

FFS 1201

รายวิชา หลักการออกแบบ
แฟชั่นและสไตลิ่ง

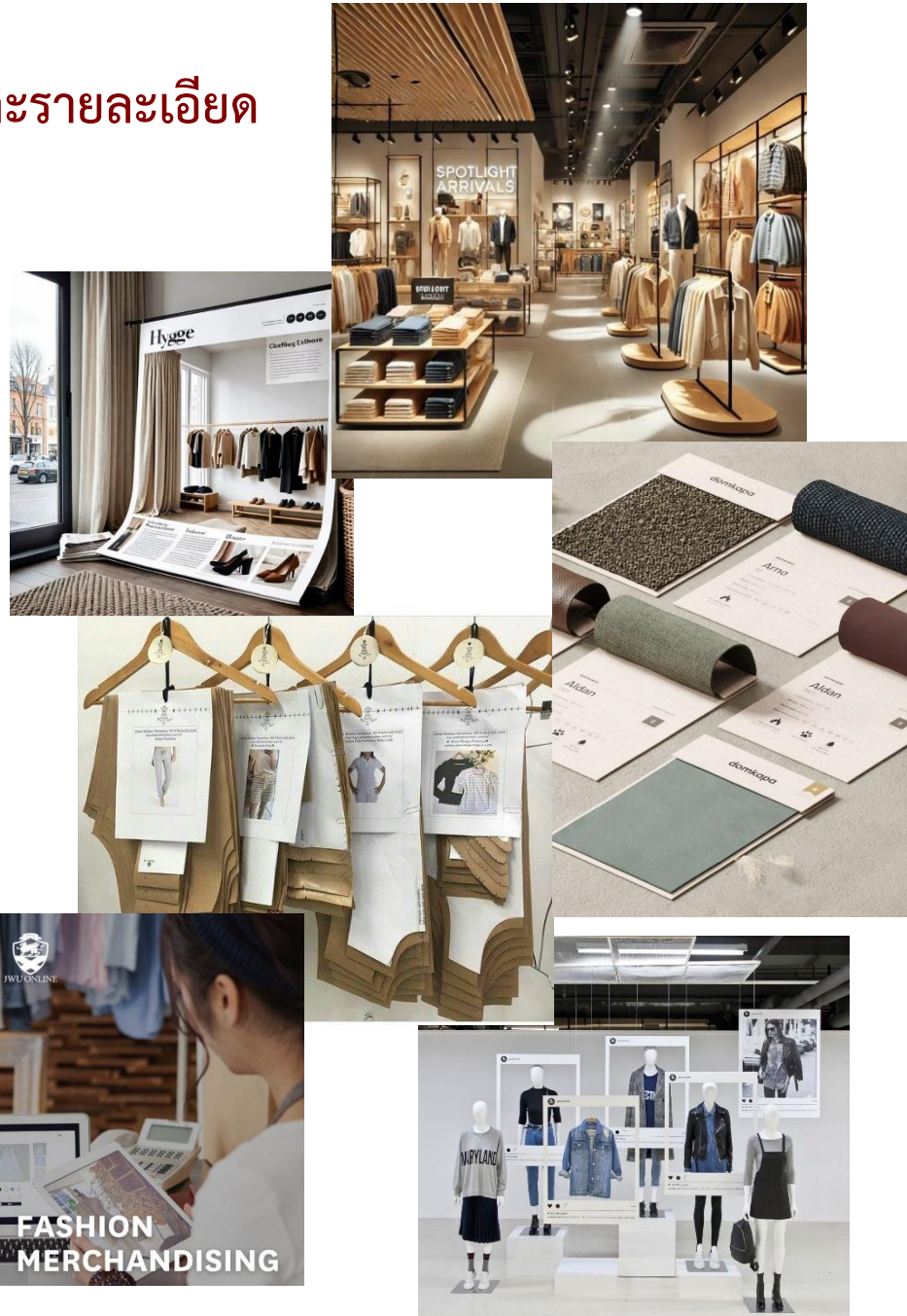
อาจารย์ผู้สอน : ผศ.ดร. สุวิทย์ ชาติสังข์



