



# Cottagecore

เทรนด์จากโซเชี่ยลมีเดียที่ฮิตติดกระแส



*Cottagecore* หรือที่เรียกอีกอย่างว่า *Farmcore* หรือ *Countrycore* เป็นสุนทรียศาสตร์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวิถีชีวิตเกษตรตะวันตกที่เน้นแนวคิดเกี่ยวกับชีวิตที่เรียบง่ายและมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ



เทรนด์ Cottagecore ถูกกล่าวถึงอย่างแพร่หลายผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ยอดฮิตอย่าง Tumblr Tiktok และ Instagram ข้อมูลจากเว็บไซต์ The British Broadcasting Corporation (BBC) ระบุว่า ในปี 2563 แฮชแท็ก (Hashtag) #cottagecore ใน Tumblr มีการใช้งานเพิ่มขึ้น 153% จำนวนยอดกดไลค์โพสต์ (Post) ที่เกี่ยวกับ Cottagecore เพิ่มขึ้น 500% (BBC, 2563) ขณะที่ยอดเข้าชม #cottagecore ใน Tiktok มีจำนวนทั้งสิ้นถึง 5.3 พันล้านครั้ง ส่วนจำนวนโพสต์ที่ติด #cottagecore ใน Instagram มีจำนวนทั้งหมด 1.3 ล้านโพสต์<sup>1</sup>



Cottagecore ไม่ใช่เทรนด์ใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้น แต่การเว้นระยะห่างทางสังคม การกักตัว และการทำงานที่บ้านในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้เทรนด์ดังกล่าวกลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง จากความวิตกกังวลจากความเสี่ยงของการติดเชื้อ ความเครียดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และความเบื่อหน่ายกับชีวิตที่ไม่สามารถไปไหนได้อย่างอิสระ ทำให้เกิดความต้องการที่จะหลบหนีจากสภาวะเหล่านั้น และสนใจวิถีชีวิตในชนบท ซึ่งกลายมาเป็นชีวิตในอุดมคติที่เรียบง่ายและอบอุ่น เพื่อปลอบประโลมจิตใจจากความวุ่นวายต่าง ๆ



อย่างไรก็ตาม การย้ายจากเมืองกลับไปชนบทไม่สามารถทำได้ง่ายตายด้วยข้อจำกัดหลายประการ ความต้องการดังกล่าวจึงถูกเติมเต็มผ่านทางโลกออนไลน์ ทำให้กระแส Cottagecore ที่หยิบยกเอาวิถีชีวิตในกระท่อมท่ามกลางธรรมชาติในชนบท อังกฤษ ที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น เจียบสงบ มาเป็นจุดขาย ถูกกล่าวถึงกันมากจนกลายมาเป็นกระแสหลักในโซเชี่ยล



