบ ผ่อนคลาย หรือแม้แต่เศร้า มักจะได้รับความนิยมจากแบรนด์ที่ส่งเสริมสุขภาพ ความงาม หรือความปลอดภัย (Paradee Maneegun, 2566)



ภาพที่ 2.21 สีโทนเย็น

ที่มา: Paradee Maneegun (2566)

3) สีส่งผลต่อความรู้สึก

- (1) สีแดง ให้ความรู้สึกความท้าทาย ตื่นเต้นเร้าใจ
- (2) สีส้ม ให้ความรู้สึกอบอุ่นและความเป็นชีวิตชีวา
- (3) สีเหลือง ให้ความรู้สึกร่าเริง ความเบิกบาน
- (4) สีเขียว ให้ความรู้สึกสงบ ผ่อนคลาย
- (5) สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสุขุม สุภาพ หนักแน่น
- (6) สีม่วง ให้ความรู้สึกน่าค้นหาและความมีเสน่ห์
- (7) สีฟ้า ให้ความรู้สึกสุขุม นุ่มนวลและปลอดภัย
- (8) สีชมพู ให้ความรู้สึกสงบและอ่อนโยน
- (9) สีม่วง ให้ความรู้สึกหรูหรา ร่ารวยและน่าค้นหา
- (10) สีเทา ให้ความรู้สึกมั่นคงและมีระเบียบ
- (11) สีน้ำตาล ให้ความรู้สึกมั่นคง สงบเรียบง่าย
- (12) สีดำ ให้ความรู้สึกเรียบง่ายและหรูหรา
- (13) สีขาว ให้ความรู้สึกเรียบง่าย สงบ สะอาด (Knowledge, 2564)

2.3.2.5 รูปแบบของเสื้อผ้า

- 1) เสื้อเชิ้ต (Shirt) เป็นเสื้อมีปกมีทั้งแขนยาวและแขนสั้น ผลิตด้วยผ้าฝ้าย เป็นส่วนใหญ่
- 2) เสื้อยืด (T-Shirt) เป็นเสื้อคอกลมหรือคอวี ที่ไม่มีกระดุมติด ไม่มีปก ไม่มีกระเป๋าท่อนอก นิยมผลิตด้วยผ้ายืด
- 3) เสื้อโปโล (Polo) เป็นเสื้อที่มีปก มีกระดุมอยู่ด้านหน้าแต่มีเพียงแค่ 2-3 เม็ด โดยรังดุมจะมีความยาวไม่เกินช่วงท่อนอก สืบเสื่อด้านบนจะแยกออกเสื่อ หรืออาจจะติดกัน แต่จะใช้วิธีการกลัดกระดุมเพื่อให้เสื่อทั้งสองข้างติดเข้าหากัน
- 4) เสื้อแจ็กเก็ต (Jacket) เป็นเสื้อคลุมชั้นนอก ซึ่งจะมีความหนาและค่อนข้างเป็นเสื้อที่มีแขนยาว ในช่วงแรกๆ แจ็กเก็ตมักจะทำมาจากหนังสัตว์ แต่ต่อมาได้เริ่มเปลี่ยนวัสดุเป็นผ้าไนลอนแทน (PaPathisa, 2562)
- 5) เสื้อครอป (Crop top) เสื้อจะถักขึ้นให้เห็นส่วนเอวและหน้าท้อง เพื่อโชว์สัดส่วนเล็กน้อย หรือเรียกอีกชื่อว่า เสื้อเอวลอย (Midriff) (Thaiware, 2563)
- 6) เสื้อคลุม (Coat) เป็นเสื้อสวมทับเสื้อตัวอื่น เป็นเสื้อชั้นนอกยาวถึงสะโพกหรือยาวตลอดลำตัวมีแขนยาว
- 7) เสื้อสเวตเตอร์ (Sweater) เป็นเสื้อกันหนาว ที่มีความหนา สวมทับเสื้อเชิ้ตหรือเสื้อแบบอื่นๆ
- 8) เสื้อเบลล่าส์ (Blouse) เป็นเสื้อแบบหลวมมีแบบแขนยาวและแขนสั้น (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2549)
- 9) เสื้อคลุมไหมพรม (Cardigan) เสื้อคลุมไหมพรม ผ่าด้านหน้า ติดกระดุม ไม่มีปก มีทั้งทรงยาว และทรงสั้น
- 10) เสื้อกั๊ก (Vest) เสื้อที่ไม่มีแขนเสื้อ
- 11) เบลเซอร์ (Blazer) ลักษณะคล้ายสูทแต่เบลเซอร์จะไม่มีกางเกงที่เข้าชุดกัน สามารถใส่กับกางเกงสไตล์อื่นได้ สามารถใส่เสื้อยืดด้านในได้ สูทโดยส่วนมากเสื้อด้านในจะเป็นเสื้อเชิ้ต (Sky, 2564)
- 12) กางเกง (Pants) สวมใส่ร่างกายท่อนล่างตั้งแต่เอวลงไปถึงข้อเท้า คลุมขาทั้งสองข้างแยกกัน มีแบบขาสั้นและขายาว
- 13) กระโปรง (Skirt) เป็นรูปทรงปลายเปิดเดี่ยวให้ขาทั้งสองข้างอยู่ด้านใน มีทั้งแบบสั้นและยาว
- 14) ชุดเดรส (Dress) เป็นเสื้อและกระโปรงที่ต่อกัน มีทั้งสั้นและยาว

15) ชุดจั๊มสูท (Jumpsuit) เป็นเสื้อและกางเกงต่อเอวกัน ชุดที่ต้องใส่ทั้งตัว อย่างชุดหมီး และชุดเอี้ยม (Stella, 2564)

2.3.3 แนวคิดการออกแบบเพื่อสตรีพลัสไซซ์

การออกแบบเสื้อผ้ามีหลักทฤษฎีมากมายที่สามารถทำให้เสื้อผ้ามีความสวยงามและตรงตามการใช้งาน การออกแบบอาจเกิดจากการใช้แนวโน้มของแฟชั่นในแต่ละปี แรงบันดาลใจของผู้ออกแบบ และการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ก็มีการออกแบบที่คล้ายกับเสื้อผ้าปกติแต่มีความแตกต่างทางด้านเทคนิคการตัดเย็บเล็กน้อย

บางครั้งหลักทฤษฎีหรือกฎเกณฑ์การออกแบบกลายเป็นการตีกรอบให้สตรีพลัสไซซ์ไม่มีความกล้าสวมใส่เสื้อผ้าที่มีความแปลกใหม่ นอกเหนือจากกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เช่น ห้ามลายขวาง ห้ามลายพิมพ์ ห้ามใส่รัดรูป ต้องสวมใส่สีดำ เป็นต้น

การออกแบบเสื้อผ้านอกจากที่จะต้องทำให้เกิดความสวยงามและให้เหมาะกับบุคคลแล้ว ยังต้องทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกมีความมั่นใจในตนเอง ความกล้า และความสุข เพราะเสื้อผ้าเป็นที่ส่งเสริมให้ผู้นั้นดูดี สง่า มีความมั่นใจ แสดงถึงความชอบ และแสดงถึงตัวตนของผู้สวมใส่ (Vogue Thailand, 2564; Kapook.com, 2565)

2.3.4 การตกแต่ง

การตกแต่งเครื่องแต่งกายให้เกิดความโดดเด่น และมีความน่าสนใจ ใช้การออกแบบโครงสร้างของเสื้อผ้า ลวดลาย สี สัน และองค์ประกอบศิลป์ในการจัดวางให้เหมาะสม เพื่อให้ตรงกับความต้องการและจุดประสงค์ของเสื้อผ้านั้น ๆ

2.3.4.1 การตกแต่งด้วยเครื่องประกอบการแต่งกายที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกาย เช่น รองเท้า ถุงเท้า ถุงมือ กระเป๋าถือ เครื่องประดับ ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า หมวก เป็นต้น

2.3.4.2 การตกแต่งด้วยการนำวัสดุอื่นมาตกแต่ง

1) การปัก การสร้างลวดลายให้ผ้าด้วยการใช้ด้าย ไหม ริบบิ้น ลูกปัด เลื่อม มีทั้งการปักด้วยมือ และการใช้ปักจักรเป็นลวดลายต่างๆ ประเภทของการปักแบ่งได้ 3 ประเภท

(1) การปักหน้าเดียว การปักแบบให้เห็นความสวยงามเพียงด้านเดียว ด้านหลังจะห่าง หรือข้ามไปบ้าง

(2) การปักสองหน้า การปักให้เหมือนกันทั้ง 2 ด้าน ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง นิยมใช้ปักกับลายแคบ แต่ถ้าลายที่จะปักเป็นลายกว้างหรือลายใหญ่ก็ปักเฉพาะส่วนที่เป็นขอบลาย

(3) การปักแรเงา การปักเหลือบสีแรเงาทำให้ดูเหมือนของจริง หรือเหมือนภาพ เช่น รูปดอกไม้ ใบไม้ เป็นต้น

2) การใช้ลูกไม้ การถักทอด้วยเส้นด้ายขนาดเล็ก ถักเป็นผืนผ้าที่มีช่องระหว่างเส้นด้ายที่เห็นได้ชัดเจน มีทั้งลูกไม้ที่ทำด้วยมือ และลูกไม้ที่ทำด้วยเครื่องจักร

3) การใช้ผ้าเฉลียง ผ้าที่ตัดตามแนวทแยงของเส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่ง แนวทแยงที่ทำมุม 45 องศา กับเส้นด้ายพุ่งและเส้นด้ายยืน ผ้าสามารถยืดหยุ่นใช้งานได้หลากหลาย

(1) ผ้าเฉลียงกึ่งนริม

(2) ผ้าเฉลียงแบบตามหรือทาบตกแต่ง

(3) ผ้าเฉลียงกึ่งแลบ

(4) ผ้าเฉลียงทำปกเสื้อ เช่น คอพวง ปกย้วย ปกตลบ คอผูก

(5) ผ้าผูก หรือโบ

(6) ไส้ไก่ (เสวลักษณ์ คงคาอุยฉาย, 2549)

4) การใช้กระดุม เป็นเครื่องเกาะเกี่ยว และสามารถตกแต่งเพื่อความสวยงามได้ ได้แก่ กระดุมมีก้าน กระดุมไม่มีก้านเป็นกระดุมที่มีรูร้อยอยู่บนตัวกระดุม กระดุมแปะ กระดุมห่อ และกระดุมตอก

5) การใช้ซิปป เป็นเครื่องเกาะเกี่ยว และเป็นการตกแต่งในเวลาเดียวกัน สามารถแบ่งได้ 3 ชนิด ได้แก่ ซิปธรรมดา ซิปซ่อน และซิบบนขอบได้

6) การใช้ชายครุย ทำจากด้ายฝ้าย ไหมพรม หรือเชือกเส้นเล็ก เป็นต้น นำมาตกแต่งบริเวณริมผ้า ชายเสื้อ ชายกระโปรง ปลายแขน ชายครุยมีทั้งแบบสำเร็จ และทำขึ้นเอง

7) การใช้เชือก ทำจากด้าย หรือใยผสม เป็นต้น นิยมนำมาทำเป็นกระดุมจีน รังคุดห่วงคล้อง ร้อยตาไก่ ผูกโยงแทนเครื่องเกาะเกี่ยว

8) การใช้ฟู่ ทำจากด้าย ไหมพรม เชือก หรือลูกปัดที่ร้อยเป็นเส้น เป็นต้น นำมาตกแต่งบริเวณคอเสื้อ แขนเสื้อ ชายเสื้อ หรือทำเป็นสายคาดเอว มีทั้งแบบสำเร็จและทำขึ้นเอง (จุฑาทิพ รัตนะนราพันธ์, 2554)

10) การต่อผ้า การเย็บผ้าชิ้นเล็กๆ มาต่อเข้าด้วยกัน เพื่อทำให้เกิดลวดลายมักเป็นรูปทรงเรขาคณิต ซึ่งนิยมทำเป็นผ้าคลุมเตียง ผ้าปูโต๊ะ ปลอกหมอน เป็นต้น

11) การตัดปะผ้า การเย็บตรึงริมผ้ากับผ้าชิ้นหลัง ตามลวดลายที่ออกแบบไว้ นิยมนำมาตกแต่งเสื้อผ้าเด็ก ผ้านวม กระเป๋า เป็นต้น

12) การเย็บสัก การเย็บผ้า 2 ชั้น หรือมากกว่านั้นมาวางซ้อนกันโดยใช้วัสดุที่มีความนุ่ม เช่น สำลี ฟองน้ำ หรือแผ่นใยโพลีเอสเตอร์ อยู่ตรงกลาง และตะเข็บที่เย็บเป็นลวดลาย ส่วนที่ไม่ได้เย็บจะนูนขึ้นเป็นลวดลายตามที่ออกแบบไว้ สามารถเย็บด้วยมือ และด้วยจักร (เสวลักษณ์ คงคาอุยฉาย, 2549; จุฑาทิพ รัตนะนราพันธ์, 2554)

13) การพิมพ์ลายผ้า การพิมพ์ลายผ้าด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นการพิมพ์ในลักษณะของเครื่องพิมพ์แบบพ่นหมึก หรือ Ink Jet ในขนาดใหญ่ หรือขนาดเล็กตามความต้องการ และสามารถพิมพ์ได้ยาวต่อเนื่องกัน ซึ่งการพิมพ์แบบดิจิทัลสามารถพิมพ์ได้จากไฟล์ ดิจิทัลต่างๆ เช่น AI, JPG, PNG, TIFF ได้โดยตรง โดยไม่ต้องทำบล็อกสกรีน ทำให้การพิมพ์ลายบนผ้า มีความสะดวก รวดเร็ว สามารถพิมพ์ลายที่มีความซับซ้อนได้ มีสีเส้นที่ชัดเจน สามารถพิมพ์ผ้าได้หลากหลายชนิด โดยประเภทการพิมพ์ผ้าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท

(1) การพิมพ์โดยตรง (Direct Printing) การใช้แม่พิมพ์ซึ่งผสมกับหมึกพิมพ์ตามประเภทที่เหมาะสมกับเนื้อผ้าพร้อมกับการผสมสารเคมีอื่นๆ ที่จะช่วยเพิ่มความเข้มและความคมชัดของสีและลวดลาย (TEX-PRESS, 2561)

(2) การพิมพ์แบบอ้อม (Indirect Print or Transfer Print) การพิมพ์แบบถ่ายโอนความร้อน Heat Transfer เป็นเทคนิคการพิมพ์โดยวิธีการพิมพ์ลายลงบนกระดาษ แล้วนำไปผ่านกระบวนการกดหรือรีดด้วยความร้อน (Screen Printing Supplies, 2561; บริษัท โอวรุ่งเรืองค้าผ้า จำกัด, 2566; หมวย การ์เมนท์, ม.ป.ป.)

2.3.4.3 การตกแต่งในโครงสร้างของตัวเสื้อ

1) การเย็บเกล็ด (Darts)

(1) เกล็ดทรง การเย็บเกล็ดเพื่อให้เสื้อผ้าเข้ารูปตามส่วนเว้าส่วนโค้ง นิยมใช้บริเวณอกเสื้อ บริเวณรอบเอว และรอบสะโพกของกระโปรงหรือกางเกง

- เกล็ดปลายเดี่ยว คือ เกล็ดตรง เกล็ดโค้งออก และเกล็ดโค้งเข้า
- เกล็ดสองปลาย
- เกล็ดโค้ง
- เกล็ดแบบปลายเปิดหรือเกล็ดปล่อย

(2) เกล็ดตกแต่ง การเย็บเกล็ดเพื่อตกแต่งเสื้อผ้า นิยมใช้บริเวณตัวเสื้อ ขึ้นหน้าหน้าหรือขึ้นหลัง แขนเสื้อ ขอบปลายแขนเสื้อ บริเวณเป้า เป็นต้น

- เกล็ดเล็ก (Pin tucks)
- เกล็ดชิดกัน (Blind tucks)
- เกล็ดเว้นระยะ (Spaced tucks)
- เกล็ดเปลือกหอย (Shell tucks)
- เกล็ดแบบตาราง (Cross tucks)
- เกล็ดสอดเชือก (Piped or Corded tucks)
- เกล็ดปล่อย (Dart or Released tucks)



ภาพที่ 2.22 ตัวอย่างการเย็บเกล็ด

ที่มา: Dresspatternmaking.com (2022)

2) การเย็บจีบ นิยมตกแต่งบริเวณปกคอเสื้อ รอบวงแขน ปลายปกเสื้อ ชายเสื้อ ชายกระโปรง รอยต่อตะเข็บ เป็นต้น

(1) จีบพอง การเย็บรูดผ้าเพื่อเพิ่มเนื้อที่ผ้าให้มากกว่าเดิม ทำให้เสื้อผ้าเกิดความหลวม พองฟูมากขึ้น

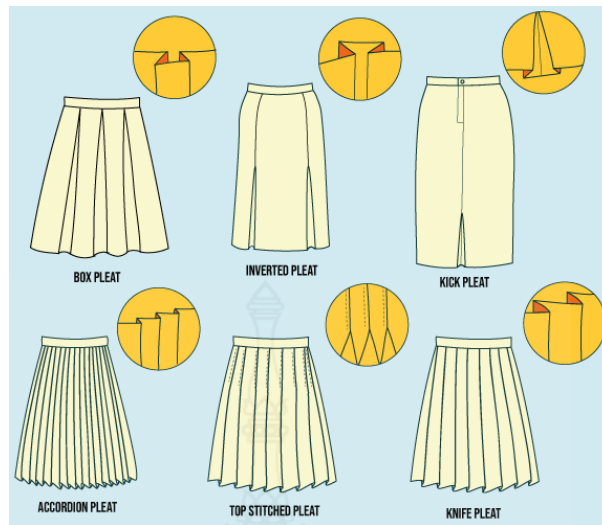
- การจีบรูดเพิ่มเนื้อผ้าด้วยตะเข็บรูดแบบแถวเดียว (Gathering)
- การจีบรูดเพิ่มเนื้อผ้าด้วยตะเข็บรูด 3 แถวขึ้นไป (Shirring)

(2) จีบระบาย การเย็บรูด จีบจีบเพื่อเพิ่มเนื้อผ้าใช้ผ้าเฉลี่ยง 45 องศา

- การจีบระบายธรรมดา (Plain ruffle)
- การจีบระบายมีริมระบายด้านบน (Ruffle with heading)
- การจีบระบายที่มีริมระบายทั้ง 2 ด้าน (Double-edged ruffle)

(3) จีบพับ การเย็บริมด้านหนึ่งพับจีบเป็นจีบใช้ผ้าเฉลี่ยง 45 องศา

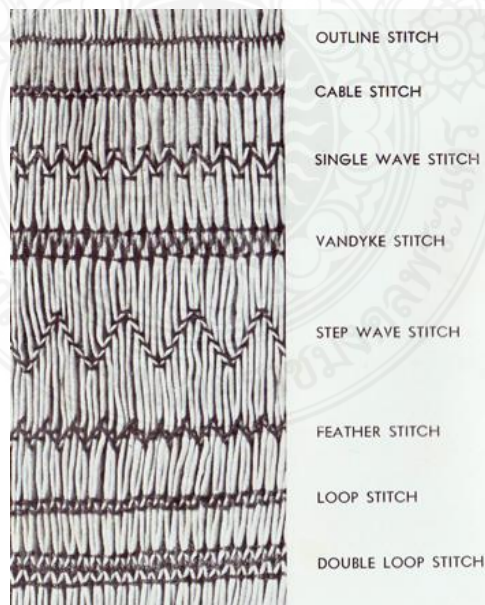
- การจีบพับตามกัน (Side and Knife pleats)
- การจีบพับกระทบแบบจีบหันออกจากกัน (Box pleats)
- การจีบพับกระทบแบบจีบหันชนกัน (Inverted pleats)
- การจีบพับแยกจากกันมีแผ่นรองด้านล่าง (Pleat with separate)
- การจีบพับแบบหีบเพลง (Accordion pleats)



ภาพที่ 2.23 ตัวอย่างการเย็บจีบ

ที่มา: Aliceincosplayland.com (2013)

3) การเย็บสม็อค (Smock) การจีบรูตให้เกิดรอยย่นด้วยการนำด้ายหรือไหมเย็บเป็นลวดลายต่างๆ สามารถทำสม็อคด้วยมือ และทำสม็อคด้วยจักร (เสวลักษณะ คางคกขูด , 2549; จุฑาทิพ รัตนนราพันธ์, 2554)



ภาพที่ 2.24 ตัวอย่างการเย็บสม็อค

ที่มา: Sarah (2014)

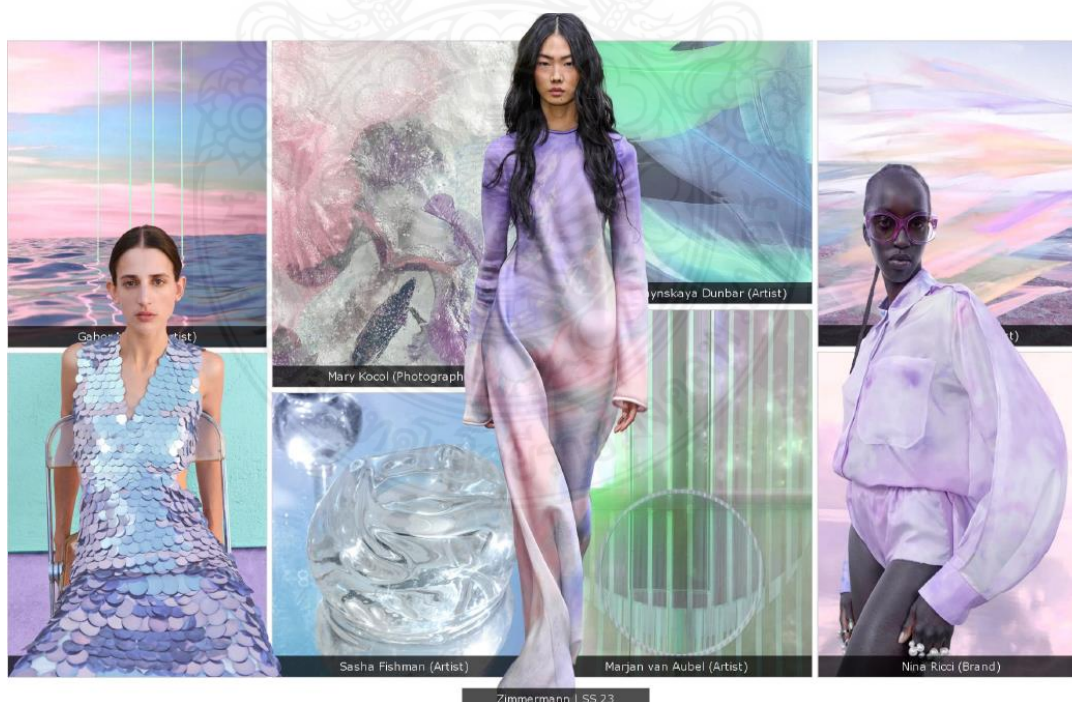
การออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์โดยนำหลักการออกแบบ การตกแต่ง แนวคิด ทฤษฎีต่างๆ มารวบรวมวิเคราะห์เพื่อการออกแบบเสื้อผ้าให้สอดคล้องกับความต้องการ และความพึงพอใจของสตรีพลัสไซส์ที่มีความเชื่อในแนวคิดของ Real Size Beauty

