

Research Articles

Received : 21 March 2023

Revised : 10 April 2024

Accepted : 17 June 2024

แนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มอัลฟาเจนเนอเรชัน
ภายใต้แนวคิดนวัตกรรมการออกแบบที่สามารถขยายได้

The Research of Clothing Design Method for Alpha Generation with
Expandable Innovation

ธัญชนิต นฤปจาทรงศ์พร¹

Thanchanit Narupajaturongporn

ศิริ อรัญนารณ²

Siwaree Arunyanart

ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Corresponding author e-mail: thanchanit.na@gmail.com

บทคัดย่อ

การพัฒนาทางด้านกายภาพของเด็กส่งผลให้อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่องแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มอัลฟาเจนเนอเรชัน ภายใต้แนวคิดนวัตกรรมการออกแบบที่สามารถขยายได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์รูปแบบเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มอัลฟาเจนเนอเรชันด้วยนวัตกรรมการออกแบบที่สามารถขยายได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลองค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายจากกลุ่มผู้บริโภคนจำนวน 75 คน

¹ นางสาวธัญชนิต นฤปจาทรงศ์พร นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาานฤมิตศิลป์ ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

² อาจารย์ ดร.ศิริ อรัญนารณ อาจารย์ที่ปรึกษาประจำสาขาแฟชั่นและสิ่งทอ ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลการแต่งกายของกลุ่มผู้บริโภคด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลดาต้าเซต (Paper doll data set) ซึ่งเป็นการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลงานศิลปกรรมศาสตร์ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความตรงเชิงเนื้อหา (IOC: Index of item Objective Congruence) กับผู้เชี่ยวชาญและเก็บรวบรวมวิเคราะห์องค์ประกอบการแต่งกายของกลุ่มผู้บริโภคด้วยวิธีเปเปอร์ดอลดาต้าเซต วิเคราะห์องค์ประกอบการแต่งกายที่ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ และการทดลองสร้างสรรค์เทคนิค รายละเอียดตกแต่งภายใต้แนวคิดการออกแบบที่สามารถขยายได้ (Expandable)

ผลจากการศึกษาพบว่า ในการออกแบบคอลเลกชันเครื่องแต่งกายกลุ่มอัลฟ่าเจนเนอเรชันต้องคำนึงถึงรูปแบบการแต่งกายและความต้องการของกลุ่มมิลเลนเนียลส์เจนเนอเรชัน ซึ่งเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายให้กับกลุ่มอัลฟ่าเจนเนอเรชัน โดยมีองค์ประกอบการตัดสินใจซื้อคือรูปแบบของการออกแบบ ซึ่งแบ่งเป็นหมวดหมู่ดังนี้ 1) รูปแบบเครื่องแต่งกาย นิยมรูปแบบเรียบง่าย หรือแบบมินิมอล และรูปแบบสตรีท 2) รูปแบบโครงร่างเงาของเครื่องแต่งกาย นิยมรูปแบบทรงตรง หรือไอไลน์ (I-Line) และรูปแบบทรงเอ หรือเอไลน์ (A-Line) 3) รูปแบบสีของเครื่องแต่งกาย นิยมสีอ่อนแบบพาสเทล และสีสดใส 4) รูปแบบของการออกแบบเครื่องแต่งกายด้านการใช้สอยที่ได้รับความนิยมคือรูปแบบการปรับขยายตามสัดส่วนของร่างกาย รูปแบบการปรับเปลี่ยนได้ และรูปแบบการถอดประกอบ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมการออกแบบที่สามารถขยายได้ตามสัดส่วนของร่างกาย (Expandable Clothing) จากการทดลองสร้างสรรค์เทคนิครายละเอียดตกแต่งพบว่าการถัก (Knitting) ด้วยรูปแบบ Accordion Pleat มีการยืด หด ขยายได้ดีที่สุด ประกอบกับการเลือกใช้วัสดุ Eco Vero ที่ไม่ผสมกับวัสดุอื่นในการถัก (Knitting) ส่งผลให้มีผิวสัมผัสที่นุ่ม นุ่ม น้ำหนักเบา เนื้อผ้ามีความเย็นสบาย อีกทั้งขนาดเส้นด้ายที่เล็กและไม่ฟูเป็นขุยง่าย เหมาะสมกับการนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาการออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กที่สามารถขยายได้

คำสำคัญ : อัลฟ่าเจนเนอเรชัน, นวัตกรรมการออกแบบ, การขยาย, แฟชั่น, เครื่องแต่งกายเด็ก

Abstract

The physical growth of infants and children leads to rapid production in the child fashion industry which negatively affects the environment. This article is a part of the Alpha generation's casual wear and branding study that aims to invent environmental-friendly child clothes with expandable innovation to prolong product utility. In the research, the researcher used a questionnaire survey to collect data from the sample size of 71 and a

Paper doll data set to analyze clothing elements and customer target's style as the support for expandable apparel design.

The result indicates the significant relation between the Alpha generation's clothing and the Millennials generation's styles and fashion interests. The Millennials group normally selects and purchases clothes for Alpha generation with the concerning points of designs which are 1) Clothing style: Minimal style and Street Style 2) Cloth silhouettes: Straight or I-Line and A-Line shape 3) Colors: Pastel color and Colorful and 4) Design for utility: Physically expandable clothing, Adjustable clothing, and Modular clothing.

The clothing element design research shows that knitted clothes in accordion pleat design with entire Eco Vero material contribute the highest flexibility, lightweight, soft and cool creating a comfortable feeling for the wearer in a high-temperature environment, additionally, Eco Vero material can be produced as small and even thread preventing lint and running cloth which is suitable to create expandable clothes for children.