มองภาพพื้นฐานความน่าสนใจในมุมมองกว้างและรายละเอียด

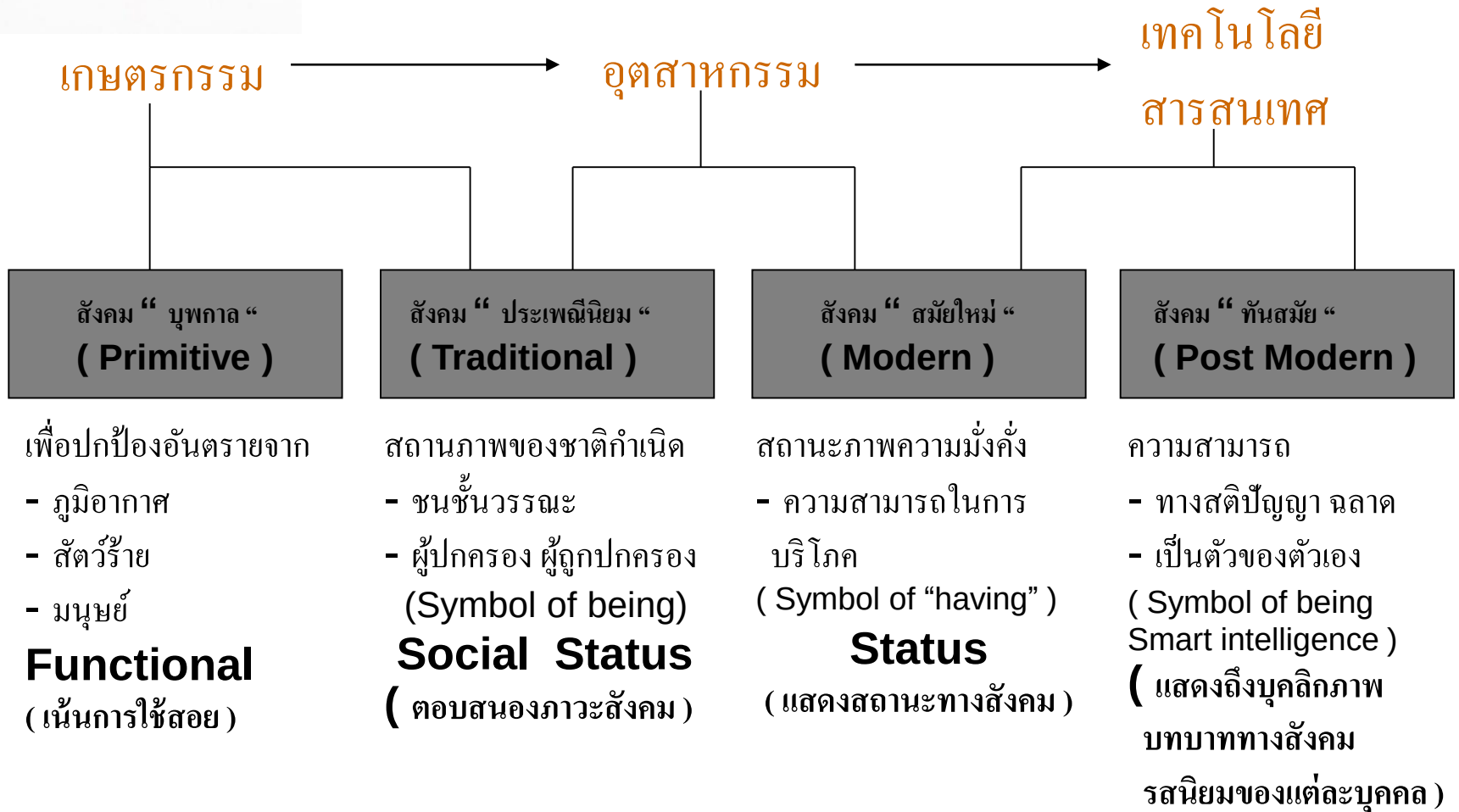
CLASS เนื้อหาการเรียนรู้

- รู้จักพื้นฐานเลื่องงานและงานออกแบบแฟชั่น
 - ทำไมคนเราต้องใส่เสื้อผ้า
 - ความต้องการของผู้บริโภค
 - แนวคิดการจัดการเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
 - ช่วยวัยต่อความต้องการผู้บริโภค
 - การแบ่งประเภทสินค้าแฟชั่น
 - เครื่องแต่งกายสำเร็จรูปที่จัดประเภทโดยใช้สถานที่ผลิตและออกแบบตัวสินค้าเป็นตัวกำหนด
- ประเภทตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำหน่ายในประเทศไทย แบ่งออกได้ดังนี้
 - รู้จักประเภทของร้านค้าสินค้าแฟชั่น
 - Variety Product แบ่งแยกตามโอกาสการใช้สอย
 - การแบ่งแยกประเภทสินค้าตาม ITEMS
 - TREND และการแบ่งฤดูกาล





ทำไมคนเราจึงต้องใส่เสื้อผ้า ???