2.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มแฟชั่นปี 2024

2.4.1 แนวโน้มเรื่องราวในการออกแบบปี SS 2024

แนวโน้มเรื่องราวในการออกแบบ คือ การนำเรื่องราวต่างๆ มาตีความเรียบเรียงใหม่ ปรับเปลี่ยน ดัดแปลง เพื่อสื่อสารถึงเรื่องราวเหล่านั้นผ่านการกระบวนการออกแบบ และถ่ายทอดลงบนเสื้อผ้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยในแต่ละปีจะมีเรื่องราวหรือต้นแบบในการออกแบบที่แตกต่างกันไป จากการสำรวจวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่น หรือตามจุดประสงค์ของผู้ออกแบบ

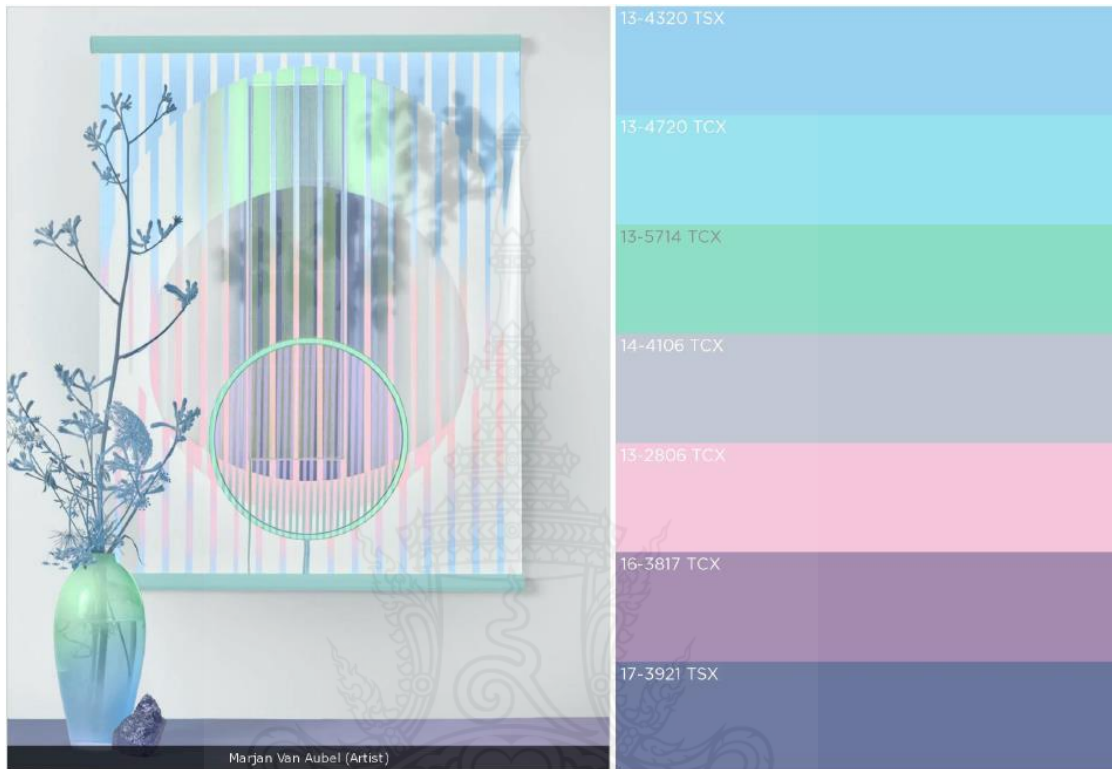
การออกแบบในปี Spring Summer 2024 มีเรื่องราวแรงบันดาลใจในการออกแบบจาก Oceana ในฤดูร้อนที่มีการสะท้อนของเงาปริซึม และเฉดสีของน้ำทะเล ที่มีสีอันสดใส และระยิบระยับเมื่อโดนแสงส่อง แสดงถึงความลึกกลับซับซ้อนของมหาสมุทร และความสวยงามของธรรมชาติที่ไม่สามารถสัมผัสได้ จึงนำมาออกแบบให้เข้ากับความสวยงามของสตรีทุกคนไม่ว่าจะรูปร่างแบบไหน ก็มีความงดงามที่ไม่สามารถประเมินได้



ภาพที่ 2.25 องค์กรรวมของ Oceana SS 24

ที่มา: Fashionsnoops.com (2023)

2.4.1.1 โทนสีของ Oceana เป็นสีโทนเย็น มีหลากหลายสีโทนฟ้า ฟ้าทะเล เขียว
ม่วง ชมพู



ภาพที่ 2.26 โทนสีของ Oceana
ที่มา: Fashionsnoops.com (2023)

2.4.1.2 รูปแบบเสื้อผ้าของ Oceana จะมีลักษณะความเรียบง่าย ระบายตกแต่ง (Fashionsnoops.com, 2023)



ภาพที่ 2.27 รูปแบบเสื้อผ้าของ Oceana

ที่มา: Fashionsnoops.com (2023)

2.4.2 แนวโน้มของสีปี SS 2024

แนวโน้มของสีปี SS 2024 เป็นเฉดสีที่ได้รับการวิเคราะห์พิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านแฟชั่น และการออกแบบ เพื่อให้ผู้ออกแบบหรือแบรนด์สามารถนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

2.4.2.1 เกรดสีตามฤดูกาล เป็นสีสันที่มีการผสมสีเทาเล็กน้อย ทำให้ดูอ่อนลง สีไม่สด มากจนเกินไป สีออกพาสเทล

Pinapple	15-0941 TCX	Basalt	103-45-01
Grit	17-1036 TCX	Pumice	14-4501 TCX
Pachment	18-0928 TCX	Dusted Grape	18-3424 TCX
Sweet Mandarin	16-1936 TCX	Purple Swirl	18-3533 TCX
Ginger Biscuit	18-1250 TCX	Galactic Cobalt	19-3932 TCX
Italian Clay	16-1422 TCX	Glacial Blue	14-4123 TCX
Ocean Coral	16-1632 TCX	Adriatic Sea	17-4440 TCX
Astro Duet	17-1537 TCX	Malachite	18-6340 TCX
Crimson	18-1657 TCX	Sege Leaf	18-6611 TCX
Pink Cyclamen	17-1937 TCX	Green Flame	16-6340 TCX
Pink Diamond	14-3205 TCX	Green Fig	15-6347 TCX
Fondant Pink	14-3209 TCX	Golden Cob	13-0947 TCX

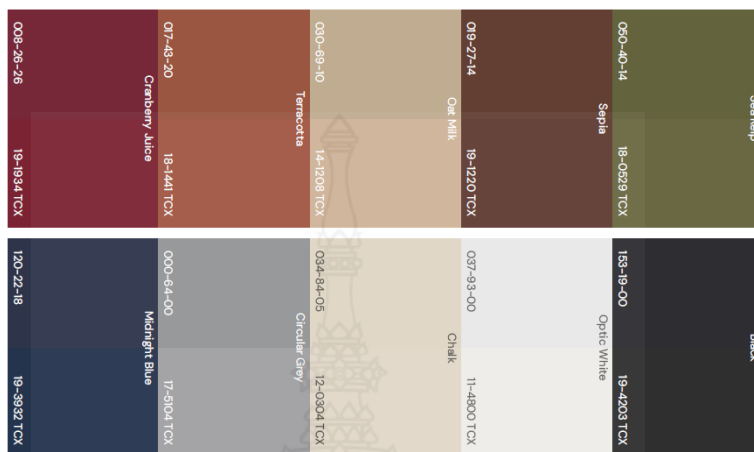
ภาพที่ 2.28 เกรดสีตามฤดูกาล
ที่มา: Jenny (2022)

2.4.2.2 เกรดสีประจำปี 2024 เป็นสีที่มีความสด และพาสเทล สีออกหม่นเล็กน้อย

Ground Coffee	19-1109 TCX	Gentle Lavender	14-3710 TCX
Mushell	18-1140 TCX	Cornflower	16-4030 TCX
Timeless Taupe	16-1318 TCX	Elemental Blue	18-3922 TCX
Apricot Crush	15-1247 TCX	Tidal Teal	19-4324 TCX
Mellow Peach	14-1219 TCX	Fresh Mint	14-4607 TCX
Radiant Red	18-1651 TCX	Nephrite	17-0235 TCX
Pink Flash	18-2043 TCX	Cyber Lime	13-0851 TCX
Mauve Haze	17-1818 TCX	Yellow Mustard	15-0948 TCX

ภาพที่ 2.29 เกรดสีประจำปี 2024
ที่มา: Jenny (2022)

2.4.2.3 เฉดสีพื้นฐาน เป็นโทนสีพื้นฐานที่สามารถเลือกจับคู่กับสีต่างๆ ได้ทั้งโทนร้อน และโทนเย็น (Jenny, 2022)



ภาพที่ 2.30 เฉดสีพื้นฐาน

ที่มา: Jenny (2022)

แนวความคิดนำแนวโน้มแฟชั่นในปี 2024 มาออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ โดยเน้นระบายของ เสื้อผ้า การเลือกใช้เนื้อผ้าที่มีความพลิ้วไหว โปร่ง เป็นเหมือนการเล่นแสงสะท้อนของขนน้ำทะเล และสีที่มีความทั้งโทนอ่อนและโทนเข้ม เพื่อให้แสดงถึงระดับความลึกของผิวน้ำ

2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 เสื้อผ้าพลัสไซส์

พรโพยม วรเชษฐรวาวัตร์ และ พันธยศ วรเชษฐรวาวัตร์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษขนาดสัดส่วนผู้หญิงอ้วนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับเสื้อผ้าสำเร็จรูปอุตสาหกรรม เนื่องจากการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในระบบอุตสาหกรรม จำเป็นจะต้องอาศัยข้อมูลขนาดสัดส่วนของผู้สวมใส่เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดขนาดมาตรฐานของเสื้อผ้าให้สามารถสวมใส่ได้พอดีกับรูปร่าง ซึ่งในปัจจุบันขีดการจัดทำขนาดมาตรฐาน (Standard Size) เสื้อผ้าที่ใช้อยู่ก่อนข้างที่จะจำกัด โดยส่วนใหญ่เป็นขนาดมาตรฐานของบุคคลที่มีรูปร่างสมส่วนและรูปร่างที่มีการเปลี่ยนแปลงแต่สำหรับผู้หญิงที่มีรูปร่างอ้วนมีทางเลือกไม่มากนักในการสวมใส่เสื้อผ้าให้ดูเหมาะสม คณะผู้จัดทำได้เล็งเห็นถึงปัญหาการสวมใส่เสื้อผ้าสำหรับผู้หญิงอ้วน จึงได้ทำการเก็บข้อมูลขนาดสัดส่วน (Body Size) ของผู้หญิงอ้วน จากกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงอ้วนอายุระหว่าง 20-40 ปี ตามสถานที่และหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งในสถานศึกษา เพื่อนำข้อมูลมาทำการกำหนดขนาด 5 Size แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1) ทำการเก็บข้อมูลขนาดสัดส่วนผู้หญิงอ้วน 2) นำข้อมูลสัดส่วนผู้หญิงอ้วนมากำหนดขนาด 5 Size 3) ทำการสรุปผลโดยทำ

การสุ่มเก็บข้อมูลขนาดสัดส่วนจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรผู้หญิงอ้วนในอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา จำนวน 204 คน จากการเก็บข้อมูลขนาดสัดส่วนผู้หญิงอ้วนพบว่า Size 1 รอบอก 86 เซนติเมตร รอบเอว 81 เซนติเมตร รอบสะโพกกลาง 86 เซนติเมตร Size 2 รอบอก 93 เซนติเมตร รอบเอว 90 เซนติเมตร รอบสะโพกกลาง 91 เซนติเมตร Size 3 รอบอก 100 เซนติเมตร รอบเอว 99 เซนติเมตร รอบสะโพกกลาง 111 เซนติเมตร Size 4 รอบอก 107 เซนติเมตร รอบเอว 108 เซนติเมตร รอบสะโพกกลาง 123 เซนติเมตร และ Size 5 รอบอก 114 เซนติเมตร รอบเอว 111 เซนติเมตร รอบสะโพกกลาง 136 เซนติเมตร

เกล้าลาภา ยุทธภิญโญ และ สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การแบ่งกลุ่มสตรีอ้วนโดยใช้ปัจจัยด้านความต้องการต่อส่วนประสมทางการตลาดค้ำปลีกของเสื้อผ้าสาวอ้วนในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความต้องการต่อส่วนประสมทางการตลาดค้ำปลีกของสตรีที่ซื้อเสื้อผ้าสาวอ้วน 2) เพื่อศึกษาการแบ่งกลุ่มสตรีที่เป็นผู้ซื้อเสื้อผ้าสาวอ้วนโดยใช้ปัจจัยด้านความต้องการต่อส่วนประสมทางการตลาดค้ำปลีก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจำนวน 200 ชุด จากสตรีผู้ซื้อเสื้อผ้าสาวอ้วนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Cluster analysis One-Way ANOVA และ Chi-Square ผลการศึกษาพบว่า การแบ่งกลุ่มโดยระดับความสอดคล้องกับตัวผู้ตอบที่มีต่อความต้องการสามารถแบ่งกลุ่มสตรีผู้ซื้อเสื้อผ้าสาวอ้วนได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มนักช้อปปิ้งพิถีพิถัน คือ กลุ่มที่จะไม่เน้นความสำคัญด้านอื่นๆ มากนัก กลุ่มจะสนใจในเรื่องของตัวสินค้าแบบสินค้า แบบจริงขณะสวมใส่ หากถูกใจก็ตัดสินใจซื้อทันที 2) กลุ่มนักช้อปปิ้งมืออาชีพ คือ กลุ่มที่จะให้ความสำคัญในหลายๆ ปัจจัยโดยรวม เช่น มีที่จอดรถเพียงพอหรือไม่ พนักงานสุภาพ ห้องลองเสื้อผ้ามีความปลอดภัย ท่าเลที่ตั้งอยู่ใกล้บันไดเลื่อน และสินค้ามีราคาที่เหมาะสม จึงจะตัดสินใจซื้อ 3) กลุ่มนักช้อปปิ้งแฟนพันธุ์แท้ คือ กลุ่มที่จะสนใจในทุกๆ ปัจจัยความต้องการในการเลือกซื้อสินค้า ตั้งแต่การให้บริการ การคัดสรรสินค้า ท่าเลที่ตั้ง การตั้งราคา การจัดตกแต่งร้าน และองค์ประกอบการสื่อสาร

ชฎานิต กำเนิดศิริกุล (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งธุรกิจสำหรับผู้หญิงที่มีรูปร่างเกินขนาดมาตรฐาน (Plus Size) แบบครบวงจร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งโครงการธุรกิจสำหรับผู้หญิงที่มีรูปร่างเกินขนาดมาตรฐาน (Plus size) แบบครบวงจร 2) ศึกษาทัศนคติ ความสนใจความต้องการ พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ และช่องทางการรับสื่อเกี่ยวสินค้าแฟชั่นสำหรับคนที่มีรูปร่างเกินขนาดมาตรฐาน 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความสนใจ ความต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการของโครงการ อาศัยวิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจแฟชั่นและความงาม และข้อมูลเชิงปริมาณใช้การสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถาม ทำการสุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิง

ปริมาณโดยคำนวณตามสูตรของทาโรยามาเน่ จากกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด แบบสุ่มในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า อุตสาหกรรมแฟชั่นและความงามมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและตลอดเวลา มีการแข่งขันสูง การจึงต้องการปรับตัวการสร้างความแตกต่างการประเมินสถานการณ์อย่างแม่นยำโดยอาศัยประสบการณ์และการศึกษาข้อมูลเป็นจำนวนมาก การสร้างความมั่นใจ สินค้าคุณภาพ การให้บริการ จะส่งผลให้ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ด้านข้อมูลเชิงปริมาณแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 16-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-30,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้โดยเฉลี่ยมีรูปร่างปกติจนถึงอ้วนปานกลาง มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่น 1-2 ครั้งต่อเดือนโดยใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง และเลือกซื้อจำนวน 1-4 ชิ้น มีการใช้จ่าย 1,000-3,000 บาท และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่น คือ ราคาที่เหมาะสม ขนาดที่เหมาะสม รูปแบบและคุณภาพสถานที่ที่กลุ่มตัวสนใจได้แก่ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า เพราะมีความหลากหลายของสินค้าหรือบริการ และเดินทางได้สะดวกโดยรถสาธารณะ สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ พร้อมมีที่จอดรถ และแหล่งที่กลุ่มตัวอย่างรับข้อมูลด้านแฟชั่นส่วนใหญ่ผ่านอินเทอร์เน็ต

พิชญานันท์ คงสมพงษ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแต่งกายและการซื้อเสื้อผ้าของผู้หญิงพลัสไซส์ (Plus size) โดยการวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความมั่นใจในการแต่งตัวของผู้หญิงพลัสไซส์ 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้หญิงพลัสไซส์ต่อการแต่งตัว 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการแต่งตัวและการซื้อเสื้อผ้าของผู้หญิงพลัสไซส์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้หญิงพลัสไซส์ทั่วไปจำนวน 25 คน และผู้หญิงพลัสไซส์ที่มีผู้ติดตามใน Social Media มากกว่า 20,000 คน จำนวน 5 คน ผลการศึกษาพบว่า ประการแรก ความมั่นใจในการแต่งตัวของผู้หญิงพลัสไซส์มีอิทธิพลมาจากกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) โดยกลุ่มอ้างอิงเปรียบเสมือนเป็นต้นแบบหรือเป็นแรงบันดาลใจในการแต่งตัว และมีส่วนในการช่วยกระตุ้นให้ผู้หญิงพลัสไซส์เกิดความมั่นใจ และกล้าที่จะแต่งตัวในแบบที่ตนเองต้องการอยากที่จะดูดีหรือแต่งตัวแบบนั้นบ้าง โดยกลุ่มอ้างอิงประกอบไปด้วย Influencer และคนทั่วไปที่เป็นผู้หญิงพลัสไซส์ทั้งในไทยและต่างประเทศ ประการที่สอง ผู้หญิงพลัสไซส์แต่ละคนมีทัศนคติที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความกล้าและความมั่นใจในการแต่งตัวที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งเกิดจากการเกิดหรือมีที่มาของทัศนคติที่ไม่เหมือนกัน โดยคนที่กล้าและมีความมั่นใจที่จะแต่งตัวแม้ว่าเคยโดนล้อหรือโดนทำให้เสียความมั่นใจมาก่อน เกิดจากการได้รับการสนับสนุน และได้รับการปฏิบัติที่ดีจากคนรอบข้าง ให้การยอมรับว่าเขาเป็นคนธรรมดาทั่วไป มีสิทธิ์ที่จะแต่งตัวได้เหมือนคนที่มีรูปร่างมาตรฐาน

เสื้อผ้าพลัสไซซ์ เป็นเสื้อผ้าที่มีรูปแบบรูปทรงทั่วไป แต่มีขนาดใหญ่กว่าปกติ ซึ่งรูปแบบของเสื้อผ้าพลัสไซซ์ต้องทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกมีความมั่นใจความกล้า และมีองค์ประกอบหลากหลาย เช่น รูปแบบของเสื้อผ้า ลวดลาย สี สัน ขนาด คุณภาพ การตลาด เป็นต้น โดยมีการศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของผู้กลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปวิเคราะห์และพัฒนารูปแบบของเสื้อผ้า ลวดลายให้เกิดความแปลกใหม่ น่าสนใจ ให้ผู้ที่สวมใส่สนุกกับการแต่งกายและมีความกล้า มั่นใจมากขึ้น

2.5.2 การออกแบบเครื่องแต่งกาย

รณิดา วรจรรยวรรธ และ อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่องการออกแบบเสื้อผ้าสตรีทำงานกึ่งลำลองสำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการเจเนอเรชั่นวายด้วยแนวคิดการออกแบบเพอร์นิเจอร์จากยุคมิคเซนจูรีและแนวคิดอ็อปไซเคิล ปัจจุบันตลาดสินค้าแฟชั่นมีการแข่งขันมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดสินค้าแฟชั่นที่ส่งผลให้เกิดการผลิตสินค้าจำนวนมากและรวดเร็ว เพื่อให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการซื้อสินค้าราคาถูก และสามารถซื้อซ้ำได้ในระยะเวลาอันสั้น ปรากฏการณ์นี้นำมาซึ่งวงจรของสินค้าที่มีระยะสั้น เป็นผลจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มที่จะเลิกใช้สินค้าในระยะเวลาที่สั้นลง สถานการณ์ข้างต้นได้นำมาซึ่งแนวโน้มแฟชั่นที่ยั่งยืนที่ทรงพลังทั้งทางด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และการใช้สินค้าแฟชั่นอย่างเหมาะสมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยแนวคิดอ็อปไซเคิลเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่นักออกแบบแฟชั่นใช้เป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบเพื่อให้ตอบสนองแนวคิดแฟชั่นที่ยั่งยืน จากการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการเจเนอเรชั่นวายในประเทศไทยให้ความสนใจรูปแบบของเสื้อผ้าทำงานกึ่งลำลองที่มาจากแนวคิดแฟชั่นที่ยั่งยืน 2) แนวคิดการออกแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ แนวคิดการออกแบบเพอร์นิเจอร์จากยุคมิคเซนจูรี และ 3) ผู้วิจัยทดลองออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบจากแนวคิดอ็อปไซเคิล จำนวน 5 ชุด

อลิสสา เพกานนท์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจจำหน่ายชุดแต่งกายสตรีวัยทำงานระดับพรีเมียมร้านนาโน พลัส พลัส บาย อลิส การจัดทำแผนธุรกิจจำหน่ายชุดแต่งกายสตรีวัยทำงานระดับพรีเมียม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสตรีวัยทำงานย่านใจกลางกรุงเทพมหานครในการจัดทำแผนใช้การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์การแข่งขันและการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ผลวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกพบว่า ลูกค้าสตรีส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-80,000 บาท ความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบการตัดสินใจซื้อคือ ด้านผลิตภัณฑ์ปกป้องผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุดปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอก อธิบายได้ว่า ความไว้วางใจในการซื้อเสื้อผ้าสตรีด้านการปกป้องผู้บริโภคและระบบอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อด้านค่าใช้จ่ายและด้านจำนวนเงินที่ซื้อในทิศทางเดียวกัน ส่วน

ประสมทางการตลาดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายเสื้อผ้าด้านค่าใช้จ่าย ในทิศทางเดียวกันและส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสตรีคือด้านผลิตภัณฑ์ ราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขายเสื้อผ้าด้านจำนวนครั้งและด้านจำนวนเงินที่ซื้อในทิศทางเดียวกัน สภาพการแข่งขันสูงโดยคู่แข่งหลักที่สำคัญ ได้แก่ แบรินด์มิลินและดิชยา เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งพบว่าตำแหน่งของร้าน "Nano Pleats Please By Alis" ในตลาดคือตำแหน่งสินค้าระดับบน ซื้อได้เปรียบคู่แข่งชั้นคือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิต กลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจคือ กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการองค์กร กลยุทธ์ด้านการเงิน และกลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่างเฉพาะกลุ่ม

