



ภาพที่ 10: ภาพตัวอย่างผลงานของวอ คง ชันห์ ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากข้อความที่เขาอ่านเจอเมื่อวัยเด็ก
ที่มา: Vo Cong Khanh (2015)

4.1.2 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์วอ คง ชันห์ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของเขาคือ วัฒนธรรมเอเชีย โดยเฉพาะวัฒนธรรมเวียดนาม เขานำวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นของเอเชียมาผสมผสานกับวัฒนธรรมของประเทศทางตะวันตก โดยนำรูปแบบของหัตถกรรมพื้นถิ่น เช่น การจักสาน การทอผ้าพื้นเมือง การเย็บปักถักร้อยต่างๆ ฯลฯ ด้วยเทคนิคการตัดเย็บที่ประณีตของภูมิปัญญาชาวเวียดนามมาผสมผสานกับโครงสร้างและรูปแบบเครื่องแต่งกายที่เป็นสากล ตามแบบของประเทศทางตะวันตก ออกมาเป็นผลงานการออกแบบแฟชั่นที่ร่วมสมัย ดังภาพที่ 11 เป็นผลงานการออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นของวอ คง ชันห์ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจากเทศกาลที่เมืองเว้ ซึ่งเป็นเมืองทางตอนกลางของเวียดนาม เขานำรูปแบบ ลวดลาย และสีจากสถาปัตยกรรมที่พบเจอที่เมืองเว้ เช่น ลวดลายบนกำแพงวัด มาใช้ในการออกแบบผลงานคอลเลคชั่นนี้ ถ่ายทอดออกมาเป็นลายผ้าที่เกิดจากการปักด้วยช่างฝีมือแรงงานชาวเวียดนามที่มีความชำนาญ ด้วยเหตุนี้ อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นมีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบท่านนี้



ภาพที่ 11: ภาพตัวอย่างผลงานของวอ คง ชันห์ ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเทศกาลที่เมืองเว้
ที่มา: Baodoi (2014)

4.1.3 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์วอ คง ชันห์ เขาเกิดและเติบโตที่เมืองลอง อัน (Long An) ซึ่งเป็นเมืองในบริเวณสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง ที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจเมืองหนึ่งทางตอนใต้ของเวียดนาม โดยครอบครัวของเขานับถือศาสนาพุทธ เขาย้ายมาศึกษาต่อและจบการศึกษาระดับปริญญาตรีทางการออกแบบกราฟิก ที่มหาวิทยาลัยทางศิลปะของเมืองดองไน (University of Fine Art Dong Nai) ซึ่งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของเวียดนาม ไม่ไกลจากนครโฮจิมินห์ เขาหลงรักการวาดภาพตั้งแต่วัยเยาว์ สนใจในภาพลวงตา วัตถุสามมิติ สถาปัตยกรรม จนถึงวัตถุหกมิติ ด้วยเหตุที่เขาสนใจในงานศิลปะและสถาปัตยกรรม ทำให้ที่มาของแรงบันดาลใจหลักในการออกแบบแฟชั่นของเขาล้วนมาจากสิ่งเหล่านี้ ซึ่งเป็นสิ่งที่พบได้รอบตัวในการดำเนินชีวิตประจำวันของเขา ในชีวิตประจำวันของเขา เขาเปิดร้านขายและออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นร่วมสมัยที่นครโฮจิมินห์ ทำงานร่วมกับช่างเย็บผ้าในการผลิตชุดต้นแบบ เช่น คิดค้นรายละเอียดตกแต่งและเทคนิคแฟชั่น เพื่อพัฒนาผลิเป็นชุดจริง เขามักจะค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นและสิ่งที่เขาสนใจ เช่น แนวโน้มทางแฟชั่น ผลงานของนักออกแบบแฟชั่นอื่นๆ และความเคลื่อนไหวของวงการศิลปะและสถาปัตยกรรมจากในอินเทอร์เน็ต เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการทำงานออกแบบของเขา ดังภาพที่ 12 เป็นภาพผลงานการออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากภาพสะท้อนในกระจกเงา และภาพโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมของหอไอเฟลที่เขาเคยเดินทางไปเยือน ถ่ายทอดออกมาเป็นลายพิมพ์ผ้าที่มีการ

ตัดต่อและมีรายละเอียดตกแต่งที่สวยงาม ร่วมสมัย ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาถือเป็นปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบแฟชั่นนี้



ภาพที่ 12: ภาพตัวอย่างผลงานของวอ คง ขันท์ ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากภาพในกระจกเงา
ที่มา: Vo Cong Khanh (2015)

4.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตกที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบของวอ คง ขันท์ ที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ทราบว่าเขาใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นเป็นหลัก อีกทั้งเขายังใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) ในการแสดงอัตลักษณ์และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตราสินค้าแฟชั่นของเขา โดยใช้โปรแกรมเฟซบุ๊ก (Facebook) และอินสตาแกรม (Instagram) เป็นหลัก ซึ่งทำให้เพิ่มจำนวนลูกค้าและทำให้ตราสินค้าของเขาเป็นที่รู้จักในระดับสากลมากขึ้น นอกจากนี้ ผลงานการออกแบบแฟชั่นของเขาส่วนใหญ่ จะเน้นการใช้ลายผ้าที่มาจากการพิมพ์ลายผ้าด้วยเทคโนโลยีระบบดิจิทัล (Digital Printing Technology) ซึ่งนักออกแบบเองเป็นผู้ออกแบบลายผ้านั้นด้วยโปรแกรมกราฟิกในคอมพิวเตอร์ ดังภาพที่ 13 เป็นผลงานการออกแบบเสื้อผ้าของวอ คง ขันท์ ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากนกฟลามิงโก (Flamingo) ที่ถ่ายทอดออกมาเป็นลายผ้าที่เกิดจากการพิมพ์ด้วยเทคโนโลยีระบบดิจิทัล และเขาได้เผยแพร่ผลงานชิ้นนี้ผ่านอินสตาแกรม เพื่อการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของเขา จากทั้งหมดที่กล่าวมานี้ถือว่าปัจจัยด้านเทคโนโลยีของประเทศตะวันตกมีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบแฟชั่นท่านนี้



ภาพที่ 13: ภาพตัวอย่างผลงานของวอ คง ชันห์ ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากนกฟลามิงโก และเผยแพร่ในอิน스타그램
ที่มา: Vo Cong Khanh (2015)

4.1.5 ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิของวอ คง ชันห์ ทำให้ทราบถึงอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่นท่านนี้ว่า เขาเป็นคนที่ชื่นชอบและสนใจงานศิลปะและสถาปัตยกรรมเป็นหลัก โดยเฉพาะงานที่เป็นรูปแบบสามมิติและภาพลวงตา ซึ่งเขาได้ถ่ายทอดความชื่นชอบและความสนใจของเขาออกมาเป็นผลงานการออกแบบแฟชั่น ในรูปแบบลายผ้าที่มาจากการพิมพ์ด้วยระบบดิจิทัล เทคนิคและรายละเอียดตกแต่งที่มีความบรรจง ประณีตจากฝีมือแรงงานชาวเวียดนาม สู่เครื่องแต่งกายที่ร่วมสมัย โดยเน้นสีขาว เทา ดำ และสีสดเป็นหลัก ซึ่งพบเห็นได้ในทุกคอลเลกชั่น จนกลายเป็นจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของนักออกแบบท่านนี้ทำให้เป็นที่จดจำแก่กลุ่มลูกค้าและผู้พบเห็น จึงถือว่าปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะเป็นกลุ่มสตรีวัยทำงานในเวียดนาม ที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ทำงานในสายงานทางด้านศิลปะและอุตสาหกรรมแฟชั่น มีรสนิยมที่ดีและชอบสนใจทำในสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างจากคนอื่น ตราสินค้าคู่แข่ง จะอยู่ในกลุ่มของตราสินค้าที่เป็นนักออกแบบแฟชั่นเวียดนามด้วยกัน เช่น ตราสินค้าของถู่ดีไฮน์เฮ้าส์ (Thuy Design House) ตราสินค้าของลีลามบูติก (Li Lam Boutique) และตราสินค้าของวาเลนซิอานี (Valenciani) เป็นต้น โดยจะเน้นการขายกลุ่มลูกค้าภายในประเทศเป็นหลัก ซึ่งค่อนข้างได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย



ภาพที่ 14: ภาพตัวอย่างผลงานของวอ คง ขันท์
ที่มา: Vo Cong Khanh (2015)

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของลินดา ไม ฟุง (Linda Mai Phung)

4.2.1 ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ลินดา ไม ฟุง เกี่ยวกับแรงบันดาลใจในการออกแบบแฟชั่นของเธอ ส่วนใหญ่มาจากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังภูมิภาคและประเทศต่างๆทั่วโลก เช่น ญี่ปุ่น จีน เยอรมนี และไทย ฯลฯ ข้อมูลจากการท่องเที่ยวของเธอ เช่น ภาพถ่าย แผนที่ บันทึกการเดินทาง ตำนาน เรื่องเล่าปรัมปรา และความเชื่อต่างๆของแต่ละประเทศ ฯลฯ เป็นที่มาของแรงบันดาลใจในการออกแบบของเธอทั้งสิ้น ตัวอย่างเช่น ภาพที่ 15 เป็นภาพถ่ายโบราณหญิงสาวชาวเวียดนามในชุดบันนี่เกิร์ลกับชุดนักรบในยุคนั้น 60 ที่เขาเจอขณะเดินทางไปส่งเสื้อผ้าผากขายที่ร้านลูซีน (L'uicine) ถนนดองคอย (Dong Khoi) นครโฮจิมินห์ ภาพนั้นกลายเป็นแรงบันดาลใจในการสไตล์ (Styling) โดยการประยุกต์เครื่องประกอบเครื่องแต่งกายของบันนี่เกิร์ลและนักรบมาประกอบกับคอลเลกชันเสื้อผ้าสำหรับปี ค.ศ. 2010 ในแฟชั่นโชว์ของเธอด้วยเหตุนี้ จึงกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบท่านนี้



