

การออกแบบเสื้อผ้าสตรีทำงานกึ่งลำลองสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการเจเนอเรชันวายด้วยแนวคิดการออกแบบเฟอร์นิเจอร์

จากยุคมิตเซนจูรีและแนวคิดอ็อปไซเคิล

รณิดา วรจรรยวรรธ, อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

angelranida.w@gmail.com, aui.atthaphon@gmail.com

Received: Mar 24, 2022

Revised: Apr 28, 2022

Accepted: Jun 16, 2022

บทคัดย่อ

ปัจจุบันตลาดสินค้าแฟชั่นมีการแข่งขันมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดสินค้าแฟชั่นแฟชั่น ที่ส่งผลให้เกิดการผลิตสินค้าจำนวนมากและรวดเร็ว เพื่อให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการซื้อสินค้าราคาถูก และสามารถซื้อได้ในระยะเวลาอันสั้น ปรากฏการณ์นี้นำมาซึ่งวงจรของสินค้าที่มีระยะสั้น เป็นผลจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มที่จะเลิกใช้สินค้าในระยะเวลาที่สั้นลง สถานการณ์ข้างต้นได้นำมาซึ่งแนวโน้มแฟชั่นที่ยั่งยืนที่รณรงค์ทั้งทางด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และการใช้สินค้าแฟชั่นอย่างเหมาะสมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยแนวคิดอ็อปไซเคิลเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่นักออกแบบแฟชั่นใช้เป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบเพื่อให้ตอบสนองแนวคิดแฟชั่นที่ยั่งยืน จากการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการเจเนอเรชันวายในประเทศไทยให้ความสนใจรูปแบบของเสื้อผ้าทำงานกึ่งลำลองที่มาจากแนวคิดแฟชั่นที่ยั่งยืน (2) แนวคิดการออกแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ แนวคิดการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากยุคมิตเซนจูรี และ (3) ผู้วิจัยทดลองออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบจากแนวคิดอ็อปไซเคิล จำนวน 5 ชุด

คำสำคัญ : เสื้อผ้าทำงานกึ่งลำลอง, ผู้ประกอบการ, เจเนอเรชันวาย, อ็อปไซเคิล

The Business Casual Womenswear Collection Design for Entrepreneur Generation Y from Mid-century Furniture Design and Upcycle Concept

Ranida Wornchanyawat, Atthaphon Ponglawhapun

Fashion and Textile Design, Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts,
Chulalongkorn University

Email : angelranida.w@gmail.com, aui.atthaphon@gmail.com

Received: Mar 24, 2022

Revised: Apr 28, 2022

Accepted: Jun 16, 2022

Abstract

Nowadays, the fashion market is extremely competitive, especially in the field of fast fashion. This event leads to the mass production with fast delivering deadline, which mainly try to satisfy the needs of the consumers. The fast fashion market creates fashionable products at low prices, resulting in shorter product life cycles. Consumers then tend to abandon the product sooner. This situation directly impacts the environment and sparks the sustainable fashion movement - those who are more concerned with product life cycles, such as materials, production, and logistics. The research found that (1) the entrepreneur generation Y consumers are interested in business casual products with the sustainable fashion concept. (2) The design concept that suits the target consumer is the mid-century furniture design concept. (3) the collection design prototyped is developed which consists of 5 outfits.

Keywords : Business Casual, Entrepreneur, Generation Y, Upcycle

บทนำ

แฟชั่นเป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา ดังจะสังเกตได้จากพัฒนาการและเทคโนโลยีในการการผลิตสินค้าที่สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการเพิ่มจำนวนของฤดูกาลนำเสนอขายสินค้า ประกอบกับระบบการจัดส่งสินค้าในระดับโลกที่ดีขึ้นและมีราคาถูกลง การพัฒนาข้างต้นก่อให้เกิดความรวดเร็วทั้งในด้านการออกแบบ การผลิต การขนส่ง และการจัดจำหน่าย ส่งผลให้ตลาดสินค้าแฟชั่นมีการแข่งขันที่สูงขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าในร้านค้าบ่อยครั้งมากกว่าในอดีต ปัจจุบันตราสินค้าแฟชั่นจำนวนมากมักใช้แนวคิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าให้ถี่ขึ้นเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความจำเป็นในการซื้อสินค้าทันทีตามแนวคิด Here Today, Gone Tomorrow หรือ See Now, Buy Now เป็นต้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดสินค้าฟาสต์แฟชั่น (Fast Fashion) ที่จัดจำหน่ายสินค้าในราคาที่ผู้บริโภคสามารถจับต้องได้ง่าย สินค้ามีคุณภาพพอประมาณ มีรูปแบบที่เท่ห์ทันสมัยในช่วงเวลาหนึ่ง โดยแนวคิดสินค้าฟาสต์แฟชั่นเกิดขึ้นทั้งจากปัจจัยทั้งทางด้านผู้บริโภคที่มีความต้องการสินค้าที่มีราคาถูกลงและมีรูปแบบที่ทันสมัย และปัจจัยด้านผู้ผลิตที่เล็งเห็นโอกาสในการนำเสนอสินค้าและสร้างรายได้ก่อให้เกิดรูปแบบธุรกิจที่เรียกว่าฟาสต์แฟชั่นดังที่ปรากฏในปัจจุบัน