ความต้องการของผู้บริโภค

1. การใช้งาน

- สภาพภูมิอากาศ (Climate)
- ความสบายในการสวมใส่ (Comfort)
- ต้องห้าม (ปกปิด) (Taboo)

2. สถานภาพ

- ชั้นทางสังคม (Social Class)
- ความมั่งคั่ง (Wealth)
- ความชาญฉลาด (Intelligence)

3. ความเป็นตัวของตัวเอง

- รสนิยม (Taste)
- โอกาสในการใช้สอย กาลเทศะ (Occasion)





INSPIRATIONS

Le mood Board



fashion presen

Alexander McQUEEN

performed by Massimo Osti
Student of POLINA

Advantages

Well-recognized **brand name** in the industry with accolade winning designer collections.

Exclusivity both in availability and price, which allows the brand to maintain a luxury standing.

Shock factor designs known for high exposure and shock factor designs which differentiate even within the fashion industry.

The most memorable collections

Highland Rape, AW 1995 Untitled, S/S 1998

History of the brand starts here

Central Saint Martin's College of Art & Design

Lee Alexander McQueen (1969-2010)

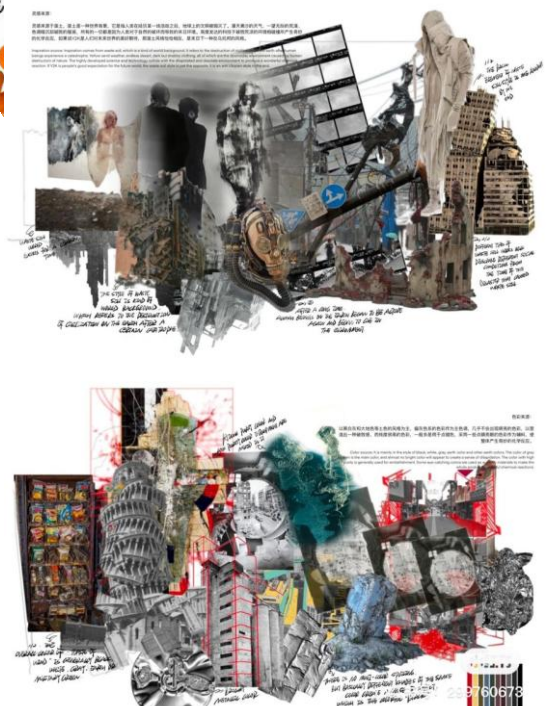
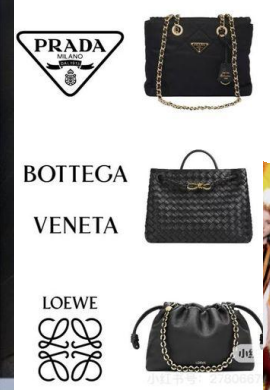
Personalities

Sarah Burton - fashion designer and creative director of Alexander McQueen

McQueen & Burton Anne Hurren (Creative Director)