Keyword: Alpha Generation, Design innovation, Expandable, Fashion, Childrenswear

1. บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายรวดเร็ว หรือฟาสต์แฟชั่น (Fast Fashion) ในปัจจุบันถือเป็นอุตสาหกรรมสิ่งทอขนาดใหญ่ที่เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากอุตสาหกรรมก๊าซและน้ำมัน (พงศ์สุข หิรัญพลกษ, 2565) จากข้อมูลศึกษาเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมสามารถพิจารณาได้ว่าทั้งระบบการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอล้วนก่อให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมได้หลายทาง อาทิเช่น 1) ปัญหามลพิษทางน้ำ อุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอนั้นใช้น้ำในกระบวนการผลิตเป็นจำนวนมาก และมีปริมาณน้ำเสียจากกระบวนการการผลิตเป็นจำนวนมากด้วยเช่นกัน ซึ่งน้ำเสียดังกล่าวนั้นหากไม่ได้รับการบำบัด น้ำที่ปนเปื้อนสารอันตรายก็จะถูกดูดกลับเข้าในระบบน้ำของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม ส่งผลกระทบต่อสุขภาพมนุษย์สืบไป 2) ปัญหามลพิษทางอากาศ อุตสาหกรรมการผลิตสิ่งทอในปัจจุบันมีอัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์คิดเป็นร้อยละ 10 ของก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ทั่วโลกโดยกระบวนการผลิตเสื้อผ้าที่ใช้เส้นใยสังเคราะห์ต่าง ๆ ทั้งไนลอนหรือโพลีเอสเตอร์ก็ส่งผลต่อการสร้างมลพิษทางอากาศทั้งสิ้น อีกทั้งระบบขนส่งสินค้าของอุตสาหกรรมสิ่งทอก็มีส่วนร่วมในการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ด้วยเช่นกัน ส่งผลให้มลพิษที่สะสมในชั้นบรรยากาศนั้นก่อตัวเป็นภาวะก๊าซเรือนกระจก ภาวะโลกร้อน หรือ

Global Warming และ 3) ปัญหาปริมาณขยะ ในปัจจุบันปริมาณของขยะเพิ่มขึ้นจากกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมสิ่งทอคิดเป็นร้อยละ 20 ของปริมาณขยะในโลก นอกจากปริมาณขยะ หรือ Waste ที่เกิดจากการผลิต เช่น เศษผ้า เศษด้าย อุปกรณ์ประดับ ฯลฯ อีกหนึ่งสิ่งที่มีปริมาณของขยะมากคือ เสื้อผ้าที่ถูกทิ้งจากผู้บริโภคที่บริโภคสินค้าและทิ้งอย่างรวดเร็ว อันเนื่องมาจากสาเหตุของความต้องการตามกระแสสังคม อยู่ตลอดเวลาของผู้บริโภคหรือการเจริญเติบโตทางด้านร่างกายของผู้บริโภคเอง

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กหนึ่งในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในระบบอุตสาหกรรมสิ่งทอของโลก จากข้อมูลธุรกิจอุตสาหกรรมโลกกล่าวว่าอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กในปัจจุบันมีอัตราการเติบโตของธุรกิจสูงขึ้นเทียบเท่าอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับผู้ชายและเครื่องแต่งกายสำหรับผู้หญิง แม้ว่าในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาอัตราการเกิดของเด็กไทยมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่องทุกปี จากสถิติต่อปีอัตราการเกิดของเด็กจะอยู่ที่จำนวนเฉลี่ย 1 ล้านคน จนกระทั่งในปี 2561 ถึงปัจจุบันอัตราการเกิดของเด็กเฉลี่ยที่ 666,109 คนและคาดว่าอัตราการเกิดของเด็กจะลดน้อยลงอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือโครงสร้างทางประชากรไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ครอบครัวที่มีขนาดเล็กลงโดยต่อหนึ่งครอบครัวเดี่ยวนับบุตรเฉลี่ยลดลงเหลือ 1-2 คน

ในปัจจุบันแม้ว่าจะมีอัตราการเกิดของเด็กที่ลดลงแต่อัตรค่าใช้จ่ายในการดูแลบุตร 1 คนในปัจจุบันกลับเพิ่มมากขึ้น เดิมแต่อัตรค่าใช้จ่ายสำหรับดูแลบุตร 1 คนเฉลี่ย 7,500 บาทต่อเดือนแต่ในปัจจุบันกลับมีอัตราเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 50 กล่าวคือค่าใช้จ่ายสำหรับดูแลบุตร 1 คนในปัจจุบันเฉลี่ย 15,000 บาทต่อเดือน จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ปกครองที่มีรายได้สูงย่อมมีรายจ่ายในการดูแลบุตร 1 คนสูงตามไปด้วย เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ส่งผลให้ธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กขยายตัวอย่างต่อเนื่องคือรูปแบบการใช้ชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ปกครองซึ่งผู้ปกครองของเด็กในปัจจุบันหรือเด็กกลุ่มอัลฟ่าเจนเนอเรชัน (Alpha Generation) ส่วนใหญ่เป็นคนกลุ่มมิลเลนเนียลส์เจนเนอเรชัน (Millennials Generation) ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต และนวัตกรรมมากขึ้น อีกเหตุประการสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กขยายตัวคือ การพัฒนาทางด้านกายภาพของเด็ก จากข้อมูลการเจริญเติบโตและการพัฒนาการทางกายภาพของเด็กสามารถแบ่งกลุ่มของเด็กตามช่วงอายุได้ดังนี้ 1) วัยเด็กแรกเกิด หรือNewborn คือช่วงอายุแรกเกิด-3เดือน 2) วัยเด็กทารกหรือ Infant คือช่วงอายุ 3-12เดือน 3) วัยเด็กหัดเดิน หรือToddler คือช่วงอายุ 1-3ปี 4) วัยเด็กก่อนเรียนหรือ Preschoolers คือช่วงอายุ 3-6ปี 5) วัยเด็กเรียนหรือ Middle Childhood คือช่วงอายุ 6-12ปี และ 6) วัยรุ่นหรือ Adolescence คือช่วงอายุ 12-18ปี (ศูนย์กุมารเวช โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์, 2562) ทั้งนี้จากการสำรวจตลาดสินค้ากลุ่มเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กพบว่า เด็กตั้งแต่ช่วงอายุแรกเกิดจนถึงอายุ 12 ปี เครื่องแต่งกายสำหรับเด็กกลุ่มนี้จะมีขนาดให้เลือกซื้อเฉลี่ยเป็นจำนวน 14 ขนาดโดยแบ่งตามขนาดความสูง

