



โครงการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเสื้อกล้ามทอมบอย “มิสเตอร์ทอมส์”

The Advertising Media Project for Lesbian Tank Tops: Brand Mr.Toms

นรากร อมรฉัตร* และ ณัฐินี ราชประสิทธิ์

Narakorn Amornchat* and Natthinee Rajprasit

ภาควิชาวัตกรรมการโฆษณา วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี ประเทศไทย

Department of Advertising, College of Communication Arts, Rangsit University, Pathum Thani, Thailand

*Corresponding author, E-mail: narakor28@gmail.com

บทคัดย่อ

โครงการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเสื้อกล้ามทอมบอย “มิสเตอร์ทอมส์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลของเสื้อกล้ามทอมบอย และสร้างสรรค์สื่อโฆษณาให้กับเสื้อกล้าม “มิสเตอร์ทอมส์” โดยกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารคือ กลุ่มเพศทางเลือกหญิงรักหญิง กระบวนการดำเนินงานคือ การรวบรวมข้อมูลเสื้อกล้ามทอมบอยจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลผลิตภัณฑ์เสื้อกล้ามมิสเตอร์ทอมส์จากเจ้าของสินค้า และข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคหญิงรักหญิงจำนวน 5 คน โดยใช้วิธีสนทนากลุ่ม เมื่อได้ข้อมูลแล้วจึงมากำหนดแนวคิดในการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาและผลิตสื่อโฆษณาจำนวน 5 ชิ้น ได้แก่ 1) ทรานส์คัม 2) บรรจุภัณฑ์ 3) แฟนเพจเฟซบุ๊ก 4) ป้ายนามบัตร 5) ภาพโฆษณาในนิตยสารดิจิทัล และได้นำผลงานดังกล่าวไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง โดยทดสอบกับเจ้าของสินค้า ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้บริโภคกลุ่มหญิงรักหญิง พบว่า ทรานส์คัมมีความเรียบง่ายใช้โทนสีดำและเน้นที่สัญลักษณ์ชายหญิงหลากสีที่สื่อถึงเพศทางเลือก ในส่วนของบรรจุภัณฑ์และป้ายนามบัตร ใช้วัสดุกระดาษและผ้าที่เป็นสีในโทนดำและน้ำตาล เรียบง่าย สอดคล้องกับแนวคิดการรณรงค์ใช้ถุงพลาสติก และในด้านของสื่อโฆษณาได้ใช้ช่องทางของแฟนเพจเฟซบุ๊กและนิตยสารดิจิทัล เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มหญิงรักหญิง (ปรารณีย์ จงรักษ์ และอนุชา ทิรคานนท์, 2557 : 54) โดยเป็นช่องทางในการนำเสนอสินค้าและรวิวงการใช้งานสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์เสนอแนะว่าควรนำเสนอภาพของสินค้าให้มีความหลากหลายมากกว่านี้

คำสำคัญ: การสร้างสรรค์สื่อโฆษณา เสื้อกล้ามทอมบอย

Abstract

This project purposes were to study the information about lesbian tank tops and to create an advertising media for lesbian tank tops “Mr.Toms”.The target group is an alternative gender,women love women(lesbian)..The working process included information gathered from the secondary data, the product information from the product



owner and the information from 5 key informants by in-depth interview. The creative media concept was defined from information analysis.- and presentation through 5 key advertising media; 1) logo, 2) packaging, 3) social media, 4) name card label tag, and 5) digital magazine. The project evaluations were conducted by asking open-ended questions about finished lay-out before it was launched, with the owner of lesbian tank tops “Mr.Toms”, the design specialist and the target group. The result revealed that the logo was very simple black color focusing on the LGBT symbol which represents the alternative gender group. For packaging and name tag, they were made from paper and cotton, showing good idea to support the global environmental campaign to reduce the usage of plastic. The media channel including Facebook, line, Instagram and digital magazine are suitable for this project because the communication through the Internet has an influence on lesbian.- (Paranee Chongrak, Anucha Thirakanon.- 2557: 54) as the product information and product review of the target. In addition, the comment also mentioned that the product photos should show more alternative colors in every advertising media.

