

Research Articles

Received : 27 March 2023

Revised : 06 June 2023

Accepted : 27 June 2023

แนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีด้วยวัสดุเหลือใช้

สำหรับกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวก

โดยใช้แนวคิดการนำกลับมาใช้ใหม่¹

The Guidelines for Designing Womenswear from Waste Materials
for Reuse Revolutionaries Group by Using Upcycle Concept

ศศิมา สุชินโรจน์²

ศิวรี อรัญนารณ

Sasima Suchinroj

Siwaree Arunyanart

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Corresponding author e-mail : siwaree.a@chula.ac.th

บทคัดย่อ

แนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีด้วยวัสดุเหลือใช้ สำหรับกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) โดยใช้แนวคิดการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle Concept) เป็นการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ ซึ่งได้จากการผลิตอุตสาหกรรมประเภทเครื่องหนัง และจะนำมาพัฒนาควบคู่ไปกับการฝึมือเพื่อให้เกิดงานออกแบบที่สร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างตราสินค้าแฟชั่นโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณควบคู่กับกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ให้สอดคล้องเหมาะสมกับสตรีกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เริ่มตั้งแต่การศึกษาข้อมูลเป้าหมายถึงข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเพื่อให้เข้าใจถึงรูปแบบและหลักเกณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้า รวมถึงหาช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายจะตัดสินใจเลือกบริโภค ตลอดจนการศึกษาถึงลักษณะแบรนด์สินค้าในปัจจุบันที่สามารถตอบโจทย์กลุ่มคนเป้าหมายได้

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

² นิสิตระดับปริญญาโท/ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle) ผ่านแนวทางเทคนิคงานฝีมือให้ชิ้นงานมีมูลค่าและสวยงามมากขึ้น ตลอดจนมีการศึกษารูปแบบผลงานการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ที่มีในปัจจุบันของศิลปินต่าง ๆ ศึกษารูปแบบงานฝีมือ และแบบการปักเพื่อสร้างพื้นผิว เพื่อนำมาหาข้อสรุปและความเหมาะสมในการสร้างสรรค์งาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภคผู้หญิงที่อยู่กลุ่มเจนเอเรชั่นวาย มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี จำนวน 50 คน ผลจากการวิจัยพบว่าแฟชั่นเพื่อกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) กับแนวความคิดการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle) สามารถมีแนวทางในการออกแบบร่วมกันได้ โดยใช้เทคนิคการผสมผสานงานฝีมือที่หลากหลายเพื่อให้เกิดการลดปริมาณเศษหนังให้มากที่สุดและ เกิดการใช้งานอย่างคุ้มค่า โดยมีโอกาสการใช้สอยในรูปแบบของชุดลำลองที่สร้างสรรค์ (Creative Casual) โดยสามารถประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ช่องว่างการตลาดสู่การสร้างสรรค์ตราสินค้าแฟชั่นที่มีการผสมผสานงานฝีมือและการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้

คำสำคัญ : กลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวก, แนวคิดการนำกลับมาใช้ใหม่, วัสดุเหลือใช้, แฟชั่น

Abstract

The guidelines for designing womenswear from waste materials targeting Reuse Revolutionaries group by adopting Upcycle Concept is a research topic which aims to explore application of waste materials from a mass leather production while developing an upcycling method using craftsmanship to achieve a creative and aesthetic final product. The main objective is to establish a fashion brand from a study of both qualitative and quantitative research, along with a unique design process which fits the target group of female who seeks to create a positive environmental impact. The study covers general demography, consumption behavior, and decision-making influence of the target group, as well as associated trending brands among the group in the present. Most importantly, a tribute to 'upcycle' will be strongly reflected in this thesis showing how such process can up-value a product from reusing scrap from a mass manufacture. Valuable works from various artists in the industry and different handcraft technique such as surface embroidery will also be included in the study that could eventually draw a conclusion to the final work.

A consumer survey, which was conducted specifically for a group of 50 females in generation Y of age 25 - 35, shows a positive correlation between the Reuse Revolutionaries group and an upcycle concept. They solidly favor a design direction that aims to use variety of craftsmanship technique as a way to reduce leather waste and maximize its value. 'Creative Casual' style can also be considerably introduced through this aforementioned process to the target consumers and open up a new market for creative, upcycle fashionable wear.

Keyword : Reuse Revolutionaries group, Upcycle, waste materials, Fashion

1. บทนำ

อุตสาหกรรมประเภทเครื่องหนัง เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาปีละเกือบ 80,000 ล้านบาท รวมทั้งช่วยสร้างงานให้แก่แรงงานฝีมือได้ไม่น้อยกว่า 500,000 คน มีการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก ทำให้เครื่องหนังที่จะนำมาใช้งานในอุตสาหกรรมจำเป็นต้องมีคุณภาพที่ดีเพียงพอ และยังคงต้องมีการนำเข้าหนังจากประเทศอื่นเข้ามาใช้ในการผลิต ซึ่งก่อให้เกิดปริมาณเศษหนังที่เหลือใช้จากการผลิต และถูกคัดออกเป็นจำนวนมากต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลาหลายสิบปีที่ผ่านมาแต่ละธุรกิจหนังมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์จากหนังชิ้นใหม่ ทำให้เศษหนังเหลือใช้ที่ถูกทิ้งจึงถูกนำมาขายต่อเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้ แต่บ้างก็ถูกทำลายโดยการนำไปถมที่และการเผา ซึ่งจะทำให้เกิดมลภาวะทางอากาศและเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันมีหลายแบรนด์ที่เล็งเห็นความสำคัญ และปัญหาที่เกิดขึ้นที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมหึมา และผันตัวเองจากการผลิตสินค้าจากวัสดุใหม่มาเป็นการผลิตสินค้าจากวัสดุเหลือใช้แทน เพื่อที่จะทำให้เกิดประโยชน์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสามารถพัฒนาสร้างสรรค์เป็นมูลค่าได้ เช่น การนำเศษหนังเหลือใช้มาออกแบบสร้างสรรค์เป็นกระเป๋า รองเท้า และเฟอร์นิเจอร์ ตกแต่งบ้าน นอกจากนี้กระแสของการสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่นแบบยั่งยืน (Sustainable fashion) ได้ถูกกระตุ้นและได้รับการสนับสนุนให้มากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง และเพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคสตรีที่มีแนวความคิดรักโลกแต่ยังคงมีความหลงใหลในแฟชั่น ซึ่งเป็นกลุ่มที่กำลังขยายตัวขึ้นในทุก ๆ วัน จากกระแสการสนับสนุนและการนำกลับมาใช้ใหม่ของวัสดุเหลือใช้ หรือที่เรียกกันว่าอัพไซเคิล (Upcycle) จุดประกายให้แบรนด์ต่าง ๆ ทั่วโลกเกิดความตื่นตัวในการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพควบคู่ไปกับการเลือกสรรวัสดุที่จะนำมาใช้ในการผลิตให้มีความคงทนและใช้ต่อเนื่องได้อย่างยาวนาน ให้เกิดความคุ้มค่าของวัตถุดิบนั้นมากที่สุด ทั้งนี้ในแต่ละแบรนด์ก็จะมีวิธีการสนับสนุนการสร้างสรรค์แฟชั่น แบบยั่งยืนแตกต่างกันไปและค่อย ๆ ปรับตัวไปหากระแสที่มากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น อาดีดาส(Adidas) จับมือกับองค์กร