ของเด็กแต่ละช่วงอายุ และจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ปกครองที่มีบุตรพบว่าเด็กในช่วงวัยแรกเกิดถึงอายุ 6 ปี เป็นช่วงวัยที่มีการพัฒนาการทางกายภาพอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เด็กในช่วงวัยนั้น ๆ มีอัตราการเปลี่ยนขนาดเครื่องแต่งกายถี่ภายในระยะเวลา 1-2 เดือน กล่าวคืออัตราเฉลี่ยการใส่เครื่องแต่งกายเดิมของเด็กจึงอยู่ที่ 3-4 ครั้งต่อเครื่องแต่งกาย 1 ชิ้น ส่งผลให้เด็กในช่วงวัยดังกล่าวมีอัตราการซื้อเครื่องแต่งกายใหม่ค่อนข้างถี่

จากปัญหาดังกล่าวการพัฒนาทางด้านกายภาพ หรือการเจริญเติบโตของเด็กนั้นส่งผลให้อุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กเป็นหนึ่งในต้นเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม คือเป็นอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายรวดเร็ว หรือฟาสต์แฟชั่น (Fast Fashion) ระบบอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าออกมาเป็นจำนวนมากและผลิตได้อย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการซื้อของผู้บริโภคจำนวนมาก อีกทั้งระบบอุตสาหกรรมนี้ได้ทิ้งร่องรอยและผลกระทบไว้ให้กับโลกอย่างมหาศาลเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ทวีคูณความรุนแรงเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี

แนวความคิดแบบเอมทีเนส (Emptiness) เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงความเรียบง่าย ร่วมสมัย มีเหตุผล ไม่ยุ่งยาก เป็นธรรมและคำนึงถึงประโยชน์ของการใช้สอยมาก่อน (Kenya Hara, 2021) ซึ่งเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับแนวความคิดการออกแบบที่ยั่งยืนหรือ Sustainable Design คือเป็นการออกแบบที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นแนวคิดที่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงการออกแบบทุกแขนงรวมถึงการออกแบบทางแฟชั่นสู่ความสมดุลของระบบนิเวศและเป็นธรรมต่อสังคม ซึ่งความยั่งยืนทางแฟชั่นดังกล่าวไม่ได้เพียงให้ความสำคัญกับสิ่งทอหรือวัสดุที่ใช้ผลิตสินค้าอย่างเดียว แต่ยังให้ความสำคัญและคำนึงถึงกระบวนการผลิตและอายุการใช้งานของเครื่องแต่งกายเหล่านั้นด้วย ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การมีสิ่งแวดล้อมที่ดีและสร้างสมดุลให้กับโลก (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์กรมหาชน), 2564) จากรายงาน Sustainable Design, A survey on global perspective ของ KPMG ระบุผลการสำรวจความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบเพื่อความยั่งยืนในปัจจุบันที่ประเทศฮ่องกง อังกฤษ อเมริกา จีนและญี่ปุ่น พบว่ากลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะสนับสนุนสินค้าที่ออกแบบเพื่อความยั่งยืนซึ่งถือว่าเป็นโอกาสในการเจริญเติบโตของสินค้าในกลุ่มนี้ จึงสรุปได้ว่าการประยุกต์ใช้แนวความคิดการออกแบบที่ยั่งยืน ออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น

นวัตกรรมการออกแบบที่สามารถขยายได้ (Expandable) จากการสำรวจเป็นนวัตกรรมที่ออกแบบให้สามารถปรับขยายสิ่งนั้นให้เข้ากับรูปร่างและขนาดตามการใช้งานของผู้บริโภค สามารถสรุปได้ว่าการประยุกต์ใช้แนวคิดนวัตกรรมการออกแบบที่สามารถขยายได้ (Expandable) นั้นเป็นนวัตกรรมเพื่อเป็นการเพิ่มอายุและเพิ่มโอกาสทางการใช้งานของสิ่งนั้นให้มากขึ้น

จากปัญหาความสำคัญดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยมีความประสงค์ในการหาแนวทางการออกแบบสร้างตราสินค้าแฟชั่นเพื่อความยั่งยืน โดยใช้ต้นแนวคิดการออกแบบที่ยั่งยืนเพื่อตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคอัลฟ่าเจเนอเรชัน (Alpha Generation) ที่อาศัยในกรุงเทพมหานครช่วงอายุ 1-6 ปี

2. วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อหาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์รูปแบบเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มอัลฟ่าเจเนอเรชัน (Alpha Generation) ด้วยนวัตกรรมการออกแบบที่สามารถขยายได้ (Expandable)

3. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นภายใต้แนวคิดการขยายได้ สำหรับกลุ่มอัลฟ่าเจเนอเรชัน (Alpha Generation) ที่อาศัยในกรุงเทพมหานครอายุ 1-6 ปี

4. วิธีดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายของผู้บริโภคกลุ่มอัลฟ่าเจเนอเรชัน (Alpha Generation)

1.2 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีการออกแบบที่สามารถขยายได้ (Expandable)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค

2.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือกลุ่มผู้บริโภคอัลฟ่าเจเนอเรชัน (Alpha Generation) ที่อาศัยในกรุงเทพมหานครอายุระหว่าง 1-6 ปี

2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ทั้งกลุ่มผู้บริโภคหลักและกลุ่มผู้บริโภครอง เพื่อใช้วัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริง

2.3 การทำเปอร์ดอลดาต้าเซต (Paper doll data set) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลรูปภาพและวิเคราะห์องค์ประกอบการแต่งกายที่ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์

3. วิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามด้วยค่าเฉลี่ยร้อยละ

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบการแต่งกายของกลุ่มผู้บริโภคด้วยเทคนิคเปอร์ดอลดาต้าเซต (Paper doll data set)

4. การทดลองสร้างสรรค์เทคนิคและรายละเอียดตกแต่งภายใต้แนวคิดการออกแบบที่สามารถขยายได้ (Expandable)

5. การสรุปแนวทางการออกแบบ

5.1 สรุปแนวคิด รูปแบบของแนวคิดทางการออกแบบที่สามารถขยายได้ (Expandable) เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบในการออกแบบ เช่น เทคนิค วิธีการ โครงร่างเงา สี วัสดุ รายละเอียดตกแต่ง

