

นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์จากสิ่งทอเส้นใยตาลสำหรับกลุ่มเซิน
เนี่ยลเจเนอเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมูนเวียน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาานฤมิตศิลป์ ภาควิชาานฤมิตศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2566

THE BRANDING INNOVATION OF MENS STREETWEAR FROM BORASSUS FRUIT FIBRES
FOR ZENNIALS GENERATION BY USING CIRCULAR DESIGN



Mr. Worrapat Meangruamyard

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Fine and Applied Arts in Creative Arts

Department of Creative Arts

Faculty Of Fine And Applied Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2023

หัวข้อวิทยานิพนธ์	นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีท แวร์จากสิ่งทอเส้นใยตาลสำหรับกลุ่มเซเนเนียลเจเนอเรชัน ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน
โดย	นายวรภัทร์ เมืองรวมญาติ
สาขาวิชา	นฤมิตศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร.บุญอารักษ์ รักษาวงษ์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณะบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร.ชำคม พรประสิทธิ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิสวรรณกุล)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.บุญอารักษ์ รักษาวงษ์)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.อรรถพันธ์ พงษ์เลาหพันธ์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีร์ โคตรถา)

วรภัทร์ เมืองรวมญาติ : นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาลสำหรับกลุ่มเซเนยีลเจเนอเรชัน ด้วยแนวคิดการออกแบบ หมุนเวียน. (THE BRANDING INNOVATION OF MENS STREETWEAR FROM BORASSUS FRUIT FIBRES FOR ZENNIALS GENERATION BY USING CIRCULAR DESIGN) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.บุญอารักษ์ รักษาพงษ์

นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนยีลเจเนอเรชัน ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทาง ในการพัฒนาสิ่งทอเส้นใยตาล เป็นการวิจัยเชิงทดลองและเชิงคุณภาพ โดยเริ่มจากศึกษาคุณสมบัติ คุณสมบัติของเส้นใยตาลที่ได้จากการเหลือทิ้งทางการเกษตรและนำมาทดลองแปรรูปเพื่อเป็นสิ่ง ทอ จากการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของเส้นใยตาลมีความยาว 7-14 เซนติเมตร มีสีเหลืองเมื่อแห้ง จะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาล และมีความกระด้าง จากการทดลองสามารถทำให้เส้นใยมีความนุ่มขึ้นด้วย การนำไปต้มกับน้ำซี้เถ้าในปริมาณ ซี้เถ้า 500กรัม น้ำ 15 ลิตร ต่อเส้นใย 300 กรัม และนำมาทอ ผสมกับฝ้ายเพื่อเป็นสิ่งทอโดยใช้อัตราส่วนดังนี้ อัตราส่วนที่ 1 เส้นใยตาล 50% ผสมฝ้าย 50% สิ่ง ทอที่ได้มีความกระด้างมาก อัตราส่วนที่ 2 เส้นใยตาล 30% ผสมฝ้าย 70% สิ่งทอที่ได้มีความ กระด้างน้อยลง และอัตราส่วนที่ 3 เส้นใยตาล 15% ผสมฝ้าย 85% สิ่งทอที่ได้มีความนุ่มอย่างเห็น ได้ชัดเจน สามารถนำไปผลิตเป็นสินค้าไลฟ์สไตล์เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า หมวก รองเท้า นอกจากนี้สิ่ง ทอจากเส้นใยตาลที่ได้สามารถเป็นวัสดุทางเลือกที่ช่วยลดขยะทางการเกษตร ทำให้เกิดการใช้ ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเป็นวัสดุทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจ หมุนเวียน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สาขาวิชา นฤมิตรศิลป์
ปีการศึกษา 2566

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6480037735 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEYWORD: Borassus fruit fiber Textile Circular economy Innovation

Worrapat Meangruamyard : THE BRANDING INNOVATION OF MENS STREETWEAR FROM BORASSUS FRUIT FIBRES FOR ZENNIALS GENERATION BY USING CIRCULAR DESIGN. Advisor: BOON-ARAK RAKSAWONG, Ph.D.

The objectives of Creative innovation of men's streetwear brand from Borassus fruit fiber for the Zennials with a circular design concept aimed to discover the potential approach for developing Borassus fruit fiber. It was experimental and qualitative research The researcher studied the properties of Borassus fruit fiber from agricultural waste and experimentally processed it into textiles.

The findings revealed that the properties of Borassus fruit fiber were 7-14 cm long and yellow. It would turn brown when it dried and it had high hardness. In experiments, the fibers can be softened by boiling them with 500 g of ash and 15 liters of water per 300 g of fiber. It could be woven with cotton for being textiles by 3 ratios as follows: Ratio 1: 50% Borassus fruit fiber mixed with 50% cotton found that the textile was higher in hardness. Ratio 2: 30% Borassus fruit fiber mixed with 70% cotton found that the textile was lower in hardness. Ratio 3: 15% Borassus fruit fiber mixed with 85% cotton found that the textile was obviously soft and could be processed into lifestyle products such as clothes, bags, hats, and shoes. Thus, Borassus fruit fiber can be an alternative material that reduces agricultural waste and increases the efficient use of resources. Moreover, it is an environmentally friendly alternative material that aligns with the circular

Field of Study: Creative Arts

Student's Signature

Academic Year: 2023

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่ให้โอกาสในการพัฒนาองค์ความรู้ตลอดจนนำความรู้ที่ได้มาสร้างสรรค์ผลงานศิลปกรรม ข้าพเจ้าหวังให้ผลจากการศึกษาครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นและสิ่งทอ และสำหรับผู้สนใจในการออกแบบแฟชั่น

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ดร.บุญอารักษ์ รักษาวงษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก โดยสารนิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สำเร็จล่วงได้หากไม่ได้รับความช่วยเหลือ ความใส่ใจ และคำแนะนำ กรุณาเสียสละเวลาให้ความรู้ทั้งด้านวิชาการและความคิดสร้างสรรค์อย่างดีมากตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณศาสตราจารย์ดร.พัชรา อุทิศวรรณกุล อาจารย์ดร.อรรถพันธ์ พงษ์เลาห์ พันธุ์และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีร์ โคตรธา คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ช่วยให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางให้สารนิพนธ์สำเร็จล่วงไปได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณแบรนด้นโม สารุสำหรับการให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางเกี่ยวกับแนวทางการสร้างลวดลายอีไคป์รีน และอำนวยความสะดวกในการใช้สถานที่ สูดทำยนี้ขอกราบขอบพระคุณครอบครัวของข้าพเจ้าที่ให้การสนับสนุนทั้งด้านการเรียนและเป็นกำลังใจทุกด้านอย่างดีรวมถึงเพื่อนร่วมชั้นเรียนที่ให้ความช่วยเหลือและแบ่งปันความรู้คำแนะนำที่ดีแก่กันเสมอมา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1.....	1
บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 ปัญหาการวิจัย.....	4
1.3 วัตถุประสงค์.....	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	4
1.5 วิธีการดำเนินงาน.....	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
1.7 คำสำคัญ.....	7
บทที่ 2.....	8
การทบทวนวรรณกรรม.....	8
ส่วนที่ 1 ศึกษากระบวนการแปรรูปสิ่งทอจากเส้นใยตาล (พื้นที่ทดลอง สวนต้นตาลจังหวัด เพชรบุรี).....	8

1.1	ความเป็นมา ชนิดและประเภทของของต้นตาลโตนด	8
1.2	กระบวนการแปรรูปลูกตาลโตนด และเศษเหลือทิ้งจากเส้นใยตาล.....	13
1.3	คุณลักษณะ และคุณสมบัติของเส้นใยตาล.....	16
ส่วนที่ 2	การศึกษาการนำเส้นใยตาลมาใช้ในการงานออกแบบ	18
2.1	การศึกษากระบวนการแปรรูปเส้นใยธรรมชาติที่ทอผสมในกระบวนการทางงานหัตถกรรม	18
2.2	การศึกษากระบวนการแปรรูปเส้นใยในกระบวนการทางงานอุตสาหกรรม	20
2.3	สรุปผลการพัฒนาสิ่งทอเส้นใยตาลมาใช้ในการงานออกแบบ.....	21
ส่วนที่ 3	ศึกษากลุ่มเป้าหมายเซเนเนียลเจเนเรชั่น.....	22
3.1	ความหมายของกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่น และพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	22
3.2	รูปแบบการแต่งกายแฟชั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่น.....	25
3.3	สรุปแนวทางการแต่งกายของกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่นที่สนใจแฟชั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม.....	29
ส่วนที่ 4	การศึกษาแนวทางสตรีทแฟชั่น.....	30
4.1	ความหมายและประวัติความเป็นมาเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์	30
4.2	รูปแบบของเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ตลาดสินค้าไทยในปัจจุบัน	32
4.3	การวิเคราะห์ค่านิยมและทัศนคติการบริโภคเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์	37
ส่วนที่ 5	การศึกษาการนำเส้นใยตาลมาใช้ในการงานออกแบบหมุนเวียน.....	37
5.1	ความหมายและความสำคัญของแนวคิดแฟชั่นหมุนเวียน (Circular Fashion).....	37
5.2	ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีออกแบบยั่งยืน (Sustainable Fashion)	39
5.3	แนวคิดและทฤษฎีการลดขยะให้เหลือศูนย์ (Zero Waste)	42
5.4	สรุปแนวทางการออกแบบหมุนเวียนสำหรับเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ของกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่น.....	43

ส่วนที่ 6 ตราสินค้าแฟชั่น.....	44
6.1 ตลาดตราสินค้าแฟชั่น	44
6.2 สรุปตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	49
บทที่3.....	50
วิธีการดำเนินการวิจัย	50
ส่วนที่ 1 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	50
1.1 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	50
ส่วนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค	51
2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค.....	51
ส่วนที่ 3 การสรุปแนวทางการออกแบบจากสิ่งทอเส้นใยตาล.....	51
3.1 การสรุปแนวทางการออกแบบจากสิ่งทอเส้นใยตาล	51
ส่วนที่ 4 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ.....	52
4.1 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ	52
บทที่4.....	53
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
ส่วนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค	54
1.1 แบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค	54
1.2 Paper Doll Data Set ของกลุ่มผู้บริโภค.....	59
ส่วนที่ 2 การสรุปแนวทางการออกแบบจากสิ่งทอเส้นใยตาล.....	60
2.1 การวิเคราะห์เส้นใยตาลที่ได้จากการเหลือทิ้งทางการเกษตร	60
2.2 การวิเคราะห์ทดลองแปรรูปสิ่งทอเส้นใยตาลให้มีความนุ่ม.....	61
ส่วนที่ 3 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ.....	63
3.1 การดัดเส้นตาลเพื่อนำกระบวนการทอ	63
3.2 สรุปผลการทดลองและตัวอย่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	64

บทที่ 5	65
อัตลักษณ์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์	65
ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มเซเนเนียลเจเนอเรชั่น).....	66
1.1 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก.....	66
1.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง	67
2.1 วิสัยทัศน์ตราสินค้า.....	68
2.2 ตำแหน่งการตลาดตราสินค้า.....	68
2.3 บุคลิกภาพตราสินค้า	69
2.4 หลักการตราสินค้า.....	69
ส่วนที่ 3 ความจำเพาะของผลิตภัณฑ์.....	70
3.1 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้สอย	70
3.2 อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ	72
บทที่ 6	73
การสร้างสรรค์ผลงาน	73
ส่วนที่ 1 การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ	74
1.1 การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ.....	74
1.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก	75
1.3 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน.....	77
1.4 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่	80
1.5 แรงบันดาลใจ.....	83
ส่วนที่ 2 การสร้างสรรค์ผลงาน	87
2.1 การพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอ	87
2.2 การพัฒนาคอลเลกชัน	88

บทที่ 7	102
สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	102
ส่วนที่ 1 สังเขปวัตถุประสงคและวิธีดำเนินงาน.....	103
1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค.....	103
1.2 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	103
ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย	104
2.1 การศึกษา การทดลอง พัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปสิ่งทอเส้นใยตาล.....	104
ส่วนที่ 3 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	104
ส่วนที่ 4 การประชาสัมพันธ์คอลเลคชันผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย	105
บรรณานุกรม.....	106
ประวัติผู้เขียน.....	109



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า.....	56
ตารางที่ 3 พฤติกรรมการแต่งกายแนวสตรีท	57
ตารางที่ 4 พฤติกรรมการเลือกใช้สิ่งทอ.....	58
ตารางที่ 5 สรุปผลการทดลองความกระด้างของสิ่งทอจากอัตราส่วนระหว่างเส้นใยตาลผสมฝ้าย	63
ตารางที่ 6 ข้อมูลลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์ตราสินค้าในการวิจัย.....	71
ตารางที่ 7 อັตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ	72
ตารางที่ 8 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก	76
ตารางที่ 9 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน	78
ตารางที่ 10 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน	79
ตารางที่ 11 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น New trend	82
ตารางที่ 12 รูปแบบสิ่งทอเส้นใยตาลที่นำมาสร้างคอลเลคชั่น	87
ตารางที่ 13 ทดลองแยกไอเทมโดยรวมจากรูปแบบของเครื่องแต่งกายของกลุ่มสตรีทแวร์	89

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 สวนตาลลุงถนอม	9
ภาพที่ 2 สวนตาลลุงถนอม	10
ภาพที่ 3 ดอก	10
ภาพที่ 4 ผลตาลสุข	11
ภาพที่ 5 พันธุ์ตาลโตนด	12
ภาพที่ 6 ขั้นตอนการเอาเปลือกตาลสุขออก	14
ภาพที่ 7 ขั้นตอนการยีตาล.....	14
ภาพที่ 8 เศษเหลือทิ้งจากตาลยี.....	15
ภาพที่ 9 การฝังกลบ.....	15
ภาพที่ 10 การเผา.....	16
ภาพที่ 11 เส้นใยตาลเอาเยื่อออก.....	17
ภาพที่ 12 เส้นใยตาลแห้ง	17
ภาพที่ 13 ฝ้าย	19
ภาพที่ 14 ฝ้าย.....	20
ภาพที่ 15 Zennials Map	24
ภาพที่ 16 VETEMENTS	25
ภาพที่ 17 นักออกแบบที่ส่งผลต่อสตรีทแวร์	26
ภาพที่ 18 CHARLES JEFFREY LOVERBOY/ MSGM/ LES HOMMES	27
ภาพที่ 19 H&M Conscious	28
ภาพที่ 20 Stussy.....	31

ภาพที่ 21 KH EDITIONS หัตถศิลป์ไทยร่วมสมัย	33
ภาพที่ 22 THA! TURBO COLLECTION.....	34
ภาพที่ 23 THE MOVEMENT PROJECT.....	34
ภาพที่ 24 ล่องกอย1	35
ภาพที่ 25 ล่องกอย2	35
ภาพที่ 26 Renim project1	36
ภาพที่ 27 Renim project2.....	36
ภาพที่ 28 circular economy และ linear economy	38
ภาพที่ 29 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs).....	40
ภาพที่ 30 ตลาดตราสินค้า RE/DONE	45
ภาพที่ 31 สินค้า RE/DONE.....	45
ภาพที่ 32 Logo Renim project	46
ภาพที่ 33 รูปแบบเสื้อผ้า ลินิม โปเจค	46
ภาพที่ 34 โลโก้ล่องกอย	47
ภาพที่ 35 รูปแบบเสื้อผ้าล่องกอย	47
ภาพที่ 36 โลโก้ WVS.....	48
ภาพที่ 37 WVS.....	48
ภาพที่ 38 กรอบแนวคิด	52
ภาพที่ 39 Paper Doll Data 1	59
ภาพที่ 40 Paper Doll Data 2.....	60
ภาพที่ 41 เส้นใยตาล.....	61
ภาพที่ 42 การแปรรูปเส้นใยตาล	62
ภาพที่ 43 การแปรรูปเส้นใยตาล2	62

ภาพที่ 44 กลุ่มสตรีทแวร์เซ็กซี่และเนยลเจเนอเรชั่น	66
ภาพที่ 45 กลุ่มสตรีทแวร์เจเนอเรชั่นมิลเลนเนียลและเจเนอเรชั่นซี	67
ภาพที่ 46 ตำแหน่งทางการตลาด	69
ภาพที่ 47 กระแสแฟชั่นหลัก	75
ภาพที่ 48 กระแสแฟชั่นสนับสนุน	77
ภาพที่ 49 กระแสแฟชั่นหลัก New trend	80
ภาพที่ 50 กระแสแฟชั่นสี New trend	81
ภาพที่ 51 แรงบันดาลใจ 1	83
ภาพที่ 52 แรงบันดาลใจ 2	83
ภาพที่ 53 พื้นที่ล้อมสี่ธรรมชาติ	84
ภาพที่ 54 ขั้นตอนการและกระบวนการทำอีโก้ปรีน	84
ภาพที่ 55 ใบไม้ที่ใส่สีตรงกลับกระแสแฟชั่น	85
ภาพที่ 56 ขั้นตอนการเตรียมผ้าก่อนวางลวดลาย	85
ภาพที่ 57 ขั้นตอนการวางลวดลาย	85
ภาพที่ 58 ขั้นตอนการม้วนผ้าก่อนนำมาตั้ง	86
ภาพที่ 59 ลวดลายอีโก้ปรีน	86
ภาพที่ 60 รูปแบบสเก็ตครั้งที่ 1	90
ภาพที่ 61 รูปแบบสเก็ตครั้งที่ 2	91
ภาพที่ 62 รูปแบบชุดผ้าดิบ Look1	92
ภาพที่ 63 รูปแบบชุดผ้าดิบ Look2	93
ภาพที่ 64 รูปแบบชุดผ้าดิบ Look3	93
ภาพที่ 65 รูปแบบชุดผ้าดิบ Look5	94
ภาพที่ 66 รูปแบบสเก็ตครั้งที่ 3	95

ภาพที่ 67 รูปแบบคอลเลคชั่นที่1	96
ภาพที่ 68 รูปแบบคอลเลคชั่นที่2	97
ภาพที่ 69 รูปแบบคอลเลคชั่นที่3	98
ภาพที่ 70 รูปแบบคอลเลคชั่นที่4	99
ภาพที่ 71 รูปแบบคอลเลคชั่นที่5	100
ภาพที่ 72 ภาพรวมคอลเลคชั่น AWAKENING OF CIRCULAR จาก RUNWAY	101
ภาพที่ 73 ภาพการเผยแพร่ผลงานในเว็บไซต์อินสตราแกรม	105



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

การเลือกใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมประเภทสิ่งทอซึ่งมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งเพื่อพัฒนาสิ่งทอสู่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้กระแสตลาดโลกกลุ่มสินค้าและผลิตภัณฑ์ประเภทสิ่งทอที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดฝั่งเอเชียและยุโรปอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เกิดจากกระบวนการผลิตการเลือกใช้ต้นทุนวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่น พืชเศรษฐกิจและวัสดุเหลือทิ้งจากกระบวนการเพื่อนำมาประยุกต์การออกแบบร่วมกับการใช้ภูมิปัญญาจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมสิ่งทอยั่งยืน จึงมีแนวคิดในการนำสิ่งเหลือทิ้งที่ได้จากการทำการเกษตรมาแปรรูปมาพัฒนา เนื่องจากประเทศไทยเป็นพื้นที่ราบลุ่มอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งทรัพยากรดิน ทรัพยากรน้ำ ทรัพยากรป่าไม้ ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้ทำให้ประเทศไทยเป็นพื้นที่เหมาะแก่การเพาะปลูกและการทำเกษตรกรรม ปัจจุบันประเทศไทยได้ส่งออกผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูปการเกษตรเป็นจำนวนมาก การเกษตรจึงมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศที่ยังต้องได้รับการปรับเปลี่ยนปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการประกอบอาชีพทางเกษตรกรรมให้มากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้วิจัยได้มองเห็นถึงปัญหาจากกระบวนการแปรรูปเนื้อตาลที่ทำให้เหลือเศษเหลือทิ้ง โดยกระบวนการแปรรูปเนื้อตาลมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อนจากการสัมภาษณ์ คุณป้าสมยา มิ่งเมือง ได้ข้อมูลถึงกระบวนการเตรียมเส้นใยลูกตาลโตนด จากการทำขนมโดยใช้ผลตาลสุกยีเนื้อตาลออกแล้วจะได้เนื้อตาลเพื่อไปจำหน่าย โดยการจำหน่ายจะอยู่ที่ กิโลกรัมละ 25-30 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนเมล็ดลูกตาลที่ได้จะนำไปขายเพื่อเพราะปลูดยัง ราคาอยู่ที่ 100 เมล็ด 50 บาท จะเหลือเส้นใยจากผลตาลที่เป็นวัสดุเหลือทิ้ง โดยวิธีการกำจัดเส้นใยตาลที่ได้ จะนำไปเผาทิ้ง หรือ ฝังกลบ ปริมาณที่ได้จากการทำเนื้อตาลต่อวันจะอยู่ที่ 10-20 กิโลกรัมต่อวัน จึงทำให้สภาวะแวดล้อมในชุมชนส่งผลเสีย เรื่องการส่งกลิ่นหรือการสร้างมลพิษบนชั้นบรรยากาศ ผู้วิจัยจึงมีแนวทางการในการพัฒนาเศษเหลือทิ้งที่ได้จากการเกษตรสวนตาลโตนดทำให้สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า "BCG" หรือ Bio-Circular-Green Economy เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว เป็นรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่พัฒนาต่อยอดจากจุดแข็งของประเทศไทยคือ ความหลากหลายทางชีวภาพ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม เป็นการเชื่อมโยงหลักคิดเศรษฐกิจพอเพียง สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ทำหน้าที่บูรณาการการพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ใช้อุปกรณ์

ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานความหลากหลายของทรัพยากรชีวภาพและวัฒนธรรม (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ 2562)

จากที่กล่าวมาปัจจัยเหล่านี้ได้ส่งผลให้เกิด Micro-generation หรือที่เรียกว่ากลุ่ม Zennials generation เดิบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ โดยกลุ่มเซเนเนียลเจเนอเรชัน ใช้เวลา 46 ชั่วโมงต่อสัปดาห์บนโซเชียลมีเดีย ชาวเซเนเนียลเจเนอเรชัน เชื่อว่าเทคโนโลยีทำให้โลกน่าอยู่ขึ้น ดังนั้นกลุ่มเจเนอเรชันนี้จึงมีโอกาที่จะใช้ฟีเจอร์ต่างๆ มากกว่าคนกลุ่มมิลเลนเนียล หรือ Gen Z ซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายที่สุดในการแสดงความรู้สึกบนโซเชียลมีเดีย และลักษณะเด่นที่เห็นได้ชัดเจนของกลุ่มเซเนเนียลเจเนอเรชัน คือการให้คุณค่าและความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า (จิตติญาณ สนธิเกษตริณ, 2563) พวกเขาต้องการสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาหารออร์แกนิก และแฟชั่นเครื่องนุ่งห่มที่สร้างผลกระทบต่อโลกน้อยที่สุด ยิ่งไปกว่านั้นยังมีความสัมพันธ์ระหว่างความปรารถนาในการบริโภคอย่างยั่งยืนและความต้องการทันสมัย ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกซื้อและใช้สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การมีแนวคิดด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความเชื่อมั่นทางจริยธรรมยังทำให้กลุ่มเซเนเนียลและกลุ่มเจนแซดไม่ผูกติดกับแบรนด์อย่างตายตัว พวกเขาเปิดใจกับแบรนด์ใหม่ๆ และแบรนด์เล็กๆ มั่นใจในสิ่งที่ตนเองเลือก โดยไม่จำเป็นต้องฟังความคิดเห็นของคนอื่น และมีแนวโน้มในการเลือกซื้อแบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างเจนวาย และเจนเอ็กซ์ท่ามกลางสถานการณ์ที่ผู้บริโภคเข้ามามีบทบาทในตลาดผู้บริโภคถึงร้อยละ 40 ภาคธุรกิจย่อมต้องปรับตัวเพื่อรองรับกับคนกลุ่มนี้ที่มีความต้องการและสนใจด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่าคนเจเนอเรชันก่อน (กนกพร กลิ่นเกล้า 2563)

สตรีทแฟชั่นจึงเป็นอีกช่องทางที่จะช่วยตอบสนองกระบวนการเลือกซื้อให้กับผู้บริโภค เนื่องจากสไตล์ที่โดดเด่นของแฟชั่นสตรีทแบบลำลอง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะรวมถึงเสื้อยืดและสเวตเตอร์ขนาดใหญ่ กางเกงยีนส์ทรงหลวม หมวกเบสบอลและรองเท้าผ้าใบ เป็นเรื่องของการแสดงออกส่วนบุคคลและมักเรียกกันว่าเป็นการเคลื่อนไหวของผู้คน ไม่ได้ถูกผูกมัดด้วยกฎเกณฑ์ที่เข้มงวด และมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอยู่เสมอตามความสร้างสรรค์บนท้องถนน เป็นการแสดงถึงพลังเฉพาะในดนตรีและแฟชั่น ซึ่งเป็นการริเริ่มคำ วัฒนธรรมการริเริ่ม การริเริ่มแบรนด์ และการสร้างภาษา ของกลุ่มผู้บริโภค แต่สตรีทแวร์มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมย่อยของเมืองชั้นใน เช่นเดียวกับวัฒนธรรม สเก็ตบอร์ดและกระดานโต้คลื่น ประกอบด้วยลักษณะของแฟชั่นฮิปฮอป การเคลื่อนไหวของวัฒนธรรม สมัยนิยมและแฟชั่นชั้นสูงสมัยใหม่และเทรนด์แฟชั่นชั้นสูง (สันติชัย อารณศิริ 2564)

แฟชั่นจึงมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ อุตสาหกรรมสิ่งทอสร้างมลพิษต่อน้ำจืดเป็นลำดับที่สองของโลก และยังผลิตคาร์บอนไดออกไซด์ 1.2 พันล้านตันต่อปี สถิติพิสูจน์ให้เห็นว่าปัญหาด้านความยั่งยืนนั้นมีส่วนร่วมของสตรีทแวร์เพียงอย่างเดียว แต่โดยส่วนมากสตรีทแวร์ดังกล่าวกลับหลบในสายตาของสาธารณชนอย่างลับๆ ทั้งกับสื่อและกับผู้บริโภคในเรื่องผลกระทบที่เป็นอันตราย สิ่งแวดล้อมและค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคที่แนบมา ในช่วงเวลาที่ Supreme มีมูลค่ามากกว่า 1 พันล้านดอลลาร์ แบรินด์สตรีทแวร์ผลิตสินค้าที่แตกต่างกันมากถึง 350 รายการต่อปี สตรีทแวร์ไม่สามารถจัดว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เพิ่งเริ่มต้นได้อีกต่อไป เมื่อเสื้อยืดลายกราฟิก เสื้อสูทขนาดใหญ่ และเครื่องประดับธรรมดา ทั้งหมดมักผลิตด้วยวัสดุบริสุทธิ์ราคา ถูกกลายเป็นมาตรฐานเดียวสำหรับผู้ที่ต้องการสร้างแฟชั่นจากห้องนอน ในทางกลับกันความเกี่ยวข้องทางวัฒนธรรมที่กำหนดคุณค่าของสตรีทแวร์เหนือคุณค่าที่แท้จริงของวัสดุและแรงงาน เป็นผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม การเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจ ได้เปลี่ยนเสื้อผ้าแนวสตรีทให้กลายเป็นแฟชั่นที่รวดเร็วสำหรับกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งอัตลักษณ์นี้เกิดจากการบริโภคและนิยมแบบไม่สนใจทัศนคติและความเชื่อที่ขัดต่อวัฒนธรรมที่เคยยึดถือมาก่อน ท้ายที่สุดโมเดลธุรกิจที่ไม่ยั่งยืนซึ่งมีรากฐานมาจากการลดลงทุกสัปดาห์ ได้สนับสนุนวงจรการบริโภคที่ต้องการซื้อของในแต่ละสัปดาห์ และยังผลิตรูปแบบเสื้อผ้าออกมาอีกต่อไปในสัปดาห์ต่อมา ซึ่งกดดันให้ผู้บริโภคซื้ออีกครั้ง การขายหมดเป็นสัญญาณของสัปดาห์ที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ Streetwear กำลังกำหนดกระแสในหลายๆด้าน ดังนั้นหากผู้บริโภคเริ่มพูดถึงการเลือกบริโภคอย่างมีสติมากขึ้น ก็จะส่งผลต่อแนวคิดการเลือกซื้อสินค้าให้กับผู้คนจำนวนมาก อย่างไรก็ตามสตรีทแวร์จำนวนมากได้กลายเป็นแบรนด์ที่อนุรักษ์นิยม” Jacob Kampp Berliner ผู้ร่วมก่อตั้งและซีอีโอของ Soulland แบรนด์เสื้อผ้าแนวสตรีทของเดนมาร์กกล่าว คุณมาจากวัฒนธรรมที่คุณอยู่ตรงข้ามกับสังคม คุณก็เป็นส่วนสำคัญที่จะไม่เปลี่ยนแปลงโลกอีกต่อไป (Christopher Morency, มปป)