สิ่งแวดล้อมพาลีโอเชียน (Parley for the Oceans) ในการอัปเดตสิ่งขยะพลาสติกจากท้องทะเล และชายหาด เพื่อใช้ในการผลิตรองเท้าสายกรีน โดยจะนำขยะพลาสติกที่ได้เข้าสู่กระบวนการทำให้เป็นเส้นด้าย เพื่อนำไปใช้สร้างวัสดุส่วนบนของตัวรองเท้า แบรินดส์เทลล่าแมคคาร์ทนี (Stella McCartney) ที่มีการเลือกสรรวัสดุที่ถูกทำลายอย่างพลาสติกและเส้นใยผ้าที่เหลือใช้กลับมารีไซเคิล หรือ แบรินดส์คิตตี้โปรเจกต์ (Kiddee Project) ที่เป็นแบรนด์กระเป๋าสะพาย ซึ่งใช้วัสดุหลักจากถุงน้ำยาล้างไตมาเป็นตัวชูโรงบวกกับดีไซน์แบบเรียบง่ายให้สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน สร้างความแปลกใหม่ทั้งการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและได้ช่วยเหลือผู้อื่นในเวลาเดียวกัน ซึ่งจะเห็นได้หลากหลายมากขึ้นกับอุตสาหกรรมแฟชั่นที่หันมาใส่ใจกระแสแฟชั่นแบบยั่งยืน

และจากสถานการณ์โลกปัจจุบัน ทุกคนทั่วโลกต่างต้องปรับตัวเข้าสู่ความปกติใหม่ (New Normal) จากโควิด - 19 (Covid-19) ซึ่งกระทบไปทั้งระบบของธุรกิจเกิดการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มเทรนด์ผู้บริโภคและเทรนด์ธุรกิจ ทำให้หลาย ๆ ธุรกิจต้องปรับตัวและรับมือทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อไปในอนาคต เทรนด์ผู้บริโภคที่สำคัญมากเทรนด์หนึ่งที่มีแนวโน้มจะมากขึ้นเรื่อย ๆ นั่นคือเทรนด์ของกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการสร้างผลกระทบต่อเชิงบวกผ่านการซื้อของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ยอมรับและมีความสนใจมากเป็นพิเศษก็จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวทางเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมนำไปสู่หนทางของอนาคตที่ไร้ขยะ (Waste-Free Future) เพื่อตัวเองและเพื่อโลก นอกจากนี้ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเริ่มหันมาใส่ใจกับปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น พยายามลดปริมาณขยะและมลภาวะที่เกิดจากตนเอง ซึ่งถูกเรียกว่ากลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) ดังนั้นหลายธุรกิจจะต้องพยายามหาวิธีนำเสนอสินค้าและบริการที่สร้างขยะน้อยที่สุดหรือมีการนำกลับมาใช้ซ้ำเพื่อให้วัสดุนั้นถูกใช้อย่างคุ้มค่าที่สุด

จากการสำรวจแบรนด์ในท้องตลาดในประเทศไทยที่มีการนำวัสดุเหลือใช้มาพัฒนาสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าใหม่ ส่วนใหญ่จะเป็นแบรนด์ที่ผลิตสินค้าประเภทเครื่องประดับ รองเท้า และ กระเป๋า แต่แบรนด์ที่เป็นสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย พบว่ายังมีจำนวนไม่มากและเศษวัสดุตั้งต้นที่แต่ละแบรนด์นำมาใช้ก็จะแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถสะท้อนเอกลักษณ์ของแบรนด์นั้น ๆ ได้ชัดเจน เช่น แบรินดส์เรนิมโปรเจกต์ (Renim Project) ที่มีการใช้เศษผ้ายีนส์และถุงปูนมาสร้างสรรค์ให้เกิดเสื้อผ้าแบบใหม่เป็นสไตลส์สตรีทแวร์ แบรินดส์เซฟสตูดิโอ (Save Studios) ที่มีการใช้เศษผ้าจากฟาสต์แฟชั่น (fast fashion) มาประยุกต์ ใช้ผสมผสานกันเป็นเสื้อผ้าที่มีการใช้เทคนิคการตัดต่อทั้งหมด แบรินดส์ดรายคลีนอนลี่ (Dry Clean Only) ที่ใช้เสื้อผ้าวินเทจจึงตัดแปลงเสื้อผ้าเก่าให้กลายเป็นชิ้นงานใหม่ โดยทั่วไปแล้วเสื้อผ้าที่นำเศษวัสดุเหลือใช้มาผลิตจะมีรูปแบบของเสื้อผ้าเป็นชุดจำลองคิดเป็นสัดส่วนประมาณการร้อยละ 90 อาจเนื่องมาจากความต้องการให้เสื้อผ้านั้นสามารถใช้งานได้บ่อยครั้งใส่ได้ในโอกาสต่าง ๆ ส่วนสไตลส์ของเสื้อผ้ามีความเป็นสตรีทและวินเทจ แต่สิ่งที่ทำให้แต่ละแบรนด์มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนคือเศษวัสดุตั้งต้นที่นำมาใช้ในแบรนด์จะเป็นสิ่งที่บ่งบอกเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของแบรนด์นั้น ๆ ซึ่งหากเป็นเศษวัสดุที่เป็นประเภทหนังยังไม่พบเห็นแบรนด์ไหนที่ชัดเจน ในการนำเศษหนังมาสร้างสรรค์เป็นเครื่อง

แต่งกาย อาจกล่าวได้ว่าเป็นช่องว่างทางการตลาดที่สำคัญที่จะทำให้แบรนด์มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนจากการนำเศษหนังเหลือใช้มาพัฒนาต่อยอดให้กลายเป็นรายละเอียดตกแต่งที่สำคัญบนเสื้อผ้า

สอดคล้องกับการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคสตรีกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) ในประเทศไทย จำนวน 30 คน พบว่าสินค้าที่มีเรื่องราวของการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้จะเป็นสิ่งที่น่าสนใจเป็นอันดับต้น ๆ ของการเลือกซื้อ แต่ควบคู่ไปกับการใช้งานได้จริง มีความสวยงามและทนทานด้วย ซึ่งหมายความว่า การนำเศษวัสดุเหลือใช้มาพัฒนาบนเสื้อผ้าควรจะต้องคำนึงถึงการใช้งานจริง ๆ ด้วย และด้วยความต้องการที่ยังอยากได้ภาพลักษณ์ที่มีความโดดเด่น มีความแฟชั่น ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะมีความสนใจในรายละเอียดของเสื้อผ้าเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารถพัฒนาเศษหนังให้กลายเป็นดีเทลที่มีความแปลกใหม่ดึงดูดความสนใจได้ด้วยการใช้เทคนิคงานฝีมือและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยให้ชิ้นส่วนหนึ่งมีความพิเศษมากขึ้นก่อนจะนำมาตกแต่งเป็นดีเทลบนเสื้อผ้า