ภาพที่ 15: ภาพบันนี่เกิร์ลและนักร่ายกายกลของเวียดนาม ในยุค 60
ที่มา: Linda Mai Phung (2010)

4.2.2 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ลินดา ไม ฟุง ส่วนใหญ่เขาสนใจวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นในทวีปเอเชีย เนื่องจากเขาชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวมาก จนเปรียบเหมือนงานอดิเรกของเขา การเดินทางท่องเที่ยวของเขาแต่ละครั้ง ทำให้เขาได้ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นของแต่ละที่ มาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบแฟชั่น ตัวอย่างเช่น คอลเลคชั่นฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว สำหรับปี ค.ศ. 2015-2016 ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเรื่องราวความเชื่อที่เกี่ยวกับการเกิดดวงจันทร์ของจีน ซึ่งถ่ายทอดออกมาเป็นลายผ้า ที่มาจากภาพประกอบของศิลปินชาวฝรั่งเศสชื่อว่า มาริลูว์ ชาเบิร์ต (Marilou Chabert) ผสมผสานกับการใช้ผ้าฝ้ายทอมือจากกลุ่มชาวเขาชาวไทย ที่อาศัยอยู่ในเมืองเชียงเซา (Chieng Chau) ทางตอนเหนือของเวียดนาม มาผสมผสานกับโครงร่างและรูปแบบเครื่องแต่งกายที่เป็นสากล ตามแบบของประเทศทางตะวันตก ออกมาเป็นผลงานการออกแบบแฟชั่นที่ร่วมสมัย นอกจากนี้ เสื้อผ้าที่เขาออกแบบทั้งหมด ยังถูกตัดเย็บที่เวียดนามด้วยแรงงานชาวเวียดนาม ที่มีฝีมือและความชำนาญในการตัดเย็บที่ประณีต เรียบร้อย ซึ่งจากทั้งหมดที่กล่าวมา ทำให้เห็นว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นมีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบแฟชั่นท่านนี้



ภาพที่ 16: ภาพตัวอย่างผลงานของลินดา ไม ฟุง ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเรื่องราวความเชื่อที่เกี่ยวกับการเกิดดวงจันทร์ของจีน และใช้ผ้าฝ้ายทอจากชาวเขาของไทยที่อาศัยอยู่ที่ตอนเหนือของเวียดนาม
ที่มา: 2.bp.blogspot (n.d.)



ภาพที่ 17: ภาพลินดา ไม ฟุง กับกลุ่มชาวเขาทอผ้าที่เมืองเชียงเซา (Chieng Chau) ตอนเหนือของเวียดนาม
ที่มา: 4.bp.blogspot (n.d.)



ภาพที่ 18: ภาพตัวอย่างผลงานของลินดา ไม พุง ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเรื่องราวความเชื่อที่เกี่ยวกับการเกิดดวงจันทร์ของจีน และลายผ้าจากมาริลูว์ ชาเบิร์ต
ที่มา: pinkgreen blog (2015)

4.2.3 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ลินดา ไม พุง เขาเป็นชาวเวียดนามที่เกิดและเติบโตที่ประเทศฝรั่งเศส เขาเรียนและจบการศึกษาระดับปริญญาตรีทางด้านการออกแบบแฟชั่น ที่วิทยาลัยทางศิลปะดูเปร์รี (Duperre School of Arts) กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส และจบปริญญาโทในสาขาเดียวกันจากมหาวิทยาลัยทางศิลปะ (Academy of Arts, Architecture and Design in Prague) ที่เมืองปราก สาธารณรัฐเชค เขาหลงรักการวาดภาพ การท่องเที่ยว งานศิลปะ ผ้าทอมือจากเส้นใยธรรมชาติ และด้วยภูมิหลังของเขาที่มีเชื้อสายเวียดนาม แต่เกิดและเติบโตที่ฝรั่งเศส เดินทางท่องเที่ยวเป็นประจำ ทำให้เขาสามารถนำวัฒนธรรมเอเชียและยุโรป มาสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบแฟชั่นของเขาได้อย่างลงตัว ทั้งจากสิ่งที่พบได้เจอรอบตัวในชีวิตประจำวันของเขาและจากการเดินทางท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น คอลเลกชันเสื้อผ้าของเขาสำหรับฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวปี ค.ศ.2014-2015 เขาได้รับแรงบันดาลใจจากการเดินทางจากนครโฮจิมินห์ถึงโตเกียว และการได้พบปะพูดคุยกับนักวาดภาพประกอบชาวญี่ปุ่น ที่ชื่อว่า “อะยานะ โอตานิ (Ayano Otani)” เกิดเป็นผลงานการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัย ที่มีลายผ้ามาจากภาพวาดแผนที่ของนครโฮจิมินห์ของ อะยานะ โอตานิ ซึ่งมีการระบุสถานที่กิน ดื่ม เที่ยวที่เป็นร้านประจำของลินดา ไม พุง ในแผนที่นั้น ดังภาพที่ 19 จากการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้เห็นว่าปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบท่านนี้เป็นอย่างมาก

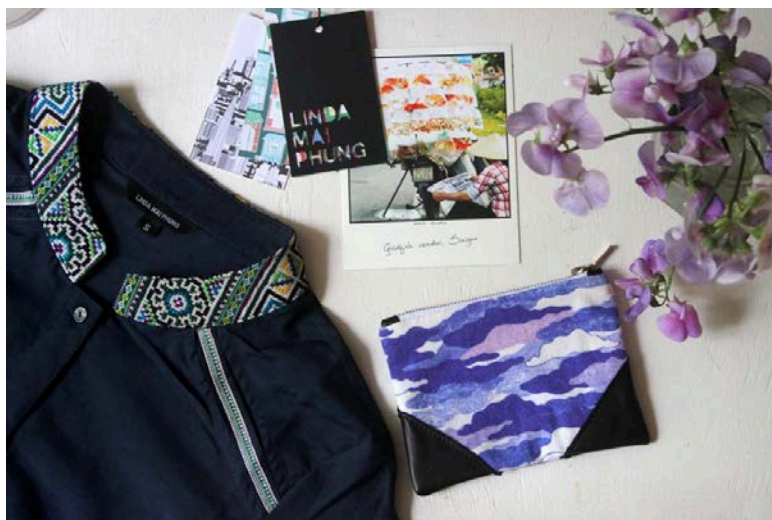


ภาพที่ 19: ภาพตัวอย่างผลงานของลินดา ไม ฟุง ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากแผนที่ของนครโฮจิมินห์
ที่มา: Linda Mai Phung (2014)

4.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตกที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวกับภูมิหลังของลินดา ไม ฟุง ที่เขาเกิดและเติบโตในประเทศฝรั่งเศส ทำให้เขาค้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และด้วยความที่ตราสินค้าของเขาเน้นความเป็นตราสินค้าแฟชั่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-Fashion) ทำให้เขาค่อนข้างพิถีพิถันในการเลือกใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตก ที่จะส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด เช่น การเลือกใช้ผ้าและวัสดุที่ผลิตมาจากวัตถุดิบรีไซเคิล เป็นต้น เขายังใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่น และสร้างเว็บไซต์ตราสินค้า ของเขาภายใต้ชื่อ “ลินดา ไม ฟุง (Linda Mai Phung)” ซึ่งเป็นชื่อของเขาเอง เพื่อจำหน่ายผลงานการออกแบบของเขาให้กับกลุ่มลูกค้านอกประเทศเวียดนาม เขาใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) อิน스타그램 (Instagram) พินเทอเรส (Pinterest) ทัมเบลอร์ (Tumblr) และ บล็อกสปอต (Blogspot) ฯลฯ ในการแสดงอัตลักษณ์ สร้างเครือข่าย ระดมทุนจากมวลชน และโฆษณาประชาสัมพันธ์ตราสินค้าแฟชั่นของเขาให้เป็นที่รู้จัก เพื่อการพาณิชย์และเพิ่มจำนวนกลุ่มลูกค้า รวมถึงเป็นช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็วในการซื้อขายสินค้า และค้นหาข้อมูลต่างๆเพื่อใช้ในการออกแบบแฟชั่น ตัวอย่างเช่น การใช้ประโยชน์จากปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตกที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของลินดา ไม ฟุง เขาได้สร้างการระดมทุนจากมวลชนผ่านเว็บไซต์อูลูเล่ดอทคอม (www.ulule.com) ซึ่งเป็นเว็บไซต์สำหรับการระดมทุนจากมวลชน (Crowdfunding) เพื่อนำเงิน 20,000 ยูโรที่ได้จากการระดมทุนนี้มาพัฒนาตราสินค้าของเขา โดยแบ่งเงินเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนแรก นำเสื้อผ้าที่เขาออกแบบเดินทางไปแสดงและจำหน่ายในงานแสดงสินค้าแฟชั่นที่กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี ส่วนที่ 2 นำเงินที่ได้มาจัดทำร้านชั่วคราว (Pop - up Store) เพื่อขายสินค้าของเขาที่นครโฮจิมินห์ ส่วนสุดท้าย นำเงินที่ได้มาจ่ายค่าจัดทำภาพยนตร์สั้นเพื่อโฆษณาการระดมทุนนี้ โดยกำหนดอัตราการบริจาคเงิน เพื่อแลกสินค้าที่เขาจัดทำขึ้นมาอย่างเป็นพิเศษ เช่น บริจาคเงิน 10 ยูโร ผู้บริจาคจะได้รับโปสการ์ดจากซองขนส่งให้ถึงที่บ้านผู้บริจาค บริจาคเงิน 90 ยูโร ผู้บริจาคจะได้รับเสื้อยืดพิมพ์ลายทั้งตัวของลิน

