

การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ



ศิลปนิพนธ์เสนอคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ธันวาคม 2560

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

ECO COSTUME DESIGN OF PARTY ELEGANT DRESS FROM WASTE FABRIC



An Arts Thesis Submitted to the Faculty of Architecture of Naresuan University

In Partial Fulfillment of the Requirements for the

Bachelor of Fine And Applied Art Degree in Product and Package Design

December 2017

Copyright 2017 Naresuan University

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาศิลปนิพนธ์ เรื่องการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ ของ นางสาวชานี สุวรรณวัฒน์ เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการสอบศิลปนิพนธ์


.....
(อาจารย์ ชโรธรณ์ ทิพอุปลักษณ์)

ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์


.....
(อาจารย์ ศุภเดช หิมะมาน)

กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์


.....
(อาจารย์ พิชรวัฒน์ สุริยงค์)

กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



ประกาศคุณูปการ

ศิลปินพจน์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์ช่วยเหลือจากคณาจารย์สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ชโรธรณ์ ทิพย์อุปถัมภ์ ซึ่งเป็นประธานที่ปรึกษาศิลปินพจน์ฉบับนี้ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าคอยให้คำแนะนำให้คำปรึกษาตลอดเวลาในการทำศิลปินพจน์และกรรมการสอบศิลปินพจน์ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ศุภเดช หิมะมาน อาจารย์ พัชรวัฒน์ สุริยงค์ ที่คอยสนับสนุน ให้คำปรึกษา พร้อมทั้งตรวจสอบความบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีตลอดตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเรียบร้อย ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งค่ะ

ขอกราบขอบพระคุณคุณผู้ปกครองที่ให้ทุนสนับสนุนในการทำศิลปินพจน์ครั้งนี้ คุณกรชูลี รุ่งถาวรวงศ์ ป้าผู้ให้เงินสนับสนุนในตัวข้าพเจ้าตลอดมาและขอบคุณ คุณชลธร สุวรรณวัฒน์ อาผู้หยิบยื่นเงินในยามฉุกเฉินขอบคุณมากๆค่ะที่สนับสนุนในตัวข้าพเจ้ามาตลอด ส่วนสำคัญที่ขาดไม่ได้ขอขอบคุณพี่เค พี่ณภัณต์ และพี่เฟิร์นแห่งร้าน ETERNITY WEDDING. ขอบคุณพี่ๆมากๆที่ให้คำแนะนำตั้งแต่ต้นจนจบไม่ว่าจะเอื้อเฟื้อในเรื่องสถานที่ อาหาร นางแบบ ช่างถ่ายภาพ และสิ่งอื่นๆอีกมากมายที่มีให้กันเสมอมาบุญคุณนี้มีอาจลืมหือสิ่งอื่นใดขอขอบคุณพ่อแม่ยายและทุกคนในครอบครัวสำหรับกำลังใจที่มีให้ลูกเสมอมาขอบคุณที่เชื่อมั่นในตัวข้าพเจ้าขอบคุณ

นอกจากนี้ขอขอบคุณเมทโทผืนที่คอยช่วยเหลือมาตลอดขอบคุณมิตรภาพที่มีให้กันเสมอมาขอบคุณเพื่อนร่วมทีมทุกคนและเพื่อนสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่คอยช่วยเหลือคอยอยู่เคียงข้างยามต้องเจอกับปัญหาต่างๆ และประสบความสำเร็จไปด้วยดี ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมสิ่งทอภายใต้กระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในลำดับต่อไป

ชาลินี สุวรรณวัฒน์

ชื่อเรื่อง	การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
ผู้วิจัย	นางสาว ซาลินี สุวรรณวัฒน์
ประธานที่ปรึกษา	อาจารย์ ชโรธรณ์ ทิพย์อุปลัมภ์
กรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ศุภเดช ทิมะมาน อาจารย์ พัชรวัฒน์ สุริยงค์
ประเภทสารนิพนธ์	ศิลปนิพนธ์นิพนธ์ ศป.บ. สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์, มหาวิทยาลัยนเรศวร, พ.ศ.2560
ความสำคัญ	ชุดราตรี, เศษผ้าเหลือใช้, แนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

บทคัดย่อ

โครงการการศึกษาวิจัยการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจโดยผู้วิจัยมีจุดประสงค์เพื่อ ศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ เพื่อออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