5.2 สรุปแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นจากเป้าหมายกลุ่มอัลฟ่าเจเนอเรชัน (Alpha Generation) ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 1 – 6 ปี โดยศึกษาจากหลักการพื้นฐานข้อมูลเพื่อนำไปเป็นองค์ประกอบในการออกแบบ เช่น เทคนิค วิธีการ โครงร่างเงา สี วัสดุ รายละเอียด

5. ประโยชน์ของการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กที่สามารถขยายได้ตามพัฒนาทางด้านกายภาพของเด็ก

6. การวิเคราะห์ผลการวิจัย

จากการค้นคว้าและการรวบรวมข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบเครื่องแต่งกายของกลุ่มผู้บริโภคอัลฟ่าเจเนอเรชันการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มมิลเลนเนียลส์เจเนอเรชัน การวิเคราะห์รูปแบบการแต่งกายกลุ่มเป้าหมายจากเทคนิคเปเปอร์ดอลตาต้าเซ็ท และการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการออกแบบจากแนวคิดการขยายได้ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการแต่งกายของกลุ่มผู้บริโภคอัลฟ่าเจเนอเรชันจากการศึกษาวิวัฒนาการของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับเด็ก เพื่อให้ทราบถึงแนวคิด รูปแบบ โครงร่างเงา และองค์ประกอบอื่นๆ ทางารออกแบบ เช่น สี รายละเอียดตกแต่ง และวัสดุ อีกทั้งยังศึกษาสรีระ สัดส่วนรูปร่างของเด็ก และข้อจำกัดของเครื่องแต่งกายสำหรับเด็ก สามารถสรุปองค์ประกอบจำเพาะของการออกแบบได้ดังนี้ 1) ด้านโอกาสการสวมใส่อยู่ในรูปแบบของเครื่องแต่งกายจำลอง 2) รูปแบบเครื่องแต่งกายนิยมรูปแบบเรียบง่าย หรือแบบมินิมอล และรูปแบบสตรีท 3) รูปแบบโครงร่างเงาของเครื่องแต่งกาย นิยมรูปแบบทรงตรง หรือไอไลน์ และรูปแบบทรงเอ หรือเอไลน์ 4) รูปแบบสีของเครื่องแต่งกาย นิยมสีอ่อนแบบพาสเทล และสีสดใส 5) ด้านรายละเอียดตกแต่งมุ่งเน้นการสวมใส่ที่สบายตัวสามารถยืดหยุ่นได้เนื่องจาก

กิจกรรมที่และรูปแบบวิถีชีวิต อาทิเช่น การเย็บชุดหรือ สวม็อค และการปรับขนาด 6) วัสดุที่ใช้นิยมใช้สิ่งทอจากเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ ทั้งนี้ในการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับเด็กนั้นต้องมีข้อจำกัดและสิ่งที่นักออกแบบต้องคำนึงถึงในเรื่องของชิ้นส่วนตกแต่งที่ไม่ควรมีขนาดเล็กจนเกินไป การใช้เชือกมัดแบบใช้งานและไม่ได้ใช้งาน ห้ามใช้สายไฟหรือสายที่ทำจากโซลโหะ และควรติดเข้ากับเครื่องแต่งกายอย่างแน่นหนา ตัวสลักหรือตัวหยุดห้ามใช้วัสดุที่ทำจากไม้ หนั กว หรือวัสดุอื่น ๆ ที่ไม่ทนทาน การเลือกสิ่งทอควรเลือกสิ่งทอที่ไม่มีสารเคมีที่เป็นพิษ ทั้งนี้อาจพิจารณาสิ่งทอที่มีส่วนผสมของไนลอนหรือโพลีเอสเตอร์มากกว่าผ้าเส้นใยธรรมชาติ เนื่องจากผ้าเส้นใยธรรมชาติมีการติดไฟที่ง่ายกว่าผ้าใยสังเคราะห์ อีกทั้งไม่อนุญาตให้มีชิ้นส่วนของเสื้อผ้าที่มีขอบคม และไม่ให้มีเส้นด้ายรุ่มซ่อนอยู่บนเสื้อผ้า



รูปที่ 1 กลุ่มผู้บริโภคอัลฟ่าเจนเนอเรชัน และการดำเนินชีวิต และรูปแบบกิจกรรมของกลุ่มอัลฟ่าเจนเนอเรชัน
ที่มา : ธัญชนิต นฤปจาดุรงค์พร (2566)

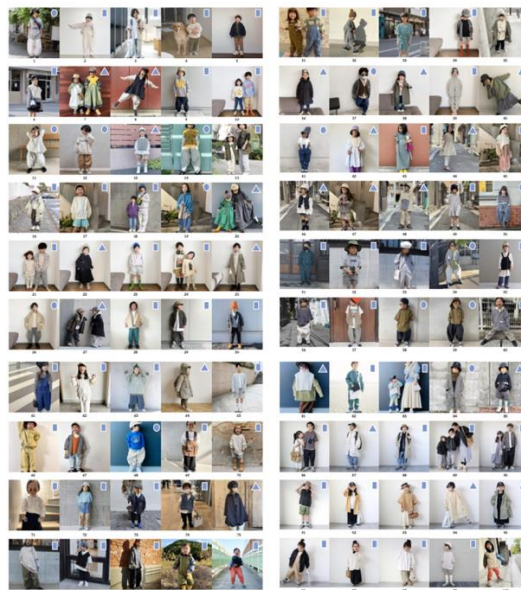
2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มมิลเลนเนียลส์เจนเนอเรชัน โดยผู้วิจัยสอบถามถึงข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มมิลเลนเนียลส์เจนเนอเรชันที่มีบุตรอยู่ในกลุ่มอัลฟ่าเจนเนอเรชัน อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อีกทั้งประกอบอาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปะหรืองานออกแบบสร้างสรรค์ จำนวน 75 คน พบว่า

1) การเลือกซื้อรูปแบบเครื่องแต่งกาย นิยมรูปแบบเครื่องแต่งกายที่เรียบง่าย มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.12 รองลงมาคือรูปแบบสตรีท ร้อยละ 39.80 และอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 4.08

2) การเลือกสีของเครื่องแต่งกาย นิยมสีอ่อนแบบพาสเทลมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.92 รองลงมาคือ สีสดใสร้อยละ 44.90 และสีโมโนโทน ร้อยละ 9.18