ตราสินค้าฟาสต์แฟชั่น มุ่งเน้นการผลิตสินค้าด้วยความรวดเร็ว มีการขยายฐานการผลิตสินค้าไปทั่วโลก และใช้กระบวนการจัดการขนส่งอย่างมีระบบ ส่งผลให้ตราสินค้าฟาสต์แฟชั่นในท้องตลาดประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามความสำเร็จนี้ยังก่อให้เกิดสินค้าจำนวนมากที่ถูกใช้

แล้วทิ้งอย่างรวดเร็วและส่วนหนึ่งของสินค้าได้กลายเป็นขยะ ซึ่งก่อให้เกิดกระแสแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion) ขึ้น เนื่องจากการเล็งเห็นถึงผลกระทบที่ธุรกิจแฟชั่นมีต่อสิ่งแวดล้อม

โดยแนวคิดการออกแบบที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบแฟชั่นที่มักมีการกล่าวถึงในปัจจุบัน ได้แก่ แนวคิด 4Rs ได้แก่ การลดการใช้งาน (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) การซ่อมบำรุง (Repair) การอัพไซเคิล (Upcycle) และการดาวน์ไซเคิล (Downcycle) ซึ่งเป็นกระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ที่เน้นถึงความสำคัญด้านมูลค่า เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่ามากที่สุด

แนวคิดอัพไซเคิล

กระบวนการอัพไซเคิล คือ กระบวนการแปลงสภาพวัสดุเหลือใช้ หรือการทำให้วัสดุหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้งานตามหน้าที่เดิมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและมีมูลค่าสูงขึ้นอีกทั้งยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (จักรสิน น้อยไธภูมิ และสิงห์ อินทรชูโต, 2017) โดยการอัพไซเคิลคือการรีไซเคิลที่ไม่ลดทอนคุณภาพและมูลค่าของวัสดุดั้งเดิม โดยเป็นการออกแบบให้วัสดุนั้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้อย่างไม่รู้จบ โดยผ่านกระบวนการรีไซเคิลที่ไม่ก่อมลพิษ ให้กับระบบนิเวศ และสามารถขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจที่สร้างคุณประโยชน์ และมอบกำไรให้กับระบบนิเวศและสังคมได้อย่างยั่งยืน

ความหมายของการอัพไซเคิล คือ การรีไซเคิลที่ไม่ลดทอนคุณภาพและมูลค่าของวัสดุดั้งเดิม โดยอาศัยการออกแบบที่ทำให้เกิดวัสดุใหม่และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้อย่างไม่รู้จบ (Michael

Braungart and William MacDonough, 2022) ปัจจุบันตราสินค้าแฟชั่นที่นำแนวคิดอัพไซเคิลมาใช้ในงานออกแบบในระดับสากล ได้แก่ ตราสินค้าพาโกเนีย (Patagonia) และตราสินค้ามารีน เซร์ (Marine Serre) ซึ่งนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว เช่น พรหมเก่า ผ้าเก่า หรือเสื้อผ้าเก่ามาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบสร้างสรรค์ใหม่จนเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

กล่าวได้ว่าการอัพไซเคิลไม่ใช่การผลิตสินค้าใหม่จากวัสดุใหม่ แต่เป็นการยืดอายุวัสดุที่ผ่านการใช้งานมาแล้วไม่ให้กลายเป็นขยะเร็วขึ้น แนวคิดนี้จะช่วยก่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้งานต่างจากเดิม แต่ยังคงไว้ด้วยตัววัสดุเดิมที่ได้รับการออกแบบมาให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Aluminumloop, 2021) โดยแนวคิดสำคัญของการอัพไซเคิลคือการทำให้วงจรของวัสดุเป็นลักษณะวงจรปิด (Closed Loop) และต้องไม่ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การอัพไซเคิลพลาสติกให้เป็นเส้นใยสังเคราะห์ (Polyester) โดยการล้างสารพิษและโลหะหนักออกจากเส้นใย ย้อมด้วยสารเคมีที่เหมาะสม รวมถึงส่วนประกอบอื่นของเสื้อผ้าควรมาจากโพลีเอสเตอร์เช่นเดียวกับตัวเนื้อผ้าเพื่อให้ง่ายต่อการนำไปรีไซเคิลได้ในอนาคต

กลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการเจนเนอเรชันวาย

จากการคาดการณ์ของเว็บไซต์ www.threadup.com แสดงให้เห็นว่าในปี ค.ศ. 2024 ตลาดสินค้ามือสองทั่วโลกจะมีมูลค่ารวมสูงถึง 64,000,000 ดอลลาร์สหรัฐ (James Reinhart, 2021) โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีแนวโน้มในการซื้อสินค้ามือสองมากขึ้น ได้แก่ กลุ่มผู้หญิงในเจนเนอเรชันซี (Generation Z) ที่ในปัจจุบันเป็นวัยรุ่นตอนปลาย และกลุ่มเจนมิลเลเนียล (Millennials) หรือเจนเน