ดา ไม ฟุง จนถึงบริจาคเงิน 6,000 ยูโร ผู้บริจาคจะได้เสื้อผ้าสั่งตัดพิเศษและทริปเที่ยวเวียดนามกับลินดา ไม ฟุงและทีมงานของเขา เป็นต้น ซึ่งเขาได้ทำสำเร็จ โดยมียอดเงินบริจาคอยู่ที่ 22,861 ยูโร (ยอดเงิน ณ วันที่ 13 ก.ค. 58) จากทั้งหมดที่กล่าวมา ทำให้เห็นว่าปัจจัยด้านเทคโนโลยีของประเทศตะวันตกมีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบแฟชั่นท่านนี้เป็นอย่างมาก



ภาพที่ 20: ภาพตัวอย่างสินค้าที่จัดทำขึ้นเป็นพิเศษของลินดา ไม ฟุง ในการระดมทุนจากมวลชนเพื่อหารายได้ในการพัฒนาตราสินค้า
ที่มา: Linda Mai Phung (2015)

4.2.5 ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิของลินดา ไม ฟุง ทำให้ทราบถึงอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่นท่านนี้ ว่าเขาเป็นคนที่ชื่นชอบการท่องเที่ยว และเป็นนักออกแบบแฟชั่นเชื้อสายเวียดนามที่เกิดและเติบโตในยุโรป เป็นส่วนผสมที่ลงตัวของวัฒนธรรมยุโรปและเอเชีย ซึ่งเขาได้ถ่ายทอดความชื่นชอบและความเป็นอัตลักษณ์ของเขาออกมาเป็นผลงานการออกแบบแฟชั่นที่ร่วมสมัย มีการร่วมมือกับศิลปินนักวาดภาพประกอบต่างเชื้อชาติ เพื่อนำภาพประกอบมาสร้างเป็นลายผ้า เน้นแฟชั่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ใช้เทคนิคและรายละเอียดตกแต่งที่มีความประณีตบรรจงจากฝีมือแรงงานชาวเวียดนาม ออกมาเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นร่วมสมัย โดยเน้นสีขาว เทา ดำ และสีสดเป็นหลัก ซึ่งพบเห็นได้ในทุกคอลเลกชัน จนกลายเป็นจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของนักออกแบบท่านนี้ ที่ทำให้เป็นที่จดจำแก่กลุ่มลูกค้าและผู้พบเห็น และตัวของนักออกแบบเองก็ยืนยันที่จะใช้แนวทางนี้ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของเขาในการพัฒนาตราสินค้าของเขาต่อไปด้วย จึงถือว่าปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่นมีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบแฟชั่นท่านนี้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะเป็นกลุ่มสตรีวัยทำงานชาวเวียดนาม ที่มีรายได้ค่อนข้างสูง กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มสตรีที่อาศัยหรือเคยอาศัยอยู่ต่างประเทศ มีฐานะทางการเงินมั่นคง ติดตามแนวโน้มแฟชั่นและสนใจในสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตราสินค้าของลินดา ไม ฟุง จะเน้นขายในต่างประเทศ เช่น กลุ่มประเทศในทวีปยุโรป ไม่เน้นกลุ่มประเทศ

ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยกเว้นประเทศเวียดนาม สำหรับตราสินค้าคู่แข่ง ลินดา ไม ฟุงกล่าวว่าเขาไม่คิดว่าตราสินค้าของเขา จะมีคู่แข่ง เพราะแต่ละตราสินค้าก็ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมกันไป ส่วนมุมมองเกี่ยวกับตลาดแฟชั่นในกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (AEC) เขามองว่าตลาดยังไม่พร้อมสำหรับตราสินค้าของเขามากนัก เพราะผู้บริโภคยังไม่ค่อยให้ความสนใจนัก ออกแบบจากกลุ่มประเทศแถวนี้เท่าไร ยกเว้นประเทศสิงคโปร์ ที่ยังมีลูกค้าให้ความสนใจในตราสินค้าของเขา นอกจากชาวเวียดนาม



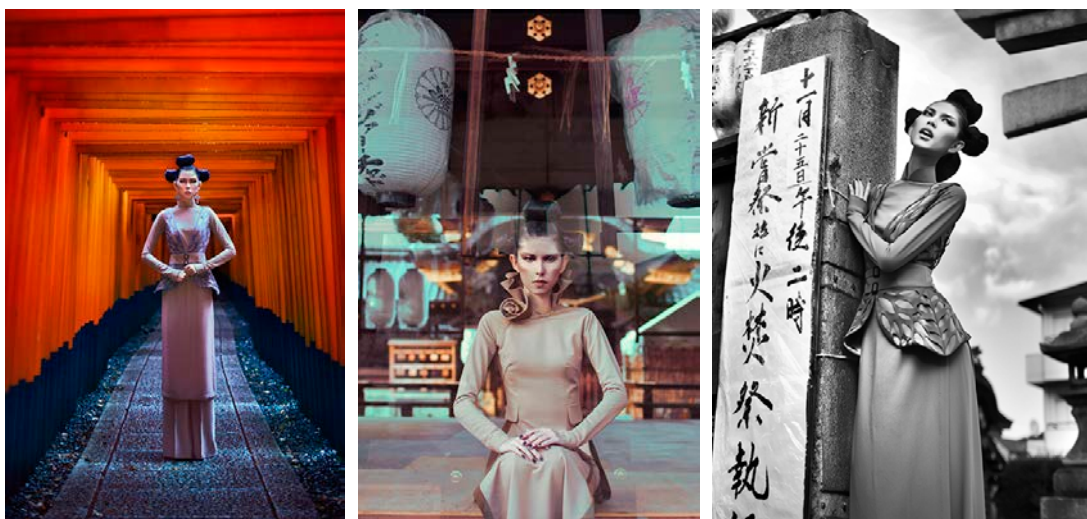
ภาพที่ 21: ภาพตัวอย่างเสื้อผ้าในคอลเลกชันฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวปี ค.ศ. 2015-2016 ของลinda ไม ฟุง
ที่มา: ธโนทัย มงคลสินธุ์ ถ่ายวันที่ 13 กรกฎาคม 2558

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของเหงียน คอง จี (Nguyen Cong Tri)

4.3.1 ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เหงียน คอง จี รวมถึงข้อมูลที่รวบรวมมาจากเว็บไซต์ตราสินค้าของเขา พบว่าแรงบันดาลใจในการออกแบบแฟชั่นของเขา ส่วนใหญ่มาจากประวัติศาสตร์ของเวียดนาม โดยเขาจะค้นคว้าข้อมูลจากการอ่านหนังสือ ซึ่งหนังสือที่เขาชอบอ่านมักจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับนิยายย้อนยุค และบทกวี อาทิ เรื่องเล่าของเคียว (The Tale of Kieu) โดยเหงียน ดู (Nguyen Du) หนึ่งร้อยปีแห่งความโดดเดี่ยว (One Hundred Years of Solitude) โดยกาเบรียล การ์เซีย (Gabriel Garcia) และวิมานลอย (Gone with the Wind) โดยมาร์กาเรต มิตเชลล์ (Margaret Mitchell) ฯลฯ และอินเทอร์เน็ต และนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นของเขาในแต่ละฤดูกาลอยู่เสมอ ซึ่งแต่ละคอลเลกชันจะมีความ

แตกต่างกันค่อนข้างมาก ไม่สามารถระบุถึงแนวทางหรือทิศทางของตราสินค้าของเขาได้อย่างชัดเจนว่าในแต่ละคอลเลกชันจะเป็นไปอย่างไร



ภาพที่ 22: ภาพตัวอย่างผลงานของเหงียน คอง จี ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากชุดอ่าวห่ายหรือชุดประจำชาติของเวียดนาม

ที่มา: Nguyencongtri (2015)

ตัวอย่างเช่น คอลเลกชันเสื้อผ้าหมายเลข 7 ที่เขาได้รับแรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากชุดประจำชาติของเวียดนามหรือชุดอ่าวห่ายในสมัยโบราณ โดยออกแบบไปตามกระแสนิยม แต่ยังคงรักษาแบบแผนความเป็นเวียดนามไว้ ถ่ายทอดออกมาเป็นเสื้อผ้าที่ร่วมสมัย โดยกลุ่มลูกค้าหลักของเขา คือสตรีในแวดวงสังคมการเมืองและสตรีชั้นสูง เขายังเลือกใช้ผ้าและวัสดุที่มีคุณภาพสูง รายละเอียดตกแต่งและเทคนิคให้เหมาะสมกับยุคสมัยปัจจุบัน ดังภาพที่ 22 นอกจากนี้ ในบทสัมภาษณ์ช่วงหนึ่ง เหงียน คอง จี ได้เล่าถึงความฝันของเขา ซึ่งเขามีเจตนารมณ์ที่จะสร้างหมู่บ้านพิพิธภัณฑ์ ที่สามารถจัดแสดงผลงานที่สะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ศิลปะของเวียดนาม เพื่อให้ประชาชนและคนรุ่นหลังได้ศึกษาถึงรากเหง้าของตนเอง เพราะปัจจุบันสถานที่ที่รวบรวมข้อมูลทางด้านศิลปะของเวียดนามยังมีไม่แพร่หลาย ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบท่านนี้ค่อนข้างมาก