การออกแบบเครื่องแต่งกายต้องมีจุดประสงค์ในการออกแบบ เพื่อให้เหมาะกับการใช้งาน และเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ความต้องการ หรือปัญหาที่พบ เพื่อหาแนวคิด วิธีการในการแก้ไข และพัฒนาให้เกิดประโยชน์ และสร้างสิ่งงานแปลกใหม่ให้มีความหลากหลายมากขึ้น

2.5.3 การออกแบบลวดลาย

วัลลิกา เลหาพิบูลรัตน์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การออกแบบกระเป่าหนัง สำหรับนักศึกษาหญิงที่ได้รับแรงบันดาลใจจากแนวปะการังฝั่งอันดามัน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษา ลักษณะทางกายภาพแนวปะการังทะเลอันดามัน 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้กระเป่าของนักศึกษาหญิง 3) เพื่อออกแบบกระเป่าหนัง สำหรับผู้หญิงวัย 18-22 ปี จากแรงบันดาลใจแนวปะการังฝั่งอันดามัน การดำเนินการคือ ใช้วิธีวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา โดยศึกษารูปแบบทั่วไปของการผลิตกระเป่าหนังสำหรับนักศึกษาหญิงที่ได้รับแรงบันดาลใจจากแนวปะการังฝั่งอันดามัน เพื่อศึกษาถึงปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าหนังสำหรับนักศึกษาหญิงโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ตามแรงบันดาลใจจากแนวปะการังฝั่งอันดามัน เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้นทั้งทางด้านโครงสร้าง วัสดุ และวิธีการผลิต ผลการวิจัยการออกแบบกระเป่าหนังสำหรับนักศึกษาหญิงที่ได้รับแรงบันดาลใจจากแนวปะการังฝั่งอันดามันจะออกแบบผลงานจำนวน 4 โครงสร้างต่อ 1 คอลเลคชั่น โดยมีแรงบันดาลใจจากแนวปะการังฝั่งอันดามันที่อยู่ภายใต้แนวความคิด THE EMOTION OF THE SEA สร้างสรรค์ผลงานที่มีการผสมผสานวัสดุต่างๆ ด้วยเทคนิคหลากหลาย จนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์

วิกรม กรุงแก้ว (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีชาวไทเยื้อสายจีนของกลุ่มชาติพันธุ์บาบ๋าในจังหวัดฝั่งทะเลอันดามัน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีชาติพันธุ์บาบ๋าในจังหวัดระนอง พังงา ภูเก็ต เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร สัมภาษณ์ และสังเกต นำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธี

พรรณนาวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า ชาตินัพนธ์บาบ่า คือกลุ่มชาวไทยเชื้อสายจีนที่มีเชื้อสายผสมระหว่างเชื้อชาติจีนและเชื้อชาติไทย พื้นถิ่นหรือเชื้อชาติมลายู ปรากฏพบในรัฐปีนัง มะละกา ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์และจังหวัดฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย ได้แก่ ตรัง สตูล กระบี่ ระนอง พังงา และภูเก็ต และการวิจัยพบอีกว่า การแต่งกายของสตรีบาบ่ามี 5 รูปแบบ 1) ชุดเสื้อคอตั้งมือจีบ สวมใส่เป็นชุดลำลอง 2) ชุดครุยยาว สวมใส่ในพิธีวิวาห์ 3) ชุดครุยท่อน (ป่าวตั้งเต้) สวมใส่ในโอกาสพิเศษที่ไม่เป็นทางการ 4) ชุดย่ำหยา สวมใส่ในงานบุญประเพณี และ 5) ชุดเสื้อลูกไม้ สวมใส่สำหรับสตรีสูงวัยในทุกโอกาส ในส่วนสีเสื้อผ้าจะนิยมสีแดง ชมพูอ่อนหรือสีสันสดใสในงานมงคล และนิยมสีดำ น้ำตาลเข้ม สีขาวในงานอวมงคล นอกจากนี้สตรีชาวบาบ่ายังคงนิยมนุ่งโจงผ้าปาเต๊ะ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างตัวเสื้อแบบสตรีจีนและการนุ่งโจงผ้าปาเต๊ะแบบสตรีมลายู โดยมีลวดลายผีเสื้อ ลายดอกไม้ ลายพฤษภา ลายหงส์ ลายนกยูง ลายเลขาคณิต และนิยมเกล้าผมมวยสูง (ชุกอ์โอบย) ตลอดจนการสวมเครื่องประดับที่บ่งบอกถึงฐานะทางสังคมและความเชื่อในทุกโอกาสตามวัฒนธรรมประเพณี

การออกแบบลวดลายเป็นการบอกเล่าเรื่องราวของสิ่งที่เกิดขึ้น สิ่งที่เห็น การดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ธรรมชาติ ผ่านลายเส้นลงบนภาพวาดหรือผ้า ซึ่งลวดลายนั้นมีการพัฒนาตามยุคสมัย การเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยมีการนำลวดลายที่มีมานานมาประยุกต์และพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป โดยมีการศึกษา วิเคราะห์ แนวคิด ลักษณะ เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ความเป็นมาของสิ่งจะนำมาออกแบบ หรือการคิดสร้างสรรค์ลวดลายใหม่จากจินตนาการ ความรู้สึก ความต้องการของผู้ออกแบบให้ผู้อื่นได้รับรู้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ เป็นการศึกษาความต้องการของสตรีพลัสไซส์ที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้า โดยการศึกษาข้อมูลทฤษฎี มุมมองความคิด จิตวิทยาของสตรีพลัสไซส์ การออกแบบเสื้อผ้า แนวโน้มแฟชั่นปี 2024 และประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสอบถาม ทั้งหมด 4 ชุด

3.1.1.1 แบบสอบถามเบื้องต้น (Pilot Study) เป็นการเก็บข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรม และความต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง สตรีพลัสไซส์อายุ 25-40 ปี จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ในโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อนำผลวิเคราะห์ไปใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ต่อไป แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์

ตอนที่ 3 ความต้องการของเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3.1.1.2 แบบสอบถามความคิดเห็นการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากผู้เชี่ยวชาญ เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อทราบถึงความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเสื้อผ้าพลัสไซส์ จำนวน 3 คน เพื่อนำผลวิเคราะห์มาเป็นแนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ แล้วดำเนินการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

3.1.1.3 แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ เป็นการเก็บข้อมูลความพึงพอใจต่อการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์กลุ่มเป้าหมาย คือ สตรีพลัสไซส์ที่มีอายุ 25-40 ปี ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 50 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

ในโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อนำผลวิเคราะห์และอภิปราย แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

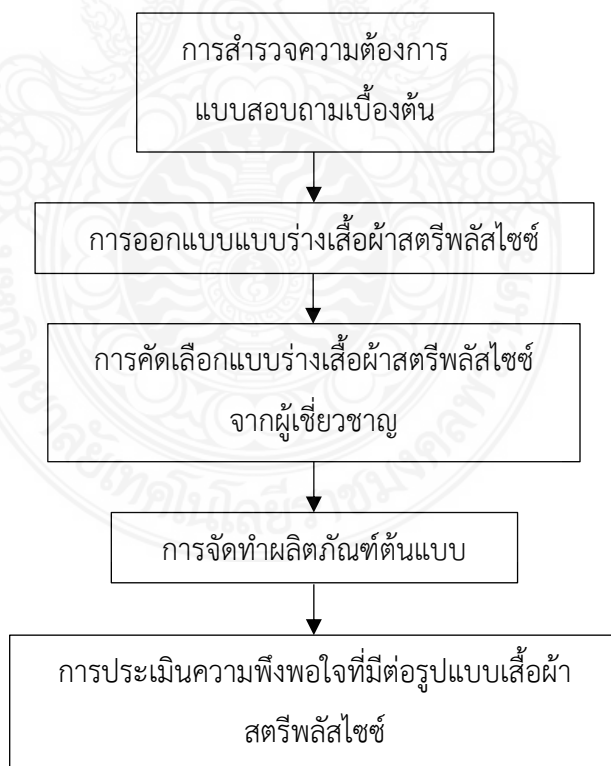
3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบ

3.1.2.1 ออกแบบแบบร่างเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์เป็นจำนวนคอลเลคชั่น 3 คอลเลคชั่น คอลเลคชั่นละ 6 ชุด

3.1.2.2 การทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ 1 คอลเลคชั่น จำนวน 6 ชุด

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูล ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสรุป วิเคราะห์ข้อมูลผลจากแบบสอบถามเบื้องต้น (Pilot Study) จึงนำมาออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ นำมาตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และนำไปสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 การสำรวจความต้องการ

แบบสอบถามเบื้องต้น (Pilot Study) การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน พฤติกรรม และความต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างสตรีพลัสไซซ์อายุ 25-40 ปี จำนวน 30 คน เพื่อนำผลวิเคราะห์ไปใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์

3.2.2 การออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์

การออกแบบแบบร่างเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ได้รับแรงบันดาลใจจาก Oceana โดยใช้แนวโน้มแฟชั่นปี 2024 ออกแบบเป็นคอลเลคชั่น จำนวน 3 คอลเลคชั่น คอลเลคชั่นละ 6 ชุด

3.2.3 การคัดเลือกแบบร่างจากผู้เชี่ยวชาญ

แบบสอบถามความคิดเห็นการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเสื้อผ้าพลัสไซซ์ จำนวน 3 คน เพื่อคัดเลือกแบบร่างจากจำนวน 3 คอลเลคชั่น เลือก 1 คอลเลคชั่น นำมาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ แล้วดำเนินการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

3.2.4 การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ทฤษฎี การออกแบบ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสำรวจกลุ่มเป้าหมาย และการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำมาสรุปวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์จำนวน 1 คอลเลคชั่น มีทั้งหมด 6 ชุด

3.2.5 การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์

แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์จากกลุ่มตัวอย่าง สตรีพลัสไซซ์ที่มีอายุ 25-40 ปี ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 คน

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ สตรีพลัสไซซ์อายุ 25-40 ปี ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 คน

3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.3.1 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยการทำแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์

3.3.3.2 การเก็บรวบรวมแบบสอบถาม แล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์แบบสอบถาม เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา โดยวิเคราะห์หาจำนวน และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ โดยวิเคราะห์หาจำนวน ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ โดยวิเคราะห์หาจำนวน ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลมีการกำหนดเกณฑ์ของระดับคะแนนความพึงพอใจ 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง พึงพอใจมาก

คะแนน 3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย

คะแนน 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจดังนี้ (บุญชม, 2543)

คะแนนเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอผลของวิจัยเรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ ในการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอข้อมูลใช้สัญลักษณ์ และอักษรย่อ ดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป Microsoft Excel

4.1.1 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเบื้องต้น (Pilot Study)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามเบื้องต้น สตรีพลัสไซส์ จำนวน 30 คน โดยแสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบของตาราง (ตารางที่ 4.1 - ตารางที่ 4.3)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
(n=30)		
1. อายุ		
25-29 ปี	23	76.67
30-35 ปี	4	13.33
36-40 ปี	3	10.00
2. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	6.67
ปริญญาตรี	26	86.67

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n=30)		
รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สูงกว่าปริญญาตรี	2	6.67
3. อาชีพ		
นักศึกษา	8	26.67
ฟรีแลนซ์	2	6.67
พนักงานบริษัท	11	36.67
ธุรกิจส่วนตัว	6	20.00
ข้าราชการ	3	10.00
4. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	7	23.33
15,001-20,000 บาท	11	36.67
20,001-25,000 บาท	4	13.33
25,001-30,000 บาท	4	13.33
35,001-40,000 บาท	2	6.67
40,001 บาทขึ้นไป	2	6.67

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 คน จำแนกได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 25-29 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 76.67 รองลงมาคือ อายุ 30-35 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และน้อยที่สุดคือ อายุ 36-40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมาคือ นักศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 และน้อยที่สุดคือ ฟรีแลนซ์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 และน้อยที่สุดคือ 35,001-40,000 บาท และ 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์

(n=30)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. การเลือกสวมใส่เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์เพื่อใช้ในโอกาสใด		
อยู่ที่บ้าน	3	10.00
ทำงาน	7	23.33
ท่องเที่ยว	18	60.00
การออกงานสังคม / งานสังสรรค์	2	6.67
2. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
รูปแบบน่าสนใจ	28	93.33
ความทันสมัย	23	76.67
ความสวยงาม	24	80.00
ความแปลกใหม่	21	70.00
การตัดเย็บที่ละเอียด ประณีต	17	56.67
ลวดลายมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	17	56.67
สี	24	80.00
วัสดุ เช่น ผ้า อะไหล่	24	80.00
ความทนทาน	22	73.33
สวมแบบพอดีตัว	13	43.33
สวมแบบหลวมๆ	24	80.00
การดูแลรักษาง่าย	23	76.67
ราคาที่เหมาะสม	27	90.00
3. รูปแบบเสื้อผ้าของการสวมใส่เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เสื้อเชิ้ต	19	63.33

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	(n=30)	
รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เสื่อยืด	26	86.67
เสื่อครอป	20	66.67
เสื่อคลุม	19	63.33
เบลเซอร์	13	43.33
สูท	13	43.33
กางเกงขาสั้น	17	56.67
กางเกงขายาว	25	83.33
กระโปรงสั้น	12	40.00
กระโปรงยาว	10	33.33
ชุดเดรส	15	50.00
ชุดจัมสูท	9	30.00
4. ลวดลายของเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์แบบใดที่เลือกสวมใส่		
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ไม่มีลวดลาย	22	73.33
ลายจุด	11	36.67
ลายแนวตั้ง	18	60.00
ลายแนวนอน	7	23.33
ลายดอกไม้	18	60.00
ลายทิวทัศน์	6	20.00
ลายสัตว์	10	33.33
ลายกราฟิก	20	66.67
ลายตัวอักษร	18	60.00
ลายภาพวาด	21	70.00
ลายการ์ตูน	20	66.67
ลายภาพศิลปิน	10	33.33
ลายไทยพื้นบ้าน	8	26.67

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซซ์ จำนวน 30 คน จำแนกได้ดังนี้

การเลือกสวมใส่เสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์เพื่อใช้ในโอกาสใด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ ทำงาน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 และน้อยที่สุดคือ การออกงานสังคม/งานสังสรรค์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67

เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรูปแบบน่าสนใจ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 93.33 รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 และน้อยที่สุดคือ สวมแบบพอดีตัว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33

รูปแบบเสื้อผ้าของการสวมใส่เสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเสื้อยืด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมาคือ กางเกงขายาว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 และน้อยที่สุดคือ ชุดจัมสูท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

ลวดลายของเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์แบบใดที่เลือกสวมใส่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือก ไม่มีลวดลาย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 73.33 รองลงมาคือ ลายภาพวาด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 และน้อยที่สุดคือ ลายทิวทัศน์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

5. ทักษะคติในการแต่งกาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทักษะคติในการแต่งกายที่หลากหลาย โดยเชื่อว่าทุกคนมีสิทธิ์สวมใส่เสื้อผ้าตามเทรนด์ โดยไม่คำนึงถึงรูปร่างและมาตรฐานความงาม การมีความมั่นใจในตนเองและไม่ต้องสนใจความคิดของคนอื่นนั้นเป็นสิ่งที่ดี ทำให้ไม่มีกำแพงหรือไม่มีกฎเกณฑ์ทางความงาม ส่งผลให้เกิดความกล้าที่จะแต่งกายตามความต้องการของตนเอง ไม่เปรียบเทียบกับผู้อื่น ในกรณีที่สรีระบางส่วนในร่างกายที่ไม่พอใจ โดยใช้วิธีการปกปิดไว้แต่ยังให้เห็นความเป็นตนเองอยู่ ดังนั้นการแต่งกายสามารถบ่งบอกถึงทัศนคติและลักษณะนิสัยของผู้สวมใส่ การแต่งตัวนั้นจะน้อยหรือมากขึ้นอยู่กับทัศนคติความสบายใจของผู้สวมใส่ การเลือกใส่ให้ถูกกาลเทศะ และเหมาะสมกับสถานการณ์นั้น

6. ทักษะคติที่มีต่อประโยคที่ว่า “ความสวยไม่จำเป็นที่ต้องมีรูปร่างผอม” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับประโยคนี้ โดยมีความเห็นว่ารูปร่างทุกแบบสามารถสวยได้ในแบบของตนเองได้ ขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล ไม่ควรนำความคิดตนเองไปตัดสินคนอื่น แต่ละคนเกิดมารูปร่างหน้าตาไม่เหมือนกัน บางคนรู้สึกชอบตนเองที่รูปร่างผอม บางคนชอบตนเองที่รูปร่างอ้วน ความสวยอยู่ในตัวของทุกคน และความมั่นใจของแต่ละคนที่ไม่เท่ากัน และสามารถแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้ 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) คนที่มีความมั่นใจจากภายในสู่ภายนอก และ 2) คนที่ไม่มีความมั่นใจในตนเอง หรือไม่คิดว่าตนเองสวย ซึ่งไม่ได้แปลว่าเขาไม่สวยแต่เขาอาจจะยังมองขาดคุณค่าของตนเองไป เสื้อผ้าจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากเหมือนการสนับสนุน หันมารู้สึกว่าเขานั้นสวยมีความมั่นใจ

เพิ่มขึ้น ทำให้กล้าที่จะแสดงความเป็นตนเองออกมา ฟังเสียงความรู้สึกของทำตามความต้องการของตนเอง เพื่อความสุขของตนเองโดยไม่ต้องคำนึงถึงความเห็นของคนอื่นจะคิดอย่างไร

ตอนที่ 3 ความต้องการของเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์

ตารางที่ 4.3 ความต้องการของเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์

(n=30)

1. รูปแบบเสื้อผ้าที่ ท่านต้องการ	ความต้องการ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ ต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปาน กลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด (ร้อยละ)			
เสื้อเชิ้ต	8 (26.67)	7 (23.33)	12 (40.00)	2 (6.67)	1 (3.33)	3.63	1.07	มาก
เสื้อยืด	16 (53.33)	9 (30.00)	3 (10.00)	1 (3.33)	1 (3.33)	4.27	1.01	มาก
เสื้อครอป	13 (43.33)	6 (20.00)	8 (26.67)	0 (0.00)	3 (10.00)	3.87	1.28	มาก
เสื้อคลุม	8 (26.67)	11 (36.67)	8 (26.67)	2 (6.67)	1 (3.33)	3.77	1.04	มาก
เบลเซอร์	5 (16.67)	5 (16.67)	15 (50.00)	1 (3.33)	4 (13.33)	3.20	1.19	ปานกลาง
สูท	6 (20.00)	4 (13.33)	4 (13.33)	11 (36.67)	5 (16.67)	2.83	1.42	ปานกลาง
กางเกงขาสั้น	10 (33.33)	7 (23.33)	5 (16.67)	7 (23.33)	1 (3.33)	3.60	1.28	มาก
กางเกงขายาว	18 (60.00)	8 (26.67)	1 (3.33)	1 (3.33)	2 (6.67)	4.30	1.15	มาก
กระโปรงสั้น	6 (20.00)	6 (20.00)	8 (26.67)	7 (23.33)	3 (10.00)	3.17	1.29	ปานกลาง
กระโปรงยาว	7 (23.33)	6 (20.00)	6 (20.00)	6 (20.00)	5 (16.67)	3.13	1.43	ปานกลาง
ชุดเดรส	9 (30.00)	6 (20.00)	6 (20.00)	5 (16.67)	4 (13.33)	3.37	1.43	ปานกลาง
ชุดจัมสูท	7 (23.33)	3 (10.00)	8 (26.67)	7 (23.33)	5 (16.67)	3.00	1.41	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

(n=30)

2. ลวดลาย ที่ต้องการ	ความต้องการ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ ต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปาน กลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด (ร้อยละ)			
1. กลุ่มลายธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ พืชพันธุ์ ทัศนียภาพ	5 (16.67)	10 (33.33)	9 (30.00)	4 (13.33)	2 (6.67)	3.37	1.13	ปานกลาง
2. กลุ่มลายเรขาคณิต เช่น ลายจุด เส้น สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงกลม	4 (13.33)	2 (6.67)	14 (46.67)	7 (23.33)	3 (10.00)	2.90	1.12	ปานกลาง
3. ลายที่มนุษย์สร้าง ขึ้น (นามธรรม) เช่น ภาพแอบสแตค ออร์ แกนิก ฮาล์ฟโทน เป็นต้น	5 (16.67)	11 (36.67)	9 (46.67)	3 (10.00)	2 (6.67)	3.47	1.11	ปานกลาง
4. ไม่มีลวดลาย	19 (63.33)	3 (10.00)	6 (20.00)	1 (3.33)	1 (3.33)	4.27	1.11	มาก

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์ จำนวน 30 คน
จำแนกได้ดังนี้

รูปแบบเสื้อผ้าที่ท่านต้องการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือก กางเกงขายาว มี
ค่าเฉลี่ย 4.30 ระดับความต้องการมาก รองลงมาคือ เสื้อยืด มีค่าเฉลี่ย 4.27 ระดับความต้องการปาน
กลาง และน้อยที่สุดคือ สูท มีค่าเฉลี่ย 2.83 ระดับความต้องการปานกลาง

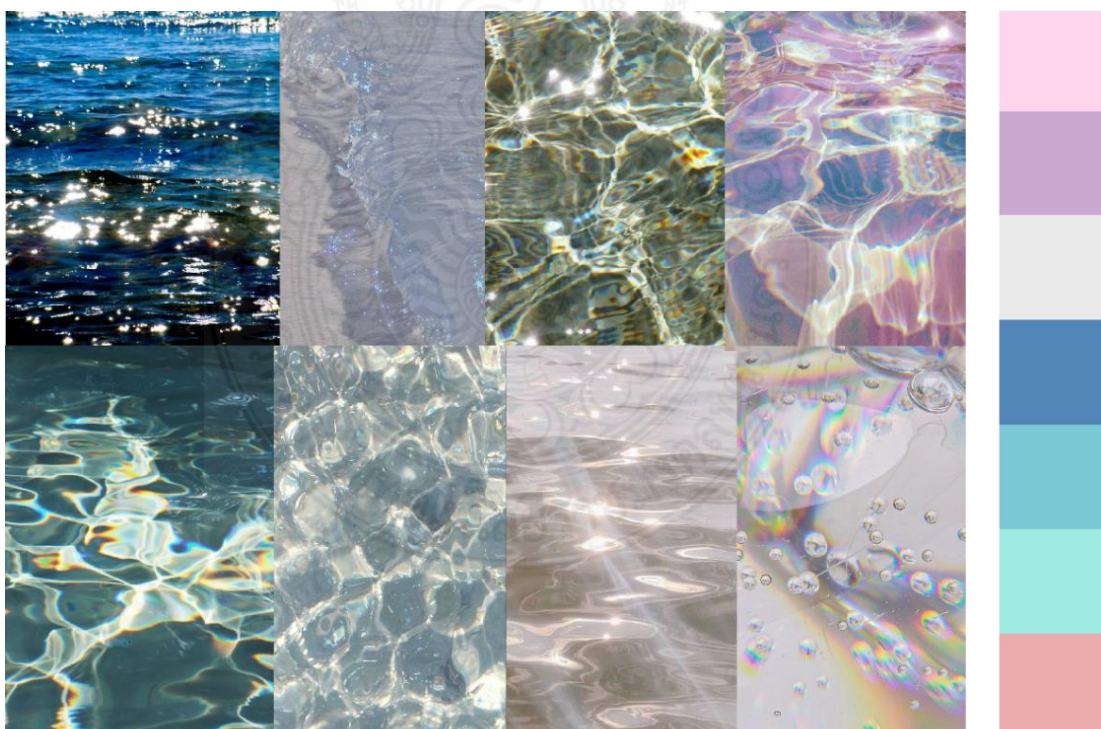
ลวดลายที่ต้องการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือก ไม่มีลวดลาย มีค่าเฉลี่ย 4.27
ระดับความต้องการมาก รองลงมาคือ ลายที่มนุษย์สร้างขึ้น (นามธรรม) มีค่าเฉลี่ย 3.47 ระดับความ
ต้องการปานกลาง และน้อยที่สุดคือ กลุ่มลายเรขาคณิต มีค่าเฉลี่ย 2.90 ระดับความต้องการปาน
กลาง