3) การออกแบบเครื่องแต่งกายที่คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ที่ให้ความสนใจมากที่สุดได้แก่ การปรับขยายได้ตามสัดส่วนของร่างกาย มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.85 รองลงมาคือการปรับเปลี่ยนได้ คิดเป็นร้อยละ 35.21 และการถอดประกอบได้ คิดเป็นร้อยละ 23.94

3. การวิเคราะห์รูปแบบเครื่องแต่งกายกลุ่มเป้าหมายจากเทคนิคเปเปอร์ดอลดาต้าเซ็ท ซึ่งเป็นการวิจัยแบบปริมาณ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากภาพกลุ่มเป้าหมาย 100 คน เพื่อหาแนวทางการออกแบบสามารถสรุปได้ดังนี้



รูปที่ 2 ภาพตารางกลุ่มเป้าหมายอัลฟาเจเนอเรชัน (Alpha Generation)

ที่มา : ธีชญานิต นฤปจาตุรงค์พร (2566)

QUESTIONNAIRE

OCCASION	SILHOUETTE	COLOR	DETAIL	MATERIAL	A MUST ITEM
Casual - Casual	I - Line A - Line LOOSE	Colorful / Pastel		Natural Yarn Knitwear Spandex	Pants / Blouse Jacket / Dress

INTERVIEW

OCCASION	SILHOUETTE	COLOR	DETAIL	MATERIAL	A MUST ITEM
Casual - Casual Casual - Formal	I - Line A - Line LOOSE	Monotone / Pastel	Adjustable Clothing	Natural Yarn Knitwear Spandex	

PAPER DOLL DATASET

OCCASION	SILHOUETTE	COLOR	DETAIL	MATERIAL	A MUST ITEM
Casual - Casual Casual - Formal Casual - Party	I - Line A - Line LOOSE	Monotone / Pastel		Natural Yarn Knitwear Spandex Recycle Yarn	Pants Blouse Overalls Jacket

รูปที่ 3 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มเป้าหมายอัลฟ่าเจนเอเร
 ช้นจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและ การใช้เครื่องมือเทคนิคเปเปอร์ดอลด้าเซ็ท
ที่มา : ธัญชนิต นฤปจาตุรงค์พร (2566)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการออกแบบจากแนวคิดการขยายได้ จากการศึกษาแนวคิดการออกแบบที่สามารถขยายได้ เป็นแนวคิดที่ออกแบบให้สามารถปรับขยายสิ่งนั้นให้เข้ากับรูปร่างและขนาดตามการใช้งานของผู้บริโภค เพื่อเป็นการเพิ่มอายุและเพิ่มโอกาสทางการใช้งานของสิ่งนั้นให้มากขึ้น สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

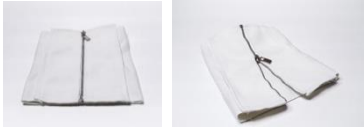
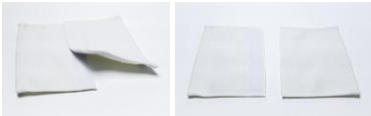
ตารางที่ 1 สรุปรูปแบบแนวคิดการออกแบบที่สามารถขยายได้ (Expandable)

ความรู้สึก	โครงร่างเงา	รายละเอียดตกแต่ง
Flexible	Rectangle	Origami, Fold
Adjustable / Functional	Radius	Pattern, Pleat
Expandable / Compact	Straight	Modular
	Slim fit	Knitting

ที่มา : ธัญชนิต นฤปจาตุรงค์พร (2566)

การทดลองสร้างสรรค์เทคนิคและรายละเอียดตกแต่งภายใต้แนวคิดการออกแบบที่สามารถขยายได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการทดลองสร้างสรรค์เทคนิครายละเอียดตกแต่งควบคู่กับการเลือกใช้วัสดุ เพื่อให้ได้ข้อสรุปแนวทางที่เหมาะสมกับการนำมาประยุกต์ใช้กับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของกลุ่มผู้บริโภคอัลฟ่าเจนเนอเรชัน สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปการทดลองรูปแบบรายละเอียดที่สามารถขยายได้โดยวิธีการตัดเย็บประกอบกับอุปกรณ์ทางด้านแฟชั่น

ภาพวัสดุ	อุปกรณ์ที่ใช้	ความสามารถในการขยาย	ข้อจำกัด
	ซิป (แบบแยกได้)	สามารถถอดประกอบได้ (Modular Clothing)	ใช้งานลำบาก
	ซิป (แบบแยกได้) และผ้าซ้อน ด้านหลัง	สามารถปรับเปลี่ยนได้ (Adjustable Clothing)	ขยายได้ตาม ความยาวของผ้า ด้านหลัง
	ตีนตุ๊กแก (Velcro)	สามารถถอดประกอบได้ (Modular Clothing)	ใช้งานสะดวก
	ตัวปรับสาย	สามารถปรับเปลี่ยนได้ (Adjustable Clothing)	
	ยางยืดและ กระดุม	สามารถปรับเปลี่ยนได้ (Adjustable Clothing)	สามารถยืดขยาย ได้เพียงเล็กน้อย
	กระดุม (Button)	สามารถถอดประกอบได้ (Modular Clothing)	
	เชือกยางยืด และตัวหยุด	สามารถปรับเปลี่ยนได้ (Adjustable Clothing)	

	(Stopper)		
	ยางยืด (Elastic)	สามารถปรับเปลี่ยนได้ (Adjustable Clothing)	
	เชือกยางยืด, ตัวหยุด และการพับผ้า แบบพลีท	สามารถปรับเปลี่ยนได้ (Adjustable Clothing)	ความยาวเชือก อาจเป็นอันตราย ต่อเด็ก
	เชือก, ตัวหยุด และการเย็บ ต่อผ้าแบบ Honeycomb paper	สามารถปรับเปลี่ยนได้ (Adjustable Clothing)	การเย็บต่อผ้า รูปแบบดังกล่าว มีความลำบากใน การใช้งาน

ที่มา : ธีัญชนิต นฤปจาตุรงค์พร (2566)