วิธีการดำเนินงานวิจัยคือ การศึกษาแนวคิดที่ผู้วิจัยสนใจและรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์และจำแนกข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งกระบวนการออกแบบผลงาน ผลงานที่ออกมานั้นจะต้องนำเสนอถึงความเรียบง่ายแต่หรูหราและมีรูปแบบโครงสร้างที่เรียนแบบความงามของธรรมชาติภายใต้หัวข้อ The Frozen Flower ซึ่งมีรูปแบบการใช้งานปรับเปลี่ยนตามวาระการใช้งานต่างๆ โดยจะนำกระบวนการแปลงเปลี่ยนวัสดุเหลือใช้ (Upcycling) มาใช้ในกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลงานจะต้องตอบโจทย์กลุ่มอนุรักษ์นิยมที่มีรูปแบบพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคม

จากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงรูปแบบชุดราตรี และได้ทราบถึงพฤติกรรมของกลุ่มอนุรักษ์นิยม อีกทั้งยังทราบถึงเรื่องราวการออกแบบเชิงแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ จึงเกิดเป็นโครงการวิจัยการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ ตอบสนองความต้องการของกลุ่มอนุรักษ์นิยม เพิ่มมูลค่าให้กับเศษผ้าเหลือใช้ที่ผ่านการใช้งานแล้วและเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งยังกระตุ้นคนในปัจจุบันให้ตระหนักถึงปัญหาการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....	2
ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
ขอบเขตด้านการออกแบบ.....	3
ขอบเขตด้านระยะเวลา.....	4
ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	4
ขอบเขตด้านประชากร.....	4
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
หลักการออกแบบชุดราตรี.....	6
หลักการและองค์ประกอบของการออกแบบ.....	6
ประวัติชุดราตรี.....	23
พฤติกรรมของกลุ่มอนุรักษ์นิยม.....	27
แนวโน้มพฤติกรรมอนุรักษ์นิยม 2017 NATURE BLUR.....	27
การออกแบบตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ.....	32
แนวคิดในการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจ.....	32
ความหมายของ Eco-efficiency.....	33
กระบวนการ Upcycling.....	35
การออกแบบแฟชั่นตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ.....	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	49
ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	49
การกำหนดประชากรและกลุ่มเป้าหมาย.....	49
ศึกษาข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระเบียบวิจัย.....	50
การออกแบบชุดราตรีชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ.....	50
สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบ.....	52
4 ผลการวิจัย.....	53
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
ดำเนินการออกแบบ.....	56
5 บทสรุป.....	69
สรุปผลการวิจัย.....	69
อภิปรายผลการวิจัย.....	70
ข้อเสนอแนะ.....	71
บรรณานุกรม.....	72
ภาคผนวก.....	74
ประวัติผู้วิจัย.....	85

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงขอบเขตด้านระยะเวลา.....	4
2 แสดงแผนการดำเนินงานตลอดระยะเวลา 4 เดือน.....	52
3 แสดงอารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบแนวความคิดที่ 1	56
4 แสดงอารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบแนวความคิดที่ 2 อินทูเดอะดาร์กเนส.....	58
5 แสดงอารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบแนวความคิดที่ 3 สแตคส์แอนด์ชาร์ม.....	60
6 แสดงอารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบแนวความคิดที่ 4 เดอะโพร์เซ่นฟาร์เวอร์.....	62



