

นวัตกรรมตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรี สำหรับกลุ่มเป้าหมาย

โซเซียลอีลิท จากการพัฒนาโลหะรีไซเคิล

จากอุตสาหกรรมเครื่องประดับ

จารุตา โฆษิตศักดิ์¹, ศิวรี อรัญนารณ², คมัสสร สุทธิสังข์³

^{1,2,3}คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Email: Jaruta.ks@gmail.com¹

Received: Sep 02, 2024

Revised: Nov 30, 2024

Accepted: Dec 02, 2024

บทคัดย่อ

นวัตกรรมตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรี สำหรับกลุ่มเป้าหมายโซเซียลอีลิท (Social elite) จากการพัฒนาโลหะรีไซเคิลจากอุตสาหกรรมเครื่องประดับ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกาย และเพื่อหาแนวทางในการสร้างตราสินค้า ซึ่งเป็นงานวิจัยแบบผสมโดยมีทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กับกระบวนการพัฒนานวัตกรรมวัสดุและออกแบบสร้างสรรค์ทางแฟชั่น จากการศึกษาทฤษฎีการรีไซเคิลและแปรรูปโลหะ การออกแบบเครื่องแต่งกาย ร่วมกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าของกลุ่มเป้าหมายโซเซียลอีลิท ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-interview) และแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้น โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำนวน 15 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลการแต่งกายของผู้บริโภคด้วยกระบวนการเปเปอร์ดอลดาต้าเซต (Paper doll data set) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการแต่งกายที่จะนำไปใช้ในกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ ทดลองเทคนิค รายละเอียดตกแต่ง ผลจากการวิจัยพบว่า 1) ด้านการพัฒนานวัตกรรมวัสดุโลหะรีไซเคิล (Recycled metal) สำหรับงานออกแบบแฟชั่นเหมาะสมกับเทคนิคการถักนิต (Knitting) โดยใช้เส้นโลหะถักผสมร่วมกับไหมพรม 2) แนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มเป้าหมายโซเซียลอีลิท เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายในโอกาสการใช้สอยแบบสังสรรค์ (Party-wear) ในรูปแบบคอนเทมโพรารี (Contemporary Style) ภายใต้แนวคิดศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism) โดยมีโครงสร้างเงาทรงตรง (I-Line) และทรงเอ (A-Line) กลุ่มสีเมทัลลิก (Metallic) 3.) แนวทางในการสร้างตราสินค้าอยู่ในตลาดระดับ B+ 4.) รูปแบบการออกแบบเครื่องแต่งกายที่ให้โครงสร้างเฉพาะส่วน โดยมีรายละเอียดการตกแต่งการถักนิต (Knitting) จากการทดลองสร้างสรรค์เทคนิครายละเอียดการตกแต่งพบว่าการถักด้วยลวดลายสต็อกกิ้ง (Stocking Stitch), ลายสต็อกกิ้งผสมการถักช่องรู (Stocking Stitch & Holes, ลายใบไม้ผสมการถักสลักช่องรูเล็ก ใหญ่ (Leaf & Button Holes) ประกอบกับการใช้เส้นโลหะผสมกับไหมพรมเมทัลลิก เหมาะกับการนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี

คำสำคัญ : ยุคหลังมินิมอลลิสม์, โลหะรีไซเคิล, แฟชั่น, นวัตกรรม, กลุ่มโซเซียลอีลิท

The Womenswear Branding Innovation for Social Elite Consumer from The Development of Recycled Metal from Accessories Industry

Jaruta Khositsak¹, Siwaree Arunyanart², Smissorn Sutthisung³

^{1,2,3}Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Email: Jaruta.ks@gmail.com¹

Received: Sep 02, 2024

Revised: Nov 30, 2024

Accepted: Dec 02, 2024

Abstract

The objective of the womenswear branding innovation for the social elite consumer target group deriving from the accessories industry is to find guidelines for designing creative clothing as well as to find ways to create their brand. This is a combined-methods research incorporating both quantitative and qualitative research along with the process of developing innovative materials and creative fashion designs. Having studied the theories of metal recycling and processing, costume design, and product consumption behavior of the social elite target group, the researcher has gathered data using the in-depth-interview technique and questionnaires created and developed by the researcher. The data was collected from a sample group of 15 consumers, and the researcher gathered information on consumer clothing through the use of the paper doll data set process in order to analyze the element of clothing to be employed in the creative design process while experimenting with techniques and decorative details. The findings of the research are 1) Innovative development of recycled metal materials for fashion design work is suitable for knitting techniques using metal yarn mixed with knitting yarn. 2) Guidelines for designing creative clothing for the social elite target group are suitable for clothing meant for social occasions (party-wear) in a contemporary style under the concept of post-minimalism art featuring a straight silhouette, I-line and A-line styles with metallic color group. 3) Guidelines for creating a brand are for the B+ level market. 4) With regard to a form of clothing design that provides structure to specific parts with details of embellished knitting, creative experiments with techniques and decorative details find that stocking stitch, stocking stitch and holes, and leaf and button holes combined with the use of mixed metal threads and metallic yarn are suitable to be applied in developing the design of women's clothing for social occasions (party-wear).