แนวคิด “Circular Design” หรือ “การออกแบบหมุนเวียน” ที่มีหลักการของการออกแบบหมุนเวียน เป็นการคิดทั้งระบบเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดของเสียตั้งแต่ต้นทาง โดยใช้หลักการออกแบบเข้ามาเป็นส่วนในการจัดระบบ การออกแบบหมุนเวียน เป็นแนวปฏิบัติที่แตกต่างออกไปจากการตลาดที่ค่อนข้างอึดตัว โดยหลักการของการออกแบบหมุนเวียนนั้นจะคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม 80% ป้องกันได้ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบ จนถึงเจ้าของธุรกิจ และนักออกแบบ และทุกคนในแวดวงอุตสาหกรรมล้วนเป็นส่วนร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมได้ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และการออกแบบระบบที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นการคิดทั้งระบบเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดของเสียตั้งแต่ต้นทาง การออกแบบช่วยเปลี่ยนโลกได้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ปัญหาขยะแฟชั่นที่

เกิดขึ้นทำให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ เช่น ธุรกิจให้เช่าเสื้อผ้าและขายต่อเสื้อผ้า หรือการขายเสื้อผ้ามือสอง กำลังเป็นธุรกิจที่มาแรง ตัวอย่างแบรนด์ เช่น RealReal, Rent the Runway, Depop, Thredup หรือแบรนด์กระเป๋า Freitag จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ที่โดดเด่นในเรื่องการใช้วัสดุรีไซเคิล โดยนำผ้าใบของรถบรรทุกมาเป็นวัตถุดิบในการทำกระเป๋า เป็นที่นิยมในหมู่เด็กวัยรุ่นและคนรักธรรมชาติ ก็แสดงตัวในเรื่องการมีส่วนร่วมรักษ์โลก มีการนำนโยบาย Circular Economy มาใช้

จากการสำรวจปัญหาดังกล่าวเศษเหลือทิ้งที่ได้จากกระบวนการทำเส้นใยตาล สามารถเพิ่มมูลค่าที่ไม่มีมูลค่าทำให้เกิดคุณค่าในด้านสิ่งทอแฟชั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าสิ่งเหลือทิ้งทางการเกษตรที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG โดยมีกลุ่มเป้าหมายเช่นเนี่ยลเจนเรชั่น หรือผู้ที่เกิดระหว่างปี 1992-1998s ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการแสดงจุดยืนที่ทำให้เห็นความชัดเจนด้านแฟชั่นสตรีทแวร์ ที่มีปริมาณความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีแนวโน้มในการเลือกซื้อแบรนด์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและทำให้เห็นถึงช่องว่างทางการตลาดที่ยังมีไม่มากในการแต่งกายสตรีทแวร์ โดยใช้แนวคิด การออกแบบหมุนเวียน ที่มีหลักการคิดทั้งระบบเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดของเสียตั้งแต่ต้นทาง โดยใช้หลักการออกแบบเข้ามาเป็นส่วนในการจัดระบบ การออกแบบหมุนเวียน เป็นแนวปฏิบัติที่แตกต่างออกไปจากการตลาดที่ค่อนข้างอึดตัว

1.2 ปัญหาการวิจัย

จะสามารถสร้างสรรค์แนวทางการออกแบบนวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกาย Streetwear จากเส้นใยตาลสำหรับกลุ่มเนี่ยลเจนเรชั่นภายใต้แนวคิดหมุนเวียนได้อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสิ่งทอเส้นใยตาล

1.3.2 เพื่อหาแนวทางการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกาย Streetwear จากนวัตกรรมสิ่งทอเส้นใยตาลด้วยแนวคิดหมุนเวียน

1.3.3 เพื่อหาแนวทางการสร้างมูลค่าสิ่งเหลือทิ้งทางการเกษตรด้วยแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกาย Streetwear จากนวัตกรรมสิ่งทอเส้นใยตาลสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเนี่ยลเจนเรชั่น

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตการวิจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย

การวิจัยในครั้งนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายจากนวัตกรรมเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเนี่ยลเจนเรชั่นที่มีอายุระหว่าง 23-30 ปี ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้วยแนวคิดออกแบบหมุนเวียน

1.4.2 ขอบเขตการวิจัยด้านวัสดุ และพื้นที่

การวิจัยในครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาข้อมูลด้านคุณลักษณะคุณสมบัติ และกระบวนการพัฒนานวัตกรรมเส้นใยตาล จากการลงพื้นที่แหล่งผลิตเชื้อตาลและสวนตาลในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี

1.4.3 ขอบเขตเครื่องแต่งกายบุรุษ

สไต้ล Streetwear

1.4.4 ขอบเขตกระแสนิยม

การศึกษาแนวโน้มทาง แฟชั่นในปี ค.ศ.2023

1.5 วิธีการดำเนินงาน

1.5.1 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1. ศึกษาแนวคิดการออกแบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพที่ได้วัสดุจากการเกษตร/ วัสดุคืบในท้องถิ่นมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ สูงสุดโดยใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่โดยใช้แนวคิดออกแบบหมุนเวียน

2. ศึกษาแนวคิดการออกแบบหมุนเวียนในทางแฟชั่น

3. ศึกษางานออกแบบสินค้าแฟชั่นและผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ จากเส้นใยธรรมชาติ

4. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีในการสร้างตราสินค้าแฟชั่น

1.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค

1. โดยการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเซเนนิเยลเจนเรชั่นที่ต้องการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม

2. โดยการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ใช้ในการวัดข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มเป้าหมายตัวอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงที่สามารถใช้ในงานออกแบบ

3. โดยการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ บทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกด้านการสร้างสรรค์สิ่งทอจากเส้นใยธรรมชาติ

4. โดยการหาคุณภาพแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ในการตรวจสอบการใช้ภาษาและความครอบคลุมของเนื้อหา

5. โดยการใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ได้แก่ ยอดรวมและค่าเฉลี่ยเลขคณิต

6. โดยวิธีการทำ Paper Doll Data Set

1.5.3 การสรุปแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายบุรุษ

1. สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากการศึกษาแนวคิด Circular Design ในรูปแบบต่างๆ เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบในการออกแบบ
2. สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากนวัตกรรมเส้นใยตาล
3. สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากกลุ่มเป้าหมาย กลุ่ม Zennials generation

1.5.4 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

สร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกาย Streetwear สำหรับกลุ่มผู้บริโภค Zennials generation ด้วยแนวคิด Circular Design รวมไปถึงการศึกษาแนวโน้มทาง แฟชั่นในปี ค.ศ.2023 และการสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ในการออกแบบ การขึ้นต้นแบบผ้าดิบ การทดลองเทคนิคและรายละเอียดตกแต่ง การเลือกใช้วัสดุ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์คอลเลคชั่นต้นแบบ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ได้แนวทางการสร้างมูลค่าสิ่งเหลือทิ้งทางการเกษตรจากนวัตกรรมเส้นใยตาล ด้วยแนวคิดออกแบบหมุนเวียนสำหรับกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่น

1.6.2 ได้แนวทางการสร้างสรรค์ราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษ จากนวัตกรรมเส้นใยตาล ด้วยแนวคิด Circular Design

1.7 คำสำคัญ

เส้นใยตาล

เป็นผลไม้ที่ได้จากการทำเกษตรกรรมหรือกระบวนการทำขนม มีลักษณะเป็นเส้นใยจำนวนมากมีความเหนียว ด้าน มีสีน้ำตาลอ่อน เส้นใยสามารถยึดเกาะกันได้ด้วยตัวเอง

สตรีทแวร์ (Streetwear)

เป็นคำที่คนทั่วไปใช้อธิบายการเลือกเสื้อผ้าที่เป็นไปตามวิถีชีวิต (Lifestyle) ที่เกิดจากความคิดที่เป็นอิสระ ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตคนเมือง หรือวัฒนธรรมคนเมืองที่เกิดโดยมีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย

เจนเนอเรชัน Z (Zennials generation)

กลุ่มคนเจนเนอเรชัน Z เริ่มต้นของกระแสวัฒนธรรมร่วมสมัยจากต่างชาติหรือคลื่นความสำเร็จในการเผยแพร่วัฒนธรรม ทั้งซีรีส์ ดนตรี K-Pop อาหารการกิน และยังคงโตมากับยุคแห่งวรรณกรรมเยาวชน สภาพแวดล้อมของคนเจนเนอเรชัน Z ต้องเผชิญความไม่มั่นคงและสับสนวุ่นวายของการเมืองทั้งความขัดแย้ง ไลฟ์สไตล์ของคนเจนเนอเรชัน Z เชี่ยวชาญและมีทักษะการสื่อสารบนโซเชียลมากที่สุด

ออกแบบหมุนเวียน (Circular Design)

การออกแบบหมุนเวียน ได้รับแรงบันดาลใจจากกระบวนการควบคุมและบริหารจัดการด้วยตนเอง โดยพิจารณาทั้งเวลาและวงจรชีวิตทั้งหมด สามารถมองไปไกลกว่าแบบจำลองการแยกขยะในปัจจุบัน แนวทางแบบหมุนเวียนมีจุดมุ่งหมายเพื่อกำหนดนิยามใหม่ของการเติบโต โดยค่อยๆ แยกกิจกรรมทางเศรษฐกิจออกจากการใช้ทรัพยากรที่จำกัด

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่ม เซนเนียลเจเนเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเอกสาร งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยมาเป็นแนวทางเพื่อประกอบในการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษากระบวนการแปรรูปสิ่งทอจากเส้นใยตาล (พื้นที่ทดลอง สวนต้นตาลจังหวัด เพชรบุรี)

ส่วนที่ 2 ศึกษาการนำสิ่งทอเส้นใยตาลมาใช้งานออกแบบ

ส่วนที่ 3 ศึกษากลุ่มเป้าหมายเซนเนียลเจเนเรชั่นที่

ส่วนที่ 4 ศึกษาเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์

ส่วนที่ 5 ศึกษาแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน Circular design

ส่วนที่ 6 ตราสินค้าแฟชั่น

ส่วนที่ 1 ศึกษากระบวนการแปรรูปสิ่งทอจากเส้นใยตาล (พื้นที่ทดลอง สวนต้นตาลจังหวัด เพชรบุรี)

1.1 ความเป็นมา ชนิดและประเภทของของต้นตาลโตนด

ตาลโตนดมีถิ่นกำเนิดทางฝั่งตะวันออกของอินเดียขยายไปสู่ศรีลังกา สหภาพเมียนมาร์ ไทย อินโดนีเซีย กัมพูชา จังหวัดที่พบได้มากในประเทศไทยจะมีจังหวัดเพชรบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม ส่วนภาคใต้จะพบได้มากที่อำเภอสติงพระ อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ตาลโตนดมีชื่อ วิทยาศาสตร์ว่า *Borassus flabellifer* จัดอยู่ในสกุล *Borassus* ชื่อสามัญ Palmyra Palm ตาลโตนด น่าจะมีการปลูกมาก่อนสมัยทวารวดี เพราะจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ พบว่า เมื่อประมาณ พุทธศตวรรษที่ 11-16 ได้มีตราประทับรูปคน ปีนต้นตาล แสดงว่าในสมัยนั้นได้รู้จักวิธีใช้ ประโยชน์จากต้นตาลแล้ว การแพร่กระจายของตาลโตนดนั้น สัตว์ก็มีส่วนในการแพร่กระจาย เนื่องจาก เวลาช้างกินเมล็ดตาลโตนด จะกลืนทั้งเมล็ด และช้างจะเดินทางไกลนับเป็นร้อยๆ กิโลเมตร ทำให้ตาลโตนดแพร่กระจายจากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่ง (สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี 2541)

ต้นตาลเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญกับวิถีชีวิตคนเมืองเพชรบุรีมานาน คนเมืองเพชรบุรีเรียนรู้และสืบทอดการใช้ประโยชน์จากต้นตาล จนเกิดเป็นภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนทุกรุ่นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้จังหวัดเพชรบุรีมีชื่อเสียงในฐานะเป็นแหล่งผลิตตาล โคนด เนื่องจากมีต้นตาลหนาแน่น และเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน เพชรบุรีเป็นเมืองที่เคยรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยโบราณ ทำให้เรื่องของวิถีชีวิตคนทำตาล โคนดเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่เดิมการแปรรูปตาล โคนดทำเพื่อบริโภคภายในครัวเรือน โดยใช้เวลานานหลังจากการทำกรเกษตร ซึ่งชาวบ้านในจังหวัดเพชรบุรีได้ใช้ประโยชน์จากการแปรรูปตาล โคนดเป็นจำนวนมาก เนื่องจากตาล โคนดเป็นส่วนผสมสำคัญในการทำอาหารและขนมหวานของเมืองเพชรบุรีที่มีชื่อเสียงและมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น จึงทำให้ส่งผลกระทบต่อภาวะปลูกตาล โคนด และยังเป็นพืชเศรษฐกิจอย่างมาก จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ตาล โคนดจึงมีความเกี่ยวข้องกับเมืองเพชรบุรี และวิถีชีวิตคนเพชรบุรี จนคนทั่วไปเรียกน้ำตาล โคนดที่มาจากจังหวัดเพชรบุรีว่า น้ำตาล โคนดเมืองเพชร ปัจจุบันจังหวัดเพชรบุรี มีต้นตาลที่ขึ้นทะเบียน รวม 358,556 ต้น เกษตรกร จำนวน 956 ราย ผลผลิตรวม 15,270 ตัน ปลูกมากที่สุดที่อำเภอบ้านลาด รองลงมา อำเภอเมือง และอำเภอเขาย้อย (สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี 2541)



ภาพที่ 1 สวนตาลลุงถนอม

ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

ลำต้น ตาลโตนดเป็นพีชลำต้น ขึ้นจากพื้นดินเพียงต้นเดียว ไม่มีการแตกหน่อ มีขนาดลำต้นใหญ่เส้นรอบวงประมาณ 2 - 4 ฟุต ผิวสีน้ำตาลลักษณะเป็นเส้นแข็งมีความสูงจากพื้นดินถึงยอดประมาณ 20-30 เมตร ต้นตาลจะเริ่มตั้งสะเกปหลังจาก ปลุกประมาณ 3-5 ปี มีความสูงประมาณ 1 เมตร และจะเพิ่มความสูงประมาณปีละ 30-40 เซนติเมตร และผลการประกวดต้นตาลที่สูงที่สุดในจังหวัดเพชรบุรี ปี 2550 ปรากฏว่าต้นที่สูงที่สุดอยู่ที่ตำบลโรงเข้ อำเภอบ้านลาด สูงถึง 37.22 เมตร และเป็นต้นที่ยังคงให้ผลผลิตอยู่



ภาพที่ 2 สวนตาลลุงนอม
ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

ใบ มีลักษณะยาวใหญ่เป็นรูปพัด ลักษณะของใบจะแตกจากจุดเดียว ขอบก้านใบจะมีหนามแข็ง มีแนวยาวคล้ายใบเลื่อย ใบตาลจะประกอบด้วยใบตาลประมาณ 25-40 ใบมีสีเขียวเข้มล้อมรอบเมื่อใบแก่จะเปลี่ยนสีน้ำตาลห้อยแนบกับลำต้น



ภาพที่ 3 ดอก
ที่มา : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาวิทยาเขตสมุทรสงคราม

ดอก ออกดอกเป็นช่อ ดอกตัวผู้และดอกตัวเมียแยกกันอยู่คนละต้น ช่อดอกตัวผู้จะมีลักษณะเป็นวงยาวประมาณ 30-40 เซนติเมตร โดยมีกระโปง ห่อหุ้มอยู่ ภายในกระโปงจะมีช่อดอกตัวผู้ประมาณ 3-5 ช่อ การออกของกระโปงจะออกเวียนรอบคอประมาณ 10-15 กระโปงต่อต้น ใน 1 ช่อดอก ประกอบด้วยดอกตัวผู้มากน้อยแล้วแต่ความสมบูรณ์ของช่อดอก ส่วนดอกตัวเมียจะออกจากกระโปงเหมือนกัน จะรู้ว่าเป็นดอกตัวผู้หรือดอกตัวเมีย เมื่อออกกระโปงแล้วเท่านั้น จากการสังเกตลักษณะของกระโปงพบว่าถ้ากระโปงปลายแหลมจะเป็นตัวผู้และถ้าผิวกระโปงมีลักษณะเป็นคลื่นๆ จะเป็นตัวเมีย ช่อดอกตัวเมียจะมีลักษณะเป็นทะลายมีผลตาลเล็กๆติดอยู่



ภาพที่ 4 ผลตาลสุข

ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

ผล ผลจะเกิดกับต้นตัวเมียเท่านั้น โดยจะออกเวียนรอบต้นตามกาบใบ คือ 1 กาบใบจะออก 1 กระโปงใน 1 ปีจะออกประมาณ 10-12 กระโปง ใน 1 กระโปง จะมีช่อดอก 1-3 ทะลาย และใน 1 ทะลายประกอบด้วยผลตาลอ่อนประมาณ 1-20 ผล และใน 1 ผลจะมี 2-4 เมล็ด โดยแบ่งส่วนประกอบของผลออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. เปลือกชั้นนอก ผิวเรียบเป็นมันเรียกว่า Exocarp
2. ส่วนที่เป็นเส้นใยเรียก Mesocarp

3. ส่วนที่เป็นกะลาแข็งหุ้มเมล็ดเรียกว่า Endocarp เมื่อผลตาลสุก จะมีกลิ่นหอม จากการศึกษาพบว่าเนื้อตาลสุกประกอบด้วยแป้งและน้ำตาลเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีส่วนผสมของแคโรทีนอยด์ซึ่งให้สีเหลือง ใช้แต่งสีขนมต่างๆ เช่น ขนมตาล ขนมเค้ก ขนมขี้หนูและไอศกรีม

พันธุ์ตาลโตนดที่นิยมปลูกมี 3 พันธุ์ด้วยกันคือ



ตาลไข่

ตาลหม้อ

ตาลผสม

ภาพที่ 5 พันธุ์ตาลโตนด

ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

1. ตาลหม้อ เป็นตาลที่มีลำต้นแข็งแรงถ้าดูจากลำต้นภายนอกไม่สามารถแยกได้ว่าเป็นตาลพันธุ์อะไร นอกจากต้นนั้นจะให้ผลแล้ว แบ่งออกเป็น

ตาลหม้อใหญ่ เป็นตาลที่ให้ผลใหญ่ ผิวดำมันเวลาแก่มีรอยขีดตามแนวยาวของผลเมล็ดหนา ใน 1 ผลจะมี 2-4 เมล็ด ใน 1 ทะลายจะมีประมาณ 1-10 ผล จะให้ผลเมื่ออายุการปลูก 10 ปีขึ้นไป ขึ้นอยู่กับความอุดมสมบูรณ์ของต้น

ตาลหม้อเล็ก ลักษณะคล้ายตาลหม้อใหญ่ ผลมีขนาดเล็กสีดำ ผลจะมีรอยขีดเมื่อแก่ ใน 1 ผล จะมี 2-4 เมล็ด ใน 1 ทะลาย จะมีประมาณ 1-20 ผล ไม่เป็นที่นิยมเนื่องจากเต้าตาลที่ได้จะมีขนาดเล็ก

2. ตาลไข่ ลำต้นแข็งแรง ลูกมีขนาดเล็กสีค่อนข้างเหลืองแบ่งออกเป็น 2 ชนิดด้วยกัน

ไข่เล็ก ลูกค่อนข้างเล็ก ใน 1 ทะลายจะมีผล 1-20 ผล เนื่องจากผลเล็กจึงทำให้เต้ามีขนาดเล็กตามไปด้วย จะให้ผลเมื่ออายุ 10 ปีขึ้นไป

ไข่ใหญ่ ผลมีขนาดใหญ่กว่าไข่เล็ก สีค่อนข้างเหลือง ใน 1 ทะลายจะมีผล 1-10 ผล เต้ามีขนาดใหญ่กว่าไข่เล็ก 1 ผลจะมี 2-3 เต้า จะให้ผลเมื่ออายุ 10 ปีขึ้นไป

3. ตาลพันธุ์ลูกผสม ลำต้นตรงใหญ่แข็งแรง ลูกค่อนข้างใหญ่เกือบเท่าตาลพันธุ์หม้อ สีดำผสมน้ำตาล (เหลืองดำ) ในผลจะมี 2-3 เต้า ให้ผลประมาณ 1-20 ผลต่อทะลายเป็นตาลที่มีจำนวนมากที่สุดในจังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่จะให้ผลเมื่ออายุ 10 ปีขึ้นไป

1.2 กระบวนการแปรรูปลูกตาลโตนด และเศษเหลือทิ้งจากเส้นใยตาล

ตาลโตนดเป็นพืชสารพัดประโยชน์อีกชนิดหนึ่ง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าทุกส่วนของตาลโตนดล้วนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งสิ้น อย่างแรกที่เราคุ้นเคยที่สุด คือ ตาลโตนดเป็นพืชให้น้ำหวานที่เรียกตามชื่อว่า “น้ำตาล” นั่นเอง นำสังเกตว่าคนไทยเรียก “น้ำตาล” ไม่เฉพาะน้ำหวานที่ได้จากต้นตาลโตนดเท่านั้นหากแต่ใช้เรียกน้ำหวานจากพืชอื่นๆด้วย ไม่ว่าจะจากอ้อย จากมะพร้าวก็ตามแสดงว่าแต่เดิมคนไทยรู้จักน้ำตาลจากต้นตาลโตนดก่อนพืชชนิดอื่น หรืออีกอย่างก็น้ำตาลโตนดเป็นน้ำตาลที่คนไทยนิยมมากที่สุดน้ำตาลโตนดได้จากช่อดอกของตาลตาลโตนด หรือที่เรียกว่า “วงตาล” ช่อดอกนี้มี ๒ ชนิด คือ ตัวผู้และตัวเมีย ซึ่งใช้ทำน้ำตาลได้ทั้งสองชนิดประโยชน์จากตาลโตนดที่ชาวไทยรู้จักดี ก็คือ

ผลของตาลโตนด นำมาประกอบอาหารได้หลายอย่าง ผลตาลอ่อน นำมาแกง เมล็ดในอ่อน (ลอนตาล) ใช้เป็นผลไม้หรือทำขนม เช่น ลอนตาลลอยแก้ว

เมล็ดแก่ นำมาแกะให้งอกแล้วผ่าจะได้อาหารตาล นิยมนำมาเชื่อม น้ำตาล ผลตาลสุก ใช้เนื้อทำขนมตาล ได้รสชาติมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ได้จากเขาตาล เพราะมีกลิ่น พิเศษ

ใบตาลอ่อน นำมาจักสานได้เช่นเดียวกับใบลาน เช่น ทำตะกร้า หมวก เสื้อ กระเป๋า พัด ฯลฯ เส้นใยแข็งบริเวณโคนใบใช้ทำแปรง ไม้กวาด เชือก เส้นใยจากผลแก่ก็ใช้ทำเชือกได้

ลำต้นตาลโตนด ลักษณะ กลมตรง อาจยาวถึง 40 เมตร แข็งแรงทนทานมาก นำมาใช้ประโยชน์ได้มากมาย เช่น ส่วนโคน ต้นนำมาขูดใช้เป็นเรือเรียกเรืออูโปง ลำต้นตัดขูดใส่กลางออกใช้ ทำท่อน้ำสะพาน กลอง เสา ไม้ใช้ก่อสร้างเครื่องใช้ต่างๆ เช่น ไม้เท้า แก้ว ใต้อะ ค้ำร่ม ไม้ตีพริก (สาก) กรอบรูป ฯลฯ

ใบแก่ ใช้ทำพัดขนาดใหญ่ที่เรียกว่า “ตาลปัตร” พระภิกษุในศรีในล้านสมุนไพร ชาวไทยใช้วงตาล (ช่อดอก) กินแก้ตาลขโมยในเด็ก แก้พิษตานซาง ขับพยาธิ

ในด้านสมุนไพร ชาวไทยใช้วงตาล (ช่อดอก) กินแก้ตาลขโมยในเด็ก แก้พิษตานซาง ขับพยาธิ

น้ำคั้นจากก้านใบสด ฆ่าไฟแก้ท้องร่วง แก้ปากเปื่อย ส่วนรากเป็นยาชูกำลัง ขับเลือด แก้พิษตานซาง

การแปรรูปจากต้นตาลโตนดสามารถใช้ได้หลากหลายขึ้นอยู่กับเวลาในการเก็บผลผลิตที่จะนำไปใช้ประโยชน์ โดยคนเพชรบุรีจะประกอบอาชีพจากการแปรรูปตาลโตนดด้วยกัน 4 รูปแบบ

1. การทำน้ำตาลสด ระยะเวลาที่เหมาะสมที่จะเก็บเกี่ยวน้ำตาลโตนอยู่ช่วงเดือนมกราคมจนถึงเดือนมิถุนายนจะเป็นช่วงที่ให้น้ำตาลที่มีปริมาณที่มาก

2. การแปรรูปน้ำตาลโตนค ช่วงเวลาในการเก็บเกี่ยวจะอยู่ช่วงเดือนเดียวกับการทำน้ำตาลสด เนื่องจากต้องใช้น้ำที่ออกจากวงตาลแต่แตกต่างกันที่กำมะวิธีในการแปรรูป

3. การทำเจตาล การทำเจตาลจะใช้ส่วนประกอบหลังจากการคั้นเอาเนื้อตาลสุกออกจนหมด จะเหลือเมล็ดตาลใช้เวลาในการเพาะ 45 วัน เพื่อให้มีเจตาลด้านในเมล็ดส่วนใหญ่จะนำไปทำเจตาลเชื่อมหรือเจตาลทอด

4. การแปรรูปเนื้อตาลสุก กระบวนการแปรรูปเนื้อตาลสุกมีขั้นตอนไม่ซับซ้อน โดยวิธีการคือหาผลลูกตาลสุกที่ตกจากต้นตาลแล้วนำมาปลอกเปลือกออกด้านในจะมีเนื้อตาลแล้วนำมาคั้นออกแล้วตากให้แห้งจะได้เนื้อตาลส่วนที่เหลือจากการคั้นเนื้อตาลจะมีส่วนที่เป็นไซตาลและเมล็ดตาลส่วนใหญ่เนื้อตาลที่ได้จะนำไปประกอบขนมลักษณะของเนื้อตาลที่ได้จะนุ่มสีเหลือง



ภาพที่ 6 ขั้นตอนการเอาเปลือกตาลสุกออก

ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 7 ขั้นตอนการยีสตาล

ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 8 เศษเหลือทิ้งจากตาลยี
ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 9 การฝังกลบ
ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 10 การเผา

ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

จากขั้นตอนศึกษากระบวนการแปรรูปที่ได้ผลผลิตจากการแปรรูปต้นตาลโตนดจะพบว่า ส่วนที่ไม่ได้นำกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์จะเป็นส่วนของเส้นใยที่เหลือจากการผลิตเนื้อตาลสุกจึงทำให้เกิดเป็น ขยะเหลือทิ้งจากการสัมพันธภาพ คุณป้าสมยา มิ่งเมือง เจ้าของแหล่งผลิตเนื้อตาล ได้ข้อมูลถึงกระบวนการเตรียมเนื้อตาลสุก โดยใช้ผลตาลสุกยีเนื้อตาลออกแล้วจะได้เนื้อตาลเพื่อไปจำหน่าย โดยการจำหน่ายจะอยู่ที่ กิโลกรัมละ 25-30 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนเมล็ดลูกตาลที่ได้จะนำไปขายเพื่อเพราะปลูต่อ ราคาอยู่ที่ 100 เมล็ด 50 บาท ปริมาณที่ได้จากการทำเชื้อตาลต่อวัน จะอยู่ที่ 10-20 กิโลกรัมต่อวัน ทำให้เศษเหลือทิ้งที่ได้จากผลผลิตในกระบวนการยีเนื้อตาลสุกมีเศษเหลือทิ้งเป็นจำนวนมากจากการสอบถามวิธีการกำจัดเส้นใยตาลที่เหลือทิ้งจะนำไปเผาทิ้ง หรือ ฝังกลบ ในบริเวณพื้นที่ในชุมชนจึงทำให้เกิดการสร้างมลพิษทางอากาศและยังส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม

1.3 คุณลักษณะ และคุณสมบัติของเส้นใยตาล

เส้นใยจากผลลูกตาล (Borassus Fruit Fiber) มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Borassus flabellifer* ซึ่งเป็นเส้นใยเซลลูโลสที่ได้จากการลอกเส้นใยที่อยู่ภายในผลของลูกตาลโตนดที่แก่เต็มที่แล้ว เส้นใยที่ได้มาจากลูกตาลจะมีสีน้ำตาลเข้ม และจะกลายเป็นสีเหลืองออกน้ำตาลเมื่อนำมาล้างด้วยน้ำ

เปล่า เส้นใยที่ลอกออกมาแล้วจะประกอบไปด้วย เส้นใยาว เส้นใยสั้น เส้นใยหยาบ และเส้นใยละเอียด และสังเกตเห็นเส้นใยมีความเรียบ

เส้นใยลูกตาลเป็นเส้นใยที่มีผนังเซลล์ลูโลสและลิกนิน ในปริมาณที่สูงซึ่งช่วยในการดูดซับ ทำให้เป็นตัวดูดซับน้ำและความชื้นได้ดีรวมทั้งมีผลทำให้เส้นใยมีความแข็งแรง สามารถทนต่อการย่อยด้วยกรดและด่างได้สูงเนื่องจากอิทธิพลของผนังเซลล์พืช



ภาพที่ 11 เส้นใยตาลเอาเยื่อออก
ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 12 เส้นใยตาลแห้ง
ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

1.4 การศึกษากระบวนการแปรรูปเส้นใยตาลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาเส้นใยจากผลของลูกตาลสุกพบว่าผู้บริโภคนำเนื้อจากผลตาลสุกไปใช้ประกอบอาหารแล้ว ส่วนที่เป็นเส้นใยจะถูกทิ้งไม่ได้มีการนำไปใช้ประโยชน์ จากการศึกษพบว่าเส้นใยตาลมีองค์ประกอบคือ ลินิน เซลลูโลส เฮมิเซลลูโลส มีปริมาณ เซลลูโลสสูง จึงได้ทำการทดลองโดยการนำเส้นใยตาลที่ได้มาทุบเพื่อสลายโครงสร้างของเส้นใยแล้วจึงนำไปต้มด้วยน้ำจืดได้ในอัตราส่วนที่เหมาะสมเป็นเวลา 3 ชั่วโมง เพื่อให้เส้นใยมีความนิ่มจึงจะนำไปสู่กระบวนการล้าง

ส่วนที่ 2 การศึกษาการนำเส้นใยตาลมาใช้ในงานออกแบบ

2.1 การศึกษากระบวนการแปรรูปเส้นใยธรรมชาติที่ทอผสมในกระบวนการทางงาน

หัตถกรรม

2.1.1 กระบวนการทอผ้าแบบเงินมือ

พื้นผิวของเส้นฝ้ายที่ดูไม่เรียบสม่ำเสมอ เลยไปถึงการทอ การลงน้ำหนักกระแทก พิมพ์ที่หนักแน่นต่างกันในแต่ละครั้ง ทำให้ฝ้ายเงินมือ ทอด้วยก็ ไม่เป็นระเบียบเนียนตรงเหมือนการทอด้วยเครื่องจักร แต่ละผืนคือ Limited Edition โปรดเสวน่หัดดึงดูใจให้หลงไหลและหลงรัก

จังหวัดเลยเคยชื่อว่าเป็นแหล่งปลูกฝ้ายแหล่งใหญ่ของประเทศ การเข้ามาของพืชเศรษฐกิจชนิดอื่น ทำให้พื้นที่ปลูกฝ้ายลดน้อยลง รวมถึงบ้านหนองบัวของเรา เพราะเมืองเลยมีอากาศหนาวเย็น ส่วนใหญ่จึงนิยมปลูกฝ้ายมาทอเป็นผ้าห่ม ทั้งแบบยัดไส้ฝ้ายและเป็นผืนธรรมดาเอาไว้ใช้เองในครัวเรือน เมื่อเริ่มทำโครงการเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน จึงร่วมกันค้นหาของดีที่เป็นจุดเด่นในด้านต่าง ๆ รวมถึงการทอผ้า ซึ่งมีทั้งฝ้ายขาว ฝ้ายเขียว ฝ้ายคู่ย

ฝ้ายคู่ย หรือ กระคู่ย ที่บ่มพุดถึง คือฝ้ายพันธุ์พื้นเมืองที่ให้ปุ๋ยฝ้ายสีน้ำตาลโดยธรรมชาติ คนเมืองเลยเรียกว่า “สีคู่ย” แยกตามสีได้ 2 สายพันธุ์ คู่ยน้อย ให้สีน้ำตาลอ่อน คู่ยใหญ่ ให้สีที่เข้มกว่า แต่ผลผลิตมีปริมาณน้อย การคิด อีว เช่นเป็นเส้นฝ้าย ทำยากกว่าฝ้ายขาว เมื่อเริ่มรื้อฟื้น เธอจึงชักชวนแม่ ๆ ยาย ๆ ที่ยังทอผ้าอยู่ประมาณ 10 หลังคาเรือน แต่เป็นการซื้อฝ้ายโรงงาน ย้อมสีเคมี ทอเป็นผ้าขาวม้าสีจืดจางส่งขาย มาล้อมวงคุยกันว่า เราจะลุยกันจริงจังไหม เมื่อทุกคนตอบตกลง จึงวางทิศทางและรูปแบบ ตั้งเป้าเป็น Green Product หันหลังให้สีเคมี ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาชุมชนของพวกเขา

ฝ้ายจะเริ่มปลูกในฤดูฝน ประมาณเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม เก็บผลผลิตช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ ของปีถัดมา แล้วจึงเริ่มต้นกระบวนการทอ การหาพันธุ์ฝ้ายมาปลูกในพื้นที่ จึงเน้นสายพันธุ์ดั้งเดิมในท้องถิ่น เพราะทนโรคและศัตรูพืชได้มากกว่าฝ้ายจากถิ่นอื่น

ปัจจุบันมีฝ้ายขาว ฝ้ายตุ่ย และฝ้ายเขียว ที่มีความนุ่มมากกว่า แต่ให้ผลผลิตน้อย การทำเป็นเส้นฝ้ายก็ยากกว่าชนิดอื่น ซึ่งชุมชนกำลังช่วยกันปลูกขยายพันธุ์ให้ได้ปริมาณมากขึ้น ยังมี “ฝ้ายตุ่ยจาง” ที่เกิดจากนำฝ้ายตุ่ยกับฝ้ายขาวมาปลูกในแปลงติดกัน เกิดการผสมเกสรข้ามสายพันธุ์ จนทำให้ฝ้ายตุ่ยลดความแข็งลง แต่ไม่ส่งผลต่อฝ้ายขาว ออกมาเป็นปุยฝ้ายสีครีมอ่อน



ภาพที่ 13 ฝ้าย

ที่มา : Art of Traveler

คนทำฝ้ายเงินมือส่วนใหญ่ มักจะนำเส้นฝ้ายไปแช่น้ำข้าว ให้เส้นฝ้ายเหนียว แข็ง ท่อง่าย บรรพบุรุษของบ้านหนองบัวก็ปลูกฝงลูกหลานมาในทฤษฎีเดียวกัน แต่ความตั้งใจที่อยากให้ผู้รับสัมผัสถึงความนุ่มตั้งแต่ครั้งแรกที่จับ การคิดนอกกรอบโดยไม่แช่น้ำข้าว แลกกับการพุ่งกระสวย กระแทกฟืม ที่ต้องประดิษฐ์ขึ้นมาใช้ เวลาทอดต่อผืนนานขึ้น คือความพิเศษของผ้าฝ้ายเงินมือบ้านหนองบัว ซึ่งแตกต่างจากที่อื่น



ภาพที่ 14 ฝ้าย

ที่มา : Art of Traveler

2.2 การศึกษากระบวนการแปรรูปเส้นใยในกระบวนการทางงานอุตสาหกรรม

2.2.1 กระบวนการทอผ้าแบบอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมสิ่งทอมีโครงสร้างอุตสาหกรรมค่อนข้างใหญ่ดังแสดงในรูปที่ 1 ดังนั้นเพื่อให้การจัดการพลังงานสามารถทำได้อย่างเป็นระบบเราจึงต้องแยกเจาะลงไปในแต่ละกลุ่ม บทความนี้จะเน้นการจัดการพลังงานใน อุตสาหกรรมทอผ้า ซึ่งมีอยู่กว่า 1,000 แห่ง และในจำนวนนี้กว่า 90%เป็น โรงงานขนาดกลางและเล็ก มีการจ้างงานกว่า 50,000 คน และ 80% ของการผลิตผ้าฝ้ายสำหรับใช้ภายในประเทศกระบวนการผลิตการทอผ้าคือการนำเส้นด้าย 2 ชุดมาสานกัน เส้นด้ายชุดแรกวางแนวยาวของผ้า เรียกว่า เส้นด้ายยืน (Warp) และเส้นด้ายชุดที่สองวางตามขวางของผ้าให้เกิดการขัดสานกับด้ายยืน เรียกว่าเส้นด้ายพุ่ง (Weft) การขัดกันระหว่างเส้นด้ายทั้ง 2 ชุด ทำให้ได้ผ้าฝ้ายที่มีโครงสร้างต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับลวดลายที่ต้องการ โดยแบ่งกระบวนการทอผ้าเป็นขั้นตอนหลักดังนี้

1. การย้อมสีเส้นด้าย (Yarn Dyeing & Drying)

การย้อมสีเส้นด้าย วัตถุประสงค์เพื่อย้อมสีเส้นด้ายที่ต้องการนำไปทอ เพื่อให้ผ้าทอมีลวดลายที่กำหนด หลังจากย้อมสีแล้วทำการอบแห้ง ก่อนนำไปกรอ

2. การกรอด้าย (Winding)

การกรอด้าย คล้ายกับการกรอด้าย กระบวนการปั่นด้าย แต่การกรอด้ายในกระบวนการทอ เป็นการกรอด้ายพุ่งและกรอด้ายยืน เพื่อเตรียมเส้นด้าย ให้เหมาะสมกับการนำไปสืบด้ายยืนและนำไปเป็นเส้นด้ายพุ่งสำหรับเครื่องทอผ้า

3. การสืบด้ายและลงแป้ (Wrapping & Sizing)

การสืบด้าย เป็นการนำเอาเส้นด้ายจากลูกด้าย มาวางเรียงอย่างเป็นระเบียบและมีจำนวนตามต้องการก่อนม้วนเก็บลงบีม เป็นการเตรียมด้ายยืนสำหรับทอผ้า

การลงแป้ ในการทอเส้นด้ายยืน จะเกิดการเสียดสี กับอุปกรณ์เครื่องทอและอาจทำให้เส้นด้ายขาด ดังนั้นจึงต้องลงแป้เส้นด้ายยืนเพื่อลดอัตราการขาดของเส้นด้าย โดยมอเตอร์ขับเคลื่อนลงแป้ให้เส้นด้ายเคลื่อนที่ผ่านอ่างแป้ แล้วจึงทำการอบแห้งให้แป้เคลือบบนเส้นด้าย โดยเส้นด้ายเคลื่อนที่แนบกับผิวลูกกลิ้งที่มีไอน้ำจ่ายภายในลูกกลิ้ง

4. การทอผ้า (Weaving)

การทอ การนำเส้นด้ายมาสานกัน โดยใช้เครื่องทอผ้าแบบไ้กระสวย หรือแบบกระสวย

2.3 สรุปผลการพัฒนาสิ่งทอเส้นใยตาลมาใช้ในงานออกแบบ

จากการศึกษาพบว่ากระบวนการทอผ้าเงินมือสามารถช่วยลดการเกิดพลังงานและมีความเป็นอัตรลักษณ์มากกว่ากระบวนการทอผ้าแบบอุตสาหกรรม เนื่องจากกระบวนการทอผ้าอุตสาหกรรมต้องใช้พลังงานในการผลิตที่สูงแล้วใช้ทรัพยากรวัสดุดีมาก จึงทำให้กระบวนการทอผ้าเงินมือมีคุณค่ามากกว่ากระบวนการอุตสาหกรรม กระบวนการทอผ้าเงินมือจะมีรูปแบบของพื้นผิวผ้าที่ไม่เหมือนกันเพราะขึ้นอยู่กับผู้ที่เป็นคนเงินและคนที่ทอ และยังช่วยส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีอาชีพและสืบสารขั้นตอนการทอผ้าเงินมือ และเพิ่ม โอกาสสร้างรายได้ให้กับชุมชน

ส่วนที่ 3 ศึกษากลุ่มเป้าหมายเซนเนียลเจเนเรชั่น

3.1 ความหมายของกลุ่มเซนเนียลเจเนเรชั่น และพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การจำแนกกลุ่มผู้บริโภคออกเป็นเจเนอเรชั่น (Generation) เพื่ออธิบายความแตกต่างของผู้บริโภคทั้งด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ หรือรวมไปถึงอารมณ์ความรู้สึก และทัศนคติของผู้บริโภคโดยการแบ่งตามช่วงปี เช่น เจเนอเรชั่น Y (หรือกลุ่ม Millennials) เกิดระหว่างปี 1980 – 1994 เป็นต้น อาจไม่เพียงพออีกต่อไป การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไม่สามารถบ่งบอกได้ว่าผู้คนที่เกิดอยู่ในยุคหรือช่วงเวลาเดียวกัน จะมีทัศนคติและพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถพูดได้แล้วว่าชาว Millennials ที่เกิดในปี 1980 จะสามารถเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีได้เร็วเท่ากับชาว Millennials ที่เกิดในปี 1994 เนื่องจากทั้งคู่เติบโตมาในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงและประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีที่มีความแตกต่างกันอย่างมาก ปัจจัยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมไปถึงวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั่วทุกมุมโลกได้สร้างกระแส แนวคิด และพฤติกรรมของผู้บริโภคหลาย ๆ อย่างให้เปลี่ยนแปลงและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

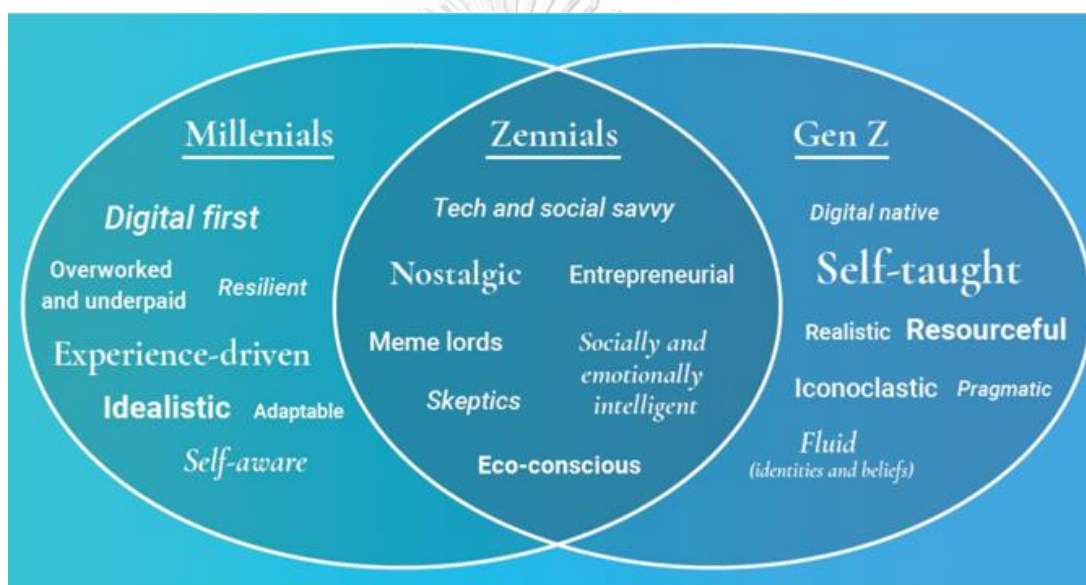
ปัจจัยเหล่านี้ได้ส่งผลให้เกิด ‘Micro-generation’ หรือที่เรียกว่ากลุ่ม ‘fringe’ หรือ ‘cusp’ กล่าวคือ ผู้บริโภคกลุ่มย่อย ที่ใช้ช่วงระยะห่าง 6 ปีในการจำแนก แทนแบบดั้งเดิมที่ใช้ระยะห่างการจำแนก 15 ปี ทำให้ธุรกิจหรือแบรนด์สินค้ามองเห็นวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคได้มากขึ้น รูปแบบการใช้จ่ายสินค้าที่เชื่อมโยงด้วยเทคโนโลยีอย่างไม่จำกัด และช่องทางออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทในการบริโภคสินค้าอย่างเต็มรูปแบบ จากการสอบถามผู้บริโภคจำนวน 100 คน ที่มีอายุระหว่าง 22-28 ปี ของ WGSN พบว่า กว่า 60% มุมมองว่าการจำแนกคนออกเป็นเจเนอเรชั่นในอนาคตควรจำแนกช่วงให้สั้นลง เพราะรู้สึกว่าตนเองมีพฤติกรรมและทัศนคติที่แตกต่างกับคนในเจเนอเรชั่น Y และเจเนอเรชั่น Z อย่างที่ได้ถูกจำแนกไว้ รวมไปถึงคิดว่า แรนด์สินค้าควรให้ความสำคัญถึงตัวตนมากกว่าการมองที่ปีเกิดของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว ดังนั้นการเข้าใจพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น จากการจำแนกเจเนอเรชั่นแบบใหม่นี้จะช่วยให้สามารถเปลี่ยนวิธีการตลาดผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ได้เชิงลึกมากยิ่งขึ้น

จากอดีตจนถึงปัจจุบันกลุ่ม Micro-generation ที่ทรงอิทธิพลที่สุดกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่ม 'Xennials' ที่เกิดระหว่างปี 1976 ถึง 1982 เป็นกลุ่มเจนเนอร์เรชันรอยต่อระหว่างชาว Xers กับ Millennials ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่ม micro-generation ที่โชคดีที่สุดของช่วงเจนเนอร์เรชันนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เกิดมาภายหลังอิทธิพลจากวิกฤติเศรษฐกิจครั้งใหญ่ของโลก (ในช่วงปลายทศวรรษที่ 1980) มีความสามารถในการปรับตัวในช่วงรอยต่อของเทคโนโลยีได้ดีเช่นเดียวกับกลุ่ม Millennials ชาว Xennials จะมีทัศนคติต่อโลกในแง่บวกมากกว่าชาว Xers รวมถึงมีอิทธิพลในการส่งต่อการมองโลกในเชิงบวกให้กับชาวมิลเลนเนียลอีกด้วย ถือว่าเป็นกลุ่ม micro-generation ที่มีลักษณะเฉพาะที่น่าสนใจเมื่อเทียบกับ micro-generation กลุ่มอื่น

การเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์สร้างความสงสัยใคร่รู้ชาวเซนเนียล (Zennials) ใช้เวลา 46 ชั่วโมงต่อสัปดาห์บนโซเชียลมีเดีย ซึ่งมากกว่าคนรุ่นมิลเลนเนียล 33% รวมถึงใช้เวลาอีก 8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์บน Youtube และ 85% ของชาวเซนเนียลเชื่อว่าเทคโนโลยีทำให้โลกน่าอยู่ขึ้น พวกเขามีโอกาสมากกว่าคนรุ่นมิลเลนเนียลหรือ Gen Z ที่จะใช้ฟีเจอร์ต่าง ๆ เช่น Stories, Live Video และ Theme Filters โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ Stories/IG Stories ซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายที่สุดในการแสดงความรู้สึกบนโซเชียลมีเดีย และมั่นใจได้ว่าจะไม่มีผลกระทบภายหลังเนื่องจากโพสต์นั้นจะหายไปภายใน 24 ชั่วโมง กิจกรรมยอดนิยมของชาว Zennials ได้แก่ การเล่นเกมวิดีโอ โดย 58% ของชาวเซนเนียลเล่นเกมวิดีโอเป็นประจำมากกว่าคนรุ่นมิลเลนเนียล (43%) และ Gen Z (55%) (กนกพร กลิ่นกลา 2563)

จุดเด่นที่อีกหนึ่งสิ่งที่เห็นได้อย่างเด่นชัดของกลุ่ม Zennials คือการให้คุณค่าและความสำคัญในความหลากหลาย จากรายงานของ Talk Shoppe ที่ได้สำรวจด้านเชื้อชาติและสีผิวของชาวเซนเนียลกว่า 300 คน พบว่า 55% เป็นคนผิวขาว และ 23% เป็นคนแอฟริกัน-อเมริกัน ซึ่งมีความหลากหลายกว่ากลุ่มมิลเลนเนียล และกว่าหนึ่งในสามรู้สึกถึงความหลากหลายเป็นลักษณะสำคัญที่จะกำหนดตัวตนพวกเขา สะท้อนให้เห็นผ่านกิจกรรมด้านสังคมต่างๆ หรือการเคลื่อนไหวด้านสังคมบนโซเชียลมีเดีย อย่างการสนับสนุนแคมเปญ #BlackLivesMatter และ #MeToo เป็นต้น และชาวเซนเนียลมักจะแสดงจุดยืนบนความเชื่อที่อยากจะพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นอย่างชัดเจน รวมถึงรู้สึกว่าตนเองมีความเป็นผู้ใหญ่มากกว่าที่จะจัดให้อยู่ในกลุ่มของคนรุ่น Gen Z แต่ในทางเดียวกันก็ยังไม่รู้สึกว่ามีความเป็นผู้ใหญ่พอที่จะถูกจำแนกให้เป็นคนในรุ่นมิลเลนเนียล

จากข้อมูลของเว็บไซต์ fullscreen.com ระบุว่า ชาว Zennials เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังการซื้อสูงถึง 622 พันล้านดอลลาร์ โดยจะใช้ไปกับสินค้าแฟชั่นและความงาม อาหาร และความบันเทิง ซึ่งมักจะเป็นผู้บริโภคกลุ่มแรก (Early Adopter) ที่ใช้สินค้าและแชร์ประสบการณ์การใช้งานสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter Instagram และ Pinterest นอกจากนี้กลุ่มผู้ที่มีชื่อเสียงบนสื่อโซเชียลมีเดีย หรือกลุ่ม Influencers จะมีอิทธิพลในการรับรู้ข้อมูลและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก โดยชาวเซเนเนียลจะติดตาม Influencers ที่มีชื่อเสียงโดยเฉลี่ย 24 คนรวมไปถึงจะติดตามแบรนด์ออนไลน์อีกหลายสิบแบรนด์ที่สนใจบนโซเชียลมีเดียส่วนตัว (ฐิติญาณ สนธิเกษตริน 2563)



ภาพที่ 15 Zennials Map
ที่มา : ฐิติญาณ สนธิเกษตริน. (2563). Zennials : เจเนอเรชันรอยต่อที่แบรนด์จำเป็นต้องรู้. คิด.
[ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566. จาก https://www.creativethailand.org/view/article-read?article_id=32629

3.2 รูปแบบการแต่งกายแฟชั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเซเนเนียลเจนเรชั่น

การเลือกซื้อของกำลังเกิดขึ้นผ่านเด็กเจนนี้เอง ที่สร้างอิทธิพลมาถึง โลกแฟชั่นยุคปัจจุบัน แต่เดิมเคยมีนั้หมายจะจับกลุ่มหนุ่มออฟฟิศใส่สูทผูกไท ให้เปลี่ยนเป็นการจับกลุ่มเด็กเจนใหม่ที่ยังศึกษา ทหาความรู้ในรั้วมหาวิทยาลัย หรือเป็นเด็กกลุ่มที่เพิ่งจบการศึกษาสดๆ ร้อนๆ โดยเด็กกลุ่มใหม่นี้มีแนวคิดความเชื่อที่แตกต่างจากคนเจนเก่าอย่างสิ้นเชิง โดยพวกเขามีอิสระในการทำงานมากขึ้นกว่าคนรุ่นเดิม ทั้งเรื่องเวลาการทำงานที่ยืดหยุ่นขึ้น หรือการแต่งตัวระหว่างการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปจนถึงกฎเกณฑ์ เช่น การสวมเสื้อยืดตัว กางเกงยีนส์ตัว สไต์ล์มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) หรือสตีฟ จ๊อบส์ (Steve Jobs) เป็นต้น แต่อีกหนึ่งเหตุผลที่ช่วยผลักดันให้แฟชั่นเด็กเจนซีมีหน้าตาเหมือนสิ่งที่เราเห็นๆ กันอยู่ในยุคปัจจุบัน คงเป็นการพัฒนาของ โลกโซเชียลมีเดียอย่างเฟซบุ๊ก และที่สำคัญคือแพลตฟอร์มดังอย่างอินสตาแกรม ที่ช่วยผลักดันรูปแบบการแต่งตัว สไต์ล์ลาลองของเด็กยุคใหม่ให้สอดคล้องติดเทรนด์กลายเป็นรูปแบบแฟชั่นแนวสตรีตแวร์ที่ปรากฏไปทั่วทุกมุมโลก



ภาพที่ 16 VETEMENTS

ที่มา : POP KAMPOL. (2562). จุดเริ่มต้นของโลกแฟชั่นยุคใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเด็ก Gen Z อย่างแท้จริง. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566. จาก

<https://www.gqthailand.com/style/article/how-gen-z-shaping-the-future-of-fashion>

เสื้อผ้าลำลองแนวโอเวอร์ไซส์ หรือการสวมรองเท้าส้นเก๋ๆ กลายเป็นเทรนด์ล่าสุดที่เด็กเจนซี ซึ่งครอบคลุมถึงเหล่าเจนวาย หรือเจนเอเรชั่นมิลเลนเนียลก็เลือกสวมใส่ จุดเริ่มต้นของวิธีการแต่งกายรูปแบบนี้มีศัพท์เทคนิคเรียกกันอย่างเป็นทางการว่า ‘สตรีตแวร์แฟชั่น’ โดยเทรนด์ดังกล่าวเริ่มต้นขึ้นพร้อมๆ กับการเกิดนักร้องแบบเสื้อทั้ง 3 คน อันได้แก่ ดีมนา กวาซาเลีย (Demna Gvasalia), เวอร์จิล แอ็บโลห์ (Virgil Abloh) และอเลสซานโดร ไมเคเล (Alessandro Michele) โดยกวาซาเลียเป็นเจ้าของแบรนด์ดังแนวสตรีทนาม เวตมองต์ (Vetements) และยังรับตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ให้แบรนด์หรูนาม บาลเลนเซียกา (Balenciaga) ในขณะที่แอ็บโลห์ก็เป็นเจ้าของแบรนด์ดังสายฮิปอย่าง Off-White และยังเป็นผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์แผนกเสื้อผ้าสุภาพบุรุษของแบรนด์หรูอย่างหลุยส์ วิตตอง (Louis Vuitton) ส่วนอเลสซานโดร ไมเคเลนั้น ก็รับหน้าที่ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์คนปัจจุบันให้กับแบรนด์หรูนาม กุชชี (Gucci)



ภาพที่ 17 นักออกแบบที่ส่งผลต่อสตรีตแวร์
ที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

กระแสการแต่งตัวแนวสตรีตแวร์ของเด็กเจนใหม่ขึ้นถึงขีดสุดพร้อมๆ กับการก้าวขึ้นสู่จุดสูงสุดของนักออกแบบทั้ง 3 คนนี้ โดยกวาซาเลียมีส่วนสำคัญในการผลักดันกระแสการแต่งตัวแนวบ้านๆ ซึ่งดูเบสิกติดดิน แต่สินค้าที่วางจำหน่ายกลับมีระดับราคาแบบไฮเอนด์ เช่น เสื้อที่เช็ดหรือสูดดีจากเวตมองต์ ซึ่งพิมพ์ลายตัวการ์ตูนบ๊อบบอ ที่มักจะมาพร้อมกับป้ายราคาขายไม่ต่ำกว่าสี่หรือห้าหมื่นบาท ซึ่งสิ่งนี้ช่วยสร้างจุดสนใจให้เกิดบทสนทนาเวลาคนใส่ถ่ายรูปลงอินสตาแกรม เป็นผลให้เกิดมีมล้อเลียนในแบบต่างๆ เช่น แต่งตัวเหมือนคนจนหรือคนจรจัด แต่จริงๆ กลับดูรวยมาก เพราะเสื้อผ้าที่ใส่นั้น โครตแพงระดับราคาหลักแสนบาท เป็นต้น