ทั้งนี้การออกแบบสร้างสรรค์สินค้าจากเศษหนังให้ควบคู่ไปกับเทคโนโลยีและการใช้งานฝีมือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต้องอาศัยเวลา ความอดทน และจิตวิญญาณของความเป็นมนุษย์ในการสร้างสรรค์สินค้า เมื่อมีการนำคอนเซ็ปต์ของการนำเศษเหลือใช้มาพัฒนาสร้างสรรค์งานออกแบบชิ้นใหม่หรือ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุใช้แล้ว โดยผ่านกระบวนการแปรสภาพที่ใช้พลังงานหรือกระบวนการทางเคมีให้น้อยที่สุด สามารถยืดอายุการใช้งานของวัสดุได้ หรือที่เรียกกันว่าอัพไซเคิลหรือการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า (Upcycle) ก็จะเป็นการสนับสนุนอีกหนึ่งช่องทางของการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่พยายามสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้น แนวทางของงานฝีมือที่จะเข้ามาช่วยพัฒนาชิ้นส่วนวัสดุเหลือใช้ให้กลายเป็นชิ้นงานที่มีความ

จากปัญหาความสำคัญและช่องว่างทางการตลาดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความประสงค์ในการประยุกต์ใช้แนวคิดอัพไซเคิล (Upcycle) เข้ากับการออกแบบ สร้างสรรค์เสื้อผ้าสตรีชุดลำลองให้กับกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) และหาแนวทางในการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) ในปัจจุบัน

2. ปัญหาการวิจัย

จะสามารถสร้างแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีชุดลำลองสำหรับกลุ่มที่ต้องการ สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) ภายใต้แนวคิดการใช้ประโยชน์ จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle) ได้อย่างไร

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีชุดลำลองกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries)
2. เพื่อหาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายจากการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle)

4. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีชุดลำลองกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) ภายใต้แนวคิดการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle) โดยนำแนวทางดังกล่าวมาจากนักออกแบบแฟชั่นและการศึกษากลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค เพื่อให้ได้แนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายทดลองโดยกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย (Gen Y) กลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) ที่อาศัยในประเทศไทย โดยมีอายุ 25 - 35 ปี ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตลอดจนการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีตามแนวคิดการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle) ร่วมกับการสร้างรายละเอียดตกแต่งที่เป็นงานฝีมือ

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 ศึกษาค่านิยมและแนวคิดการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle) ที่มีในปัจจุบัน โดยศึกษารูปแบบและลักษณะจากผลงานการสร้างสรรค์ของแบรนด์ต่าง ๆ ที่ใช้แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหลักของการสร้างตราสินค้า
 - 1.2 ศึกษางานฝีมือทางด้านงานปัก 3 มิติประเภทต่าง ๆ รวมไปถึงศึกษาตราสินค้า แฟชั่นที่ใช้งานปักเป็นงานฝีมือหลักของตราสินค้า
 - 1.3 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีในการสร้างตราสินค้าสำหรับกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries)
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค
 - 2.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้บริโภคผู้หญิงเจนเอเรชั่นวาย (Gen Y) ที่เป็นผู้ที่ต้องการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อายุ ระหว่าง 25 - 35 ปี
 - 2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม เพื่อใช้วัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริง

2.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการออกแบบสร้างสรรค์ในเชิงลึก

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการสังเกตและจำแนกข้อมูล สรุปวิเคราะห์เชิงพรรณนา

3. การสรุปแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีชุดลำลองกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries)

3.1 สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากการศึกษาแนวคิดการออกแบบการใช้ ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle) ที่มีในปัจจุบัน เพื่อศึกษาถึงองค์ ประกอบในการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นเทคนิค วิธีการ โครงร่างเงา สี วัสดุ แนวคิด รายละเอียด

3.2 สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) ที่มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี ที่อาศัย ในประเทศไทยจากแบบสอบถาม

4. การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ สร้างสรรค์ผลงานต้นแบบจากแนวคิดการออกแบบการใช้ ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle) เพื่อกลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) รวมไปถึงศึกษาแนวโน้มทางแฟชั่นฤดูกาล Spring/Summer 2021 การสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ในการออกแบบ การขึ้นต้นแบบผ้าดิบ การทดลอง เทคนิคและรายละเอียด ตกแต่ง การเลือกใช้วัสดุ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์คอลเลคชั่นต้นแบบ

6. ประโยชน์ของงานวิจัย

1. เป็นแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีชุดลำลองกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries)

2. เป็นแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายจากการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle)

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายตัวอย่างและแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย คือ กลุ่มคนที่คาบเกี่ยวระหว่างกลุ่ม คนรุ่นใหม่และกลุ่มคนรุ่นเก่า ซึ่งเป็นผู้หญิงเจนเอเรชั่นวาย อายุระหว่าง 25-35 ปี ที่มีการใช้ชีวิตตาม วิถีของคนเมือง จำนวน 50 คน โดยมีข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลด้านพฤติกรรมการดำเนินชีวิตและการซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่สำคัญของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายสำหรับเจนเอเรชั่นวาย (Generation Y) พบว่าเป็นกลุ่มที่มีวิธีการ

ดำเนินชีวิตแบบคนเมือง โดยมีพฤติกรรมที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการเริ่มต้นจากตัวเอง มีความสนใจสิ่งแวดล้อมและชื่นชอบงานศิลปะงานฝีมือ มีความคิดและกล้าตัดสินใจเลือกสิ่งต่าง ๆ ด้วยตัวเอง เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อระดับปานกลางไปถึงระดับสูง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 20,000 – 60,000 บาท กลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้ถึงแม้จะมีความสนใจในการสร้างผลกระทบที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังคงต้องการภาพลักษณ์ที่ทำให้เกิดความโดดเด่น ทันสมัย ในด้านพฤติกรรมทางแฟชั่นสามารถสรุปสไตล์ของกลุ่มเป้าหมายได้ 4 ประเภท คือ 1.เฟมินีน วินเทจ (Feminine Vintage) 2.โบโฮ โมเดิร์น (Boho Modern) 3.สปอร์ต ลักซ์ (Sport Luxe) 4.ดีคอนสตรัคชั่น (Deconstruction)



รูปที่ 1 กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม
ที่มา : ศศิมา สุขชินโรจน์. (2563).