The most memorable collections

No. 13, S/S 1999 Voss, S/S 2001

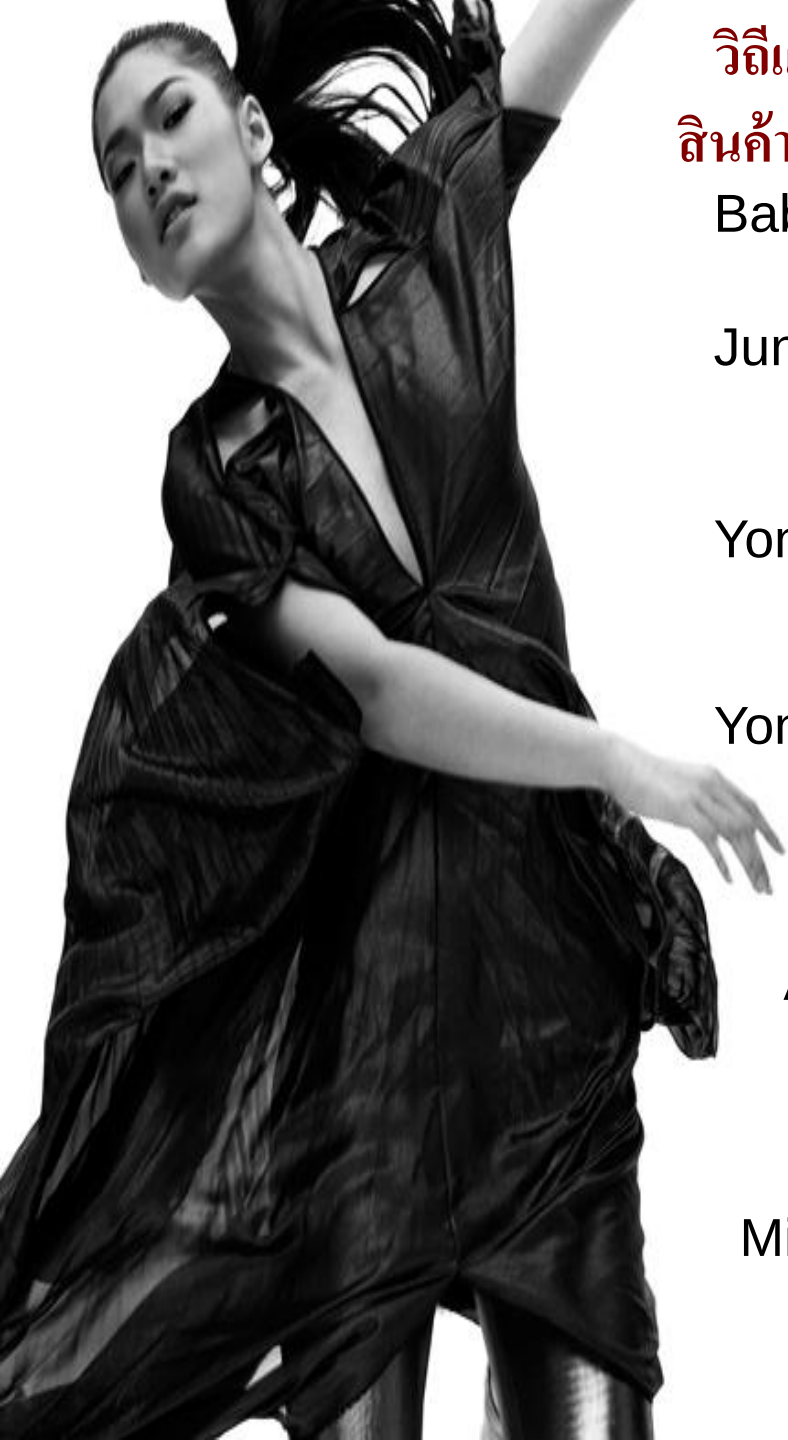




การจัดการเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย หมายถึง
การวางแผนเตรียมสินค้า ให้มี
สัดส่วนที่พอดีอย่างเหมาะสม และลงตัว ใน
องค์ประกอบดังนี้

- รูปแบบ (**Form**) รูปแบบอย่างไร?
- สีส้น (**Color**) โทนสีที่ใช้โทนไหน?
- วัสดุดิบ (**Material**) วัสดุอะไรบ้าง?
- ราคา (**Price**) ราคาขายเท่าไร?
- สถานที่ (**Place**) ขายที่ไหน?

องค์ประกอบทั้ง 5 นี้เป็นปัจจัยหลัก ๆ ใน
การจัดการบริหารสินค้าเพื่อให้เกิดการขายที่ดี และ
ทำให้ลูกค้าพอใจและกลับมาซื้อซ้ำอีก



วิถีแห่งชีวิต (ช่วงอายุ) ต่อความต้องการการบริโภค สินค้าแฟชั่น ดังนี้

Baby แรกเกิด — **13 ปี**

ไม่มีอำนาจในการซื้อ มีช่วงการเปลี่ยนแปลงสรีระบ่อย

Junior 13 — 17 Junior or High School

ไม่มีอำนาจในการซื้อมากนัก เริ่มมีรูปแบบแฟชั่นเข้ามาบ้างแต่ไม่มาก
ราคาไม่สูงมากนัก

Yong 18 — 22 College

เริ่มมีอำนาจในการซื้อมากขึ้น เริ่มรู้จักการบริหารการเงิน มีรูปแบบ
แฟชั่นเข้ามาพอสมควรถึงมาก ราคาถูก — ราคากลาง

Yong Adult 22 — 27 วัยทำงานตอนต้น

เริ่มทำงานวัยตอนต้น เริ่มมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเองมากขึ้น
เพราะหารายได้เอง แฟชั่น เริ่มมีเยอะขึ้นทั้งเสื้อผ้าลำลองและเสื้อผ้า
ทำงาน รวมถึงเสื้อผ้าออกงานสังสรรค์ เน้นความงามเป็นหลัก

Adult 26 — 37 วัยทำงานตอนกลาง

เริ่มมีรายได้สูงขึ้น อำนาจในการซื้อสินค้าก็ตามมา แต่ก็มีรายได้เรื่อง
ครอบครัวเพิ่มขึ้นมาสำหรับคนที่แต่งงาน จึงคิดก่อนซื้อ การแต่งตัวเริ่ม
ภูมิฐานและ แต่งให้เหมาะสมกับกาลเทศะความถูกต้อง ระดับหัวหน้า