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้เสื้อผ้ามีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งการออกแบบรูปแบบของเสื้อผ้า ลวดลาย สี เทอร์นซ์ของเสื้อผ้าในแต่ละปี เนื้อผ้า โครงร่างชุดให้เหมาะสมกับรูปร่าง และการใช้งานในชีวิตประจำวัน เพื่อไม่ให้เข้าถึงยากจนเกินไป สามารถสวมใส่กับเสื้อผ้าที่มีอยู่ได้ ต้องช่วยเพิ่มความมั่นใจ และส่งเสริมบุคลิกภาพให้ผู้ที่สวมใส่เสื้อผ้ามีความสุขในการแต่งกายมากขึ้น

4.1.2 ผลการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์

4.1.2.1 การออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์แบ่งเป็นคอลเลคชั่น จำนวน 3 คอลเลคชั่น คอลเลคชั่นละ 6 ชุด ประกอบด้วย เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต เสื้อคลุม เสื้อครอป กางเกงขาสั้น และกางเกงขายาว การออกแบบเสื้อผ้าได้รับแรงบันดาลใจจาก Oceana เรื่องราวการออกแบบของ Spring Summer 2024 คือ ทะเลในฤดูร้อนที่มีการสะท้อนของเงาและเฉดสีของน้ำทะเล ที่มีสีสันเป็นสีรุ้งระยิบระยับเมื่อโดยแสงส่อง แสดงถึงความลึกกลับของมหาสมุทร และความงดงามที่ไม่สามารถสัมผัสได้มาออกแบบให้เข้ากับความสวยงามของสตรีทุกคนไม่ว่าจะรูปร่างแบบไหน ก็มีความงดงามที่ไม่สามารถประเมินได้



ภาพที่ 4.1 ฉีวน้ำทะเลที่มีแสงสะท้อน



ภาพที่ 4.2 Lifestyle

4.1.2.2 การเลือกกำหนดขนาดจากการศึกษาข้อมูลขนาดสัดส่วนเทียบไซซ์ของแต่ละแบรนด์ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าเฉลี่ยจากตัวอย่างตารางเทียบไซซ์ เพื่อใช้ในการกำหนดขนาดสัดส่วนในการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์

ตารางที่ 4.4 กำหนดค่าเฉลี่ยไซซ์

ไซซ์	รอบอก (นิ้ว)	รอบเอว (นิ้ว)	รอบสะโพก (นิ้ว)
S	48	38	52
M	50	40	56
L	52	42	60
XL	54	44	64

4.1.2.3 การออกแบบแบบร่างเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์

1) แบบร่างเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์คอลเลคชันที่ 1

แบบที่ 1 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง A line ตัวเสื้อเป็นแบบครอบคอกว้างด้านหลังเป็นผูกสายสามารถปรับขนาดได้ แขนเสื้อตกแต่งด้วยการแบ่งเป็น 2 ชั้น โดยผ้าโปร่งสีน้ำเงินที่เล่นแสงสะท้อนเพื่อเพิ่มความพลิ้วไหว กางเกงขาสั้นตกแต่งด้วยการตัดต่อผ้าสีขาวที่ชายกางเกงและแทรกด้วยการเย็บระบายโดยใช้ผ้าโปร่งตามเส้นตัดต่อของกางเกง

แบบที่ 2 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Straight line ตัวเสื้อเป็นแบบครอบคอกว้างตกแต่งโดยใช้ผ้าโปร่งตัดเป็นระบายวงกลมเรียงเป็นเส้นไล่ระดับความยาวตามลักษณะของคลื่นน้ำทะเล แขนสั้นตกแต่งด้วยการแทรกผ้าโปร่งเรียงเป็นชั้นบริเวณไหล่ กางเกงขายาวทรงตรงผ่าด้านข้างและตกแต่งด้วยกระดุมมุกสีขาว

แบบที่ 3 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Sheath line ตัวเสื้อเป็นครอบเกาะอกด้านหลังเป็นการร้อยเชือกเพื่อให้สามารถปรับขนาดตามสรีระได้และตกแต่งด้วยผ้าโปร่งสีฟ้าและสีฟ้าอ่อนตามระดับความเข้มของสีน้ำทะเล โดยตัดผ้าเป็นระบายวงกลมวางสลับตำแหน่งตามความสั้นความยาวของ กางเกงขายาวเป็นทรงตรง

แบบที่ 4 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง 8 line ตัวเสื้อครอบคอกว้างด้านหน้าตกแต่งด้วยกระดุมและแทรกระบายบริเวณข้างรังคัมและปกเสื้อโดยใช้ผ้าโปร่งด้านหลังเป็นการผ่าและสามารถผูกสายเพื่อปรับขนาด กางเกงขายาวทรงขาปานผ่ากลางด้านหน้าตกแต่งด้วยการแทรกระบายตั้งแต่เอวจนถึงปลายกางเกง ผ้าโปร่งที่ใช้เลือกสีน้ำเงินที่ตัดกันกับสีขาว สามารถช่วยนำสายตาไปที่การแทรกระบาย

แบบที่ 5 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง 8 line เป็นเสื้อครอบด้านหน้าตกแต่งด้วยกระดุมมุก ด้านหลังใช้การเย็บสม็อค ตกแต่งด้วยตัดต่อโดยใช้ผ้าโปร่งตัดเป็นระบายวงกลมวางตำแหน่งรอบใต้อกและเรียงเส้นเป็นไล่ระดับความยาวของเส้น แขนพองขอบเป็นยางยืดบริเวณไหล่และข้อศอก เลือกใช้สีรุ้งที่มีจากการสะท้อนแสงของน้ำทะเล กางเกงขาสั้นด้านในสีขาวตกแต่งด้วยการใช้ผ้าโปร่งคลุมด้านนอกเป็นกางเกงขายาว

แบบที่ 6 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Ample line ตัวเสื้อเป็นเกาะอกผูกสายด้านหลัง และมีสายเกาะอกที่สามารถถอดออกได้ ปกอกแขนใช้ผ้าโปร่งสีขาวเย็บยางยืดหัวแขนและปลายแขน กางเกงด้านในเป็นขาสั้นสีขาว กางเกงด้านนอกใช้ผ้าโปร่งเป็นสีรุ้งเปรียบเหมือนผิวน้ำที่สะท้อนกับแสงอาทิตย์ ด้านหลังเป็นยางยืดและสามารถผูกเป็นโบได้



ภาพที่ 4.3 คอลเลคชั่นที่ 1

2) แบบร่างเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์คอลเลคชั่นที่ 2

แบบที่ 1 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Spindle line ตัวเสื้อเกาะอกด้านหน้ายาวมีปกตกแต่งด้วยกระดุมมุก และระบายบริเวณไหล่และชายเสื้อ แขนพองติดกับตัวเสื้อบริเวณใต้แขนขอบเป็นยางยืดบริเวณวงแขนและข้อมือ กางเกงขาสั้นตกแต่งด้วยการทำชั้นระบายที่เรียงระดับสีเข้มไปสีอ่อน

แบบที่ 2 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Spindle line ตัวเสื้อเป็นคอกว้างทรงค้ำควาปลายแขนเสื้อมีสายผูก ด้านหลังเป็นแบบร้อยเชือก กางเกงขาสั้นใช้ผ้าเกรนเฉลียงให้เกิดความพลิ้วไหว และเลือกใช้สีสีรุ้งเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

แบบที่ 3 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง 8 line เป็นเสื้อเกาะอก ตกแต่งด้วยการจับจีบผ้าบริเวณไหล่ และจับจีบผ้าบริเวณด้านหน้าจนถึงด้านหลังเป็นลายคลื่นน้ำทะเล กางเกงขาสั้นด้านในตกแต่งด้วยผ้าโปรงยาวด้านนอก และทำระบายวงกลมเรียงด้านหน้าและด้านหลังของกางเกง

แบบที่ 4 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Straight line ตัวเสื้อเป็นแบบครอบคอกว้างตกแต่งด้วยกันไ้ระดับสีและรูปแบบของเสื้อเพื่อให้เกิดมิติเหมือนกันไล่สีของน้ำทะเล แขนสั้นใช้เกรนเฉลียงและใช้สีแขนเสื้อตามการวางตำแหน่งของสีตัวเสื้อ กางเกงผ่าด้านข้าง โดยไล่ระดับความยาว และเลือกใช้สีการไล่สีที่เรียงมาจากตัวเสื้อจนถึงกางเกง

แบบที่ 5 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Sack line ตัวเสื้อเป็นเสื้อครอบคอกว้างตกแต่งด้วยผ้าโปรงทำเป็นระบายบริเวณปกจากด้านหน้าจนถึงด้านหลัง และระบายบริเวณชายเสื้อ ด้านหลังเป็นสายผูก แขนเสื้อแบ่งเป็น 2 ชั้น เลือกใช้ผ้าโปรงแขนสั้นเป็นระบาย และแขนยาวแทรกระบายเป็นเส้นตามความยาวของแขนเสื้อ และผูกสายบริเวณข้อมือ กางเกงขายาวผ่าด้านข้างตกแต่งด้วยการร้อยผ้าระบายตามช่องด้านข้างของกางเกง โดยใช้เส้นระบายเป็นเหมือนเกลียวคลื่นที่อยู่ระหว่างแสงอาทิตย์ยามเย็น

แบบที่ 6 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง 8 line ตัวเสื้อเป็นแบบครอบคอวีด้านหน้าตกแต่งด้วยกระดุมมุก และแทรกผ้าระบาย 2 ชั้น ไ้ระดับของสีและขนาดบริเวณเส้นตัดต่อ กางเกงขายาวตกแต่งด้วยสายผูกด้านข้างสามารถปรับขนาดได้ และผ้าพลีทด้านข้างเลือกใช้การไล่สีของน้ำทะเลในแต่ละช่วงเวลาจากสีชมพูไล่ไปจนถึงสีน้ำเงิน



ภาพที่ 4.4 คอลเลคชั่นที่ 2



3) แบบร่างเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์คอลเลคชั่นที่ 3

แบบที่ 1 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Spindle line ตัวเป็นเสื้อคอกว้างตกแต่งด้วยผูกสายด้านหน้าแทรกผ้าโปร่งไล่สีเย็บระบายตามเส้นตัดต่อทั้งด้านหน้าและด้านหลัง แขนยาวถึงข้อศอกตกแต่งด้วยการแทรกผ้าโปร่งไล่สีเย็บระบาย กางเกงขาสั้นเลือกใช้ผ้าที่ไล่สีและใช้ผ้าเกรนเฉยๆเพื่อให้เกิดความพลิ้วไหว และตกแต่งด้วยการแทรกผ้าระบายรอบตัวกางเกง

แบบที่ 2 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Straight line ตัวเสื้อเป็นแบบครอบคอกว้างตกแต่งโดยใช้ผ้าโปร่งตัดเป็นระบายวงกลมเรียงเป็นเส้นไล่สีและระดับความยาวตามลักษณะของคลื่นน้ำทะเล แขนสั้น กางเกงขายาวทรงตรงผ่าด้านข้างและตกแต่งด้วยกระดุมมุกสีขาว

แบบที่ 3 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Sack line ตัวเสื้อเป็นแบบครอบคอกว้างมีเกล็ดเพื่อเก็บช่วงอก ผ่าด้านหลังและมีเส้นมุกร้อยอยู่บริเวณคอเสื้อ ผูกโบด้านหลังบริเวณชายเสื้อด้านล่าง แขนสั้นตกแต่งด้วยผ้าโปร่งยาวไล่สีจากสีของแขนเสื้อต่อออกมา กางเกงขายาวทรงตรงตกแต่งด้วยระบายขอบเอวด้านข้าง

แบบที่ 4 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง 8 line ตัวเสื้อเป็นแบบครอบคอวีตกแต่งด้วยปกเชิ้ต ด้านหลังมีการผ่าและผูกโบ กางเกงขายาวตกแต่งด้วยร้อยสายด้านข้างสามารถปรับขนาดได้ และใช้ผ้าพลีทด้านข้างเพื่อให้เกิดความพลิ้วไหวขณะเคลื่อนไหว

แบบที่ 5 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Ample line เป็นเสื้อครอบคอวีตกแต่งด้วยระบายรอบคอเสื้อด้านมาจนถึงด้านหลัง ด้านหลังเป็นแบบผูกสาย แขนยาวตกแต่งด้วยการผ่าด้านหน้าแขนเปิดให้เห็นผิวเล็กน้อยและผูกสายบริเวณข้อมือ กางเกงขายาวตกแต่งด้วยการตัดต่อผ้าพลีทบริเวณต้นขา ด้วยการเลือกใช้สีจากการไล่ระดับของน้ำทะเล เริ่มที่สีฟ้าอ่อนไล่ไปจนถึงสีน้ำเงินและสีขาวตัดกับสีของตัวเสื้อ

แบบที่ 6 รูปแบบโครงสร้างโดยรวมชุดเป็นทรง Ample line ตัวเสื้อเป็นคอวีตกแต่งด้วยกระดุมมุกและระบายรอบคอเสื้อ และตัวเสื้อมีการแบ่งเป็น 2 ส่วน โดยส่วนที่ใช้ผ้าที่มีการไล่สีรุ่งเป็นด้านนอกครึ่งตัวตกแต่งด้วยระบายบริเวณชายเสื้อ และส่วนที่ใช้ผ้าโปร่งสีขาวยาวเต็มตัว แขนเสื้อเป็นแบบยาวตกแต่งบริเวณข้อมือด้วยระบาย 2 ชั้น และใช้สีเดียวกันกับตัวเสื้อ กางเกงผ่าด้านข้างโดยไล่ระดับตามความยาวเลือกใช้สีการไล่สีรุ่งสีเดียวกันกับตัวเสื้อ



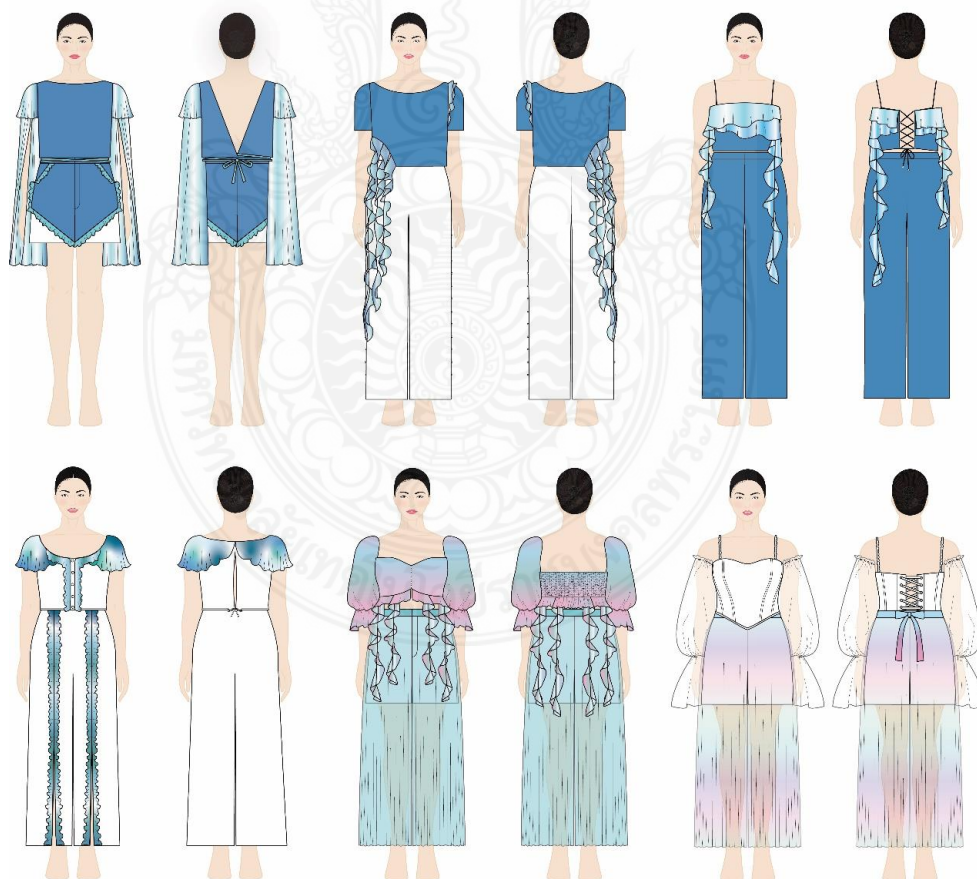
ภาพที่ 4.5 คอลเลคชั่นที่ 3

4.1.2.4 การคัดเลือกคอลเลคชั่นเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามเบื้องต้น (Pilot Study) และแนวโน้มการออกแบบ โดยคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ มีจำนวน 3 คอลเลคชั่น เลือก 1 คอลเลคชั่น จะนำไปการตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 1 คอลเลคชั่น

ตารางที่ 4.5 ผลการคัดเลือกคอลเลกชันเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากผู้เชี่ยวชาญ

คอลเลกชัน	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
คอลเลกชันที่ 1	✓	✓	✓	3
คอลเลกชันที่ 2	-	-	-	0
คอลเลกชันที่ 3	-	-	-	0

จากตารางที่ 4.5 ผลการคัดเลือกคอลเลกชันเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากผู้เชี่ยวชาญ พบว่าผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน เลือกคอลเลกชันที่ 1 โดยมีเหตุผลว่า แบบชุดตรงกับแนวคิดในการออกแบบและวัตถุประสงค์มากที่สุด มีการเรียงเฉดสีได้อย่างเหมาะสม แพทเทิร์น การจัดวางของชนิดผ้า บางชุดสามารถจับคู่หรือสลับคู่ในการสวมใส่ได้



ภาพที่ 4.6 คอลเลกชันที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ

4.1.2.5 การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ผู้วิจัยจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 1 คอลเลคชั่น มี 6 ชุด

1) ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 1



ภาพที่ 4.7 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 1

2) ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 2



ภาพที่ 4.8 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 2

3) ผลิตรัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 3



ภาพที่ 4.9 ผลิตรัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 3

4) ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 4



ภาพที่ 4.10 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 4

5) ผลิตรัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 5



ภาพที่ 4.11 ผลิตรัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 5

6) ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 6



ภาพที่ 4.12 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชุดแบบที่ 6

4.1.3 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ จำนวน 50 คน โดยแสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบของตาราง (ตารางที่ 4.5 - ตารางที่ 4.13)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากสตรีพลัสไซส์

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากสตรีพลัสไซส์

(n=50)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
25-29 ปี	41	82.00
30-35 ปี	5	10.00
36-40 ปี	4	8.00
2. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0	0.00
ปริญญาตรี	45	90.00
สูงกว่าปริญญาตรี	5	10.00
3. อาชีพ		
นักศึกษา	7	14.00
ฟรีแลนซ์	7	14.00
พนักงานบริษัท	22	44.00
ธุรกิจส่วนตัว	11	22.00
ข้าราชการ	3	6.00
อื่นๆ	7	14.00
4. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	12	24.00
15,001-20,000 บาท	17	34.00
20,001-25,000 บาท	12	24.00
25,001-30,000 บาท	8	16.00
30,001-35,000 บาท	0	0.00
35,001-40,000 บาท	0	0.00
40,001 บาทขึ้นไป	1	2.00

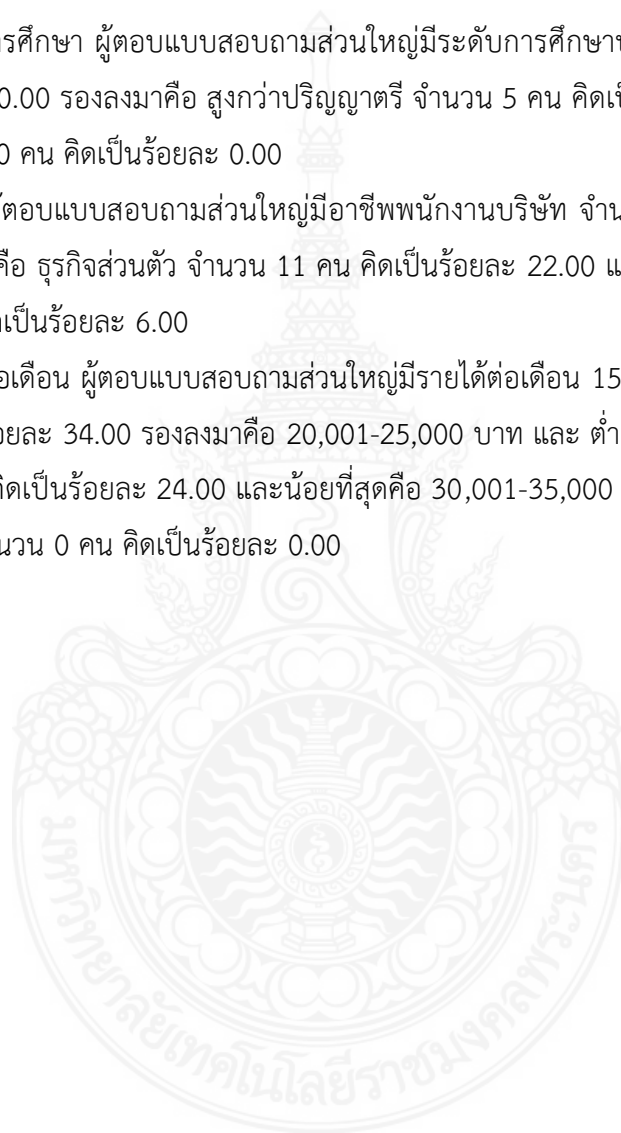
จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากสตรีพลัสไซส์ จำนวน 50 คน จำแนกได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25-29 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมาคือ อายุ 30-35 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และน้อยที่สุดคือ อายุ 36-40 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และน้อยที่สุดคือ จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และน้อยที่สุดคือ ข้าราชการ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ 20,001-25,000 บาท และ ต่ำกว่า 15,000 บาท เท่ากันที่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และน้อยที่สุดคือ 30,001-35,000 บาท และ 35,001-40,000 บาท เท่ากันที่จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00



ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์

ตารางที่ 4.7 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์

(n=50)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ท่านเลือกสวมใส่เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์เพื่อใช้ในโอกาสใด		
อยู่ที่บ้าน	5	10.00
ทำงาน	12	24.00
ท่องเที่ยว	26	52.00
การออกงานสังคม / งานสังสรรค์	7	14.00
2. ราคาของเสื้อผ้าที่ท่านเลือกซื้อ		
ต่ำกว่า 500 บาท/ตัว	23	46.00
501-1,000 บาท/ตัว	20	40.00
1,001-1,500 บาท/ตัว	5	10.00
1,501-2,000 บาท/ตัว	0	0.00
2,001-2,500 บาท/ตัว	2	4.00
2,501-3,000 บาท/ตัว	0	0.00
สูงกว่า 3,001 บาท/ตัว	0	0.00
3. รูปแบบของเสื้อผ้าของท่านเป็นแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
รูปแบบ รูปทรง	50	100.00
ความทันสมัย	45	90.00
ความสวยงาม	49	98.00
ความแปลกใหม่	43	86.00
การตัดเย็บที่ละเอียด ประณีต	41	82.00
ลวดลายมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	48	96.00
สี	42	84.00
วัสดุ เช่น ผ้า อะไหล่	37	74.00
สวมแบบพอดีตัว	47	94.00
สวมแบบหลวม	44	88.00
ความทนทาน	44	88.00
การดูแลรักษาง่าย	47	94.00
ราคาที่เหมาะสม	48	96.00

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์ จำนวน 50 คน จำแนกได้ดังนี้

ท่านเลือกสวมใส่เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์เพื่อใช้ในโอกาสใด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ ท่องเที่ยว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ ทำงาน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และน้อยที่สุดคือ อยู่ที่บ้าน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ราคาของเสื้อผ้าที่ท่านเลือกซื้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ ต่ำกว่า 500 บาท/ตัว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท/ตัว จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และน้อยที่สุดคือ 1,501-2,000 บาท/ตัว 2,501-3,000 บาท/ตัว และสูงกว่า 3,001 บาท/ตัว เท่ากันที่จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

รูปแบบของเสื้อผ้าของท่านเป็นแบบใด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ รูปแบบรูปทรง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ ความสวยงาม จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 98.00 และน้อยที่สุดคือ วัสดุ เช่น ผ้า อะไหล่ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00

4. ทักษะคติในการแต่งกาย พบว่า สามารถแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้เป็น 2 กลุ่ม 1) ผู้ที่ต้องการให้เสื้อผ้าช่วยเสริมความมั่นใจโดยการพร่างรูปร่าง 2) ผู้ที่มีความมั่นใจในรูปร่างและการแต่งกายของตนเอง ถึงแม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม อาจมีรูปแบบหรือหลักการในการแต่งกายที่แตกต่างกัน แต่มีจุดประสงค์ที่เหมือนกันเพื่อต้องการให้ตนเองดูดี สวยงามในรูปแบบของตนเอง โดยขึ้นอยู่กับมุมมอง แนวความคิด ความชอบ ความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งการแต่งกายสามารถช่วยส่งเสริมความกล้า ความมั่นใจให้ผู้สวมใส่ โดยไม่จำเป็นจะต้องมีกฎเกณฑ์มากำหนดว่าควรเลือกสวมใส่เสื้อผ้าแบบใด แต่เลือกในสิ่งที่ตนเองชอบ ต้องการ และดูดีในรูปแบบของตนเอง โดยที่ไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน

5. ทักษะคติที่มีต่อประโยคที่ว่า “ความสวยไม่จำเป็นที่ต้องมีรูปร่างผอม” พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับประโยคนี้นี้มีความเห็นตรงกันว่า ความสวยสามารถสร้างได้จากความมั่นใจ ความกล้าในตนเอง สร้างความเป็นเอกลักษณ์บุคลิกลักษณะของตนเอง และให้ความสำคัญในความคิดความรู้สึกของตนเอง ถึงแม้รูปร่างผอมจะเป็นมาตรฐานความสวยงามของคนส่วนใหญ่ แต่ความสวยงามก็เป็นค่านิยมที่ขึ้นอยู่กับมุมมอง ความคิด ความพึงพอใจของแต่ละบุคคล จึงไม่สามารถนำความคิดของบุคคลใดบุคคลหนึ่งมากำหนดเกณฑ์ความสวยงามได้ และไม่ว่ารูปร่างแบบไหนก็ต้องการให้ตนเองดูดี ดูสวย ในรูปแบบที่เหมาะสมกับตนเอง

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์

ตารางที่ 4.8 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 1

(n=50)

ชุดแบบที่ 1	ความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์						4.29	0.81	มาก
1. ความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่	26 (52.00)	20 (40.00)	3 (6.00)	1 (2.00)	-	4.42	0.70	มาก
2. รูปแบบเสื้อผ้ามี ความน่าสนใจ	20 (40.00)	19 (38.00)	8 (16.00)	3 (6.00)	-	4.12	0.90	มาก
3. ความทันสมัย	23 (46.00)	18 (36.00)	7 (14.00)	2 (4.00)	-	4.24	0.85	มาก
4. ความสวยงาม	23 (46.00)	18 (36.00)	6 (12.00)	3 (6.00)	-	4.22	0.89	มาก
5. สี	20 (40.00)	21 (42.00)	9 (18.00)	-	-	4.22	0.74	มาก
6. ความละเอียดประณีต ในการตัดเย็บ	28 (56.00)	21 (42.00)	1 (2.00)	-	-	4.54	0.54	มากที่สุด
7. องค์ประกอบรวม ของชุด	28 (56.00)	9 (18.00)	11 (22.00)	2 (4.00)	-	4.26	0.94	มาก
ประโยชน์ใช้สอย						4.04	1.02	มาก
1. ความเหมาะสม	22 (44.00)	20 (40.00)	6 (12.00)	2 (4.00)	-	4.24	0.82	มาก
2. สามารถสวมใส่ได้ จริง	22 (44.00)	10 (20.00)	12 (24.00)	6 (12.00)	-	3.96	1.09	มาก
3. ความสะดวกสบาย ในการใช้งาน	21 (42.00)	12 (24.00)	12 (24.00)	5 (10.00)	-	3.98	1.04	มาก
4. ใช้งานได้หลากหลาย โอกาส	21 (42.00)	12 (24.00)	9 (18.00)	5 (10.00)	3 (6.00)	3.86	1.25	มาก
5. ความน่าสนใจใน การผลิตออกจำหน่าย	19 (38.00)	22 (44.00)	6 (12.00)	3 (6.00)	-	4.14	0.86	มาก
รวม						4.18	0.91	มาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 1 จำนวน 50 คน จำแนกได้ดังนี้

รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ ความละเอียดประณีตในการตัดเย็บ มีค่าเฉลี่ย 4.54 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย 4.42 ระดับความพึงพอใจมาก และองค์ประกอบรวมของชุด มีค่าเฉลี่ย 4.26 ระดับความพึงพอใจมาก

ประโยชน์ใช้สอย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ ความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.24 ระดับความพึงพอใจมาก รองลงมาคือ ความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.14 ระดับความพึงพอใจมาก และความสะดวกสบายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.98 ระดับความพึงพอใจมาก



ตารางที่ 4.9 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 2

(n=50)

ชุดแบบที่ 2	ความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์						4.28	1.01	มาก
1. ความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่	30 (60.00)	10 (20.00)	9 (18.00)	-	1 (2.00)	4.36	0.92	มาก
2. รูปแบบเสื้อผ้ามี ความน่าสนใจ	25 (50.00)	16 (32.00)	6 (12.00)	2 (4.00)	1 (2.00)	4.24	0.96	มาก
3. ความทันสมัย	22 (44.00)	17 (34.00)	9 (18.00)	2 (4.00)	-	4.18	0.87	มาก
4. ความสวยงาม	28 (56.00)	12 (24.00)	9 (18.00)	1 (2.00)	-	4.34	0.85	มาก
5. สี	21 (42.00)	14 (28.00)	13 (26.00)	2 (4.00)	-	4.08	0.92	มาก
6. ความละเอียดประณีต ในการตัดเย็บ	26 (52.00)	17 (34.00)	7 (14.00)	-	-	4.38	0.73	มาก
7. องค์กรประกอบรวม ของชุด	28 (56.00)	12 (24.00)	10 (20.00)	-	-	4.36	0.80	มาก
ประโยชน์ใช้สอย						4.32	0.87	มาก
1. ความเหมาะสม	27 (54.00)	11 (22.00)	12 (24.00)	-	-	4.30	0.84	มาก
2. สามารถสวมใส่ได้ จริง	29 (58.00)	11 (22.00)	9 (18.00)	1 (2.00)	-	4.36	0.85	มาก
3. ความสะดวกสบาย ในการใช้งาน	27 (54.00)	13 (26.00)	8 (16.00)	2 (4.00)	-	4.30	0.89	มาก
4. ใช้งานได้หลากหลาย โอกาส	31 (62.00)	6 (12.00)	2 (4.00)	1 (2.00)	-	4.34	0.92	มาก
5. ความน่าสนใจใน การผลิตออกจำหน่าย	29 (58.00)	8 (16.00)	13 (26.00)	-	-	4.32	0.87	มาก
รวม						4.30	0.87	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 2 จำนวน 50 คน จำแนกได้ดังนี้

รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ ความละเอียดประณีตในการตัดเย็บ มีค่าเฉลี่ย 4.38 ระดับความพึงพอใจมาก รองลงมาคือ ความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ และองค์ประกอบรวมของชุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.36 ระดับความพึงพอใจมาก และรูปแบบเสื้อผ้ามีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.24 ระดับความพึงพอใจมาก

ประโยชน์ใช้สอย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ สามารถสวมใส่ได้จริง มีค่าเฉลี่ย 4.36 ระดับความพึงพอใจมาก รองลงมาคือ ใช้งานได้หลากหลายโอกาส มีค่าเฉลี่ย 4.34 ระดับความพึงพอใจมาก และความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.32 ระดับความพึงพอใจมาก



ตารางที่ 4.10 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 3

(n=50)

ชุดแบบที่ 3	ความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์						4.62	0.59	มากที่สุด
1. ความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่	33 (66.00)	12 (24.00)	5 (10.00)	-	-	4.56	0.67	มากที่สุด
2. รูปแบบเสื้อผ้ามี ความน่าสนใจ	38 (76.00)	12 (24.00)	-	-	-	4.76	0.43	มากที่สุด
3. ความทันสมัย	34 (68.00)	13 (26.00)	3 (6.00)	-	-	4.62	0.60	มากที่สุด
4. ความสวยงาม	31 (62.00)	19 (38.00)	-	-	-	4.62	0.49	มากที่สุด
5. สี	30 (60.00)	14 (28.00)	6 (12.00)	-	-	4.48	0.71	มาก
6. ความละเอียดประณีต ในการตัดเย็บ	37 (74.00)	10 (20.00)	3 (6.00)	-	-	4.68	0.59	มากที่สุด
7. องค์กรประกอบรวม ของชุด	32 (64.00)	16 (32.00)	2 (4.00)	-	-	4.60	0.57	มากที่สุด
ประโยชน์ใช้สอย						4.58	0.62	มากที่สุด
1. ความเหมาะสม	34 (68.00)	14 (28.00)	2 (4.00)	-	-	4.64	0.56	มากที่สุด
2. สามารถสวมใส่ได้ จริง	32 (64.00)	17 (34.00)	1 (2.00)	-	-	4.62	0.53	มากที่สุด
3. ความสะดวกสบาย ในการใช้งาน	29 (58.00)	13 (26.00)	8 (16.00)	-	-	4.42	0.76	มาก
4. ใช้งานได้หลากหลาย โอกาส	31 (62.00)	12 (24.00)	7 (14.00)	-	-	4.48	0.74	มาก
5. ความน่าสนใจใน การผลิตออกจำหน่าย	37 (74.00)	13 (26.00)	-	-	-	4.74	0.44	มากที่สุด
รวม						4.60	0.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ชุดแบบที่ 3 จำนวน 50 คน จำแนกได้ดังนี้

รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ พบว่า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ รูปแบบเสื้อผ้ามีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.76 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ความละเอียดประณีตในการตัดเย็บ มีค่าเฉลี่ย 4.68 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และน้อยที่สุดคือ สี มีค่าเฉลี่ย 4.62 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ประโยชน์ใช้สอย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ ความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.74 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.64 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และสามารถสวมใส่ได้จริง มีค่าเฉลี่ย 4.62 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด



ตารางที่ 4.11 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 4

(n=50)

ชุดแบบที่ 4	ความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์						4.55	0.67	มากที่สุด
1. ความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่	35 (70.00)	12 (24.00)	3 (6.00)	-	-	4.64	0.60	มากที่สุด
2. รูปแบบเสื้อผ้ามี ความน่าสนใจ	34 (68.00)	13 (26.00)	2 (4.00)	1 (2.00)	-	4.60	0.67	มากที่สุด
3. ความทันสมัย	30 (60.00)	17 (34.00)	2 (4.00)	1 (3.33)	-	4.53	0.68	มากที่สุด
4. ความสวยงาม	31 (62.00)	14 (28.00)	5 (10.00)	-	-	4.52	0.68	มากที่สุด
5. สี	25 (50.00)	18 (36.00)	6 (12.00)	1 (2.00)	-	4.34	0.77	มาก
6. ความละเอียดประณีต ในการตัดเย็บ	36 (72.00)	11 (22.00)	3 (6.00)	-	-	4.66	0.59	มากที่สุด
7. องค์กรประกอบรวม ของชุด	33 (66.00)	12 (24.00)	5 (10.00)	-	-	4.56	0.67	มากที่สุด
ประโยชน์ใช้สอย						4.52	0.70	มากที่สุด
1. ความเหมาะสม	28 (56.00)	17 (34.00)	5 (10.00)	-	-	4.46	0.68	มากที่สุด
2. สามารถสวมใส่ได้ จริง	32 (64.00)	12 (24.00)	5 (10.00)	1 (2.00)	-	4.50	0.76	มาก
3. ความสะดวกสบาย ในการใช้งาน	32 (64.00)	14 (28.00)	3 (6.00)	1 (2.00)	-	4.54	0.71	มากที่สุด
4. ใช้งานได้หลากหลาย โอกาส	32 (64.00)	12 (24.00)	5 (10.00)	1 (2.00)	-	4.50	0.76	มาก
5. ความน่าสนใจใน การผลิตออกจำหน่าย	30 (60.00)	18 (36.00)	1 (2.00)	1 (2.00)	-	4.54	0.65	มากที่สุด
รวม						4.53	0.69	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 4 จำนวน 50 คน จำแนกได้ดังนี้

รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ ความละเอียดประณีตในการตัดเย็บ มีค่าเฉลี่ย 4.66 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย 4.64 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และรูปแบบเสื้อผ้ามีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.60 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ประโยชน์ใช้สอย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ ความสะดวกสบายในการใช้งาน และความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย เท่ากันที่ 4.54 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถสวมใส่ได้จริง และใช้งานได้หลากหลายโอกาส มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.50 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.46 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด



ตารางที่ 4.12 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 5

(n=50)

ชุดแบบที่ 5	ความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์						4.69	0.66	มากที่สุด
1. ความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่	40 (80.00)	8 (16.00)	2 (4.00)	-	-	4.76	0.52	มากที่สุด
2. รูปแบบเสื้อผ้ามี ความน่าสนใจ	39 (78.00)	7 (14.00)	2 (4.00)	2 (4.00)	-	4.66	0.75	มากที่สุด
3. ความทันสมัย	38 (76.00)	8 (16.00)	3 (6.00)	1 (2.00)	-	4.66	0.69	มากที่สุด
4. ความสวยงาม	41 (82.00)	5 (10.00)	1 (2.00)	3 (6.00)	-	4.68	0.79	มากที่สุด
5. สี	44 (88.00)	4 (8.00)	2 (4.00)	-	-	4.84	0.47	มากที่สุด
6. ความละเอียดประณีต ในการตัดเย็บ	34 (68.00)	13 (26.00)	3 (6.00)	-	-	4.62	0.60	มากที่สุด
7. องค์กรประกอบรวม ของชุด	35 (70.00)	11 (22.00)	2 (4.00)	2 (4.00)	-	4.58	0.76	มากที่สุด
ประโยชน์ใช้สอย						4.48	0.85	มาก
1. ความเหมาะสม	36 (72.00)	9 (18.00)	3 (6.00)	2 (4.00)	-	4.58	0.78	มากที่สุด
2. สามารถสวมใส่ได้ จริง	33 (66.00)	11 (22.00)	3 (6.00)	3 (6.00)	-	4.48	0.86	มาก
3. ความสะดวกสบาย ในการใช้งาน	30 (60.00)	9 (18.00)	8 (16.00)	3 (6.00)	-	4.32	0.96	มาก
4. ใช้งานได้หลากหลาย โอกาส	30 (60.00)	15 (30.00)	2 (4.00)	3 (6.00)	-	4.44	0.84	มาก
5. ความน่าสนใจใน การผลิตออกจำหน่าย	37 (74.00)	9 (18.00)	1 (2.00)	3 (6.00)	-	4.60	0.81	มากที่สุด
รวม						4.60	0.75	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 5 จำนวน 50 คน จำแนกได้ดังนี้

รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ พบว่า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ สี มีค่าเฉลี่ย 4.84 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ย 4.76 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.68 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ประโยชน์ใช้สอย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ ความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.60 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.58 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และสามารถสวมใส่ได้จริง มีค่าเฉลี่ย 4.48 ระดับความพึงพอใจมาก



ตารางที่ 4.13 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 6

(n=50)

ชุดแบบที่ 6	ความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์						4.75	0.52	มากที่สุด
1. มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่	39 (78.00)	8 (16.00)	3 (6.00)	-	-	4.72	0.57	มากที่สุด
2. รูปแบบเสื้อผ้ามีความน่าสนใจ	38 (76.00)	10 (20.00)	2 (4.00)	-	-	4.72	0.54	มากที่สุด
3. มีความทันสมัย	42 (84.00)	6 (12.00)	2 (4.00)	-	-	4.80	0.49	มากที่สุด
4. ความสวยงาม	38 (76.00)	10 (20.00)	2 (4.00)	-	-	4.72	0.54	มากที่สุด
5. สี	43 (86.00)	6 (12.00)	1 (2.00)	-	-	4.84	0.42	มากที่สุด
6. ความละเอียดประณีต ในการตัดเย็บ	39 (78.00)	9 (18.00)	2 (4.00)	-	-	4.74	0.53	มากที่สุด
7. องค์กรประกอบรวม ของชุด	39 (78.00)	8 (16.00)	3 (6.00)	-	-	4.72	0.57	มากที่สุด
ประโยชน์ใช้สอย						4.62	0.47	มากที่สุด
1. ความเหมาะสม	36 (72.00)	11 (22.00)	3 (6.00)	-	-	4.66	0.59	มากที่สุด
2. สามารถสวมใส่ได้ จริง	35 (70.00)	12 (24.00)	3 (6.00)	-	-	4.64	0.60	มากที่สุด
3. ความสะดวกสบาย ในการใช้งาน	37 (74.00)	6 (12.00)	7 (14.00)	-	-	4.60	0.73	มากที่สุด
4. ใช้งานได้หลากหลายโอกาส	36 (72.00)	7 (14.00)	2 (4.00)	-	-	4.54	0.84	มากที่สุด
5. ความน่าสนใจใน การผลิตออกจำหน่าย	36 (72.00)	12 (24.00)	2 (4.00)	-	-	4.68	0.55	มากที่สุด
รวม						4.70	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 6 จำนวน 50 คน จำแนกได้ดังนี้

รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ สี มีค่าเฉลี่ย 4.84 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ความทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.80 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และ ความละเอียดประณีต

ในการตัดเย็บ มีค่าเฉลี่ย 4.74 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ประโยชน์ใช้สอย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกคือ ความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.68 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.66 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และสามารถสวมใส่ได้จริง มีค่าเฉลี่ย 4.64 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มสตรีพลัสไซส์ให้ความสำคัญกับความประณีต และความเรียบร้อยในการตัดเย็บไปพร้อมกับแนวคิดในการแต่งกายและรูปแบบในการออกแบบเสื้อผ้า สตรีพลัสไซส์มีความสนใจในรูปแบบของชุด ความทันสมัย ความแปลกใหม่ สามารถสวมใส่ได้จริง และเลือกสวมใส่ได้หลายรูปแบบ ซึ่งสามารถแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) สตรีพลัสไซส์ที่ต้องการให้เสื้อผ้าช่วยเสริมความมั่นใจโดยการพรางรูปร่าง ต้องการให้รูปแบบมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สะดวกในการใช้ชีวิตมากขึ้น 2) สตรีพลัสไซส์ที่มีความมั่นใจในรูปร่างและการแต่งกายของตนเอง ต้องการให้รูปแบบเสื้อผ้ามีความหลากหลาย สามารถเลือกสวมใส่ได้หลายรูปแบบ จากการสำรวจความพึงพอใจทั้งหมด 6 ชุด โดยรวมให้ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ตารางที่ 4.14 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์ จำนวนทั้งหมด 6 ชุด

(n=50)

เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ชุดแบบที่ 1	4.18	0.91	มาก
ชุดแบบที่ 2	4.30	0.87	มาก
ชุดแบบที่ 3	4.60	0.60	มากที่สุด
ชุดแบบที่ 4	4.53	0.69	มากที่สุด
ชุดแบบที่ 5	4.60	0.75	มากที่สุด
ชุดแบบที่ 6	4.70	0.59	มากที่สุด
รวม	4.49	0.13	มาก

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์จำนวนทั้งหมด 6 ชุด จำแนกได้ดังนี้

เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จำนวน 6 ชุด ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับตามระดับความพึงพอใจ ชุดแบบที่ 6 มีค่าเฉลี่ย 4.70 ได้ระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ชุดแบบที่ 3 และชุดแบบที่ 5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.60, ชุดแบบที่ 4 มีค่าเฉลี่ย 4.53 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด, ชุดแบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 4.30 ระดับความพึงพอใจมาก และน้อยที่สุดคือ ชุดแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.18 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด และความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.50 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ ผู้วิจัยได้อภิปรายผล ดังนี้

4.2.1 ผลการศึกษาความต้องการที่มีต่อรูปแบบการแต่งกายของสตรีพลัสไซส์

จากการศึกษาความต้องการที่มีต่อรูปแบบการแต่งกายของสตรีพลัสไซส์ โดยสำรวจศึกษาความต้องการ ทศนคติ และพฤติกรรมของสตรีพลัสไซส์ พบว่า สามารถแบ่งกลุ่มสตรีพลัสไซส์เป็น 2 กลุ่ม 1) กลุ่มสตรีพลัสไซส์ที่ไม่มีความมั่นใจในตนเอง 2) กลุ่มสตรีพลัสไซส์ที่มีความมั่นใจในตนเอง ซึ่งทั้ง 2 กลุ่ม ต้องการที่จะสวมใส่เสื้อผ้าที่มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันมีแนวความคิด มุมมอง ทศนคติในการแต่งกายที่หลากหลาย และคำนึงถึงความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ ซึ่งปัจจุบันกระแสแฟชั่นการแต่งกายมีการพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าให้มีความทันสมัย และแปลกใหม่เพื่อตามสนองความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มสตรีพลัสไซส์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพิชญ์พัชร์ คงสมพงษ์ (2564) ที่ว่า ไม่ใช่สตรีพลัสไซส์ทุกคนที่จะมีความมั่นใจในตนเอง ซึ่งผู้ทรงอิทธิพลทางสังคม แนวคิด ทศนคติ และแรงบันดาลใจเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมความกล้า ความมั่นใจในการแสดงออกถึงความเป็นตนเอง จึงทำให้เกิดความต้องการให้มีรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกให้กับสตรีพลัสไซส์ในการแสดงออกถึงความสุข ความมั่นใจ และเอกลักษณ์จุดยืนของตนเอง ในปัจจุบันรูปแบบเครื่องแต่งกายของสตรีพลัสไซส์โดยส่วนใหญ่ เป็นรูปแบบที่มุ่งเน้นการพรางสรีระควบคู่ไปกับการส่งเสริมความมั่นใจในการแต่งตัว ซึ่งอาจจะตอบสนองความต้องการของสตรีพลัสไซส์ในบางกลุ่ม แต่ปัจจุบันเองกลุ่มสตรีพลัสไซส์หลายกลุ่มมีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น จากกระแสบริบทสังคมที่ให้ความสำคัญกับ Real Size Beauty การรักและชอบในรูปร่างของตนเอง ซึ่งเป็นความงามที่ไม่มีรูปร่างเป็นมาตรฐานใดมาตรฐานหนึ่ง และยอมรับว่าทุกคนมีความหลากหลาย มีสรีระที่แตกต่างกันทุกคนมีความสวยในแบบของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศุภิสรา ชัยสว่างเลิศ (2563) การสร้างจุดยืนเพื่อการต่อต้านการเหยียดรูปร่าง เป็นการแสดงให้เห็นถึงการตระหนักถึงปัญหาของสังคม และมีบทบาทในการขับเคลื่อนสังคม เพื่อสนับสนุนการสร้าง