เรชันเอ็ม (Gen M) ที่ถูกเรียกก่อนหน้านี้ว่ากลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ซึ่งเป็นกลุ่มคนวัยทำงานอายุระหว่าง 21-37 ปี นอกจากนี้กลุ่มเจนเนอเรชันวายเป็นกลุ่มคนที่ให้ความสนใจและตระหนักถึงเรื่องสิ่งแวดล้อม สภาวะทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกบริโภคสินค้าจากตราสินค้าที่ใช้แนวคิดแฟชั่นยั่งยืน หรือใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ด้านพฤติกรรมการใช้ชีวิต กลุ่มผู้ประกอบการในเจนเนอเรชันวาย (Entrepreneur Generation Y) เป็นกลุ่มคนที่มีรายได้ค่อนข้างสูง มีความสนใจในงานออกแบบ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีแนวโน้มริเริ่มธุรกิจใหม่ มีเวลาส่วนตัว สามารถทำงานที่บ้านได้ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมและการตกแต่งภายในบ้านเป็นอย่างมาก นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายมีความจำเป็นต้องเข้าถึงสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพบปะเพื่อพูดคุยเรื่องการทำงานหรือการเจรจาธุรกิจ มีรูปแบบการทำงานแบบนอกสถานที่ ต้องการความคล่องตัวและ ความน่าเชื่อถือจากเสื้อผ้าที่สวมใส่ในชีวิตประจำวัน เพื่อใช้สำหรับการติดต่อประสานงานกับบุคคลอื่นได้ กลุ่มเป้าหมายจึงมีแนวโน้มต้องการต้องการเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายในโอกาสสวมใส่แบบทำงานกึ่งลำลอง (Business Casual) เนื่องจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตข้างต้น

เสื้อผ้าสตรีทำงานกึ่งลำลอง

ประเภทของสินค้าแฟชั่นสามารถแบ่งได้ตามโอกาสการใช้สอย เช่น ชุดทำงาน (Business) ชุดลำลอง (Casual) และชุดไปงานสังสรรค์ (Party) นอกจากนี้ในการแบ่งประเภทของเสื้อผ้าตามโอกาสการใช้สอย ยังสามารถแบ่งให้มีความชัดเจนเพื่อให้เหมาะสมกับกระบวนการออกแบบของนักออกแบบได้ เช่น เสื้อผ้าทำงานกึ่งทางการ (Business-

Formal) เสื้อผ้าทำงานกึ่งลำลอง (Business-Casual) และเสื้อผ้าทำงานกึ่งสังสรรค์ (Business-Party) เป็นต้น (พิชชา อุทิสวรรณกุล, 2021)

รูปแบบชุดทำงานกึ่งลำลอง (Business-Casual) เป็นรูปแบบเสื้อผ้าที่สามารถสวมใส่ไปทำงานได้ แต่มีความลำลอง ใช้สำหรับสถานที่ทำงานที่มีความเป็นกันเอง (พิชชา อุทิสวรรณกุล, 2021) ไม่เน้นการพบปะแบบเป็นทางการหรือการประชุมกับผู้บริหารมากนัก รูปแบบของโครงร่างเงาและรายละเอียดตกแต่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกระแสนิยมของแฟชั่น ในช่วงเวลานั้น การใช้วัสดุมักเป็นรูปแบบที่สื่อสารถึงความลำลอง เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าวูล์ฟ เนื้อบาง และผ้าลินิน เป็นต้น สามารถใช้โทนสีได้หลากหลายขึ้นอยู่กับแนวทางของการออกแบบของนักออกแบบ

รูปแบบชุดทำงานของผู้หญิงมีความเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละยุคสมัย ขึ้นอยู่กับบริบทและหน้าที่ทางสังคมของผู้หญิงในช่วงเวลาหนึ่ง เช่น ในช่วงปี ค.ศ. 1899 เสมียนผู้หญิงไปทำงานในสำนักงานด้วยการแต่งกายชุดกระโปรงสุ่มขนาดใหญ่ ความยาวกรอมพื้น เสื้อมีการตกแต่งระบาย ขนาดใหญ่ และมียางยืดบริเวณเอว ซึ่งในช่วงเวลานั้น การทำงานยังไม่เน้นเรื่องการเคลื่อนไหวที่คล่องตัวและรวดเร็ว ในขณะที่ช่วงปี ค.ศ. 1917 ในสำนักงานการรถไฟประเทศอังกฤษ ผู้หญิง แต่งกายไปทำงานแทนที่ผู้ชายที่ต้องเข้าร่วมในการรบช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 โดยมีการแต่งกายด้วยเสื้อสีขาว กระโปรงยาวที่มีความแคบขึ้น (ไม่มีลักษณะเป็นสุ่ม) เพื่อให้เหมาะสมกับการเคลื่อนไหวร่างกายและความคล่องตัวในการทำงาน

ในช่วงปี ค.ศ. 1990 รูปแบบการแต่งกายแบบทำงานกึ่งลำลองได้รับความนิยมมากขึ้นเนื่องจากพฤติกรรมการทำงานและสถานที่ทำงานที่

