

3.2.2.1 เหงียน คอง จี (Nguyen Cong Tri) นักออกแบบและเจ้าของตราสินค้าเหงียน

คอง จี (Nguyen Cong Tri)

3.2.2.2 ลินดา ไม ฟุง (Linda Mai Phung) นักออกแบบและเจ้าของตราสินค้าลินดา ไม

ฟุง (Linda Mai Phung)

3.2.2.3 วอ คง ชันห์ (Vo Cong Khanh) นักออกแบบและเจ้าของตราสินค้า วอ คง ชันห์

(Vo Cong Khanh)

3.2.2.4 ฟุง มี (Phoung My) นักออกแบบและเจ้าของตราสินค้าฟุง มี (Phoung My)

3.2.2.5 อันฮวง ทราน (Anhuong Tran) และเลอ มินห์ (Le Minh) นักออกแบบและครีเอทีฟไดเรกเตอร์ของตราสินค้ารู เด ชาส์ (Rue des Chats)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่จัดทำขึ้น สำหรับสัมภาษณ์กลุ่มนักออกแบบแฟชั่นชาวเวียดนามที่ถูกคัดเลือกมา โดยมีประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

1. ประเด็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวและที่อยู่สำหรับการติดต่อ
2. ประเด็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษา
3. ประเด็นคำถามเกี่ยวกับงานอดิเรก ความสนใจพิเศษ และกิจกรรมยามว่าง
4. ประเด็นคำถามเกี่ยวกับสไตล์ส่วนตัว ได้แก่
 - อาหารอะไรที่ชอบรับประทาน
 - ชอบดื่มชาหรือกาแฟ
 - สไตล์การแต่งตัว เป็นอย่างไร
 - หนังสืออะไรที่ชอบอ่าน
 - เพลงอะไรที่ชอบฟัง แนวเพลงอะไร
 - สถานที่อะไรที่ชอบไป
 - ใครคือบุคคลที่ชื่นชอบ
 - คำแนะนำที่ดีที่สุดที่เคยได้รับ
 - ความทรงจำอะไรที่น่าจดจำ
5. ประเด็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัยของนักออกแบบแต่ละคน ได้แก่
 - แรงบันดาลใจในการออกแบบของนักออกแบบแต่ละคนคืออะไร มาจากไหน
 - กระบวนการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัยของนักออกแบบแต่ละคนเป็นอย่างไร
 - ประวัติศาสตร์และเทคโนโลยีจากประเทศทางตะวันตก มีอิทธิพลต่อการออกแบบของนักออกแบบแต่ละคนหรือไม่ อย่างไร
6. ประเด็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทางการตลาดและตราสินค้าของตนเอง ได้แก่
 - ตราสินค้าแฟชั่นที่ทำมีที่มาอย่างไร
 - เป้าหมายของตราสินค้าของนักออกแบบแต่ละคนมีความเป็นท้องถิ่น (Localization) หรือโลกาภิวัตน์ (Globalization) เพราะอะไร

- กลุ่มลูกค้าคือใคร (กลุ่มลูกค้าในประเทศเวียดนาม หรือกลุ่มลูกค้าจากกลุ่มประเทศในอาเซียน หรือกลุ่มลูกค้าจากนานาชาติ) ลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้าหรือไม่ อย่างไร
- ตราสินค้าคู่แข่งคือใคร (ทั้งในประเทศ กลุ่มประเทศในอาเซียน และต่างประเทศ)
- ทิศทางของตราสินค้าแฟชั่นของตนเองเป็นอย่างไรในปัจจุบัน และในอีก 5 ปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร

7. ประเด็นคำถามที่เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักออกแบบแต่ละคน ได้แก่

- นักออกแบบแต่ละคนมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)
- นักออกแบบแต่ละคนมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับเทคโนโลยีจากทางโลกตะวันตก (Western Technology)
- รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และชีวิตประจำวันของนักออกแบบ (Daily Life) แต่ละคนเป็นอย่างไร
- นักออกแบบแต่ละคนภูมิใจในความเป็นเวียดนามหรือไม่ อย่างไร
- ในความคิดเห็นของนักออกแบบแต่ละคน จุดแข็งของแฟชั่นเวียดนามคืออะไร และจุดด้อยของแฟชั่นเวียดนามคืออะไร
- อะไรคือนวัตกรรมทางแฟชั่นและสิ่งทอของเวียดนามในปัจจุบัน
- อะไรที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอของนักออกแบบแต่ละคนมากที่สุด
- มีอะไรจะฝากถึงนักเรียน นักศึกษาที่เรียนในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอหรือไม่ อย่างไร

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 เก็บข้อมูลทุติยภูมิจากเว็บไซต์และเอกสารที่เกี่ยวข้องด้วยวิธีวรรณกรรมปริทัศน์

3.4.2 เก็บข้อมูลปฐมภูมิภาคสนามจากนักออกแบบแฟชั่นชาวเวียดนามด้วยวิธีสัมภาษณ์

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 ตั้งประเด็นของเนื้อหาโดยมองจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีพื้นถิ่นของเวียดนาม รูปแบบการดำเนินชีวิต เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตก และอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่น

3.5.2 รวบรวมข้อมูลการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบแฟชั่นชาวเวียดนามจากเว็บไซต์ (เป็นข้อมูลในเชิงเอกสาร) ตั้งแต่ ค.ศ. 2008 – 2015 และทำการติดต่อสัมภาษณ์นักออกแบบแฟชั่นชาวเวียดนามที่มีชื่อเสียง 6 คน จาก 5 ตราสินค้า อันได้แก่ เหงียน คอง จี (Nguyen Cong Tri) นักออกแบบและเจ้าของตราสินค้าเหงียน คอง จี (Nguyen Cong Tri), ลินดา ไม ฟุง (Linda Mai Phung) นักออกแบบและเจ้าของตราสินค้าลินดา ไม ฟุง (Linda Mai Phung), วอ คง ขันห์ (Vo Cong Khanh) นักออกแบบและเจ้าของตราสินค้าวอ คง ขันห์ (Vo Cong Khanh), ฟุง มี (Phoung My) นักออกแบบและเจ้าของตราสินค้าฟุง มี (Phoung My), อันฮวง ทราน (Anhuong Tran) และ เลอ มินห์ (Le Minh) นักออกแบบและครีเอทีฟไดเรกเตอร์ของตราสินค้ารู เด ชาส์ (Rue des Chats) เป็นต้น

3.5.3 นำองค์ประกอบที่ตั้งประเด็นไว้มาวิเคราะห์ข้อมูลที่มีสัมพันธ์กับการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบแฟชั่นชาวเวียดนาม ตั้งแต่ 7 ปีที่ผ่านมา

3.5.4 นำทั้งสองส่วนมาวิเคราะห์เพื่อสรุปผล และนำเสนอในรูปแบบของการบรรยาย

3.6 การสรุปผลข้อมูล

วิเคราะห์และนำเสนอในเชิงบรรยาย