ธุรกิจแฟชั่นและความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม เจเนอเรชั่นซีและเจเนอเรชั่นมิลเลนเนียล นับเป็นกลุ่มผู้บริโภคแฟชั่นที่มีความสำคัญสูงสุดในขณะนี้ โดยคนสองกลุ่มนี้หากรวมจำนวนกันแล้ว เฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาประเทศเดียว จะมีตัวเลขเม็ดเงินมากมายถึงกว่า 350,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือมากถึงกว่า 10 ล้านล้านบาทเลยทีเดียว ทั้งนี้ จากการรายงานของ McKinsey & Company บริษัทที่ปรึกษาด้านการบริหารชั้นนำของโลกกล่าวว่า กลุ่มเจเนซีจะครองสัดส่วนการบริโภคในตลาดทั้งหมดคิดเป็นจำนวนมากถึง 40 เปอร์เซ็นต์ ในปี ค.ศ. 2020 ดังนั้นอัตราการเติบโตของตลาดเด็กกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมแฟชั่น และยังเป็นตัวกำหนดทิศทางเทรนด์ รวมถึงรูปแบบการตลาดด้านแฟชั่นที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอีกด้วย

เด็กยุคนี้คือกลุ่มเจเนอเรชั่นที่ถูกถ่ายภาพเยอะที่สุด เจสัน ดอร์เซย์ (Jason Dorsey) ผู้เชี่ยวชาญเรื่องเงินซีกด้าวในงาน TED x Talk และด้วยเหตุผลนี้เองที่พวกเขาเด็กเจเนซีจึงต้องการเสื้อผ้า หรือสิ่งของชิ้นใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อการใส่ถ่ายรูปโพสต์อวดเพื่อนๆ ในโลกอินเทอร์เน็ต ความเชื่อเช่นนี้ที่คอยผลักดันให้ยอดขายเสื้อผ้าของแบรนด์ไฮสตรีตในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาทั้ง H&M, Zara หรือ UNIQLO เติบโตอย่างก้าวกระโดด



ภาพที่ 18 CHARLES JEFFREY LOVERBOY/ MSGM/ LES HOMMES

ที่มา : POP KAMPOL. (2562). จุดเริ่มต้นของโลกแฟชั่นยุคใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเด็ก Gen Z อย่างแท้จริง. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566. จาก

<https://www.gqthailand.com/style/article/how-gen-z-shaping-the-future-of-fashion>

แต่ความน่าสนใจในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา คือกระแสข่าวเรื่องสิ่งแวดล้อมที่กำลังถูกทำลาย และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเรื่องอุตสาหกรรมแฟชั่นแนวไฮสตรีตในปัจจุบัน ที่เน้นผลิตเสื้อผ้าราคาถูกผ่านการผลิตที่แรงงาน และยังคงสร้างมลพิษมากมายในกระบวนการผลิตกับสิ่งแวดล้อม ข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ได้รับความสนใจอย่างยิ่งจากเด็กเจนซี และเด็กเจนมิลเลนเนียล กระแสความสนใจของเด็กทั้งสองกลุ่มนี้จึงช่วยผลักดันแบรนด์แฟชั่นมากมายทุกระดับ ตั้งแต่ระดับราคาถูกสุดไปจนถึงระดับไฮเอนด์ราคาแพง ที่ต้องหันมาเปลี่ยนแปลงโมเดลธุรกิจแฟชั่นที่มีอยู่เดิมให้สิ่งทอหรือวัสดุที่ถูกผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเพื่อดึงดูดเด็กเจนใหม่เหล่านี้ให้กลับมาซื้อสินค้า จะเห็นได้จากการเริ่มผลิตคอลเล็กชั่น Conscious ของ H&M ซึ่งใช้วัสดุรีไซเคิล หรือการประกาศเลิกใช้เฟอร์ขนสัตว์ เพื่อต่อต้านการทารุณสัตว์ในกลุ่มบริษัทเคอริง (Kering) เจ้าของแบรนด์กุชชี (Gucci) และแซงต์ โลรองต์ (Saint Laurent) เป็นต้น

ความสนใจและใส่ใจในสิ่งแวดล้อมที่เด็กเจนซีมีมากกว่าคนเจนก่อนหน้านี้นี้ ยังมีส่วนช่วยผลักดันธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นั่นคือธุรกิจการซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง หรือธุรกิจการเช่าเสื้อผ้าและสิ่งของแฟชั่น โดยรูปแบบธุรกิจดังกล่าวนี้นอกจากจะตอบโจทย์เด็กเจนซีที่ต้องการเสื้อผ้าชิ้นใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา พวกมันยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า เพราะพวกเขาสามารถซื้อหา และส่งต่อเสื้อผ้าชิ้นนั้นๆ ต่อเนื่องไปในระบบได้นานมากขึ้น สิ่งนี้ทำให้อายุการใช้งานของเสื้อหนึ่งชิ้นมีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น จึงคุ้มค่ากับทรัพยากรที่สูญเสียชีวิตลงในการผลิตสินค้าชิ้นนั้นๆ ไม่เหมือนกับสินค้าที่ถูกผลิต และถูกใส่เพียงครั้งเดียว แล้วจบชีวิตลงที่ถังขยะ



ภาพที่ 19 H&M Conscious

ที่มา : AIMEE PEARCY. (2561). H&M greenwashing is 'disguising the reality' of fast fashion.

[ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566. จาก <https://www.bigissue.com/news/environment/hm-greenwashing-is-disguising-the-reality-of-fast-fashion/>

เทรนด์สินค้ามือสอง และการแลกเปลี่ยนชื่อมาขายไปของเด็กเจนใหม่ จึงช่วยให้เกิดเว็บไซต์ขายของดังที่เห็นมากมายในปัจจุบัน ที่สามารถทำเงินได้อย่างมหาศาลจากธุรกิจรูปแบบดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็น Vestiaire Collective, The RealReal หรือเว็บฯ ดังขอดีที่เน้นเจาะกลุ่มสินค้าผู้ชาย โดยเฉพาะนาม Grailed ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2021 จะสามารถทำเงินได้มากถึง 33,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 1,000 ล้านบาท ตลาดสินค้ามือสองจึงมีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน แดมการเสฟสินค้ามือสองยังเป็นหนึ่งในวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ถึงแม้ว่ามันอาจไม่ใช่โมเดลที่เป็นมิตรกับอุตสาหกรรมแฟชั่นมากนัก เพราะนั่นหมายถึงผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องซื้อของใหม่อยู่ตลอดเวลาตัวเอง

นอกจากลักษณะการผสมผสานงานเทเลอร์ริงและสตรีตแวร์เข้าด้วยกันแล้ว อีกหนึ่งเทรนด์ที่น่าสนใจไม่แพ้กัน และคิดว่าเด็กรุ่นใหม่จะเริ่มผลักดันให้เป็นเทรนด์หลัก คือการผสมผสานการแต่งกายในแบบเสื้อผ้าผู้ชายและเสื้อผ้าผู้หญิงเข้าด้วยกัน ดังที่เห็นได้จากแบรนด์กูชชี ที่เริ่มผลิตเสื้อผ้าซึ่งดูกำกวมสามารถใส่ได้ทั้งชายหญิง หรือการนำเสนอแบบเสื้อเท่ๆ ที่หากมองอย่างผิวเผินก็ช่างดูแมนเหลือเกิน แต่แท้จริงกลับเป็นการผสมผสานโครงสร้างการทำเสื้อผู้หญิงอย่างแบรนด์เวอร์ซาเซ่ (Versace) ที่นำเสื้อผ้าไหมสายเดี่ยวตกแต่งลูกไม้มาให้ผู้ชายใส่คู่กับเสื้อยืดคอกลม หรือแบบเสื้อจากเซลิน ที่เป็นกางเกงขาม้าทรงลึบ ประคบคู่แจ็กเก็ตตัวสั้น ซึ่งทั้งหมดที่เห็นนี้เป็นการพัฒนาแบบและโครงสร้างเสื้อผ้าที่พัฒนามาจากเสื้อผ้าผู้หญิงเกือบทั้งหมด (POP KAMPOL 2562)

3.3 สรุปแนวทางการแต่งกายของกลุ่มเจนเนอเรชันที่สนใจแฟชั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กลุ่มเจนเออเรชันซีและเจนเออเรชันมิลเลนเนียล เกิดมากับโลกดิจิทัลซึ่งมาพร้อมกับความสามารถในการเชื่อมต่อกับโลกออนไลน์ตลอดเวลาดังนั้นชาวเจนเออเรชันซี จึงมีความคิดเห็นและกระแสเทรนด์ต่างๆ บนโลกโซเชียลเป็นอย่างมาก รวมถึงเทรนด์แฟชั่นและการแต่งตัวด้วย โดยส่วนมากจะชอบเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จากร้านดังใน IG ซึ่งมีเทรนด์แฟชั่นที่แตกต่างแต่เป็นที่นิยมในโลกโซเชียลแทน และการส่งต่อเสื้อผ้าหรือสรรหาเสื้อผ้ามือสองจากร้านอินดีมาใส่ก็ไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่แต่กลับเป็นเทรนด์ยอดฮิตของกลุ่มเจนเออเรชันซีเป็นต้น

เทรนด์การแต่งตัวของกลุ่มเจนเออเรชันซีนั้น มีอิทธิพลต่อวงการแฟชั่น ไม่ว่าจะเป็นในระดับ Fast Fashion หรือในระดับ High Fashion อย่างมาก โดยสไตล์ของกลุ่มเจนเออเรชันซีจะโดดเด่นด้วยความคิดสร้างสรรค์และสีสันสดใส มีการการผสมผสานระหว่างแฟชั่นสมัยช่วงต้นปี 2000 กับสีสันสนุกๆ จากยุคโมเดิร์นและที่สำคัญกลุ่มเจนเออเรชันซีสนุกสนานกับการแต่งตัวโดยไม่กลัวที่จะแตกต่าง

ส่วนที่ 4 การศึกษาแนวทางสตรีทแฟชั่น

street fashion มีที่มาจากเมือง London ในช่วงยุคปี 60 เพราะที่นี้ไม่มีห้องเสื้อชั้นสูง หรือที่เรียก Haute Couture เนื่องจากโครงสร้างของประชากรในประเทศอังกฤษนั้น สามารถแบ่งชั้นของประชากรได้ด้วยระบบภาษี จึงทำให้คนชนชั้นกลางเป็นประชากรหลักของประเทศ และมีคนชั้นล่าง (หรือคนรายได้น้อยกว่าเกณฑ์) บ้างเล็กน้อย ส่วนชนชั้นสูงนั้น ไม่ต้องพูดถึงเพราะมีน้อยมาก ผู้คนส่วนใหญ่เลยค่อนข้างมีวิถีชีวิตในระดับที่ไม่ได้แตกต่างกันมากนัก เมื่อคนชั้นสูงมีน้อย ก็ทำให้วิถีชีวิตแฟชั่นแบบคนชั้น Aristocrat (ขุนนาง) ไม่ได้เป็นแบบแผนให้คนทั่วประเทศปฏิบัติตาม คนชนชั้นกลางจำนวนมากจึงได้มีบทบาทในการแสดงออกทางแฟชั่น และเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ของชาวอังกฤษในเรื่องรสนิยมด้านแฟชั่น ประกอบกับนโยบายผลิตประชากร ในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้เกิดปรากฏการณ์ baby boom เกิดหนุ่มสาววัยรุ่นยุค 60's มากมายที่ไม่มีกำลังซื้อแฟชั่นหรูหรา ซึ่งช่วงนั้นจะได้รับความอิทธิพลจาก Haute Couture ของฝรั่งเศส ทำให้แฟชั่นยุคนั้นจะดูไฮโซ เป็นงาน Exclusive ชาวบ้านรุ่มร่าม จับแคปรตึเกิ้ลดแยกย้าย เอวคอด ออกตั้งชั้น ด้วยสแตยร์ริคหน้าท้อง ทำให้วัยรุ่นยุคเบบี้บูมก่อนปฏิริยาปฏิเศรแฟชั่นชั้นสูงเหล่านั้น เพราะใส่แล้วทำให้ดูสูงวัย ทำให้ทุกคนปฏิเสธความหรูหรา ปฏิเสธเรือนร่างแบบเอวคอด ออกชั้นสะ โทกผาย มาสู่เรือนร่างแบบใหม่ ออกแพบ ไม่นั่นเอว เน้นสะ โทก ตัวพอม เป็นเรือนร่างแบบเต็ๆ ที่ยังไม่ค่อยมีทรวดทรง ซึ่ง icon คนสำคัญในยุคนั้นคือ Twiggy

4.1 ความหมายและประวัติความเป็นมาเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์

Streetwear เป็นแฟชั่นที่มีจุดเริ่มต้นมาจาก Sub-cultures เป็นสไตล์ที่สวมใส่เพื่อเน้นความสะดวกสบาย และมีรากฐานมาจากวงการ Skateboard, Surf, Hip Hop, Graffiti ที่วัยรุ่นในนิวยอร์กใส่ เมื่อแฟชั่นสตรีทของคนเฉพาะกลุ่ม ได้รับความนิยมนมากขึ้นเรื่อย ๆ ประกอบกับการที่ทีเชเนอร์จากแบรนด์ชั้นนำ รวมถึงคนมีชื่อเสียงในวงการกีฬา รวมถึงนักร้อง Hip Hop, Rapper เลือกแต่งตัวสไตล์นี้ จึงเป็นการผลักดันให้สตรีทแวร์กลายเป็นแฟชั่นกระแสหลัก

สตรีทแวร์ (Streetwear) มักหมายถึงเครื่องแต่งกายซึ่งมีลักษณะแบบลำลอง (Casual) สวมใส่ง่ายเคลื่อนไหวสะดวก (Athleisure) และมีขนาดใหญ่กว่าตัว (Oversize) โดยมีเอกลักษณ์คือการแต่งกายเพื่อแสดงออกถึงความเป็นปัจเจกบุคคลและแสดงทัศนคติของผู้สวมใส่ (ชไมพร สุสรวิสัย and อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์ 2561)

จากการศึกษา Streetwear เริ่มมีอิทธิพลในช่วง 70s ต้น 80s นาย Shawn Stussy ผู้เป็นทั้ง Designer, Surfer และยังทำ Surfboard และ Skateboard ขาย ถือเป็นคนแรกๆที่เริ่มออกแบบเสื้อผ้า ยืดขายไปพร้อมๆกันกับสินค้าอื่นๆ โดยเริ่มต้นจากการพิมพ์โลโก้ สตัสซี่ แบบเดียวกับที่ใช้บนแผ่น boards ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก และเริ่มมีผู้คนให้ความสนใจมากขึ้น ก่อนจะแทรกซึมเข้าไปในวงการ Sport wears เช่น Nike ที่จับคู่กับ Michael Jordan ทำให้เสื้อ Jersey และรองเท้าบาส กลายเป็น Streetwear จุดที่ทำให้แบรนด์นี้ดังมากขึ้นในช่วงปี 80s – 90s สินค้าได้กระจายไปสู่กีฬา ชนิดอื่นๆในช่วงปลาย 90s (คนอายุ 30 ขึ้นน่าจะจำได้ สมัยนั้นทุกคนใส่รองเท้าบาสเท้าๆ กันหมด) จาก Sport wears ส่งต่อไปสู่วงการเพลง Hip Hop หรือที่เราเรียกว่า Bling Bling culture ทันทีที่ MTV นำพาเพลง Hip Hop ให้เข้าถึงคนได้ทั่วโลก แบรนด์เนมชั้นนำก็เริ่มเอาตัวเองเข้าไปแปะไว้ใน MV และเริ่มออกแบบเสื้อผ้าที่นักร้อง Rapper สวมใส่ (CHAIPOHN AUGUST, 2558)



ภาพที่ 20 Stussy

ที่มา CHAIPOHN AUGUST. (2558). Streetwear แฟชั่นที่เริ่มจาก Sub-Cultures สู่ Mainstream.

[ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566. จาก <https://www.unlockmen.com/japanese-denim>

การแต่งตัวแนว Street ก่อนข้างจะกว้างและไม่มีคำว่าถูกผิด เน้นการแต่งตัวสบายๆ หลวมๆ มีลวดลายไม่ว่าจะเป็น logo หรือประโยคเจ๋บๆเด่นชัด เช่นหมวก, แจ็คเก็ต แต่ Concept ของ Streetwear จริงๆแล้วเป็นการแสดงออกถึงความคิดต่างๆของแต่ละบุคคล (Self Expression) ที่แตกต่างกันตามแต่ละยุคสมัย ทำให้คำว่า Streetwear ค่อยๆซึมซับเอาความเปลี่ยนแปลงของสังคม เข้าไปด้วย ถึงกระนั้นตัวตนของ Streetwear ก็ยังคงมีความชัดเจน บางครั้งก็เป็นการสื่อความหมาย ที่รุนแรงจนเกินงาม โดยเฉพาะเมื่อมีการเมืองและสังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง ด้วยความเสรีและเป็นอีกช่องทางในการแสดงออกของแต่ละบุคคลนี้เอง Streetwear จึงถูกคนใน Sub-cultures ต่างๆนำไป ปรับใช้กันอย่างรวดเร็ว กระทั่งกระจายไปสู่แฟชั่นในวงการกีฬาและแฟชั่น แปรนดัดขึ้นมา กลายมาเป็น Mainstream ในที่สุด

4.2 รูปแบบของเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ตลาดสินค้าไทยในปัจจุบัน

กระแสนิยมของแฟชั่นสไตล์สตรีทแวร์ในไทย ได้รับอิทธิพลมาจากต่างชาติ แล้วค่อยปรับ การเลือกเสื้อผ้าให้เข้ากับสภาพอากาศของประเทศไทย แฟชั่นไทยเมื่อ 10 ปีก่อน เป็นช่วงที่รับ อิทธิพลจากประเทศเกาหลีจึงทำให้สไตล์สตรีทแวร์เข้ามาด้วยเช่นกัน แต่ในเรื่องแบรนด์ที่ได้มีการ ผสมกันทั้งของฝั่งอเมริกา ยุโรปและเอเชีย รวมถึงแบรนด์สตรีทของไทยเอง เช่น KH editions, Long goy, Renim project เป็นต้น



ภาพที่ 21 KH EDITIONS หัตถศิลป์ไทยร่วมสมัย

ที่มา Brand Age Online. (2562). KH EDITIONS แฟชั่นเสื้อผ้าหัตถศิลป์ไทย ร่วมสมัยและยั่งยืน.

คิด. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566. จาก [https://www.brandage.com/article/27103/NIA-](https://www.brandage.com/article/27103/NIA-KH-EDITIONS)

KH-EDITIONS



ภาพที่ 22 THA! TURBO COLLECTION

ที่มา KH EDITIONS. (2563). KH EDITIONS. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก <https://www.facebook.com/kheditons>



ภาพที่ 23 THE MOVEMENT PROJECT

ที่มา KH EDITIONS. (2563). KH EDITIONS. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก <https://www.facebook.com/kheditons>



ภาพที่ 24 ลองกอย1

ที่มา มณีนุช บุญเรือง. (2561). สุทธิดา อุ่นจิต. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.
จาก <https://readthecloud.co/local-longgoy>



ภาพที่ 25 ลองกอย2

ที่มา มณีนุช บุญเรือง. (2561). สุทธิดา อุ่นจิต. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.
จาก <https://readthecloud.co/local-longgoy>



ภาพที่ 26 Renim project1

ที่มา Renim project. (2566). ทรงวุฒิ ทองทั่ว. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก <https://www.renimproject.com/>



ภาพที่ 27 Renim project2

ที่มา Renim project. (2566). ทรงวุฒิ ทองทั่ว. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก <https://www.renimproject.com/>

จึงทำให้แบรนด์สตรีทแวร์เป็นที่นิยมเพราะไม่มีนิยามตายตัวและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามกระแสและสังคม ทำให้สามารถพบเห็นได้ตามท้องถนน เสื้อยืด กางเกงยีนส์ รองเท้าผ้าใบ แต่คนทั่วไปกลับคิดว่าสตรีทแวร์คือการแต่งตัวแนวฮิปฮอป นั่นก็คือหนึ่งในสตรีทแวร์ เพราะสตรีทแวร์ไม่มีแนวตายตัว ในไทยแฟชั่นแนวนี้มีมานานแล้ว เพราะเป็นแนวแต่งตัวที่สบายๆ และไม่ยึดติดกับเสื้อผ้าราคาแพง และแบรนด์ดังมากนัก แต่ความนิยมก็ลดลงไปตามแฟชั่นที่เข้ามา เหลือเพียงคนที่ชอบแนวสตรีทแวร์จริงๆ ที่ยังแต่งตัวแนวนี้อยู่ และเมื่อประมาณกลางปี พ.ศ.2555 ที่แฟชั่นสตรีทแวร์กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง สังเกตได้จากร้านขายของแนวแฟชั่นสตรีทแวร์ในย่านสยามสแควร์ที่เพิ่มมากขึ้น

4.3 การวิเคราะห์ค่านิยมและทัศนคติการบริโภคเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์

street fashion สามารถแบ่งชั้นของประชากรได้ด้วยระบบภาษี จึงทำให้คนชนชั้นกลางเป็นประชากรหลักของประเทศ และมีคนชั้นล่าง จึงทำให้คนชนชั้นกลางจำนวนมากได้มีบทบาทในการแสดงออกทางแฟชั่น และเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ในเรื่องรสนิยมด้านแฟชั่น ด้วยเหตุนี้แฟชั่นที่มีจุดเริ่มต้นมาจาก Sub-cultures เป็นสไตล์ที่สวมใส่เพื่อเน้นความสะดวกสบาย และมีรากฐานมาจากวงการ Skateboard, Surf, Hip Hop, Graffiti เมื่อแฟชั่นสตรีทของคนเฉพาะกลุ่ม ได้รับความนิยมมากขึ้น สตรีทแวร์มักหมายถึงเครื่องแต่งกายซึ่งมีลักษณะแบบลำลอง (Casual) สวมใส่ง่าย เคลื่อนไหวสะดวก และมีขนาดใหญ่กว่าตัว (Oversize) โดยมีเอกลักษณ์คือการแต่งกายเพื่อแสดงออกถึงความเป็นปัจเจกบุคคลและแสดงทัศนคติของผู้สวมใส่ ทำให้กระแสนิยมของแฟชั่นสไตล์สตรีทแวร์ต่างชาติได้รับอิทธิพลเข้ามาให้ไทยและประเทศต่างๆ จึงทำให้เกิดการปรับหรือเลือกเสื้อผ้าให้เข้ากับสภาพอากาศของประเทศไทย

ส่วนที่ 5 การศึกษาการนำเส้นใยตาลมาใช้ในงานออกแบบหมุนเวียน

5.1 ความหมายและความสำคัญของแนวคิดแฟชั่นหมุนเวียน (Circular Fashion)

แนวโน้มรูปแบบของเศรษฐกิจโลกกำลังเปลี่ยนไปจากเดิมที่เป็น Linear Economy คือ นำวัตถุดิบใหม่เพื่อทำการผลิตหลังจากใช้งานแล้วจะนำไปทิ้งทำลาย (Make Use Dispose) ซึ่งเป็นเศรษฐกิจแบบทางเดียว ให้กลายเป็น Circular economy หรือระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นการออกแบบเศรษฐกิจให้หมุนเวียนเป็นวงจรไม่รู้จบ หลักการของระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนนั้นกว้างกว่าเพียงการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ (recycle) แต่เป็นแนวคิดแบบองค์รวมที่ครอบคลุมหลักการสำคัญ 3 ข้อ คือ 1) ออกแบบสินค้าและบริการที่เน้นการรักษาต้นทุนด้าน

ทรัพยากรธรรมชาติ 2) เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการหมุนเวียนวัตถุดิบ และสินค้า และ 3) ลดการเกิดของเสีย และผลกระทบเชิงลบ (negative externalities) ต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด (เอกพงศ์ อินเกื้อ, 2565)



ภาพที่ 28 circular economy และ linear economy

ที่มา: **Circular Economy** พัฒนาเศรษฐกิจได้ด้วยการหมุนเวียนอย่างยั่งยืน. (2563) [ออนไลน์].