Mistress 40 UP ระดับสูงผู้บริหาร

ทำงานระดับสูง อำนาจในการซื้อสูงแต่เป็นของที่มีระดับ แสดงถึง
ความภูมิฐาน จะเริ่มมีความรักดีต่อแบรนด์สินค้าที่ชอบและซื้อประจำ



- Consumer Motivation in Fashion

การศึกษาผู้บริโภคต่อความเคลื่อนไหวแฟชั่น

- Concept Brand Image

การวางแผนความคิด และภาพลักษณ์ต่อการสร้างสรรค์แบรนด์สินค้าแฟชั่น

- Merchandising Strategies

การวางกลยุทธ์ การวางแผนงานการจัดการสินค้าแฟชั่น

- Fashion Buying and Merchandising

การจัดการ การวางแผนงานการจัดซื้อ และการขายสินค้าแฟชั่น

- Fashion Trend Research

ค้นหาแนวทาง Fashion Trend

- Channel of Distribution Fashion Retailing

กำหนดวางช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า และ แนวทางการขายสินค้า

- Product Design

การออกแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค

- Costing

การคำนวณต้นทุนสินค้าและตั้งราคาขายสินค้าให้เหมาะสม

- Product Development

การออกแบบสินค้าและทำการพัฒนาให้มีความเหมาะสม

- Showroom Design in Fashion

การจัดวางสินค้าภายในร้าน การจัดแสดงงาน การจัดคิสเพลย์ เป็นต้น

Fashion Merchandise and Management

FASHION DESIGN

- เสื้อผ้า (Costume)



- เครื่องหนัง (Leather)



- เครื่องประดับ (Jewelry)



PRODUCT LINE IN FASHION

- Mens' wear
- Ladies' wear
- Kids' wear
- Accessory .. Leather & Jewelry



เครื่องแต่งกายสำเร็จรูปที่จัดประเภทโดยใช้สถานที่ผลิต
และออกแบบตัวสินค้าเป็นตัวกำหนด ได้ดังนี้

- โลคอล แรนด์ (Local Brand)
คือ สินค้าที่ผลิตภายในประเทศ เช่น



Sretsis – แรนด์ไทยที่มีเอกลักษณ์ด้านแฟชั่นแฟชั่นตาซีและงานปักละเอียด

Asava – เสื้อผ้าผู้หญิงแนวเรียบหรู (minimal luxury)

Issue Thailand – เสื้อผ้าที่นำแรงบันดาลใจจากศิลปวัฒนธรรมผสมความร่วมสมัยมาสร้างลวดลาย

Greyhound Original – แฟชั่นสตรีทผสมดีไซน์ร่วมสมัย

Painkiller Atelier – เสื้อผ้าผู้ชายลึกลับวีรอาร์ตสไตล์

Dry Clean Only BKK – ใช้วัสดุ upcycle สร้างชิ้นงาน one-of-a-kind



เครื่องแต่งกายสำเร็จรูปที่จัดประเภทโดยใช้สถานที่ผลิต และออกแบบตัวสินค้าเป็นตัวกำหนด ได้ดังนี้

- อิมพอร์ต แแบรนด์ (Import Brand)

คือสินค้านำเข้าจากต่าง ประเทศ เช่น

Luxury Fashion Brands (เสื้อผ้าหรูระดับโลก)

Louis Vuitton (LV)
Gucci
Prada
Dior
Chanel
Balenciaga
Saint Laurent (YSL)



Contemporary / Premium Brands

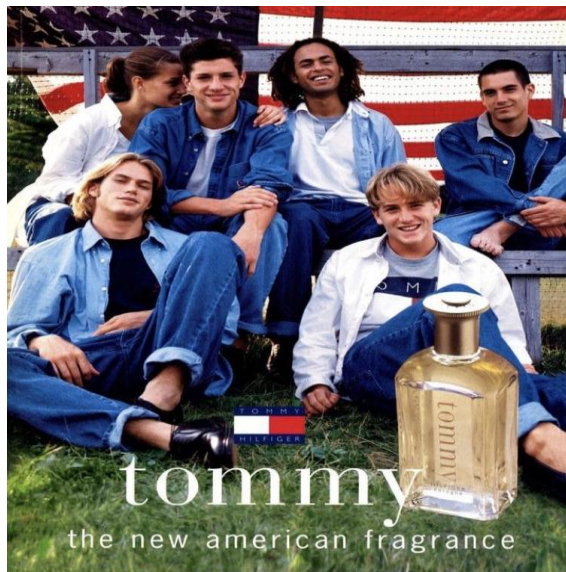
Michael Kors
Coach
Kate Spade
Marc Jacobs