Keywords: Advertising media creation, Lesbian tank tops

1. บทนำ

เพศทางเลือก คือบุคคลที่มีความต้องการทางเพศกับบุคคลที่มีเพศเดียวกันหรือต่างเพศกัน ซึ่งเกิดได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ในอดีตยังไม่มีการสรุปได้ว่าการเกิดเพศทางเลือกนั้นมีสาเหตุมาจากอะไร แต่ได้สันนิษฐานว่าเกิดจากการเลี้ยงดูเป็นปัจจัยหลัก เพศทางเลือกคือ กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศหรือในภาษาอังกฤษเรียกกลุ่มบุคคลนี้ว่า กลุ่ม LGBT ปัจจุบันเพศทางเลือกเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในสังคม ทำให้กลุ่มคนเพศทางเลือกมีบทบาทในสังคมมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ

สำหรับเพศทางเลือกที่โครงการนี้มุ่งจะศึกษาคือกลุ่ม Transman คือกลุ่มหญิงรักหญิงที่มีลักษณะข้ามเพศเป็นชายหรือที่เรียกว่าทอมบอย มีลักษณะการแสดงออกคล้ายคลึงกับเพศชายรวมไปถึงการแต่งกายเลียนแบบเพศชาย มีการปกปิดหน้าอกเพื่อให้แบนราบ ในอดีตมักจะนิยมใช้ผ้ารัดหน้าอกหรือที่เรียกว่าสแตย์ เป็นผ้าสีในใหญ่มีตะขอให้ปรับระดับความกระชับได้ ข้อดีคือ ใส่ง่ายไม่ยุ่งยาก ปรับความกระชับได้ ข้อเสียคือ ไม่ค่อยยืดหยุ่น ขอบทางด้านในอาจทำให้ผิวหนังระคายเคืองและการบีบรัดของสแตย์อาจทำให้กล้ามเนื้อบริเวณหน้าอกอักเสบ บวมแดง และมีอาการคันร่วมด้วย

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเพศทางเลือกที่เป็นทอม มีจำนวนน้อยและเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มที่มีโอกาสทำกำไรได้สูง แต่ไม่ค่อยมีตัวผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากนักในผลิตภัณฑ์ประเภทชุดชั้นในของทอม ซึ่งรูปแบบของผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในของทอมแตกต่างจากชุดชั้นในสตรีตรงที่ ชุดชั้นในสตรีพยายามทำให้หน้าอกดูใหญ่ขึ้นแต่ในทางกลับกันชุดชั้นในของทอมพยายามทำให้หน้าอกดูเล็กลงให้มากที่สุดเท่าที่ทำได้ เพื่อให้ตนเองไม่ดูเป็นผู้หญิง ซึ่งหน้าอกเป็นเสมือนส่วนเกินที่ทอมทุกคนไม่ยอมมีและพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อปกปิดส่วนเกินนี้ออกจากชีวิตให้ดูเหมือนผู้ชายให้มากที่สุด (ชยพันธ์ จงเจริญชัยสกุล และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2556: 737) จากการสนทนากลุ่มกับกลุ่มหญิงรักหญิงจำนวน 5 คน พบว่าการเลือกใช้ชุดชั้นในนั้นจะตัดสินใจซื้อเอง โดยหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยเลือกชื่อยี่ห้อที่เป็นที่นิยมคือ Secant และ Tom Chic เนื่องจากมีความหลากหลายในรูปแบบทั้งแบบ