และจากการสำรวจการแต่งกายของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 50 คน อันดับที่ 1 ผู้บริโภคให้ความสนใจในสไตล์ที่เป็นโบโฮ โมเดิร์น (Boho Modern) มากที่สุด รองลงมาใกล้เคียงกันผู้บริโภคให้ความสนใจในสไตล์ที่เป็นสปอร์ต ลักซ์ (Sport Luxe) อันดับ 3 เป็นสไตล์เฟมินีน วินเทจ (Feminine Vintage)

7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการทำการทดลองงานฝีมือที่มาจากวัสดุเหลือใช้

จากการศึกษาเศษหนังเหลือใช้ที่ได้มาจากอุตสาหกรรมเครื่องหนังประเภทกระเป๋าและรองเท้าพบว่าเศษหนังที่ได้มามีความหลากหลายในเรื่องของชนิดของหนัง ลักษณะความนุ่ม และความหนาของชิ้นหนัง ซึ่งเศษหนังที่ได้มานี้มาจากโรงงานผลิตเครื่องหนัง 2 ที่ คือได้มาจากโรงงานอาร์ทตี้ เลเธอร์ (Arty Leather) และโรงงานดีโปรเกรส อินเตอร์เทรด (D Progress Intertrade) สามารถสรุปเป็นตารางการวิเคราะห์เศษหนัง ดังนี้

7.2.1 การวิเคราะห์เศษหนังจากประเภทของหนัง

จากการคัดแยกประเภทของเศษหนังสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือเศษหนังที่เป็นหนังวัวและเศษหนังที่เป็นหนังควาย โดยที่เมื่อได้รับเศษหนังมาเพิ่มเติมแล้ว พบว่าประเภทของเศษหนังที่จะนำมาทำการเพิ่มมูลค่ายังคงแบ่งได้เป็น 2 ประเภทเช่นเดิม ไม่มีเศษหนังชนิดอื่นเลย เช่น หนังหมู หรือหนังเทียมวิทยาศาสตร์ อาจเนื่องมาจากธุรกิจที่เป็นอุตสาหกรรมมุ่งพัฒนาและแข่งขัน ในการผลิตสินค้าที่เป็นหนังแท้ที่มีคุณภาพในการนำมาผลิตเป็นกระเป๋าและรองเท้า ทำให้ขอบเขตของการศึกษาในครั้งนี้มุ่งพัฒนาเศษหนังที่ได้จากหนังวัวและหนังควายเท่านั้น แต่ปริมาณหนังวัวที่ได้มาจะมีจำนวนมากกว่าหนังควาย คิดเป็นสัดส่วน 95:5

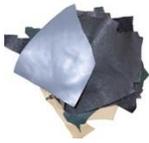
ซึ่งการจำแนกหนังวัวและหนังควายเบื้องต้นจำเป็นต้องอาศัยการสัมผัส หนังวัวจะมีลักษณะ ที่นุ่มกว่าหนังควาย หนังควายจะค่อนข้างหนาและแข็งกว่า แต่เมื่อนำไปฟอกจะมีเม็ดหนังที่สวยงาม โดดเด่นและทนทานกว่าหนังชนิดอื่น ๆ ทำให้หนังควายมักถูกนำไปใช้กับเครื่องหนังที่ต้องการความทน ทานสูง แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับการดูแลรักษาด้วย และหนังควายจะไม่มีรอยขีดหรือรอยฉีกในระหว่างการ ฟอกเลย ทำให้ไม่เกิดการฉีกขาดง่าย ๆ แต่เนื่องจากปริมาณที่หนังดิบมีน้อยทำให้หนังควายมีราคาแพง และค่านิยมของหนังแต่ละประเทศก็ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าจากหนังด้วยเช่นกัน

7.2.2 การวิเคราะห์เศษหนังจากขนาด

จากการนำเศษหนังทั้งหมดที่ได้มานำมาคัดแยกตามขนาดและรูปร่าง โดยจัดประเภทขนาดและรูปร่างที่ใกล้เคียงกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ทำให้สามารถจัดกลุ่มเศษหนังได้ทั้งหมด 10 กลุ่มตารางที่ 2 แสดงการจำแนกเศษหนังจากขนาดจำนวน 10 กลุ่ม

ตารางที่ 1 แสดงการจัดกลุ่มวิเคราะห์ขนาดของเศษหนัง

รูปร่างเศษหนัง	อธิบายลักษณะและขนาด	รูปร่างเศษหนัง	อธิบายลักษณะและขนาด
	มีลักษณะเป็นเส้นยาว ความยาวตั้งแต่ 38-60 ซม.		มีลักษณะเป็นแผ่น คล้ายสี่เหลี่ยมขนาด ประมาณ 20x20 ซม.
	มีลักษณะเป็นเส้นยาว ความยาวตั้งแต่ 18-25 ซม.		มีลักษณะเป็นแผ่นที่มีรอยเว้าจากการตัด หลายตำแหน่ง รอยแบบสุ่ม แต่มีขนาดชิ้นที่ค่อนข้างใหญ่

รูปร่างเศษหนัง	อธิบายลักษณะและขนาด	รูปร่างเศษหนัง	อธิบายลักษณะและขนาด
	มีลักษณะเป็นแผ่น รูปร่างเรียวยาว แต่มีพื้นที่ด้านกว้าง มี ขนาดประมาณ 10x45 ซม.		มีลักษณะเป็นแผ่น คล้ายสี่เหลี่ยมมีขนาด ประมาณ 12x12 เซนติเมตร
	มีลักษณะเป็นแผ่น รูปร่างเรียวยาว แต่มีพื้นที่สั้นกว่าแบบ ด้านบน มีขนาดประมาณ 10x30 ซม.		มีลักษณะเป็นแผ่น สี่เหลี่ยมผืนผ้ามีขนาด ประมาณ 10x18 ซม.
	มีลักษณะรูปร่างเรียวยาวที่ เล็กที่สุด มีขนาดประมาณ 8x25 ซม.		มีลักษณะเป็นแผ่น สี่เหลี่ยมมีขนาด ประมาณ 8x8 ซม.

ที่มา: ศศิมา สุชินโรจน์. (2563).

3) การวิเคราะห์เศษหนังจากการจัดกลุ่มสี สามารถจำแนกกลุ่มสีจากการคัดแยกเศษหนังออกมาได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงการจำแนกเศษหนังจากการจัดกลุ่มสี

โทนสี	ชนิดของสี	โทนสี	ชนิดของสี
	กลุ่มสีโทนน้ำตาล มีทั้งหมด 9 เฉด		กลุ่มโทนสีเทา มีทั้งหมด 4 เฉด
	สีขาว		กลุ่มโทนสีม่วง มีทั้งหมด 3 เฉด

โทนสี	ชนิดของสี	โทนสี	ชนิดของสี
	กลุ่มโทนสีน้ำเงิน มีทั้งหมด 4 เฉด สีฟ้า 1 เฉด		สีชมพู
	กลุ่มโทนสีดำและเกือบดำ		กลุ่มโทนสีเขียว มี 2 เฉด
	กลุ่มโทนสีแดง มี 2 เฉด		สีครีมสีเนื้อหรือแทน และสีเหลือง

ที่มา: ศศิมา สุชินโรจน์. (2563).