เปลี่ยนแปลงไป แนวโน้มของความเป็นทางการในสถานที่ทำงานเริ่มลดน้อยลง อย่างไรก็ตามโอกาสการใช้สอยเสื้อผ้าทำงานกึ่งลำลองได้รับการตีความที่แตกต่างกันไปในแต่ละสถานที่ เช่น ในเมืองนิวยอร์ก รูปแบบการแต่งกายจะเป็นการสวมใส่กางเกงสีกากี และเสื้อเชิ้ตติดกระดุมบริเวณขอบปก (Button-down shirt) และในเมืองซีแอตเทิล ที่พนักงานบริษัทเทคโนโลยีสามารถสวมใส่เสื้อยืดหรือสเวตเตอร์ คู่กับกางเกงยีนส์และรองเท้าฟลิปฟล็อป (Flip-flops) ไปทำงานได้ เป็นต้น (Daniel James Cole and Nancy Deihl, 2015) องค์ประกอบในการแต่งกายของผู้หญิงในช่วงเวลานี้ ได้แก่ เสื้อกันหนาว คาร์ดิแกน เสื้อโปโล เสื้อถักไหมพรม กางเกงสีกากี ผ้าลูกฟูก หรือผ้าฝ้าย และชุดติดกันแบบยาว โครงร่างเงาเป็นแบบทรงตรงเข้ารูป (Sheath Silhouette) เป็นต้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการแต่งกายเสื้อผ้าสตรีทำงานกึ่งลำลองของกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการเจเนอเรชันวาย
2. เพื่อศึกษาแนวคิดการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากยุคมิดเซนจูรี (Mid-Century)
3. เพื่อออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีทำงานกึ่งลำลองสำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการเจเนอเรชันวายจากแนวคิดอ็อปไซเคิล

กระบวนการวิจัย

1. กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านกลุ่มเป้าหมาย ศึกษาข้อมูลเป้าหมายผู้ประกอบการเจเนอเรชันวาย ด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลดาต้าเซต (Paper Doll Data Set) ด้วยการรวบรวมรูปภาพบุคคลที่แต่งกายในโอกาสการใช้สอยทำงานกึ่ง

จำลอง จำนวน 100 รูป เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบในการแต่งกาย

2. กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณด้านกลุ่มเป้าหมาย การทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการเจเนอเรชันวาย จำนวน 37 คน

3. กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านแนวคิดการออกแบบ ศึกษาแนวคิดการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากยุคมิดเซนจูรี (Mid-Century) จากนักออกแบบจำนวน 2 คน คนละ 5 ผลงาน ตามแนวคิดการแบ่งองค์ประกอบทางศิลปะ เช่น แนวคิดและเนื้อหา, การจัดองค์ประกอบ, วิธีการสร้างสรรค์ผลงาน, วัสดุ, และสี เพื่อสรุปแนวทางการสร้างสรรค์ผลงาน

4. กระบวนการออกแบบผลงานสร้างสรรค์ การออกแบบร่างและพัฒนาผลงานสร้างสรรค์ต้นแบบ จำนวน 5 ชุด

ผลการวิจัย

1. ผลจากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลรูปภาพกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีการเทียบภาพแบบเปเปอร์ดอล ดาต้าเซต (Paper Doll Data Set) (Kota Yamaguchi, 2014) ที่แต่งกายในรูปแบบต่าง ๆ กันจากเว็บไซต์ต่าง ๆ และจากการถ่ายภาพบุคคลจริงในชีวิตประจำวัน จำนวน 100 รูป เพื่อวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบในการแต่งกาย เช่น โครงร่างเงา สี วัสดุ และรายละเอียดตกแต่ง โดยได้ข้อสรุปดังนี้

จากการวิเคราะห์รูปแบบการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 รูป ผู้วิจัยสามารถสรุปสรุพนัยและรูปแบบการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

1) โครงร่างเงาโดยภาพรวม มีความยาวรวมระดับข้อเท้า ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว นิยมสวมใส่เสื้อผ้า 3 ชิ้น

2) รูปแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เสื้อตัวใน เข้ารูป เสื้อคลุมตัวนอกตัวหลวม กระโปรงพอดิตัว กางเกงตัวหลวม ชุดกระโปรงพอดิตัว ความยาวเสื้อตัวใน มักจะใส่เข้าในกางเกง เสื้อคลุมตัวนอกมีความยาวระดับเข่าหรือยาวกว่า กระโปรงมีความยาวระดับกลางน่อง กางเกงมีความยาวระดับข้อเท้า ชุดกระโปรงมีความยาวระดับข้อเท้า

3) กลุ่มสีหลักเป็นกลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone Colors) ได้แก่ สีเบจ สีน้ำตาล และสีดำ กลุ่มสีรอง ได้แก่ กลุ่มสีขาว เทา และดำ

4) รูปแบบลวดลาย มีการใช้ลายผ้าเพียง 16 รูป จาก 100 รูป ลายที่ปรากฏ ได้แก่ ลายเส้น ลายทาง และลายตาราง

2. ผลจากกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณด้านกลุ่มเป้าหมาย ผลจากการทำแบบสอบถามจำนวน 37 ชุด กับกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการเจเนอเรชันวาย ในด้าน (1) สไตล์ทางแฟชั่นที่สนใจ (2) โอกาสการใช้สอยเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย (3) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าแฟชั่น (4) แนวคิดทางศิลปะที่สนใจ โดยสามารถแปลผลเป็นร้อยละได้ ดังนี้

สไตล์ทางแฟชั่นที่กลุ่มเป้าหมายสนใจมากที่สุด ได้แก่ สไตล์มินิมัล (Minimal) 73% สไตล์ยูนิเซ็กส์ (Unisex) 56.8% สไตล์เฟมินีน 40.5% และสไตล์ครีเอทีฟแวร์ (Creative Wear) 32.4% (กลุ่มเป้าหมายเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