ครึ่งตัวและเต็มตัว มีทั้งแบบซิปและตะขอข้าง และมีจุดจำหน่ายตามห้าง สามารถไปลองได้และสั่งซื้อได้จากทางอินเทอร์เน็ต สอดคล้องกับการสืบค้นข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการในเพจการซื้อขายเสื้อกล้ามทอม พบว่า ทั้ง 2 ยี่ห้อเป็นยี่ห้อที่ทอมนิยมเป็นอันดับต้นๆ การตัดสินใจซื้อก็จะพิจารณาจากคุณสมบัติในการทำให้หน้าอกแบนราบ เก็บหน้าอกได้มากที่สุด เก็บเนินอก และรูปแบบของเสื้อ ซึ่งกลุ่มผู้ใช้สัมภาษณ์เคยใช้ในลักษณะสตรีคหน้าอกมาก่อน เมื่อมาใช้เสื้อกล้ามทอม ที่มีรูปแบบเป็นซิปด้านข้าง และมีแบบตะขอ จึงลองเปลี่ยนมาให้เป็นเสื้อกล้าม เพราะสามารถที่จะใส่เสื้อเซิตทับและเปิดหน้าอกให้เห็นเสื้อกล้ามได้ หรือใส่เสื้อกล้ามกับกางเกงยีนส์ได้ ซึ่งถ้าใช้เป็นสตรีคต้องใส่เสื้อปกปิดไว้เท่านั้น นอกจากนี้ เสื้อกล้ามมีความยืดหยุ่นกว่า ไม่บีบรัดแน่นเหมือนกับสตรีค ดังนั้นจึงเปลี่ยนมาใช้เสื้อกล้ามทอมแทนการใช้สตรีค

เสื้อกล้ามทอมบอย “มิสเตอร์ทอมส์” เป็นเสื้อกล้ามทอมที่ใช้เนื้อผ้าฝ้ายแบบ Dry Soft มีคุณสมบัติในการระบายอากาศได้ดี เพราะเป็น โครงสร้างผ้า 2 ชั้น (Double Layer) ความชื้นและเหงื่อจะถูกดูดซับจากผ้าชั้นในอย่างรวดเร็วและจะถูกถ่ายเทไปสู่ผ้าชั้นนอก ทำให้ผิวแห้งสบาย ไม่เหนอะหนะ ขอบของเสื้อกล้ามเป็นผ้ายืดแนบไปกับตัว ไม่ระคายเคือง เป็นการออกแบบที่แก้จุดบกพร่องของเสื้อกล้ามทอม โดยเลือกใช้เนื้อผ้าที่ระบายอากาศได้ดี เนื้อผ้ายืดหยุ่น ไปด้วยสรีระและ ไม่ระคายเคืองเมื่อสวมใส่ ซึ่งเสื้อกล้ามทอมบอย “มิสเตอร์ทอมส์” เริ่มจำหน่ายผ่านทางเฟซบุ๊กแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก เนื่องจากยังไม่เคยทำการสื่อสารใดๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาทำให้ผู้ศึกษาต้องการสร้างสรรค์เสื้อ โฆษณาเสื้อกล้ามทอมบอย “มิสเตอร์ทอมส์” ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายหญิงรักหญิง ด้วยลักษณะของเสื้อกล้ามที่สวมใส่สบายจากเนื้อผ้าที่ระบายอากาศและยืดหยุ่น ไปด้วยสรีระ เป็นทางเลือกให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยจะทำการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลักเนื่องจากเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้เห็นลักษณะของสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ



รูปที่ 1: ผลิตภัณฑ์เสื้อกล้ามมิสเตอร์ทอมส์และโทนสีของเสื้อ

2.วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อนำข้อมูลที่ได้สร้างสรรค์เสื้อ โฆษณาให้กับเสื้อกล้ามทอมบอย “มิสเตอร์ทอมส์”



3. ขั้นตอนในการดำเนินการ

3.1 ขั้นรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเสื้อกั๊กยี่ห้อ Tomchic และ Secant ที่ได้รับความนิยม เพื่อศึกษารายละเอียดของสินค้า รวมถึงการรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลเอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเสื้อกั๊กทอมบอยเพื่อวิเคราะห์ พัฒนาต่อยอดไปสู่การปฏิบัติจริง

3.1.1 รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเสื้อกั๊กทอมบอยจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