4.3.2 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากข้อมูลที่รวบรวมมาจากเว็บไซต์ตราสินค้าของเขา แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ เหงียน คอง จี พบว่า เขาสนใจวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นของเวียดนามเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นงานศิลปะพื้นบ้าน งานหัตถกรรมจักสาน และงานเย็บปักถักร้อย ฯลฯ โดยผลงานการออกแบบของเขา ส่วนใหญ่จะเน้นการใช้รายละเอียดตกแต่งที่วิจิตรบรรจงอันเกิดจากการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่นผ่านฝีมือแรงงานชาวเวียดนามที่ละเอียดประณีต ตัวอย่างเช่น ผลงานการออกแบบคอลเลกชันเสื้อผ้าของเขา ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากหัตถกรรมจักสาน

ของเวียดนาม ผสมผสานกับโครงร่างเงาและรูปแบบเครื่องแต่งกายที่เป็นกระแสนิยมตามแบบประเทศทางตะวันตก โดยใช้สีขาวเป็นสีหลัก ออกมาเป็นผลงานการออกแบบแฟชั่นที่ร่วมสมัย ทั้งนี้ เสื้อผ้าที่เขาออกแบบทั้งหมด ใช้แรงงานชาวเวียดนาม ที่มีฝีมือและความชำนาญในการตัดเย็บที่ประณีต เรียบร้อยเป็นผู้ตัดเย็บ ดังภาพที่ 23 จากทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้เห็นว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นมีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบแฟชั่นท่านนี้



ภาพที่ 23: ภาพตัวอย่างผลงานของเหงียน คอง จี ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการจักสาน ซึ่งเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านของเวียดนาม

ที่มา: Nguyencongtri (2015)

4.3.3 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เหงียน คอง จี เขาเกิดและเติบโตที่เมืองดานัง ซึ่งเป็นเมืองท่าที่สำคัญทาง ตอนกลางของเวียดนาม และย้ายมาศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในสาขาการออกแบบกราฟิกที่มหาวิทยาลัยทางศิลปะและสถาปัตยกรรมในนครโฮจิมินห์ (Ho Chi Minh Art and Architecture University) เขาสนใจแฟชั่นตั้งแต่เยาว์วัย โดยเริ่มจากการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการสนับสนุนและช่วยเหลือจากพี่สาวของตนเอง ดังนั้น การตัดเย็บเสื้อผ้าจึงกลายเป็นงานอดิเรกของเขาในวัยเด็ก และต่อมากลายมาเป็นงานประจำของเขาในทุกวันนี้ นอกจากนี้ เขายังให้ความสนใจเกี่ยวกับการตกแต่งภายใน (Interior Design) ด้วย ซึ่งกลายมาเป็นงานอดิเรกในปัจจุบันของเขา และเขายังออกแบบตกแต่งร้านของตนเองได้อย่างสวยงามอีกด้วย เหงียน คอง จี ชื่นชอบแสวงหาอาหารรสชาติแปลกใหม่อยู่เสมอ โดยเฉพาะรสชาติอาหารไทย เนื่องจากเขาชอบอาหารรสเผ็ดจัด เขายังชอบดื่มชาและชื่นชอบการฟังเพลงแนวคลาสสิกและแจ๊สมาก ทำให้เขาเป็นคนที่ใส่ใจในรายละเอียดมาก ซึ่งเข้ากับบุคลิกการแต่งตัวของเขา ที่มักเลือกชุดที่ออกแบบเรียบง่ายแต่ใส่ใจในรายละเอียด เช่น เสื้อยืดผ้าฝ้ายและเสื้อเชิ้ตสีพื้นอย่าง สีขาว สีเทา และ สีดำ ที่ตัดเย็บอย่างดี ด้วยการที่เขาเป็นคนที่ใส่ใจในรายละเอียดมาก ทำให้เขาสนใจสิ่งเล็กๆน้อยๆรอบตัวเขาเสมอ และนำสิ่งเหล่านั้นมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นของเขา



ภาพที่ 24: ภาพตัวอย่างผลงานของเหงียน คอง จี ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเมืองไซ่ง่อนหรือนครโฮจิมินห์ในปัจจุบัน

ที่มา: Nguyencongtri (2015)

ตัวอย่างเช่น ผลงานการออกแบบคอลเลกชันเสื้อผ้าของเขาที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากความประทับใจเมืองไซ่ง่อนหรือนครโฮจิมินห์ในปัจจุบัน ที่เขาอาศัยอยู่มากกว่า 15 ปี ทั้งวิถีชีวิตของผู้คนในเมือง และสิ่งที่ได้พบเห็นในชีวิตประจำวัน เช่น การจราจร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ร้านค้า ตลาด และป้ายต่างๆ ฯลฯ มาเป็นข้อมูลในการออกแบบแฟชั่นของเขา และใช้โครงร่างเงาเป็นชุดอว้าหาย่าย เลือกลายผ้าที่เป็นลายกราฟิก และใช้ผ้าและวัสดุตามกระแสนิยม ถ่ายทอดออกมาเป็นคอลเลกชันเสื้อผ้าที่มีความเป็นเวียดนามร่วมสมัย ดังภาพที่ 24 และจากการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้เห็นว่าปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบท่านนี้เป็นอย่างมาก

4.3.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตกที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิของเหงียน คอง จี เขาเกิดและเติบโตในประเทศเวียดนาม แต่ได้มีโอกาสเดินทางไปต่างประเทศเป็นประจำ เพื่อเผยแพร่ผลงานการออกแบบของเขาสู่สายตาชาวโลก ทำให้เขาค้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตกมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบแฟชั่นของเขาเป็นอย่างดี เช่น การใช้เทคนิคการตัดด้วยลำแสงเลเซอร์ (Laser Cutting) การพิมพ์ผ้าด้วยเทคโนโลยีระบบดิจิทัล (Digital Printing Technology) และเครื่องพิมพ์สามมิติ (3D Printer) เป็นต้น นอกจากนี้ อินเทอร์เน็ตก็เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งในการค้นหาข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นของเขา เขามีเว็บไซต์ตราสินค้าของเขา ซึ่งเป็นชื่อของเขาเอง คือ “เหงียน คอง จี (Nguyen Cong Tri)” ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าจากชาติตะวันตก เช่น สหรัฐอเมริกาและยุโรป ฯลฯ นิยมเข้ามาดูผลงานการออกแบบแต่ละคอลเลกชันของเขา และสั่งซื้อผลงานผ่านช่องทางออนไลน์ และจากบทสัมภาษณ์ของ เหงียน คอง จี เขาได้กล่าวถึงบทบาทความสำคัญของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของเขาเอง และการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับผลงานการออกแบบของเขา ผ่านเฟสบุ๊ก (Facebook) เขา

เล่าว่าตัวเองก็พกโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) ติดตัวตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้ สื่อสังคมออนไลน์จึงมีอิทธิพลต่อผลงานการออกแบบของเขามาก โดยเฉพาะผลงานการออกแบบแฟชั่นคอลเลกชันฤดูใบไม้ผลิ-ฤดูร้อน ปี ค.ศ. 2015 ของเขาที่ชื่อว่า “โซเชียล เน็ตเวิร์ค (Social Network)” ซึ่งเขาได้รับแรงบันดาลใจมาจากกระแสนิยมของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ในปัจจุบัน ดังภาพที่ 25 ซึ่งจากทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้เห็นว่าปัจจัยด้านเทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตกมีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบแฟชั่นท่านนี้มาก



ภาพที่ 25: ภาพตัวอย่างผลงานของเหงียน คอง จี ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์
ที่มา: Vietnamnet (2014)

4.3.5 ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิของเหงียน คอง จี ทำให้ทราบถึงอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่นท่านนี้ ว่าเขาเป็นคนที่ภูมิใจในความเป็นเวียดนาม ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีและศิลปะพื้นบ้าน และเขาเป็นคนสนใจแฟชั่น การตัดเย็บ และการตกแต่งบ้าน และยังใส่ใจในรายละเอียด มาก ทุกอย่างต้องสมบูรณ์แบบ ด้วยเหตุนี้ทำให้เขาสนใจในแฟชั่นชั้นสูง (Haute Couture) ของฝรั่งเศสเป็นพิเศษ โดยเฉพาะรูปแบบการตัดเย็บรายละเอียดตกแต่งและเทคนิคต่างๆ เขาได้นำสิ่งที่เขาสนใจนี้มาประยุกต์กับความเป็นเวียดนามร่วมสมัย ใช้เทคนิคและรายละเอียดตกแต่งที่มีความประณีตบรรจงจากฝีมือแรงงานชาวเวียดนาม เลือกใช้ผ้าและวัสดุที่มีคุณภาพดี ออกมาเป็นผลงานการออกแบบแฟชั่นที่เป็นอัตลักษณ์อันโดดเด่นของเขา ซึ่งพบเห็นได้ในทุกคอลเลกชัน จนกลายเป็นอัตลักษณ์ของนักออกแบบท่านนี้ กลายเป็นที่จดจำแก่กลุ่มลูกค้าและผู้พบเห็น และนักออกแบบเองก็ภูมิใจที่จะใช้แนวทางนี้ในการพัฒนาตราสินค้าของเขาต่อไป ซึ่งถือว่าปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของนักออกแบบ

แฟชั่นมีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่นของนักออกแบบแฟชั่นท่านนี้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะเป็นกลุ่มสตรีเวียดนามที่มีชื่อเสียงในสังคม เช่น ดารานักแสดง ศิลปิน นักการเมือง และสาวสังคมชั้นสูง ฯลฯ ตราสินค้าของเหงียน คอง จี จะเน้นทำเสื้อผ้าแบบวัดตัวตัด โดยเสื้อผ้าแต่ละชุดจะถูกตัดเย็บตามขนาดการวัดตัวของแต่ละบุคคลที่สั่งตัดชุดนั้น เพื่อให้ชุดออกมาพอดีกับบุคคลนั้นโดยเฉพาะ และบางชุดอาจจะมีแค่ชุดเดียวในโลก และเนื่องจากตราสินค้าของเหงียน คอง จีเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงเป็นอย่างมากในประเทศเวียดนาม โดยได้รับการยกย่องว่าเป็นตราสินค้าเสื้อผ้าชั้นสูงของเวียดนาม ทำให้ตัวนักออกแบบมองว่า เขาไม่มีตราสินค้าคู่แข่ง เขาแข่งกับตัวเขาเองมากกว่า ส่วนมุมมองตราสินค้าของเขาในตลาดแฟชั่นของกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น เสื้อผ้าและตราสินค้าของเขาเป็นที่ยอมรับทางด้านความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบอย่างกว้างขวาง และตัวเขาเองยังเป็นตัวแทนของประเทศเวียดนามไปแสดงผลงานแฟชั่นที่เขาออกแบบในระดับนานาชาติมาแล้วหลายครั้ง



ภาพที่ 26: ภาพตัวอย่างผลงานของเหงียน คอง จี

ที่มา: NCT PORTFOLIO (2015)

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของฟุง มี (Phoung My)

4.4.1 ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ฟุง มี พบว่านักออกแบบไม่สนใจประวัติศาสตร์ ด้วยเหตุผลที่ว่า นักออกแบบฟุง มี ไม่ชอบการค้นคว้าสิ่งที่ผ่านมาแล้ว หรือ มองย้อนกลับไปหาอดีต แต่ให้ความสนใจถึงสถานการณ์ และเหตุการณ์ปัจจุบันมากกว่า เขาให้เหตุผลว่านักออกแบบส่วนใหญ่มักได้รับบันดาลใจจากประวัติศาสตร์หรือการค้นคว้าจากอดีต ซึ่งทำให้ผลงานมักมีความคล้ายคลึงกัน เพราะมักได้แรงบันดาลใจมาจากเรื่องเดียวกันหรือแหล่งเดียวกัน อีกเหตุผล

ประการหนึ่งคือ เขาไม่ได้เติบโตในประเทศเวียดนาม จึงทำให้เขาไม่ได้ศึกษาทางด้านประวัติศาสตร์ของชาติตนเองเท่าใดนัก

4.4.2 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ฟุง มี เติบโตที่เมืองซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา และเพิ่งย้ายกลับมาอยู่ที่ประเทศชาติกำเนิดของตนเองที่เมืองโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนามเมื่อปี ค.ศ. 2013 (ซึ่งเป็นปีเดียวกันที่ตราสินค้า ฟุง มี ก่อตั้งขึ้น) จึงทำให้เขายังไม่คุ้นเคยกับวัฒนธรรมของคนเวียดนามมากนัก เขายังเล่าถึงประวัติความสนใจทางด้านแฟชั่นของเขาที่จะเกิดขึ้นในช่วงหลังจากเขาเรียนจบระดับอุดมศึกษาแล้ว โดยเขาให้เหตุผลว่า ถึงแม้เขาจะเรียนและเติบโตที่ประเทศสหรัฐอเมริกา แต่การเลี้ยงดูของครอบครัวยังคงเป็นรูปแบบคนเวียดนาม ซึ่งคนเอเชีย โดยเฉพาะคนจีนและคนเวียดนามต่างให้ความสำคัญเรื่องการเรียนเป็นอันดับหนึ่ง และมีความเชื่อว่า ศิลปะคือสิ่งที่ไร้สำหรับคนเรียนไม่เก่งและไม่สามารถสร้างรายได้ดีเท่ากับคนที่เรียนเก่ง ซึ่งคนที่เรียนเก่งจะสามารถเลือกประกอบอาชีพที่สร้างรายได้ที่ดีกว่า ดังนั้นในตอนแรกเขาจึงเลือกเรียนทางด้านกฎหมายในระดับปริญญาตรี แต่เมื่อเขาเรียนไปได้เพียงหนึ่งปี เขากลับขอครอบครัวเลือกเรียนทางด้านออกแบบแฟชั่นแทน เพราะเขารู้สึกว่างานทางด้านแฟชั่นเป็นงานที่ต้องใช้ความรู้หลายแขนง และไม่หยุดอยู่กับที่ซึ่งเหมาะสมกับตัวของเขาเองมากกว่า โดยเขามีความตั้งใจจะเปิดร้านฟุง มี สาขาแรกที่ประเทศบ้านเกิดของเขาเอง เขาให้เหตุผลว่า เขาเป็นคนโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนามโดยกำเนิด ซึ่งน่าจะดีกว่าถ้าได้ทำอะไรครั้งแรกในชีวิตของตนเอง ณ ที่กำเนิดของตนเอง

ในด้านการออกแบบของฟุง มี มีจุดประสงค์ออกแบบเพื่อคนเวียดนามเป็นหลัก ซึ่งเขาให้ความสำคัญถึงสรีระของผู้หญิงและความต้องการของสตรีเป็นสำคัญ เขามักใช้ความต้องการและปัญหาที่พบของผู้หญิงมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบเสื้อผ้าสตรี ยกตัวอย่างเช่น ชุดกระโปรงที่เข้ารูปช่วงบนและเพิ่มขนาดตรงส่วนสะโพก ลักษณะของชุดคล้ายกับรูปทรงดอกทิวลิป โดยเขาให้เหตุผลว่า ผู้หญิงเวียดนามและผู้หญิงเอเชียมีรูปร่างที่เล็ก แต่สะโพกผาย ชุดกระโปรงจึงมีความเหมาะสมกับสรีระและสัดส่วนของผู้หญิงเวียดนามและเอเชียที่สุด และทรงชุดกระโปรงดอกทิวลิปสามารถปกปิดสัดส่วนที่ไม่ต้องการอย่างเช่น สะโพกที่ผาย ได้เป็นอย่างดี ฟุง มี ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า คนเวียดนามนิยมสวมใส่ชุดที่พอดีกับเรือนร่างของตนเองเป็นอย่างมาก ตลอดจนการตัดเย็บที่ต้องละเอียดและประณีต ซึ่งเขารู้สึกภาคภูมิใจในเรื่องการตัดเย็บและงานช่างฝีมือของชาวเวียดนามเป็นพิเศษ และ ในบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งของ เฮอเวิลด์พลัส (HerworldPlus) ฟุง มี ได้เล่าถึงแรงบันดาลใจในแต่ละคอลเลกชันส่วนใหญ่ล้วนแล้วมาจากผู้หญิงเอเชีย โดยเขาให้ความเห็นว่า ผู้หญิงเอเชียดูเป็นคนที่มีความอดทนแข็งแกร่งเพื่อครอบครัวและสามีของตน เพราะผู้หญิงเอเชียต้องทำงานทั้งนอกบ้านและเมื่อกลับมาถึงบ้านยังคงต้องทำงานบ้านเพื่อดูแลคนในครอบครัว แต่ภายในจิตใจของเขานั้นแท้จริงแล้วกลับอ่อนโยนและบอบบาง ซึ่งจากมุมมองของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนเอเชียตรงนี้ คือแรงบันดาลใจหลักของเขา ฟุง มี ซึ่งเขานำเรื่องความแตกต่างของความแข็งแกร่งและความเปราะบางของผู้หญิงเอเชียมาสร้างเป็นผลงานการออกแบบของตราสินค้า ฟุง มี



ภาพที่ 27: ภาพตัวอย่างผลงานของฟง มี ชุดกระโปรงทรงดอกทิวลิปเอกลักษณ์ประจำตราสินค้า ฟง มี (Phoung My)
ที่มา: Xinying Hong (2015)

4.4.3 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ฟง มี เขาเล่าว่านอกจากอาชีพนักออกแบบแฟชั่นแล้ว เขายังทำหน้าที่เป็นสไตลิสต์ (Stylist) ให้กับนิตยสารแอลเวียตนา (ELLE Vietnam) จึงทำให้เขาต้องเดินทางไปทำงานต่างประเทศเป็นประจำ และทำให้พบเจอผู้คนหลากหลาย และต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกันอยู่เสมอ ในส่วนหนึ่งของการสัมภาษณ์เขาเล่าว่า เขาอยู่โฮจิมินห์น้อยกว่าอยู่ต่างประเทศ เขาจึงได้รับแรงบันดาลใจในเรื่องของสี ลวดลายและอารมณ์ของชุดในแต่ละฤดูกาลจากความรู้สึกและประสบการณ์ของตัวเองของเขาเองระหว่างในการเดินทางหรือต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมแปลกถิ่นนั้นๆ และงานอาชีพสไตลิสต์ของเขา ทำให้เขาได้เห็นมุมมองหลายรูปแบบ และการที่เขาต้องร่วมงานกับนิตยสารต่างๆ ทำให้เขาเรียนรู้อะไรทางด้านการตลาดอีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้เขายังเล่าถึงที่มาของอุปนิสัยที่เป็นคนละเอียดและช่างเลือกได้มาจากคุณแม่ของเขาเอง ซึ่งเขากล่าวว่า คุณแม่คือแรงบันดาลใจและเป็นต้นแบบของเขา เขาเล่าให้ฟังว่าคุณแม่ของเขาเป็นคนช่างคิดและเจ้าระเบียบมากและเป็นผู้ที่ชมผลงานของเขาอยู่เสมอ และนั่นทำให้ผลงานการออกแบบของเขาจึงประณีตเป็นพิเศษ และยังทำให้เขาทราบถึงปัจจัยความต้องการของสตรีวัยรุ่นราวคราวเดียวกับคุณแม่ของเขา จึงทำให้มีกลุ่มลูกค้าวัยผู้ใหญ่ไว้วางใจในตราสินค้าฟง มี