โอกาสการใช้สอยเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ได้แก่ เสื้อผ้าในโอกาสใช้สอยลำลอง (Casual) 51.4% ทำงานถึงลำลอง (Business Casual)

45.9% และโอกาสการใช้สอยทำงานถึงออกงาน (Business Party) 2.7%

พฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าแฟชั่น โดยหากผู้วิจัยนำเสื้อผ้าชุดทำงานที่ผ่านการใช้งานแล้ว มาดัดแปลงด้วยแนวคิดอ็อปไซเคิลเพื่อจัดจำหน่าย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย 100%

แนวคิดทางศิลปะที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ โดยผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากยุคมิตเซนจูรี (Mid-Century) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย 91.9% และไม่เห็นด้วย 8.1%

3. ผลจากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านแนวคิดการออกแบบ จากการศึกษาแนวคิดการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากยุคมิตเซนจูรี (Mid-Century) จากนักออกแบบจำนวน 2 คน คนละ 5 ผลงาน ได้แก่

อาร์เน จาคอบเซน (Arne Jacobsen) ชื่อผลงาน ได้แก่ (1) The Egg Chair, (2) Swan Chair, (3) Model 3107 chair, (4) Ant Chair, (5) SERIES 3300

ลูทวิช มีส ฟัน แดร์ โรเออ (Ludwig Mies van de Rohe) ชื่อผลงาน ได้แก่ (1) Barcelona Day Bed, (2) Mr10 Cantilever Black Leather Chairs, (3) Cognac Leather Model Barcelona Lounge Chairs, (4) MR Chaise Longue, (5) Thonet S

ผู้วิจัยวิเคราะห์ผลงานตามแนวคิดการแบ่งองค์ประกอบทางศิลปะ เช่น แนวคิดและเนื้อหา, การจัดองค์ประกอบ, วัสดุ, และสี เพื่อสรุปแนวทางการสร้างสรรค์ผลงาน โดยได้ผลวิจัยดังนี้

(1) ด้านแนวคิดและเนื้อหา แนวคิดการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากยุคมิตเซนจูรี เป็นแนวคิดที่ต้องการตอบสนองความต้องการของคนทั่วไปใน

สังคม การออกแบบจึงมุ่งเน้นความสวยงามที่มากพร้อมกับประโยชน์ใช้งานที่ดี เหมาะสม และทุกคนต้องสามารถเป็นเจ้าของได้ นอกจากนี้การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในช่วงเวลาดังกล่าว เกิดในช่วงหลังสงครามโลกที่ขาดแคลนวัตถุดิบสำหรับการผลิต ส่งผลให้นักออกแบบจำเป็นต้องหาวัสดุใหม่ เพื่อประยุกต์ใช้ ได้แก่ พลาสติกและไฟเบอร์กลาส ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ตัดและขึ้นรูปง่าย ส่งผลให้นักออกแบบสามารถขึ้นรูปผลงานที่หลากหลายมากขึ้นได้ (บ้านและสวน, 2017)

(2) ด้านการจัดองค์ประกอบ เน้นการใช้เส้นตรง เส้นโค้ง หรือรูปทรงเรขาคณิตที่เรียบง่าย ไม่เน้นการดัดแปลงรูปร่างและรูปทรง รูปแบบเฟอร์นิเจอร์เน้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานกับธรรมชาติในการเคลื่อนไหวสรีระของมนุษย์ แต่สิ่งที่ยังคงไว้คือ รูปทรงที่ไม่ซับซ้อน ไม่มีรายละเอียดมากเกินไป เหมาะกับสัดส่วนสรีระของผู้ใช้งาน

(3) ด้านเทคนิคการสร้างสรรค์ผลงาน เน้นการขึ้นโครงด้วยวัสดุสังเคราะห์ เช่น เหล็ก หรือไฟเบอร์กลาส เพื่อให้ได้รูปร่างและรูปทรงที่ต้องการ จากนั้นนำวัสดุ เช่น หนัง หรือ ผ้า มาใช้ในการห่อหุ้มเพื่อให้เกิดผิวสัมผัสที่เหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน

(4) ด้านวัสดุ สามารถแบ่งเป็นส่วนของวัสดุธรรมชาติ ได้แก่ หนัง ไม้ ผ้า และ วัสดุจากการสังเคราะห์ เช่น โลหะ พลาสติกขึ้นรูป โพลีเอสเตอร์ หรือไฟเบอร์กลาส เป็นต้น

(5) ด้านการใช้สี เน้นการใช้สีขาว สีน้ำตาล สีดำ และสีที่ได้แรงบันดาลใจจากวัสดุสังเคราะห์ เช่น สีเงินและ โครเมียม เป็นต้น

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการวิเคราะห์ผลงานการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากยุคมิคเซนจูรี ชื่อผลงาน Swan Chair โดย อาร์เน จาคอบเซน (Arne Jacobsen)