3.1.2 ข้อมูลเสื้อกั๊กทอมบอย “มิสเตอร์ทอมส์” จากเจ้าของสินค้าโดยการสัมภาษณ์

3.1.3 ข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจากการสัมภาษณ์จำนวน 5 คน โดยคัดเลือกจาก 1) กลุ่มหญิงรักหญิงที่มีลักษณะการแสดงออกเป็นชาย 2) เคยใช้สแตย์รัดหน้าอกหรือเสื้อกั๊กทอมบอย

3.2 ขั้นการวางแผนและผลิตชิ้นงาน ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้รวบรวมมาใช้ในการวางแผนด้านการใช้กลยุทธ์การสื่อสาร โดยเน้นการใช้เครื่องมือสื่อสารในรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งแต่ละเครื่องมือจะมีลักษณะการใช้งานที่สอดคล้องกัน โดยมีการสร้างสรรค์สื่อโฆษณา อาทิ 1) การโฆษณา ได้แก่ การออกแบบ โลโก้ (logo) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (packaging) การออกแบบป้ายเสื้อ (name card tag) 2) สื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ fan page facebook, instagram, LINE

3.3 ขั้นตอนการทดสอบผลงาน โดยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อโฆษณาที่ผลิตขึ้น

3.3.1 เจ้าของสินค้าโดยสอบถามถึงรูปแบบของสื่อโฆษณากับแนวคิดของสินค้า

3.3.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบโดยสอบถามถึงความเหมาะสมด้านการออกแบบ

3.3.3 กลุ่มเป้าหมาย เพื่อทดสอบการรับรู้และประสิทธิภาพในการสื่อสารก่อนที่จะนำไปใช้จริง

4. ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

จากการศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์เสื้อกั๊กทอมบอยและกลุ่มเพศทางเลือก ผู้ศึกษาได้ออกแบบสื่อโฆษณาเพื่อใช้ในแผนงานสร้างสรรค์สื่อโฆษณาดังนี้

1. ตราสินค้า แนวความคิดในการออกแบบเน้นการใช้โทนสีดำเรียบง่าย สื่อถึงเพศทางเลือกโดยมีสัญลักษณ์ชายหญิงหลากสีตรงตามแนวด้านขวาอย่างชัดเจน ที่ใช้ภาพแมวเนื่องจากชื่อของสินค้าคือ มิสเตอร์ทอมส์ และทอมเป็นชื่อของตัวการ์ตูนชื่อดัง และต้องการสื่อถึงเพศทางเลือก(ผู้หญิงที่อยากเป็นผู้ชาย)



รูปที่ 2 ตราสินค้า

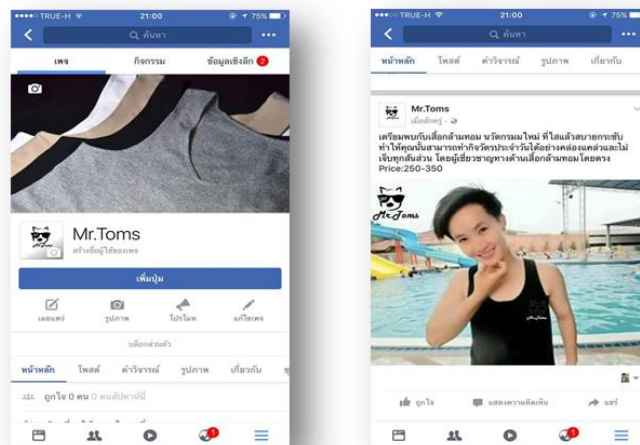
2. บรรจุภัณฑ์ แนวคิดในการออกแบบเน้นความเรียบง่าย ใช้โทนสีดำและสีน้ำตาล และ เลือกใช้วัสดุกระดาษและผ้า เพื่อลดการใช้พลาสติกและสามารถนำถุงผ้าไปใช้ต่อได้ ลวดลายบนถุงผ้ามีเพียงตราสินค้า ไม่มี