การทดลองสร้างสรรค์รายละเอียดตกแต่งด้วยเทคนิคงานฝีมือ

จากการศึกษาหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประกอบกับการเพิ่มมูลค่าให้กับเศษหนัง ทางผู้วิจัยได้ทำการทดลองเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้จริง และพยายามสร้างสรรค์โดยให้เหลือ เศษที่น้อยที่สุดตามแนวทางของการสร้างสรรค์แฟชั่นแบบยั่งยืน เพื่อลดขยะหรือยืดอายุการใช้งาน ของวัสดุ นั้นให้ยาวนานมากขึ้น ซึ่งการวิเคราะห์เศษหนังเบื้องต้นจะช่วยให้การนำเศษหนังมาพัฒนา เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากจะได้นำมาใช้สร้างสรรค์ได้หลากหลาย การวิเคราะห์เศษหนังเบื้องต้นที่จะมาช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในขั้นนี้ จะเลือกใช้การวิเคราะห์ขนาด และจำแนกการวิเคราะห์ในการนำไปใช้กับเทคนิคได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงตัวอย่างการทดลองงานฝีมือกับเศษหนังในรูปแบบต่างๆ

ลักษณะเศษหนัง	ลักษณะการสร้างสรรค์
เศษหนังที่จัดกลุ่มตามขนาด ความยาวตั้งแต่ 38-60 ซม. และเป็น เส้นยาวที่มีความยาวตั้งแต่ 18-25 ซม.	เศษหนังมีลักษณะเป็นเส้นยาวทั้ง 2 รูปแบบนี้สามารถนำมาตัด เป็นเส้นยาวเรียวยาว แล้วนำมาสร้างสรรค์ด้วยการใช้เทคนิคงานสานได้ แต่อาจจะต้องถูกนำไปใช้เป็นรายละเอียดตกแต่งเฉพาะจุดเท่านั้น แต่เทคนิคนี้ความน่าสนใจคือการสร้างความโดดเด่น เนื่องจากทำให้เกิดพื้นผิวที่มีความพิเศษ
เศษหนังที่จัดกลุ่มตามขนาด พื้นที่ด้านกว้างมีขนาด ประมาณ 10x45 ซม. และ	มีลักษณะเป็นแผ่นรูปร่างเรียวยาว สามารถนำมาตัดให้เกิด เป็นรูปร่างแบบต่าง ๆ ได้ และทำการฉลุลายร่วมกับการปักแบบโมเดิร์น ซาซึ

ลักษณะเศษหนัง	ลักษณะการสร้างสรรค์
เป็นแผ่นรูปร่างเรียวยาวมีขนาดประมาณ 10x30 ซม.	โกะ และนำไปใช้ในพื้นที่ที่สามารถวางชิ้นงานที่มีขนาดใหญ่ได้ เช่น บริเวณเสื้อชั้นหน้าและชั้นหลัง
ลักษณะรูปร่างเรียวยาวที่เล็กที่สุด มีขนาดประมาณ 8x25 ซม. และเศษหนังที่มีลักษณะเป็นแผ่นที่มีรอยเว้าจากการตัดหลาย ตำแหน่ง มีรอยตัดแบบสุ่ม แต่มีขนาดชิ้นที่ค่อนข้างใหญ่	จากการวิเคราะห์และทดลองตัดพบว่า การตัดแบ่งเป็นชิ้นงาน ขนาดเล็กในขนาดที่เท่า ๆ กัน สามารถช่วยลดปริมาณเศษที่เหลือ น้อยได้ แล้วจึงนำไปใช้ร่วมกับเทคนิคการปักลงไปบนเนื้อผ้าที่มีความโปร่งแสง ช่วยให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น และอาจนำไปใช้ร่วมกับเทคนิคการปักโครเชต์ก็ได้ ขอบ แล้วนำไปตกแต่งตาม พื้นที่ต่าง ๆ ได้ทุกบริเวณ
ลักษณะเป็นแผ่นคล้ายสี่เหลี่ยม มีขนาดประมาณ 20x20 ซม. ขนาดประมาณ 12x12 ซม. ขนาดประมาณ 10x18 ซม. และขนาดประมาณ 8x8 ซม.	เศษหนังที่มีลักษณะเป็นแผ่นคล้ายสี่เหลี่ยมทุกขนาด สามารถนำไปสร้างสรรค์ได้ทั้งเป็นชิ้นงานที่นำไปตกแต่งแบบการปะติด Patchwork ตามพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ตกแต่งบริเวณกระเป๋า เป็นต้น การฉลุลายหรือนำไปตัดเป็นชิ้นงานสี่เหลี่ยมที่มีขนาดเล็กเท่า ๆ กันก็ทำให้เกิดปริมาณเศษที่เหลือสุดท้ายได้น้อยมาก ๆ

ที่มา: ศศิมา สุชินโรจน์. (2563).

8. การสรุปและการอภิปรายผล

8.1 สรุปผลการทดลองและตัวอย่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์

จากการทดลองเพิ่มมูลค่าเศษหนังจากงานฝีมือ แล้วนำไปตกแต่งเป็นรายละเอียดที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับเสื้อผ้า พบว่า เทคนิคที่สามารถนำไปใช้ได้ดีที่สุดและทำให้เกิดเศษน้อยที่สุด คือ การตัดแบ่งเป็นรูปร่างที่มีขนาดเท่า ๆ กัน จากนั้นสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับเศษหนังได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะ เป็นวิธีการฉลุลาย การปักร่วมกับวัสดุตกแต่งอื่น หรือการใช้โครเชต์เข้ามาผสมผสาน ทำให้ชิ้นงาน ออกแบบมีการสร้างสรรค์อย่างสนุกสนาน เป็นการเปิดกว้างให้กับการพัฒนาเพิ่มมูลค่าให้กับเศษหนังที่ ได้มาจากอุตสาหกรรม ส่วนวิธีการและเทคนิคอื่น ๆ ถึงแม้จะไม่ได้ทำให้เกิดปริมาณเศษที่น้อยเท่ากับ วิธีการตัดแบบขนาดเท่ากัน แต่สามารถนำไปใช้ เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าที่น่าสนใจเช่น เดียวกัน เนื่องจาก สามารถสร้างผิวสัมผัสบนเนื้อผ้าที่ดูโดดเด่น ทำให้ผู้ที่สวมใส่หรือกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ต้องการสร้าง ผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม รู้สึกสนุกสนาน สร้างสีสันให้กับการแต่งกาย ในขณะที่ยังคงเป็นการ ช่วยลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากการผลิตหนังของอุตสาหกรรมใหญ่ได้อีกด้วย ซึ่งวิธีการเหล่านี้ ผู้วิจัย

เล็งเห็นว่าสามารถนำไปใช้ได้หลากหลายไม่เพียงแคเป็นรายละเอียดตกแต่งบน เสื้อผ้า แต่สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใดก็ได้ เป็นการออกแบบสร้างสรรค์ที่ไม่จำกัด

จากการทดลองนำวัสดุเหลือใช้ซึ่งเป็นเศษหนังที่ได้จากอุตสาหกรรมเครื่องหนังมาใช้ตกแต่งให้กลายเป็นรายละเอียดบนเสื้อผ้าด้วยการผสมผสานงานฝีมือหลากหลายเทคนิค ทำให้ผู้วิจัยได้เห็น ถึงวิธีการนำกลับมาใช้เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าที่สุดผ่านการสร้างลวดลาย โดยอ้างอิงจากแนวโน้ม กระแสนิยมแฟชั่นใหม่และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังยังได้ศึกษาและได้รับคำแนะนำ จากผู้เชี่ยวชาญซึ่งประกอบอาชีพเกี่ยวกับการค้าหนังที่ได้แนะนำเกี่ยวกับวิธีการปรับปรุงเศษหนังให้ดูมีความสวยงาม เรียบร้อย เหมาะกับการนำไปใช้สร้างสรรค์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและทดลองพัฒนากระบวนการสร้างสรรค์เศษหนังด้วยเทคนิคงานฝีมือต่าง ๆ