Fast Fashion Brands

•Zara
•H&M
•Uniqlo
•Bershka
•Pull&Bear
•Forever 21





เครื่องแต่งกายสำเร็จรูปที่จัดประเภทโดยใช้สถานที่ผลิต
และออกแบบตัวสินค้าเป็นตัวกำหนด ได้ดังนี้

- ไลเซนส์ แแบรนด์ (Licensor Brand)

คือ แแบรนด์สินค้าภายในประเทศ
แต่ชื่อสินค้าเป็นลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ เช่น

Calvin Klein → น้ำหอม, ชุดชั้นใน

Lacoste → น้ำหอม, แว่นตา, นาฬิกา

Tommy Hilfiger → Eyewear & Watches

Sports Licensor FIFA , NBA

Disney, Marvel, Star Wars , Warner

Bros. LINE FRIENDS

เสื้อผ้า Collaboration





เครื่องแต่งกายสำเร็จรูปที่จัดประเภทโดยใช้สถานที่ผลิต
และออกแบบตัวสินค้าเป็นตัวกำหนด ได้ดังนี้

- ดีไซน์เนอร์ แแบรนด์ (**Designer Brand**)

คือ แบรนด์สินค้าที่ผลิตขึ้นในนาม หรือชื่อของนัก

ออกแบบ เช่น **Nagara , Pichitra , Kai Boutique**

SIRIVANNAVARI — แฟชั่นดีไซ

เนอร์ไลฟ์สไตล์ระดับไฮเอนด์

Khwanpen — กระเป๋าหนังจระเข้

ไทยระดับลักซ์วรี

Vickteerut — เสื้อผ้า มินิมอล-

โมเดิร์นแบบเรียบโก้

Patinya — เสื้อผ้าผู้หญิงโทนหวานหรู ลูกเฟมินีน

ประเภทตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำหน่าย ในประเทศไทย แบ่งออกได้ดังนี้

1. ตลาด A+ , A สินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปชั้นสูง (High Fashion หรือ Haute Couture) Boutique

- ราคาแพง ราคาเฉลี่ยประมาณ
15,000 – 200,000 บาท
- เสื้อผ้าจัดอยู่ในระดับที่มีคุณภาพสูง วัสดุและการ
ตัดเย็บดี เนื้อผ้าดี มีรายละเอียดที่ประณีต ผลิต
จำนวนไม่มากหรือจำนวนจำกัด อาจมีการสั่งตัดเฉพาะ
รายบุคคลเพื่อให้เข้ากับรูปร่างและสีผิว
- ส่วนใหญ่จะเป็น Import Brand และ Designer Brand
- ตัวอย่างแบรนด์เช่น Chanel , Prada , Kai เป็นต้น



ประเภทตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำหน่าย ในประเทศไทย แบ่งออกได้ดังนี้

2. ตลาด B+ , B สินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Rather High Class) Ready to wear or Pret a Porter

- ราคาค่อนข้างสูง ราคาเฉลี่ยประมาณ 5,000 – 20,000 บาท
- เสื้อผ้าระดับนี้มีคุณภาพดี วัสดุในการตัดเย็บดี รูปแบบเหมาะกับการใช้สอยในโอกาสต่าง ๆ เป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับคนที่มีฐานะดีถึงค่อนข้างดี
- ส่วนใหญ่จะเป็น Import Brand และ Designer Brand
- ตัวอย่างแบรนด์เช่น CK , DKNY , ISSUE เป็นต้น



ประเภทตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำหน่าย ในประเทศไทย แบ่งออกได้ดังนี้

3. ตลาด C+ , C สินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปตลาดกลาง (Medium Class) Mass Product

- ราคาปานกลาง ราคาเฉลี่ยประมาณ 1,500 – 6,500 บาท
- เสื้อผ้าระดับนี้ มีคุณภาพพอใช้ถึงดี ผลิตอยู่ในระบบอุตสาหกรรม ขนาดเสื้อเป็นมาตรฐาน S M L XL
- รูปแบบเสื้อผ้าที่ผลิตมีรูปแบบใกล้เคียงกัน เน้นการขายปริมาณมากกว่าคุณภาพ ใช้วัสดุกลาง ๆ เพื่อลดต้นทุนในการผลิตสินค้าเป็นกลุ่มเป้าหมายของคนที่มีฐานะปานกลาง
- ส่วนใหญ่จะเป็น Local Brand และ License Brand
- ตัวอย่างแบรนด์เช่น Jaspal , Lacoste , AllZ , Espada

Nice Goods , Free Shipping,
Order,competitive price,come on !