เมื่อนำารูปแบบของเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่น จึงเรียกว่า “Circular Fashion” ซึ่งได้รับความสนใจจากแบรนด์ต่างๆ มากมาย ในส่วนของผู้บริโภคก็ให้ความสนใจเช่นกัน ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับในเรื่องของ Circular Fashion มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น

แนวทางการพัฒนาสู่ Circular Fashion

ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) มีความแตกต่างจากระบบเศรษฐกิจแบบเดิม (linear economy) 3 ด้าน ได้แก่

1) ที่มาของวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิต ในระบบเดิมนั้นวัตถุดิบหรือทรัพยากรจะเป็นของใหม่ แต่ในระบบเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ของเหลือ หรือขยะก็เป็นแหล่งที่มาของวัตถุดิบหรือทรัพยากรได้ ดังนั้นการออกแบบ (Circular design) และการเลือกใช้เทคโนโลยีจึงมีส่วนสำคัญมากที่จะทำให้ทรัพยากรสามารถนำกลับเข้ามาในระบบ (Take-Back system) และสามารถคงมูลค่าของวัตถุดิบหรือทรัพยากรไว้ในระบบให้นานที่สุด

2) โมเดลธุรกิจ จากเดิมผู้บริโภคนจะเป็นผู้ซื้อเพียงอย่างเดียว แต่ในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ผู้บริโภคจะเป็นผู้ถือครองทรัพยากรที่สามารถนำไปผลิตของได้ใหม่ ฉะนั้นภาคธุรกิจจึงต้องออกแบบโมเดลธุรกิจใหม่ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าส่งคืนสินค้าเพื่อที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบหรือทรัพยากรในการผลิตใหม่ เช่น การนำผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามาให้บริการในรูปแบบการเช่าหรือ “การจ่ายเมื่อใช้งาน” (pay-for-use) แทนการซื้อขาด ทำให้ผู้ผลิตสามารถนำเอาผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งานแล้วกลับมาเป็นวัตถุดิบตั้งต้นได้

3) วิสัยทัศน์ด้านความยั่งยืน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้ธุรกิจในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนอยู่รอดได้ วิสัยทัศน์ในด้านความยั่งยืนนี้จะต้องแสดงให้เห็นถึงการแก้ปัญหาทรัพยากรขยะ และขีดจำกัดของธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัญหาที่ทำให้ระบบเศรษฐกิจแบบเดิมไม่มีประสิทธิภาพ

แนวทางทั้ง 3 ด้านนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่น และเป็นจุดขายที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคกระแสรักษ์สิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยได้ให้ความสำคัญและเริ่มต้นตัวในเรื่อง Circular Fashion มากขึ้น เช่น แบรนด์รองเท้า ทะเลจร (Tlejourn) จากปัตตานี ที่นำขยะจากทะเลมาผลิตเป็นรองเท้า รวมถึงมีโครงการจากบริษัทยักษ์ใหญ่ เช่น SCG ปตท. ที่มีการสนับสนุนให้พัฒนาสินค้าสิ่งทอ เช่น เสื้อ T-shirt จากขวดพลาสติกหรือขยะในทะเล รวมถึงภาครัฐก็ให้ความสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น กระทรวงอุตสาหกรรมมีความร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จัดทำโครงการ “B L I S S” Project เพื่อผลักดันแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน นำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนต่อไป (จุฑามาศ โภเมนไทย 2564)

5.2 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีออกแบบยั่งยืน (Sustainable Fashion)

ในสถานการณ์ปัจจุบัน แนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน มีอิทธิพลต่อวงการออกแบบในระดับสากลเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นสถาปัตยกรรม การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบเครื่องแต่งกาย เป็นต้น แม้กระทั่งการพัฒนาหรือทิศทางการดำเนินงานขององค์กรในทุกระดับล้วนให้ความสำคัญกับแนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนทั้งสิ้น ถือเป็นกระแสหลักของโลก นักออกแบบควรเข้าใจ และตระหนักถึงหลักการออกแบบอย่างยั่งยืน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างแนวความคิดหรือแนวทางในการออกแบบต่อไป

Sustainable ได้กลายเป็น “หัวใจหลัก” ของการ Design และการสร้าง “แบรนด์” ที่มีพลังอย่างสูง ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวม โดยเราสามารถจัดกลุ่มของ Sustainable Design ออกเป็น 3 หมวดหมู่ ดังนี้

1. การเลือกใช้ทรัพยากร Low-impact Materials หมายถึง การรู้จักที่จะเลือกใช้ทรัพยากรที่ปราศจากพิษที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง การคิดค้นวัสดุใหม่ที่นำทรัพยากรทางธรรมชาติมาใช้แทนการสังเคราะห์จากสารเคมี หรือการเลือกใช้ทรัพยากรที่สามารถนำรีไซเคิลได้ง่ายพร้อมประหยัดพลังงาน เป็นต้น

2. การลดปริมาณการใช้ (Reduce) หมายถึงการใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรในการผลิตให้น้อยที่สุดแต่ให้ได้มาซึ่งคุณภาพที่เท่าเดิมหรือสูงกว่า การลดปริมาณการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลือง และการเลือกใช้พลังงานสะอาด เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานน้ำ แทนพลังงานที่กลั่นออกมาจากน้ำมันปิโตรเลียม เป็นต้น

3. การใช้ซ้ำ และการรีไซเคิล (Reuse, Recycle) หมายถึงการนำของเก่าที่ไร้คุณค่า นำกลับมาใช้ใหม่ บางอย่างอาจจะต้องผ่านกระบวนการรีไซเคิล บางอย่างอาจจะนำวัสดุเดิมมาดัดแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น



ภาพที่ 29 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs)

ที่มา: เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (2018). [ออนไลน์]

หลักการออกแบบที่ยั่งยืน

1. หลักการเคารพภูมิปัญญาของระบบธรรมชาติ (Respect for the Wisdom of Natural Systems)

การเคารพภูมิปัญญาของระบบธรรมชาตินั้นมีศูนย์กลางอยู่ที่ความคิดที่เราควรใช้ธรรมชาติเป็นผู้ชี้แนะ และแบบจำลองสำหรับการออกแบบทั้งหมดของเรา ในความเป็นจริงแหล่งที่มาของนวัตกรรมทั้งหมด สามารถสืบย้อนกลับสู่ธรรมชาติได้ เทคโนโลยีถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด และมักจะเป็นตัวอย่าง ของการล้มบทเรียนที่มีอยู่รอบตัวเรา เพื่อที่จะกลับสู่เส้นทางแห่งความยั่งยืนที่แท้จริง ชุมชนของเรา และสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้นจำเป็นต้องเลียนแบบระบบธรรมชาติ

2. หลักการเคารพต่อผู้คน (Respect for People)

การออกแบบอย่างยั่งยืนพยายามสร้างสุขภาพที่ดี สิ่งที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และเป็นไปได้มากที่สุดสำหรับคน และไม่ลดความสามารถของธรรมชาติในการสร้างสุขภาพที่ดีสำหรับเผ่าพันธุ์ของเราในอนาคต การเคารพผู้คนเตือนเราว่าการออกแบบที่ยั่งยืนนั้นเกี่ยวกับการสร้างแหล่งที่อยู่อาศัยที่ดี ต่อสุขภาพสำหรับเรา

3. หลักการเคารพในระบบนิเวศน์ (Respect for Place)

การออกแบบอย่างยั่งยืนสร้างขึ้นจากแนวคิดของการนิยามภูมิภาค มันให้เกียรติความแตกต่างที่มีอยู่ระหว่างสถานที่ทั้งในระดับมหภาคกับภูมิภาคภูมิอากาศ และในระดับจุลภาคที่มีความแตกต่างภูมิประเทศและชีวภาพ ปรัชญาของการออกแบบอย่างยั่งยืนปฏิเสธความคิดที่ว่าอาคารของเราควรมีลักษณะเดียวกันและถูกสร้างขึ้นในภูมิภาคใด ๆ โดยไม่คำนึงว่าเรามีความรู้ทางเทคโนโลยีและทรัพยากรที่จะทำเช่นนั้น ที่จริงแล้วมันเรียกร้องให้อาคารของเราตอบสนองต่อสถานที่ในรูปแบบพื้นฐาน – ตั้งแต่ระดับของพื้นที่ไปจนถึงสภาพภูมิอากาศและชีวมวล

4. หลักการเคารพวงจรของชีวิต (Respect for the Cycle of Life)

ในธรรมชาติผลิตภัณฑ์ของเสียทั้งหมดมีประโยชน์ต่อสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ เช่น อาหาร การเคารพวงจรชีวิต เกี่ยวข้องกับการกำจัดสิ่งใดก็ตามที่เป็นพิษต่อผู้คน และสภาพแวดล้อมเพื่อให้สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับทุกคนตลอดเวลา หลักการยังหมายความว่าควรมีความเหมาะสมระหว่างอายุขัยของวัตถุและการใช้งานของมัน ไม่ว่าจะป็นอุปกรณ์หรือสิ่งก่อสร้าง

5. หลักการเคารพพลังงานและทรัพยากรธรรมชาติ (Respect for Energy and Natural Resources)

หลักการเกี่ยวกับทรัพยากรกล่าวง่าย ๆ ว่าเราอาศัยอยู่ในโลกที่มีทรัพยากรจำกัด แต่ปฏิบัติต่อทรัพยากรเช่นเดียวกับว่ามีไม่สิ้นสุด หลักการนี้เริ่มต้นด้วยการตระหนักว่าทรัพยากรธรรมชาติของ

เรา มีจำกัด หลักการที่ตระหนักได้ว่าเศรษฐกิจอุตสาหกรรมทั้งหมดของเรานั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจธรรมชาติ และเรามีความรับผิดชอบในการใช้ทรัพยากรเพียงเล็กน้อยเท่าที่จำเป็นสำหรับงานเท่านั้น (Sabnis & Subramanian, 2011)

5.3 แนวคิดและทฤษฎีการลดขยะให้เหลือศูนย์ (Zero Waste)

ขยะ กำลังเป็นปัญหาใหญ่ของประเทศไทย และคนไทย ที่เริ่มส่งผลกระทบต่อสุขภาพ และสังคมมากขึ้น เรื่อย ๆ ทุกวันนี้เราทุกคนกำลังสร้างขยะจำนวนมหาศาลขึ้น ทั้งโดยที่รู้ตัว และไม่รู้ตัวจนผลกระทบสะท้อนกลับมาหาเราทั้งทางตรง และทางอ้อมทุกวัน จากสภาพแวดล้อมเสื่อมถอยไปจนถึงสุขภาพอนามัย ปัญหาขยะจึงไม่ใช่เรื่องเล็กหรือละเลยไม่ได้ใจอีกต่อไป และควรเริ่มต้นแก้ไขอย่างจริงจังด้วยการจัดการที่ถูกวิธี รวมถึงปลูกจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมช่วยกันแก้ไขปัญหาขยะ เพราะที่ผ่านมาคนส่วนใหญ่มักมีความเชื่อว่าการจัดการขยะเป็นหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐที่มีความรับผิดชอบโดยตรง ด้วยเหตุนี้ผู้คนในสังคมจึงเป็นตัวละครสำคัญในการสร้างขยะที่เกินความจำเป็นในรูปแบบต่าง ๆ ตั้งแต่การบริโภคเหลือทิ้งเป็นขยะ จนถึงการใช้ทรัพยากรไม่คุ้มค่ากลายเป็นขยะในที่สุด

แนวคิดสำหรับของเสียเหลือศูนย์หรือ Zero waste เป็นปรัชญาที่ส่งเสริมการหมุนเวียนทรัพยากรให้กลับมาใช้ใหม่เพื่อเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และเป็นการลดปริมาณของเสียที่เกิดขึ้นให้เหลือน้อยลง อีกทั้งเพื่อลดปัญหามลพิษต่าง ๆ จากการกำจัดของเสียโดยวิธีการฝังกลบ และ/หรือเผาอีกด้วย เพราะในปัจจุบันมีข้อจำกัดด้านพื้นที่สำหรับกำจัดของเสีย และวิธีการควบคุมมลพิษด้านกลิ่น และ ไอระเหยที่ต้องมีค่าใช้จ่ายการลงทุนที่ค่อนข้างสูง และเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามมาอย่างมหาศาล

โดย Zero Waste ใช้หลักการที่เรียกว่า 1A3R ซึ่งประกอบด้วย

Avoid หลีกเลี่ยงการใช้วัสดุที่ก่อให้เกิดขยะที่ยากต่อการกำจัด

เป็นการงดหรือเลิกการบริโภคที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคโดยตรง การบริโภคที่เป็นอันตรายต่อผู้อื่นและต่อระบบนิเวศ โดยจะต้องงดหรือเลิกบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้งเลย ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้และระบบนิเวศ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสัตว์ป่าหรือชิ้นส่วนของสัตว์ป่าทุกชนิด กิจกรรมที่ทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตมนุษย์และสภาพแวดล้อม

Reduce ลดการซื้อการใช้วัสดุที่ก่อให้เกิดขยะ

เป็นการลดการใช้ บริ โภคแบบพอเพียง ละเว้นของฟุ่มเฟือย ลดการบริโภคที่จะทำให้เกิดการหมดไปของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด รวมทั้งทรัพยากรที่ทดแทนใหม่ได้บางชนิด เนื่องจากทำให้เกิดการเสียดุลของระบบนิเวศ โดยการลดการใช้ทรัพยากร ดังนี้ ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดไป ทรัพยากรที่ทดแทนใหม่ได้

ผลิตภัณฑ์ที่เมื่อนำมาใช้จะทำให้เกิดความเสียหายต่อระบบนิเวศ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากขบวนการผลิตที่ต้องใช้พลังงานมาก

Reuse การนำวัสดุที่ผ่านการใช้งานแล้วกลับมาใช้งานใหม่

เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการบริโภคอย่างเหมาะสม เพื่อลดการหมดไปของทรัพยากรที่มีอยู่ และลดการปล่อยมลพิษสู่สภาพแวดล้อม โดยการนำผลิตภัณฑ์และทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ในลักษณะเดิม ไม่มีการเปลี่ยนรูปทรงด้วยการหลอม บด เพื่อหลีกเลี่ยงการสูญเสียพลังงาน เช่น เสื้อผ้าทุกชนิด ภาชนะบรรจุที่ทำด้วยแก้วทุกชนิด ภาชนะบรรจุอื่นๆ เช่น ลังกระดาษ ลังพลาสติก เป็นต้น

Recycle การนำวัสดุเหลือใช้มาแปรรูปเพื่อกลับมาใช้ใหม่

ผลิตภัณฑ์บางชนิด แม้จะมีความคงทน แต่กลับมีอายุการใช้งานสั้น มีปริมาณการใช้มาก ทำให้เปลืองทรัพยากรและพลังงานอย่างรวดเร็ว จึงควรใช้ผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้อย่างระมัดระวังและให้เกิดประโยชน์คุ้มค่ามากที่สุด เพื่อลดปริมาณของเสียที่จะถ่ายเทสู่สภาพแวดล้อม และเมื่อเลิกใช้แล้วควรจัดการเพื่อนำเอาทรัพยากรที่ครั้งหนึ่งถูกแปรเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งจะต้องผ่านกระบวนการหลอมละลาย บด อัด ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ มีดังนี้ แก้ว กระดาษ โลหะ พลาสติก รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์รีไซเคิล

5.4 สรุปแนวทางการออกแบบหมุนเวียนสำหรับเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ของกลุ่มชนเนี่ยลเจนเนอเรชั่น

แฟชั่นหมุนเวียน (Circular Fashion) ได้แนวคิดการนำทรัพยากรต่างๆ ที่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยผ่านกระบวนการออกแบบ โดยสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างเป็นวงจรในระบบการผลิตและการบริโภค นั่นคือทรัพยากรที่ใช้ผลิตเป็นเสื้อผ้าจะได้รับการใช้งานอย่างยาวนานและคุ้มค่า เพื่อลดการเกิดขยะแฟชั่นและการถลุงทรัพยากรเพื่อใช้ในการผลิตเสื้อผ้าใหม่ รวมไปถึงการเลือกซื้อเสื้อผ้า มือสองซึ่งเป็นตัวอย่งที่สอดคล้องกับแนวคิดแฟชั่นหมุนเวียน โดยเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดีนักในปัจจุบันและแนวคิดรักษ์โลก ส่งผลให้ธุรกิจเสื้อผ้าต้องปรับตัวเข้าสู่ยุคแฟชั่นหมุนเวียน แนวความคิดการออกแบบหมุนเวียนมีอิทธิพลต่อวงการออกแบบในระดับสากล

อย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นสถาปัตยกรรม การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบเครื่องแต่งกาย เป็นต้น แม้กระทั่งการพัฒนาหรือทิศทางการดำเนินงานขององค์กรในทุก ระดับล้วนให้ความสำคัญกับแนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนทั้งสิ้น ถือเป็นกระแสหลักของโลก

ส่วนที่ 6 ตราสินค้าแฟชั่น

ในการศึกษานวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอ เส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่น ด้วยแนวความคิดการออกแบบหมุนเวียน ผู้วิจัยได้ศึกษา ข้อมูลตลาดสินค้าแฟชั่นใน ปัจจุบัน ตราสินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง และใช้หลักการในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

6.1 ตลาดตราสินค้าแฟชั่น

ปัจจุบันตลาดสินค้าแฟชั่น มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ผลิตสินค้ายังมีการพัฒนา รูปแบบอย่าง ลวดเร็ว ทำให้การบริการและการขายกลุ่มเป้าหมายมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดตราสินค้าที่มีรูปแบบสินค้าคล้ายกัน ทั้งในรูปแบบสไตล์ของสินค้า และกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้เคียงกัน โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการศึกษาตราสินค้าคู่แข่งเพิ่มเติมในท้องตลาด เพื่อมองหาจุดดี จุดด้อยข้อได้เปรียบและข้อที่ต้องปรับปรุงของสินค้าในงานออกแบบวิจัยครั้งนี้ ตราสินค้าที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษามีดังต่อไปนี้

6.1.1. ตลาดตราสินค้า RE/DONE

เป็นแบรนด์ยีนส์สัญชาติอเมริกันออกแบบสำหรับกลุ่มคนรักยีนส์โดยเฉพาะ เน้นการรีไซเคิลเดนิมยีนส์เก่ามาตัดแยก ตัดแต่งพันธุกรรม แล้วสร้างสรรค์ใหม่ให้เป็นสินค้าตามเทรนด์ หน้าตาทันสมัย ยีนส์ที่ได้นอกจากจะมีหน้าตาเก่าและดูเก่า ตัวสินค้ายังช่วยปกป้องโลกด้วยการไม่ทำลายล้างผ่านสารเคมีและการฟอกสีเพื่อผลิตยีนส์ใหม่ ใครว่าใส่เสื้อผ้าแนวรักษ์โลกจะใส่ได้แต่แนวผ้าฝ้าย ผ้าลินินเปื่อยๆ โลกนี้เสื้อพิเศษที่เป็นการรีไซเคิลเสื้อผ้าเก่าเก็บให้กลายเป็นเสื้อผ้าต่างๆ ตามยุคสมัย ความน่าสนใจของคอลเล็กชันนี้คือการไปกว้านซื้อและค้นหาสต็อกเสื้อผ้าเหลือเก็บที่จะถูกทิ้งมาปรับปรุงใหม่ ผลลัพธ์ที่ได้จึงกลายเป็นเสื้อสตรีทที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

RE / DONE

ภาพที่ 30 ตลาดตราสินค้า RE/DONE

ที่มา RE/DONE. (2566). RE/DONE .[ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก <https://shopredone.com/>



ภาพที่ 31 สินค้า RE/DONE

ที่มา RE/DONE. (2566). RE/DONE .[ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก <https://shopredone.com/>

6.1.2 ตลาดสินค้า Renim Project

แบรนด์ RENIM PROJECT รูปแบบคนเมือง ที่สะท้อนถึงการออกแบบ การฟื้นฟูอย่างยั่งยืนของแฟชั่นชั้นสูงในแง่ของ REMADE / REDUCE / REDESIGN ด้วยความตั้งใจที่จะสร้างสรรค์เสื้อผ้าบุรุษด้วยการเกิดใหม่เสื้อผ้าวินเทจ เสื้อผ้ามือสอง และลักษณะสหสาขาวิชาชีพของหน่วยงานสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมแฟชั่นRENIM PROJECT ได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมย่อยที่เรียกว่า hard mod นำเสนอผ้าเดนิมและเสื้อผ้าตัดเย็บที่ทันสมัยพร้อมกับความรู้สึกแบบไทยโดยร่วมมือกับเทคนิคงานฝีมือพิเศษและงานฝีมือของช่างฝีมือไทยในท้องถิ่น

RENIM

PROJECT

ภาพที่ 32 Logo Renim project

ที่มา Renim project. (2566). ทรงวุฒิ ทองทั่ว. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก <https://www.renimproject.com/>



ภาพที่ 33 รูปแบบเสื้อผ้า ลินิม โปเจค

ที่มา Renim project. (2566). ทรงวุฒิ ทองทั่ว. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก <https://www.renimproject.com/>

6.1.3 ทรานสลิ้นคำ Longgoy

ที่มาของโลโก้ ลองกอย เป็นภาษาเมือง (ภาษาเหนือ) แปลว่า ลองคู ลอง ทำคู่ ส่วน Long ในภาษาอังกฤษแปลว่า ยาวนาน สอดคล้องกับประวัติศาสตร์ด้านนากล้ารับวงการแฟชั่นด้วยสายเลือดล้านนา เอาความเก่าเข้าหาผู้คนด้วยความใหม่ คล้ายเป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมล้านนาให้ออกเดินทางไปกับผู้สวมใส่ผ่านเสื้อผ้าในทุกคอลเลกชันของเขา

“อยากให้คนจดจำว่าเป็นแบรนด์ที่เล่าเรื่องล้านนา มากกว่าจะจำว่าเราเป็นแบรนด์อินดีโก้” แม้เอกลักษณ์ของลองกอยจะเป็นผ้าทอมือสีน้ำเงินจากต้นครามสัก แต่หัวใจหลักของแบรนด์คือการบอกเล่าวัฒนธรรมล้านนารูปแบบใหม่ บนถิ่นกำเนิดของล้านนาโดยคนล้านนาจากเชียงใหม่



LONGGOY

ภาพที่ 34 โลโก้ลองกอย

ที่มา Renim project. (2566). ทรงวุฒิ ทองทั่ว. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก <https://www.renimproject.com/>



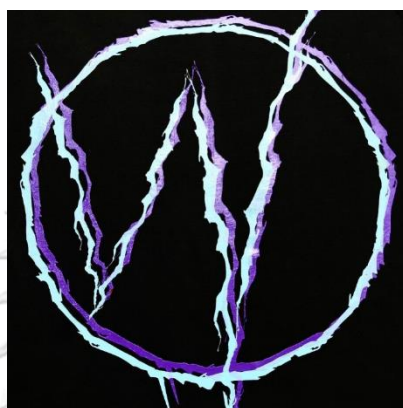
ภาพที่ 35 รูปแบบเสื้อผ้าลองกอย

ที่มา Renim project. (2566). ทรงวุฒิ ทองทั่ว. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก <https://www.renimproject.com/>

6.1.4 ตราสินค้า We vote for subculture

We vote for subculture หรือที่เรียกกันว่า Wvs แบริ่งไทยสายสตรีท สำหรับ WVS นั้นเป็นแบรนด์ที่ก่อตั้งโดยคุณฟาน พิษณะ ที่มีผลงานทางด้านแฟชั่นมาอย่างมากมาย ทั้งเป็น Media Director ให้กับร้าน Upper ground และทำงานร่วมกับร้านตัดผมชื่อดังอย่าง Smile Club และแบรนด์ WVS นั้น เป็นเสื้อผ้าสายสตรีท ที่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน โดยมี Concept มาจาก Song + Photo = 1 Scene ซึ่งมาจากความชอบในเพลง ภาพถ่ายและผู้คน



ภาพที่ 36 โลโก้ WVS

ที่มา We vote for subculture. (2566). WVS. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก www.instagram.com



ภาพที่ 37 WVS

ที่มา : We vote for subculture. (2566). WVS. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2566.

จาก www.instagram.com

6.2 สรุปตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาพบว่าตราสินค้าเสื้อผ้าสตรีทแวร์มีมากในประเทศไทยและต่างประเทศ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่สามารถสวมใส่ได้ทุกวัน จึงทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจ เนื่องจากรูปแบบเสื้อผ้าที่สวมใส่สบายและมีลวดลายที่มีการสะท้อนถึงเรื่องราวของแบรนด์นั้นๆ ทำให้ผู้ที่สวมใส่ที่มีไลฟ์สไตล์ชื่นชอบจากโดยส่วนใหญ่แบรนด์เสื้อผ้าสตรีทแวร์จะใช้วัสดุที่มีตามท้องตลาดทั่วไป แต่สินค้าสตรีทแวร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติยังมีอยู่น้อยในท้องตลาด ทำให้เห็นถึงช่องว่างทางการตลาดที่จะนำเส้นใยธรรมชาติมาผลิตเป็นเสื้อผ้าสตรีทแวร์ เพื่ออีกช่องทางในการสวมใส่และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาสิ่งทอเส้นใยตาล ตลอดจนสำรวจความต้องการของผู้บริโภคที่สนใจเสื้อผ้า สตรีทแวร์จากสิ่งทอเส้นใยตาลโดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 การสรุปแนวทางการออกแบบจากสิ่งทอเส้นใยตาล

ส่วนที่ 4 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

ส่วนที่ 1 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยตามแนวการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน มีขั้นตอนการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1.1.1 ศึกษาแนวคิดการนำวัสดุเหลือทิ้งกลับมาใช้ใหม่ (Circular Design) ผู้วิจัยได้กำหนดให้เป็นเศษเหลือทิ้งจากเส้นใยตาล โดยศึกษาตั้งแต่กระบวนการเหลือทิ้งจากการแปรรูปเส้นใยตาลที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไรบ้าง ตลอดจนการหาวิธีที่เหมาะสมสำหรับการใช้ประโยชน์จากเส้นใยตาลเหลือทิ้ง

1.1.2 ศึกษาแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน ให้เข้าใจถึงรูปแบบและวิธีการคิดที่นำไปสู่การออกแบบหมุนเวียน รวมทั้งศึกษารูปแบบของหลักการที่จะช่วยเพิ่มการสร้างสรรค์ให้เกิดตราสินค้า

1.1.3 ศึกษารูปแบบกระบวนการทอผ้าที่จะเข้ามาช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือทิ้ง โดยทำการศึกษาให้เห็นถึงความสำคัญของการนำการทอผ้ามาสืบสานและพัฒนาต่อ

ส่วนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค

กระบวนการดำเนินการวิจัยในส่วนของข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการเส้นใยสิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ตลอดจนความต้องการในด้านรูปแบบของเสื้อผ้า โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.2.1 ศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ที่มีความเป็นสตรีทอิโคกราฟ โดยทำการศึกษาจากรูปแบบของเสื้อผ้าสไตล์สตรีทแวร์ที่มีรูปแบบชิปสอปและรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย

3.2.1.1 กลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยคือ กลุ่มเซกเมนต์เจนเนอเรชัน ที่มีความต้องการเส้นใยสิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และชื่นชอบในการแต่งสตรีท อายุระหว่าง 26-35 ปี

3.2.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มประชากรตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคเซกเมนต์เจนเนอเรชัน อายุระหว่าง 26-35 ปี

3.2.1.3 ร่างแบบสอบถาม โดยกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม แยกส่วนตามเนื้อหาที่กำหนด โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและพฤติกรรมการแต่งกายแนวสตรีทและพฤติกรรมการเลือกใช้สิ่งทอ

3.2.1.4 ตรวจสอบคำถาม เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหา

3.2.1.5 หากคุณภาพ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเนื้อหาและภาษาที่ใช้

3.2.1.6 ทดลองใช้แบบสอบถาม

3.2.1.7 ปรับปรุงแก้ไข

ส่วนที่ 3 การสรุปแนวทางการออกแบบจากสิ่งทอเส้นใยตาล

3.1 การสรุปแนวทางการออกแบบจากสิ่งทอเส้นใยตาล

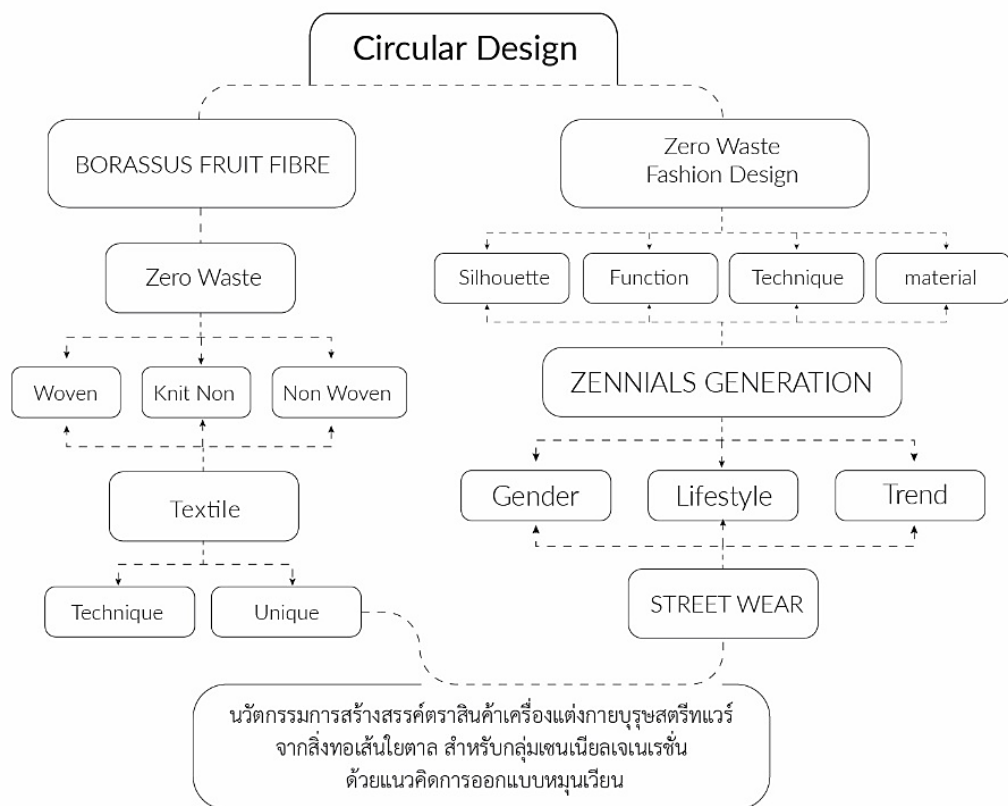
3.1.1 สรุปแนวทางการนำวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรกลับมาใช้ใหม่ โดยศึกษาจากหลักการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุทางการเกษตรตามแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน ศึกษาตราสินค้าแฟชั่นที่ใช้แนวคิดการออกแบบหมุนเวียน เป็นแนวคิดหลักของตราสินค้า รวมไปถึงงานออกแบบของนักออกแบบที่ใช้แนวคิดนี้ในการสร้างสรรค์ผลงาน และศึกษาแนวคิดทฤษฎีทางศิลปะที่จะเข้ามาช่วยเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่ากับวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร

3.1.2 สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากกลุ่มเป้าหมายเซกเมนต์เจนเนอเรชัน ที่มีความต้องการเส้นใยสิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อายุระหว่าง 26-35

ส่วนที่ 4 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

4.1 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

ในการวิจัยเรื่องนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียนผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบจากแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน สำหรับกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่นที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี โดยมีขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ



ภาพที่ 38 กรอบแนวคิด

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่องการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน เป็นกระบวนการภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสิ่งทอเส้นใยตาล โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางหรือองค์ประกอบต่างๆ ที่ใช้ในการออกแบบในกระบวนการขั้นถัดไป โดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค
- ส่วนที่ 2 การสรุปแนวทางการออกแบบจากสิ่งทอเส้นใยตาล
- ส่วนที่ 3 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