แนวคิดและเนื้อหา	รูปทรงทันสมัย เส้นโค้งที่ลื่นไหลทำให้เก้าอี้เป็นสัญลักษณ์ของเฟอร์นิเจอร์ที่แท้จริงของศตวรรษที่ 20 เก้าอี้ได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นครั้งแรกสำหรับห้องโถงและส่วนต้อนรับของโรงแรมรอยัลในโคเปนเฮเกน
การจัดองค์ประกอบ	เน้นการใช้เส้นตรง เส้นโค้ง หรือนูนความขัดแย้งของวัสดุสแตนเลสและหนัง รูปร่างเก้าอี้เป็นทรงโค้งมนคล้ายกับรูปร่างของตัวหงส์ มีที่วางแขนในลักษณะที่คล้ายกับปีกของหงส์
วิธีการสร้างสรรค์	โครดานในไฟเบอร์กลาสเสริมความทนทาน ฐานสร้างด้วยสแตนเลสขัดเงารวมพลาสติกสีดำที่ขอบโดยที่เหล็กจริงไม่สัมผัสพื้น เบาะนั่งหุ้มด้วยหนังอิตาลีชั้นดีและบุด้วยโฟมโพลียูรีเทนความหนาแน่นสูง
วัสดุ	ไฟเบอร์กลาส สแตนเลส และหนังสัตว์
สี	
 ที่มาภาพ www.fritzhanzen.com	

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการวิเคราะห์ผลงานการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากยุคมิคเซนจูรี ชื่อผลงาน Mr10 Cantilever Black Leather Chairs โดย ลูทวิช มีส ฟัน แดร์ โรเออ (Ludwig Mies van de Rohe)

แนวคิดและเนื้อหา	ได้รับแรงบันดาลใจจากเก้าอี้ทำแขนของ Mart Stam และ Marcel Breuer แทนที่มุมขาของขาหน้าด้วยเส้นโค้งที่สง่างามซึ่งมีข้อดีในการเพิ่มความยืดหยุ่นในการรับน้ำหนัก
การจัดองค์ประกอบ	หากมองเก้าอี้จากมุมตรงจะเห็นเป็นโครงร่างเส้นที่เหลี่ยมผืนผ้าแนวตั้ง หากมองทางด้านข้างจะเห็นเป็นรูปทรงตัวบี (B) หรือ ตัวดี (D)
วิธีการสร้างสรรค์	การออกแบบสมัยใหม่ เน้นส่วนโค้งขนาดใหญ่ของเฟรมเก้าอี้และประกอบด้วยเบาะหนัง โครงเก้าอี้ทำมาจากท่อเหล็กโค้งชุบโครเมียมและเบาะทำมาจากหนังสีดำ
วัสดุ	เหล็กชุบโครเมียม และหนังสัตว์
สี	
 ที่มาภาพ www.design-mkt.com	

4. ผลจากกระบวนการออกแบบผลงานสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบจากการวิจัย

จากกระบวนการออกแบบผลงานสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบจากการวิจัยผู้วิจัยได้ เลือกแนวโน้มแฟชั่น ประจำฤดูกาลไปไม่ร่วงและฤดูหนาวปี ค.ศ. 2021/2022 จากองค์การนำเสนอเทรนด์แฟชั่น WGSN ซึ่งประกอบไปด้วยแนวโน้มหลัก (Main Trend) ได้แก่แนวโน้มแฟชั่น The New Standard

และแนวโน้มสนับสนุน (Supported Trend) ได้แก่ แนวโน้มแฟชั่น Cut and Paste และ Urban Survival มาวิเคราะห์เพื่อสรุปเป็นแนวโน้มแฟชั่นใหม่ (New Trend) ที่สามารถนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายต่อไป

แนวโน้มแฟชั่นใหม่ กล่าวถึง การออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากยุคมิดเซนจูรีที่เน้นความเรียบง่าย ประโยชน์ในการใช้งานควบคู่ไปกับการออกแบบที่มีความทันสมัย และมีความกลมกลืนกับบ้านของผู้คนในสมัยนั้น เฟอร์นิเจอร์ส่วนมากผลิตจากวัสดุที่ราคาไม่สูง แต่มุ่งเน้นไปที่การออกแบบที่แปลกใหม่ มีรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์ โดยมีรูปแบบรูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ที่หลากหลาย ได้แก่ (1) The Biomorphic Design เน้นการออกแบบอสมมาตร มีพื้นผิวที่ไม่เรียบ มีความโค้งงอ และมีการใช้วัสดุใหม่ (2) The Machine Design ซึ่งได้รับอิทธิพลจากบาวเฮาส์ โดยตรง ซึ่งจะใช้ฟอร์มที่เป็นเลขาคณิต มักใช้เหล็ก และเน้นในเรื่องของฟังก์ชัน (3) The Handcrafted ใช้ไม้เป็นวัสดุหลัก เน้นแนวคิดมินิมอล และประโยชน์ใช้สอย เป็นต้น



รูปที่ 1 แนวโน้มแฟชั่นใหม่ (New Trend)

ที่มาภาพ www.wgsn.com จัดองค์ประกอบโดยผู้วิจัย

เมื่อผู้วิจัยได้วิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นใหม่แล้ว จึงได้ทำการเขียนแนวคิดแรงบันดาลใจในการออกแบบ โดยเกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจ ได้แก่ แรงบันดาลใจต้องมีความสอดคล้องกับสเนียมของกลุ่มเป้าหมาย, สามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ได้, สนับสนุนแนวคิดและกรรมวิธีการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในยุคมิดเซนจูรี, และส่งเสริมและเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวโน้มการออกแบบใหม่ (New trend)

แรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเลกชัน – “Forretning-House Chores” คำว่า Forretning เป็นภาษาเดนมาร์ก แปลว่าธุรกิจ ซึ่งสื่อถึงการนำแนวคิดของเฟอร์นิเจอร์ที่กำเนิดและใช้งานอย่างแพร่หลายในสำนักงานจากประเทศเดนมาร์ก ได้แก่ มิดเซนจูรีเฟอร์นิเจอร์ (Mid-century furniture) ผสมผสานกับคำว่างานบ้าน (House Chores) เพื่อสื่อถึงจุดยืนของผู้หญิงในยุคใหม่ที่เป็น ผู้หญิงทำงานแต่ยังสามารถดูแลรับผิดชอบชีวิตส่วนตัวที่บ้านและที่ทำงานไปพร้อมกันได้เป็นอย่างดี รวมทั้งได้รับการยอมรับจากสังคมว่าเป็นผู้หญิงเก่ง ฉลาด มีความเป็นตัวของตัวเอง และมีความสามารถ การออกแบบคอลเลกชันนี้มีการประยุกต์โครงสร้างงานชุดทำงานแบบดั้งเดิม เน้นโครงสร้างชุดที่พัฒนามาจากชุดเทเลอร์ชอบคม ทรงตรง และโครงสร้างแบบหลวมไม่เข้ารูป แบบทรงตรงและทรงเอ (A-Line) และใช้รายละเอียดตกแต่งด้วยเทคนิคการกลับด้านในของเสื้อผ้าออกมาด้านนอก เพื่อสะท้อนความรู้สึกสะดวกสบาย การใช้หนังสัตว์เหลือทิ้ง การตัดต่อผ้าจากเสื้อผ้าที่ใช้แล้ว วัสดุ ได้แก่ ผ้าวูล ผ้าทอเนื้อแน่น ผ้าใยธรรมชาติ สี ได้แก่ สีเบจ สีเทา สีแดง สีฟ้า สีน้ำตาล และสีดำ



รูปที่ 2 ภาพแรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเล็กชั่น Forretning-House Chores

ที่มาภาพ www.wgsn.com จัดองค์ประกอบโดยผู้วิจัย



รูปที่ 3 ภาพแบบร่าง (Sketch) ผลงานการออกแบบสร้างสรรค์คอลเล็กชั่นต้นแบบจากการวิจัย

ที่มาภาพ ผู้วิจัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยนำแนวคิดอัฟไซเคิลเพื่อมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานออกแบบเนื่องจากเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้แนวคิดอัฟไซเคิลหมายถึงการยืดระยะเวลาให้กับวัสดุที่อาจไม่เป็นที่ต้องการแล้วในสถานภาพหนึ่ง ผู้วิจัยจึงเลือกหาวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ผลงานด้วยการลงพื้นที่ร้านขายสินค้ามือสองที่ขายสินค้าในโอกาสการใช้สอยทำงานถึงลาลอง เพื่อให้ได้รูปแบบของเสื้อผ้าและวัสดุที่เหมาะสมกับการนำมาพัฒนา โดยผู้วิจัยได้

เลือกนำเสื้อสูทเก่าและหนังสัตว์เก่าสำหรับนำมาประยุกต์ใช้ด้วยเทคนิคการรีไซเคิลโครงสร้างและนำมาสร้างเป็นแบบตัดใหม่ ตามแนวคิดของการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในช่วงยุคมิคเซนจูรี พร้อมทั้งตัดเย็บให้ได้ตามแบบร่างที่ได้กำหนดไว้



รูปที่ 4 กระบวนการพัฒนาผลงานต้นแบบด้วยแนวคิดอัฟไซเคิล

ที่มาภาพ ผู้วิจัย

ตัวอย่างกระบวนการพัฒนาผลงานที่ใช้วัสดุเหลือใช้จากร้านค้าแฟชั่นมือสอง ได้แก่ รูปแบบของกระโปรงที่ผู้วิจัยได้นำเอาหนังเหลือใช้มาเพื่อตัดและประกอบเข้ากับแบบตัด ให้ได้รูปร่างและรูปทรงตามที่ต้องการและตัดเย็บเป็นกระโปรงสอบที่มีความยาวคลุมเข่า และการนำเอาผ้าจูลจากสูทเก่ามาเพื่อใช้ประกอบการสร้างสรรค์ผลงานในชุดสูทและใช้เป็นผ้าซับในของเสื้อโค้ทตัวยาว เป็นต้น



รูปที่ 5 ผลงานการออกแบบสร้างสรรค์ที่เสร็จสมบูรณ์ รวม 5 ชุด
ที่มาภาพ ผู้วิจัย

การสรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการเจนเอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจกับแนวคิดแฟชั่นยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของการเลือกบริโภคสินค้าแฟชั่น ผู้วิจัยจึงนำเสนอแนวทางการออกแบบคอลเลกชันที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการใช้แนวคิดอ็อปไซเคิล ในการเลือกใช้เสื้อผ้าเก่า หนังสือเก่าที่เป็นขยะสินค้าแฟชั่น ด้วยการใช้แนวคิดการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากยุคมิคเซนจัวร์ที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านกลุ่มเป้าหมาย ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ที่นิยมแต่งกายทำงานกึ่งลำลองในปัจจุบันนั้น อยู่ในช่วงกลุ่มประชากรรุ่นวาย (Generation Y) โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่สนใจสไตล์มินิมอล (Minimal) ซึ่งมีรูปแบบการแต่งกายในโอกาสการใช้สอยแบบทำงานกึ่งลำลอง นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายยังให้ความสนใจกับการนำเสื้อผ้าชุดทำงานที่ผ่านการใช้งานแล้ว มา