Hollywood's Hottest Starlet
Mischa Barton
JASPAL

ประเภทตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำหน่าย ในประเทศไทย แบ่งออกได้ดังนี้

4. ตลาด D+ , D สินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูประดับล่าง (Low Class) Low Market

- ราคาปานกลาง ราคาเฉลี่ยประมาณ
199 – 1,200 บาท
- เสื้อผ้าระดับนี้ ไม่ค่อยคำนึงถึงคุณภาพหรืออาจแค่พอใช้ ไม่เน้นความ
ประณีต เน้นการผลิตจำนวนมาก ต้นทุนการผลิตถูก เป็นกลุ่มเป้าหมาย
สำหรับคนที่มีรายได้ไม่สูงนัก และเน้นการประหยัด
- แบรนด์ที่เปิดขายปลีกส่งที่ Platinum Fashion Mall ,
จตุจักร , สวนลมไนท์ , JJ Mall เป็นต้น





ประเภทของร้านค้าสินค้าแฟชั่น ดังนี้

1. Shop Plaza

เป็นลักษณะร้านค้า ที่แสดงสินค้าอยู่ในส่วนของ PLAZA
มีห้องประตูทางเข้าออกแบ่งสัดส่วนชัดเจน มีสินค้าลงเต็มรูปแบบ มีการ
จัดรูปแบบร้านตามสไตล์ของแบรนด์ชัดเจน รวมถึงการจัดแสดงศิลปะ
ตามฤดูกาล ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าใหญ่ ที่ขายเสื้อผ้าราคาค่อนข้างสูง

2. Department Store แบ่งได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

- M shop เป็นลักษณะ Shop ที่ตั้งอยู่ติดกับห้าง
- Corner Shop เป็นลักษณะ Shop ที่ตั้งลอยตัวไม่ติดผนัง

3. Stand Alone Shop

เป็นลักษณะ Shop ที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า อยู่โดดเดี่ยว
ตามสถานที่ต่าง ๆ ในย่านธุรกิจการค้า ย่านธุรกิจแฟชั่น เช่น สยาม เป็นต้น



VARIETY PRODUCT

- Casual Wear

ชุดลำลอง , ชุด Street wear

ชุด weekend

ชุด Sport wear , Active wear

- Business Wear

ชุดทำงาน

ชุดที่เป็นทางการ และกึ่งทางการ

- Party Wear

ชุดไปงานเลี้ยงสังสรรค์ทั้งที่เป็นทางการและกึ่งทางการ

Party wear , Party Cocktail
Evening Dress

Party Elegance ชุดหรูหราสง่างาม



การแบ่งแยกประเภทสินค้าตาม **ITEMS** ได้ดังนี้

1. **TOP**

- Blouse
- Tank top
- Camisole
- Shirt
- Jacket , Coat
- Suite
- Corset
- T – Shirt

2. **BOTTOM**

- Skirt
- Pants
- Bermuda
- Mini Skirt
- Short Pants

3. **DRESS**

- Dress
- Jumper , Combination
- Sack

4. **LINGERIE**

- Brassiere
- Corset
- Underpants

5. **ACCESSORIES**

- Bag
- Belt
- Jewelry
- Shoe
- Hat
- Glove

SEASON COLOR

- Spring (Mar – May)
- Summer (Jun – Aug)
- Autumn (Sep – Nov)
- Winter (Dec – Feb)



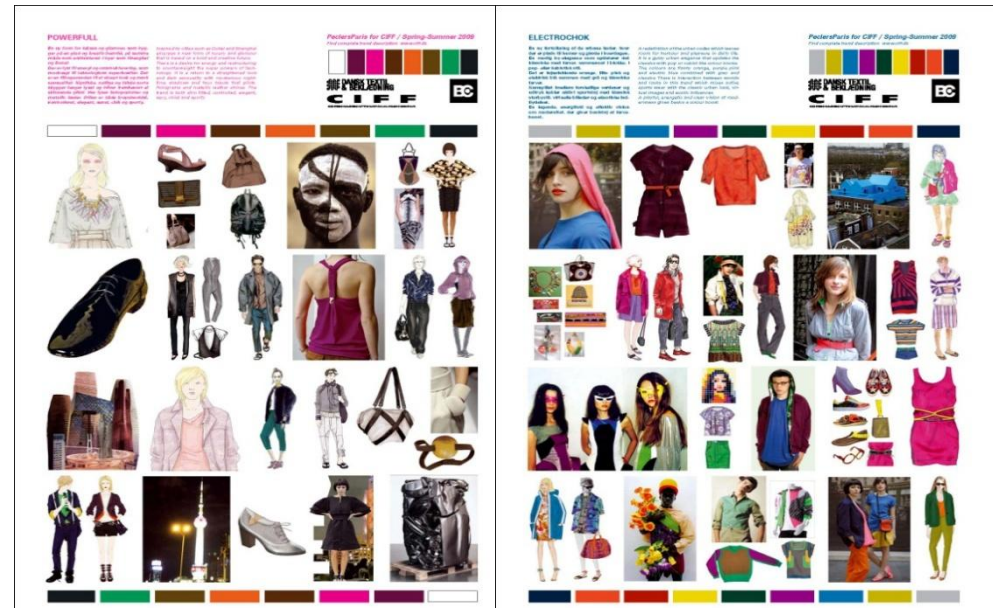
A black and white photograph of a woman with blonde hair, wearing a white jacket and dark pants. She is holding a large, textured, dark bag. She is looking down with a pensive expression.