จากตารางที่ 2 การทดลองรูปแบบรายละเอียดที่สามารถขยายได้โดยวิธีการตัดเย็บประกอบกับอุปกรณ์ทางด้านแฟชั่น พบว่าเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้เครื่องแต่งกายสามารถยืดขยายได้ในรูปแบบการปรับเปลี่ยนได้ และรูปแบบการถอดประกอบได้ ซึ่งรูปแบบการปรับเปลี่ยนได้ระยะที่สามารถยืดขยายได้จะมีระยะที่จำกัดมากกว่ารูปแบบการถอดประกอบได้ จากการศึกษาการยืดขยายทางการออกแบบเครื่องแต่งกายพบว่ายังมีรูปแบบการขยายได้ตามสัดส่วนของร่างกาย จากการยืดของวัสดุ เช่น ยางยืด ผ้ายืด ผ้าถัก หรือการทำพลีท เป็นอีกหนึ่งวิธีการที่ทำให้เครื่องแต่งกายสามารถขยายได้ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาและทดลองการทำพลีทหลากหลายรูปแบบจากการระดมสมองเพื่อให้ได้ผลสรุปทางรูปแบบที่เหมาะสมและนำไปประกอบกับการถักโดยใช้วัสดุเส้นด้ายสำหรับถัก 3 ประเภทที่มีความนุ่มเหมาะกับผู้ใช้วัยเด็ก มีความยืดหยุ่นและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คือ 1.เส้นด้ายรีไซเคิลอะคริลิกหรือReAcrylic (เส้นด้ายสีดำ) 2. เส้นด้ายรีไซเคิลโพลีเอสเตอร์หรือRePoly (เส้นด้ายสีชมพู) และ 3.เส้นด้าย Eco Vero (เส้นด้ายสีส้ม) รูปแบบใหม่ที่มีกระบวนการผลิตที่ยั่งยืนขึ้นโดย Eco Vero ทำมาจากไม้ที่เป็นวัสดุทางธรรมชาติและสามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ ไม้มาจากพื้นที่ปลูกป่ายั่งยืนได้รับการรับรองจากสมาคมอุตสาหกรรม FSC หรือ PEFC

ตารางที่ 3 สรุปการทดลองรูปแบบที่สามารถขยายได้โดยการทำพลีท (Pleat)

ภาพรูปแบบพลีท (Pleat)		อัตราการหด - ขยาย
Box Pleat		ก่อนพับ ขนาด: กว้าง 20cm. x ยาว 25cm. หลังพับ ขนาด: กว้าง 11cm. x ยาว 25cm. ส่วนต่าง: ความกว้าง 9cm.
Box Pleat		ก่อนพับ ขนาด: กว้าง 20cm. x ยาว 25cm. หลังพับ ขนาด: กว้าง 10cm. x ยาว 25cm. ส่วนต่าง: ความกว้าง 10cm.
Knife Pleat		ก่อนพับ ขนาด: กว้าง 20cm. x ยาว 25cm. หลังพับ ขนาด: กว้าง 8.5cm. x ยาว 25cm. ส่วนต่าง: ความกว้าง 11.5cm.
Accordion Pleat		ก่อนพับ ขนาด: กว้าง 20cm. x ยาว 25cm. หลังพับ ขนาด: กว้าง 0.5cm. x ยาว 25cm. ส่วนต่าง: ความกว้าง 19.5cm.
Accordion Pleat		ก่อนพับ ขนาด: กว้าง 20cm. x ยาว 25cm. หลังพับ ขนาด: กว้าง 1cm. x ยาว 25cm. ส่วนต่าง: ความกว้าง 19cm.
Variations Pleat		ก่อนพับ ขนาด: กว้าง 20cm. x ยาว 25cm. หลังพับ ขนาด: กว้าง 1.5cm. x ยาว 19cm. ส่วนต่าง: ความกว้าง 18.5cm. x ยาว 6cm.

ที่มา : ธีัญชนิต นฤปจาตุรงค์พร (2566)

จากตารางที่ 3 การทดลองทำพลีทด้วยกระดาษพบว่าพลีทรูปแบบ Accordion Pleat มีระยะหดทางด้านกว้างที่มากที่สุด และพลีทรูปแบบ Variations Pleat มีระยะหดทั้งด้านกว้างและด้านยาว ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำรูปแบบพลีททั้ง 2 รูปแบบมาประยุกต์ใช้กับการถักในการทดลองขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 4 สรุปการทดลองรูปแบบรายละเอียดที่สามารถขยายได้โดยการถัก (Knitting)

Variations Pleat	Accordion Pleat 01	Accordion Pleat 02	ประเภทของวัสดุ
			ReAcrylic 100% Acrylic
			RePoly 80% Polyester 20% Polyester
			Eco Vero 52% Eco Vero 28% Polyester 20% Nylon

ที่มา : ัญชนิต นฤปจาตุรงค์พร (2566)

จากตารางที่ 4 การทดลองรูปแบบรายละเอียดที่สามารถขยายได้โดยการถัก พบว่าพลีทรูปแบบ Variations Pleat นั้นไม่เหมาะสมกับการนำมาทำในรูปแบบการถัก จะเห็นได้ว่าพลีทรูปแบบดังกล่าวที่ถักด้วยเส้นด้ายทั้ง 3 รูปแบบนั้นไม่สามารถขึ้นทรงพลีท ได้ทั้งผืนดังนั้นจึงไม่เกิดความแตกต่างระหว่างระยะการหด และการขยาย ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าพลีทรูปแบบ Variations Pleat ไม่เหมาะสมกับการนำมาทำในรูปแบบการถักต่างจากพลีทรูปแบบ Accordion Pleat ทั้ง 2 แบบที่สามารถขึ้นทรงพลีทได้อย่างสมบูรณ์