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
2 แสดงภาพประกอบตัวอย่างการใช้เส้นตั้งในการออกแบบชุด.....	9
3 แสดงภาพประกอบตัวอย่างการใช้เส้นนอนในการออกแบบชุด.....	9
4 แสดงภาพประกอบตัวอย่างการใช้เส้นทแยงในการออกแบบ.....	10
5 แสดงภาพประกอบตัวอย่างการใช้เส้นโค้งในการออกแบบชุด.....	10
6 แสดงภาพประกอบตัวอย่างการใช้เส้นซิกแซกในการออกแบบชุด.....	11
7 แสดงภาพประกอบตัวอย่างคำอธิบายชุดสัดส่วน 1:1 ส่วน.....	11
8 แสดงภาพประกอบตัวอย่างคำอธิบายชุดสัดส่วน 3:5 ส่วน.....	12
9 แสดงภาพประกอบตัวอย่างคำอธิบายชุดสัดส่วน 2:8 ส่วน.....	12
10 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดผสมผสานกลมกลืน.....	13
11 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสมดุลแท้.....	13
12 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสมดุลเทียม.....	14
13 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดจังหวะ.....	14
14 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้าชีฟอง.....	15
15 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้าฝ้าย.....	15
16 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้าไหม.....	15
17 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้าอแกนซ่า.....	15
18 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้ายีนส์.....	16
19 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้าลูกฟูก.....	16
20 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้าขนสัตว์.....	16
21 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้ากำมะหยี่.....	16
22 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายการใช้สีคู่ตรงข้าม.....	18
23 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายการใช้สีข้างเคียง.....	18
24 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายการใช้สี 3 สี.....	19
25 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายการใช้สีเอกรงค์.....	19
26 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายการใช้สีกลาง.....	20

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
27 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายประวัติชุตราตรี.....	23
28 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุตยาคอตามนิคมหรือรีเจนซี (1795-1815).....	24
29 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุตยาคโรแมนติก (1815-1840).....	25
30 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุตยาควิกตอเรียนตอนต้น (1840-1870).....	25
31 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุตยาควิกตอเรียนตอนปลาย (1870-1890).....	26
32 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบาย Adidas x Parley for the Oceans.....	38
33 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบาย Topshop Reclaim to Wear.....	39
34 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายแบรนด์ H&M.....	40
35 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายแบรนด์ H&M Conscious.....	41
36 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายแบรนด์ Vivienne Westwood.....	42
37 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายแบรนด์ Stella McCartney.....	43
38 แผงผังแสดงขั้นตอนการออกแบบชุตราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศ เศรษฐกิจ.....	51
39 ภาพแสดงข้อมูลของกลุ่มอนุรักษ์นิยมเพื่อใช้ประกอบการออกแบบ.....	54
40 ภาพแสดงข้อมูลของกลุ่มอนุรักษ์นิยมเพื่อใช้ประกอบการออกแบบ.....	54
41 ภาพแสดงข้อมูลของกลุ่มอนุรักษ์นิยมเพื่อใช้ประกอบการออกแบบ.....	55
42 ภาพแสดงข้อมูลของกลุ่มอนุรักษ์นิยมเพื่อใช้ประกอบการออกแบบ.....	55
43 ภาพแสดงตัวอย่างแนวความคิดเรนฟอเรสท์.....	57
44 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดเรนฟอเรสท์.....	57
45 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดเรนฟอเรสท์.....	58
46 ภาพแสดงตัวอย่างแนวความคิดอินทูเดอะดาร์กเนส.....	59
47 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดอินทูเดอะดาร์กเนส.....	59
48 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดอินทูเดอะดาร์กเนส.....	60
49 ภาพแสดงตัวอย่างแนวความคิดสแตคส์แอนด์ชาร์ม.....	61

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
50 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดสแตคส์แอนด์ชาร์ม.....	61
51 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดสแตคส์แอนด์ชาร์ม.....	62
52 ภาพแสดงตัวอย่างแนวความคิดเดอะโพร์เซ่นฟาร์เวอร์.....	63
53 ภาพแสดงข้อมูลแนวความคิดเดอะโพร์เซ่นฟาร์เวอร์.....	65
54 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดเดอะโพร์เซ่นฟาร์เวอร์.....	66
55 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดเดอะโพร์เซ่นฟาร์เวอร์ที่พัฒนาแล้ว...	67
56 แสดงภาพรายละเอียดของชุดราตรียาว.....	68
57 แสดงภาพรายละเอียดของชุดจัมสูท.....	68
58 แสดงภาพผลงานการถ่ายแบบ.....	75
59 แสดงภาพผลงานการถ่ายแบบ.....	76
60 แสดงภาพผลงานการถ่ายแบบ.....	77
61 แสดงภาพผลงานการถ่ายแบบ.....	78
62 แสดงภาพผลงานการถ่ายแบบ.....	79
63 แสดงภาพรายละเอียดผลงาน.....	80
64 แสดงภาพรายละเอียดผลงาน.....	80
65 แสดงภาพรายละเอียดผลงาน.....	81
66 แสดงภาพรายละเอียดผลงาน.....	81
67 แสดงบอร์ดพรีเซ็นชุดและสเก็ทที่พัฒนาแล้ว.....	82
68 แสดงผลงานการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ ที่เสร็จสมบูรณ์ทั้ง 2 ชุด.....	83