ตลาดอื่น เพื่อเป็นการต่อยอดราคาสินค้าให้เห็นชัดเจน สำหรับถุงกระดาษและถุงผ้านี้ใช้ใส่เสื้อกั๊ก โดยเสื้อกั๊กจะ
ใช้การห่อด้วยกระดาษบาง ไม่ใช่ถุงพลาสติก

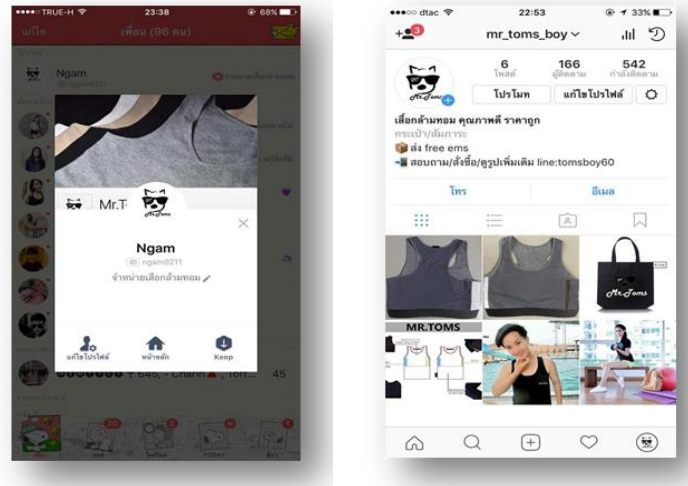


รูปที่ 3 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เสื้อกั๊ก “มิสเตอร์ทอมส์”



รูปที่ 4 Facebook fan page

3. เครื่องขายสังคมนตรีออนไลน์ Fan Page Facebook ,Instagram และ LINE แนวความคิดการออกแบบ: เป็น
ช่องทางเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับสินค้าให้ผู้บริโภค และใช้เป็นช่องทางการติดต่อซื้อขายสินค้า แฟนเพจจะใช้
เป็นสื่อ กระจายข่าวสารให้กับผู้บริโภคได้รับเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งภายใน แฟนเพจจะประกอบไปด้วยข้อมูล สินค้า หน้า
หลักของแฟนเพจจึงออกแบบให้เห็น ผู้บริโภคเห็นภาพสินค้าได้อย่างชัดเจน โดยใช้ภาพเสื้อกั๊กทอมบอยเรียงตาม
เจดีย์เป็นภาพฉากหลักของหน้าเพจ ในส่วนของโพสต์ จะเป็นภาพผู้บริโภครีวิวสินค้าและแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า
สำหรับอินสตางค์และไลน์ จะสื่อสารคล้ายเป็นแคตตาล็อกสินค้า และเป็นช่องทางในการติดต่อกับผู้ขายโดยตรง
เนื่องจากเสื้อกั๊ก มิสเตอร์ทอมส์ ไม่มีหน้าร้าน แต่จะทำการขายผ่านเครื่องขายสังคมนตรีออนไลน์ทั้ง 3 ช่องทาง



รูปที่ 5 Instagram และ LINE

4. ป้ายนามบัตร แนวคิดในการออกแบบคือการใช้โทนสีและวัสดุกระดาษเช่นเดียวกันกับถุงใส่เสื้อ ป้ายนามบัตรนี้จะใส่รายละเอียดการติดต่อร้านในช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์และเบอร์โทรศัพท์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เสื้อกั๊กสวมทอมบอยมีสเตอร์ทอมส์นี้ขายผ่านช่องทางสังคมออนไลน์เป็นหลัก วัสดุกระดาษที่ใช้เป็นกระดาษสีน้ำตาลธรรมชาติค่อนข้างแข็งกว่าถุงใส่สินค้า เพื่อให้หนักขาดง่ายและสามารถเก็บไว้ได้