ด้านความสามารถในการหด - ขยาย พลีทรูปแบบ Accordion Pleat 02 จะมีอัตราการหด - ขยายที่มากกว่าพลีทรูปแบบ Accordion Pleat 01 เฉลี่ยประมาณ 1-2 เซนติเมตร หากนำชิ้นงานทั้ง 2 รูปแบบมาวางเทียบกันจะพบว่าทั้ง 2 รูปแบบยังมีความแตกต่างกันที่จำนวนพลีทที่ตั้งขึ้นและความสูงของพลีทที่ตั้งขึ้นด้วย โดยพลีทรูปแบบ Accordion Pleat 02 พลีทที่ตั้งขึ้นมีจำนวน 4 ตั้ง ความสูงของพลีทที่ตั้งคือ 2.50 เซนติเมตร ส่วนพลีทรูปแบบ Accordion Pleat 01 พลีทที่ตั้งขึ้นมีจำนวน 3 ตั้ง ความสูงของพลีทที่ตั้งคือ 3.50 เซนติเมตร ดังนั้นจากการทดลองรูปแบบรายละเอียดที่สามารถขยายได้โดยการถักสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบที่สามารถนำไปพัฒนาต่อได้คือการทำพลีทรูปแบบ Accordion Pleat 02 ที่ใช้วัสดุ Eco Vero

ในการถักเนื่องจากเป็นพลีทรูปแบบที่มีการยืด หด ขยายได้ดีที่สุด อีกทั้งวัสดุ Eco Vero ที่ใช้มีผิวสัมผัสที่นิ่ม นุ่ม น้ำหนักเบา และเนื้อผ้ามีความเย็นสบาย ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นว่าเหมาะสมกับการนำไปใช้พัฒนาเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กได้ดีที่สุดทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดลองเพิ่มเติมในส่วนของวัสดุ หากนำวัสดุที่ได้ทำการทดลองข้างต้นมาผสมกันจะได้ผลของผิวสัมผัสที่ต่างกันหรือไม่อย่างไร ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทดลองผสมระหว่าง 1.) เส้นด้าย ReAcylic กับเส้นด้าย Eco Vero 2.) เส้นด้าย RePoly กับเส้นด้าย Eco Vero 3.) เส้นด้าย ReAcylic กับเส้นด้าย RePoly และ 4.) เส้นด้าย Eco Vero กับเส้นด้ายยางยืด สามารถสรุปผลการทดลองได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 สรุปการทดลองรูปแบบรายละเอียดที่สามารถขยายได้โดยการถัก (Knitting) รูปแบบ Accordion Pleat 02 ครั้งที่ 2

ภาพวัสดุ	ประเภทของวัสดุ	เนื้อสัมผัส
	ReAcylic + Eco Vero	เส้นด้ายมีความหนา และใหญ่ ผิวสัมผัสนุ่มและนิ่มขึ้นเมื่อผสมกับเส้นด้าย Eco Vero
	RePoly + Eco Vero	เส้นด้ายมีความหนา และใหญ่ ผิวสัมผัสนุ่มและนิ่มขึ้นเมื่อผสมกับเส้นด้าย Eco Vero
	ReAcylic + RePoly	มีความหนา และใหญ่ ผิวสัมผัสหยาบกระด้าง
	Eco Vero + Elastic	มีความแน่น ยืดได้ไม่มากและถักได้ยากกว่า

ที่มา : รัชชนิต นฤปจาดุรงค์พร (2566)

จากตารางที่ 5 สามารถสรุปได้ว่ารูปแบบที่สามารถนำไปพัฒนาต่อได้คือการทำพลีทรูปแบบ Accordion Pleat 02 ที่ใช้วัสดุ Eco Vero ที่ไม่ผสมกับวัสดุอื่นในการถัก เนื่องจากเป็นพลีทรูปแบบที่มีการ

ยัด หด ขยายได้ดีที่สุด อีกทั้งวัสดุ Eco Vero ที่ใช้มีผิวสัมผัสที่นิ่ม นุ่ม น้ำหนักเบา เนื้อผ้ามีความเย็นสบาย และอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อขนาดของชิ้นงานการถัก คือขนาดของเส้นด้าย วัสดุ Eco Vero มีขนาดเส้นด้ายที่เล็กและไม่ฟูเป็นขุยง่าย ผู้วิจัยจึงเห็นว่าเหมาะสมกับการนำไปใช้พัฒนาเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กได้ดีที่สุด

7. การสรุปผลและการอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อหาแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มอัลฟาเจเนอเรชันด้วยนวัตกรรมการออกแบบที่สามารถขยายได้ สามารถแบ่งสัดส่วนของเนื้อหา และข้อมูลออกได้เป็น 2 ส่วนดังนี้

1) กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค: จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภคอัลฟาเจเนอเรชันพบว่ากลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักที่เป็นผู้ตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการให้กลุ่มอัลฟาเจเนอเรชัน คือผู้ปกครองที่อยู่ในกลุ่มมิลเลนเนียลเจเนอเรชัน และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรองคือ อัลฟาเจเนอเรชัน ทั้งนี้รสนิยมทางการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงเป็นรสนิยมของเป้าหมายหลักซึ่งคือ กลุ่มมิลเลนเนียลส์เจเนอเรชัน จากการศึกษาพบว่ากลุ่มมิลเลนเนียลส์เจเนอเรชัน หรือเจเนอเรชันวายที่มีอายุ 27 – 41 ปี ส่วนใหญ่จะเป็นครอบครัวแบบเดี่ยว ซึ่งมีบุตรจำนวนโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 1-2 คน และมีอายุอยู่ในเกณฑ์ของกลุ่มอัลฟาเจเนอเรชัน กลุ่มมิลเลนเนียลส์เจเนอเรชันมีความถนัดในการซื้อเครื่องแต่งกายให้กับบุตรของตนเองมากกว่า 1-2 ครั้งต่อเดือน นับเป็นร้อยละ 86.69 โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านการพัฒนาการทางร่างกายของบุตรเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกาย และมักเลือกซื้อรูปแบบเครื่องแต่งกายที่เรียบง่าย และทนสีอ่อน กลุ่มมิลเลนเนียลส์เจเนอเรชัน ยังมีความสนใจต่อการออกแบบเครื่องแต่งกายที่สามารถขยายได้ตามสัดส่วนของร่างกายเนื่องจากบุตรที่เป็นกลุ่มอัลฟาเจเนอเรชัน มีกิจกรรมที่ต้องใช้การเคลื่อนไหวในทุกวัน