<sup>1</sup> ข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2564



## Cottagecore ในบริบทต่าง ๆ

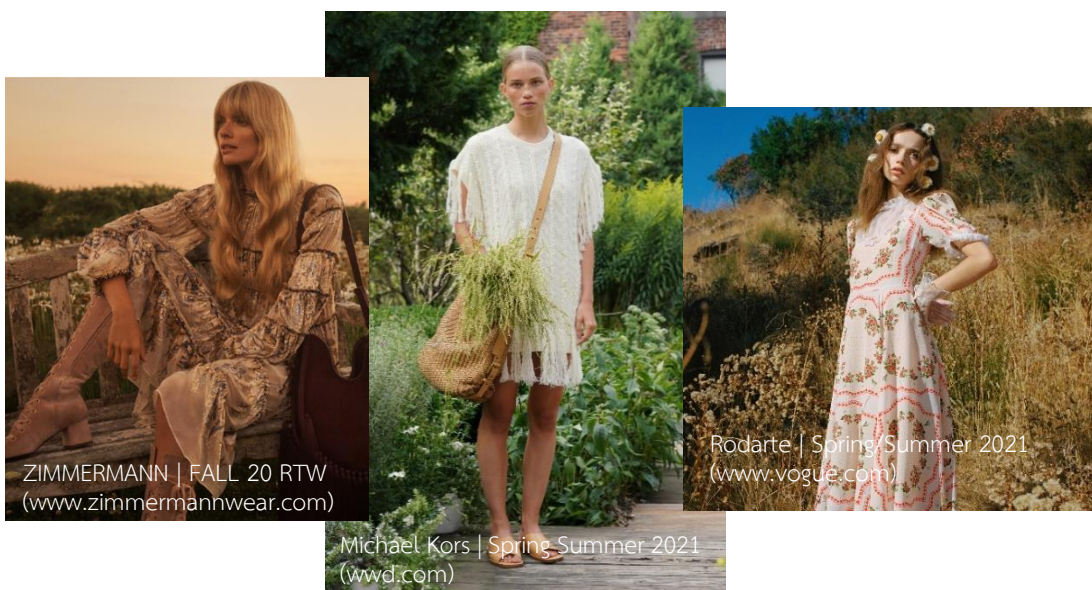
### แฟชั่นการแต่งกาย

Cottagecore มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อแฟชั่นการแต่งกาย โดยหากพูดถึงการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าสไตล์ Cottagecore ก็จะต้องนึกถึงเดรสและเสื้อผ้าที่ใส่แล้วสบายตัว มีลวดลายดอกไม้ หรือผ้าฝ้ายลายตาราง (Gingham) มีเครื่องประดับเป็นมงกุฎดอกไม้ ผ้าโพกผม หมวกปีกกว้าง (Floppy hat) หมวกฟาง (Straw hat) เครื่องประดับแบบ DIY กระเป๋าสาน ตะกร้าสาน ให้อารมณ์ปิกนิกกลางแจ้ง ส่วนโทนของสีเสื้อผ้าจะเป็นโทนสีธรรมชาติ ได้แก่ ขาว น้ำตาล เบจ เขียว (โดยเฉพาะเขียวมะกอก) เหลืองมัสตาร์ดซีด ฟ้าอ่อน และชมพูอ่อน

เสื้อผ้าสไตล์ Cottagecore มีหลายรูปแบบ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะนึกถึงเดรสเอวหลวมพิมพ์ลายดอกไม้ สไตล์วินเทจที่กล่าวมาข้างต้นซึ่งเป็นชุดที่ใสในฤดูร้อน แต่จริง ๆ แล้ว เสื้อผ้าสไตล์ Cottagecore สามารถปรับเปลี่ยนไปได้ตามแต่ฤดูกาล เช่น ฤดูใบไม้ร่วงอาจเปลี่ยนเป็นสวมเสื้อสเวตเตอร์ถัก กางเกงรัดรูป และ รองเท้าบู๊ตสูงถึงเข่า เป็นต้น

จากกระแส Cottagecore ที่ฮิตในโลกโซเชียล ทำให้การค้นหาเกี่ยวกับ เสื้อผ้าลายตาราง (Gingham clothes) และการแต่งกายสไตล์หญิงรีดนมวัว (Milkmaid) เพิ่มขึ้นเกือบ 30% (BBC, 2563) นอกจากชุดที่ใส่สบาย ๆ ในวันว่างแล้ว อิทธิพลของ Cottagecore ก็มีผลต่อแฟชั่นเครื่องแต่งกายสำหรับงานแต่งงานเช่นกัน ด้วยบรรยากาศที่โรแมนติก อบอุ่น เป็นกันเอง ทำให้เป็นที่นิยมในหมู่คู่รักและนำมาเป็นธีมงานแต่งงาน ซึ่งเว็บไซต์ insider และ BRIDES ก็ได้มีการจัดอันดับให้ Cottagecore เป็นหนึ่งในเทรนด์ชุดแต่งงานในปี 2564

นอกจากนี้ ความฮิตของเสื้อผ้าสไตล์ Cottagecore ก็ยังทำให้แบรนด์เสื้อผ้าระดับโลกนำไปประยุกต์เข้ากับผลงานการออกแบบเสื้อผ้าด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น คอลเล็คชั่น FALL 20 RTW ของ ZIMMERMANN คอลเล็คชั่น Spring Summer 2021 ของ Michael Kors และคอลเล็คชั่น Spring/Summer 2021 ของ Rodarte เป็นต้น





## การตกแต่งบ้าน

บ้านสไตล์ Cottage จะมีลักษณะเฉพาะแบบกระท่อมฝั่งตะวันตก ขนาดกะทัดรัด ทำจากวัสดุจากธรรมชาติ เช่น ไม้ ก้อนหิน อิฐบล็อกแดง การตกแต่งก็จะเน้นความเรียบง่ายสบาย ๆ เป็นธรรมชาติ โทนสีที่นิยมใช้จะเป็นสีโทนกลางเช่นเดียวกับโทนสีเสื้อผ้าที่กล่าวถึงข้างต้น โดยจะเป็นสีแนวเอิร์ทโทน เช่น สีเบจ น้ำตาล ขาว เทา และครีม เป็นต้น ซึ่งการสร้างบ้านหรือสถาปัตยกรรมแบบ Cottage ในประเทศไทยก็มีให้เห็นอยู่มาก โดยมักจะสร้างเป็นบ้านพักตากอากาศ รีสอร์ท คาเฟ่ หรือร้านกาแฟ