ดัดแปลงด้วยแนวคิดอ็อปไซเคิลเพื่อจัดจำหน่าย ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในรูปแบบของเสื้อผ้าชุดทำงานกึ่งลำลอง ส่งผลให้การหาวัสดุเก่าที่จะนำมาใช้เพื่อการอ็อปไซเคิลจำเป็นต้องหาวัสดุที่สอดคล้องกับงานออกแบบใหม่ เช่น ผ้าวูล ผ้าฝ้าย หรือผ้าลินิน เป็นต้น

2. ด้านแนวคิดการออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากช่วงยุคมิคเซนจัวร์ ซึ่งเป็นแนวคิดการออกแบบที่เกิดขึ้นในช่วงสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่การเลือกใช้วัสดุและงานออกแบบมีข้อจำกัด นักออกแบบต้องประยุกต์ใช้วัสดุใหม่ เพื่อให้ได้ผลงานออกแบบที่ตอบสนองประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดอ็อปไซเคิล ที่มุ่งเน้นการนำวัสดุที่มีข้อจำกัดในการใช้งาน มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบคอลเลกชันเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

3. ด้านผลงานการออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ผู้วิจัยทดลองออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันเสื้อผ้า และ เครื่องแต่งกาย ด้วยการนำเสื้อสุทเก่า ผ้าเก่า และหนังสือเก่า มาใช้ประกอบในการออกแบบคอลเลกชันร่วมกับสิ่งทอสมัยใหม่ เพื่อแสดงถึงแนวคิดการอ็อปไซเคิล เพื่อให้เกิดเป็นรูปแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ทั้งนี้การใช้วัสดุเก่าเพื่อออกแบบผลงานสร้างสรรค์ใหม่ จำเป็นต้องอาศัยการทดลองด้านการสร้างแบบตัด (Pattern Making) เนื่องจากจำนวนของวัสดุที่หาได้มักไม่ตรงกันกับแผนงานการออกแบบคอลเลกชัน การสร้างสรรค์ผลงานจึงจำเป็นต้องหาแนวทางความลงตัวทั้งในด้านการออกแบบและการนำวัสดุเก่ามาใช้

4. ด้านแนวคิดการอ็อปไซเคิล การวิจัยทดลองนำวัสดุเก่า ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และผ้ามา

ประยุกต์ใช้ในงานออกแบบใหม่ อย่างไรก็ตามยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาแนวคิดในการออกแบบคอลเล็กชันต่อไป เนื่องจากแนวคิดอัปไซเคิลจะสมบูรณ์ได้ ก็ต่อเมื่อสิ่งที่ถูกนำกลับมาอัปไซเคิลแล้ว สามารถถูกแยกย่อยเพื่อเข้าสู่วงจรการรีไซเคิลต่อไปได้ งานวิจัยต่อยอดจากวิจัยนี้จำเป็นต้องคำนึงถึงการผสมวัสดุที่แตกต่างกันในเสื้อผ้าแต่ละชิ้นเพื่อให้เมื่อเสื้อผ้าที่ผ่านการอัปไซเคิลแล้ว และเกิดความเสียหายจนไม่สามารถใช้งานได้อีกต่อไป จะถูกส่งต่อเข้ากระบวนการรีไซเคิลได้อย่างเหมาะสม

References

Aluminum loop. (2564, 20 May). *Recycle-Upcycle- Downcycle 3 Differences of Recycle Loop*. <https://aluminiumloop.com/recycle-upcycle-downcycle/>

Baan laesuan. (2021, 20 March). *Mid-century*. <https://www.baanlaesuan.com/64555/dontmiss/mid-century-modern>

Cole, Daniel James, and Nancy Deihl. (2015). *The History of Modern Fashion*. London: Laurence King.

J. Noyraiphoom and S. Intrachooto. (2017). Innovation Development Pattern of Upcycled Materials in Thailand. *Journal of Architectural/ Planning Research and Studies (JARS)*. 14(1), 47-60.

James Reinhart. (2021, 20 March). 2021 Resale Report. <https://www.thredup.com/resale/>

K. Yamaguchi, M. H. Kiapour and T. L. Berg, "Paper Doll Parsing:

P. Srisuwan and P. Utiswannakul. (2019). THE CREATION OF SUSTAINABLE FASHION. *Veridian E- Journal, Silpakorn University: Humanities, Social Sciences, and Arts*. 12(5) (September – October 2019), 711-728.

P. Utiswannakul. (2021). *Fashion and Merchandise*. (Revised Edition). Bangkok. Retrieving Similar Styles to arse Clothing Items," 2013 IEEE International Conference on Computer Vision, 2013, 3519-3526, doi: 10.1109/ICCV.2013.437.

V. Bhardwaj and A. Fairhurst (2010). Fast fashion: response to changes in the fashion industry, *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 20:1, 165-173. DOI: 10.1080/09593960903498300