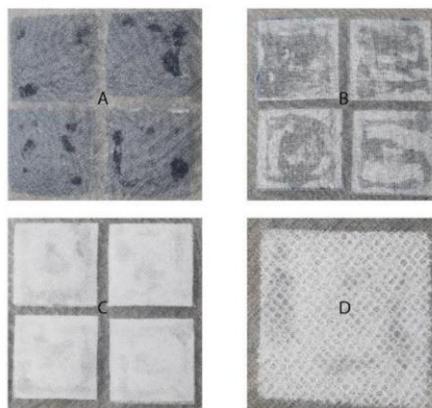
รูปที่ 2 การทดลองสร้างสรรค์รายละเอียดตกแต่งด้วยเทคนิคงานฝีมือ

ที่มา : ศศิมา สุขินโรจน์. (2563).

จากการทดลองและพัฒนานวัตกรรมการนำเศษหนังเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่เป็นรายละเอียดตกแต่งเพื่อใช้ในการพัฒนาคอลเล็กชั่น พบว่าการผสมผสานเทคนิคบางอย่างมีความเหมาะสมและไม่เหมาะสมกับเศษหนังตามการใช้งาน ความสวยงาม และความคงทน โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาขั้นตอนดังนี้

1) การทดลองการปะติดเศษหนังเพื่อให้เกิดความแข็งแรงในการนำไปใช้งาน จากการทดลองและการพัฒนาเศษหนังเหลือใช้ พบว่าการนำเศษหนังเหล่านี้กลับมาใช้ใหม่ ควรจะคำนึงถึงการนำมาใช้ให้เกิดความคุ้มค่าและเกิดมูลค่าที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากความสวยงามแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความคงทนแข็งแรงอีกด้วย หลังจากการทดลองเทคนิคและสามารถตัดสินใจเลือก เทคนิคที่จะนำมาใช้เป็นอัตลักษณ์ของแบรนด์ได้แล้ว ผู้วิจัยได้ทำการทดลองเบื้องต้นด้วยการปะติด เศษหนังลงบนผ้าด้วยวิธีต่าง ๆ

เพื่อให้ทราบถึงความคงทนแข็งแรงของเศษหนังเมื่อไปอยู่บนผ้า โดยทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทดลองด้วยการนำภาชนะพิเศษที่มีความคงทน ซึ่งสามารถใช้ติดวัสดุต่าง ๆ แทนการปักได้ ติดเศษหนังลงไปกับผ้าโดยตรงเลย พบว่าสามารถติดได้และมีความคงทนแข็งแรงในระดับหนึ่ง แต่สามารถใช้วิธีนี้ได้กับผ้าบางชนิดเท่านั้น เช่น ผ้าที่มีการทอแบบแน่นและเนื้อผ้าไม่ยืดหยุ่นมากนัก แต่จะไม่สามารถใช้ได้กับผ้าบางหรือผ้าที่มีความโปร่งและผ้าที่มีความยืดหยุ่นมากเกินไป ทั้งนี้เนื่องจากการสร้างสรรค์คอลเล็กชั่นของผู้วิจัยมีความต้องการใช้เศษหนังกับผ้าที่มีความโปร่งมาก เช่น ผ้าซิลค์อออกแกนซ่าด้วย ทำให้ผู้วิจัยจึงเลือกหาวิธีการอื่น ๆ ที่จะเข้ามาช่วยรองรับน้ำหนักของเศษหนัง เมื่ออยู่บนผ้าบางและทำให้มีความแข็งแรงมากขึ้น

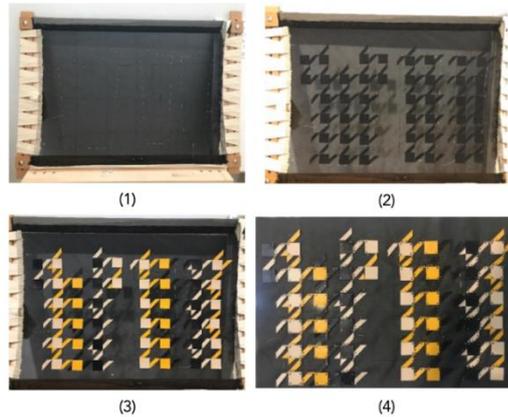


รูปที่ 3 การทดลองติดผ้ากาวลงไปบนผ้าก่อนติดเศษหนัง

ที่มา : ศศิมา สุชินโรจน์. (2563).

จากการทดลองได้แบ่งชิ้นหนังออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่ม A เป็นการนำเศษหนังติดลงบนผ้าโปร่งโดยตรง กลุ่ม B เป็นการใช้ผ้ากาวคอตตอนรีดติดลงบนผ้าก่อน แล้วจึงติดเศษหนังทับ กลุ่ม C เป็นการใช้ผ้ากาววีราเนหรือผ้ากาวกระดาษที่ใช้สำหรับงานปักติดบนผ้าก่อนติดเศษหนังทับ กลุ่ม D เป็นการใช้ตาข่ายซึ่งทับผ้าบางติดด้วยผ้ากาวและติดเศษหนังทับลงไป จากการทดลองพบว่า กลุ่ม A จะทำให้ผ้าไม่เป็นทรงเพราะไม่สามารถรับน้ำหนักเศษหนังเมื่อติดลงไปจำนวนมากได้ กลุ่ม B และ C ทำให้ผ้ามีความแข็งแรงมากขึ้น แต่ผ้ากาวคอตตอนจะค่อนข้างคงทนแข็งแรงกว่า ส่วนกลุ่ม D เนื่องจากการติดตาข่ายทับผ้าบางก่อน ทำให้สามารถรองรับและกระจายน้ำหนักได้ดีที่สุด เมื่อติดเศษหนังลงไปแล้วผ้ายังคงมีรูปทรงที่ดีไม่ย้วยจนเกินไปและสามารถนำไปใช้งานได้จริง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการสร้างสรรค์ชิ้นงานด้วยการขึ้นเสดิงในลำดับต่อไปเพื่อให้การวางลวดลายมีความสมบูรณ์ที่สุด และใช้วิธีการเสริมความแข็งแรงแบบกลุ่ม D

ทั้งนี้ขั้นตอนของการขึ้นชิ้นงานสร้างสรรค์เริ่มจาก 1) การขึ้นเสติงผ้าอแกนซ่าแล้วซิงตาข่าย ทับ 1 ชั้น 2) กำหนดตำแหน่งของลายและรีดผ้ากาวคอตตอนเฉพาะตำแหน่งของลาย 3) ตัดเศษหนัง ด้วยกาวติดพิเศษทับลงไปตามตำแหน่งที่รีดผ้ากาวไว้ 4) ตอกหมุดลงไปตามมุมของเศษหนัง เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับตราสินค้าและเพิ่มความแข็งแรงให้กับงานตกแต่ง



รูปที่ 4 ขั้นตอนการสร้างชิ้นงานสร้างสรรค์จากเศษหนัง

ที่มา : ศศิมา สุชินโรจน์. (2563).