กล้า ความมั่นใจ กำลังใจ และการเห็นคุณค่าในตนเอง ว่าทุกคนความสวยในแบบของตนเอง และยอมรับในความแตกต่างของแต่ละบุคคล

4.2.2 ผลการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์

จากการศึกษาการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์โดยเน้นรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่น จากแนวโน้มแฟชั่นกระแสความนิยม แนวคิด พฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จากการสำรวจกลุ่มสตรีพลัสไซซ์สามารถแบ่งแนวคิดในการออกแบบเป็น 2 กลุ่ม 1) กลุ่มที่ต้องการอำพรางสรีระ 2) กลุ่มที่มีความมั่นใจในสรีระตนเอง ซึ่งทั้ง 2 กลุ่ม มีแนวทางการออกแบบเสื้อผ้าที่ความแตกต่างกัน โดยอาศัยการลดทอนหรือเพิ่มเติมรายละเอียดของรูปแบบเสื้อผ้า เพื่อให้ตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ นันทพร ศรีธนาสาร (2561) กล่าวว่า การแต่งกายของสตรีพลัสไซซ์เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความชอบ ความเป็นตัวของตนเอง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม โดยมีการเรียนรู้ ทักษะคิด ความชอบ และรูปแบบการแต่งกายจากกลุ่มผู้มีอิทธิพลที่มีรูปร่างคล้ายกับตนเองมาปรับใช้ ซึ่งความต้องการ ทักษะคิด แนวคิด พฤติกรรมของสตรีพลัสไซซ์ขึ้นอยู่กับความแตกต่างทางด้านสังคม วัฒนธรรม และประสบการณ์ชีวิต ดังนั้นการออกแบบครั้งนี้จึงอาศัยแนวโน้มแฟชั่น Spring Summer 2024 โดยมีแนวคิดแรงบันดาลใจจาก Oceana ทะเลในฤดูร้อนที่มีการสะท้อนของเงาและเฉดสีของน้ำทะเล ที่มีสีเป็นสีรุ้ง ระบายประยับเมื่อโดนแสงส่อง แสดงถึงความลึกกลับของมหาสมุทร และความงดงามที่ไม่สามารถเปรียบเทียบได้ มาออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากแบรนด์เสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ในท้องตลาดที่มุ่งเน้นการอำพรางรูปร่างให้สรีระเป็นตามแบบมาตรฐานของสตรีพลัสไซซ์ทั่วไป โดยออกแบบเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของผู้สวมใส่ให้สอดคล้องกับความเป็นตัวตน และสรีระที่แตกต่างของสตรีพลัสไซซ์ จากแนวคิดด้านความงามที่ว่าทุกคนสามารถสวมใส่เสื้อผ้าโดยมีความสวยในแบบของตนเอง เพื่อเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มสตรีพลัสไซซ์ในการบริโภคสินค้ากลุ่มเสื้อผ้าแฟชั่น

ตารางที่ 4.15 แนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์

แนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์	
กลุ่มที่มีความมั่นใจในสรีระตนเอง	กลุ่มที่ต้องการอำพรางสรีระ
<p>- แนวโน้มแฟชั่น แนวโน้มแฟชั่นที่เป็นที่นิยมในแต่ละปีทั้งโทนสี แรงบันดาลใจในการออกแบบ เครื่องประกอบการแต่งกาย หรือรูปแบบเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เช่น Subversive, Coquette, Old Money, และ Y2K เป็นต้น</p>  <p>ภาพที่ 4.13 แนวโน้มแฟชั่น ที่มา: Selkiecollection.com (2024)</p> <p>- รูปแบบเสื้อผ้าที่ตามกระแสแฟชั่น รูปแบบเสื้อผ้าที่มีการปรับเปลี่ยนตามแนวโน้มแฟชั่นในแต่ละปี</p>  <p>ภาพที่ 4.15 รูปแบบเสื้อผ้าที่ตามกระแสแฟชั่น ที่มา: Eloquii.com (2023)</p>	<p>- แนวโน้มแฟชั่น แนวโน้มแฟชั่นที่เป็นที่นิยมในแต่ละปีทั้งโทนสี แรงบันดาลใจในการออกแบบ เครื่องประกอบการแต่งกาย หรือรูปแบบเสื้อผ้าที่มีความเรียบง่าย เช่น Minimal, Business Casual และ Smart Casual เป็นต้น</p>  <p>ภาพที่ 4.14 แนวโน้มแฟชั่น ที่มา: US.Shein.com (2023)</p> <p>- รูปแบบเสื้อผ้าที่ช่วยอำพรางสรีระ รูปแบบเสื้อผ้าที่เพื่อช่วยอำพรางสรีระ หรือปกปิดส่วนที่ไม่ต้องการ เช่น เสื้อผ้าที่มีขนาดใหญ่กว่าผู้สวมใส่เพื่อไม่ให้รัดรูปร่างจนให้สัดส่วนที่ชัดเจน</p>  <p>ภาพที่ 4.16 รูปแบบเสื้อผ้าที่ช่วยอำพรางสรีระ ที่มา: Lewkin.com (2024)</p>

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

แนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์	
กลุ่มที่มีความมั่นใจในสรีระตนเอง	กลุ่มที่ต้องการอำพรางสรีระ
<p>- รูปแบบเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์ การออกแบบรูปแบบเสื้อผ้าตามความต้องการได้อย่างเต็ม สามารถเพิ่มรายละเอียด หรือการใช้เทคนิคพิเศษเพื่อให้ชุดมีเอกลักษณ์และโดดเด่นมาก</p>  <p>ภาพที่ 4.17 รูปแบบเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์ ที่มา: Selkiecollection.com (2024)</p> <p>- สีและลวดลายที่โดดเด่น การใช้สีที่หลากหลาย และลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์โดยไม่มีข้อจำกัดของขนาดหรือรูปร่าง</p>  <p>ภาพที่ 4.19 สีและลวดลายที่โดดเด่น ที่มา: Selkiecollection.com (2024)</p>	<p>- รูปแบบเสื้อผ้าที่เรียบง่าย การออกแบบเสื้อผ้าให้มีความเรียบง่าย ไม่เพิ่มรายละเอียดของเสื้อผ้าให้ต่างจากรูปแบบเดิมไม่มากจนเกินไป</p>  <p>ภาพที่ 4.18 รูปแบบเสื้อผ้าที่เรียบง่าย ที่มา: Eloquii.com (2023)</p> <p>- สีและลวดลายที่ช่วยอำพรางสรีระ การเลือกใช้โทนสีเข้มหรือสีพื้น และลวดลายที่มีขนาดเล็กหรือไม่มีลวดลายเพื่อลดการเน้นจุดเด่นบนเสื้อผ้า</p>  <p>ภาพที่ 4.20 สีและลวดลายที่ช่วยอำพรางสรีระ ที่มา: Anthropologie.com (2023)</p>

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

แนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์	
กลุ่มที่มีความมั่นใจในสรีระตนเอง	กลุ่มที่ต้องการอำพรางสรีระ
<p>- วัสดุและการตกแต่งแบบพิเศษ การเลือกใช้วัสดุ และการตกแต่งที่มีความพิเศษมากขึ้น เช่น การเพิ่มกระเป๋าหรือเพิ่มระบายบนตัวเสื้อมากกว่าปกติ</p>  <p>ภาพที่ 4.21 วัสดุและการตกแต่งแบบพิเศษ ที่มา: Asos.com (2024)</p>	<p>- วัสดุและการตกแต่งแบบเรียบง่าย การเลือกใช้วัสดุ และมีการตกแต่งเล็กน้อย หรือนั้นเฉพาะจุด เช่น การเพิ่มระบายบริเวณชายกระโปรง</p>  <p>ภาพที่ 4.22 วัสดุและการตกแต่งแบบเรียบง่าย ที่มา: Anthropologie.com</p>

4.2.3 ผลการศึกษาการประเมินความพึงพอใจของสตรีพลัสไซส์ที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์

จากการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ พบว่า กลุ่มสตรีพลัสไซส์มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องรายละเอียดของเครื่องแต่งกาย ทั้งด้านการตัดเย็บ เนื้อสัมผัสของผ้า และการออกแบบเสื้อผ้าตามกระแสแนวโน้มแฟชั่น จะต้องช่วยเสริมความกล้าและความมั่นใจให้กับผู้สวมใส่ ไม่ว่าจะผู้สวมใส่จะมีรูปร่างแบบไหนก็สามารถสวยในรูปแบบของตนเอง ซึ่งจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ พบว่า บุคคลทั่วไปมององค์ประกอบภาพรวมของชุด และรายละเอียดในการออกแบบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคคลทั่วไปมีมุมมองต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ที่เปิดกว้างมากขึ้น โดยไม่มีกรอบในการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์เหมือนในอดีต ซึ่งเป็นแนวทางที่ดีในการขยายแนวทางในการออกแบบรูปแบบเสื้อผ้าให้เกิดความแตกต่าง และความแปลกใหม่ ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดเป็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าของกลุ่มสตรีพลัสไซส์ได้ ดังนั้นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ จะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ทำให้การจัดจำหน่ายสินค้าไม่ได้มีแต่หน้าร้านเพียงอย่างเดียว ซึ่งปัจจุบันการขายสินค้าแบบออนไลน์มีบทบาทสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของ

สินค้าได้อย่างง่ายดายมากขึ้น และสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การสั่งผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน การไลฟ์สด การรีวิวสินค้า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ นันทพร ศรีธนาสาร (2561) จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีการหาข้อมูลของสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ทางเฟซบุ๊กก่อนตัดสินใจซื้อ ซึ่งจะเปรียบเทียบสินค้าในแต่ละร้าน โดยเลือกจากเรื่องของขนาด คุณภาพ ข้อมูลของสินค้า รูปแบบของสินค้า ราคา การโปรโมท การรีวิวจากผู้ซื้อ และการให้บริการของแบรนด์ จากข้อมูลข้างต้นนอกจากกลุ่มเป้าหมายที่มีความพึงพอใจในรูปแบบเสื้อผ้าแล้ว ช่องทางการจำหน่ายจึงเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ เพื่อให้แบรนด์หรือร้านต่างๆ สามารถให้ข้อมูลสินค้าและการบริการสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว นำไปสู่การจำหน่ายสินค้า และทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้นสามารถต่อยอดสู่การจัดจำหน่ายเชิงธุรกิจ ทั้งในกลุ่มรูปแบบหน้าร้าน และรูปแบบออนไลน์ โดยการวางกลยุทธ์ให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ที่อาศัยการวางแผนธุรกิจในรูปแบบของ Business Model Canvas เป็นเครื่องมือช่วยในการวางกลยุทธ์จากภาพรวมจนถึงการวิเคราะห์ด้านสินค้า การตลาด การบริการ และกลุ่มลูกค้าของแบรนด์ โดยวางภาพรวมของธุรกิจเสื้อผ้าของกลุ่มสตรีพลัสไซส์ ดังนี้

ตารางที่ 4.16 Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งวัสดุและอุปกรณ์ - โรงงานผลิตสินค้า - แพลตฟอร์มโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ - บริษัทขนส่งสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าทุก 6 เดือน - การผลิตสินค้าคอลเลกชันพิเศษ - การควบคุมคุณภาพในการตัดเย็บสินค้า - การให้บริการลูกค้าแบบออนไลน์ Line Official 	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ - กลุ่มเสื้อผ้าแฟชั่น - การปรับเปลี่ยนสินค้าภายใน 14 วัน 	<ul style="list-style-type: none"> - โปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้า - การให้คำปรึกษากับลูกค้า - การบริการหลังการขาย (การซ่อมแซมเสื้อผ้า) - การรีวิวจากลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> กลุ่มสตรีพลัสไซส์ ช่วงอายุ 25-40 ปี ที่มีความมั่นใจในตนเอง และเชื่อมั่นใน Real Size Beauty - นักศึกษา - ฟรีแลนซ์ - พนักงานบริษัท - ธุรกิจส่วนตัว - ข้าราชการ
	Key Resources		Channels	
	<ul style="list-style-type: none"> - ผ้าและวัสดุ อุปกรณ์ในการผลิต - การจ้างผลิตสินค้า - สื่อโฆษณา - บรรจุกัมภ์ - การขนส่งสินค้า 		<ul style="list-style-type: none"> - Social Media สำหรับการโปรโมต - แอปพลิเคชันสำหรับการสั่งซื้อออนไลน์ - การเปิดหน้าร้าน 	
Cost Structure		Revenue Stream		
<ul style="list-style-type: none"> - ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุและอุปกรณ์ - ค่าจ้างผลิตสินค้า - ค่าเช่าสถานที่ 		<ul style="list-style-type: none"> - รายได้จากการขายเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ 		

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการที่มีต่อรูปแบบการแต่งกายของสตรีพลัสไซซ์ 2) เพื่อออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ โดยมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1) การสำรวจความต้องการในรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ จากสตรีพลัสไซซ์อายุ 25-40 ปี จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2) การออกแบบและคัดเลือกเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ จำนวน 3 คอลเลคชั่น คอลเลคชั่นละ 6 ชุด เลือก 1 คอลเลคชั่นจากผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่น จำนวน 3 คน แล้วดำเนินการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

3) การจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 1 คอลเลคชั่น จำนวน 6 ชุด

4) การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ กลุ่มตัวอย่างคือ สตรีพลัสไซซ์ที่มีอายุ 25-40 ปี จำนวน 50 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

5.1 สรุปผล

5.1.1 ความต้องการที่มีต่อรูปแบบการแต่งกายของสตรีพลัสไซซ์

การศึกษาความต้องการ ทักษะคิด พฤติกรรมของสตรีพลัสไซซ์ และการศึกษาข้อมูลทฤษฎี เพื่อออกแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ให้เกิดความแปลกใหม่และทันสมัย ส่งเสริมความหลากหลายของรูปแบบเสื้อผ้าในกลุ่มเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ ส่งเสริมความสวยงามที่หลากหลายตามสรีระที่แตกต่างกันของสตรี และส่งเสริมให้สตรีพลัสไซซ์เห็นคุณค่าและมีความมั่นใจในตนเอง จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างสตรีพลัสไซซ์จำนวน 30 คน พบว่า สตรีพลัสไซซ์ทั้งหมด 30 คน มีแนวคิด และทัศนคติในแต่งกายที่หลากหลาย จากการที่สตรีพลัสไซซ์เลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่มีความเป็นตนเองมากขึ้นโดยไม่ยึดติดกับหลักการแต่งกายเพื่ออำพรางรูปร่างดังในอดีตหรือติดอยู่กับกรอบมาตรฐานความงามของสังคม และมีความเชื่อในเรื่อง Real Size Beauty ที่ว่าทุกคนสามารถสวยงามในรูปแบบของตนเองได้ โดยคำนึงถึงความรู้สึกและความต้องการของตนเองเป็นอันดับแรก รวมถึงมีความเคารพในรูปแบบการแต่งกายของผู้อื่น แต่สตรีพลัสไซซ์ส่วนน้อย ร้อยละ 26.67 ยังมีความกังวลและต้องการให้เสื้อผ้าช่วย

อำพรางสรี่ระของตนเองเพื่อเพิ่มความมั่นใจในการแต่งกายและต้องการได้รับการสนับสนุนจากคนรอบข้างในเรื่องการแต่งกาย

5.1.2 การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์

จากการสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีพลัสไซซ์ การออกแบบรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์มีผลทำให้สตรีพลัสไซซ์มีความมั่นใจในตนเอง โดยใช้รูปแบบของเสื้อผ้า สีสลวดลายของเสื้อผ้าเพื่อบ่งบอกถึงความเป็นตนเอง ซึ่งการออกแบบในครั้งนี้เป็นการนำแนวโน้มแฟชั่น Spring Summer 2024 เรื่องราวของ Oceana มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบรูปแบบของเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์โดยใช้ลักษณะของคลื่นน้ำ สีของน้ำทะเลทั้งสีโทนเข้มและสีโทนอ่อน การสะท้อนของแสงอาทิตย์เมื่อตกกระทบกับน้ำทะเล มาออกแบบเป็นเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์ในรูปแบบชุดลำลองที่สามารถเลือกจับคู่ในการสวมใส่ได้ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของน้ำทะเลจึงตกแต่งโดยใช้การทำระบายตามบริเวณต่างๆ และใช้เนื้อผ้าที่มีความโปร่ง พลิ้วไหว และมีความระยิบระยับขณะเคลื่อนไหว เพื่อให้รูปแบบชุดมีความน่าสนใจ แปลกใหม่ โดยใช้เทคนิคการเย็บเกล็ด และการเย็บสม็อคเพื่อให้เสื้อผ้าเข้ารูปกับสรี่ระ และการใช้ยางยืด การผูก การร้อยเชือก เพื่อให้เสื้อผ้าสามารถปรับขนาดและเข้ารูปขนาดตามสัดส่วนสรี่ระของแต่ละคนได้

5.1.3 การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์

สตรีพลัสไซซ์ อายุ 25-40 ปี จำนวน 50 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25-29 ปี ร้อยละ 82.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 90.00 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 44.00 รายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 34.00 ซึ่งจากการสำรวจความพึงพอใจด้านรูปแบบเสื้อผ้าพลัสไซซ์ และด้านประโยชน์ใช้สอย ทั้งหมด 6 ชุด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.49 ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ชุดที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ชุดแบบที่ 6 มีค่าเฉลี่ย 4.70 รองลงมาคือ ชุดแบบที่ 3 และชุดแบบที่ 5 มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.60 ชุดแบบที่ 4 มีค่าเฉลี่ย 4.53 และชุดที่อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ชุดแบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 4.30 และชุดแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.18 ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

5.2.1.1 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มสตรีพลัสไซซ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) เป็นกลุ่มที่มีความต้องการในรูปแบบเสื้อผ้าที่สามารถอำพรางสรี่ระ เพื่อให้ตนเองมีสรี่ระที่สอดคล้องกับความงามในอุดมคติ รูปแบบเสื้อผ้าจึงไม่ได้มุ่งเน้นตามกระแสแนวโน้มแฟชั่น แต่ต้องมีรูปแบบที่สามารถอำพรางสรี่ระได้ 2) กลุ่มที่มีความต้องการการบริโภคสินค้าแฟชั่น มุ่งเน้นความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของสินค้า และเชื่อใน Real Size Beauty ซึ่งคนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับสรี่ระของ

ตนเอง โดยไม่ได้สนใจการอำพรางเพื่อให้สอดคล้องกับความงามในอุดมคติ ดังนั้นในการศึกษาข้อมูล จึงจำเป็นต้องแยกกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เที่ยงตรง และสามารถต่อยอดสู่การผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

5.2.1.2 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มสตรีพลัสไซส์ที่มีความมั่นใจ และเชื่อมั่นใน Real Size Beauty มีความต้องการในรูปแบบของเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีความหลากหลาย แต่ในปัจจุบันมีทางเลือกในการบริโภคสินค้าไม่มากพอ เนื่องจากรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์โดยทั่วไปจะมีรูปแบบที่เรียบง่าย และใช้สีตามหลักแนวคิดในการออกแบบที่มุ่งเน้นการอำพรางสรีระ จึงทำให้รูปแบบเสื้อผ้าขาดความน่าสนใจ และไม่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มสตรีพลัสไซส์ที่เชื่อมั่นใน Real Size Beauty ซึ่งจากข้อมูลข้างต้นสามารถเป็นแนวทางในการต่อยอดสู่การผลิตสินค้า อีกทั้งเป็นการปรับตัวเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ และเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ประกอบการในการต่อยอดทางธุรกิจในกลุ่มเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์

5.2.1.3 จากการศึกษาพบว่า การเพิ่มความมั่นใจให้กับสตรีพลัสไซส์เป็นสิ่งสำคัญมาก เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ทำให้สตรีพลัสไซส์มีความกล้าในการทำสิ่งต่างๆ เช่น กล้าที่จะมีความคิด ทศนคติ เชื่อมั่นใจสรีระของตนเอง กล้าที่จะแต่งกายตามความชอบ และเชื่อมั่นในความงามของตนเอง ซึ่งการแต่งกายตามรูปแบบเสื้อผ้าตามความชอบ เป็นการส่งเสริมให้ผู้สวมใส่มีความกล้า และเริ่มมั่นใจในการแต่งกายมากขึ้น โดยการเลือกใช้สี ลวดลาย รูปแบบเสื้อผ้าตามความชอบ รูปแบบเสื้อผ้าตามกระแสแฟชั่น หรือเลือกเสื้อผ้าตามความเหมาะสมตามสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งสตรีพลัสไซส์ในปัจจุบันเริ่มมีทัศนคติในด้านการแต่งกาย และความงามที่เปิดกว้างมากขึ้น โดยไม่ยึดติดกับมาตรฐานความงามของบุคคลอื่น จึงทำให้สังคมตระหนักการให้เกียรติความชอบส่วนบุคคลมากขึ้น โดยการเคารพในความแตกต่างของสรีระที่แตกต่างกัน

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

5.2.2.1 การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ให้มีหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับโอกาสในการใช้งาน

5.2.2.2 ศึกษาความต้องการและพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์ในแต่ละช่วงอายุ

5.2.2.3 การพัฒนาวางแผนกลยุทธ์ในเชิงธุรกิจเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์