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันสังคมมนุษย์ที่ดำเนินอยู่ทุกวันนี้พัฒนาอย่างก้าวกระโดดเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านเทคโนโลยี การศึกษา วัฒนธรรม การติดต่อค้าขาย การดำรงชีวิตประจำวัน นับได้ว่าสร้างคุณประโยชน์และความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก แต่สิ่งที่ควบคู่กันมาอีกอย่างหนึ่งก็คือว่าเป็นปัญหาใหญ่และสำคัญไม่แพ้ปัญหาอื่นใดเลยคือ ปัญหาของขยะ หรือของเสียที่ได้หลังจากใช้ทรัพยากรต่างๆ แล้ว ซึ่งก็จะส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับระบบทรัพยากรธรรมชาติ และยิ่งหากมนุษย์มีความต้องการใช้ทรัพยากรมากขึ้นแล้ว ทรัพยากรของขยะก็จะมากขึ้นตามไปด้วย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น มนุษย์ยังได้ริเริ่มโครงการต่างๆ เพื่อลดปริมาณของขยะนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคการศึกษาไม่เว้นแม้แต่ในภาคของธุรกิจ แนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ Eco - efficiency มาจากการรวมกันของคำว่า Ecology (โซียลค บัญญากิจ, พีรพร พลผลิวาลัย) ที่แปลว่าระบบนิเวศ และ Economy ที่แปลว่าเศรษฐกิจ กับคำว่า Efficiency ที่แปลว่า ประสิทธิภาพ ดังนั้น คำว่า Eco-efficiency จึงหมายถึงการจัดการให้ภาคธุรกิจมีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างสมดุลระหว่างความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจหรือการเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กรและรักษาระบบนิเวศโดยการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปพร้อมๆ กัน นอกจากนี้ยังเป็นดัชนีชี้วัดความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน อันเป็นเป้าหมายโดยรวมของการพัฒนาประเทศในระยะยาวต่อไปในแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ(กิติกร จามรดุสิต)

มีวิธีการมากมายที่จะช่วยในการจัดการกับขยะหรือเศษวัสดุเหลือใช้ แต่สิ่งที่ผู้วิจัยอยากจะเสนอวิธีการ กระบวนการแปลงเศษวัสดุเหลือใช้(Upcycling)คือนำเศษวัสดุเหลือใช้ที่ผ่านการใช้งานมาแปลงสภาพให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีมูลค่าสูงขึ้นและยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวคิดการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มอนุรักษ์นิยมที่มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าและวัสดุทั่วโลกต้องหันมาให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผู้บริโภคก็จำเป็นต้องตระหนักถึงการเลือกใช้สิ่งของมากยิ่งขึ้น บทสรุปจากสารคดี The Story of Stuff (2007) ที่ได้ชี้ให้เห็นปัญหาของการผลิตและการบริโภคแบบทุนนิยมอุตสาหกรรมอย่างเข้าใจง่าย ว่าก่อนจะเป็นขยะทุกๆ 1 ถึงที่ผู้บริโภคทิ้งปลายทาง ต้องมีขยะอีก 70 ถึงที่ถูกทิ้งจากโรงงานระหว่าง