ภาพที่ 28: ภาพตัวอย่างผลงานของฟุง มี ฤดูใบไม้ผลิ-ฤดูร้อน ปี ค.ศ. 2015
มีลวดลายดอกไม้และสีสันที่สดใสตามความรู้สึกที่นักออกแบบต้องการสื่อถึงความสดใสและความเป็นผู้หญิง
ที่มา: Zhang Jingna (2015)

4.4.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตกที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวกับภูมิหลังของฟุง มี เดิบโตในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้เขาค้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตกเป็นอย่างดี เขามักใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นคว้าข้อมูล เพื่อหาแรงบันดาลใจ หรือเพื่อหาความรู้สำหรับการทำงานของเขาเองอยู่เสมอ แต่จากการสัมภาษณ์พบว่า ฟุง มี มีลักษณะค่อนข้างเก็บตัวและมีโลกส่วนตัวสูง เขาจึงมักทำงานแต่เบื้องหลัง และไม่ออกสื่อมากนัก เขาจึงไม่มีเฟซบุ๊ก (facebook) หรือสื่อสังคมออนไลน์ส่วนตัวของเขาเอง ซึ่งเขาเองเคยให้สัมภาษณ์กับนิตยสารแอลเวียดนามเช่นกันว่า เขาเป็นคนรอบคอบและไตร่ตรองทุกครั้งเมื่อต้องออกสื่อ ซึ่งจากรายงานและบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งของเวียดเอ็กซ์เพรส (Viet Express) ได้อธิบายถึงฟุง มี ว่า เขาแทบไม่ปรากฏให้เห็นในหน้านิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ใดใดด้วยซ้ำ แต่โลกแห่งความจริงเขากลับปรากฏแทบจะทุกที่

ในทางกลับกันสำหรับตราสินค้าแฟชั่นฟุง มี เขากลับให้ความสำคัญมาก โดยเขาได้จ้างทีมประชาสัมพันธ์มาเป็นผู้ดูแลเว็บไซต์และช่องทางต่างๆ ของสังคมออนไลน์ของตราสินค้าฟุงมีอย่างจริงจัง เขาให้เหตุผลว่าสิ่งเหล่านี้คือ ปัจจัยสำคัญในการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของเขาในปัจจุบันเพื่อให้ทราบข่าวสารของตราสินค้า และเป็นการติดต่อข่าวสารกับลูกค้าของตราสินค้าได้เป็นอย่างดี เพราะเขาต้องการให้ตราสินค้า ฟุง มี สามารถอยู่ต่อไปได้อีกยาวนาน ไม่ใช่เพียงแค่ 5 หรือ 10 ปี แต่สามารถอยู่ได้อีก 50 ปี โดยสามารถอยู่ได้โดยไม่ต้องมีตัวของเขา ดังนั้นเขาจึงกล่าวว่า สิ่งสำคัญคือตราสินค้าฟุง มี แต่ไม่ใช่ตัวตนของเขา

ในส่วนของการออกแบบ ฟุง มี ให้ความสำคัญถึงเทคโนโลยีต่างๆ ในการสร้างสรรค์ผลงานของเขา เช่น การพิมพ์ผ้าด้วยเทคโนโลยีระบบดิจิทัล วัสดุ เทคนิคและรายละเอียดตกแต่งชุดต่างๆ ที่เขาสั่งผลิตขึ้นโดยเฉพาะ เพราะเขาต้องการให้ผลงานการออกแบบของเขาร่วมสมัยและแตกต่างจากตราสินค้าแฟชั่นอื่นๆ แต่ทั้งนี้วัสดุหลายอย่างในเวียดนามยังไม่ได้คุณภาพมากพอตามมาตรฐานที่ ฟุง มี ต้องการ

เขาจึงต้องสั่งวัสดุจากต่างประเทศอยู่หลายอย่าง เช่น ซิปสำหรับประกอบชุด หรือกระดุมแบบพิเศษ เป็นต้น



ภาพที่ 29: ภาพตัวอย่างผลงานของฟง มี ฤดูใบไม้ผลิ-ฤดูร้อน ปี ค.ศ. 2014
ที่มา: ที่มา: Zhang Jingna (2014)

4.4.5 ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิของฟง มี พบว่า เขาให้ความสำคัญกับเรือนร่างและความต้องการของผู้หญิงเป็นสำคัญ จากการสัมภาษณ์ฟง มี เขาเล่าว่า เขามีความเป็นนักธุรกิจมากกว่านักออกแบบแฟชั่น ดังนั้น เขาจึงไม่ได้ให้ความสำคัญถึงที่มาของแรงบันดาลใจ หรือเรื่องราวต่างๆ แต่เขาให้ความสำคัญถึงความงามเป็นหลัก เช่น เมื่อลูกค้าสวมใส่ชุดแล้วมีความสุขและดูดีมากขึ้นหรือไม่ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือเปล่า เป็นต้น โดยเขามักพบปะผู้คนและลูกค้ามากมาย ซึ่งปัญหาต่างๆและความต้องการของลูกค้าทั้งคนเวียดนาม เอเชีย ตะวันออกกลาง และยุโรป ล้วนมีความต้องการที่จะสวมใส่ชุดแล้วเกิดความงามมากขึ้น เพียงแต่สรีระของผู้หญิงในแต่ละภูมิภาคล้วนแตกต่างกัน เขาจึงต้องศึกษาและใช้ประสบการณ์ของเขาในการแก้ไขปัญหาและออกแบบชุดแต่งกายให้เหมาะสมกับพวกเขา นอกจากนี้เขายังให้ความสำคัญในเรื่องของรายละเอียดและพิถีพิถันในทุกขั้นตอน เขาเล่าว่า ทุกวันนี้เขายังคงสร้างแพทเทิร์นสำหรับตัดชุดด้วยตัวของเขาเองทั้งหมด และยังเป็นคนดูแลการฟิตติ้ง (Fitting) ชุดทั้งหมดเอง เพราะเขาต้องการความแม่นยำและเหมาะสมกับเรือนร่างของลูกค้าที่ไว้วางใจตัดชุดกับเขา โดยทุกชุดล้วนแล้วต้องสั่งตัดเฉพาะ ไม่มีวางจำหน่ายหน้าร้าน เพราะตราสินค้า ฟง มี ไม่ใช่เสื้อผ้าสำเร็จรูป (Ready-to-wear) แต่คือเสื้อผ้าสั่งตัดเฉพาะบุคคล (Custom-made) ซึ่งในบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งของ เฮอเวิลด์พลัส (HerworldPlus) ฟง มีได้กล่าวถึงที่มาของการออกแบบว่า เขามักนึกถึงผู้หญิงคนหนึ่งใส่ใจและออกแบบชุดให้เขาโดยคำนึงจาก “เขา

จะสวมใส่ชุดนี้และอยู่ในงานสังสรรค์ได้อย่างไร” มากกว่าเพียงแค่ความคิดที่ว่า “เขาสวมใส่ชุดนี้แล้วเป็นอย่างไร” เพราะฟุง มี มักคำนึงถึงผู้สวมใส่ในทุกอิริยาบถ เช่น เมื่อเขานั่ง ก้าวออกจากรถ หรือเมื่อเขาเอื้อมมือหยิบเครื่องดื่มจะเป็นอย่างไร จะมีปัญหาเมื่อเขานั่งหรือไม่ รู้สึกสวมใส่ไม่สบายหรือเปล่า เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันจากการสัมภาษณ์ฟุง มี พบว่าเขาได้เล่าถึงมีโครงการจะขยายกิจการเพิ่มขึ้น คือการสร้างตราสินค้าฟุง มี ในรูปแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าระดับกลางซึ่งมีกำลังซื้อน้อย แต่เขายืนยันว่าถึงแม้จะเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป แต่ชุดทุกชุดจะยังคงความละเอียดเอาไว้เหมือนเดิมตามแบบฉบับของตราสินค้า ฟุง มี ดั้งเดิม เพราะนั่นคือหัวใจสำคัญหลักของตราสินค้าของเขา กลุ่มเป้าหมายของตราสินค้า ฟุง มี (Phoung My) นั้น เป็นกลุ่มของสตรีที่มีฐานะและเป็นหญิงสาวสังคม มีกำลังซื้อสูง และมักเป็นผู้หญิงที่พิถีพิถันและใส่ใจในรายละเอียดเสมอ และเน้นการแก้ไขปัญหาและปกปิดสรีระอันไม่พึงประสงค์ของผู้หญิง เช่น ความกังวลบริเวณหน้าท้อง และต้นแขน เป็นต้น โดยกลุ่มสตรีมักเป็นกลุ่มผู้ใหญ่อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไปเป็นหลัก จึงทำให้ตราสินค้า ฟุง มี เน้นการตัดเย็บแบบเฉพาะบุคคล (Custom-Made) ทำให้มีราคาที่ค่อนข้างสูง และคนเวียดนามที่สามารถซื้อสินค้าตราฟุง มี ได้นั้นมีเพียงจำนวนจำกัดเท่านั้น จึงทำให้ฟุง มี มุ่งเน้นไปที่ตลาดในต่างประเทศมากขึ้น โดยเน้นไปที่กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เช่น ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งเป็นประเทศที่ผู้คนมีกำลังซื้อสูง และให้ความพึงพอใจและให้ความสนใจในผลงานของตราสินค้า ฟุง มี อยู่เสมอ ในส่วนของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น ฟุง มี ได้เคยให้ความสนใจที่จะเปิดตลาดที่ประเทศไทย โดยมีเป้าหมายไปที่ศูนย์การค้าสยามพารากอน (Siam Paragon Department Store) แต่ภายหลัง ฟุง มี มองเห็นแนวโน้มในทางการตลาดที่ประเทศไทยค่อนข้างยาก อันเนื่องมาจากประเทศไทยมีตราสินค้าแฟชั่นที่หลากหลายทั้งของประเทศไทยและนานาชาติ อย่างไรก็ตาม ตราสินค้า ฟุง มี มีจุดประสงค์ที่จะทำให้ตราสินค้าฟุง มี เติบโตและอยู่ได้อย่างยาวนาน ซึ่งต้องทำให้ตราสินค้าแข็งแกร่ง และสามารถขายได้ในประเทศเวียดนามเป็นหลักให้ได้ก่อน โดย ฟุง มี มีแผนงานที่จะสร้างตราสินค้าที่แยกออกมาจากตราสินค้า ฟุง มี ซึ่งมีราคาที่คนทั่วไปสามารถจับต้องได้ แต่ยังคงเอกลักษณ์และคุณภาพตามรูปแบบของตราสินค้า ฟุง มี