Keywords : Post-Minimalism, Recycle Metal, Fashion, Innovation, Social Elite

บทนำ

ปัจจุบันเครื่องแต่งกายในตลาดสินค้าแฟชั่นพบเจอได้ทั่วไปตามท้องตลาดซึ่งมีความหลากหลายในแต่ละประเภท รูปแบบ และวาระโอกาสการสวมใส่ อีกทั้งตลาดและผู้บริโภคในปัจจุบันมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น รูปแบบการดีไซน์จึงเป็นส่วนสำคัญที่นักออกแบบคำนึงถึงเป็นหลักเพื่อการออกแบบที่มีคุณภาพและรูปแบบที่โดดเด่นเพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน การนำวัสดุที่แตกต่างออกไปจากเดิมเข้ามาผสมผสานร่วมกับการออกแบบเครื่องแต่งกาย ทำให้งานออกแบบนั้นเกิดความเฉพาะตัวและโดดเด่น รวมทั้งการสร้างมูลค่าในงานออกแบบที่แตกต่างไปจากเดิม ทั้งนี้การออกแบบที่นำวัสดุมาผสมผสานร่วมกับเครื่องแต่งกาย มีหลายปัจจัยที่สามารถนำมาผนวกกับงานออกแบบ เช่น ตะขอ ซิป ห่วง กระดุม เข็มกลัด โซ่ และอื่น ๆ จากการสืบค้นพบว่า การประดับเครื่องแต่งกายสามารถนำวัสดุโลหะเข้ามาออกแบบร่วมด้วย ทั้งในแง่ของประโยชน์การใช้งานและการตกแต่งเพื่อความงาม โดยมีส่วนประกอบที่แตกต่างกันออกไป จากการสำรวจตลาดสินค้าแฟชั่นที่มีการใช้โลหะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์ผลงานพบว่าร้อยละ 15 ใช้เป็นเครื่องแต่งกายชิ้นหลักเพื่อความโดดเด่นล้ำสมัย ร้อยละ 55 ใช้เป็นส่วนหนึ่งเพื่อสร้างรายละเอียดประดับตกแต่งเพื่อเพิ่มมูลค่าของเครื่องแต่งกาย ร้อยละ 30 ใช้เพื่อเป็นส่วนยึดประกอบเพื่อการใช้งาน และจากการวิเคราะห์ในด้านรูปแบบสไตล์ทางแฟชั่นพบว่า แบรินด์เครื่องแต่งกายที่ใช้โลหะเป็นส่วนประกอบที่พบในตลาดแบ่งออกเป็น 3 สไตล์ดังนี้ สไตล์ฟิวเจอร์ริสติก (Futuristic) บ่งบอกถึงความล้ำสมัย, มินิมอลลิสม์ (Minimalism) สไตล์ที่เน้นความเรียบง่าย, โมเดิร์น อาร์ตแอนด์คราฟ (Modern - Art and Craft) สื่อสารถึงความร่วมสมัยระหว่างงานงานฝีมือมานำเสนอด้วยรูปแบบใหม่ ๆ ตามกระแสนิยม เป็นต้น

ดังตัวอย่างเครื่องแต่งกายของแบรนด์ปาโกราบานน์ (Paco Rabanne) ที่นำเอาวัสดุโลหะเงินเข้ามาประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายโดยการนำห่วงมาคล้องเชื่อมต่อกับโลหะแผ่นกลมทำให้เกิดรายละเอียดที่เป็นการต่อห่วงแบบไม่มีสิ้นสุดโดยรอบ และนอกจากโลหะแผ่นกลมยังมีรูปแบบของทรงเหลี่ยมอื่น ๆ หรือสัดส่วนที่โค้งเว้าชุดที่เกิดขึ้นจึงมีรายละเอียดการตกแต่งที่แตกต่างกันออกไปแต่ยังคงอยู่ในรูปทรงที่เป็นเค้าโครงเดียวกัน และอีกตัวอย่างจากแบรนด์สเกียปาเรลลี (Schiaparelli) มีการนำเสนอเครื่องแต่งกายแตกต่างออกไปด้วยการออกแบบที่เหนือจริงแต่ยังดูร่วมสมัย ทั้งนี้ทางแบรนด์ได้มีการนำวัสดุแปลกใหม่เข้ามาผสมผสานงานออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับอีกด้วย โดยมีการใช้วัสดุประเภทโลหะ มีความแปลกใหม่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของงานออกแบบเช่นกัน จากการสำรวจตัวอย่างแบรนด์สินค้าจากแบรนด์หรือร้านค้าที่มีหน้าร้านรวมถึงร้านค้าออนไลน์ในประเทศไทย ยังพบอีกว่าแบรนด์เครื่องประดับโลหะนั้นแยกจากแบรนด์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและยังไม่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายหรือมีเป็นส่วนน้อยที่พบการใช้วัสดุโลหะเงินเข้ามาออกแบบร่วมกับเสื้อผ้าเพียงบางคอลเลกชันเท่านั้น ทั้งนี้จากการศึกษาตลาดเครื่องเงิน รวมทั้งงานหัตถกรรมโลหะในประเทศไทยพบว่า ถูกจำกัดอยู่เพียงแค่งานออกแบบจำพวกของใช้ ของฝาก เครื่องประดับซึ่งยังไม่ได้ถูกนำมาพัฒนาร่วมกับแบรนด์หรือสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายเท่าที่ควร อีกทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติหดตัวลงมาก จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวอย่างมากและเมื่อพูดถึงงานหัตถกรรม งานช่างฝีมือ โดยสำรวจข้อมูลงานฝีมือท้องถิ่นของชุมชนวัวลายหมู่บ้านเครื่องเงินเชียงใหม่ จักรพงษ์ คำบุญเรือง (2562) ปัจจุบันยังพบอีกว่าการสืบทอดงานช่างฝีมือลดน้อยลง เนื่องจากลูกหลานหรือคนในครอบครัวหันไปประกอบอาชีพอื่นมากขึ้น จึงทำ

ให้การสืบสานงานฝีมืออันมีคุณค่าลดน้อยลงส่งผลต่อการทำงานใช้เวลาในการผลิตมากขึ้น แต่แม้ว่าช่างหัตถศิลป์จะลดน้อยลงแต่ผู้บริโภคยังคงต้องการสินค้าที่ใช้งานฝีมือ มีความประณีตในการผลิตสินค้าแต่ละชิ้น จึงเป็นที่มาของสินค้าเครื่องเงินที่มีราคาแพงแต่หากมีคุณภาพที่ดี เสมือนกระแสนิยมแฟชั่นยั่งยืน (Slow Fashion) คือแฟชั่นที่มีคุณภาพใช้งานได้นาน ในกระบวนการผลิตต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเพื่อผลลัพธ์ของสินค้าที่มีอายุการใช้งานยาวนาน ดังคำกล่าวของศศิมา สุขינוรณ์ (2563) โดยแนวคิดการสร้างสรรค์แฟชั่นแบบยั่งยืนด้วยการนำเศษหนังเหลือใช้มาพัฒนาควบคู่ไปกับงานฝีมือเพื่อให้เกิดมิติของ การสร้างสรรค์งานทางแฟชั่นที่เป็นงานปักหรืองานถักต่าง ๆ ให้เกิดการใช้ประโยชน์จากวัสดุได้คุ้มค่าที่สุด นำไปสู่การพัฒนาต่อยอดและสร้างอัตลักษณ์จำเพาะ อีกทั้งการนำขยะสินค้าแฟชั่นหรือสิ่งของที่ไม่ใช้แล้ว เพื่อให้เกิดเป็นสินค้าชิ้นใหม่ที่สามารถยืดอายุและชะลอวงจรพฤติกรรมผู้บริโภคให้ช้าลง โดยราวีวัน รุ่งสว่าง (2564) สอดคล้องกับการสำรวจแนวโน้มตลาดสินค้านักช้อปโลก ของศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ (2564) ที่เติบโตในปัจจุบันผู้บริโภคจำนวนมากต่างให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยินดีที่จะจ่ายในราคาสูงขึ้น จากผู้บริโภคออนไลน์ทั่วโลกพบว่า 60% ของกลุ่มคนมิลเลนเนียล ยินดีที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และผู้บริโภคเกือบครึ่งต้องการให้แบรนด์มีส่วนร่วมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวคิดการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ผ่านแนวทางเทคนิคงานฝีมือให้ชิ้นงานมีมูลค่ามากขึ้น ทั้งนี้การหาวัสดุทดแทนเงินแท้ 100% ด้วยโลหะรีไซเคิลเพื่อความยั่งยืน จึงเป็นที่มาให้ผู้วิจัยทำการศึกษารูปแบบและการใช้งานร่วมกัน ระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับให้สอดคล้องต่อการใช้งาน โดยนำเอกลักษณ์เทคนิควิธีของงานช่างหัตถศิลป์ที่มีฝีมือ

เป็นทุนวัฒนธรรมมาผนวกกับแนวคิดสร้างสรรค์ของศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism) โดยนำเอกลักษณ์เทคนิคและกระบวนการของผลงานดังกล่าว ที่ได้รับอิทธิพลจากแนวความคิดและสุนทรียะของมินิมอลลิสม์ โดยขยายขอบเขตความคิดไปให้ไกลกว่าเดิมโดยเลือกใช้วัสดุธรรมชาติสามัญที่แสดงออกถึงสุนทรียะของเนื้อแท้แห่งวัตถุในการนำเสนอผลงาน จากปัญหาและความสำคัญข้างต้นแสดงให้เห็นถึงช่องว่างทางการตลาด ในการออกแบบและสร้างตราสินค้า นวัตกรรมตราสินค้าเครื่องแต่งกายโลหะรีไซเคิล สำหรับผู้บริโภคกลุ่มโซเซียลอีลิท (Social elite) ผู้ซึ่งเป็นกลุ่มชั้นนำของสังคมหรือเรียกได้ว่าเป็นกลุ่มชั้นสูงระดับบน (Upper-upper classes) กลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับรายได้สูงและอาจกล่าวได้ว่าเป็นเศรษฐกิจที่รุ่นเก่าผู้ซึ่งมีทรัพย์สินจำนวนมากอัน เนื่องมาจากการได้รับมรดกตกทอด อีกทั้งผู้บริโภคกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีชื่อเสียงในสังคม ซึ่งมีอิทธิพลต่อการลอกเลียนแบบในเรื่องของการแต่งกายแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ วีรพงศ์ วัฏฐะวระเวช (2559) ภายใต้แนวคิดศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism)

ปัญหาของการวิจัย

ทำอย่างไรจะสามารถพัฒนาการออกแบบและสร้างตราสินค้า จากโลหะรีไซเคิล สำหรับผู้บริโภคกลุ่มโซเซียลอีลิท (Social elite) งานออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีร่วมกับเครื่องประดับให้เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องแต่งกายหรือมีดีไซน์ที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองกับการใช้งาน จากสมมุติฐานการวิจัย ภายใต้แนวคิดศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism) มาแก้ไขปัญหาเพื่อช่วยในการออกแบบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อระบุหลักการใช้โลหะกับการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่น
2. เพื่อหาแนวทางในการออกแบบ เครื่องแต่งกาย จากการประยุกต์ใช้โลหะรีไซเคิล ด้วยแนวคิดศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism) สำหรับกลุ่มโซเซียลอีลิท (Social elite)
3. เพื่อหาแนวทางในการสร้างตราสินค้า สำหรับกลุ่มโซเซียลอีลิท (Social elite)

ขอบเขตของงานวิจัย

1. การศึกษาวัสดุโลหะรีไซเคิล การขึ้นรูปการใช้งานในรูปแบบเครื่องประดับหรือส่วนหนึ่งของเครื่องแต่งกายทดแทนการใช้วัสดุเงินแท้ 100%
2. ประยุกต์แนวคิดการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีจากโลหะ ด้วยแนวคิดศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism) อาทิ Eva Hesse, Bruce Nauman, Robert Smithson, Richard Serra, Richard Long เป็นต้น
3. ศึกษากลุ่มโซเซียลอีลิท (Social elite) ที่มีอายุระหว่าง 28-42 ปี และมีวิถีชีวิตอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสตรีสำหรับกลุ่มเป้าหมายโซเซียลอีลิท (Social Elite) ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มมิลเลนเนียลส์เจเนอเรชัน (Millennials Generation) โดยมีแนวคิดการใช้ประโยชน์จากการพัฒนาโลหะรีไซเคิลจากอุตสาหกรรมเครื่องประดับ สามารถสวมใส่ได้จริง ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสตรีสำหรับกลุ่มเป้าหมายโซเซียลอีลิท (Social Elite) ในปัจจุบันด้วยรูปแบบคอนเทมโพรารี (Contemporary Style) จากนวัตกรรม

การออกแบบด้วยศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism) ผสมผสานการใช้เทคนิคการถัก (Knitting), โครเชต์ (Crochet) และการจับขึ้นรูป (Drape Forming) เส้นโลหะเพื่อประกอบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เพื่อสร้างมูลค่าให้กับวัสดุเหลือทิ้งที่ยังสามารถนำกลับมาแปรรูปได้ใหม่อย่างไม่มีที่สิ้นสุดโดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ศึกษาแนวทางและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ศึกษาทฤษฎีการรีไซเคิลโลหะ วิธีการขึ้นรูป รวมถึงการใช้งานในประเภทต่าง ๆ

1.2 ศึกษาแนวคิดศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism)

1.3 ศึกษาการออกแบบเครื่องแต่งกายที่มีแนวคิดประยุกต์ใช้ในการใช้งาน

1.4 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบและการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นที่เหมาะสม เพื่อศึกษาคู่แข่งในตลาด เพื่อดึงดูดใจมาเสนอช่องว่างทางการตลาด

1.5 ศึกษาแนวโน้มเทรนด์แฟชั่นร่วมกับองค์ประกอบงานวิจัย

2. สร้างเครื่องมือวิจัยแบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการด้านการออกแบบ ดีไซน์เนอร์ จำนวน 2 ท่าน เพื่อทำการวิเคราะห์หลักการใช้โลหะกับการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่น โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการด้านการออกแบบ ดีไซน์เนอร์เครื่องแต่งกายแฟชั่น

2.2 สร้างเครื่องมือวิจัยแบบสอบถามกึ่งมีโครงสร้าง โดยแบ่งส่วนของข้อมูลออกแบบ ได้แก่ (1) ความจำเพาะของรูปแบบสไตล์ทางแฟชั่น (2) องค์ประกอบการออกแบบทางแฟชั่น (3) ระดับตลาด (4) กลุ่มผู้บริโภค

2.3 รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภค

2.4 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มมิลเลนเนียล (Millennial Generation) กลุ่มโซเซียลอีลิท (Social elite) อายุระหว่าง 28-42 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

2.5 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ การทำข้อมูลในการสัมภาษณ์และแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในด้านการออกแบบสร้างสรรค์

2.6 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าร้อยละ

3. สรุปแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีและเครื่องประดับโลหะเงินรีไซเคิล

3.1 สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากแนวคิดศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism)

3.2 สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากการทดลองขึ้นต้นแบบเครื่องแต่งกายเพื่อทดลองใช้งานร่วมกับโลหะ

3.3 สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคโซเซียลอีลิท (Social elite) อายุระหว่าง 28-42 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถาม

3.4 สรุปแนวทางและทดลอง เทคนิคเกี่ยวกับโลหะ การขึ้นรูป เพื่อสร้างงานต้นแบบต่อไป

4. การสร้างผลงานต้นแบบ

สร้างสรรค์ผลงานต้นแบบจากแนวคิดศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism) เพื่อกลุ่มเป้าหมาย โซเซียลอีลิท (Social elite) อายุระหว่าง 28-42 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงการศึกษาแนวโน้มทางแฟชั่นฤดูกาลสปริง-ซัมเมอร์ ในปี ค.ศ. 2025 การสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ในการออกแบบ การขึ้นต้นแบบ

ด้วยผ้าดิบและวัสดุโลหะเงินรีไซเคิล โลหะทดแทนด้วยการทดลองเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่ง การเลือกใช้วัสดุ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. แนวทางและหลักการในการออกแบบเครื่องแต่งกายที่สามารถใช้งานร่วมกับโลหะรีไซเคิล

2. ได้แนวคิดการประยุกต์การออกแบบเครื่องแต่งกายร่วมสมัยด้วยแนวคิดศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism)

3. เป็นแนวทางในการสร้างตราสินค้าแฟชั่นให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภคโซเซียลอีลิท (Social Elite)

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและส่งแบบสอบถามเพื่อศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องแต่งกายแฟชั่น ความสนใจทางด้านศิลปะ รวมถึงองค์ประกอบ รูปแบบสไตล์เสื้อผ้าที่ชอบ โดยได้ทำการสำรวจกลุ่มเป้าหมายด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์การเลือกกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มสตรีวัยทำงานที่เป็นคนรุ่นใหม่ อายุตั้งแต่ 25-40 ปี ซึ่งถือเป็นกลุ่มมิลเลนเนียลเจนเนอเรชัน (Millennial) เป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวง กรุงเทพมหานคร

STYLISH / GLAMOUR CHIC / ENERGETIC / CONFIDENT / ART - FASHION CONSCIOUS / VINTAGE - WEIRD ITEMS COLLECTORS / BRAND LOYALTY

ENTREPRENEUR - DESIGNER - STYLIST - CONSULTANT - BLOGGER / INFLUENCER - ART & FASHION INDUSTRIAL

LIFESTYLE & ACTIVITY



SOCIAL ELITE

From noble families, wealth from at least 2-3 generations who is the most powerful, rich, or talented people within a particular group, place, or society as the elite relating to society.

รูปที่ 1 กลุ่มผู้บริโภคโซเซียลอีลิท (Social Elite)
ที่มา : จารุตา โฆษิตศักดิ์ (2566)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและบทสัมภาษณ์สรุปได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคกลุ่มโซเซียลอีลิท (Social Elite) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก มักเลือกซื้อของที่มีคุณค่า มีความหมาย ไม่ว่าจะเป็นของจากแบรนด์สินค้าหรือแม้กระทั่งของวินเทจที่หาไม่ได้แล้ว และมักมีความทรงจำเกี่ยวกับเสื้อผ้าสิ่งของ รวมถึงการสะสมสิ่งของที่มีสไตล์โดดเด่น มักท่องเที่ยวตามสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับงานสร้างสรรค์ งานศิลปะ หรือแม้แต่แหล่งท่องเที่ยวของประเทศนั้นๆ ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักมีรสนิยมการแต่งกายที่ไม่ต้องการให้สมบูรณ์ตั้งแต่หัวจรดเท้า แต่มักเลือกชิ้นเครื่องแต่งกายที่สามารถ มิกซ์แมทช์กันได้อย่างลงตัว โดยไม่ได้ตามกระแสแฟชั่นแต่เน้นที่รสนิยมความชอบของตนเองเป็นหลัก และมักสวมใส่เสื้อผ้าที่ให้อารมณ์ความรู้สึกดี แม้บางครั้งแต่งชุดลาลองก็จะมีเสื้อสูทหรือเบลเซอร์คลุมทับ ขณะเดียวกันการแต่งกายไปออกงานมักจะให้เกียรติงานและสถานที่ จากการรวบรวมข้อมูลบทสัมภาษณ์ผู้บริโภคมักมีแบรนด์สินค้าที่ใช้ประจำซ้ำๆหรืออาจเรียกได้ว่ามีความ

จงรักภักดีกับแบรนด์ (Brand Loyalty) ที่ตนเองชื่นชอบหรือใส่บ่อยๆ โดยมากพบว่าจะเป็นแบรนด์ที่มีการออกแบบร่วมสมัย (Contemporary) กลับมาใส่ได้อีกแบบไม่ตกยุค (Modern) เน้นความเรียบง่าย (Minimal) คุณภาพการตัดเย็บดี คงทนและโดดเด่นด้วยโครงสร้าง (Structure) ที่แบรนด์อยากจะนำเสนอ อีกทั้งก็ยังแฝงลูกเล่นการตกแต่ง (Gimmick - Details) หรือการออกแบบที่ดูสนุก แปลกใหม่ น่าสนใจ ทำให้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายไม่ดูเรียบจนเกินไป

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าของกลุ่มโซเซียลอีลิท (Social Elite) เพื่อหาข้อมูลด้านสไตล์ (Style) ซึ่งสามารถสรุปสไตล์ (Style) ของกลุ่มเป้าหมายได้ 4 รูปแบบ คือ 1) Modern Craft Luxury 2) Modern Futuristic 3) Street Minimal Chic 4) Minimal & Deconstruction

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการทดลองด้วยนวัตกรรม

2.1 การทดลองเทคนิคติดตั้งถักมือด้วยทองแดง ขนาด 0.30 มิลลิเมตร พบว่าสีของ

ทองแดงมีลักษณะสีทองแดงประกายสัมผัสเมื่อกระทบกับแสง เนื่องจากขนาดของทองแดง 0.30 มิลลิเมตร ค่อนข้างมีน้ำหนักทำให้มีความคงทนเมื่อตัดหรือจับขึ้นรูปทำให้ชิ้นงานมีความอยู่ทรงตามรูปแบบที่ต้องการ เหมาะกับการนำไปใช้ในงานออกแบบชิ้นนอกหรือการสร้างโครงให้กับเครื่องแต่งกาย

2.2 การทดลองเทคนิคติดตั้งถักมือด้วยทองแดง ขนาด 0.15 มิลลิเมตร พบว่าสีของทองแดงมีลักษณะสีทองแดงประกายสัมผัสอ่อนเมื่อกระทบกับแสง ให้ความเงาเป็นประกาย อีกทั้งเมื่อลดขนาดของเส้นลงจึงทำให้งานถักมีความเบาและยังคงความเหนียว ยืดหยุ่น เหมาะกับการนำไปใช้ในงานออกแบบชิ้นในหรือชิ้นตกแต่งที่ต้องการความละเอียด ทั้งนี้ยังสามารถถักเชื่อมกับชิ้นงานอื่นเพื่อต่อ ขยายตามแบบออกไปได้ไม่สิ้นสุด

2.3 การทดลองเทคนิคติดตั้งถักมือด้วยสแตนเลส ขนาด 0.12 มิลลิเมตร พบว่าเส้นสแตนเลสมีลักษณะโปร่งบางและมีน้ำหนักเบา รูปแบบ

ของพื้นผิววัสดุจึงเปรียบเสมือนเส้นเอ็นที่มีความเงาใส ด้วยสีของสแตนเลสที่มีสีเทาเงินให้คุณสมบัติเงางาม หรุหระ เหมาะกับการนำไปใช้กับงานออกแบบที่ต้องการความโปร่งแสง มองทะลุได้ อาทิเช่น นำไปใช้ออกแบบร่วมกับผ้าชีทูลอย่าง ผ้าวิสโคส ผ้าอแกนดี หรือผ้าผสมเรยอนซาติน โพลีเอสเตอร์ เป็นต้น

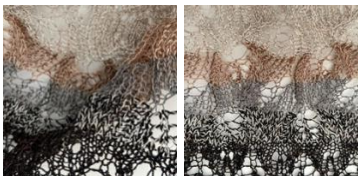
2.4 การทดลองเทคนิคติดตั้งถักมือด้วยสแตนเลส ขนาด 0.12 มิลลิเมตรและทองแดงขนาด 0.15 มิลลิเมตรโดยการจับเส้นคู่ถักร่วมกัน พบว่าการถักเส้นโลหะทั้ง 2 ชนิด ยังคงให้คุณสมบัติที่เบาเบาไม่ต่างจากการถักเส้นเดี่ยว ขณะเดียวกันยังส่งผลให้เกิดสีโรสโกลด์ที่ปรากฏเมื่อนำมาถักร่วมกันจึงเกิดคุณสมบัติของสีใหม่ที่ถูกลำมารวมกัน จากสีเงินและสีแดงของทองแดงที่ออกสีทองแดงประกายสัมผัสอ่อนเมื่อกระทบกับแสง เหมาะกับการนำไปใช้ในงานออกแบบชิ้นในหรือชิ้นตกแต่งที่ต้องการความละเอียด ทั้งนี้ยังสามารถถักเชื่อมกับชิ้นงานอื่นเพื่อต่อ ขยายตามแบบออกไปได้ไม่สิ้นสุดเช่นกัน

ตารางที่ 1 การทดลองถักนิตด้วยโลหะและโลหะผสมโลหะ

ชนิดของโลหะ	เทคนิคการถัก	ตัวอย่างชิ้นงาน	คุณสมบัติที่ได้
ทองแดง (0.30 มิลลิเมตร)	การถักลวดลาย สต็อกกิ้ง (Stocking Stitch)		สีทองแดงประกายส้มเข้ม มีน้ำหนัก ทำให้มีความ คงทน เมื่อตัดหรือจับขึ้น รูปทำให้ชิ้นงานมีความอยู่ ทรงตามรูปแบบที่ ต้องการ
ทองแดง (0.15 มิลลิเมตร)	การถักลวดลาย สต็อกกิ้ง (Stocking Stitch)		สีทองแดงประกายส้ม อ่อนงานถักมีความเบา และยังคงความเหนียว ยืดหยุ่น
สแตนเลส (0.12 มิลลิเมตร)	การถักลวดลาย สต็อกกิ้ง (Stocking Stitch)		สีเทาเงิน ให้ความเงางาม หรูหรา มีลักษณะโปร่ง บางมีน้ำหนักเบา รูปแบบ ของพื้นผิววัสดุจึง เปรียบเสมือนเส้นเอ็นที่มี ความเงาใส
สแตนเลส (0.12 มิลลิเมตร) และทองแดง (0.15 มิลลิเมตร)	การถักลวดลาย สต็อกกิ้ง (Stocking Stitch)		สีโรสโกลด์ เมื่อนำมาถัก ร่วมกันจึงเกิดสีใหม่ที่ถูก นำมารวมกัน และยังคง ให้คุณสมบัติที่บางเบาไม่ ต่างจากการถักเส้นเดี่ยว

ที่มา : ผู้วิจัย จารุตา โฆษิตศักดิ์ (2566)

ตารางที่ 2 การทดลองถักนิตด้วยโลหะร่วมกับเส้นใย

ชนิดของโลหะ	ชนิดของเส้นใย	เทคนิคการถัก	ตัวอย่างชิ้นงาน
ทองแดง (0.15 มิลลิเมตร)	เส้นใยวิสโคส 60% โพลีเอสเตอร์เมทัลลิก 40%	การถักลวดลาย ใบไม้ผสมการถัก สลับช่องรูเล็ก ใหญ่ (Leaf & Button holes)	
ทองแดง (0.15 มิลลิเมตร) และสแตนเลส (0.12 มิลลิเมตร)	เส้นใยวิสโคส 60% โพลีเอสเตอร์เมทัลลิก 40%	การถักลวดลาย สต็อกกิ้งผสมการ ถักช่องรู (Stocking Stitch & Holes)	
ทองแดง (0.15 มิลลิเมตร) และสแตนเลส (0.12 มิลลิเมตร)	เส้นใยวิสโคส 60% โพลีเอสเตอร์เมทัลลิก 40%	การถักลวดลาย สต็อกกิ้ง (Stocking Stitch)	

ที่มา : ผู้วิจัย จารุตา โฆษิตศักดิ์ (2566)

จากการทดลองพบว่าคุณสมบัติที่ได้ 1) การถักลวดลายใบไม้ผสมการถักสลับช่องรูเล็ก ใหญ่ (Leaf & Button holes) มีลักษณะลึกลับ ลวดลายของใบไม้สลับกับลาย Button holes ส่วนสีดำด้านล่าง ทำให้ชิ้นงานทดลองถักมีมิติ สามารถยืด หดได้ เกิดลวดลายใหม่คล้ายลาย ลูกไม้ เหมาะกับการนำไปใช้ในงานออกแบบที่ต้องการรายละเอียดหรือสัดส่วนที่บ่งบอกถึงความเป็นผู้หญิง (Feminine) 2) การถักลวดลายสต็อกกิ้งผสมการถักช่องรู (Stocking Stitch & Holes) ให้ลักษณะคล้ายกับเทคนิคการ Cutout โดยมีการถักสลับเว้นช่องกับการถักแบบลวดลายสต็อกกิ้ง เพื่อให้ได้ไหมพรมและเส้นโลหะทั้ง 2 ชนิดมีความยืดหยุ่นและลื่นไปกับสีของวัสดุที่ถูกผสมเข้าด้วยกันจึงเหมาะกับงานออกแบบที่ต้องการนำไปใช้กับส่วนเว้าโค้งเฉพาะจุด 3) การถักลวดลายสต็อกกิ้ง (Stocking Stitch) เป็นการถักแบบพื้นฐานไม่มีความซับซ้อน ขณะเดียวกันการแทรกสีของไหมพรมและเส้นโลหะทำให้พื้นผิวที่

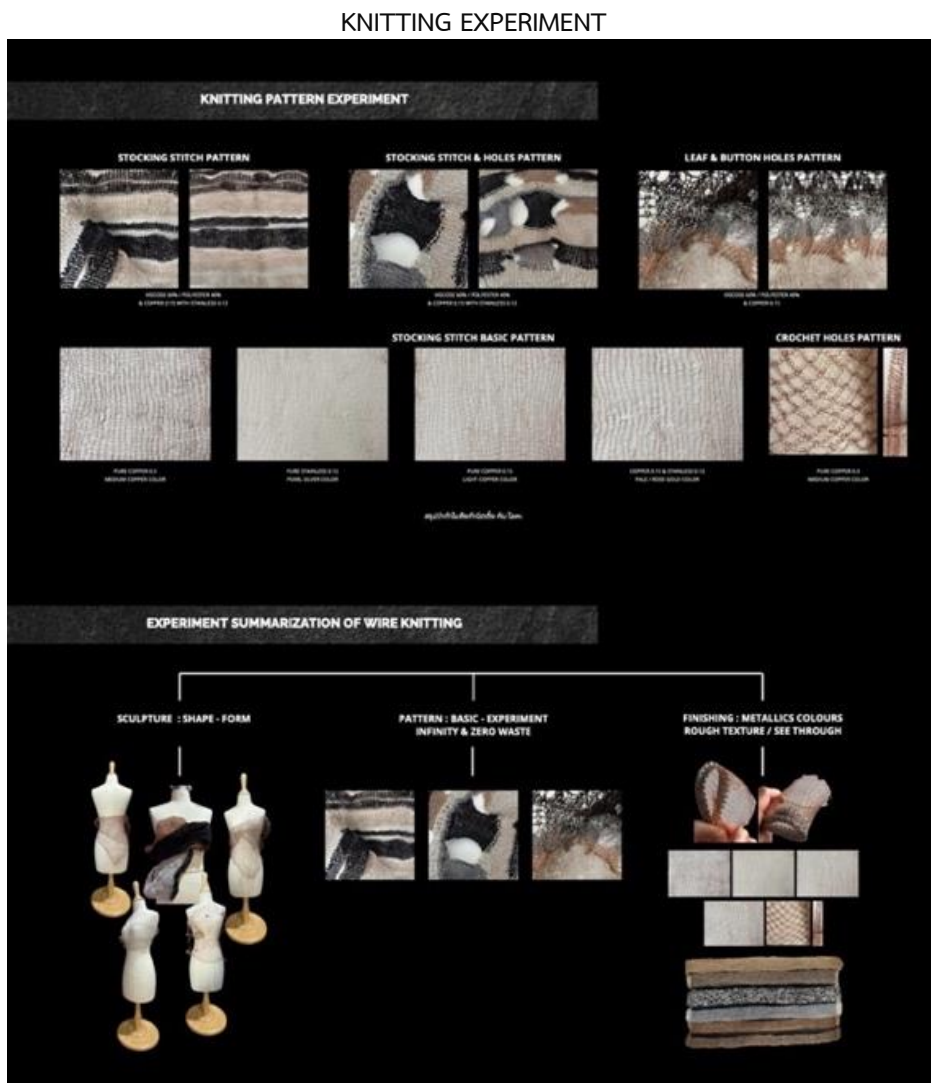
ปรากฏของวัสดุ ให้คุณสมบัติที่โปร่งแสง จึงเหมาะกับการนำไปใช้ในงานออกแบบที่ต้องการเปิดเผยตามจุดที่ต้องการ

สรุปและอภิปรายผล

จากการทดลองถักนิตด้วยโลหะและโลหะผสมโลหะ พบว่าการถักนิตด้วยโลหะและโลหะผสมโลหะ ทำให้ชิ้นงานสามารถดัดหรือจับขึ้นรูปได้ ซึ่งขนาดของวัสดุโลหะที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการทดลองครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 ตามลำดับ เหมาะกับการนำไปใช้ในงานออกแบบที่ต้องการสร้างโครงสร้างหรือนำไปประกอบกับการจับเลเยอร์ชั้นผ้าขึ้นรูปเป็นชิ้นส่วนของเครื่องแต่งกาย ขณะเดียวกันการใช้เทคนิคถักนิตด้วยโลหะ เหมาะกับการใช้ในงานออกแบบเป็นองค์ประกอบของเครื่องแต่งกายชิ้นนอก หรือใช้สำหรับตกแต่งตามสัดส่วนต่างๆ ที่ให้คุณสมบัติของสีที่มีความหรูหรา งามงาม

ทั้งนี้วัสดุโลหะยังคงให้ความโปร่งและมีน้ำหนักเบา ไม่เป็นภาระแก่ผู้สวมใส่ เมื่อเปรียบเทียบกับ การทดลองถักนิตติ้งด้วยโลหะร่วมกับเส้นใย พบว่าการเลือกใช้ชนิดของเส้นใยมีผลต่อการออกแบบเครื่องแต่งกายตามฤดูกาล อาทิเช่น การเลือกเส้นใยคอตตอน เส้นใยเรยอน เส้นใยวิสโคส และเส้นใยสังเคราะห์ชนิดอื่นๆ เหมาะกับการนำไปใช้สำหรับการออกแบบเครื่อง

แต่งกายคอลเลคชั่นฤดูร้อน ทั้งนี้เมื่อนำเส้นใยมาถักร่วมกับเส้นโลหะทั้งทองแดงและสแตนเลส พบว่ายังคงให้ความยืดหยุ่นและมีน้ำหนักเบา อีกทั้งยังส่งผลในเรื่องของการให้สีที่มาจากสีของโลหะที่ถูกผสมไปกับเส้นใยชนิดต่างๆและการเลือกกลดลายเพื่อนำมาใช้ถักในสัดส่วนที่ต้องการ ความละเอียด ความโปร่ง หรือส่วนเว้าโค้ง เพื่อประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายอีกด้วย



รูปที่ 2 ขั้นตอนการทดลองขึ้นต้นแบบด้วยเทคนิคการถักนิตติ้ง (Knitting) และการจับเลเยอร์ชิ้นผ้า (Draping)

ที่มา : ผู้วิจัย จารุตา โฆษิตศักดิ์ (2566)

PROTOTYPE FITTING



LOOK 1

รูปที่ 3 พัฒนาการออกแบบทดลองขึ้นต้นแบบ (Prototype) ด้วยผ้าดิบและผ้าจริง
ที่มา : ผู้วิจัย จารุตา โฆษิตศักดิ์ (2566)

PROTOTYPE FITTING



LOOK 2

รูปที่ 4 พัฒนาการออกแบบทดลองขึ้นต้นแบบ (Prototype) ด้วยผ้าดิบและผ้าจริง
ที่มา : ผู้วิจัย จารุตา โฆษิตศักดิ์ (2566)

PROTOTYPE FITTING



LOOK 3

รูปที่ 5 พัฒนาการออกแบบทดลองขึ้นต้นแบบ (Prototype) ด้วยผ้าดิบและผ้าจริง
 ที่มา : ผู้วิจัย จารุตา โฆษิตศักดิ์ (2566)

PROTOTYPE FITTING



LOOK 4

รูปที่ 6 พัฒนาการออกแบบทดลองขึ้นต้นแบบ (Prototype) ด้วยผ้าดิบและผ้าจริง
 ที่มา : ผู้วิจัย จารุตา โฆษิตศักดิ์ (2566)

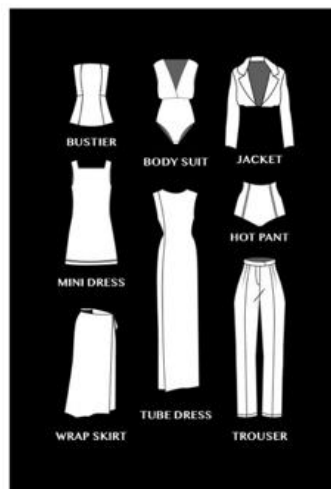
การสร้างคอลเลคชั่นเครื่องแต่งกาย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลให้มีความเหมาะสมกับตลาด รวมถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ผู้วิจัยได้ทำการทดลองนวัตกรรมการออกแบบ ผสมผสานการใช้เทคนิคนี้ตั้ง

(Knitting), โครเชต์ (Crochet) และการขึ้นรูป (Forming) ขึ้นส่วนของโลหะ ด้วยการทดลองใช้เส้นโลหะ ร่วมกับเส้นใยสังเคราะห์เพื่อพัฒนานวัตกรรมการออกแบบรูปแบบเครื่องแต่งกายสตรีในรูปแบบคอนเทมโพรารี (Contemporary Style) ผู้วิจัยได้พัฒนาการออกแบบสเก๊ตซ์ (Sketch) มีโครงร่างเงาทรง I-Line และ A-Line โดยมีลักษณะไอเทมที่หลากหลาย อาทิ เกะอก บอดี้สูท คอเช่ท เดรสเข้ารูป กระโปรง เสื้อแจ็คเก็ตเสริมไหล่ กางเกงขาสั้น กางเกงขายาวทรงกระบอกใหญ่

SKETCH DESIGN : NUANCED METALLICS COLLECTION

A MUST SILHOUETTE



NUANCED METALLICS COLLECTION FINAL SKETCH



รูปที่ 7 NUANCED METALLICS COLLECTION FINAL SKETCH

ที่มา : ผู้วิจัย จารุตา โฆษิตศักดิ์ (2566)

NUANCED METALLICS COLLECTION



รูปที่ 8 ผลงานคอลเลคชั่นต้นแบบ
ที่มา : ผู้วิจัย จารุตา โฆษิตศักดิ์ (2566)

อภิปรายผล

งานวิจัยฉบับนี้ ทำขึ้นเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม การหมุนเวียนการใช้วัสดุที่เหลือทิ้งหรือยังไม่ถูกนำมาพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ โดยการนำเศษโลหะรีไซเคิลมาพัฒนาต่อยอดให้

เกิดประโยชน์ผ่านแนวคิดและกระบวนการสร้างสรรค์ทางแฟชั่นและสิ่งทอ ด้วยเทคนิคการถัก (Knitting), โครเชต์ (Crochet) และการจับขึ้นรูป (Drape Forming) เส้นโลหะเพื่อประกอบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เพื่อสร้างมูลค่าให้กับวัสดุเหลือทิ้ง

ที่ยังสามารถนำกลับมาแปรรูปได้ใหม่อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของสรวงระวิคุณธนกาญจน์ (2556) ที่ว่าการพิจารณาตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ต้องรวมถึงการวิเคราะห์สมรรถนะทางด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ การจัดการซากที่หมดอายุ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกช่วงของวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การวางแผนผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การผลิต การนำไปใช้ และการทำลายหลังการใช้เสร็จ ควบคู่กับการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอื่น เช่น ต้นทุนกระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพและการตลาด

อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดการแก้ไขปัญหาเศษเหลือโลหะจากอุตสาหกรรมเครื่องประดับของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2564) ที่กล่าวถึงแนวคิดที่มีการนำรูปแบบเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ ตั้งแต่การออกแบบ เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต โดยการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) เป็นการออกแบบการลดการใช้พลังงานที่ใช้แล้วหมดไปให้น้อยที่สุดและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยมีกระบวนการผลิตที่เน้นควบคุมการสูญเสียทั้งด้านพลังงานและการเกิดของเสียหรือวัสดุเหลือใช้ให้น้อยที่สุด รวมถึงกระบวนการที่สามารถนำกลับมาแปรรูปเป็นวัตถุดิบใหม่ได้ เชื่อมโยงกับงานวิจัยโลหะรีไซเคิลฉบับนี้ ที่ได้นำเอาหลักการดังกล่าวมาพัฒนา เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับงานออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

โดยการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากโลหะแปรรูป ยังสร้างมูลค่าเพิ่มต่อวัสดุทางเลือก ดังคำกล่าวของ ราวิน รุ่งสว่างและศิริวิ อรัญนารถ (2564) การนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าเป็นแนวทางในการนำขยะแฟชั่นหรือสิ่งของที่ไม่ใช้แล้วให้เกิดเป็นสินค้าใหม่ที่สามารถยืดอายุและชะลอวงจรพฤติกรรมผู้บริโภคให้ช้าลง อีกทั้งยังก่อให้เกิดอัตลักษณ์โดยส่งเสริมและพัฒนางานฝีมือที่ใช้เทคนิคเฉพาะเข้า

มาผสมผสานให้ชิ้นงานมีมิติ ทั้งนี้ยังมุ่งเน้นนวัตกรรมการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีที่สวมใส่ได้จริงและตอบโจทย์ในโอกาสการสวมใส่ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย กลุ่มโซเซียลอีลิท (Social Elite) ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มทายาทตระกูลที่มีฐานะร่ำรวย มักเป็นผู้ที่มีธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอิสระ มีความสนใจอัปเดตกระแสแฟชั่น ด้วยการผสมผสานรูปแบบการแต่งกายของตนเองที่เรียบหรืออย่างมีเอกลักษณ์ ขณะเดียวกันยังต้องการไอเทมสักชิ้นที่โดดเด่นเพื่อเติมเต็มรูปแบบการแต่งกายและมักนิยมสะสมของวินเทจ (Vintage) ที่หายาก มีคุณค่า ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้มักมีกิจกรรมที่ได้รับเชิญหรือต้องเข้าร่วมงานสังคมงานปาร์ตี้สังสรรค์อยู่เสมอ และยังมีไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยวต่างประเทศที่หรูหรา อีกทั้งมีผู้ติดตามจำนวนมาก จึงส่งผลให้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโซเซียลอีลิท (Social Elite) มักเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตลาดบนที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร แต่ก็คำนึงถึงคุณภาพเป็นหลักถึงแม้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้นจะมีราคาสูง หากเหมาะสมกับคุณภาพและความพึงพอใจ กลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้จึงยอมจ่ายในสิ่งที่จะได้รับมา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. หลักการจากนวัตกรรมการออกแบบด้วยศิลปะยุคหลังมินิมอลลิสม์ (Post-Minimalism) ผสมผสานการใช้เทคนิคถักดั่ง (Knitting), โครเชต์ (Crochet) และการจับขึ้นรูป (Drape Forming) นี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้นักออกแบบพัฒนาวัตรกรรมการใช้เทคนิคการถักและจับขึ้นรูปผนวกกับแนวคิดทางศิลปะจากการศึกษาข้อมูล การทดลอง การสร้างชิ้นงานต้นแบบ อีกทั้งยังสามารถนำเสนอเส้นใยหรือวัสดุอื่นมาพัฒนาเพื่อสร้างมิติและความหลากหลายของงานมากขึ้น รวมถึงการสำรวจกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการออกแบบต่อไป

2. ในด้านงานออกแบบ สามารถประยุกต์ใช้แนวคิดศิลปะเพื่อต่อยอดงานและการทดลองได้อย่างหลากหลาย เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของงานหรือตราสินค้าให้มีความโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปในตลาดผู้ประกอบการเครื่องประดับและผู้ประกอบการเครื่องแต่งกายแฟชั่น สามารถนำแนวทางการออกแบบมาประยุกต์ใช้หรือร่วมมือกันเพื่อพัฒนาสู่การต่อยอดธุรกิจในอนาคตได้

References

- Boonyapatpong, P. (2018, January 23). *Minimalism: The art of reduction and authenticity of objects*. from <https://themomentum.co/minimalism-art/>
- British Council Thailand (2021). *The Climate Connection*, from <https://www.britishcouncil.or.th/programmes/climate-connection>
- Business for Energy and Environment (B2E). (2013). *Green business*. *Green Business Journal*, 7(2), 1–xx. *Thailand Environment Institute*. <https://www.tei.or.th/publications/2013-download/2013-TBCSD-Greenbusiness-y7-2.pdf>
- Gem and Jewelry Institute of Thailand (GIT). (2021). *Sustainability of jewelry customer trends*. *GIT Journal of Gem and Jewelry*, 12(2), 45–60. <https://infocenter.git.or.th/storage/files/3QrgGDZb2lMEQc97lF62O7KocBGHaXHkZJnSiFIE.pdf>
- Khositsak, J. (2023). *Brand innovation of women's clothing for social elite targets from recycled metals development in the jewelry industry*. Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University.
- Rungswang, R., & Arunyanart, S. (2021). *Brand creation of partywear from upcycle innovation for androgynous males*. *Fashion and Creative Art Research Unit*. Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University.
- Thesis Citation: Suchinroj, S. (2020). *The branding innovation of womenswear from waste materials for reuse revolutionaries group by using upcycle concept*. Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University.
- Vattavoravet, V. (2016). *Antecedents for trading up among middle-class millennial consumers*. *Thammasat University*. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:93044