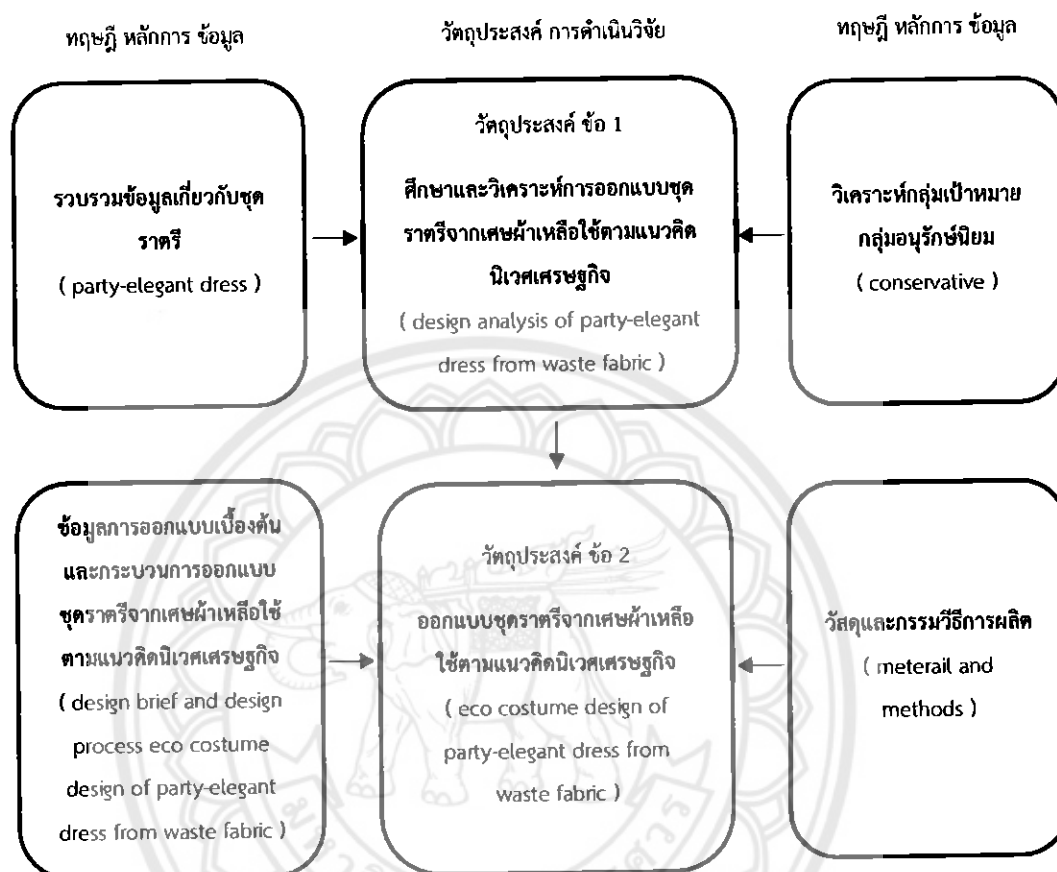
กระบวนการผลิต และมีผู้บริโภคเพียงกลุ่มน้อยที่จะสนใจว่าขยะเหล่านั้นย่อยสลายได้แค่ไหนและใช้ระยะเวลาานานเท่าไร ตลอดจนก่อให้เกิดผลกระทบอย่างไรต่อสิ่งแวดล้อมโดยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาสถาปนิกอย่าง วิลเลียม แม็คคองโน (William McDonough) และนักเคมี ไมเคิล บรอนการ์ต (Michael Braungart) ได้ร่วมกันคิดค้นแนวทางการแก้ปัญหาและตีพิมพ์หนังสือ Cradle to Cradle (2002) ที่จะทำให้ผู้คนคิดอย่างเป็นองค์รวมเกี่ยวกับวิถีในการดำรงชีวิต การทำงาน การเดินทาง การออกแบบ การก่อสร้าง และการบริโภคจากกรอบแนวคิดดังกล่าวส่งผลให้เกิดวิธีการกระบวนการแปลงวัสดุเหลือใช้ (Upcycling) หรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้งานตามหน้าที่เดิม ให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มขึ้นโดยใช้การออกแบบเป็นเครื่องมือสำคัญ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้หลายประเทศและแบรนด์ชั้นนำของโลกใช้เป็นกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการจัดการน้ำให้มีคุณภาพดี ส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ และเน้นการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนที่เคารพในภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์ของ "รีเมด ยูเอสเอ (reMade USA)" ในบรูกลิน สหรัฐฯ ที่เปลี่ยนเสื้อแจ็คเก็ตหนังตัวเก่าให้กลายเป็นกระเป๋าใบใหม่และสร้างเรื่องราวจนเพิ่มมูลค่าได้ หรือผลิตภัณฑ์ไทยอย่าง "โอซิสยู (Osisu)" ที่พลิกนำถุงน้ำเกลือที่ใช้เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้งมาผลิตใหม่เป็น "กระเป๋าสะพายแบ็กซาร์โก้ (Bax Cargo)" เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงคิดว่าจะนำกระบวนการดังกล่าวมาสร้างให้เกิดผลงานใหม่ๆ ผ่านการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ (Eco Design) ภายใต้กระบวนการคิด และการออกแบบโครงสร้างชุดราตรีในรูปแบบที่เรียนแบบความงามของธรรมชาติ โดยเป็นชุดราตรีออกงานตอนกลางตอนคืนที่สามารถปรับเปลี่ยนการใช้งานตามวาระการใช้งานต่างๆ โดยจะต้องตอบโจทย์กลุ่มอนุรักษ์นิยมที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่เรียบง่ายแต่หรูหราเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับเศษผ้าเหลือใช้ที่ผ่านการใช้งานแล้วให้กับมีชีวิตอีกครั้ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ต่อความยั่งยืนของสังคมและสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมสิ่งทอ เพื่อเป็นกระบอกเสียงให้คนในปัจจุบันตระหนักถึงปัญหาการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน

จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบชุดราตรีจากผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
2. เพื่อออกแบบชุดราตรีตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

1. ขอบเขตด้านการออกแบบ

การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ จำนวน 1 ชุด (Collection) มีดังนี้

1.1 ชุดราตรียาว (Evening dress)	3	โครงสร้าง
1.2 ชุดจัมสูทขายาว (Long Leg Suit)	1	โครงสร้าง
1.3 ชุดงานเลี้ยงค็อกเทล (Cocktail Dress)	1	โครงสร้าง

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีความเกี่ยวข้องกับลำดับช่วงเวลาพัฒนาการ ของการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจเป็นเวลา 4 เดือน เริ่มตั้งแต่ กันยายน พ.ศ. 2560 – ธันวาคม พ.ศ. 2560

วิธีการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	2560			
	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1. รวบรวมข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	↔			
2. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ		↔		
3. ออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ			↔	
4. พัฒนาแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ				↔
5. สรุปผลและรายงานผลการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ				↔

ตารางที่ 1 แสดงขอบเขตด้านระยะเวลา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. กระบวนการออกแบบชุดราตรีตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
2. การผลิตออกแบบชุดราตรีตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

ขอบเขตด้านประชากร

- เพศ : หญิง
 เชื้อชาติ : ไทย/ต่างชาติ
 อายุ : 30-40
 รายได้ : 50,000 – 100,000 บาท/เดือนขึ้นไป
 วิธีการดำเนินชีวิต : กลุ่มอนุรักษ์นิยม (Conservative) เป็นกลุ่มคนที่มี

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแต่หรูหราอาศัยอยู่ในเมือง มีความสนใจในเครื่องแต่งกายชอปปิงกิจกรรมเพื่อสังคมและงานการกุศลมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่รับผิดชอบต่อสังคม

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การออกแบบ(Design) หมายถึง การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจเพื่อกลุ่มอนุรักษ์นิยมที่มีพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีรูปแบบโครงสร้างที่เรียนแบบความงามของธรรมชาติ มีรูปแบบการใช้งานที่ปรับเปลี่ยนตามวาระการใช้งานต่างๆ ประกอบไปด้วย 1. ชุดราตรียาวมีแขนโดยแขนสามารถถอดออกได้ตามวาระการใช้งานดังกล่าว 2. ชุดจัมสูทชายาวมีผ้าคลุมซึ่งผ้าคลุมจะสามารถถอดออกได้ตามวาระการใช้งานดังกล่าวเช่นกัน ซึ่งใช้กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้วัสดุเศษผ้าเหลือใช้ 70% เป็นวัสดุใหม่ 30%

ชุดราตรี(Party-Elegant Dress) หมายถึง ชุดออกงานตอนกลางคืนสำหรับสตรีมีลักษณะที่เรียบง่ายแต่หรูหรา มีรูปแบบการใช้งานที่สามารถปรับเปลี่ยนตามวาระการใช้งานต่างๆ เพื่อตอบใจทุกกลุ่มอนุรักษ์นิยมซึ่งประกอบด้วย ชุดราตรียาว ชุดจัมสูทชายาว โดยทั้งสองชุดมีรูปแบบการใช้งานที่สามารถปรับเปลี่ยนตามวาระงานต่างๆ มีลักษณะรูปแบบโครงสร้างที่เรียนแบบความงามของดอกไม้หน้าแข็ง