2) การพัฒนาและปรับปรุงเศษหนังหลังการตัดให้ดูมีความสวยงามและเรียบร้อย จากการทดลองเพื่อค้นหาเทคนิคที่เหมาะสมในรูปแบบต่าง ๆ ก่อนหน้านี พบว่าเศษหนังที่ถูก ตัดจะมีลักษณะเป็นขุยบริเวณขอบ เมื่อนำมาใช้งานเลยจะยังคงมีความดิบของเศษหนังและหลุดลอก ออกมาเป็นขุยได้เรื่อย ๆ ทำให้ผ้าดูเลอะจากขุยตลอดเวลา แล้วหากนำไปซีกอาจยังมีการหลุดลอก ได้มากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาและขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อการปรับปรุงคุณภาพ ให้กับเศษหนังก่อนนำไปใช้ตกแต่งให้ดูมีความเรียบร้อยสวยงาม



รูปที่ 5 ปรับปรุงคุณภาพของเศษหนังก่อนนำไปตกแต่ง

ที่มา : ศศิมา สุชินโรจน์. (2563).

ขั้นตอนของการปรับปรุงคุณภาพเศษหนังด้วยการเก็บรายละเอียดขอบให้ดูสวยงามและเรียบร้อยก่อนนำไปตกแต่ง เริ่มจากการนำเศษหนังที่ตัดตามรูปทรงที่ต้องการมาเคลือบขอบด้วยน้ำยา รองพื้นสีขาวขุ่นรอบที่ 1 เมื่อน้ำยารองพื้นแห้งแล้วให้ขัดขอบด้วยกระดาษทรายรอบที่ 1 จากนั้นเคลือบ น้ำยารองพื้นบริเวณขอบเป็นรอบที่ 2 รอให้แห้งสนิทแล้วขัดด้วยกระดาษทรายเป็นรอบที่ 2 และทาสี ขอบด้วยสีจริงที่เหมือนกับสีของเศษหนัง

8.2 การสร้างสรรค์คอลเลคชั่นเครื่องแต่งกาย

จากการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาเกี่ยวกับเทคนิคและการเสริมความแข็งแรง พร้อมความสวยงามให้กับเศษหนัง โดยอาศัยวิธีการต่าง ๆ เช่น กาวชนิดพิเศษ ทดลองผ้ากาว แบบต่าง ๆ และการใช้ตาข่ายเสริมความแข็งแรงให้กับชุด รวมทั้งการคำนึงถึงการออกแบบลายที่จะใช้ประโยชน์ จากเศษหนังได้คุ้มค่าที่สุด และข้อจำกัดของการใช้เศษหนังในการนำไปสร้างสรรค์จึงได้ออกแบบเป็น แนวทางเพื่อสร้างสรรค์คอลเล็กชั่นสำหรับผู้บริโภคกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวก ร่วมกับการ ศึกษาแรงบันดาลใจที่ได้จากแนวโน้มแฟชั่นใหม่ (New Trend) ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางการออกแบบ เพื่อใช้เป็นองค์ประกอบในคอลเลคชั่นได้ ดังนี้ โครงร่างชุดรูปทรงเอชไลน์(H-Line) และเอไลน์(A-Line) เช่น เชิ้ต แจ็คเก็ต โค้ท มิติแฟร์(Midi Flared) รายละเอียดการตกแต่ง เช่น อัฟไซเคิลสตีทซ์(Upcycled Stitches) โมเดิร์นซาซิกโกะ(Modern Sashiko), โครเช่ท์(Crochet), งานปัก(Embroidery) กลุ่มสีจาก วัสดุที่ได้จริงของเศษวัสดุมาทำการคัดเลือกให้ตรงกับสีที่ได้ทำการวิเคราะห์จากเทรนด์ เช่น สีน้ำเงิน สี ดำ สีขาวหม่น สีแดง สีแทน วัสดุที่ใช้เป็นเศษหนัง จากอุตสาหกรรมนำมาพัฒนาให้เป็นรายละเอียด ตกแต่งบนผ้าที่มีเรื่องราวสอดคล้องกับเทรนด์ที่เลือกมา เช่น ผ้าผสมโพลีเอสเตอร์ หนัง ผ้าโปร่ง ผสมผสานกัน นำไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์คอลเล็กชั่นเครื่องแต่งกาย



รูปที่ 6 ภาพร่างคอลเลคชั่นเครื่องแต่งกาย

ที่มา: ศศิมา สุชินโรจน์. (2563).

URBAN RE-BO
Spring Summer 2021



รูปที่ 7 ผลงานคอลเลกชันต้นแบบ

ที่มา : ศศิมา สุชินโรจน์. (2563).

8.3 อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์การวิจัยการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีด้วยวัสดุเหลือใช้ สำหรับกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบต่อเชิงบวก โดยใช้แนวคิดการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า

1. แนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีชุดลำลองกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse Revolutionaries) สำหรับเจนเอเรชั่นวาย (Gen Y) จากการประยุกต์ใช้แนวคิดการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า (Upcycle) โดยการนำเศษวัสดุเหลือใช้มาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์คอลเลกชันชิ้นใหม่นั้น เป็นอีกแนวทางหนึ่งของการสร้างแฟชั่นเพื่อความยั่งยืน สอดคล้องกับการวิจัยของ ปรีดา ศรีสุวรรณ (2561) ที่กล่าวว่าแนวคิดและแนวทางในการออกแบบแฟชั่นยั่งยืนสามารถประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ช่องว่างทางการตลาด ผู้การสร้างสรรค์ตราสินค้าแฟชั่นยั่งยืนได้ และสอดคล้องกับรายงาน The Future of Sustainability in the Fashion Industry ที่จัดทำโดย C&A Foundation ที่กล่าวว่า แนวคิดสำคัญที่ส่งเสริมความยั่งยืนในอุตสาหกรรมแฟชั่นได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีการผลิตรูปแบบใหม่ที่มุ่งเน้นการผลิตที่ใช้พลังงานต่ำ เกิดการรีไซเคิล (ฐานเศรษฐกิจ, 2020) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแนวทางการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายแฟชั่นได้อย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งเป็นต้นแบบแนวทางให้กับการสร้างสรรค์แฟชั่นเพื่อความยั่งยืน ทั้งนี้ในการออกแบบคอลเลกชันเสื้อผ้าต้องประกอบด้วยการศึกษาวิเคราะห์จัดกลุ่มวัสดุเหลือใช้ตามประเภทของวัสดุ กลุ่มขนาด และกลุ่มสี จากนั้นจึงนำมาทดลองสร้างรายละเอียดตกแต่งเพื่อเพิ่มมูลค่าของเศษวัสดุนั้น ก่อนนำไปสร้างสรรค์เป็นชิ้นงานเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

