


สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญแผนภูมิ	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
 บทที่	
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหาคำวิจัย	12
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
ขอบเขตการศึกษา	13
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	14
นิยามศัพท์เฉพาะ	14
 บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	 17
<u>2.1. แนวคิดเรื่องสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics)</u>	
แนวคิดเรื่อง อัตลักษณ์ (Identities)	18
แนวคิดเรื่อง ภาพตัวแทน (Representation)	20
แนวคิดเรื่อง การปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ และสัญวิทยา (Semiotics)	22
<u>2.2. แนวคิดทางด้านสังคมวิทยา (Sociology)</u>	
แนวคิดการตลาดแบบเจาะกลุ่ม (Niche Market)	26
แนวคิดเรื่อง การบริโภคสัญญาณ (Consumption of Sign) หรือการบริโภคเชิง-	

ลิขสิทธิ์ © Chiang Mai University  
 All rights reserved

	หน้า
ตรรกะวิทยา (Logics of Consumption)	30
แนวคิดเรื่องวัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมประชานิยม (Pop Culture)	34
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	39
วิธีการวิจัย	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล	41
บทที่ 4 การแต่งกายของเกย์และพื้นที่ทางวัฒนธรรมของเชียงใหม่	44
วิเคราะห์บทสัมภาษณ์ : เกย์และนักออกแบบที่เป็นเกย์	44
วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม:นักท่องเที่ยวกะยในสถานบันเทิงจังหวัดเชียงใหม่	76
บทที่ 5 บทสรุป	91
ข้อจำกัดและอุปสรรค	94
ข้อเสนอแนะ	94
บรรณานุกรม	96
ภาคผนวก	101
ประวัติผู้เขียน	109

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามอายุ	77
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามระดับการศึกษา	78
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามอาชีพ	78
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามรายได้	79
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามความถี่ในการซื้อเสื้อผ้า	82
6. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามความชื่นชอบในลวดลายของเสื้อผ้า	82
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามความนิยมในการเลือกสวมใส่เสื้อ	83
8. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามความถี่ในการเลือกสวมใส่กางเกง	83
9. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามความถี่ในการเลือกสวมใส่เสื้อ	84
10. แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่เลือกซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มเกย์	85
11. แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อเสื้อผ้าที่นิยมเลือกซื้อของกลุ่มเกย์	85
12. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์เป็นลำดับของปัจจัยในการตัดสินใจ	86
13. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์ในปัจจัยการตัดสินใจของเพื่อน	86
14. แสดงจำนวนและร้อยละของลวดลายที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มเกย์	87
15. แสดงจำนวนและร้อยละของลำดับลวดลายเสื้อผ้าที่บ่งบอกถึงความเป็นเกย์	88
16. แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์	89
17. แสดงจำนวนและร้อยละของเสื้อผ้าสร้างความโดดเด่นในตัวบุคคล	89
18. แสดงจำนวนและร้อยละของผลทางตรงจากการดื่ม กิน สัมผัสเครื่องดื่มตามสถานบันเทิง	90

## สารบัญแผนภูมิ

ตาราง	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกษตรกรตามสีเสื้อผ้าที่นิยมเลือกซื้อ	80
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกษตรกรที่มีความชื่นชอบ	81



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1. รูปของชายรักชายที่นิยมสวมสร้อยคอ	6
2. รูปจากหนังสือนิตยสารแอล (Elle) คอลัมน์บุ๊กนิวส์ (Book New)	7
3. นิตยสารแฟชั่นที่กลุ่มเกย์ในเชียงใหม่นิยมเลือกอ่าน	8
4. ลักษณะรูปแบบสินค้าเสื้อผ้าของร้านอนุภาพ	9
5. ลักษณะรูปแบบสินค้าเสื้อผ้าของร้านแกรนด์ (Grand)	10
6. ลักษณะรูปแบบสินค้าเสื้อผ้าของร้านสอง รูปภาพจากผู้ศึกษา	11
7. ตารางขั้นตอนการดำเนินงาน	11
8. คุณฮันนี่ (Hunny)	44
9. เสื้อเชิ้ตแขนสั้นที่มีการตกแต่งด้วยเข็มกลัดเพชรของคุณฮันนี่ (Hunny)	45
10. กระโปรงพื้นที่ลายดอกไม้ของดีแอนด์จี (D&G) รูปจากนิตยสารแอล (Elle)	46
11. เสื้อเชิ้ตแขนสั้นที่มีการตกแต่งด้วยลูกบิดเพชรของคุณฮันนี่ (Hunny)	46
12. ลวดลายการตกแต่งที่โค้งมลและปักด้วยลูกบิดเพชรของคุณฮันนี่ (Hunny)	47
13. ลวดลายที่โค้งมลและใช้เทคนิคการปักของเสื้อคุณฮันนี่ (Hunny)	47
14. เสื้อเชิ้ตแขนยาวลายโค้งมล รูปจากนิตยสารอิมเมจ (Image)	48
15. คุณไคลี่ (KyLie)	49
16. เสื้อยืดคอกลมแขนสั้นใช้วัสดุที่มีความแวววาวตกแต่งของคุณไคลี่ (KyLie)	49
17. เสื้อยืดคอกลมแขนสั้นใช้วัสดุที่มีความแวววาวตกแต่งของคุณไคลี่ (KyLie)	50
18. เสื้อแจ็กเก็ตที่มีความแวววาว รูปภาพจากนิตยสารอิมเมจ (Image)	51
19. คุณอู๋ (Oui)	51
20. เสื้อยืดคอกลมแขนยาวใช้วัสดุที่มีความแวววาวตกแต่งของคุณอู๋ (Oui)	52
21. เสื้อยืดคอกลมแขนสั้นใช้เทคนิคการปักตกแต่งของคุณอู๋ (Oui)	52
22. เสื้อยืดคอกลมแขนยาวใช้เทคนิคการปักตกแต่งของคุณอู๋ (Oui)	53
23. ร่องเท้าของดีแอนด์จี (D&G) ที่ใช้สีทองตกแต่ง	54
24. กางเกงสีเหลืองทองของดีแอนด์จี (D&G) ได้ใช้เทคนิคการปักตกแต่ง	54
25. คุณแพทตี้ (Patty)	55