เอกสารอ้างอิง

- เกล้าลฎา ยุทธภิญโญ และ สุทธาวรรณ จีระพันธุ์. (2560). การแบ่งกลุ่มสตรีอวบอ้วนโดยใช้ปัจจัยด้านความต้องการต่อส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีกของเสื้อผ้าสาวอวบอ้วน ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 12*, (หน้า 378-384). มหาวิทยาลัยรังสิต.
- กรมอนามัย-กระทรวงสาธารณสุข. (2566). ประชากรทะเบียนราษฎร จำแนกรายเพศ ปีงบประมาณ 2566 กรุงเทพมหานคร. <https://dashboard.anamai.moph.go.th/population/pop-all/changwat?year=2023&cw=10>
- กรมอาชีวศึกษา หน่วยงานพิเศษ. (2519). *คู่มือเรื่องเสื้อผ้า*. โรงพิมพ์ส่งเสริมอาชีพ ร.ร. สารพัดช่างพระนคร.
- จารุพรรณ ทรัพย์ปรุง. (2543). *การออกแบบเครื่องแต่งกาย*. โอเดียนสโตร์.
- จุฑาทิพ รัตนนราพันธ์. (2554). *การตกแต่งเสื้อผ้า*. โอเดียนสโตร์.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2548). ประเภทของการสวมกลุ่มตัวอย่าง. <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~jaimorn/re6.htm>
- เจียมจิตร เผือกศรี. (2545). การออกแบบเสื้อ. ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- ชญาณิช กำเนิดศิริกุล. (2557). โครงการจัดตั้งธุรกิจสำหรับผู้หญิงที่มีรูปร่างเกินขนาดมาตรฐาน (Plus Size) แบบครบวงจร. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ตรีสุข อิงคุทานนท์. (17 พฤศจิกายน 2564). เมื่อนางงามพูดถึงค่านิยมความงาม บทสนทนาว่าด้วย 'ความงาม' กับ 'แอนซีลี สก็อต-เคมมิส'. <https://shorturl.asia/0lWic>
- นันทพร ศรีธนสาร (2561). ลักษณะพฤติกรรม และปัจจัยต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของผู้หญิงพลัสไซส์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นาทนาม ไวยหงษ์. (2 กันยายน 2562). พลัสไซส์คืออะไรกันแน่! ดีแค่ไหนที่นางแบบพลัสไซส์ที่ทำให้เข้าใจพวกเธอมากขึ้น. <https://www.vogue.co.th/fashion/article/plussizemode>
- นาทนาม ไวยหงษ์. (9 สิงหาคม 2562). สาวอวบหมดกังวลเรื่องเรื่องไซส์ชุดชั้นใน เพราะแบรนด์ชื่อดังมีถึงไซส์ 4XL แล้ว!. <https://www.vogue.co.th/fashion/news/article/meundies4xl>

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- บริษัท โอรุ่งเรืองเสื้อผ้า จำกัด. (2566). *เทคนิคการพิมพ์ผ้า (Textile Printing Technique)*.
<https://aowfabric.com/fabric-printing-technique/>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). *การวิจัยทางการวัดผลและประเมินผล*. สุวีริยาสาส์น.
- พิชญาณ์พัฐ คงสมพงษ์. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแต่งกายและการซื้อเสื้อผ้าของผู้หญิงพลัสไซส์ (Plus size)*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์].
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พื้อม Nugirl Guru. (15 กรกฎาคม 2560). *เทคนิคสร้างความมั่นใจในการแต่งตัว*.
<https://www.dek-d.com/nugirl/46299/>
- พรโพยม วรเชษฐรวาทร์ และ พันธยศ วรเชษฐรวาทร์. (2554). *การศึกษาขนาดสัดส่วนผู้หญิงอ้วนเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับเสื้อผ้าสำเร็จรูปอุตสาหกรรม (รายงานการวิจัย)*. คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2549). *พจนานุกรมประกอบภาพคำศัพท์แฟชั่น*. วิสคอนเซ็นเตอร์.
- ภาวิดา มอริจจิ และ พลอยรุ่ง สิบพลาง. (11 พฤศจิกายน 2564). *เพราะฉันรักร่างกายของฉันคุยกับ Silvy* ในวันที่ยากบอกว่าทุกคนมีความสุขในแบบของตัวเอง.
<https://thematter.co/social/interview-with-silvy-pavida/154741>
- รณิดา วรจรรยวรรธ และ อรรถพนธ์ พงษ์เลหาพันธุ์. (2565). *การออกแบบเสื้อผ้าสตรีทำงานกิ่งลำลองสำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการเจเนอเรชันวายด้วยแนวคิดการออกแบบเพอร์นิเจอร์จากยุคมิทเซ็นจูรี่และแนวคิดอ็อปไซเคิล*. *วารสารดีไซน์เอกโค*, 3(1), 12-23.
- ลลิตา มั่งสูงเนิน. (20 ธันวาคม 2564). *Real Size Beauty* เมื่อหุ่นคนที่สุขภาพดีอาจไม่ได้สวยแบบพิมพ์นิยม. <https://www.nationtv.tv/blogs/original/378857307>
- วัลลิภา เลหาพิบูลรัตน์. (2560). *การออกแบบกระเป๋าหนังสำหรับนักศึกษาหญิงที่ได้รับแรงบันดาลใจจากแนวปะการังฝั่งอันดามัน*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์].
มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วิกรม กรุงแก้ว. (2563). *วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีชาติพันธุ์บาบ๋าในจังหวัดพังงาอันดามัน*. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 22(1), 60-71.
- ศุภิสรา ชัยสว่างเลิศ. (2563). *ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเจเนอเรชันมี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สมศรี สุกุลนันท์. (2527). *คหกรรมศาสตร์ทั่วไป*. โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- เสาวลักษณ์ คงกาญจฉาย. (2549). *ศิลปะการตกแต่งเสื้อผ้า*. โอเดียนสโตร์.
- หมวย การ์เมนท์. (ม.ป.ป.). เทคโนโลยีพิมพ์ผ้าดิจิทัล.
- <https://www.muaygarment.com/product/42225-42542/พิมพ์ผ้าทุกชนิด>
- อภิโชค แซ่ไคว้. (2542). *การแต่งกายไทย*. บริษัท เฮส.ที.พี. เวิลด์ มีเดีย จำกัด.
- อลิสตา เพกานนท์. (2559). *แผนธุรกิจจำหน่ายชุดแต่งกายสตรีวัยทำงานระดับพรีเมียมร้านนาโน พลัส พลัส บาย อลิส*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อัจฉรา วรรณสถิตย์. (2521). การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรี. โรงพิมพ์สามเจริญพาณิชย์.
- Aliceincosplayland.com. (2013). How to make a pleated skirt.
<https://aliceincosplayland.com/2013/12/cosplay-tutorial-pleated-skirt-falda.html>
- Alive Around. (27 ตุลาคม 2565). Real Size Beauty เพราะความสวย ไม่มีนิยาม
<https://alivearound.com/lifestyle/real-size-beauty-เพราะความสวย-ไม่มีนิยาม/>
- Alljitblog. (7 ธันวาคม 2564). การยอมรับและมีความสุขกับความไม่สมบูรณ์แบบของตัวเอง.
<https://www.alljitblog.com/ความไม่สมบูรณ์แบบ/>
- Anthropologie.com. (2023). สีและลวดลายที่ช่วยอำพรางสรีระ.
<https://www.anthropologie.com/plus-size-clothing>
- Anthropologie.com. (2023). วัสดุและการตกแต่งแบบเรียบง่าย.
<https://www.anthropologie.com/plus-size-clothing>
- ASOS.com. (2022). เสื้อผ้าของแบรนด์ ASOS.
<https://www.asos.com/us/women/curve-plus-size/cat/?cid=9577>
- Asos.com. (2024). วัสดุและการตกแต่งแบบพิเศษ.
<https://www.asos.com/women/curve-plus-size/cat/?cid=9577>
- Beauty Editor. (15 ธันวาคม 2563). เช็ก! ลักษณะ 5 ทรงสาวอวบ แต่งตัวยังไงให้ผอมเพรียว.
<https://www.wongnai.com/beauty-tips/plump-body>
- Christian Siriano. (2023). เสื้อผ้าของแบรนด์ Christian Siriano. <https://christiansiriano.com/>
- Culture Health & Beauty. (7 ตุลาคม 2558). “The Rise of Plus Size Girls” ผอมแห้งหลบไป เพราะตอนนี้เทรนด์สาว Plus Size กำลังมา!
<https://www.dooddot.com/the-rise-of-plus-size-girls/>

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

CurveG.bkk. (ม.ป.ป.) Plus size clothing.

<https://instagram.com/curveg.bkk?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Dekauan.Studio. (2566). เสื้อผ้าเด็กอ้วน.

https://www.facebook.com/DEKAUAN.STUDIO/photos/?ref=page_internal

Dresspatternmaking.com. (2022). Manipulating Darts - Bodice Front.

<https://dresspatternmaking.com/principles-of-patternmaking/manipulating-darts/md-bodice-front/>

Eloquii.com. (2022). เสื้อผ้าของแบรนด์ Eloquii. <https://www.eloquii.com/>

Eloquii.com. (2023). รูปแบบเสื้อผ้าที่ตามกระแสแฟชั่น. <https://www.eloquii.com/zq/new/>

Eloquii.com. (2023). รูปแบบเสื้อผ้าที่เรียบง่าย. <https://www.eloquii.com/zq/new/>

Estermanas.com. (2022). เสื้อผ้าของแบรนด์ Ester Manas. <https://estermanas.com/>

Fashion Design Costume. (2559). การออกแบบเสื้อผ้า และเครื่องแต่งกาย.

<https://sites.google.com/site/fashiondesigncostumeyvc2016/kar-xxkbaeb-seuxpha-laea-kheruxng-taeng-kay>

Fashionsnoops.com (2 March 2023). Portal Trend Story Oceana Spring Summer 24.

<https://www.fashionsnoops.com/allsearch.aspx?search=oceana&searchonly=1>

Fashion To Figure. (2022). เสื้อผ้าของแบรนด์ Fashion To Figure.

<https://www.fashiontofigure.com/collections/plus-size-clothing>

Jenny, C. (2022). Global Colour Forecast S/S 24.

<https://www.wgsn.com/fashion/article/93305>

Kapook.com. (2565). คนอ้วนแต่งตัวยังไงให้ดูแพง? บอกไม่มีก็ก เทคนิคแต่งตัวเร็ดๆ ของสาว

พลัสไซส์. <https://women.kapook.com/view253227.html>

Knowledge. (11 พฤษภาคม 2564). จิตวิทยาของสีและการออกแบบห้องประชุม.

<https://avl.co.th/blogs/color-psychology-and-meeting-room-design/>

Lewkin.com. (2024). รูปแบบเสื้อผ้าที่ช่วยอำพรางสรีระ.

<https://lewkin.com/pages/search-results?q=plus+size>

Loud Bodies.com. (2023). เสื้อผ้าของแบรนด์ Loud Bodies. <https://loubodies.com/>

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Mission To The Moon. (11 มิถุนายน 2564). เพราะความมั่นใจคือสิ่งที่เราสวมใส่ได้ เทคนิคเพิ่มความมั่นใจ แค่นั้นมาใส่ใจการแต่งตัว.
<https://www.facebook.com/missiontothemoonofficial/photos/a.215431685328083/1562714980599740/?type=3>
- Meenam_meenuan.official. (2566). เสื้อผ้าของแบรนด์ Meenam_meenuan.official. <https://www.meenammeenuan.com/>
- Nan Tohch. (4 กรกฎาคม 2560). เทรนด์ Plus-Size และการฉีกกฎเกณฑ์ภาพลักษณ์ความงามแบบใหม่ๆ. <https://thestandard.co/culture-fashion-trend-plus-size/>
- Neat DisneyNeaty. (5 ตุลาคม 2565). ยุคสมัยเปลี่ยน! ธุรกิจแฟชั่นเริ่มปรับตัว เพิ่มจุดยืนให้กับสาวพลัสไซส์ในยุค Real Size Beauty.
<https://helloads.net/news/national-plus-size-appreciation-day/>
- Nicole, P. (2 October 2022). Ester Manas Spring 2023 Ready to Wear.
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2023-ready-to-wear/ester-manas>
- Nike.com. (ม.ป.ป.). ตารางไซส์ของ Nike.
<https://www.nike.com/th/size-fit/womens-tops-alpha>
- PaPathisa. (5 สิงหาคม 2562). 4 ประเภทเสื้อฝ้ายยอดนิยมมีอะไรบ้างในเมืองไทย.
<https://www.trueplookpanya.com/blog/content/74828-bwomfastre-bwomfas-bwom->
- Paradee Maneegun. (9 พฤษภาคม 2566). สีและอารมณ์.
<https://www.boxcornerart.com /blog/สีและอารมณ์/>
- Plus.bkk. (ม.ป.ป.). Plus size clothing.
<https://instagram.com/plus.bkk?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
- Pomypom. (24 กันยายน 2565). แฟชั่นโชว์ POEM คอลเลกชั่น Magical Duality 2022 รวมคนตั้งหลากหลายวงการ!. <https://women.trueid.net/detail/VqybY4ZWpoYJ>
- Sarah Bradberry. (2014). Paragon Smocking Book II - The Stitches.
<https://www.knitting-and.com/crafts-and-needlework/embroidery/vintage-books/smocking/paragon-smocking-ii/>

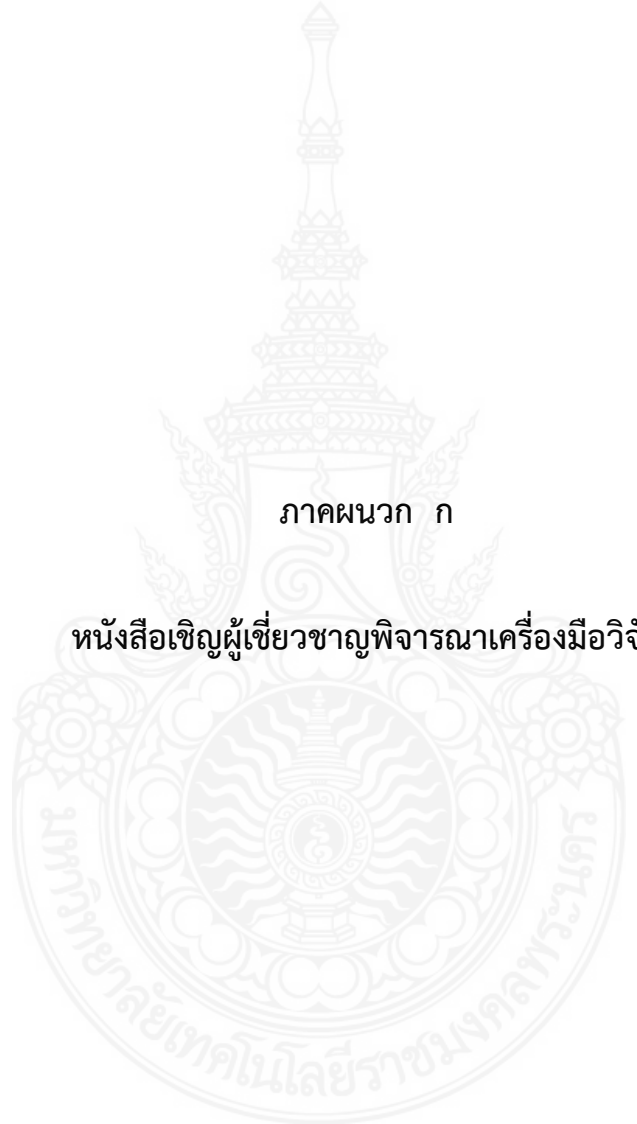
เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Screen Printing Supplies. (18 กรกฎาคม 2561). เทคนิคการใช้สีพิมพ์ผ้าและวิธีพิมพ์ผ้าให้มีคุณภาพ. <https://www.sksscreenprintingsupplies.com/blogs/news/เทคนิคการใช้สีพิมพ์ผ้าและวิธีพิมพ์ผ้าให้มีคุณภาพ>
- Selkiecollection.com. (2023). เสื้อผ้าของแบรนด์ Selkie. <https://selkiecollection.com/>
- Selkiecollection.com (2024). แนวโน้มแฟชั่น. <https://selkiecollection.com/collections/new-arrivals>
- Selkiecollection.com (2024). รูปแบบเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์. <https://selkiecollection.com/collections/new-arrivals>
- Selkiecollection.com (2024). สีและลวดลายที่โดดเด่น. <https://selkiecollection.com/collections/new-arrivals>
- Sky. (15 พฤศจิกายน 2564). SUITS & BLAZER : สูท และ เบลเซอร์ มีความแตกต่างกันอย่างไร?. <https://www.dgrie.com/blog/suits-blazer/>
- Stella Foster. (24 มีนาคม 2564). ชวนคุณผู้ชายมาทำความรู้จักเสื้อผ้าผู้หญิง มีกี่แบบ? อะไรบ้าง?. <https://siliconcolor.com/ชวนคุณผู้ชายมาทำความรู้/>
- TEX-PRESS. (2561). รูปแบบ วิธีการพิมพ์ผ้า ในรูปแบบต่างๆ. <http://www.tex-press.com/พิมพ์ผ้า/วิธีการพิมพ์ผ้า/>
- Th.Shein.com. (n.d.) New in Plus Size. <https://shorturl.asia/WIFI1>
- Th.Shein.com. (2023). เสื้อผ้าของแบรนด์ Shein. https://th.shein.com/plussize?icn=PlusSizePage&ici=then_tab02
- Thaiware. (18 มีนาคม 2563). Crop Top แฟชั่นที่หายไป (และกำลังจะกลับมา) ในหมู่เพศชาย. <https://today.line.me/th/v2/article/B7mkl0>
- Trudi Griffin, LPC, MS. (ม.ป.ป.). วิธีการ ยอมรับในรูปร่างหน้าตาของตนเอง. <https://th.wikihow.com/ยอมรับในรูปร่างหน้าตาของตนเอง#ainfo>
- US.Shein.com. (2023). แนวโน้มแฟชั่น. <https://n9.cl/302gz>
- Vogue Thailand. (18 สิงหาคม 2564). โยนตำราเก่าทิ้งไป! ฉีกทุกกฎการแต่งตัวของสาว Plus Size ยุคใหม่...ต้องได้แบบนี้. <https://www.vogue.co.th/fashion/article/fashion-plus-size>
- Vogue Thailand. (25 สิงหาคม 2564). INCLUSIVE คืออะไร ในโลกแห่งความหลากหลาย...ทำไมเราควรเรียนรู้คำนี้อย่างจริงจัง. <https://www.vogue.co.th/fashion/article/inclusivity-story-in-fashion-industry>



ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
- ภาคผนวก ข แบบสอบถามแบบสอบถามเบื้องต้นจากสตรีพลัสไซซ์
- ภาคผนวก ค แบบสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ
- ภาคผนวก ง แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์จากสตรีพลัสไซซ์
- ภาคผนวก จ ภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบ



ภาคผนวก ก

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๑๗๑๒



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณพิมพ์วิมล ธรรมชาติ เจ้าของแบรนด์เด็กอ้วน.สตูดิโอ

ด้วย นางสาวจิตาภา สารระชู นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์” โดยมี ดร.จรัสพิมพ์ วิงเย็น เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านการตลาด ให้กับ นางสาวจิตาภา สารระชู จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสตรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๗๐๔๖ ๑๑๕๕

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๑๗๑๓



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๘

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ด้วย นางสาวจิตาภา สารระชู นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์” โดยมี ดร.จรัสพิมพ์ วังเย็น เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่า ผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลภัทร์ รักสวน ซึ่งเป็นบุคลากรในหน่วยงานของท่าน เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ ให้กับ นางสาวจิตาภา สารระชู จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาภ โสตร์โยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๗๐๔๖ ๑๑๙๕



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๒-๔

ที่ อว.๐๖๕๒.๐๓/ ๑๗๑๔ วันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

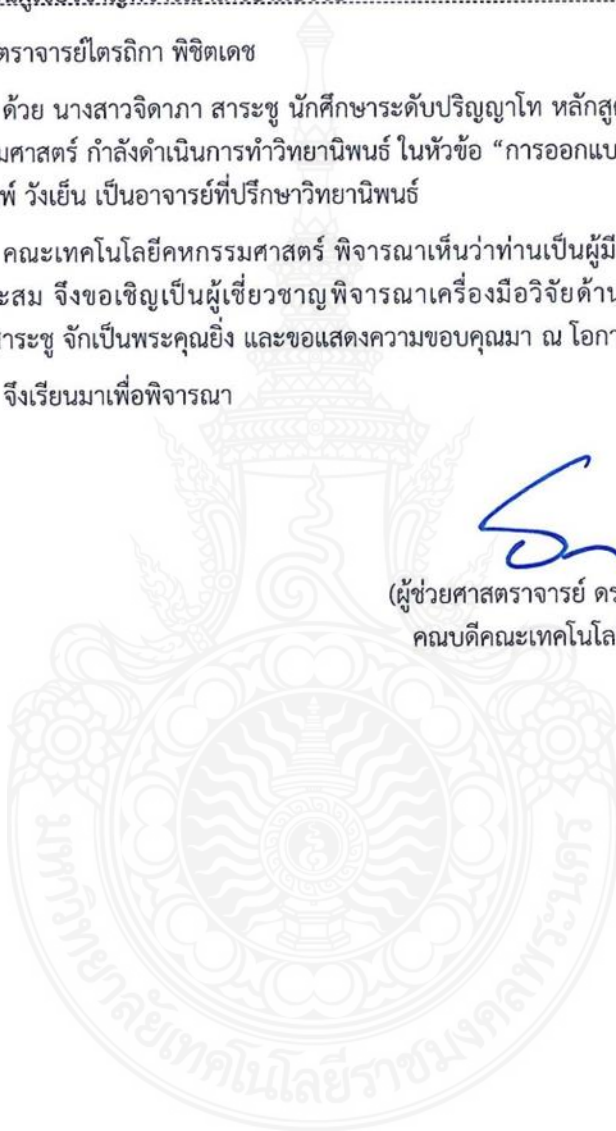
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไตรถิกา พิซิดเดช


ด้วย นางสาวจิตาภา สารระชู นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์” โดยมี ดร.จรัสพิมพ์ ว่างเย็น เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยด้านการออกแบบเสื้อผ้า ให้กับ นางสาวจิตาภา สารระชู จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาภ โสตรโยม)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์





ภาคผนวก ข

แบบสอบถามแบบสอบถามเบื้องต้นจากสตรีพลัสไซซ์

แบบสอบถามเบื้องต้น
เรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์
มีวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาความต้องการที่มีต่อรูปแบบการแต่งกายของสตรีพลัสไซซ์
- 2) เพื่อออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์
- 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสตรีพลัสไซซ์ที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์

คำชี้แจง แบบสอบถามเรื่องการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์

ตอนที่ 3 ความต้องการของเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านตามความจริง ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามของท่านจะเป็นความลับ และข้อมูลทั้งหมดจะนำมาใช้เฉพาะงานวิจัยนี้เท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านได้กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

นางสาวจิตาภา สารระชู

นักศึกษาปริญญาโท คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุดหรือกรอรายละเอียดลงในช่องว่างที่กำหนด

- 1.1 อายุ 20-29 ปี 30-39 ปี 40-49 ปี 50-59 ปี 60 ปีขึ้นไป
- 1.2 ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.3 อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา รับจ้าง พนักงานบริษัท
 ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ อื่นๆ
- 1.4 รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท
 25,001-30,000 บาท 35,001-40,000 บาท 45,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุดหรือกรอรายละเอียดลงในช่องว่างที่กำหนด

2.1 ท่านเลือกสวมใส่เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์เพื่อใช้ในโอกาสใด

- อยู่ที่บ้าน ทำงาน
 ท่องเที่ยว ออกงานสังคม / งานสังสรรค์

2.2 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- รูปแบบ รูปทรง ความทันสมัย
 ความสวยงาม การตัดเย็บที่ละเอียด ประณีต
 ลวดลายมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว วัสดุ เช่น ผ้า อะไหล่
 สวมแบบพอดีตัว สวมแบบหลวมๆ
 สีสีน ความแปลกใหม่
 ความทนทาน การดูแลรักษาง่าย
 ราคาที่เหมาะสม อื่นๆ.....