2. แนวทางในการสร้างตราสินค้าสำหรับผู้บริโภคกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาข้อมูลแนวคิดการนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่ได้มาปรับ พัฒนาสู่การสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Reuse

Revolutionaries) ด้วยนวัตกรรมการเพิ่มมูลค่าเศษหนังด้วยเทคนิคงานฝีมือแบบผสมผสาน (Hybrid Craft) ภายใต้แนวคิดการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle) สำหรับผู้บริโภคเป้าหมายเจนเอเรชั่น วาย (Generation Y) ช่วงอายุระหว่าง 25-35 ปี มีสไตล์โบโฮ โมเดิร์น (Boho Modern) ให้ความสนใจในรายละเอียดตกแต่งบนเสื้อผ้าที่มาจากวัสดุเหลือใช้ และมีส่วนที่จะช่วยลดปริมาณขยะด้วยตนเองผ่านการเลือกซื้อสินค้าที่มีแนวทางของแฟชั่นยั่งยืน โดยที่ผู้บริโภคเป้าหมายเป็นกลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตในเมือง ซึ่งตราสินค้านี้จะเป็นระดับปานกลางค่อนข้างสูง ระดับ B ถึง B+ ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าแฟชั่นจากนักออกแบบที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ในการรังสรรค์ผลงานผสานแนวคิดการนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่เพื่อลดปัญหาปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องหนังและยึดอายุการใช้งานของเศษที่ยังมีคุณภาพดีเพียงพอในการใช้งานต่อไปได้ และปรับให้ทันสมัยกระแสนิยมตามแนวโน้มแฟชั่นในปัจจุบัน ซึ่งอัตลักษณ์ในด้านการใช้เทคนิคงานฝีมือที่ผสมผสาน เช่น การปักแบบโมเดิร์น ซาซิกโกะ (Modern Sashiko) การใช้วัสดุใหม่ ๆ เข้ามาตกแต่งร่วม รวมถึงการจัดวางองค์ประกอบรายละเอียดงานถือเป็นอัตลักษณ์หลักของตราสินค้า อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบมีความสำคัญในการสร้างสรรค์ตราสินค้าที่ช่วยกำหนดความจำเพาะให้ตราสินค้านี้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและแตกต่างจากตราสินค้าอื่น ซึ่งจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญในเฉพาะของผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วยแนวความคิด โครงร่างเงา สี วัสดุ รายละเอียดการตกแต่งที่มีความสอดคล้องกันระหว่างตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม

9. ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการทดลองการขึ้นต้นแบบเครื่องแต่งกายจากนวัตกรรมการนำเศษหนังกลับมาใช้ใหม่พบว่า การใช้เทคนิคงานฝีมือเข้ามาช่วยพัฒนาเศษหนังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับเศษหนังได้จริง และดูมีราคามีความสวยงาม และทำให้การเกิดการใช้ประโยชน์จากเศษหนังได้คุ้มค่า ซึ่งส่งผลให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีแนวทางในการออกแบบของแฟชั่นยั่งยืน โดยการทดลองเทคนิคหลาย ๆ เทคนิคจนทำให้ค้นพบเทคนิคที่เหมาะสมกับเศษหนังและเกิดความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจน อีกทั้งยังสามารถต่อยอดใช้ควบคู่กับเครื่องมือหรือเครื่องจักรต่าง ๆ ที่จะเข้ามาช่วยในการตัดเศษหนังมีคุณภาพที่ดีมากขึ้นในอนาคต และยังคงใช้ร่วมกับการอนุรักษ์งานที่ยังคงต้องเป็นงานทำมือ เพื่อนำไปสู่แนวทางนวัตกรรมทางการเพิ่มมูลค่าวัสดุควบคู่กับงานฝีมืออีกด้วย นอกจากนี้อัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นสามารถนำไปต่อยอดสู่การผลิตสินค้าอื่น ๆ อาทิ เครื่องประดับ กระเป๋า เป็นต้น

10. เอกสารการอ้างอิง

ฐานเศรษฐกิจ. (2563). *ส่องวงการแฟชั่นสเปนเมื่อเทรนด์ธุรกิจแฟชั่นเพื่อความยั่งยืนมาแรง*. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2562 จาก <https://www.thansettakij.com/content/world/419719>

- ปรีดา ศรีสุวรรณ. (2561). *นวัตกรรมแฟชั่นยั่งยืน*. ศิลปกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต. คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). *จากเศษหนังเหลือทิ้งสู่สินค้าไฮเทค “THAIS” แบรินด์สินค้าหนังรีไซเคิลดีตลาดต่างประเทศ*. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563 จาก <https://mgronline.com/smes/detail/9630000051856>
- ภัทรพร ยาร์บระ. (2561). *แฟชั่นที่ดีต้องยืนยาวและไม่เอาเปรียบโลก-ปรัชญาแฟชั่น ‘ยั่งยืน’ แบบ Eileen Fisher* สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563 จาก <http://thestandard.co/eileen-fisher/>
- มนุษย์และสังคม. (2562). *แฟชั่นแบบยั่งยืนหรือแบบยั่งยืนคืออะไร*. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563 จาก <https://th.milanospettacoli.com/835-what-is-sustainable-or-sustainable-fashion>
- ราวิณ รุ่งสว่าง และศิริ อรัญนารถ. (2564). *การสร้างสรรค์ตราสินค้าแฟชั่นจากนวัตกรรมการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า*. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์*. ปีที่ 8 ฉบับที่ 1(มกราคม-มิถุนายน).
- ศศิมา สุชินโรจน์. (2563). *นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีด้วยวัสดุเหลือใช้สำหรับกลุ่มที่ต้องการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้แนวคิดการนำกลับมาใช้ใหม่*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักข่าวผู้จัดการออนไลน์. (2562). *พาณิชย์เผย Upcycle มาแรงในแคนาดาแนะผู้ส่งออกไทยเร่งศึกษา*. สืบค้นเมื่อ 6 เมษายน 2562 จาก <https://mgronline.com/smes/detail/9620000014559>
- Caro Ramsey. (2020). *Textile Artist*[Online]. Reference: <https://www.caroramsey.co.uk/?fbclid=IwAR1TdUZrKIUV9P1KPWJuhbPV1Sm62z1ZKKcJG7AT0OXUrXQSxawfJF-yWl0>
- Claudia Henriquez. (2020). *3 Reasons Why Craftmanship Still Matters*. Reference: <https://www.washein.com/blogs/the-washein-journal/3-reasons-why-craftmanship-still-matters>
- DECK. (2557). *Eco Fashion คืออะไร*. แปลจาก Magaly Fuentes-Sagan. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563 จาก <https://deckmag.wordpress.com/2013/10/15/eco-fashion/>
- Dolores Monet. (2021). *Boho Clothing : Fashion History and Bohemian Style*. Reference: <https://bellatory.com/fashion-industry/BohoTheFashionHistoryofBohemianClothes>
- Maria Coronado Robles. (2020). *Reuse is the New Recycle*. 2 May 2020 Reference: <https://blog.euromonitor.com/reuse-is-the-new-recycle/> [2 May 2020]