ภาพที่ 30: ภาพตัวอย่างผลงานของฟง มี ถูดูไบไม้ร่วง-ฤดูหนาว ปี ค.ศ. 2013 ซึ่งเป็นคอลเล็กชั่นที่ฟง มี ตั้งใจบุกตลาดประเทศ ตะวันออกกลาง

ที่มา: Nassboutique (2014)

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของ เลอ มินห์ (Le Minh) และ อันฮวง ทราน(Anhuong Tran) แห่งแบรนด์ รู เด ชาส์ (Rue des Chats)

4.5.1 ปัจจัยด้านประวัติศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากแบบสอบถามห้องเสื้อรู เด ชาส์ พบว่า อันฮวง ทรานได้ไปเรียนที่กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศสด้านออกแบบแฟชั่น และใช้ชีวิตอยู่ที่นั่นหลายปี ซึ่งทำให้เขาซึมซับวัฒนธรรมและรสนิยมแบบฉบับผู้หญิงปารีสอยู่มาก อีกทั้ง เลอ มิน มักตีความสิ่งต่างๆหรือหยิบยกละเอียดๆเล็กๆน้อยๆ มาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบมากกว่า เช่น ประวัติศาสตร์ทางด้านสิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรมต่างๆ ทำให้ผลงานของ รู เด ชาส์ไม่ได้ปรากฏให้เห็นถึงอิทธิพลการออกแบบที่ได้แรงบันดาลใจมาจากประวัติศาสตร์โดยตรง

4.5.2 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิพบจากบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งของนิตยสารแอลเวียตนาม (ELLE Vietnam) เลอ มินได้กล่าวว่า เขามักมองตัวเองอยู่ในฐานะผู้มีคุณสมบัติแบบศิลปะแบบ ตะวันออก (Oriental) ซึ่งสื่อถึงรูปแบบสมัยเก่าและความสมัยใหม่จากโลกตะวันตก ซึ่งทั้งสองฝั่ง มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก เขาจึงมักค้นหาจากสิ่งเหล่านี้มาสร้างเป็นผลงาน การออกแบบในคอลเล็กชั่น

นักออกแบบทั้งคนไม่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมและประเพณีพื้นถิ่นโดยตรง หากแต่ได้รับจากทางอ้อมโดยจากข้อมูลสัมภาษณ์ นักออกแบบทั้งสองคนได้กล่าวถึงรูปลักษณ์และความต้องการของผู้หญิงเวียดนามซึ่งคือลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการออกแบบ ที่นักออกแบบได้รับแรงบันดาลใจจากความอ่อนหวานของผู้หญิงไปจนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้หญิงเวียดนาม

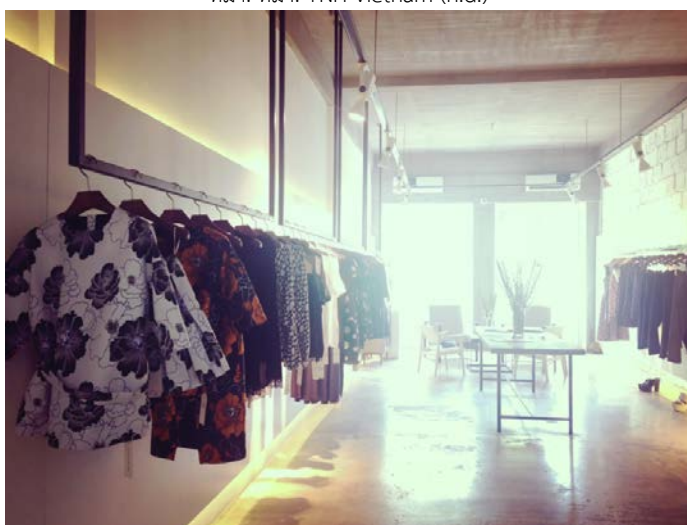
สถานที่ทำงานของห้องเสื้อ รู เด ชาส์ตั้งอยู่ที่กรุงฮานอย ซึ่งอยู่ทางตอนเหนือของประเทศเวียดนาม มีสภาวะแวดล้อมและความเป็นอยู่ที่แตกต่างจากเมืองหลวงอย่างนครโฮจิมินห์ กล่าวคือ ลักษณะการออกแบบของห้องเสื้อรู เด ชาส์ ได้ออกแบบตามความเหมาะสมกับวิถีชีวิตและสภาพอากาศของฮานอยเป็นหลักถึงแม้ว่าจะมีสาขาที่โฮจิมินห์อีกหนึ่งสาขาก็ตาม โดยในส่วนของสาขาโฮจิมินห์นั้นจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการร้านรู เด ชาส์ พบว่า จำนวนแบบที่วางขายภายในร้านมีให้เลือกน้อยกว่าที่สาขาใหญ่ในนครโฮจิมินห์ เพราะได้มีการคัดเลือกชุดให้เหมาะสมกับสภาพอากาศที่ร้อนชื้นกว่ากรุงฮานอย นอกจากนี้ในส่วนของสาขาและสถานที่ทำงานของห้องเสื้อ รู เด ชาส์ ที่ตั้งอยู่ที่กรุงฮานอยนั้นเป็นบ้านเก่ารูปแบบสถาปัตยกรรมแบบฝรั่งเศสตามแบบฉบับยุคโคโรเนียล (Colonial) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศิลปวัฒนธรรมแบบยุโรปที่หลงเหลือในเวียดนามโดยเฉพาะในกรุงฮานอย และตั้งอยู่ตรงข้ามกับอาคารสำหรับแสดงโอเปร่า (Opera House) โดยห้องเสื้อ รู เด ชาส์ได้เลือกสถานที่แห่งนี้ในการนำเสนอรูปแบบของห้องเสื้อตนเอง นอกจากนี้ ยังมีห้องน้ำชาเพื่อไว้บริการลูกค้าเพื่อสร้างสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า



ภาพที่ 31: ภาพตัวอย่างผลงานของห้องเสื้อ รู เด ชาส์ (Rue des Chats) ประจำฤดูใบไม้ผลิ-ฤดูร้อน ปี ค.ศ. 2014
ที่มา: ELLE Vietnam (2013)



ภาพที่ 32: ภาพบรรยากาศร้านรู เด ชาส์ สาขากรุงฮานอย
ที่มา: ที่มา: TNH Vietnam (n.d.)



ภาพที่ 33: ภาพบรรยากาศร้านรู เด ชาส์ สาขานครโฮจิมินห์
ที่มา: ปติตดา นรินพรพุทธา ถ่ายวันที่ 6 พฤษภาคม 2558

4.5.3 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิพบว่าทั้งเลอ มิน และ อันฮวง ทราน จบการศึกษาทางด้านการออกแบบมาจากต่างประเทศ โดย เลอ มิน เคยศึกษาด้านการออกแบบแฟชั่นมาจากประเทศอังกฤษ และอันฮวง ทราน จบการศึกษามาจากประเทศฝรั่งเศส จึงทำให้ผลงานการออกแบบของทั้งสองคนมีลักษณะที่เป็นแบบตะวันตกและสากลนิยม อีกทั้งเลอ มิน มีความรู้และ

ประสบการณ์จากธุรกิจทางบ้านซึ่งเขาซึ่งเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างใหญ่ ทำให้เขาได้รับคำสอนและคำแนะนำจากบิดาของเขาเป็นอย่างดี จึงทำให้เลอ มิน มีความรู้ทางด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลและทางด้านการตลาดเมื่อทำงานร่วมกับ อันฮวง ทราน ซึ่งเขาอาศัยอยู่ที่เมืองปารีสมาซักระยะหนึ่ง ทำให้มีรสนิยมและมุมมองแบบฝรั่งเศส จึงทำให้การดำเนินธุรกิจของตราสินค้า รู เด ชาส์ สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น อีกทั้งนักออกแบบทั้งสองคนอาศัยอยู่กรุงฮานอย จึงมีความผูกพันกับเมืองนี้มากเป็นพิเศษ ซึ่งสามารถสร้างแรงบันดาลใจอยู่เสมอ นอกจากนี้ทั้งนักออกแบบทั้งสองคนเป็นนักอ่านซึ่งช่วยให้นักออกแบบสามารถทำงานและสร้างผลงานได้ลึกซึ้งมากขึ้น อีกทั้งนักออกแบบเลอ มิน มีความสนใจต่อศิลปวัฒนธรรมของญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก โดยเขามีนักออกแบบแฟชั่น โยจิ ยามาโมโตะ (Yohji Yamamoto) เป็นแรงบันดาลใจของเขา จึงทำให้มีกลิ่นอายของรสนิยมแบบญี่ปุ่นปรากฏในคอลเลกชัน ในขณะที่ตัวกันบทเสียงเพลงดนตรีที่นักออกแบบทั้งสองคนเลือกฟังมักเป็นเพลงคลาสสิก (Classic) และศิลปินเวียดนาม

จากบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งของนิตยสารแอลเวียดนาม (ELLE Vietnam) ทั้งสองคนชื่นชอบการออกแบบและศิลปะแบบมินิมอลลิสม์ (Minimalism) เรียบง่ายแต่ทว่ามีการเสริมแต่งให้สีสันกับคอลเลกชันเช่นลูกไม้ฉูดฉาดบ้าง พวกเขาให้ความสำคัญเรื่องรายละเอียดเล็กๆน้อยๆที่แทรกซ้อนความคิดสร้างสรรค์จุกจิกต่างๆ โดยในบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งจากซิตีนิวส์ (CityNews) นักออกแบบทั้งสองคนได้เล่าถึงแรงบันดาลใจสำหรับรู เด ชาส์ สามารถเกิดขึ้นได้จากสิ่งสวยงามหลากหลายรูปแบบหรือแม้กระทั่งเพียงดอกกุหลาบเพียงดอกเดียว นอกจากนี้เลอ มิน ได้กล่าวถึงทัศนคติของการใช้ชีวิตว่า ควรมองโลกในแง่ดีและมีความสุขกับชีวิต ซึ่งช่วยให้ส่งผลถึงงานออกแบบ ในขณะที่อันฮวง ทรานได้กล่าวถึงประสบการณ์จากการเป็นนักออกแบบว่า การตัดสินใจสามารถเปลี่ยนแปลงได้ทุกนาที จนกระทั่งนาทีสุดท้ายเพื่อให้ผลงานออกมาตรงตามความพึงพอใจ



ภาพที่ 34: ภาพตัวอย่างหน้าปกของสมุดแสดงภาพคอลเลกชัน (Lookbook) ประจำฤดูใบไม้ผลิ-ฤดูร้อนปี ค.ศ. 2013
ที่มา: ที่มา: Afmaily (2013)



ภาพที่ 35: ภาพตัวอย่างผลงานของห้องเสื้อ รู เด ชาส์ (Rue des Chats) ประจำฤดูใบไม้ผลิ – ฤดูร้อนปี ค.ศ. 2013
ที่มา: afmaily (2013)

4.5.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีของประเทศทางตะวันตกที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งของนิตยสารแอลเวียตนาม (ELLE Vietnam) เลอ มินได้แสดงความคิดเห็นต่อเทคโนโลยีและแฟชั่นว่า ทุกวันนี้มีการนำสองสิ่งนี้มารวมกันและใกล้ชิดกันมากขึ้น ขอบเขตของสิ่งต่างๆจึงแคบลง เช่น โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน (Smart Phone) ที่วันนี้กลายมาเป็นตัวแทนของสินค้าทางแฟชั่นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้อันฮวง ทรานยังกล่าวอีกว่า เทคโนโลยีคือส่วนที่เข้ามาช่วยในการทำงานเช่น ตอนนี้เขาเริ่มใช้สินค้าเทคโนโลยีอย่างแท็บเล็ต (Tablet) ในการร่างความคิดและจัดตารางงานของเขาได้เช่นกัน อีกทั้งนักออกแบบทั้งสองคนได้ให้ความสนใจในเรื่องนวัตกรรมต่างๆและนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน เช่น การปักลวดลายดอกไม้ลงบนผ้าชีฟองที่บางเบา จำเป็นต้องใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีในการตัดด้วยแสงเลเซอร์ (Laser Cutting) แต่ละชิ้นก่อนนำไปปักลงผ้าที่บางเบา หรือการพิมพ์ลวดลายผ้าด้วยระบบดิจิทัล (Digital Printing)

จากแบบสอบถามห้องเสื้อรู เด ชาส์ พบว่า นักออกแบบทั้งสองคนไม่ได้ให้ความสนใจต่อสื่อสังคมออนไลน์ (Social Online) เท่าใดนัก สำหรับพวกเขาสื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้ผลกระทบหรือส่งอิทธิพลต่อการออกแบบ แต่ทั้งนี้ห้องเสื้อ รู เด ชาส์มีเว็บไซต์และหน้าเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) เพื่อสื่อสารกับลูกค้าให้เห็นถึงข่าวสารและแนวคิดในแต่ละคอลเลกชัน โดยมีฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นผู้จัดการในส่วนนี้ในด้านการออกแบบ นักออกแบบทั้งสองคนมีการใช้อินเตอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลเพื่อหาแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน



ภาพที่ 36: ภาพตัวอย่างผลงานของห้องเสื้อ รู เด ชาส์ (Rue des Chats) ประจำฤดูใบไม้ผลิ - ฤดูร้อนปี ค.ศ. 2015
ที่มา: Ruedeschats (2015)

4.5.5 ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ของนักออกแบบแฟชั่นที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบแฟชั่น

จากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิของห้องเสื้อ รู เด ชาส์ พบว่า ทั้งสองคนมีลักษณะความชอบที่แตกต่างกันบ้าง ซึ่งมีความต้องการของลูกค้ามาเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการออกแบบ จึงมีทั้งหมดสามปัจจัยหลักในการออกแบบเสื้อผ้าสตรีของห้องเสื้อ รู เด ชาส์ ภายใต้แนวโรแมนติก(Romantic) นอกจากนี้ นักออกแบบทั้งสองคนยังชื่นชอบการใช้สี ขาวและสีดำในคอลเลกชันอยู่เสมอ โดยแรงบันดาลใจหลักคือ ผู้หญิงที่สูงโปร่งบาง โดยจากแบบสอบถาม เลอ มิน ได้เพิ่มเติมว่า ผู้หญิงที่สูงโปร่งบาง และมีลักษณะแบบ อันฮวง ทราน คือต้นแบบและแรงบันดาลใจในการออกแบบของเขาโดยการออกแบบและการเลือกสรรค์วัตถุดิบต้องสอดคล้องกับการออกแบบชุดให้ดูมีรสนิยมตามแบบฉบับ ผู้หญิงที่มีฐานะและอยู่ในเมืองใหญ่ ซึ่งเอกลักษณ์การออกแบบของตราสินค้า รู เด ชาส์ ทำให้นักออกแบบทั้งสองคนมีโครงการร่วมกับบริษัทชั้นนำมากมาย โดยหลง ฝาม (Long Pham) ผู้จัดการประจำตราสินค้านี้ รู เด ชาส์ ได้เล่าถึงโครงการใหญ่ในอนาคตที่ทางรู เด ชาส์ ร่วมมือกับบริษัท วินกรุ๊ป (VIN Group) ซึ่งเป็นกลุ่มนักลงทุนธุรกิจที่ใหญ่และแข็งแกร่งที่สุดของเวียดนาม ณ ขณะนี้ ซึ่งมีแผนร่วมออกแบบเครื่องแต่งกายให้กับตราสินค้าเสื้อผ้าประเภทสินค้าแฟชั่นรวดเร็ว (Fast Fashion) ที่มีความต้องการทางตลาดสูงและมีฐานการผลิตที่ใหญ่ในประเทศเวียดนามเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จะเป็นกลุ่มสตรีอายุตั้งแต่ 25-40 ปี มีฐานะปานกลาง มีอำนาจการใช้จ่ายอย่างอิสระ และมีพื้นฐานมาจากครอบครัวสมัยใหม่ ที่ซื้อตราสินค้าต่างประเทศ อย่างเช่น ชาร่า (Zara) แมงโก้ (Mango) และท็อปช็อป (Topshop) นอกจากนี้ ยังเป็นผู้ที่ติดตามข่าวสารแฟชั่นอยู่เสมอ ทิศทางของตราสินค้านี้ รู เด ชาส์ ต้องการจะสร้างตราสินค้าที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญในเรื่องของการออกแบบเป็นสำคัญ (Designer brand) โดยออกแบบสินค้าที่สามารถสวมใส่ควบคู่กับสินค้าจากตราสินค้าต่างประเทศที่กล่าวมาข้างต้นได้ เพราะตราสินค้านี้เหล่านั้นเน้นในเรื่องการสร้างรสนิยมการแต่งตัว (Style) เป็นหลัก ส่วนมุมมองตลาดแฟชั่นในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น นักออกแบบวางแผนว่าจะเปิดร้านชั่วคราว (Pop-up Store) ในประเทศไทยเป็นอันดับแรกภายใน 3 ปีข้างหน้า

โดยเน้นห้างในกรุงเทพมหานคร เช่น ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ (Siam Center) ศูนย์การค้าสยามพารากอน (Siam Paragon Department Store) ฯลฯ เพื่อเป็นการทดลองการขายสินค้าและศึกษาการตลาด แล้วค่อยพัฒนาเป็นการขายสินค้าในร้านที่เลือกสินค้าเฉพาะแบบจากตราสินค้าต่างๆในประเทศไทย (Selected Shop หรือ Multi-brands Store) สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียนอื่นๆ ตราสินค้า รู เด ชาส์ สนใจประเทศสิงคโปร์ ประเทศลาว และประเทศกัมพูชาตามมาเป็นลำดับ สำหรับประเทศมาเลเซีย ทีมงานจำเป็นต้องศึกษาการตลาดในเชิงลึกก่อน เพราะผู้บริโภคในประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นมุสลิม ซึ่งอาจมีข้อกำหนดหรือกฎบังคับทางศาสนาต่างๆที่ทางตราสินค้าอาจต้องพึงระวังและปฏิบัติตาม



ภาพที่ 37: ภาพตัวอย่างผลงานของห้องเสื้อ รู เด ชาส์ (Rue des Chats) รีสอร์ทคอลเลคชั่น (Resort Collection) ปี ค.ศ. 2014
ที่มา: Anyarena (2014)