กระแส Cottagecore กลายเป็นหนึ่งเทรนด์ฮิตในวงการตกแต่งภายใน (Interior design) ในปี 2564 อ้างอิงจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับบ้านและสวนต่าง ๆ อาทิ Homes and gardens House of Mosaics Boulevard และ COTTO เป็นต้น การตกแต่งบ้านแบบ Cottagecore สามารถทำได้ง่าย ๆ เช่น ตกแต่งผนังด้วยดอกไม้ ใช้อุปกรณ์ที่เป็นลายดอกไม้ เพิ่มพื้นที่สีเขียวภายในบ้าน และเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์เก่าหรือของตกแต่งสไตล์วินเทจ เป็นต้น



## สื่อบันเทิง

Cottagecore ถูกนำมาใช้เป็นคอนเทนต์ (Content) สำหรับสื่อบันเทิงหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือที่ใช้การพรรณนาเรื่องราวโดยใช้บรรยากาศในชนบทเป็นฉาก แต่ที่เห็นได้ง่ายที่สุดคือในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการบอกเล่าผ่านการแสดง เครื่องแต่งกาย สถานที่ และอุปกรณ์ประกอบต่าง ๆ เช่น ในภาพยนตร์ย้อนยุคเรื่อง Little Women ผลงานจากนวนิยายอเมริกันที่สะท้อนบทบาทของผู้หญิงในยุค Civil War หรือภาพยนตร์เรื่อง Anne With an E ที่ดัดแปลงมาจากวรรณกรรมเยาวชนเรื่อง Anne of Green Gables



ภาพยนตร์เรื่อง Little Women



ภาพยนตร์เรื่อง Anne of Green Gables



มิวสิกวิดีโอเพลง Willow ของ Taylor Swift

วงการเพลงเป็นอีกหนึ่งสื่อบันเทิงที่สามารถนำ Cottagecore มาเป็นคอนเทนต์ได้ เช่น ในอัลบั้มเพลง Folklore ซึ่งเป็นอัลบั้มใหม่ของ Taylor Swift ซึ่งมีกลิ่นอายของความอบอุ่นและเป็นธรรมชาติ และในมิวสิกวิดีโอเพลง Cardigan และ Willow ก็ดำเนินเนื้อเรื่องโดยใช้บรรยากาศ การแต่งกาย และสถานที่ที่มีความเป็นธรรมชาติให้อารมณ์ Cottagecore



ภาพจากคลิปวิดีโอของ Li Ziqi

อีกตัวอย่างที่เห็นได้ชัดของการนำ Cottagecore มาประยุกต์เป็นคอนเทนต์ คือ คลิปวิดีโอใน Youtube โดย Youtuber หลาย ๆ ท่าน ยกตัวอย่างเช่น Li Ziqi Youtuber ชาวจีนชื่อดัง จุดเด่นของวิดีโอของ Li Ziqi คือ การนำเสนอการผสมผสานสุนทรียภาพของ Cottagecore ในบรรยากาศวิถีชีวิตในชนบทจีน มีการทำอาหารจากวัตถุดิบธรรมชาติ ทำเครื่องมือเครื่องใช้

ต่าง ๆ ด้วยมือ ปัจจุบันช่อง Youtuber ของ Li Ziqi ประสบความสำเร็จอย่างมาก โดยมีผู้ติดตามกว่า 14.1 ล้านคน และได้รับรางวัล Guinness World Records เนื่องจากมีผู้ติดตามช่องภาษาจีนมากที่สุดบน YouTube



อนิเมะเรื่อง My Neighbor Totoro

นอกจากบริบทที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว การ์ตูนและอนิเมะ (Anime) ก็เป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถนำบรรยากาศของ Cottagecore เสริมแทรกเข้าไปได้ อาทิ อนิเมะชื่อดังจากญี่ปุ่นเรื่อง My Neighbor Totoro ซึ่งเป็นอนิเมะที่เต็มไปด้วยทิวทัศน์งดงามของชนบทญี่ปุ่น โดยข้อความที่ผู้วาดต้องการสื่อสารคือ ความต้องการที่จะปลูกฝังเด็ก ๆ ให้ความรู้รับผิดชอบต่อธรรมชาติ

### กระแส Cottagecore กับโอกาสทางธุรกิจ

Cottagecore เป็นเทรนด์ที่กำลังอยู่ในกระแส ทำให้มีผู้ที่สนใจมากในช่วงที่ยังคงเป็นกระแสอยู่ แม้ว่าในอนาคตอาจมีเทรนด์ใหม่ที่กลายมาเป็นที่นิยมแทน แต่ผู้บริโภคที่มีความชอบในสไตล์นี้ก็ยังคงมีอยู่ ถือเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่เป็นโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการที่จะเจาะกลุ่มผู้บริโภครายดังกล่าว ซึ่งข้อดีที่สำคัญของการเลือกเจาะตลาดแบบ Niche Market คือ ไม่ต้องใช้ต้นทุนสูงเหมือนตลาดมวลชน