- [illegible]



Summer (Jun – Aug)

- Chill Out , Beach
- Sunshine (แสงแดด)
- Blossom (ผลิบาน)
- Blend & Mix & Culture
(การผสมผสานทางวัฒนธรรม)
- Color Full , Power



Autumn (Sep – Nov)

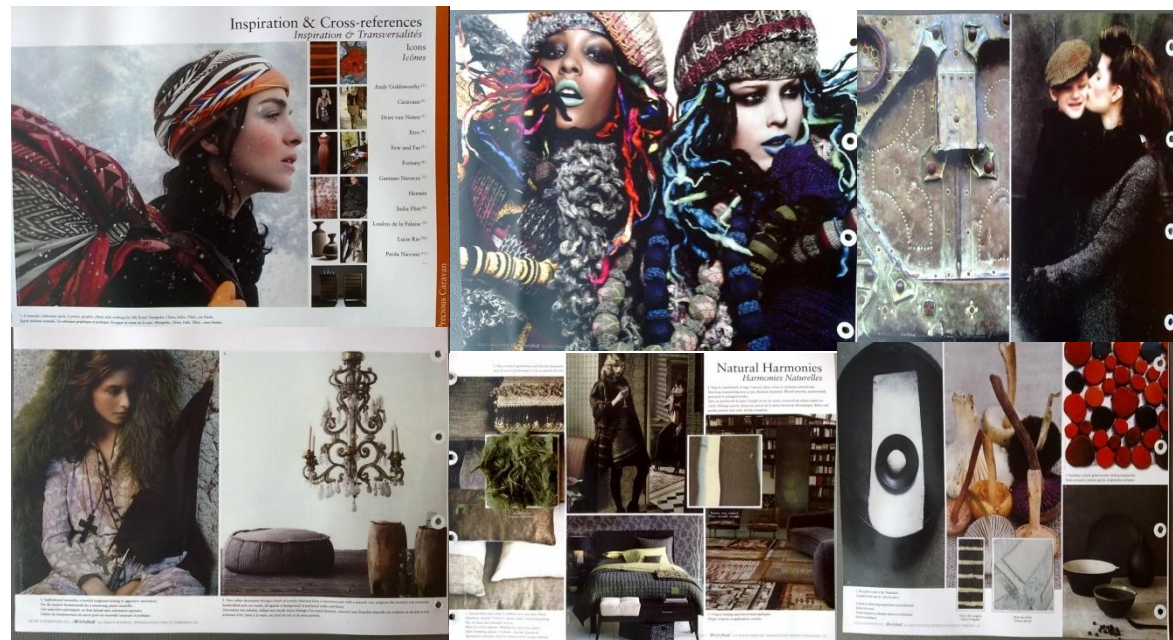
- Earth tone
- Fall , Drop (การร่วงโรย)
- Weath (สภาพภูมิอากาศ)
- Deep Warm (โทนสีเข้มแต่อบอุ่น)
- Rich , Luxury tone
(โทนสีดูแพง หูหรา มั่งคั่ง ผู้ดี)





Winter (Dec – Feb)

- Unpredictable (คาดไม่ได้ , ไม่คาดคิด)
- Imagination , Drama (การจินตนาการ)
- Contrast (ความแตกต่าง , ตรงกันข้าม)
- Deep Cool , Dark (โทนสีเข้มแต่เย็น มืด)
- Luxury tone , Strong , Secret (โทนสีดูหรูหรา แข็งแกร่ง ความลับ น่าค้นหา)



PROJECT

การศึกษาและทำการวิเคราะห์
ตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อให้เข้าใจถึง
รูปแบบการจัดการและวิธีการสร้างแบรนด์
สินค้าแฟชั่นเบื้องต้น เพื่อนำมาประยุกต์ใช้
ในการจัดการด้านแฟชั่นต่อไปได้
อย่างเหมาะสม