2.3 รูปแบบเสื้อผ้าของการสวมใส่เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เสื้อเชิ้ต เสื้อยืด เสื้อครอป
 เสื้อคลุม เบลเซอร์ สูท
 กางเกงขาสั้น กางเกงขายาว กระโปรงสั้น
 กระโปรงยาว ชุดเดรส ชุดจัมสูท
 อื่นๆ

2.4 ลวดลายของเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์แบบใดที่ท่านเลือกสวมใส่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่มีลวดลาย | <input type="checkbox"/> ลายจุด |
| <input type="checkbox"/> ลายแนวตั้ง / ลายแนวนอน | <input type="checkbox"/> ลายดอกไม้ |
| <input type="checkbox"/> ลายสัตว์ | <input type="checkbox"/> ลายทิวทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> ลายตัวอักษร | <input type="checkbox"/> ลายกราฟิก |
| <input type="checkbox"/> ลายการ์ตูน | <input type="checkbox"/> ลายภาพวาด |
| <input type="checkbox"/> ลายไทยพื้นบ้าน | <input type="checkbox"/> ลายภาพศิลปิน |

2.5 ทักษะคติในการแต่งกายของท่านเป็นอย่างไร

.....

.....

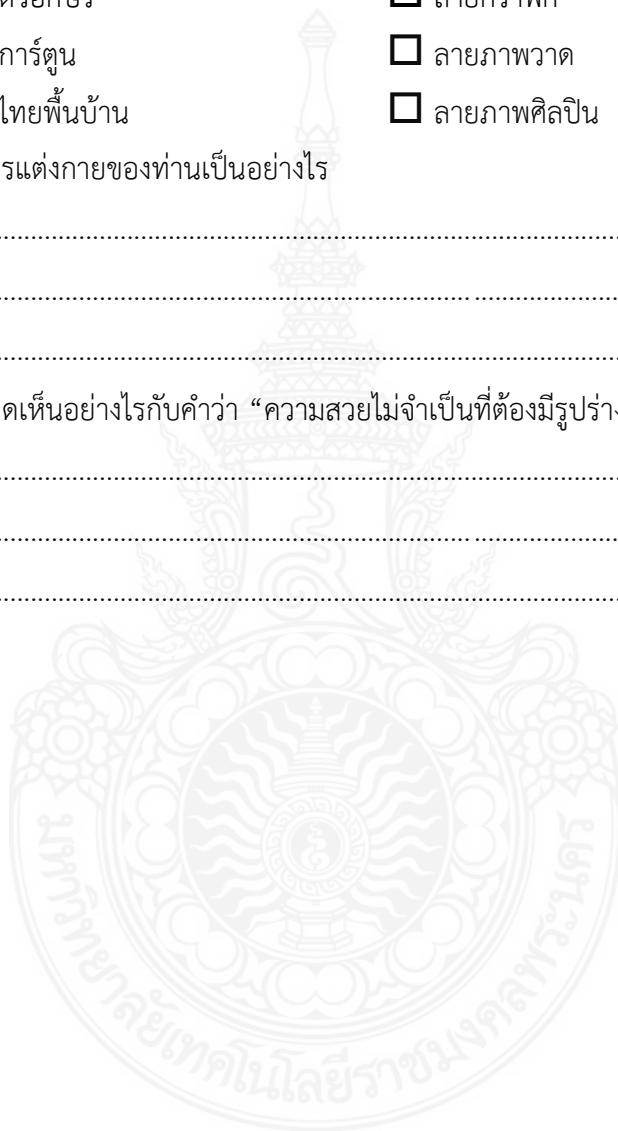
.....

2.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับคำว่า “ความสวยไม่จำเป็นต้องมีรูปร่างผอม”

.....

.....

.....



ตอนที่ 3 ความต้องการของเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์

คำชี้แจง ให้คะแนนตามความต้องการในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์มีเกณฑ์การพิจารณา

คะแนนระดับความต้องการได้แก่ 5 มากที่สุด 4 มาก 3 ปานกลาง 2 น้อย และ 1 น้อยที่สุด

ความต้องการในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์	ระดับความต้องการ				
	5	4	3	2	1
3.1 รูปแบบเสื้อผ้าที่ท่านต้องการ					
1. เสื้อครอป					
2. เสื้อเชิ้ต					
3. เสื้อยืด					
4. เสื้อคลุม					
5. เบลเซอร์					
6. สูท					
7. กางเกงขาสั้น					
8. กางเกงขายาว					
9. กระโปรงสั้น					
10. กระโปรงยาว					
11. ชุดเดรส					
12. ชุดจัมสูท					
3.2 ลวดลายที่ต้องการ					
1. กลุ่มลายธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ พืชพันธุ์ ทัศนียภาพ เป็นต้น					
2. กลุ่มลายเรขาคณิต เช่น ลายจุด เส้น สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงกลม เป็นต้น					
3. ลายที่มนุษย์สร้างขึ้น (นามธรรม) เช่น ภาพแอบส แตค ออร์แกนิก ฮาล์ฟโทน เป็นต้น					
4. ไม่มีลวดลาย					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

ภาคผนวก ค

แบบสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ



แบบสอบถามทัศนคติและความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์

.....

แบบสอบถามเพื่อศึกษาทัศนคติและความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแบบร่างเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบร่างเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ และตอนที่ 2 การแสดงทักษะและมุมมองที่มีต่อการแต่งกายสำหรับสตรีพลัสไซส์ แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาทักษะและความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์
2. เพื่อการพัฒนา รูปแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์

คำอธิบายสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

1. แบบร่างเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ซึ่งประกอบด้วย เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต เสื้อคลุม เสื้อครอป กางเกงขาสั้น และกางเกงขายาว ซึ่งแบ่งเป็นคอลเลคชันจำนวน 3 คอลเลคชัน คอลเลคชันละ 6 แบบ
2. ให้ท่านพิจารณาคัดเลือกคอลเลคชันแบบร่างเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ให้เลือก 1 คอลเลคชัน เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างดี

จิตาภา สารระชู

นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ

หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

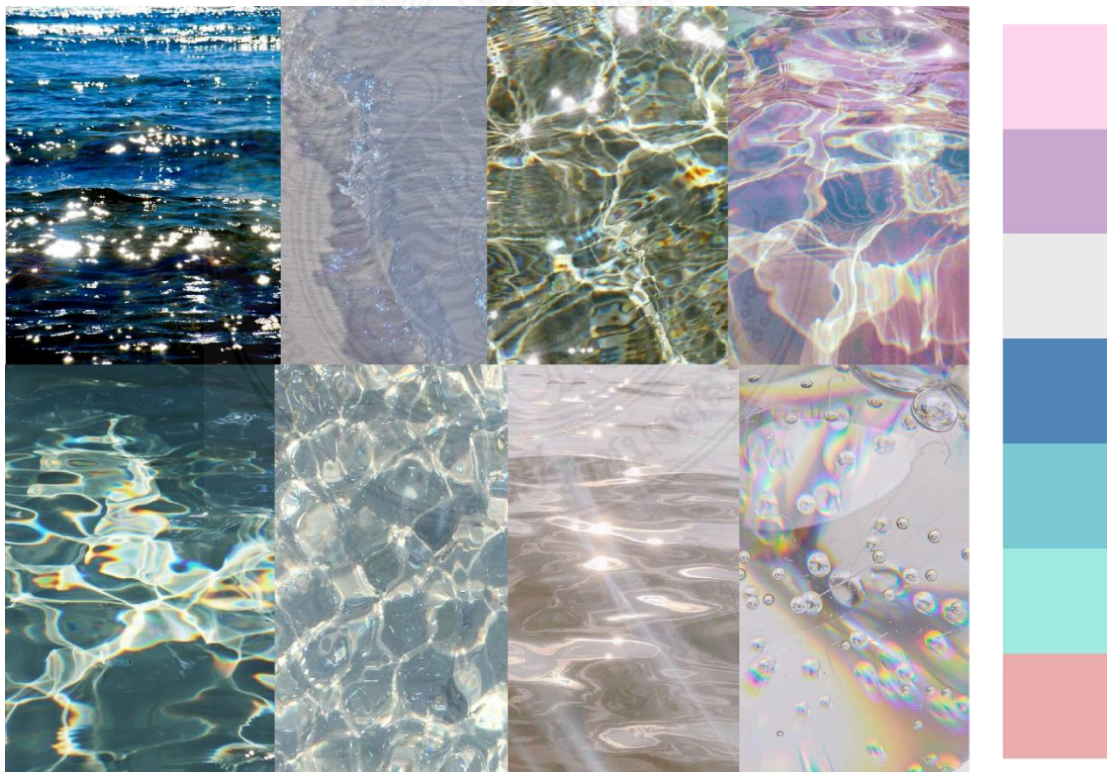
ตอนที่ 1 แบบร่างเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด และพร้อมบอกเหตุผล

รูปแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซซ์ได้จากการสำรวจความต้องการของกลุ่มตัวอย่างสตรีพลัสไซซ์ ผลจากการสำรวจรูปแบบเสื้อผ้าตามความต้องการพบว่า เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต เสื้อคลุม เสื้อครอป กางเกงขาสั้น และกางเกงขายาว อยู่ในระดับความต้องการมาก และลวดลายของเสื้อผ้าตามความต้องการส่วนใหญ่ที่เลือกคือ ไม่มีลวดลาย อยู่ในระดับความต้องการมาก

การออกแบบเสื้อผ้าได้รับแรงบันดาลใจจาก Oceana แนวโน้มเรื่องราวการออกแบบของ Spring Summer 2024 คือ ทะเลในฤดูร้อนที่มีการสะท้อนของเงาและเฉดสีของน้ำทะเล ที่มีสีส้มเป็นสีรุ่ง ระเบิดระยับเมื่อโดยแสงส่อง แสดงถึงความลึกกลับของมหาสมุทร และความงดงามที่ไม่สามารถสัมผัสได้มาออกแบบให้เข้ากับความสะดวกสบายของสตรีทุกคนไม่ว่าจะรูปร่างแบบไหน ก็มีความงดงามที่ไม่สามารถประเมินได้

ผู้วิจัยต้องการนำข้อมูลผลการสำรวจและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาปรับแก้ไข จัดทำผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมให้ผู้สวมใส่มีความมั่นใจ และความกล้าในการแต่งกายมากขึ้น โดยไม่ตีกรอบความงามของรูปร่างในการแต่งกาย



Inspiration



Life Style



Key Items



คอลเลคชั่นที่ 1

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผล.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....

.....



คอลเลคชั่นที่ 2

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผล.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....

.....



คอลเลคชั่นที่ 3

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผล.....

.....
.....
.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....
.....
.....

ตอนที่ 2 การแสดงทัศนะและมุมมองที่มีต่อการแต่งกายสำหรับสตรีพลัสไซส์

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นและมุมมองที่ตามความคิดเห็นของท่าน

1. ด้านทัศนคติที่มีต่อการแต่งกายของสตรีพลัสไซส์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ด้านทัศนคติต่อที่มีประโยคที่ว่า “ความสวยไม่จำเป็นต้องมีรูปร่างผอม”

.....

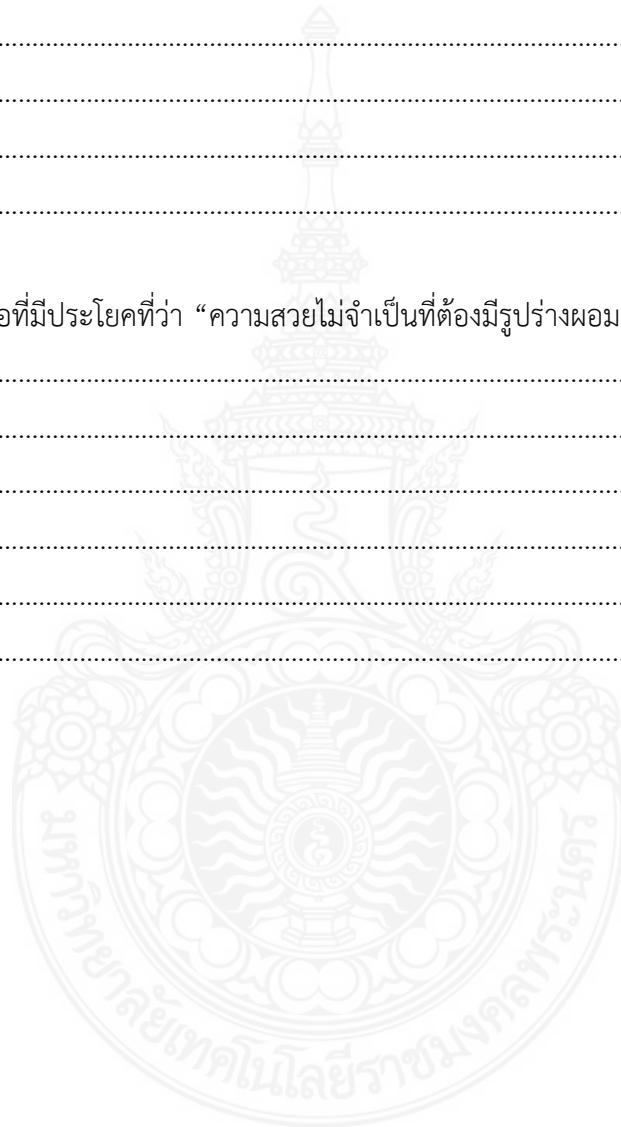
.....

.....

.....

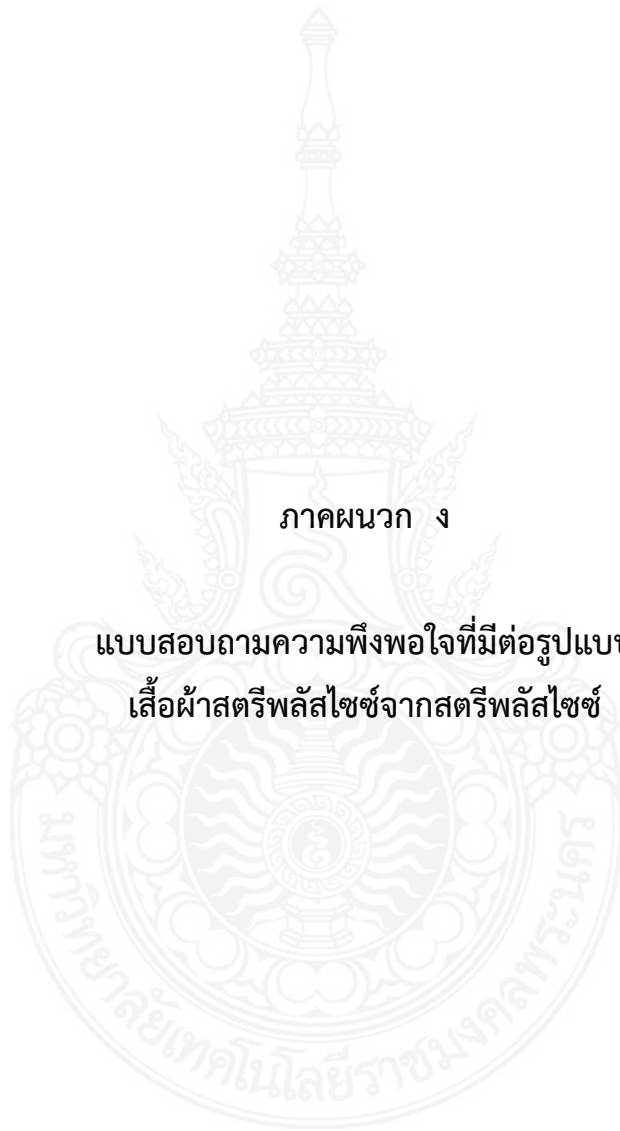
.....

.....



ภาคผนวก ง

แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบ
เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์จากสตรีพลัสไซส์



แบบสอบถามความพึงพอใจ
เรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง การออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสตรีพลัสไซส์ที่มีต่อรูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์

คำชี้แจง แบบสอบถามเรื่องการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรีพลัสไซส์ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์
- ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านตามความจริง ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามของท่านจะเป็นความลับ และข้อมูลทั้งหมดจะนำมาใช้เฉพาะงานวิจัยนี้เท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ท่านได้กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

นางสาวจิตภา สารระชู

นักศึกษาปริญญาโท คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุดหรือกรอ

กรายละเอียดลงในช่องว่างที่กำหนด

- 1.1 อายุ 25-29 ปี 30-35 ปี 36-40 ปี
- 1.2 ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.3 อาชีพ นักศึกษา รับจ้าง พนักงานบริษัท
 ธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ อื่นๆ
- 1.4 รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท
 25,001-30,000 บาท 30,001-35,000 บาท 35,001-40,000 บาท
 40,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าของสตรีพลัสไซส์

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุดหรือกรอ

กรายละเอียดลงในช่องว่างที่กำหนด

2.1 ท่านเลือกสวมใส่เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์เพื่อใช้ในโอกาสใด

- อยู่ที่บ้าน ทำงาน
 ท่องเที่ยว ออกงานสังคม / งานสังสรรค์

2.2 ราคาของเสื้อผ้าที่ท่านเลือกซื้อ

- ต่ำกว่า 500 บาท/ตัว 501 - 1,000 บาท/ตัว
 1,001 - 1,500 บาท/ตัว 1,501 - 2,000 บาท/ตัว
 2,001 - 2,500 บาท/ตัว 2,501 - 3,000 บาท/ตัว
 สูงกว่า 3,001 บาท/ตัว

2.3 รูปแบบของเสื้อผ้าของท่านเป็นแบบใด (เลือกมากกว่า 1 ข้อ)

- รูปแบบ รูปทรง ความทันสมัย
 ความสวยงาม ความแปลกใหม่
 การตัดเย็บที่ละเอียด ประณีต ลวดลายมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
 สีสันท วัสดุ เช่น ผ้า อะไหล่
 สวมแบบพอดีตัว สวมแบบหลวม
 ความทนทาน การดูแลรักษาง่าย
 ราคาที่เหมาะสม

2.4 ทักษะคติในการแต่งกายของท่านเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

2.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับคำว่า “ความสวยไม่จำเป็นต้องมีรูปร่างผอม”

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ จำนวน 6 ชุด มีเกณฑ์การพิจารณาคะแนนระดับความพึงพอใจ ดังนี้

ระดับคะแนน	5	หมายถึง	ความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	หมายถึง	ความพึงพอใจมาก
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	ความพึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อยที่สุด



ชุดแบบที่ 1

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์					
1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่					
1.2 รูปแบบเสื้อผ้ามีความน่าสนใจ					
1.3 มีความทันสมัย					
1.4 ความสวยงาม					
1.5 สีสันทัน					
1.6 ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ					
1.7 องค์ประกอบรวมของชุด					
2. ประโยชน์ใช้สอย					
2.1 ความเหมาะสม					
2.2 สามารถสวมใส่ได้จริง					
2.3 ความสะดวกสบายในการใช้งาน					
2.4 ใช้งานได้หลากหลายโอกาส					
2.5 ความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย					



ชุดแบบที่ 2

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์					
1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่					
1.2 รูปแบบเสื้อผ้ามีความน่าสนใจ					
1.3 มีความทันสมัย					
1.4 ความสวยงาม					
1.5 สีสันทัน					
1.6 ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ					
1.7 องค์ประกอบรวมของชุด					
2. ประโยชน์ใช้สอย					
2.1 ความเหมาะสม					
2.2 สามารถสวมใส่ได้จริง					
2.3 ความสะดวกสบายในการใช้งาน					
2.4 ใช้งานได้หลากหลายโอกาส					
2.5 ความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย					



ชุดแบบที่ 3

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์					
1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่					
1.2 รูปแบบเสื้อผ้ามีความน่าสนใจ					
1.3 มีความทันสมัย					
1.4 ความสวยงาม					
1.5 สีสันทัน					
1.6 ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ					
1.7 องค์ประกอบรวมของชุด					
2. ประโยชน์ใช้สอย					
2.1 ความเหมาะสม					
2.2 สามารถสวมใส่ได้จริง					
2.3 ความสะดวกสบายในการใช้งาน					
2.4 ใช้งานได้หลากหลายโอกาส					
2.5 ความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย					



ชุดแบบที่ 4

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์					
1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่					
1.2 รูปแบบเสื้อผ้ามีความน่าสนใจ					
1.3 มีความทันสมัย					
1.4 ความสวยงาม					
1.5 สีสันทัน					
1.6 ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ					
1.7 องค์ประกอบรวมของชุด					
2. ประโยชน์ใช้สอย					
2.1 ความเหมาะสม					
2.2 สามารถสวมใส่ได้จริง					
2.3 ความสะดวกสบายในการใช้งาน					
2.4 ใช้งานได้หลากหลายโอกาส					
2.5 ความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย					



ชุดแบบที่ 5

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์					
1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่					
1.2 รูปแบบเสื้อผ้ามีความน่าสนใจ					
1.3 มีความทันสมัย					
1.4 ความสวยงาม					
1.5 สีสันทัน					
1.6 ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ					
1.7 องค์ประกอบรวมของชุด					
2. ประโยชน์ใช้สอย					
2.1 ความเหมาะสม					
2.2 สามารถสวมใส่ได้จริง					
2.3 ความสะดวกสบายในการใช้งาน					
2.4 ใช้งานได้หลากหลายโอกาส					
2.5 ความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย					



ชุดแบบที่ 6

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. รูปแบบเสื้อผ้าสตรีพลัสไซซ์					
1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่					
1.2 รูปแบบเสื้อผ้ามีความน่าสนใจ					
1.3 มีความทันสมัย					
1.4 ความสวยงาม					
1.5 สีสันทัน					
1.6 ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ					
1.7 องค์ประกอบรวมของชุด					
2. ประโยชน์ใช้สอย					
2.1 ความเหมาะสม					
2.2 สามารถสวมใส่ได้จริง					
2.3 ความสะดวกสบายในการใช้งาน					
2.4 ใช้งานได้หลากหลายโอกาส					
2.5 ความน่าสนใจในการผลิตออกจำหน่าย					

ภาคผนวก จ

ภาพผลิตภัณฑ์ต้นแบบ





ภาพที่ จ.1 เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 1



ภาพที่ จ.2 เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 2



ภาพที่ จ.3 เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 3



ภาพที่ จ.4 เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 4



ภาพที่ จ.5 เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 5



ภาพที่ จ.6 เสื้อผ้าสตรีพลัสไซส์ ชุดแบบที่ 6



ภาพที่ จ.7 เบื้องหลังการถ่ายภาพชุด



ภาพที่ จ.8 การสอบวิทยานิพนธ์

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ นามสกุล จิตาภา สารระชู
วัน เดือน ปีเกิด 21 สิงหาคม 2541
ที่อยู่ปัจจุบัน 78/81 หมู่ที่ 9 ตำบลละหาร อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110

ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ สาขาออกแบบแฟชั่นผ้าและเครื่องแต่งกาย	2563
มัธยมศึกษา	โรงเรียนพระแม่สกลสงเคราะห์	2559