	หน้า
26. เสื้อยืดคอกกลมแขนสั้นสีชมพูลายดอกกุหลาบของคุณแพทตี้ (Patty)	56
27. เสื้อเชิ้ตแขนยาวปักด้วยวัสดุแวววาวของคุณแพทตี้ (Patty)	56
28. เสื้อเชิ้ตแขนยาวตีเกร็ดเหนืออกเสื้อของคุณแพทตี้ (Patty)	57
29. กางเกงพิมพ์ลายดอกทิวลิปของพราด้า (prada)	57
30. คุณเปเป้ (Pepea )	58
31. เสื้อยืดคอกกลมแขนสั้นสีเขียวลายโค้งมนของคุณเปเป้ (Pepea)	59
32. ลายพิมพ์บนกระเป๋าของพราด้า (prada)	59
33. คุณท็อฟฟี่ (Tofy)	60
34. เสื้อยืดคอกกลมแขนสั้นเย็บตีเกร็ดด้านหลังเสื้อของคุณท็อฟฟี่ (Tofy)	60
35. เสื้อยืดคอกกลมแขนสั้นพิมพ์สีทองของคุณท็อฟฟี่ (Tofy)	61
36. เสื้อผ้าที่ใช้เทคนิคการป้ายสีของดีแอนดจ์ (D&G)	61
37. กางเกงขาสั้นป้ายสีของคุณท็อฟฟี่ (Tofy)	62
38. ขากางเกงใช้เส้นด้ายปะให้เกิดลวดลายโค้งมนของคุณท็อฟฟี่ (Tofy)	62
39. กางเกงปักด้วยเส้นด้ายสีทองของคุณท็อฟฟี่ (Tofy)	62
40. ชุดกระโปรงสีทองของดีแอนดจ์ (D&G) ที่ใช้เทคนิคการทอลวดลายบนผ้า	63
41. คุณนิมซี่ (Nimsy)	64
42. เสื้อยืดแขนสั้นที่มีการตกแต่งด้วยเข็มกลัดเพชร คุณนิมซี่ (Nimsy)	65
43. เสื้อยืดแขนสั้นที่มีการตกแต่งด้วยลูกบิดเพชร คุณนิมซี่ (Nimsy)	65
44. เสื้อยืดแขนสั้นที่มีการตกแต่งด้วยเข็มกลัดเพชร คุณนิมซี่ (Nimsy)	65
45. ชุดสีทองปักตกแต่งด้วยลูกบิดสีทองของพราด้า (Prada)	66
46. คุณบ๊อบบี้ (Boby)	66
47. เสื้อพิมพ์ลายใบไม้ของกูชชี (Gucci)	67
48. เสื้อยืดแขนสั้นพิมพ์ลวดลายใบไม้ลักษณะเส้นโค้งมน คุณบ๊อบบี้ (Boby)	68
49. คุณนัทตี้ (Natty)	68
50. เสื้อแจ็กเก็ตคลายทางและเสื้อแจ็กเก็ตที่ใช้เทคนิคการตัดต่อของกูชชี (Gucci)	69
51. เสื้อแจ็กเก็ตแขนยาวพิมพ์ลายของคุณนัทตี้ (Natty)	70
52. คุณเรนนี่ (Rainy)	70
53. เสื้อเสื้อเชิ้ตแขนยาวพิมพ์ลายของคุณเรนนี่ (Rainy)	71

	หน้า
54. เสื้อยืดคอโปโลแขนสั้นใช้เทคนิคการปักตกแต่งของคุณเรนนี่ (Rainy)	72
55. ชุดสีทองพิมพ์ลายดอกไม้และปักด้วยด้ายสีทองของกุชชี (Gucci)	72
56. เสื้อสีรุ้งขนาดลายดอกไม้ของปราด้า (Prada)	73
57. ถุงปิดเพชร	92
58. ลวดลายการเดินเส้นและตีตะเข็บ	92
59. ลวดลายดอกไม้	93



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved