

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัพไซเคิล กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

UPCYCLE FASHION PRODUCT DEVELOPMENT: A CASE STUDY OF PRODUCTS FROM WASTE FABRIC IN WATTHANA NAKHON DISTRICT, SA KAEO PROVINCE

วรุณ ทรัพย์ศรีสัญชัย / WAROT SUBSRISUNJAI

วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
COLLEGE OF CREATIVE INDUSTRY, SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY

วิรุฬห์ วุฒิฤทธากุล / WERON WUTHIRITHAKUL

วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
COLLEGE OF CREATIVE INDUSTRY, SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY

Received: February 22, 2022

Revised: May 28, 2022

Accepted: June 6, 2022

บทคัดย่อ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัพไซเคิล กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1. ผู้บริโภคสินค้าแฟชั่น 2. ผู้ผลิตสินค้ากลุ่ม (OTOP) 3. ผู้จัดการหน่วยวัดผลิตภัณฑ์อัพไซเคิล โดยการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษาทักษะฝีมือ ความสามารถในการผลิตชิ้นงานของชาวบ้านในชุมชน ด้วยวิธีการรวบรวมและวิเคราะห์จากข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น โดยมีการระดมความคิดจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อกำหนดขอบเขตแนวคิด รูปแบบ (Style) ตามรสนิยมกลุ่มเป้าหมาย ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้ความเห็นตรงกันในเรื่องการเพิ่มมูลค่าจากการออกแบบสินค้าให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ก่อนการทดลองผลิตต้นแบบด้วยเทคนิคการตัดต่อเศษผ้าเหลือจากระบบอุตสาหกรรม โดยการวิจัยในครั้งนี้ ได้ผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัพไซเคิล เป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นสำหรับ บุรุษ และสตรี ทั้งหมด 10 ชุด ในรูปแบบที่เหมาะสมกับวิถีชีวิต รสนิยมไลฟ์สไตล์ของ (Gen Y) สามารถใส่ได้ในชีวิตประจำวัน ในรูปแบบแฟชั่นสตรีทแวร์ (Street wear) ตามรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งเป็นการแก้ปัญหาด้านการผลิต จากวัสดุเศษผ้า สุดท้ายแนวทางการนำเสนอสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคสินค้าโดยตรง งานวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวโน้มเรื่องเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ลดขยะสร้างมูลค่าและเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับการต่อยอดอุตสาหกรรมแฟชั่น และสร้างรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: แฟชั่น อัพไซเคิล เศรษฐกิจหมุนเวียน ผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า

Abstract

The research, “Upcycled fashion product development: a case study of products from fabric waste in Watthana Nakhon District, Sa Kaeo Province”, aims to help develop community products from the upcycle concept in order to create jobs, generate income, reduce inequality in society and promote

awareness of environmental conservation. Data were collected by field work to visit and study the villagers' skills and abilities. Primary and secondary data were collected as a guideline for product design and development. Brainstorming sessions took place to define the concepts and style of the new product to design a prototype to meet the needs of the target group. Data were also collected from a survey of the target group to find popular fashion products possible for manufacturing in the community and meet the demand both in style and price before producing the prototype with the technique of upcycling the waste fabric from factories. This research yields a prototype of upcycled fashion products from industrial waste fabrics. The results are 10 outfits of menswear and womenswear suitable for the lifestyle and taste of the Gen Y group that can be worn daily. The products are of street wear style which is easy to wear. It is a solution to the waste fabric production problem. Another outcome is a guideline to present the products via online and offline media to reach the target group directly. This research is consistent with the Circular Economy trend that is environmentally friendly, reduces waste, creates value, presents another option for the fashion industry and generate sustainable income for the community.

Keywords: Fashion, Upcycle, Circular Economy, Products from Fabric Waste

บทนำ

กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า 135 หมู่ 10 บ้านทับปรือ ตำบลท่าเกวียน อำเภอนครหลวง จังหวัดสระแก้ว จัดตั้งกลุ่มเมื่อปี 2543 เนื่องจากมีอยู่ระยะหนึ่งเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำประกอบกับชาวบ้านมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต จึงได้มีการนำเศษผ้าที่ซื้อมาจากโรงงานผลิตเสื้อผ้าส่งออกต่างประเทศนำมาเย็บต่อกัน และทำเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบและมีการจัดตั้งกลุ่มขึ้น โดยกลุ่มมีการแบ่งหน้าที่ในการบริหารจัดการโดยนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตนำไปจำหน่ายและแบ่งปันผลกำไรกันภายในกลุ่มและส่วนที่เหลือเก็บนำเข้าบัญชีของกลุ่ม

ผลงานของกลุ่ม เป็นข้าวของเครื่องใช้ในครัวเรือน ประเภทหมอนรูปทรงต่าง ๆ และผ้าห่มกันหนาว โดยทางกลุ่มมีฝีมือในการตัดเย็บประณีต ตัดต่อผ้าได้เรียบร้อยสวยงาม ใช้เทคนิคการตัดต่อผ้าตามรูปทรงเรขาคณิต ปัญหาที่พบคือ รูปแบบสินค้าที่มีในปัจจุบันแม้ดูสวยงาม แต่ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ยังไม่ตรงกับความต้องการของตลาดนัก อีกทั้งราคาขายสินค้าต่อหน่วยได้ราคาไม่สูง ทำให้ไม่คุ้มกับค่าแรง ทั้งยังไม่มีมีการทำการตลาดและจับกลุ่มลูกค้าที่ถูกต้อง จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ในส่วนของอัปไซเคิล (Upcycle) (ปางอุบล อำนวนสิทธิ์, 2560) เพื่อการพัฒนา รูปแบบสินค้าสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มแฟชั่น ที่มีเทคนิคการผลิตใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์สร้างตลาดสินค้าใหม่ที่เหมาะสมกับกลุ่มได้

“Circular Economy” หรือระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน คือแนวคิดของระบบเศรษฐกิจที่ต้องการหมุนเวียนเอาทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจนครบเกิดเป็นวงจร ตั้งแต่ภาคการผลิต การบริโภค ไปจนถึงการจัดการของเสียด้วยกระบวนการใช้ซ้ำ (Reuse) หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และการผลิตใหม่ (Re-material) อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนของทั้งระบบ (นิรันดร์ ยิ่งมทิศรานนท์, 2561) ในขณะที่ Upcycle หรือการยืดอายุวัสดุให้เป็นขยะช้าลง ส่วนใหญ่เรามักคุ้นหูกับคำว่า Reduce Reuse และ Recycle เพื่อใช้ในการบริหารจัดการกับปัญหาขยะจำนวนมากในปัจจุบัน นั่นคือกระบวนการชะลอการเกิดขยะที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับของเหลือใช้ เป็นได้มากกว่าขยะเหลือทิ้ง หรือที่เรียกว่า “Upcycle” (จากข้อมูลจากเว็บไซต์ www.wisegEEK.com) “Upcycle” เป็นกระบวนการดัดแปลงวัสดุเหลือใช้หรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้งานตามหน้าที่เดิมให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีประโยชน์ มีมูลค่าเพิ่ม หรือมีความสวยงามเพิ่มขึ้น โดยเป็นงานออกแบบที่จะสามารถลดต้นทุนการผลิต และกระตุ้นผู้บริโภคให้คิดใหม่ทำใหม่เพื่อใช้สิ่งต่าง ๆ ที่หลงเหลืออยู่อย่างคุ้มค่าที่สุด แทนการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคใหม่ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวม จากสถิติแล้วในกระบวนการผลิตสินค้าแฟชั่น ผู้ผลิตหรือดีไซเนอร์มักจะทิ้งวัสดุที่เป็นเศษขยะกว่า 15% ของวัสดุประเภทผ้าที่นำมาใช้ในทั้งหมด ดังนั้นการอัปไซเคิล (upcycling) จึงจะเป็นการแก้ปัญหาการผลิตสินค้าใหม่จากของเดิมที่มีอยู่ ซึ่งทำได้จากวัสดุเหลือใช้



ภาพที่ 1 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า
ที่มา : ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2563

(pre-consumer waste) และวัสดุผ่านการใช้แล้ว (post-consumer waste) หรือทั้งสองแบบ โดยวัสดุที่ยังไม่ผ่านการใช้นั้นก็เช่น เศษผ้าที่เกิดจากกระบวนการผลิตเกิดขึ้นระหว่างการตัดเย็บ ส่วนวัสดุที่ผ่านการใช้แล้ว เช่น เสื้อผ้าเก่า (ภัทรพร แยมละออ, 2561)

การนำกระบวนการอัปไซเคิล (Upcycle) มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบแฟชั่น เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการ สามารถใช้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งคาดว่าจะได้ผลลัพธ์เป็นที่น่าพึงพอใจทั้งในแง่ของการสร้างแบรนด์ (วรฐ ทรัพย์ศรีสัญชัย, 2560) สร้างภาพลักษณ์ที่ดีพร้อมกับการสร้างรายได้สู่ชุมชน ส่วนในมุมมองของผู้บริโภคก็จะได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม สร้างความภาคภูมิใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมเรื่องสิ่งแวดล้อม และปลูกฝังเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างเต็มภาคภูมิ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า อำเภอดมณานคร จังหวัดสระแก้ว กลุ่มผู้บริโภคสินค้าแฟชั่น และกลุ่มผู้จัดทำหน่วยวัตถุดิบอัปไซเคิล นำมาวิเคราะห์สรุปผลเพื่อหาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัปไซเคิล

2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัปไซเคิลต้นแบบสำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคแฟชั่น (Gen Y)
3. เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัปไซเคิล ผ่านช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์

อุปกรณ์และวิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นที่ 1. การศึกษาและวิเคราะห์

- การศึกษาและวิเคราะห์ ความสามารถ รูปแบบผลงาน ของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัปไซเคิล (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2550) จากการลงพื้นที่ กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า อำเภอดมณานคร จังหวัดสระแก้ว
- ศึกษาความต้องการ บริโภคสินค้าแฟชั่นของกลุ่มเป้าหมาย (Gen Y)
- ศึกษาผู้จัดทำหน่วยวัตถุดิบอัปไซเคิล และความเป็นไปได้ในการทำงานร่วมกับชุมชน คุณอมรพล หุვნันทน์ ผู้ก่อตั้ง Moreloop ผู้จำหน่ายผ้าเหลือจากการผลิตจากโรงงาน
- การสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญ คุณสมพร อินทร์ประยงค์ ศิลปินแนว Folk art

ขั้นที่ 2. การออกแบบ และทดลอง

- ระดมความคิดเพื่อกำหนดทิศทาง ขอบเขต แนวความคิดตามวิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น อับไซเคิล ให้ตรงตามลักษณะและความ ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Gen Y) การ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ผสมผสานการศึกษา ด้านการตลาด และการใช้ เทรนด์แฟชั่น เพื่อ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และสามารถผลิตและจัดจำหน่ายได้จริง (ธงชัย สันติวงษ์, 2535)
- ทดลองเทคนิคการสร้างผืนผ้าจากเศษผ้า เหลือทิ้งจากระบบอุตสาหกรรม โดย มีการ ทดลองรูปแบบการต่อผ้าเป็น 4 รูปแบบได้แก่
 1. การต่อเศษผ้ารูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส
 2. การต่อผ้าด้วยเศษผ้าริ้ว
 3. การต่อเศษผ้าด้วยเศษผ้ารูปทรงอิสระ
 4. การต่อเศษผ้าแบบแทรกชิ้นผ้า
- คัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์ จากแบบสเก็ต โดยตัวแทนชุมชน และผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่ เกี่ยวข้อง โดยใช้เกณฑ์ความเป็นไปได้ในการ ผลิต การตลาด และการจัดจำหน่าย

ผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย

1. อาจารย์ ดร. วิรุฬห์ วุฒิพุทธากุล
อาจารย์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
2. นาง ปรางค์ ศรีนคร
ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า บ้านทับประดู่
3. อาจารย์ ดร. กนกวรรณ ใจหาญ
อาจารย์ด้านการออกแบบทัศนศิลป์

ขั้นที่ 3. การผลิตต้นแบบ

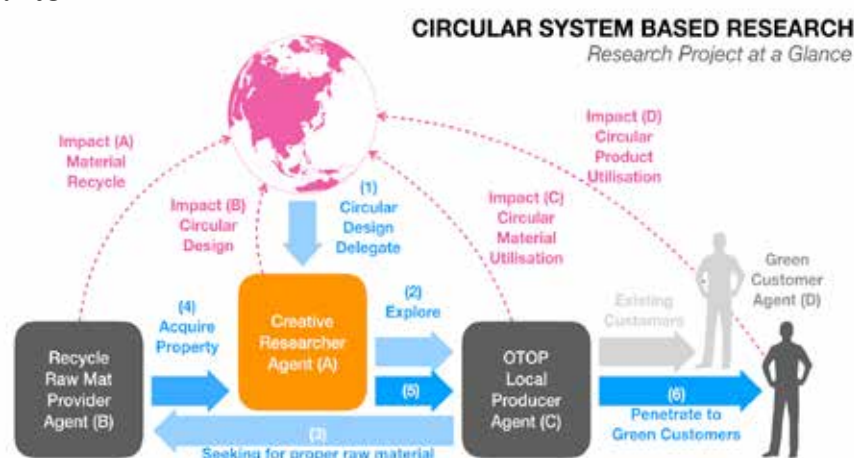
- ดำเนินงานสร้างต้นแบบแฟชั่นคอลเลกชัน ผลิตภัณฑ์แฟชั่นอับไซเคิล ร่วมกับกลุ่ม ผลิตภัณฑ์จาก เศษผ้า อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว โดยแหล่งที่มาของวัตถุดิบ อับไซเคิล จาก Moreloop

ขั้นที่ 4. การนำเสนอผลงาน วางแผนประชาสัมพันธ์

- การนำเสนอผลงาน โดยจัดแสดงผลงาน สู่กลุ่มเป้าหมาย (ห้างสรรพสินค้า สยามพารากอน โซนแฟชั่น)
- การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ออนไลน์ (Facebook)

ขั้นที่ 5. สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย
ที่มา : วาดโดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 5 มกราคม 2563

ผลงานที่เกิดขึ้นในงานวิจัยขั้นนี้ (A) มุ่งหมายให้มีบทบาทในการเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่าง ผู้บริโภคสินค้าแฟชั่น อับไซเคิล (D) ผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นอับไซเคิล (C) และผู้แปรรูป

วัตถุดิบอับไซเคิล (B) โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ ตรงใจ ผู้บริโภค เป็นไปได้ในการผลิต และใช้วัสดุที่มาจาก การ อับไซเคิล โดยมีรายละเอียดความสัมพันธ์ตามภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งหมายที่จะสร้างชิ้นงานที่ตอบโจทย์ของการบริโภคสินค้าแฟชั่นภายใต้เงื่อนไขของเศรษฐกิจหมุนเวียน หรือ circular economy โดยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้คือ ผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นอับไซเคิล (Gen Y) ผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นอับไซเคิล (OTOP)

และผู้แปรรูปวัตถุดิบอับไซเคิล โดยใช้การสุ่มแบบมีเงื่อนไขในกลุ่มผู้บริโภค และใช้การเลือกแบบเจาะจงในกลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มผู้แปรรูป เนื่องจากเงื่อนไขในการระบุพื้นที่ปฏิบัติการและประเภทวัสดุที่ใช้ โดยในแต่ละกลุ่มจะมีสิ่งที่ต้องเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง	วิธีการสุ่ม	จำนวน	ข้อมูลที่ต้องการเก็บ
1 ผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นอับไซเคิล	สุ่มแบบมีเงื่อนไข (Gen Y)	118 คน	การรับรู้แนวคิด circular economy
2 ผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นอับไซเคิล	เจาะจง (OTOP)	1 กลุ่ม	ความสามารถ / เงื่อนไขในการผลิต
3 ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบอับไซเคิล	เจาะจง (Moreloop)	1 กลุ่ม	ความสามารถ / เงื่อนไขในการผลิต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตารางที่ 2 ตารางแสดงเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง	ข้อมูลที่ต้องการเก็บ	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
1 ผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นอับไซเคิล (Gen Y)	การรับรู้แนวคิด circular economy	1. แบบสอบถามเรื่องการรับรู้ (awareness) แนวคิด circular economy 2. แบบสอบถามความพอใจจะจ่าย และรูปแบบสินค้า
2 ผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นอับไซเคิล (OTOP)	ความสามารถ/เงื่อนไขในการผลิต	1. การสังเกตการณ์ โดยผู้วิจัยใช้กระบวนการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยใช้การสังเกต การจดบันทึก และการบันทึกภาพเกี่ยวกับผลงาน และการทำงานของของกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลใช้ในการประกอบการพิจารณาร่วมกับแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลต่อไป 2. การสัมภาษณ์ โดยนักวิจัย และลงพื้นที่สำรวจสถานที่และเครื่องมือในการผลิต โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการเขียนพรรณนาความซึ่งมีหัวข้อการสัมภาษณ์ดังนี้ ประวัติความเป็นมา แนวความคิด รูปแบบ และเทคนิคการผลิต ในรูปแบบไม่เป็นทางการ

กลุ่มตัวอย่าง		ข้อมูลที่ต้องการเก็บ	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
3	ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบอ้าไซเคิล (Moreloop)	ความสามารถ/เงื่อนไขในการผลิต	การสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด โดยนักวิจัย

การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบข้อมูล

1) ผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นอ้าไซเคิล
กำหนดเงื่อนไขของกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุ 20-40 ปี (Gen Y) ด้วยปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) และช่วงวัยที่มีการสื่อสารในโลกออนไลน์เป็นสิ่งปกติในชีวิตประจำวัน โดยแบบสอบถาม

ต้องการทราบ ค่าสหสัมพันธ์ (correlation) ระหว่าง ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (demographic variables) กับ ตัวแปรด้านการตลาดหรือความพอใจในการซื้อ (willingness-to-pay variables) โดยรายละเอียดในกลุ่มตัวแปรทั้ง 2 ชุดมีดังนี้

ตารางที่ 3 ตารางแสดงตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ และพอใจในการซื้อสินค้า

ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (demographic variables)	ตัวแปรด้านความพอใจในการซื้อ (willingness-to-pay variables)
• เพศ • อายุ • ระดับการศึกษา • รายได้ต่อเดือน • อาชีพ	• ขนาดเสื้อผ้าที่ใส่ • ความถี่ในการซื้อสินค้าแฟชั่น • แหล่งซื้อสินค้าแฟชั่น • สิ่งสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นราคาสูง • การรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์แฟชั่นอ้าไซเคิล • ชนิดสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นอ้าไซเคิล ที่สนใจซื้อ • ราคาขายที่เหมาะสมของสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นอ้าไซเคิล • รูปแบบรสนิยมในผลิตภัณฑ์แฟชั่น

2) ผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นอ้าไซเคิล
กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าบ้านทับ
ประตู ตำบลท่าเกวียน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว
โดยนางปรารค์ ศรีนคร หัวหน้ากลุ่ม

ใช้การสัมภาษณ์ และสอบถามข้อจำกัดในด้านการผลิต (เทคนิคที่ทำได้และทำไม่ได้) ความสามารถในการผลิต ความเร็วในการผลิต โครงสร้างราคาและรายได้ที่ต้องการต่อการทำงาน รวมถึงข้อจำกัดทางการเงินในการซื้อวัตถุดิบ และที่มาของวัตถุดิบ

3) ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบอ้าไซเคิล
กลุ่มตัวอย่าง โดย Moreloop (<https://moreloop.ws/>) ผู้ประกอบการที่รวบรวม และคัดเลือกผ้าเหลือใช้จากโรงงานคุณภาพเพื่อนำมาจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตรายย่อยได้เข้าถึงวัตถุดิบที่ราคาเหมาะสม (ธารริน อุดุลยานนท์, 2561) โดยใช้การสอบถามใน 3 ด้าน เพื่อนำมาสร้าง แบบ

จำลองการเชื่อมโยงสร้างเครือข่าย ผู้ผลิต หรือนักออกแบบ ดังนี้

- แนวทางการจัดการเศษผ้าเหลือใช้จากอุตสาหกรรม ทำอย่างไร หรือส่งไปที่ไหน การจัดการผ้าที่ค้างสต็อกอยู่นานมาก ๆ มีวิธีการจัดการอย่างไร การคำนวณต้นทุน สต็อก ของผ้าเหลือใช้ วิธีการจัดการสต็อกผ้า แบ่งหมวดหมู่
- ความสนใจในการทำงานร่วมมือกับวิสาหกิจชุมชน OTOP วิธีที่วิสาหกิจชุมชน OTOP ควรปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดในอนาคต เช่น ช่องทางให้ผู้ประกอบการ OTOP เข้าถึงสต็อกผ้าของ Moreloop ฯลฯ
- แนวทางการเติบโตของธุรกิจในอนาคต และแผนการตลาด

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล

1) ผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นอัปเดตไซเคิล เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Form โดยส่งผ่านช่องทางออนไลน์ในกลุ่มสินค้าแฟชั่นบน Facebook มีการกำหนดระยะเวลาในการตอบแบบสอบถามเป็นเวลา 2 อาทิตย์ ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 118 คน

2) ผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นอัปเดตไซเคิล กลุ่มตัวอย่างกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าบ้านทับประดู่ ตำบลท่าเกวียน อำเภอดอนนาคร จังหวัดสระแก้ว โดยนางปรังค์ ศรีนคร หัวหน้ากลุ่ม ใช้การลงพื้นที่ นัดสัมภาษณ์และการถ่ายรูปผลิตภัณฑ์ที่เคยผลิต ในวันที่ 24 มกราคม 2563

3) ผู้จัดการฝ่ายวัตถุดิบอัปเดตไซเคิล คุณอมรพล หุะนันท์ ผู้ก่อตั้ง Moreloop ใช้การสัมภาษณ์ทาง Instant message ผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก 18 กุมภาพันธ์ 2563 ประเด็นสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์คือ

- Moreloop สามารถเชื่อมโยงกับผู้ผลิตได้ง่าย โดยใช้ช่องทางออนไลน์
- OTOP ต้องพัฒนา ปรับตัว และหาตลาดที่ถูกต้อง ไม่ควรทำสินค้าซ้ำ ๆ กับหมู่บ้านอื่น (อมรพล หุะนันท์ สัมภาษณ์, 18 กุมภาพันธ์ 2536)

4) การสัมภาษณ์ศิลปิน นักออกแบบที่มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญในการผลิตงานสร้างสรรค์จากเศษผ้าเหลือใช้ คุณสมพร อินทร์ประยงค์ ศิลปินแนว Folk art ในวันที่ 8 พฤษภาคม 2563

- คุณสมพรให้แนวคิดในการทำงานออกแบบว่า ไม่มีถูกผิด ให้หาจุดเด่นเพื่อแสดงตัวตนออกมา (สมพร อินทร์ประยงค์, สัมภาษณ์ 8 พฤษภาคม 2563)

5) ผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นอัปเดตไซเคิล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้ SPSS ในการหา correlation ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (demographic variables) กับ ตัวแปรด้านการตลาดหรือความพึงพอใจในการซื้อ (willingness-to-pay variables)

6) ผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นอัปเดตไซเคิล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการใช้แนวทาง Differentiation Strategy จากทฤษฎี Competitive Advantage ของ Michael E. Porter โดยมีเครื่องมือคือ Five Forces Model ของ Michael E. Porter เช่นกัน เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่า

จากโครงสร้างตลาด

7) ผู้จัดการฝ่ายวัตถุดิบอัปเดตไซเคิล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการใช้แนวคิด Core Competency ของ C.K. Prahalad โดยมีเครื่องมือคือ Global Value Chains (GVCs) และ Value Chain ของ Michael E. Porter เพื่อสร้างแบบจำลอง circular economy creative ระหว่างเครือข่าย ผู้ผลิต หรือนักออกแบบ

ผลการวิจัย

1. ได้ข้อมูลผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นอัปเดตไซเคิล

ผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นอัปเดตไซเคิล เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Form โดยส่งผ่านช่องทางออนไลน์ในกลุ่มสินค้าแฟชั่นบน Facebook มีการกำหนดระยะเวลาในการตอบแบบสอบถามเป็นเวลา 2 อาทิตย์ ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 118 คน ข้อมูลผู้บริโภค จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 118 ราย ตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (demographic variables) ให้ผลดังนี้ มีประชากรเพศชายตอบแบบสอบถาม 39.7% และประชากรเพศหญิงตอบแบบสอบถามจำนวน 60.3% กลุ่มอายุผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดช่วงอายุ 20-29 ปี จำนวน 80% รองลงมาคือช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวน 17% ซึ่งเป็นช่วงอายุที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคสินค้าแฟชั่น โดยมีระดับการศึกษาในช่วงปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 72% รองลงมาคือระดับปริญญาโท 23% กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-30,000 บาท คิดเป็น 48% และต่ำกว่า 10,000 บาทคิดเป็น 34.5% โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพหลักคือนิสิตนักศึกษา คิดเป็น 63% และเป็นพนักงานบริษัทและลูกจ้างคิดเป็น 18%

ตัวแปรด้านความพอใจในการซื้อ (willingness-to-pay variables) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อสินค้าแฟชั่นประมาณ 1 ครั้งต่อเดือนคิดเป็น 38% และ 2 ครั้งต่อเดือนคิดเป็น 24% โดยแหล่งซื้อสินค้าหลักๆคือห้างสรรพสินค้า คิดเป็น 53% และซื้อทางออนไลน์ 36% โดยสิ่งสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นคือ รูปแบบที่ถูกใจคิดเป็น 62% และคุณภาพดีคิดเป็น 15.5% โดยสไตล์ที่สนใจซื้อที่สุดคือ สตรีทแวร์ (Streetwear) คิดเป็น 95%

สรุปข้อมูลสินค้าอัปเดตไซเคิล โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากรู้จักผลิตภัณฑ์อัปเดตไซเคิล คิดเป็นร้อยละ 52% ผู้ตอบแบบสอบถามบุรุษจะสนใจมากที่จะซื้อเสื้อ กางเกง และเสื้อ

ตัวนอก ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสตรีสนใจมากที่สุดจะซื้อ เสื้อตัวนอก เสื้อ กางเกง กระโปรง และชุดกระโปรงตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นเรื่องราคาว่า สินค้าประเภทเสื้อ ราคาควรอยู่ที่ประมาณ 500-1,000 บาท กางเกงอยู่ที่ราคา 1,000-1,500 บาท เสื้อตัวนอกอยู่ที่ราคา 1,500-2,000 บาท ชุดกระโปรง อยู่ที่ราคา 1,000-2,000 และกระโปรงอยู่ที่ราคา 500-1,500 บาท โดย

มีรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

สรุปข้อมูลประเภทของผลิตภัณฑ์ (Product Line)

สรุปข้อมูลจากอัตราส่วนร้อยละในสินค้าที่นิยมซื้อจากการทำแบบสำรวจกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 118 คน แสดงเป็นอันดับความสนใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น เครื่องแต่งกาย และราคาที่เหมาะสมจะจ่าย ดังนี้

ตารางที่ 6 ตารางแสดงอันดับความนิยมในการเลือกซื้อสินค้าของบุรุษและสตรี

อันดับความนิยม	สตรี	บุรุษ
1	เสื้อยืด(T-shirt)	เสื้อยืด(T-shirt)
2	เสื้อเชิ้ต(Shirt/ Blouse)	เสื้อเชิ้ต(Shirt/ Blouse)
3	กางเกง(Pant/Short)	กางเกง(Pant/Short)
4	กระโปรง(Skirt)	เสื้อตัวนอก(Jacket)
5	ชุดกระโปรง(Dress)	หมวก(Hat)
6	หมวก(Hat)	-

ตารางที่ 7 ตารางแสดงราคาเฉลี่ยสินค้า (Price) ที่ลูกค้าพอใจจะจ่าย

กลุ่มสินค้า	รูปแบบสินค้า	ช่วงราคาที่ลูกค้าพอใจจะจ่าย	
		สตรี	บุรุษ
สินค้าท่อนบน	เสื้อเชิ้ต(Shirt)	1,000-1,500฿	1,000-1,500฿
	เสื้อยืด(T-Shirt)	500-1,000฿	500-1,000฿
	เสื้อตัวบน(Blouse)	500-1,000฿	-
	เสื้อตัวนอก(Jacket)	1,500-2,000฿	1,500-2,000฿
สินค้าท่อนล่าง	กางเกงขายาว(Pant)	1,000-1,500฿	1,000-1,500฿
	กางเกงขาสั้น(Short)	1,000-1,500฿	1,000-1,500฿
	กระโปรง(Skirt)	500-1,500฿	-
สินค้าชุดติดกัน	ชุดกระโปรง(Dress)	1,000-2,000฿	-
เครื่องตกแต่ง	หมวก	500-1,000฿	500-1,000฿

สรุปได้ว่า รูปแบบ สไตล์ ที่กลุ่มเป้าหมาย Gen Y มีความต้องการซื้อ เป็นเสื้อผ้าในกลุ่มสตรีทแวร์ (Streetwear) มากที่สุด ควรมีราคาอยู่ในช่วง 500 -2,000 บาท โดยให้ความสำคัญกับรูปแบบที่ดูเก๋ มากกว่าคุณภาพ อีกทั้งชอบซื้อสินค้าจากห้างร้านมากกว่าออนไลน์

2. ได้ผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัปไซเคิล ต้นแบบสำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคแฟชั่น (Gen Y)

ผลจากการทดลองเทคนิคการสร้างผืนผ้าจากเศษผ้าเหลือทิ้งจากระบบอุตสาหกรรม ร่วมกับกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าบ้านทับประตู โดยมีการทดลองรูปแบบการต่อผ้าแบ่งเป็น 4 รูปแบบ

1. การต่อเศษผ้าจากรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส
2. การต่อเศษผ้าด้วยเศษผ้ารีว
3. การต่อเศษผ้าด้วยผ้ารูปทรงอิสระ
4. การต่อเศษผ้าแบบแทรกชิ้นผ้า

จากการทดลองพบว่า การต่อเศษผ้าจากรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส ใช้เวลาน้อยที่สุด และได้ผลงานเรียบร้อยที่สุด รองลงมาคือการต่อผ้าจากเศษผ้ารีว ส่วนการต่อเศษผ้าด้วยผ้ารูปทรงอิสระ และการต่อเศษผ้าแบบแทรกชิ้นผ้าใช้เวลามาก และผืนผ้าที่ได้มีลักษณะเป็นคลื่น ยากแก่การผลิต ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เทคนิค การต่อเศษผ้าจากรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส และการต่อเศษผ้าด้วยเศษผ้ารีว เพื่อออกแบบ

ผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัปไซเคิล ต้นแบบให้กลับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคแฟชั่น

โดยการวิจัยในครั้งนี้ ได้สร้างสรรค์ต้นแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัปไซเคิล จากเศษผ้าเหลือจากโรงงานอุตสาหกรรม เป็นชุดเครื่องแต่งกายแฟชั่นสำหรับบุรุษและสตรี ทั้งหมด 10 รูปแบบ จากแนวคิดวิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน เพื่อให้รูปแบบที่ได้เหมาะกับการใช้ชีวิต ตามรสนิยมไลฟ์สไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย (Gen Y) สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน โดยมีแบบสเก็ท และเลือกรูปแบบที่เหมาะสม โดยผู้เชี่ยวชาญ ร่วมกับผู้ผลิต ก่อนดำเนินการขึ้นต้นแบบ

ผลิตภัณฑ์แฟชั่นสไตล์ สตรีทแวร์ (Streetwear) ตามรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย สามารถแก้ปัญหาการตัดต่อเศษผ้า ที่ทำให้โครงสร้างของผ้ามีคุณลักษณะผิดไปจากผ้าผืนปกติ โดยเฉพาะในส่วนของเกรนผ้า (Grain of fabric) ที่ทำให้เกิดปัญหาในเรื่องการทิ้งตัว รวมถึงความหนาบางของผ้าชนิดต่างกันทำให้ผ้าเกิดบิดตัวผิดรูปทรงได้ โดยชิ้นผ้าที่ผลิตจากเทคนิคการอัปไซเคิลนั้น จึงไม่ได้เหมาะที่จะนำไปผลิตสินค้าทั่วไป แต่จะเหมาะสมกับสินค้าบางประเภทเท่านั้น โดยเฉพาะสินค้าประเภท สตรีทแวร์ (Street wear) ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าแฟชั่นที่ไม่มีข้อจำกัดในการสวมใส่ และไม่ต้องคำนึงถึงความเนียบของเนื้อผ้ามากนัก อีกทั้งยังดูแลรักษา

ภาพแสดงคอลเลคชั่นต้นแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นอ้าไหล่เคิล กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคแฟชั่น (Gen Y)



ภาพที่ 3 คอลเลคชั่นต้นแบบ สำหรับบุรุษ ประกอบด้วยเสื้อตัวนอกทรงตัวหลวม เสื้อ T-shirt ทรงหลวม เสื้อตัวนอกแขนยาวทรงตัวหลวม
เสื้อเชิ้ตแขนสั้น กางเกงทรงหลวม และหมวกทรงถัง เทคนิคการตัดต่อ จากเศษผ้า สีพื้นสลับสี
ที่มา : ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2563



ภาพที่ 4 คอลเลคชั่นต้นแบบสำหรับสตรี ประกอบด้วยเสื้อคอปกแขนสั้น เสื้อเชิ้ตแขนสั้น กระโปรง A-line ชุดติดกัน (dress) กางเกงทรง
หลวม กางเกงทรงตรง และหมวกทรงถัง เทคนิคการตัดต่อผ้ารูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส จากเศษผ้า
ที่มา : ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2563

3. ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัพไซเคิล ผ่านช่องทางในห้างสรรพสินค้า และทางช่องทางออนไลน์



ภาพที่ 5 การจัดแสดงผลงาน และทดสอบตลาด ในห้างสรรพสินค้า สยามพารากอน โซนแฟชั่นสตรี
ระหว่างวันที่ 31 มีนาคม 2564 ถึงวันที่ 7 เมษายน 2564
ที่มา : ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2564

การนำตัวอย่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบจัดแสดงในจุดขายในห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน โซนแฟชั่นสตรี เพื่อทดสอบตลาด ในระหว่างวันที่ วันที่ 31 มีนาคม 2564 ถึง

7 เมษายน 2564 อีกทั้งสร้างเพจช่องทาง Facebook เพื่อนำเสนอผลงาน และประชาสัมพันธ์ โดยใช้ชื่อเพจ Upcycle Fashion



ภาพที่ 6 นำเสนอผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัพไซเคิล ผ่านช่องทางออนไลน์ (Facebook)
ที่มา : ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2564

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว เพื่อหาแนวทางการออกแบบ เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัปเดตสไตล์แบบให้กลับกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคแฟชั่น (Gen Y) เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์แฟชั่น อัปเดตสไตล์แบบทางช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์

โดยงานวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ แนวโน้มเรื่อง เศรษฐกิจหมุนเวียน(Circular Economy) ที่มีความแตกต่างจากระบบดั้งเดิม (Linear Economy) โดยจุฑามาศ โกเมนไทย

(2562), สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ให้ความเห็นว่า แนวทางการพัฒนาสู่ Circular Fashion ควรมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ด้านได้แก่ 1. ที่มาของวัตถุดิบ 2. โมเดลการจัดการ 3. วิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน (จุฑามาศ โกเมนไทย, 2562) ซึ่งเชื่อมโยงกับผลการวิจัยข้างต้น โดยสามารถเขียนแผนผัง Flowchart ดังนี้

แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นอัปเดตสไตล์ กรณีสึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว ตามแผนผังดังนี้



ปัญหาที่พบจากกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว

1. ชุมชนยังขาดทักษะ ความรู้ความเข้าใจ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่
2. ทางชุมชนมีปัญหาในการ เข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ เศษผ้า ซึ่งการจะซื้อวัตถุดิบได้ราคาถูกนั้นต้องติดต่อซื้อตรงจากโรงงาน และไปรับเองที่โรงงานเท่านั้น ทำให้เกิดต้นทุนในการขนส่งสูงเนื่องจาก ชุมชนอยู่ห่างไกล
3. ขาดความเข้าใจในการตั้งราคา ผลิตภัณฑ์เดิมขายได้ราคาต่ำ
4. ต้นทุนอุปกรณ์เย็บที่จำเป็น เช่น จักรอุตสาหกรรม ซึ่งมีต้นทุนราคาสูง
5. ด้านการจัดจำหน่าย ส่วนมากนำมาขายเองตามงาน โอท็อป ที่ภาครัฐจัดให้ ปีละ 2 ครั้ง หรือกิจกรรมงานแฟร์ต่าง ๆ ในจังหวัด และใกล้เคียง ซึ่งต้องใช้โควตาพื้นที่ของจังหวัด ขาดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อ

แนวทางการแก้ปัญหา การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นอ็อปไซเคิล และการผลิต

1. สรุปรูปแบบ การตัดต่อผ้าจากเศษผ้าเหลือจากระบบอุตสาหกรรม
 - การตัดต่อด้วยรูปแบบ สีเหลี่ยมจัตุรัส หรือ สีเหลี่ยมผืนผ้า ทำงานได้รวดเร็ว และผลงานดูประณีตที่สุด

- การจับกลุ่มวัสดุตั้งต้น โดยแบ่งเป็น ผ้าใยธรรมชาติ และผ้าใยสังเคราะห์
- การจับกลุ่มสี โดยใช้ สีในโทนเดียวกัน มาต่อกันโดยวิธีการต่อแบบสุ่ม (Random) ทำให้ผลงานดูมีราคา

2. การเชื่อมโยงให้สามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ เพื่อยอดการผลิต ผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต โดยการเชื่อมโยงกับ “Moreloop” ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายผ้าเหลือจากการผลิตในระบบอุตสาหกรรม สามารถสั่งซื้อผ้าได้ทางออนไลน์ และจัดส่งถึงชุมชนด้วยระบบจัดส่งของเอกชน

3. นำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ด้วยผลิตภัณฑ์แฟชั่นในกลุ่มสตรีทแวร์ สำหรับกลุ่มเป้าหมาย Gen Y เพื่อให้ทางกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า สามารถขายสินค้าได้ราคาสูงขึ้น ต่อหน่วยการผลิต

4. ทางทีมวิจัยเสนอแนะให้เขียนโครงการ เพื่อขออนุมัติทุนจากหน่วยงานพัฒนาชุมชนจังหวัด เพื่อเอามาซื้ออุปกรณ์ตั้งต้นในการผลิต พัฒนาสินค้าที่ผลิตได้เองในชุมชน อีกทั้งสามารถเชื่อมโยงถ่ายทอดความรู้กับแหล่งผลิตอื่น ในกรณีที่ต้องการขยายฐานการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมาก

5. นำเสนอช่องทางประชาสัมพันธ์ และการขายสินค้าช่องทางออนไลน์ ด้วย Facebook เพื่อให้ กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปออกร้าน ตามที่ต่าง ๆ



ภาพที่ 7 การลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล
กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเศษผ้า บ้านทับประดู่ ตำบลท่าเกวียน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว
ที่มา : ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย วันที่ 24 มกราคม 2563

ข้อเสนอแนะ

1. การใช้ทักษะฝีมือของคนในชุมชน เพื่อผลิตผลงานแปรรูปเศษผ้าเหลือใช้จากระบบอุตสาหกรรม ให้กลับมามีมูลค่า และมีประโยชน์ใช้สอยอีกครั้ง ตามแนวคิด อับไซเคิล กระบวนการนี้เป็นการลดขยะที่เกิดจากผลิตสินค้าประเภทสิ่งทอได้เป็นจำนวนมาก ควรสนับสนุนให้เกิดการเผยแพร่แนวทางสู่ชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

2. การทำกิจกรรมการผลิต หากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ หรือหน่วยงานต่าง ๆ นอกจากจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาฝีมือแรงงานในท้องถิ่น ยังสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

3. สมควรสนับสนุนให้เกิดศูนย์การเรียนรู้ โดยสามารถใช้เป็นโมเดลต้นแบบต่อยอดสู่ชุมชนอื่น ๆ ให้เห็นความสำคัญในการใช้ทรัพยากรเหลือนำกลับมาสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยการออกแบบ

เอกสารอ้างอิง

- จุฬามาศ โกเมนไทย. (2562). **Circular Fashion**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.1122.1.0.html>, สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
- ธงชัย สันติวงษ์.(2535). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธารริน อุดุลยานนท์. (2561). **Moreloop: ตัวกลางขายผ้าเหลือคุณภาพดีจากโรงงานเพื่อสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียน**. สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2562, จาก <https://adaymagazine.com/moreloop-circular-economy>.
- นิรันดร์ ยิ่งมหิศรานนท์. (2561). **Circular Economy Through Disruptive Innovation**. สืบค้น 16 สิงหาคม 2562, จาก http://www.tei.or.th/file/events/180803-Circular-Economy-Nirun_149.pdf
- ปางอุบล อำนาจสิทธิ์. (2560). **Circular Economy: พลิกวิกฤตทรัพยากรด้วยระบบเศรษฐกิจใหม่**. สืบค้น 11 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/3831> Marketeer Editor.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2550). **วิธีวิทยาการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทราพร แยมละออ. (2561). **เศรษฐกิจหมุนเวียน ตอนที่22 ตัวอย่างธุรกิจและอุตสาหกรรมที่กำลังสร้างการเปลี่ยนแปลง**. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.allaroundplastics.com/article/sustainability/2069>
- วรฐ ทรัพย์ศรีสัญญา. (2560). **การสร้างอัตลักษณ์การออกแบบแฟชั่นโดยใช้แนวคิดภาพต้นแบบตราสินค้า**. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 (36) หน้า 118-126.
- วรฐ ทรัพย์ศรีสัญญา. (2558). **การสร้างอัตลักษณ์การออกแบบแฟชั่นโดยใช้แนวคิดภาพต้นแบบตราสินค้า**. กรุงเทพฯ: คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สมพร อินทร์ประยงค์, ศิลปินแนว Folk art. สัมภาษณ์วันที่ 8 พฤษภาคม 2563
- อมรพล หุวะนันทน์, ผู้ก่อตั้ง Moreloop. สัมภาษณ์วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2563