(Mass Market) มีคู่แข่งน้อยรายทำให้สามารถเป็นผู้กำหนดราคาได้ ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเพื่อการตอบสนองที่ตรงกับความต้องการ

นอกจากนี้ นัยยะแฝงของกระแส Cottagecore เกิดจากสุขภาพจิตที่ย่ำแย่ลงจากการที่ต้องอยู่กับบ้าน ทำให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงจากสถานการณ์ที่เป็นอยู่ กลับไปสู่การใกล้ชิดกับธรรมชาติ ในปัจจุบันหลาย ๆ คนมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดการกับความวิตกกังวล ความเบื่อหน่าย และความสับสน ส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตและสุขภาพร่างกาย ปัญหาดังกล่าวจึงอาจเป็นช่องทางที่เป็นโอกาสสำหรับธุรกิจบริการดูแลสุขภาพ หรือ “Wellness” และสามารถต่อยอดไปสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ได้เช่นกัน

กระแสการกลับไปสู่การใช้ชีวิตในชนบทที่เรียบง่ายยังคงมีอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Angad Chowdhry ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท Quilt.AI ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติสิงคโปร์ ที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ในการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมมนุษย์ในเชิงลึก ที่ได้กล่าวไว้ว่าหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 คลี่คลาย ผู้คนจะกลับมาใช้ชีวิตแบบคนเมืองน้อยลง (BBC, 2563) เช่นเดียวกับบทวิเคราะห์เรื่อง “TOP 10 GLOBAL CONSUMER TRENDS 2021” ของ Euromonitor International ซึ่งระบุว่า การถูกขังกรอบให้อยู่ในพื้นที่จำกัด ทำให้คนโหยหากิจกรรมกลางแจ้งเพื่อการพักผ่อนและสันทนาการ และเมื่อการทำงานที่สามารถทำได้จากระยะไกล (Remote work) กลายเป็นเรื่องปกติใหม่ (New normal) ชีวิตในชนบทจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ ทั้งจากสภาพแวดล้อมที่ดีกว่า และค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า ทำให้บางส่วนมีความคิดที่จะย้ายจากเมืองไปยังพื้นที่ชนบท トラบเท่าที่ยังสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและการติดต่อถึงกันได้

ความต้องการที่จะกลับสู่ชีวิตที่อิงกับธรรมชาติ ก็เป็นโอกาสหนึ่งให้ผู้ประกอบการแสวงหาประโยชน์ได้ โดยอาจเป็นโอกาสสำหรับกิจการที่พัก ร้านอาหาร หรือคาเฟ่ สำหรับผู้บริโภคที่ต้องการพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติแบบชั่วคราว รวมทั้งผลิตภัณฑ์ DIY และผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติต่าง ๆ เช่น เครื่องสำอาง สกินแคร์ เฟอร์นิเจอร์ และสิ่งของเครื่องใช้ภายในบ้าน เป็นต้น

ทั้งนี้ การกลับสู่การอยู่กับธรรมชาติ จะทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงภัยคุกคามที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และจะมีความคาดหวังให้ผู้ประกอบการมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้นแบรนด์/ผู้ประกอบการที่สามารถปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ก็จะได้รับประโยชน์จากสังคมมากและจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น

\*\*\*\*\*

กองนโยบายการสร้างความเข้มแข็งทางการค้า  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

## อ้างอิง

BBC. 2020. *'How did a bucolic dreamland become the perfect escape from real life? Anita Rao Kashi explores a whimsical world of nostalgia, tranquillity and folksy mysticism.'*

Available at: <<https://www.bbc.com/culture/article/20201208-cottagecore-and-the-rise-of-the-modern-rural-fantasy>> [Accessed 25 February 2021].

Wmagazine. 2020. *'Taylor Swift Has Discovered Cottagecore'* Available at: <

<https://www.wmagazine.com/story/taylor-swift-cottagecore-folklore>> [Accessed 26 February 2021].

Euromonitor International. 2021. *'TOP 10 GLOBAL CONSUMER TRENDS 2021'*

Screenrant. 2020. *'10 Most Wholesome Cottagecore Movies To Watch, According To Reddit'*

Available at: < <https://screenrant.com/most-wholesome-cottagecore-movies-watch-according-reddit/>> [Accessed 26 February 2021].

Screenrant. 2020. *'10 Most "Cottagecore" Anime Series, Ranked'* Available at: <

<https://screenrant.com/cottagecore-anime-series-ranked/>> [Accessed 1 March 2021].