ส่วนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคเซเนเนียลเจเนเรชั่น คือกลุ่มคนเมือง อายุตั้งแต่ 26-35 ปีจำนวน 60 คน โดยการสอบถาม และการทำแบบสอบถามจำนวน 60 คน โดยมีการแบ่งข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปซึ่งเป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและส่วนที่พฤติกรรมการแต่งกายแนวสตรีทความสนใจ และรูปแบบการใช้ชีวิต เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลสำคัญของกลุ่มผู้บริโภคอย่างแท้จริง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 แบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า กลุ่มเป้าหมายเซเนเนียลเจเนเรชั่น ที่สนใจสิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะปัญหาขยะทางการเกษตรเป็นอย่างมาก และส่วนใหญ่มีความสนใจเสื้อผ้าในรูปแบบ Oversize ทำให้ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามเพื่อศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องแต่งกายแฟชั่นความสนใจในปัญหาสิ่งแวดล้อม รูปแบบสไตล์เสื้อผ้าปาร์ตี้แวลูที่ชอบ โดยได้ทำการสำรวจกลุ่มเป้าหมายด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายคือ (1) เป็นผู้ชายอายุ 26-35 ปีซึ่งเป็นกลุ่มเซเนเนียลเจเนเรชั่น (2) เป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวง คือกรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทำแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 60 คน โดยวิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วนคือ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค (2) ข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า (3) พฤติกรรมการแต่งกายแนวสตรีท (4) พฤติกรรมในการใช้สิ่งทอ

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
15– 25 ปี	8	13.30
26 –35 ปี	42	70.00
36 - 45 ปี	10	16.70
รวม	60	100.00
2. สถานะ		
โสด	33	55.00
แต่งงาน	27	45.00
หย่าร้าง	0	0.00
รวม	60	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	10.00
ปริญญาตรี	32	53.30
สูงกว่าปริญญาตรี	22	36.70
รวม	60	100.00
4. อาชีพ		
นิสิต/นักศึกษา	4	6.70
พนักงานบริษัท	29	48.30
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	19	31.70
รับราชการ	8	13.30
รวม	60	100.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3	5.00
15,001 – 30,000 บาท	8	13.30
30,001 – 45,000 บาท	28	46.70
45,001 – 60,000 บาท	19	31.70
มากกว่า 60,000 บาท ขึ้นไป	2	3.30
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 26-35 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคืออายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.70 และอายุ 15-25 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.30 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาคือมีสถานภาพแต่งงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 45 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.30 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.70 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 31.70 รองลงมาประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 13.30 และประกอบอาชีพนิสิต/นักศึกษา น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.70 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 30,001 – 45,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.70 รองลงมา 45,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.70 รองลงมา 15,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.30 และ ต่ำกว่า 15,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า

พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ช่องทางการเลือกซื้อสินค้า		
ห้างสรรพสินค้า	37	61.70
ออนไลน์	23	38.30
แหล่งขายส่ง/ขาปลีก	0	0.00
รวม	60	100.00
2. ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าต่อครั้ง		
3,000 – 5,000 บาท	31	51.70
5,001 – 10,000 บาท	23	38.30
มากกว่า 10,000 บาท	6	10.00
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 2 เป็นพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.70 รองลงมาเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 38.30 โดยมีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อต่อครั้งที่ 3,000 – 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.70 รองลงมา 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.30 และ มากกว่า 10,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการแต่งกายแนวสตรีท

พฤติกรรมกรรมการแต่งกายแนวสตรีท ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ความชอบในการแต่งกายแนวสตรีท		
ชอบ	60	100.00
ไม่ชอบ	0	0.00
รวม	60	100.00
2. ความถี่ในการสวมใส่เสื้อผ้าแนวสตรีท		
ทุกวัน	18	30.00
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	40	66.70
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	2	3.30
รวม	60	100.00
3. สตรีทสไตล์ที่ชื่นชอบและสวมใส่บ่อยที่สุด		
HIPHOP	56	93.30
Deconstruction	0	0.00
Rock	4	6.70
รวม	60	100.00
4. โครงสร้างเสื้อผ้าสตรีทแวร์ที่เลือกสวมใส่		
Over size	41	68.30
Basic size	18	30.00
Slim fit	1	1.70
รวม	60	100.00
5. ปริมาณลวดลายบนเสื้อผ้า		
มีลวดลายมาก	1	1.70
มีลวดลายปานกลาง	30	50.00
มีลวดลายน้อย	29	48.30
รวม	60	100.00
6. ความสนใจเสื้อผ้าสตรีทแวร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม		
สนใจ	60	100.00
ไม่สนใจ	0	0.00
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 3 พฤติกรรมการแต่งกายแนวสตรีทของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความชื่นชอบในการแต่งกายแนวสตรีท คิดเป็นร้อยละ 100 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการแต่งกายแนวสตรีท สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมา สวมใส่ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 30 และสัปดาห์ละ 1 ครั้ง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.30 โดยสตรีทสไตล์ที่ชื่นชอบของผู้ตอบแบบสอบถาม คือสไตล์ HIPHOP มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.30 รองลงมา คือสไตล์ Rock คิดเป็นร้อยละ 6.70 โครงสร้างเสื้อผ้าสตรีทแวร์ที่เลือกสวมใส่เป็นแบบ Over size มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.30 รองลงมา Basic size คิดเป็นร้อยละ 30 และ Slim fit น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.70 ปริมาณลวดลายบนเสื้อผ้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบ ได้แก่มีลวดลายปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงนามีลวดลายน้อย คิดเป็นร้อยละ 48.30 และมีลวดลายมาก น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.70 โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจเสื้อผ้าสตรีทแวร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการเลือกใช้สิ่งทอ

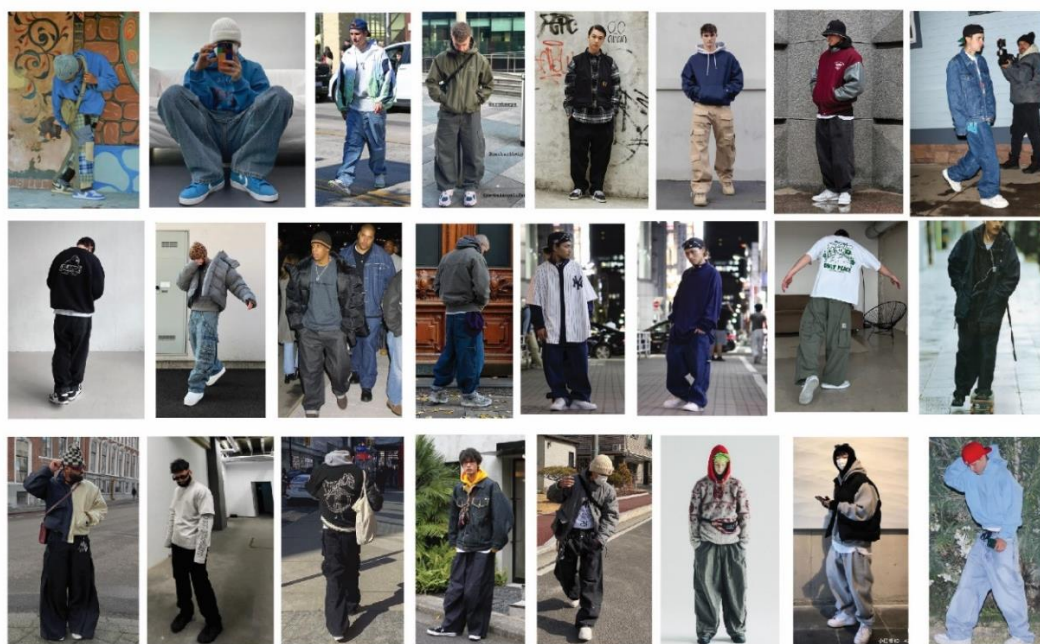
พฤติกรรมการเลือกใช้สิ่งทอของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. รู้จักเส้นใยธรรมชาติหรือไม่		
รู้จัก	60	100.00
ไม่รู้จัก	0	0.00
รวม	60	100.00
2. เคยเลือกซื้อสิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่		
เคย	59	98.30
ไม่เคย	1	1.70
รวม	60	100.00
3. หากต้องเลือกประเภทสีที่ใช้ในการผลิตสิ่งทอคุณ sẽเลือกสีประเภทใด		
สีจากกระบวนการธรรมชาติ	60	100.00
สีจากกระบวนการอุตสาหกรรม	0	0.00
รวม	60	100.00
4. รู้จักสิ่งทอที่ทำจากเส้นใยตาลหรือไม่		
รู้จัก	5	8.30
ไม่รู้จัก	55	91.70
รวม	60	100.00
5. คุณคิดว่าเสื้อผ้าที่ผลิตจากเส้นใยตาลมีความน่าสนใจหรือไม่		
น่าสนใจ	60	100.00
ไม่น่าสนใจ	0	0.00
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 4 เป็นพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้สิ่งทอของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้จักเส้นใยธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 100 เคยเลือกซื้อสิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.30 รองลงมา ไม่เคยเลือกซื้อสิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 1.70 ประเภทสีในการผลิตสิ่งทอที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือก เป็นสีจากกระบวนการธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 100 โดยผู้ตอบแบบสอบถามไม่รู้จักสิ่งทอที่ทำจากเส้นใยตาล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.70 รองลงมา รู้จักสิ่งทอที่ทำจากเส้นใยตาล คิดเป็นร้อยละ 8.30 และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจเสื้อผ้าที่ผลิตจากเส้นใยตาล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100

1.2 Paper Doll Data Set ของกลุ่มผู้บริโภค

จากการศึกษาการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย 45 รูป โดยใช้เครื่องมือ Paper Doll Data Set สามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังนี้

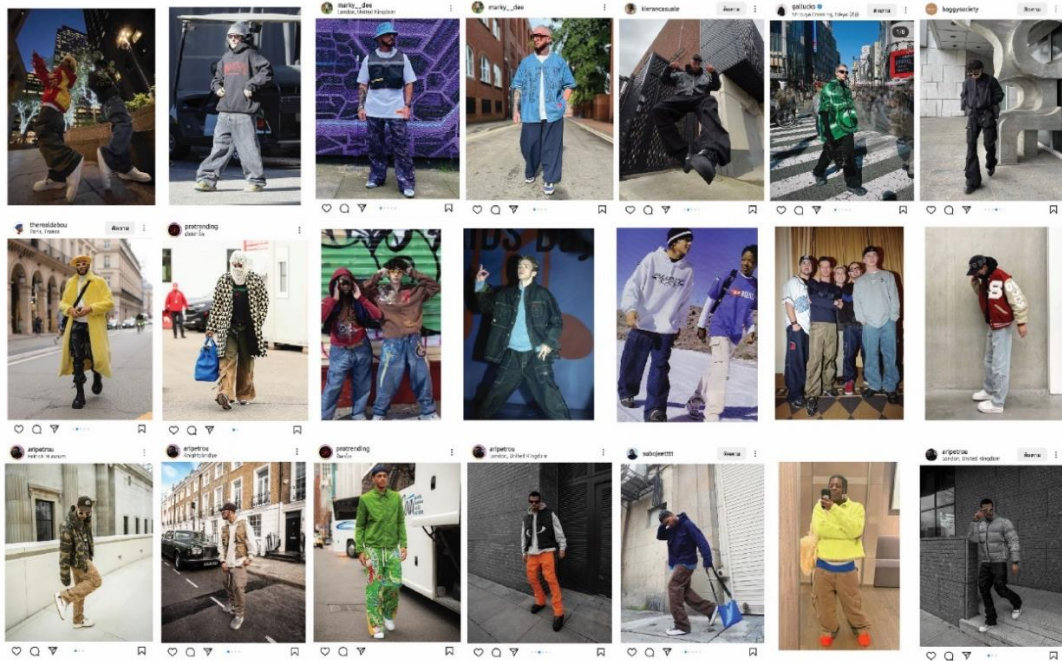
PAPER DOLL



ภาพที่ 39 Paper Doll Data 1

แหล่งที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

PAPER DOLL



ภาพที่ 40 Paper Doll Data 2

แหล่งที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

จากการสำรวจข้อมูลการสวมใส่เสื้อผ้าสตรีทแวร์ส่วนใหญ่จะมีขนาดที่ใหญ่กว่าตัว oversize ผ้าที่ใช้ในการผลิตขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแต่ละประเทศ แต่ที่เป็นเอกลักษณ์ในการแต่งคือเสื้อผ้าที่มีขนาดใหญ่สามารถสวมใส่ได้ทุกโอกาส

ส่วนที่ 2 การสรุปแนวทางการออกแบบจากสิ่งทอเส้นใยตาล

2.1 การวิเคราะห์เส้นใยตาลที่ได้จากการเหลือทิ้งทางการเกษตร

จากการวิเคราะห์พบว่าเส้นใยตาลมีขนาดเส้นใยไม่ยาวขนาดความยาวจะอยู่ที่ 7- 14 เซนติเมตร ขึ้นอยู่กับผลของลูกตาล เส้นใยมีความกระด้าง เมื่อแห้งจะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาล โครงสร้างเส้นใยสามารถดูดซับน้ำได้ดี



ภาพที่ 41 เส้นใยตาล

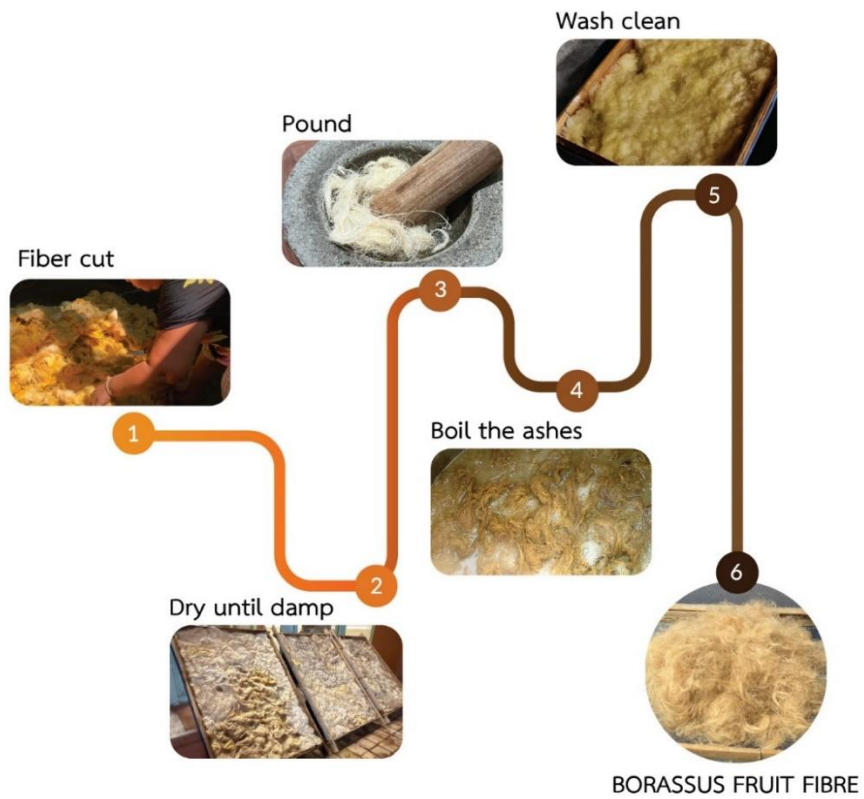
แหล่งที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

2.2 การวิเคราะห์ทดลองแปรรูปสิ่งทอเส้นใยตาลให้มีความนุ่ม

ทดลองปรับคุณสมบัติเส้นใยตาลให้มีความเหมาะสมในการใช้เป็นสิ่งทอ

เส้นใยตาลมีองค์ประกอบคือ ลินิน เซลลูโลส เฮมิเซลลูโลส มีปริมาณ เซลลูโลสสูง จึงได้ทำการทดลองโดยการนำเส้นใยตาลที่ได้มาทอเพื่อสลายโครงสร้างของเส้นใยแล้วจึงนำไปต้มด้วยน้ำจืดในอัตราส่วนที่เหมาะสมเป็นเวลา 3 ชั่วโมง เพื่อให้เส้นใยมีความนิ่มจึงจะนำไปสู่กระบวนการสิ่งทอ โคนมีขั้นตอนดังนี้

1. ตัดเส้นใยตาลออกจากเมล็ด
2. ล้างทำความสะอาดแล้วนำเส้นใยมาตีเพื่อสลายโครงสร้าง
3. ล้างทำความสะอาดครั้งที่ 2
4. นำมาต้มด้วยน้ำจืดตามอัตราส่วน
5. ล้างทำความสะอาดครั้งที่ 3
6. ตากให้แห้งจะได้เส้นใยตาล ที่สามารถนำไปสู่กระบวนการทอ



ภาพที่ 42 การแปรรูปเส้นใยตาล
แหล่งที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

จากขั้นตอนการแปรรูปเส้นใยตาลที่ผ่านกระบวนการทั้ง 6 ขั้นตอนแล้วจะมีความฟูกว่าเส้นใยที่ไม่ได้ผ่านกระบวนการ



เส้นใยที่ไม่ได้ผ่านกระบวนการแปรรูป

เส้นใยที่ผ่านกระบวนการแปรรูป

ภาพที่ 43 การแปรรูปเส้นใยตาล2
แหล่งที่มา : วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

จากการทดลองปรับคุณสมบัติเส้นใยตาลพบว่าเส้นใยตาลมีความกระด้างด้วยโครงสร้างเส้นใยลูกตาลมีองค์ประกอบคือ ลินิน 12.20% เซลลูโลส 62.90% เฮมิเซลลูโลส 18.42% ซึ่งมีปริมาณ เซลลูโลสสูง จึงได้ทำการทดลองโดยการนำเส้นใยตาลที่ได้มาทอเพื่อสลายโครงสร้างของเส้นใยแล้วจึงนำไปต้มด้วยน้ำจืดในอัตราจี๊ด 500 กรัม น้ำ 15 ลิตร ต่อเส้นใย 300 กรัม ใช้เวลาในการต้ม 3-4 ชั่วโมง ซึ่งสามารถช่วยทำให้เส้นใยมีความกระด้างน้อยลง

ส่วนที่ 3 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

3.1 การดึงเส้นตาลเพื่อนำกระบวนการทอ

ทดลองแปรรูปเส้นใยตาลให้เป็นสิ่งทอที่สามารถออกแบบเป็นสินค้าไลฟ์สไตล์ได้เส้นใยตาลที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมแล้ว จึงนำมาทอผสมกับฝ้ายเพื่อเป็นสิ่งทอโดยใช้อัตราส่วนดังนี้ อัตราส่วนที่ 1 เส้นใยตาล 50% ผสมฝ้าย 50% สิ่งทอที่ได้มีความกระด้างมาก อัตราส่วนที่ 2 เส้นใยตาล 30% ผสมฝ้าย 70% สิ่งทอที่ได้มีความกระด้างน้อยลง และอัตราส่วนที่ 3 เส้นใยตาล 15% ผสมฝ้าย 85% สิ่งทอที่ได้มีความนุ่มอย่างเห็นได้ชัดเจน สรุปได้ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 5 สรุปผลการทดลองความกระด้างของสิ่งทอจากอัตราส่วนระหว่างเส้นใยตาลผสมฝ้าย

อัตราส่วน ใยตาลกับฝ้าย	สิ่งทอจากใยตาล	ความกระด้าง
50 : 50		มาก
30 : 70		ปานกลาง
15 : 85		น้อย

3.2 สรุปผลการทดลองและตัวอย่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์

เส้นใยตาล มีส่วนประกอบเป็นเซลลูโลสสูงร้อยละ 62.90 เส้นใยมีสีเหลือง มีความยาวของเส้นใยประมาณ 7-14 เซนติเมตร และมีขนาดเส้นใยค่อนข้างใหญ่ จึงทำให้มีความกระด้าง

การสลายโครงสร้างด้วยการทุบ และต้มกับน้ำจืดสามารถช่วยทำให้เส้นใยตาลมีความกระด้างน้อยลง โดยมีอัตราส่วน

สิ่งทอจากเส้นใยตาลที่มีความเหมาะสม ในการวิจัยนี้ เป็นการใส่ฝ้ายเป็นส่วนผสม โดยมีอัตราส่วนที่ 3เส้นใยตาล 15% ฝ้าย 85% ฝ้ายที่ได้มีความนุ่ม ซึ่งได้สิ่งทอที่มีความกระด้างน้อยที่สุด สามารถนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ได้

นอกจากนี้สิ่งทอจากเส้นใยตาลที่ได้จากการวิจัยนี้ ยังเป็นการช่วยลดขยะทางการเกษตรที่ส่งผลเสียต่อสภาพแวดล้อม และเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เป็นวัสดุทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน



บทที่ 5

อัตลักษณ์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์

ในการวิจัยการสร้างสรรค้ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาล มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสิ่งทอเส้นใยตาลมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายรวมทั้งแนวทางในการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์จากนวัตกรรมสิ่งทอเส้นใยตาลด้วยแนวคิดหมุนเวียนสำหรับกลุ่มเซเนียลเจเนอเรชั่น โดยในส่วนนี้ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมและความสนใจเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งอัตลักษณ์และรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกัน เพื่อหาแนวทางการสร้างสรรค้เครื่องแต่งกายและตราสินค้าโดยมีรายละเอียดดังนี้

- ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มเซเนียลเจเนอเรชั่น)
- ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า
- ส่วนที่ 3 ความจำเพาะของผลิตภัณฑ์

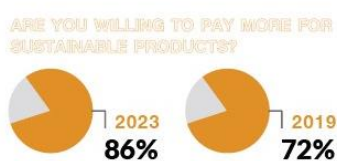
ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มเซนเนียลเจเนอเรชั่น)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และจากแบบสอบถามของกลุ่มเซนเนียลเจเนอเรชั่น ในเจเนอเรชั่นมิลเลนเนียลและเจเนอเรชั่นซี ด้วยการทำแบบสอบถามจำนวน 60 คน สามารถสรุปกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรองดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักคือ ผู้บริโภคเซนเนียลเจเนอเรชั่น (zillennials) ช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี ที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตแบบคนเมือง มีสไตล์การแต่งกายแบบสตรีท ที่มีรายได้เฉลี่ย 30,000-45,000 บาท มีพฤติกรรมการแสดงออกความเป็นตัวของตัวเอง ให้ความสนใจด้านเทคโนโลยีและชอบความเป็นอิสระ ชอบงานศิลปะและแฟชั่น และให้ความสนใจกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ชื่นชอบในอาชีพอิสระ เช่น นักออกแบบ ช่างภาพ อินฟลูเอนเซอร์ หรือยูทูปเบอร์ กลุ่มเซนเนียลเจเนอเรชั่นให้ความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยี หรือไอเดียใหม่ๆ ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จากการทำแบบสอบถาม ผู้วิจัยสรุปนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สิ่งทอจากเส้นใยธรรมชาติ เช่น ฝ้าย ลินิน ไหม สิ่งทอเส้นใยตาล หรือวัสดุทางเลือกอื่นๆ ทำให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักมีความสนใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสามารถแสดงให้เห็นถึงช่องทางการตลาดที่ยังมีน้อยในสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายรูปแบบสตรีทแวร์ จึงทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ที่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย

กลุ่ม zillennials



WILLING TO SPEND AT LEAST 10% MORE FOR SUSTAINABLE PRODUCTS

THE STATE OF CONSUMER SPENDING, (2564)

zillennials

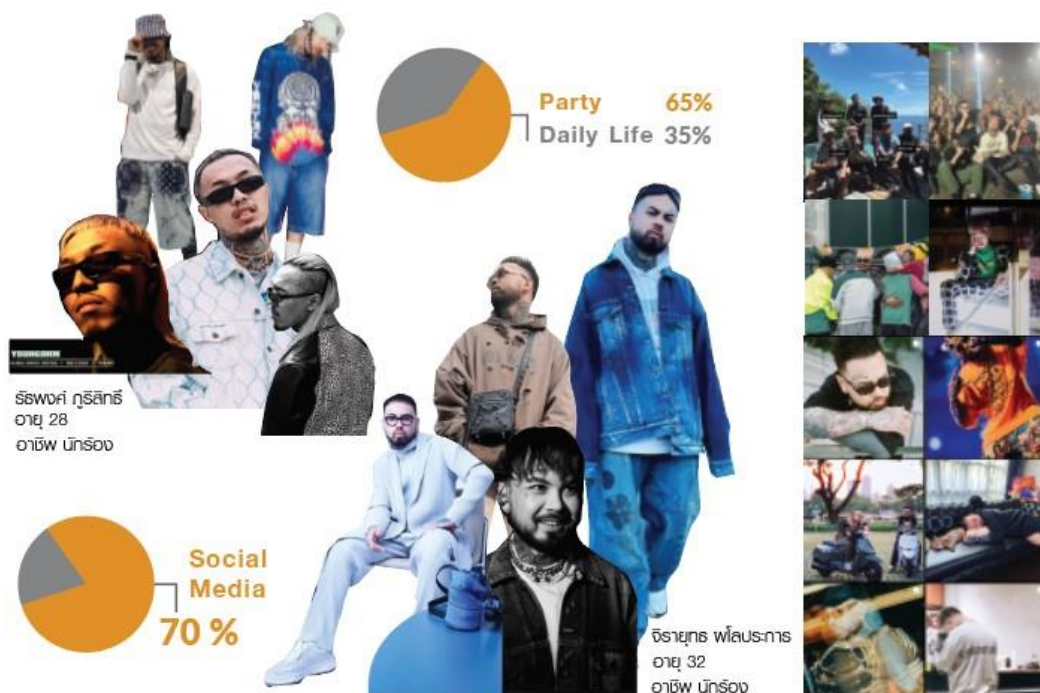


ภาพที่ 44 กลุ่มสตรีทแวร์เซนเนียลเจเนอเรชั่น

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

1.2 กลุ่มผู้บริโภครุ่นเป้าหมายรอง

กลุ่มผู้บริโภครุ่นเป้าหมายรองคือ กลุ่มสตรีทแวร์ในช่วงเจนเนอเรชั่นมิลเลนเนียลที่มีอายุ 24-38 ปี และกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ช่วงอายุระหว่าง 13-26 ปี ซึ่งคนสองกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มครองโลกดิจิทัล โดยการใช้สมาร์ทโฟนเป็นหลัก มีพฤติกรรมการแสดงออกความเป็นตัวของตัวเอง ให้ความสนใจด้านเทคโนโลยีและชอบความเป็นอิสระ ชอบงานศิลปะและแฟชั่น และให้ความสนใจกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากสถิติการใช้เวลากับมือถือไม่ต่ำกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน นิยมเสพคอนเทนต์ผ่าน Twitter เพื่ออัปเดตเรื่องราวรอบโลกด้วยข้อมูลที่สั้น กระชับ รวดเร็ว และมักจะใช้เวลากับ TikTok คู่วิดีโอคอนเทนต์ที่มีเรื่องราว มีความครีเอทีฟสูงและด้วยพฤติกรรม ลักษณะการใช้งาน อินเทอร์เน็ต ทำให้คนสองกลุ่มนี้เป็นฐานการตลาดออนไลน์ที่สำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน และทำให้ส่งผลไปถึงอนาคต ทำให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภครุ่นเป้าหมายรองมีความสนใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสามารถแสดงให้เห็นถึงช่องทางการตลาดออนไลน์ที่ยังมีน้อยในสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายรูปแบบสตรีทแวร์ จึงทำให้ผู้บริโภครุ่นเป้าหมายรองให้ความสนใจเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ที่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย



ภาพที่ 45 กลุ่มสตรีทแวร์เจนเนอเรชั่นมิลเลนเนียลและเจนเนอเรชั่นซี
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์เฉพาะของตราสินค้า

จากการศึกษาข้อมูลแนวคิดการออกแบบหมุนเวียนจากสิ่งทอเส้นใยตาลที่ได้จากการเหลือทิ้งทางการเกษตร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและสิ่งทอที่ได้มาปรับพัฒนาสู่การสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ในรูปแบบสไตส์อ็อปซอปสำหรับกลุ่มเซเนยีลเจเนอเรชั่น ด้วยแนวคิดออกแบบหมุนเวียนอายุระหว่าง 26 - 35 ปี ที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตแบบคนเมือง และให้ความสนใจด้านสิ่งแวดล้อมโดยเป็นตราสินค้าระดับปานกลางค่อนข้างสูง ระดับ B ถึง B+ ซึ่งจัดอยู่ในรูปแบบกลุ่มสินค้าแฟชั่นที่เน้นความคิดสร้างสรรค์และยังช่วยส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันโดยมีการปรับรูปแบบให้เข้ากับกระแสสมัยตามแนวโน้มแฟชั่นในปัจจุบัน โดยมีลวดลายที่แปลกใหม่และใช้สีธรรมชาติในการสร้างสรรค์ลวดลายถือเป็นอัตลักษณ์หลักของตราสินค้า