2) แนวทางการพัฒนาเทคนิคและรายละเอียดตกแต่ง ผู้วิจัยได้ทดลองรูปแบบรายละเอียด และวัสดุพื้นผิว โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนหลักได้แก่ 1) การทดลองรูปแบบรายละเอียดที่สามารถขยายได้โดยวิธีการตัดเย็บประกอบกับอุปกรณ์ทางด้านแฟชั่น พบว่าวิธีการรูปแบบดังกล่าวเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้เครื่องแต่งกายสามารถยืดขยายได้ในรูปแบบการปรับเปลี่ยนได้ และรูปแบบการถอดประกอบได้ ซึ่งรูปแบบการปรับเปลี่ยนได้ ระยะเวลาที่ยืดขยายได้จะมีระยะที่จำกัดมากกว่ารูปแบบการถอดประกอบได้

จากการศึกษาเรื่องของการยืดขยายทางการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายพบว่ามีรูปแบบการขยายได้ตามสัดส่วนของร่างกาย จากการยืดของวัสดุ เช่น ผ้ายืด ผ้าถัก หรือการทำพลีท เป็นอีกหนึ่งวิธีการที่ทำให้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสามารถขยายได้ ส่งผลให้เกิดการทดลองในส่วนที่ 2 คือ การทดลองรูปแบบรายละเอียดที่สามารถขยายได้โดยการถักรูปแบบพลีท พบว่าพลีทรูปแบบ Accordion Pleat มีการยืด หด ขยายได้ดีที่สุด ประกอบกับการเลือกใช้วัสดุ Eco Vero ที่ไม่ผสมกับวัสดุอื่นในการถัก (Knitting) ส่งผลให้มี

ผิวสัมผัสที่นุ่ม นุ่ม น้ำหนักเบา เนื้อผ้ามีความเย็นสบาย อีกทั้งขนาดเส้นด้ายที่เล็กและไม่ฟูเป็นขุยง่าย เหมาะสมกับการนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาการออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับเด็กที่สามารถขยายได้

ทั้งนี้จากวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อหาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์รูปแบบเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มอัลฟาเจนเนอเรชัน ด้วยนวัตกรรมการออกแบบที่สามารถขยายได้ (Expandable) เป็นแนวคิดที่ออกแบบให้สามารถปรับขยายสิ่งนั้นให้เข้ากับรูปร่างและขนาดตามการใช้งานของผู้บริโภค เพื่อเป็นการเพิ่มอายุ เพิ่มโอกาสทางการใช้งานของสิ่งนั้นให้มากขึ้น และเป็นอีกแนวทางหนึ่งของการสร้างแฟชั่นเพื่อความยั่งยืน สอดคล้องกับการวิจัยของปริดา ศรีสุวรรณ (2561) ที่กล่าวว่าแนวคิดและแนวทางในการออกแบบแฟชั่นที่ยั่งยืนสามารถประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ช่องว่างทางการตลาด สู่การสร้างสรรคตราสินค้าแฟชั่นยั่งยืนได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแนวคิดการออกแบบที่สามารถขยายได้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายแฟชั่นได้อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังเป็นต้นแบบแนวทางให้กับการสร้างสรรค์แฟชั่นเพื่อความยั่งยืน ทั้งนี้ในการออกแบบคอลเลกชันเสื้อผ้าต้องประกอบด้วย การพัฒนาเทคนิคทางแฟชั่นจากแนวคิดการขยายขนาด ได้แก่ เทคนิครูปแบบการปรับขยายตามสัดส่วนของร่างกาย เทคนิครูปแบบการปรับเปลี่ยนได้ และเทคนิครูปแบบการถอดประกอบร่วมกับองค์ประกอบอื่นๆในการออกแบบเครื่องแต่งกาย เช่น รูปแบบเรียบง่าย รูปแบบสตรีท ในโอกาสสวมใส่แบบลำลองโครงสร้างเงาแบบทรงตรงและแบบทรงเอ

8. ข้อเสนอแนะงานวิจัย

1. ในขั้นตอนการทดลองเทคนิคทางแฟชั่นจากแนวคิดการออกแบบที่สามารถขยายได้สำหรับกลุ่มผู้บริโภคอัลฟาเจนเนอเรชัน จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ความสำคัญขนาดไซส์ที่สามารถปรับขยายได้กับการเปลี่ยนแปลงของสรีระทางร่างกายของเด็ก โดยต้องคำนึงถึงความปลอดภัยและข้อจำกัดในการออกแบบเครื่องแต่งกายของเด็ก ขบวนการเลือกวัสดุ จึงเป็นสิ่งที่นักออกแบบควรพิจารณาให้มีความสำคัญ

2. เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคอัลฟาเจนเนอเรชันเป็นช่วงวัยที่ไม่ได้มีอิสระในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเองทั้งหมด ดังนั้นการออกแบบเครื่องแต่งกายจึงต้องพิจารณาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยในการเลือกซื้อและความต้องการทางแฟชั่นของกลุ่มมิลเลนเนียลส์เจนเนอเรชันที่เป็นผู้ตัดสินใจที่เลือกซื้อเครื่องแต่งกายประกอบด้วย ทั้งนี้จึงเป็นประเด็นที่น่าศึกษาวิจัยต่อการหาแนวทางออกแบบสินค้าสำหรับกลุ่มผู้บริโภคอัลฟาเจนเนอเรชัน

9. เอกสารอ้างอิง

ปรีดา ศรีสุวรรณ. (2566, 19 มกราคม). *นวัตกรรมแฟชั่นที่ยั่งยืน*. คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พงศ์สุข หิรัญพฤกษ์. (2565, 23 กันยายน). Fast Fashion อุตสาหกรรมเสื้อผ้าทำลายโลก. Beartai. <https://fb.watch/lyAJqW87G1/>

ศูนย์กุมารเวช โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์. (2562, 22 พฤษภาคม). เข้าใจพัฒนาการลูก จากทารกสู่วัยรุ่น. ศูนย์กุมารเวช โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์. <https://www.bumrungrad.com/th/health-blog/may-2019/child-growth-and-development>

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (2564, 1 กันยายน). Sustainable fashion เทรนด์แฟชั่นที่ยั่งยืน. สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). <https://www.okmd.or.th/okmd-kratooktomkit/4419/>

Hara, K. (2021, 3 December). 10 Questions with MUJI's Kenya Hara. Pacific Place. <https://www.pacificplace.com.hk/en/entertainment/thestylesheet/muji-kenya-hara-interview-q4-2021>