รูปที่ 6 ป้ายนามบัตร

5. นิตยสาร ทอมแอก นิตยสารดิจิทัลที่สะท้อนไลฟ์สไตล์ของเพศทางเลือกที่คนทั่วไปสามารถอ่านได้ นำเสนอทั้งในด้านแฟชั่น ไลฟ์สไตล์ เทคโนโลยี ซอปปิ้ง สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารและคอลัมน์อื่นๆที่น่าสนใจกว่า 55 คอลัมน์ (magazinedee,2560:ออนไลน์) สำหรับแนวคิดในการโฆษณาเสื้อกั๊กสวมทอมบอยมีสเตอร์ทอมส์ในนิตยสารทอมแอก คือ การให้ฟรีเซ็นเตอร์ หรือกลุ่มเพศทางเลือกใส่เสื้อกั๊กสวมทอมบอยมีสเตอร์ทอมส์ ในลักษณะของ Fashion Advertising



รูปที่ 7 ภาพ fashion Advertising ในนิตยสาร ทอมแอก

5. ผลจากข้อวิจารณ์

การศึกษาโครงการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเสื้อลำทอมบอย มิสเตอร์ทอมส์ ในครั้งนี้ ได้มีการทดสอบผลงานโดยวิธีการสัมภาษณ์ เพื่อสำรวจความคิดเห็นและการประเมินผลงานที่มีต่อชิ้นงาน โฆษณาที่ได้นำเสนอได้แก่

5.1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ (กรรณิการ์ ขวัญประเสริฐ, 2560) ให้ข้อคิดเห็น ว่า ผลงานที่ออกแบบมีความเรียบง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งตราสินค้าออกแบบได้ง่ายต่อการจดจำ ใช้สีสันน้อยสะท้อนให้เห็นความตั้งใจที่จะสื่อว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของเพศทางเลือก โดยเลือกใช้สัญลักษณ์ชายหญิงเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้า ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมคือ ควรเพิ่มลูกเล่นให้ชื่อของตราสินค้าเห็นเด่นชัดมากยิ่งขึ้น

5.2) เจ้าของสินค้าเสื้อลำทอมบอย “มิสเตอร์ทอมส์” (มาลิตา ผูกพันธ์, 2560) ประเมินผลงานได้ว่า ในส่วนของผลิตภัณฑ์นั้น สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงต่อไปได้เนื่องจากสินค้าสามารถแก้ไขได้ตรงจุดและตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สำหรับบรรจุภัณฑ์ทั้ง 2 แบบเป็นแนวคิดที่ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและเป็นการร่วมรณรงค์การลดใช้ถุงพลาสติก อีกทั้งถุงกระดาษสามารถย่อยสลายได้ง่ายและถุงผ้าก็นำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อไปได้

5.3) กลุ่มเป้าหมายจำนวน 5 คน เห็นว่าตราสินค้ามีความเรียบง่าย การใช้สีดำเป็นพื้นและใช้สัญลักษณ์เพศทางเลือกเป็นส่วนหนึ่งของโลโก้ ทำให้ดูโดดเด่นง่ายต่อการจดจำ บรรจุภัณฑ์ใช้กระดาษและผ้าเป็นวัสดุ เหมาะสมกับแนวคิดการลดใช้พลาสติกได้เป็นอย่างดี ในส่วนของการใช้สื่อออนไลน์ ทั้งเฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม และนิตยสารดิจิทัลนั้น เหมาะสมเพราะสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับและติดต่อสื่อสารมากที่สุด โดยรวมถือว่าเป็นสื่อโฆษณาที่สามารถสื่อสารได้ดี

6. อภิปรายผล

พฤติกรรมการใช้ชุดชั้นในของกลุ่มหญิงรักหญิงนั้นจะตัดสินใจซื้อเอง โดยหาข้อมูลจากในอินเทอร์เน็ต โดยเลือกซื้อยี่ห้อที่เป็นที่นิยม สอดคล้องกับผลการวิจัย(ปารณีย์ จงรักษ์.และอนุชา ทิรคานนท์, 2557: 62) ที่ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้นกับคนในสังคม เช่น เฟสบุ๊ก, อินสตาแกรม เป็นต้น ซึ่งในขณะนี้เป็นที่นิยมภายในกลุ่มหญิงรักหญิงในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน



การสร้างสรรค์สื่อโฆษณาให้กับเสื้อกั๊กทอมบอย “มิสเตอร์ทอมส์” จากการทดสอบพบว่า แนวคิดและรูปแบบของสื่อโฆษณามีความเรียบง่าย การใช้โทนสีเน้นการใช้สีดำ และใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่นิยมของกลุ่มหญิงรักหญิง

7. บทสรุป

โครงการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาเสื้อกั๊กทอมบอย “มิสเตอร์ทอมส์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลและสร้างสรรค์สื่อโฆษณาให้กับเสื้อกั๊กสำหรับเพศทางเลือก โดยได้นำเสนอชิ้นงานดังนี้ 1) ตราสินค้า 2) บรรจุภัณฑ์ 3) เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ 4) ป้ายนามบัตร 5) นิตยสารดิจิทัล ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ผู้ประกอบการเจ้าของเสื้อกั๊กทอมบอย “มิสเตอร์ทอมส์” สามารถนำไปปรับปรุงและต่อยอดผลิตภัณฑ์ต่อไป รวมไปถึงชิ้นงานบางส่วนในเครื่องข่ายสังคมออนไลน์ก็สามารถนำไปปรับใช้ได้ทันที

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจศึกษาผลิตภัณฑ์สำหรับเพศทางเลือก ควรมีการศึกษาข้อมูลและสภาพตลาดอย่างละเอียด เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ดังนั้นจึงควรมีความหลากหลายของกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้มากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการสร้างสรรคสื่ออื่นๆเพิ่มเติม และมีการกระจายจุดจำหน่ายของสินค้าให้มีทางเลือกมากขึ้น นอกเหนือไปจากการจำหน่ายผ่านเครื่องข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเห็นสินค้าและได้รับสินค้าในทันที
3. ควรมีการทำวิจัยกับกลุ่มผู้บริโภคหนึ่งจากที่นำสื่อโฆษณาไปใช้ เพื่อวัดผลการรับรู้และประสิทธิผลของสื่อ

8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้ศึกษาขอขอบคุณ อาจารย์วีรวัฒน์ อัมพันธุ์ และ อาจารย์พรหมพงษ์ แก้วดวงเด่น ที่ให้คำปรึกษา แนะนำแก้ไขโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน ขอขอบคุณ คุณมาลิตา ผูกพัน เจ้าของผลิตภัณฑ์เสื้อกั๊กมิสเตอร์ทอมส์และคุณกรรณิการ์ ขวัญประเสริฐ กราฟฟิคดีไซน์ บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด ที่ให้คำแนะนำในการปรับปรุงผลงานในครั้งนี้

9. เอกสารอ้างอิง

ทำความเข้าใจกับความหมายของ LGBT-Parents One. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.parentsone.com/what-is-lgbt/> [30 มีนาคม 2560].

เรื่องหน้าอก เรื่องทุกข์ใจของสาวทอม. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://health.campus-star.com/general/1055.html/> [30 มีนาคม 2560].

ชยพันธ์ จงเจริญชัยสกุล. (2556). ส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อชุดชั้นในของนักศึกษาทอม. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article>. [30 มีนาคม 2560].



ปารณีย์ จงรักย์, อนุชา ทิรคานนท์. (2557). การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักหญิง. บทความจากวิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิตยสารเลสเบียนและไลฟ์สไตล์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.magazinedee.com/home/main/catelist/cate/AB-เลสเบียนและไลฟ์สไตล์.html [14 พฤษภาคม 2560].

กรรณิการ์ ขวัญประเสริฐ. กราฟฟิคดีไซน์ บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด. (26 มิถุนายน 2560). สัมภาษณ์
มาลีตา ผูกพัน เจ้าของผลิตภัณฑ์เสื้อกั๊กมิมิเตอร์ทอมส์. (27 มิถุนายน 2560). สัมภาษณ์