2.1 วิสัยทัศน์ตราสินค้า

เป็นตราสินค้าแฟชั่นที่ใช้แนวคิดการออกแบบหมุนเวียนเป็นการนำเส้นใยตาลที่เหลือทิ้งทางการเกษตรมาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยการสร้างสรรค์ลวดลายที่ผ่านกระบวนการอโคปรีนทำให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้วยังส่งเสริมกระแสด้านสิ่งแวดล้อมต่อสังคมและผู้บริโภคถือเป็นอัตลักษณ์หลักของตราสินค้า โดยมีรูปแบบการใช้ชีวิตแบบกลุ่มคนเมือง

2.2 ตำแหน่งการตลาดตราสินค้า

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของการวิจัยข้างต้น แสดงให้เห็นถึงตำแหน่งทางการตลาดรูปแบบตราสินค้าระดับราคาค่อนข้างสูง ระดับ B ถึง B+ อยู่ในกลุ่มนักออกแบบไทย โดยมีสไตล์ที่ทันสมัย แต่ผสมผสานกับความย้อนยุค และมีการศึกษาถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเซเนยีลเจเนอเรชั่น จากภาพด้านล่าง แสดงให้เห็นถึงการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด ดังนี้



ภาพที่ 46 ตำแหน่งทางการตลาด
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

2.3 บุคลิกภาพตราสินค้า

ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายบุรุษ สำหรับกลุ่มเซเนเนียลเจเนอเรชั่น ที่เชื่อมโยงแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน โดยใช้เศษเหลือทิ้งทางการเกษตรอย่างคั่วกาแฟ และกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยสิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ถือเป็นอัตลักษณ์หลักของตราสินค้า ผสมผสานในด้านองค์ประกอบการออกแบบสร้างสรรค์ ให้มีความงามตามยุคสมัย

2.4 หลักการตราสินค้า

ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายบุรุษ ใช้แนวคิดการออกแบบหมุนเวียน โดยใช้วัสดุเส้นใยตาลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึงสีและลวดลายที่ใช้ผลิตจากกระบวนการที่ไม่มีสารเคมี

ส่วนที่ 3 ความจำเป็นของผลิตภัณฑ์

ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์สไตล์ฮิปฮอป สำหรับกลุ่มชนเนี่ยลเจเนอเรชั่น โดยใช้แนวคิดการออกแบบหมุนเวียน และเป็นสิ่งทอที่ผลิตมาจากเส้นใยตาลผสมฝ้ายโดยแบ่งเป็นเปอร์เซ็นต์ ความจำเป็นของผลิตภัณฑ์สินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น มีรายละเอียดความงามตามยุคสมัยที่ปรับเปลี่ยน และยังเป็นสินค้าที่ช่วยลดการเผาขยะทางการเกษตรหรือการฝังกลบที่เหลือทิ้งทางการเกษตร และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำไปสู่การสร้างสังคมที่ยั่งยืน ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ความจำเป็นขอผลิตภัณฑ์เป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.1 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้สอย

3.1.1 ประโยชน์ใช้สอย เป็นสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายรูปแบบสตรีทแวร์ ที่มีประโยชน์ใช้สอยหลักคือการสวมใส่ปกปิดร่างกายให้เหมาะสมกับสถานที่และเวลา และยังช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการสวมใส่ และส่งเสริมบุคลิกของผู้สวมใส่ให้มั่นใจและเป็นสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่สามารถสวมใส่เพื่อเสริมสร้างบุคลิกและ ยังช่วยส่งเสริมการนำเส้นใยตาลเหลือทิ้งมาสร้างคุณค่าให้เกิดประโยชน์ในเรื่องการลดขยะทางการเกษตรและการเกิดมลพิษทางอากาศรวมไปถึงการฝังกลบขยะทางการเกษตร โดยใช้หลักการหมุนเวียนของเหลือทิ้ง ซึ่งเป็นการกระตุ้นการรับผิดชอบต่อสังคมและทำให้ตระหนักถึงสภาพแวดล้อมที่เป็นปัญหาหลักในปัจจุบัน ยังช่วยในเรื่องลดปัญหาจากสารเคมีที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาชุมชน ผู้สังคมที่ยั่งยืน

ตารางที่ 6 ข้อมูลลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์ตราสินค้าในการวิจัย

ข้อมูลผลิตภัณฑ์	ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์
ตราสินค้า	เป็นรูปแบบตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ที่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน (casual party)
ประเภทสินค้า	สินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายในรูปแบบลำลองกึ่งกิจกรรมกลาง (casual party) ร้อยละ 80 สินค้าแฟชั่นเครื่องประกอบการแต่งกาย ร้อยละ 20 ประกอบด้วยกระเป๋าและเครื่องประดับ
โอกาสการสวมใส่	casual party 70% casual casual 30%
รูปแบบสินค้า	ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายบุรุษ กลุ่มฮิปฮอปสำหรับเซ่นเนี่ยลเจเนอเรชั่น ที่ใช้แนวคิดการออกแบบหมุนเวียนและเป็นสิ่งทอที่ผลิตมาเส้นใยคัลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ระดับตลาด	B ถึง B+ ในลักษณะของนักออกแบบไทย
กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค	กลุ่มฮิปฮอปสตรีท สำหรับเซ่นเนี่ยลเจเนอเรชั่น มีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี
ขนาดสินค้า	สินค้านี้ออกแบบในขนาด S M L
แนวคิดตราสินค้า	การนำเสนอที่หลีกเลี่ยงการเกษตรมาสร้างมูลค่าให้เกิดประโยชน์โดยใช้แนวคิดการออกแบบหมุนเวียน
ประโยชน์ใช้สอย	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

จากตารางสรุปได้ว่าสินค้าสตรีทแวร์จากสิ่งทอเส้นใยคัล เป็นรูปแบบตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ที่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน มีรูปแบบการเครื่องแต่งกายในรูปแบบลำลองกึ่งกิจกรรมกลาง (casual party) โดยแบ่งการสวมใส่เป็น การสวมใส่ในชีวิตประจำวันที่สามารถออกไปทำกิจกรรมได้ 70% และสามารถสวมใส่รูปแบบการใช้ชีวิตทั่วไปได้ 30% โดยกำหนดขนาดเป็นรูปแบบโอเวอร์ไซส์และมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเซ่นเนี่ยลเจเนอเรชั่นที่แต่งตัวสไตล์สตรีทแวร์และยังช่วยลดการเกิดขยะทางการเกษตร

3.2 อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ

รูปแบบของสินค้าเป็นอีกหนึ่งอัตลักษณ์ที่มีความสำคัญ ต่อการกำหนดความจำเพาะของรูปแบบตราสินค้าของตราสินค้า ที่มีรูปแบบแตกต่างจากตราสินค้าอื่นๆ ที่ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ ได้แก่ วัสดุ แนวความคิด โครงร่างเงา สี รายละเอียดการตกแต่งที่สอดคล้องและการสนับสนุนกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจเครื่องแต่งกายรูปแบบสตรีทแวร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สรุปได้ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 7 อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์	ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์
แนวความคิดออกแบบ	การนำแนวความคิดออกแบบหมุนเวียนมาใช้และเป็นการนำขยะทางการเกษตรมาสร้างมูลค่าอย่างคุ้มค่า โดยดึงแรงบันดาลใจจากรูปทรงต้นตาลและใบตาลมาตัดทอนการออกแบบ โดยใช้สไตลส์ฮิปฮอป
โครงร่างเงา	โครงร่างเงาที่เกิดจากรูปแบบการศึกษาสไตลส์ของกลุ่มคนเมือง มีรูปแบบโอเวอร์ไซส์
รายละเอียดตกแต่ง	การทอมือ / ลวดลายอีโก้ปรีน / การเย็บแบบทับซ้อน
วัสดุ	เส้นใยตาล / ฝ้าย

จากตารางสรุปได้ว่าสินค้าสตรีทแวร์จากสิ่งทอเส้นใยตาล เป็นการนำแรงบันดาลใจด้านรูปทรงต้นตาลมาออกแบบโดยใช้เส้นใยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยออกแบบขนาดโอเวอร์ไซส์ เพื่อให้เข้ากับการแต่งกายสไตลส์ฮิปฮอปมีรายละเอียดการตกแต่งลวดลายและสีสรรค้ด้วยการถ่ายโอนสีผ่านใบไม้ตามกระแสนิยม

บทที่ 6

การสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาเรื่องนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนยีลเจเนเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน เป็นการศึกษาแนวคิดการออกแบบหมุนเวียนโดยการใช้นวัตกรรมสิ่งทอเส้นใยตาลเพื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องแต่งกายให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเซเนยีลเจเนอเรชั่น และเพื่อแสดงผลของการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำผลของการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลมาออกแบบสร้างสรรค์ผลงานคอลเล็กชันต้นแบบเพื่อแสดงให้เห็นถึงกระบวนการวิจัยที่สามารถผลิตสินค้าเพื่อแก้ปัญหาได้ โดยแบ่งเนื้อหาเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ

- 1.1 การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ
- 1.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก
- 1.3 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน
- 1.4 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่
- 1.5 แรงบันดาลใจ

ส่วนที่ 2 การสร้างสรรค์ผลงาน

- 2.1 การพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอ
- 2.2 การพัฒนาคอลเล็กชัน

ส่วนที่ 1 การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีรวมทั้งการสัมภาษณ์ และการทดลอง ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งทอเส้นใยตา สู่การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ สามารถสรุปข้อมูลเพื่อให้สร้างสรรค์และพัฒนาเป็นคอลเล็กชันได้ รวมไปถึงการศึกษากระบวนการพัฒนาถึงแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในปัจจุบันเพื่อให้เข้ากับยุคสมัย รวมถึงความเหมาะสมต่อกลุ่มเซเนเนียล เจเนอเรชั่น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นเพื่อใช้ในการประกอบและพัฒนาการออกแบบคอลเล็กชัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ

จากการศึกษาข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยและสร้างสรรค์เป็นผลงาน ผู้วิจัยต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นให้สอดคล้องกับยุคสมัยและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การคัดเลือกแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น ดังนี้

6.1.1.1 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก คือ การศึกษาและองค์ประกอบในการออกแบบจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีและการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงกระบวนการทดลองวัสดุ จึงนำมาวิเคราะห์เกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งทอเส้นใยตา สู่การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ด้วยแนวการออกแบบคิดหมุนเวียน

6.1.1.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน คือ กระแสนิยมแฟชั่นที่อ้างอิงจากบริษัทเทรนที่เก็บรวบรวมข้อมูลแนวโน้มที่น่าจะเกี่ยวกับกระแสนิยมของกลุ่มเป้าหมายและความน่าสนใจในอนาคต ทั้งนี้ ได้ใช้เกณฑ์การคัดเลือกแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน ดังนี้

- เป็นแนวโน้มกระแสนิยมปี ค.ศ.2023/2024 Autumn weather และองค์ประกอบที่เกี่ยวกับการออกแบบและสอดคล้องต่อการสร้างสรรค์ผลงานโดยมีแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลักเกี่ยวข้อง

- มีรูปแบบแนวทางแฟชั่นที่สอดคล้องกับเรื่องราวเกี่ยวเนื่องกับรูปแบบของการดำเนินชีวิต และเครื่องแต่งกายของสตรีกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

1.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก

แนวโน้มแฟชั่นหลักมาจากแนวโน้มของบริษัท WGSN เป็นแนวคิดที่มีความน่าสนใจในรูปแบบของการสร้างสรรค์ลวดลายจากใบไม้และกระบวนการสิ่งทอที่เป็นเส้นใยธรรมชาติทำให้สะท้อนเห็นถึงความเป็นรูปแบบของความเป็นธรรมชาติและกระบวนการออกแบบหมุนเวียนของการออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จนนำมาซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมสิ่งทอเส้นใยตาลที่สามารถย่อยสลายได้ ผู้การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ สามารถสรุปองค์ประกอบในการออกแบบซึ่งเป็นแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลักสำหรับการสร้างสรรค์และพัฒนาคอลเล็กชันได้ ดังนี้



ภาพที่ 47 กระแสแฟชั่นหลัก

ที่มา : WGSN

ตารางที่ 8 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก

<p>แนวคิด (Concept)</p>	<p>เมื่อผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญถึงความยั่งยืนมากขึ้น และมีความทะเยอทะยานสูงขึ้น เช่นเดียวกับการรีไซเคิลและการออกแบบหมุนเวียน นักออกแบบจึงมีจุดมุ่งหมายในการทำงานด้วยวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้อย่างสมบูรณ์โดยใช้ผ้าที่สามารถย่อยสลายได้ หมักพิมพ์ออร์แกนิกผ่านการตกแต่งที่เป็นธรรมชาติ ทำให้เกิดเป็น Big Ideas 2024 ของเราที่พุ่งถึงสุนทรียภาพเป็นเบื้องหลังให้กับระบบนิเวศและนักออกแบบเครื่องแต่งกาย</p>
<p>วัสดุ (Material)</p>	<p>cotton, hemp, bast fabrics, as well as recycled wooden trims and compostable buttons.</p>
<p>โครงร่างเงา (Silhouette)</p>	<p>Oversize, simple shapes</p>
<p>สี (Color)</p>	<p>Care Culture A/W 23/24</p> <p>Bringing together colors that signify the benefits of connecting with nature, and tones that are key to the wellness industry, this palette uses earthed, burnished brights like Carambola, Candied Orange and Dusted Grape with softer, more neutral mid-tones like Ginger Biscuit and Italian Clay, all against a backdrop of Dark Oak, Marine Teal and Black.</p> 
<p>รูปแบบที่โดดเด่น (Silhouette)</p>	
<p>รายละเอียด (Detail)</p>	

1.3 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน

คนรุ่นใหม่ที่เติบโตขึ้นพร้อมกับข้อมูลข่าวสารที่กระจายไปทั่วโลก ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่จึงแตกต่างกัน ทำให้ส่งเสริมความเจริญรุ่งเรืองของวัฒนธรรมที่แตกต่างกันและถ่ายทอดวัฒนธรรมบนท้องถนนที่ผสมผสานระหว่างสไตล์แบบจำลอง ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจะสร้างแรงบันดาลใจให้กับสไตล์แบบร่วมสมัย จึงทำให้แฟชั่นสนับสนุนมาจากแนวโน้มของบริษัท WGSN เป็นแนวคิดที่มีความน่าสนใจในรูปแบบของผู้บริโภคที่มีการเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการออกไปใช้ชีวิตและสร้างกิจกรรมเพื่อเพิ่มพลังงานให้กับตัวเอง และความต้องการเรื่องการสวมเครื่องแต่งกายที่สะท้อนให้เห็นถึงเส้นใยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสามารถออกไปใช้ชีวิตได้ทุกโอกาส





ภาพที่ 48 กระแสแฟชั่นสนับสนุน

ที่มา : WGSN

ตารางที่ 9 การสรุปแนวโน้มนักกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน

<p>แนวคิด (Concept)</p>	<p>TIDAL MOVEMENTS</p>  <p>การออกไปใช้ชีวิตในรูปแบบกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p>
<p>วัสดุ (Material)</p>	<p>cotton, hemp, bast fabrics</p>
<p>โครงร่างเงา (Silhouette)</p>	<p>Jacket / T-shirt / Shirt / Sweater / Straight</p>
<p>สี (Color)</p>	

ตารางที่ 10 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน

แนวคิด (Concept)	<p>INDUSTRIAL NATURE</p>  <p>ความสนใจเส้นใยที่เป็นธรรมชาติและการใช้ลวดลายธรรมชาติ</p>
วัสดุ (Material)	<p>Natural dye / new camouflage technique / workwear / street-inspired items</p>
โครงร่างเงา (Silhouette)	<p>Loose silhouette Track jacket / Sweater / Tank top / Jeans</p>
สี (Color)	

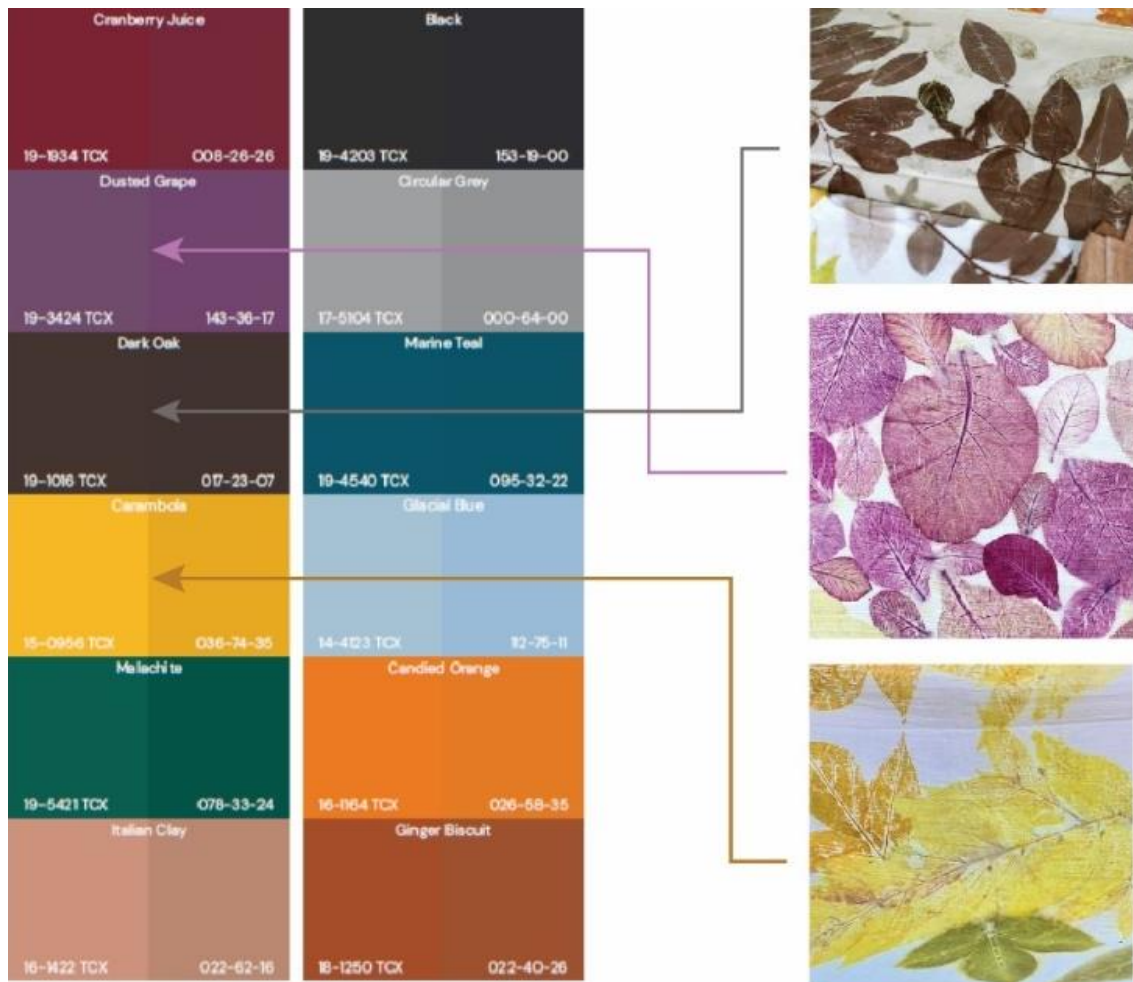
1.4 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่

จากการศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นหลัก และแนวโน้มแฟชั่นสนับสนุนทั้งสอง จึงได้รวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เกิดแนวโน้มใหม่ ที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภค และได้นำแนวคิดการออกแบบหมุนเวียนและเศษเหลือทิ้งจากเส้นใยตาลมาช่วยเพิ่มมูลค่าตามแนวคิดเครื่องแต่งกายเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับขยะทางการเกษตร และสร้างคุณสมบัติพิเศษของวัสดุสิ่งทอเส้นใยตาล โดยสามารถแบ่งเป็นองค์ประกอบในการออกแบบคอลเลคชั่นแฟชั่นเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์สำหรับกลุ่มเซเนเนียลเจนเนอเรชั่น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้






ภาพที่ 49 กระแสแฟชั่นหลัก New trend

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 50 กระแสแฟชั่นสี New trend
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

ตารางที่ 11 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น New trend

<p>แนวคิด (Concept)</p>	<p>ผู้บริโภคส่วนใหญ่มหันมาสนใจสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จึงเกิดเป็นแนวคิด “เศรษฐกิจหมุนเวียน” โดยนำเส้นใยตาลที่เหลือทิ้งมาเพิ่มมูลค่าให้เป็นสินค้าไลฟ์สไตล์สตรีทแวร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อกิจกรรมที่สามารถใช้ได้ในทุกช่วงโอกาส โดยเน้นรูปแบบ outer wear แจ็คเก็ต หรือเสื้อผ้าที่เน้นการใช้งาน โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากการทับซ้อนการของต้นตาลและนำการแต่งกลายสตรีทแวร์ในยุค1990 มาผสมผสาน จึงเกิดเป็นรูปแบบสินค้าไลฟ์สไตล์สตรีทแวร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม</p>
<p>วัสดุ (Material)</p>	<p>BORASSUS FRUIT FIBRES Borassus fruit fiber, cotton</p>
<p>โครงร่างเงา (Silhouette)</p>	
<p>สี (Color)</p>	
<p>รายละเอียด (Detail)</p>	

1.5 แรงบันดาลใจ

จากแนวโน้มแฟชั่น New Trend เป็นการเล่าเรื่องราวของรูปแบบการแต่งกายที่เน้นรูปแบบการแต่งกายที่สามารถสวมใส่ได้ในทุกโอกาส และเป็นวัสดุธรรมชาติที่ช่วยลดการเกิดมลภาวะ แวดล้อมและอากาศที่เป็นปัญหาต่อโลก ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงได้นำแรงบันดาลใจมาจากการทับซ้อนของใบตาลและรูปทรงลักษณะของต้นตาลเพื่อนำมาออกแบบเป็นสินค้าเครื่องแต่งกายโดยมีรูปแบบของการตัดทอนรูปทรงและลวดลายที่ผ่านกระบวนการถ่ายโอนสีจากใบไม้โดยการตัดรูปร่างรูปทรงของใบไม้เพื่อให้เกิดลวดลายที่สอดคล้องกับกระแสแฟชั่นในปัจจุบัน โดยมีการทำอินสไปเรชั่นบอดเพื่อให้เกิดโครงร่างใหม่ที่แปลกใหม่ดังรูปภาพต่อไปนี้

INSPIRATION

**BORASSUS
FRUIT FIBRE**



ภาพที่ 51 แรงบันดาลใจ

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

ELEMENT



ภาพที่ 52 แรงบันดาลใจ










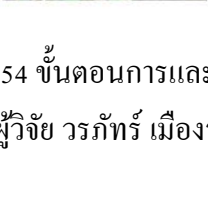
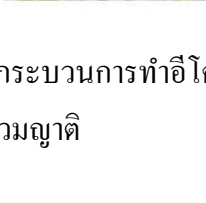

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

ขั้นตอนกระบวนการสร้างลวดลายการทำอ็โต้ปรี้นและรูปแบบการจัดวางใบไม้เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะของตราสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีการลงพื้นที่จากกลุ่มย้อมสีธรรมชาติอำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี (นโม สาธู)



ภาพที่ 53 พื้นที่ย้อมสีธรรมชาติ
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

EXAMPLE ECO PRINT

			สัก
			เพกา
			สบูเลียด
			ชุมเห็ดเทศ
			สารส้ม _____ 150 กรัม
			Sodium Acetate _____ 150 กรัม
			น้ำสะอาด _____ 3 ลิตร

ภาพที่ 54 ขั้นตอนการและกระบวนการทำอ็โต้ปรี้น
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 55 ใบไม้ที่ให้สีตรงกลับกระแสดแพช่น

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 56 ขั้นตอนการเตรียมผ้าก่อนวางลวดลาย

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 57 ขั้นตอนการวางลวดลาย

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 58 ขั้นตอนการม้วนผ้าก่อนนำมาขึ้น
 ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 59 ลวดลายอีโก้ปรีน
 ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

ส่วนที่ 2 การสร้างสรรค์ผลงาน

2.1 การพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอ

การสร้างสรรค์ผลงานและพัฒนาเพื่อให้เกิดคอลเล็กชั่นเกิดจากการศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลให้เกิดความเหมาะสมกับตลาดและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้นำสิ่งทอเส้นใยตาลสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผู้วิจัย จึงได้คิดทูลงรูปทรงของใบไม้ในกระบวนการทำโอ้โก้ปรี้นเพื่อให้ได้ลวดลายที่ทันสมัยและสามารถตอบโจทย์ต่อกลุ่มเป้าหมาย จากการศึกษาและสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นเป็นแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ ทำให้สามารถระบุรายละเอียดในการออกแบบโดยการแบ่งรูปแบบของสิ่งทอเส้นใยตาลเป็น 3 แบบดังตารางนี้

ตารางที่ 12 รูปแบบสิ่งทอเส้นใยตาลที่นำมาสร้างคอลเล็กชั่น

รูปแบบสิ่งทอเส้นใยตาล	อัตราส่วนใยตาลกับฝ้าย	รูป
เส้นใยตาลกับฝ้ายขาว	15 : 85	
เส้นใยตาลกับฝ้ายน้ำตาล	15 : 85	
สิ่งทอเส้นใยตาลสร้างลวดลายโอ้โก้ปรี้น	15 : 85	

2.2 การพัฒนาคอลเล็กชัน









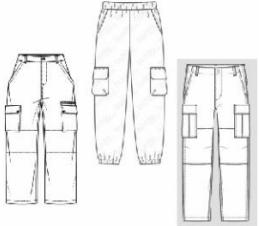



จากการศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์งานได้แรงบันดาลใจเพื่อนำมาออกแบบเป็นรูปแบบเครื่องแต่งกายทำให้เกิดกระบวนการสิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จึงได้วิเคราะห์ถึงรูปแบบสินค้าและลวดลาย และนำมาปรับรูปทรงให้มีความทันสมัยให้สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน จึงเกิดเป็นการสร้างสรรค์ผลงานและพัฒนาทำให้คอลเล็กชันตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งการอ้างอิงจากการกำหนดทิศทางของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดลองต่อยอด และพัฒนาให้เกิดเป็นสินค้าเครื่องแต่งกาย ดังนี้

6.2.2.1 ทดลองแยกไอเทม (Items) โดยรวมจากรูปแบบของเครื่องแต่งกายของกลุ่มสตรีทแวร์

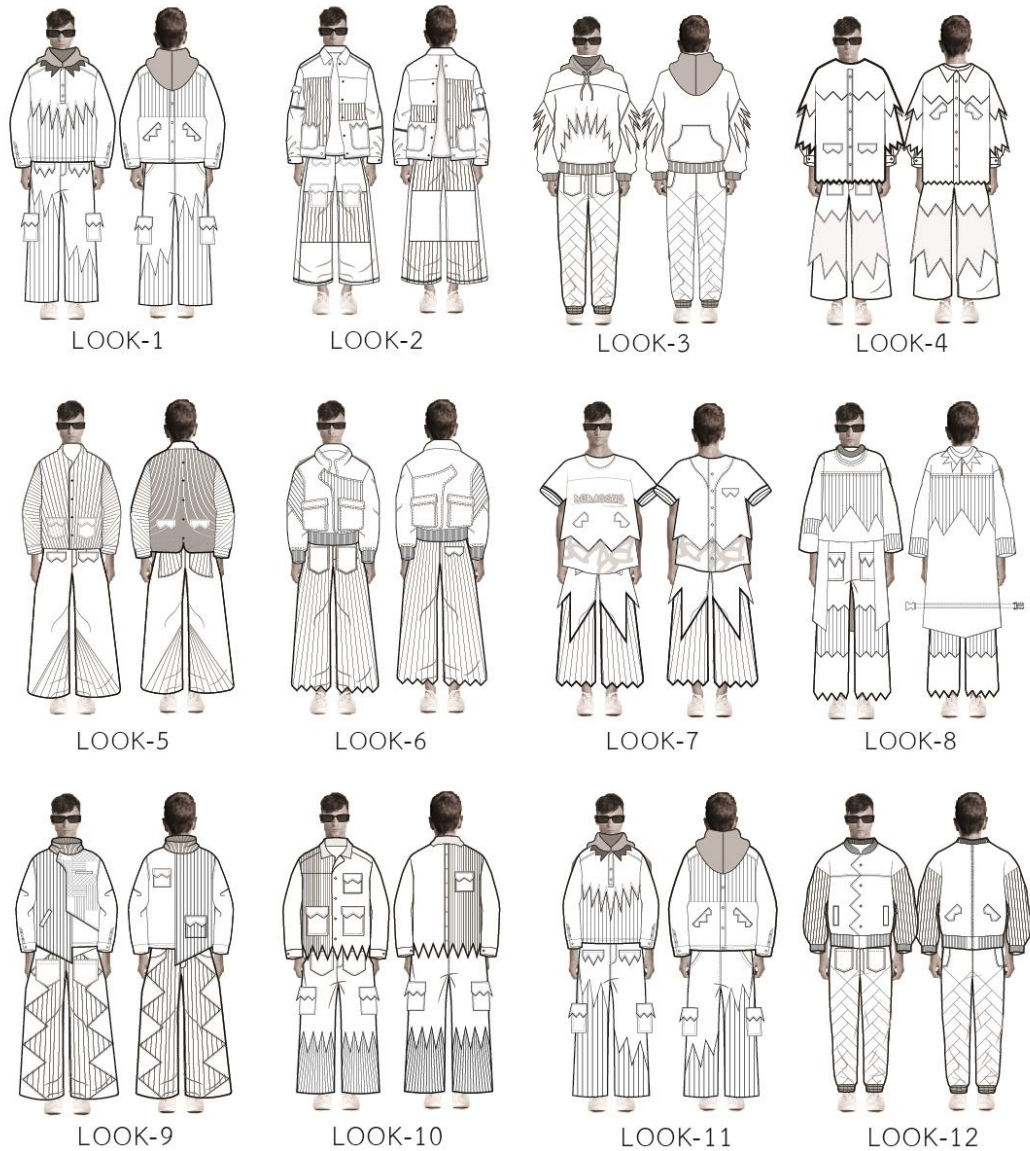
6.2.2.2 การพัฒนาสเก็ตช์ (Sketch) และการขึ้นตัวอย่างจากผ้าดิบในคอลเลกชัน

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมรูปแบบของเครื่องแต่งกายของกลุ่มสตรีทแวร์แล้วนำมาจำแนกเป็นไอเทมต่างๆ เพื่อหาลักษณ์ประกอบในการออกแบบคอลเลกชันที่น่าสนใจเพื่อให้ตอบโจทย์กับกลุ่มผู้บริโภค

ตารางที่ 13 ทดลองแยกไอเทมโดยรวมจากรูปแบบของเครื่องแต่งกายของกลุ่มสตรีทแวร์

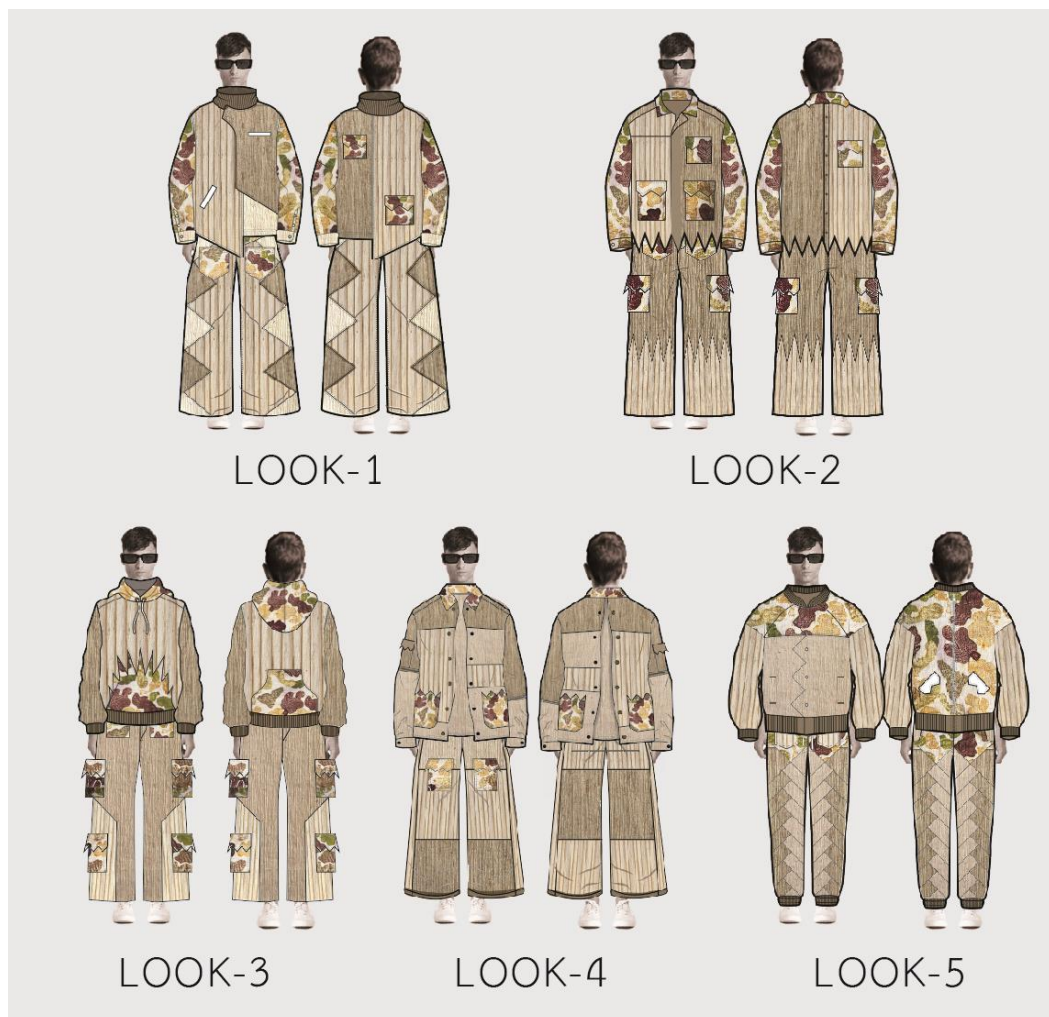
โครงร่างเงา (Silhouette)	รูปแบบเครื่องแต่งกาย
	
	
	
	
	
	

จากการทดลองแยกไอเทม (Items) และการสร้างสรรค์แรงบันดาลใจ ผู้วิจัยได้พัฒนาสเก็ตช์ รูปแบบลักษณะเครื่องแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของการแต่งกายรูปแบบฮิปฮอปสไตล์ที่มีรูปแบบโอเวอร์ไซส์ที่ใช้เส้นใยตาข่ายในกระบวนการผลิตจึงได้แบบรูปแบบนี้



ภาพที่ 60 รูปแบบสเก็ตครั้งแรกที่ 1
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

จากนั้นได้ลองพัฒนารูปแบบสเก็ตช์ครั้งที่ 2 ในรูปแบบการมิกซ์แอนด์แมทช์ โครงร่างเงา และการใช้ลวดลายที่ได้จากกระบวนการทำผ้าอ็โต้ปรี้นจากสิ่งทอเส้นใยตาลบนเสื้อผ้าทั้งหมด 12 ชุดนำมาคัดเลือกให้เหลือ 5 ชุด จากแนวทางการออกแบบหมุนเวียนที่ได้จากเส้นใยตาลผ่านกระบวนการย้อมสีอ็โต้ปรี้น ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางการออกแบบตามคำตอบที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อให้ตอบโจทย์โอกาสการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 61 รูปแบบสเก็ตช์ครั้งที่ 2
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

จากนั้น ได้ลองพัฒนารูปแบบสเก็ทครั้งที่ 3 ในรูปแบบการมิกซ์แอนด์แมทช์ลวดลายที่ได้จากกระบวนการทำอ็โต้ปรี้น จากสิ่งทอเส้นใยตาลบนเสื้อผ้าทั้งหมด 5 ชุดและนำมาคัดเลือกกับอาจารย์ที่ปรึกษาจนได้รูปแบบที่สามารถตอบโจทย์กลุ่มเซเนเนียวเจเนอเรชั่น โดยใช้แนวทางการออกแบบหมุนเวียนที่ได้จากเส้นใยตาลผ่านกระบวนการย้อมสีอ็โต้ปรี้น โดยทั้งนี้ผู้วิจัยการทดลองขึ้นต้นแบบจากผ้าดิบเพื่อศึกษาโครงร่างเงาจำนวน 3 ชุดและทดลองตัดเย็บด้วยผ้าจริงจำนวน 1 ชุดจากจำนวนทั้งหมด 5 ชุดที่ผ่านการคัดเลือก ดังนี้



ภาพที่ 62 รูปแบบชุดผ้าดิบ Look1
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 63 รูปแบบชุดผ้าดิบ Look2
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



ภาพที่ 64 รูปแบบชุดผ้าดิบ Look3
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

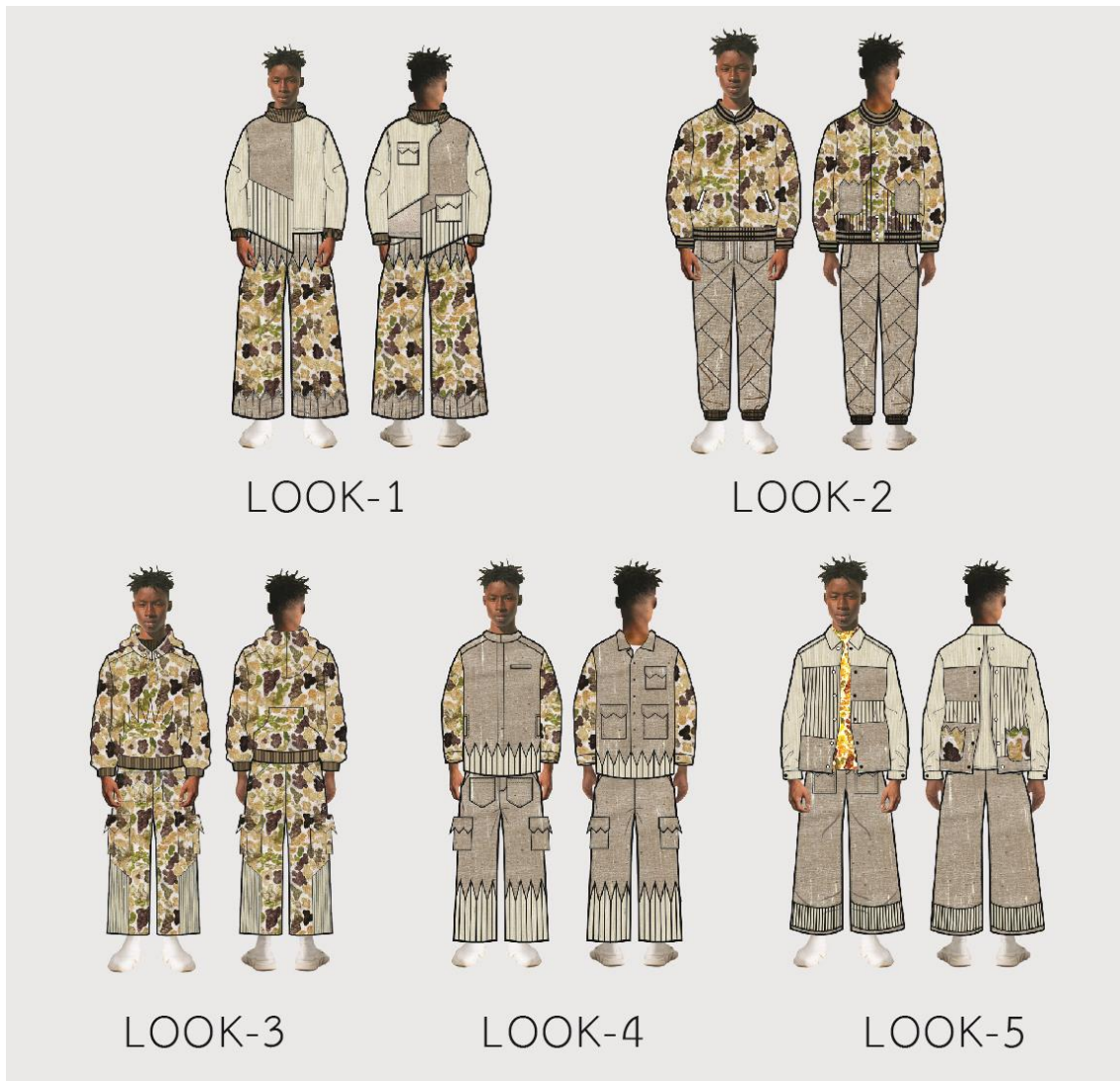


ภาพที่ 65 รูปแบบชุดผ้าดิบ Look5

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

จากการออกแบบแนวทางการสร้างสรรค์คอลเลกชันจากสิ่งทอเส้นใยตาล ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนารูปแบบครั้งที่ 3 เพื่อคัดเลือกรูปแบบร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาหาความเหมาะสมต่อภาพรวมและความหลากหลายของเสื้อผ้าให้ครอบคลุมเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายทำให้ได้รูปแบบตามภาพดังต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาพที่ 66 รูปแบบสเก็ตครั้งที3
 ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



COLLECTION LOOK-1



WOVEN

WOVEN

ECO-PRINT

ภาพที่ 67 รูปแบบคอลเลคชั่นที่ 1
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



COLLECTION LOOK-2



WOVEN

WOVEN

ECO-PRINT

ภาพที่ 68 รูปแบบคอลเลกชันที่ 2
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



COLLECTION LOOK-3



WOVEN

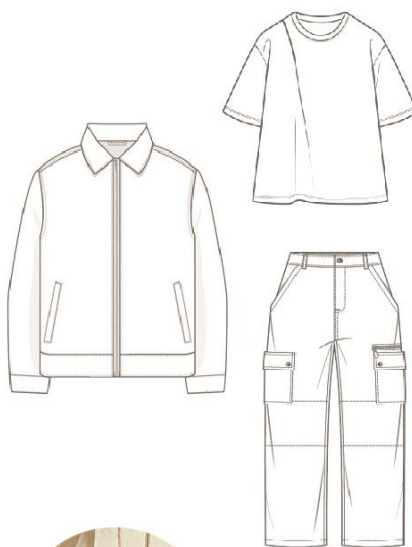
WOVEN

ECO-PRINT

ภาพที่ 69 รูปแบบคอลเลคชั่นที่ 3
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



COLLECTION LOOK-4



WOVEN

WOVEN

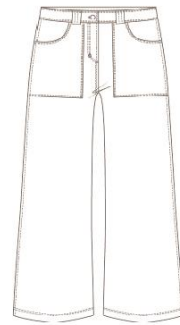
ECO-PRINT

ภาพที่ 70 รูปแบบคอลเลคชั่นที่ 4

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ



COLLECTION LOOK-5



WOVEN

WOVEN

ECO-PRINT

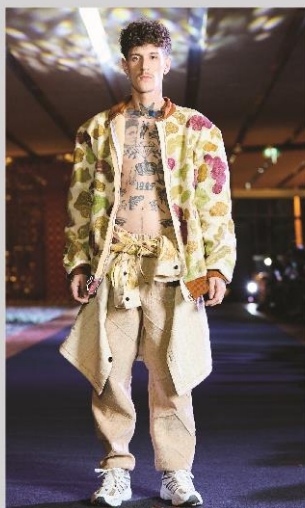
ภาพที่ 71 รูปแบบคอลเลคชั่นที่ 5
ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

WORTHWHILE USED A/W 2023

Nowadays, consumer tend to be primarily focused on eco-friendly products in terms of "Circular Economy". The leftover Borassus Fruit Fibers has been ultimately upcycled into streetwear lifestyle green products with vary occasions, especially outerwear, like jacket or functional clothes. This collection visually inspired from stack of sugar palm trees merged with 90s's streetwear in order to create an eco-friendly streetwear lifestyle product.



‘
AWAKENING OF
CIRCULAR
,



ภาพที่ 72 ภาพรวมคอลเลคชั่น AWAKENING OF CIRCULAR จาก RUNWAY

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์ เมืองรวมญาติ

บทที่ 7

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวรรณกรรมและข้อมูลต่างๆ ตลอดจนกระบวนการทดลอง รวมถึงการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบของนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งสตรีทแวร์จากสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนเนียลเจนอเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน ผู้วิจัยได้ทำการสรุปอภิปรายผลและสรุปข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นการอภิปรายผลการศึกษาทั้งหมดรวมทั้งเป็นแนวทางในการวิจัยและสร้างสรรค์ครั้งต่อไป โดยมีการแบ่งหมวดหมู่ไว้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สังเขปวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินงาน

- 1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์
- 1.2 วิธีดำเนินงานวิจัย

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย

- 2.1 การศึกษา การทดลอง พัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปสิ่งทอเส้นใยตาล

ส่วนที่ 3 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 4 การประชาสัมพันธ์คอลเลคชันผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย

ส่วนที่ 1 สังเขปวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินงาน

1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์

งานวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้น เพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสตรีทแวร์จากนวัตกรรมสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนยีลเจเนอเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน เพื่อเพิ่มมูลค่าสิ่งเหลือทิ้งทางการเกษตรโดยสร้างประโยชน์การใช้สอยให้กับเครื่องแต่งกายและสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์อีกทางเลือกหนึ่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หลักการนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักออกแบบรุ่นใหม่ในการพัฒนาได้จากการศึกษาข้อมูล การทดลอง การสำรวจกลุ่มเป้าหมายและการผลิตชิ้นงานต้นแบบเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ มีมูลค่าเพิ่มขึ้น และตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ไปพร้อมกัน

1.2 วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เริ่มจากการเล็งเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากขยะทางการเกษตรที่เหลือทิ้งในชุมชนและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แนวคิดการออกแบบหมุนเวียนจึงถูกนำมาใช้ด้วยหลักการของการนำกลับมาใช้ใหม่ให้เกิดเป็นสิ่งทอเส้นใยตาลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มจากการศึกษาแนวคิดวิธีการ รวมทั้งตรวจสอบคุณสมบัติเพื่อศึกษาปัญหาความเป็นไปได้และหาแนวทางในการพัฒนาสิ่งทอเส้นใยตาล จากนั้นจึงศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและศึกษตราสินค้าที่มีแนวคิดคล้ายคลึงกันเพื่อหาช่องว่างทางการตลาด จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเซเนยีลเจเนอเรชั่น โดยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มคนตัวอย่างที่คาดว่าจะสวมใส่และใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการ อีกทั้งยังศึกษารูปแบบการสวมใส่จากเครื่องมือ Paper Doll Data Set เพื่อให้สามารถระบุรูปแบบการแต่งกาย จำนวน ไอเท็มที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจมากที่สุด

เมื่อได้แนวทางที่สามารถเป็นอัตลักษณ์ได้แล้ว จึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสแฟชั่นเพื่อนำมาใช้สนับสนุนแนวคิดนวัตกรรมการออกแบบให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการศึกษาวิเคราะห์ตลาดคู่แข่ง จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการออกแบบรวมทั้งทดลองตัดเย็บเพื่อศึกษาโครงร่างเงาก่อนที่จะตัดเย็บผ้าจริง เมื่อได้ทำการปรับแก้แบบและโครงร่างเงาให้มีความตอบโจทย์ต่อกลุ่มเป้าหมายแล้ว จึงได้เริ่มกระบวนการตัดเย็บผ้าจริง

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนยีลเจเนเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับขยะทางการเกษตร รวมทั้งการทดลองพัฒนาต่อยอดคนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุเส้นใยตาลเหลือทิ้ง เพื่อให้สามารถมีคุณภาพและคุณสมบัติที่จะสามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้ โดยศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล การทำแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เพื่อให้เห็นถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การศึกษารูปแบบเสื้อผ้าสตรีทแวร์ และการศึกษาแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน โดยสามารถสรุปการวิจัยได้ ดังนี้

2.1 การศึกษา การทดลอง พัฒนาต่อยอดคนวัตกรรมการแปรรูปสิ่งทอเส้นใยตาล

จากการศึกษาการทดลองนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนยีลเจเนเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสิ่งทอเส้นใยตาล เป็นการวิจัยเชิงทดลองและเชิงคุณภาพ โดยเริ่มจากศึกษาคุณสมบัติคุณลักษณะของเส้นใยตาลที่ได้จากการเหลือทิ้งทางการเกษตรและนำมาทดลองแปรรูปเพื่อเป็นสิ่งทอ จากการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของเส้นใยตาลมีความยาว 7-14 เซนติเมตร มีสีเหลืองเมื่อแห้งจะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาล และมีความกระด้าง จากการทดลองสามารถทำให้เส้นใยมีความนุ่มขึ้นด้วยการนำไปต้มกับน้ำจืดในปริมาณ จี๊ถั่ว 500 กรัม น้ำ 15 ลิตร ต่อเส้นใย 300 กรัม และนำมาทอผสมกับฝ้ายเพื่อเป็นสิ่งทอ โดยใช้อัตราส่วนดังนี้ อัตราส่วนที่ 1 เส้นใยตาล 50% ผสมฝ้าย 50% สิ่งทอที่ได้มีความกระด้างมาก อัตราส่วนที่ 2 เส้นใยตาล 30% ผสมฝ้าย 70% สิ่งทอที่ได้มีความกระด้างน้อยลง และอัตราส่วนที่ 3 เส้นใยตาล 15% ผสมฝ้าย 85% สิ่งทอที่ได้มีความนุ่มมองเห็นได้ชัดเจน สามารถนำไปผลิตเป็นสินค้าไลฟ์สไตล์เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า หมวก รองเท้า นอกจากนี้สิ่งทอจากเส้นใยตาลที่ได้สามารถเป็นวัสดุทางเลือกที่ช่วยลดขยะทางการเกษตร ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเป็นวัสดุทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

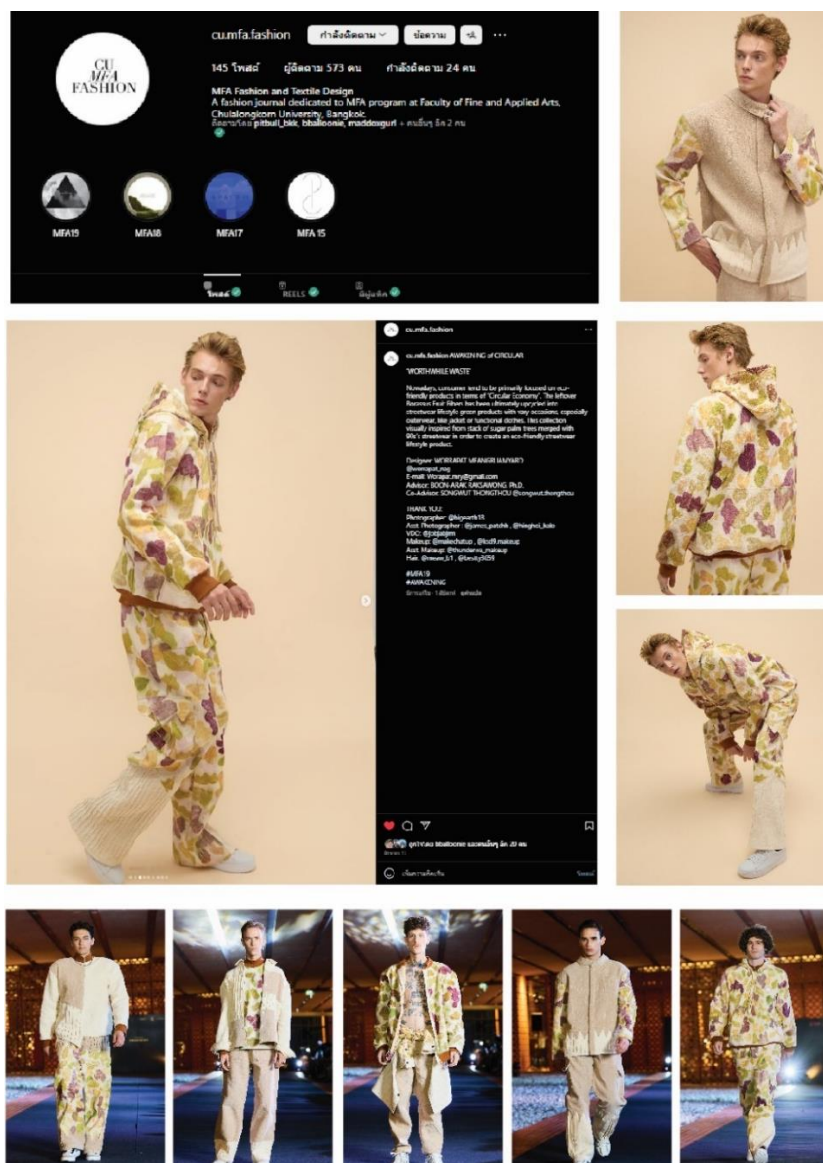
ส่วนที่ 3 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษานวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์ จากสิ่งทอเส้นใยตาล สำหรับกลุ่มเซเนยีลเจเนเรชั่น ด้วยแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน เพื่อค้นหาและสร้างสรรค์แนวทางในการสร้างสรรค์ที่จะตอบ โจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและปัญหาช่องว่างทางการตลาดในไทยได้ สามารถประยุกต์ใช้แนวทางการศึกษามาสร้างสรรค์เป็นผลงาน หากแต่เป็นการศึกษาเรียนรู้และหาองค์ประกอบ เพื่อพิจารณาข้อดี ข้อเสีย และนำมาพัฒนาเพื่อ

สร้างสรรค์ความสวยงามที่แตกต่างถือเป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับตราสินค้าและตอบสนองช่องว่างทางการตลาด

ส่วนที่ 4 การประชาสัมพันธ์คอลเลกชันผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย

การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์อินสตาแกรม ผ่านชื่อบัญชี @cu.mfa.fashion โดยมีชื่อโครงการนิทรรศการคือ AWAKENING เป็นการเผยแพร่ในรูปแบบภาพและรูปแบบ VDO สำหรับ และได้มีการเผยแพร่จากการจัดนิทรรศการโดยมีการเดินแบบเพื่อให้เห็นถึงการสวมใส่จริง



ภาพที่ 73 ภาพการเผยแพร่ผลงานในเว็บไซต์อินสตาแกรม

ที่มา : ผู้วิจัย วรภัทร์เมืองรวมญาติ

บรรณานุกรม

POP KAMPOL (2562). "จุดเริ่มต้นของโลกแฟชั่นยุคใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเด็ก Gen Z อย่างแท้จริง." Retrieved 10 เมษายน, 2566, from <https://www.gqthailand.com/style/article/how-gen-z-shaping-the-future-of-fashion>.

กนกพร กลิ่นเกลา (2563). "จุดยืนของ Gen Z – อนาคตโลกคืออนาคตเรา." Retrieved 20 สิงหาคม, 2565, from <http://www.salforest.com/blog/generationz-and-sustainability>.

จุฑามาศ โกเมนไทย (2564). "Circular Fashion." Retrieved 25 สิงหาคม, 2565, from <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.1122.1.0.html>.

ชไมพร สุตรวิสวงศ์ and อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธุ์ (2561). การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์สำหรับกลุ่มนิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรมจากแนวคิดศิลปะลัทธินีโอ-ดาดา.

ฐิติญาณ สนธิเกษตริน (2563). "Zennials เจเนอเรชันรอยต่อที่แบรนด์จำเป็นต้องรู้." Retrieved 10 เมษายน, 2566, from https://www.creativethailand.org/view/article-read?article_id=32629.

สันติชัย อารณศรี (2564). "แฟชั่นเพื่อความยั่งยืน." Retrieved 18 สิงหาคม, 2565, from <https://themomentum.co/heron>.

สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี (2541). "กรมส่งเสริมการเกษตร." Retrieved 18 สิงหาคม, 2565, from http://www.phetchaburi.doae.go.th/tan_phet/menu_tan.htm.

สำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (2562). "โมเดลเศรษฐกิจ บีซีจี." Retrieved 21 สิงหาคม, 2565, from <https://www.nxpo.or.th/th/bcg-economy/>.



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	วรภัทร์ เมืองรวมญาติ
วัน เดือน ปี เกิด	วันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ.2534
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลบางจาก
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2560 ปริญญาตรี สาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์ทัศนกรรม คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศิลปินพันธ์เรื่อง โครงการการออกแบบชุดแจกันจากหวาย จากนั้นได้มีการต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และได้มีการเข้าร่วมการแข่งขันประกวด Innovative craft award 2017 จึงทำให้ติด 10 คนสุดท้าย เลยนนำมาต่อยอดเป็นแบรนด์ที่เป็นผลิตภัณฑ์จักสานหลังจากนั้นได้เข้าร่วมเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ หรือ Bangkok Design Week (BKGDW) / หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยนักวิจัยระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ที่อยู่ปัจจุบัน	98 ม. 9 ตำบลบางจาก อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ 10130