เศษผ้าเหลือใช้(Waste fabric) หมายถึง เศษผ้าที่ผ่านการใช้งานที่จะกลายเป็นขยะในต่อไปโดยมีขนาดที่แตกต่างกัน ซึ่งจะประกอบ ผ้าอแกนดีสีขาว ผ้าอแกนซ่าสีขาว ผ้าชีฟองขาว ผ้าแก้วสีขาว โดยเป็นเศษผ้าเหลือใช้ 70% ที่นำมาออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

แนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ(Eco - efficiency) หมายถึง แนวทางการออกแบบที่จะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับเศษผ้าที่ผ่านการใช้งานแล้วให้กับเรามีมูลค่าอีกครั้งและเป็นกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยนำการกระบวนการแปลงวัสดุเหลือใช้(Upcycling)เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตซึ่งจะใช้วัสดุเศษผ้าเหลือใช้ที่ผ่านการใช้งานแล้ว 70% ในการออกแบบที่จะสามารถลดต้นและเพิ่มมูลค่าให้กับเศษเหลือใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงแนวทางการออกแบบชุดราตรีตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
2. ได้ออกแบบและผลิตชุดราตรีตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะเป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลในด้านต่างๆ ที่จะเป็นแนวทางและมีผลต่อการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจโดยรวบรวมข้อมูล และทำการวิจัยวิเคราะห์ อภิปราย เพื่อสรุปในแต่ละหัวข้อ ก่อนที่จะนำไปสู่ขั้นตอนของการออกแบบร่าง โดยแบ่งข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. หลักการออกแบบชุดราตรี
 - 1.1 หลักการและองค์ประกอบของการออกแบบ
 - 1.2 ประวัติชุดราตรี
2. พฤติกรรมของกลุ่มอนุรักษ์นิยม
 - 2.1 แนวโน้มพฤติกรรมอนุรักษ์นิยม 2017 NATURE BLUR
3. การออกแบบตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
 - 3.1 แนวคิดในการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจ
 - 3.2 ความหมายของ Eco-efficiency
 - 3.3 กระบวนการ Upcycling
 - 3.4 การออกแบบแฟชั่นตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. หลักการออกแบบชุดราตรี

1.1. หลักการและองค์ประกอบของการออกแบบ

ความหมาย ของการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Fashion Design หรือ Costume Design ในวงการ การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ได้มีการนำคำศัพท์เหล่านี้มาใช้เรียกทับศัพท์ที่อยู่เสมอซึ่งความหมายคำศัพท์ที่นิยมนำมาใช้ ได้แก่ คำว่า Fashion , Costume, Design

แฟชั่น(Fashion) หมายถึง การวางรูป ทำแบบ รูปแบบของเสื้อผ้าหรือสิ่งอื่นๆ ที่ประชาชนส่วนใหญ่นิยมในช่วงเวลาหนึ่ง

เครื่องแต่งกาย (Costume) หมายถึง เครื่องแต่งกายซึ่งได้รับการออกแบบขึ้นมา โดยมีจุดมุ่งหมาย เป็นการเฉพาะหรือเป็นพิเศษ สำหรับสถานที่หรือใช้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

การออกแบบ (Design) หมายถึง การออกแบบ แบบแผน ลวดลายเค้าโครง ซึ่งแสดงให้เห็นวิธีการหรือแนวทางในการทำบางสิ่งบางอย่าง เส้นและรูปร่าง ซึ่งเป็นที่มาของแบบหรือการตกแต่ง โดยมีจุดมุ่งหมายพิเศษเป็นการเฉพาะ

กล่าวโดยสรุปการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย หมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยมีแรงบันดาลใจจากสิ่งต่างๆ รอบตัว เช่น ธรรมชาติ รูปทรงสิ่งแปลกใหม่ สื่อเทคโนโลยีต่างๆ ในปัจจุบัน หรือการนำแบบเสื้อผ้าในสมัยโบราณมา ดัดแปลงให้เข้ากับยุคสมัย ทั้งนี้จะต้องมีประโยชน์ด้านการใช้สอยและความงามเป็นสำคัญ ตลอดจนการแสดงให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าด้านวัฒนธรรม ประเพณี และความนิยมของคนในยุคนั้นๆ โดยใช้หลักการออกแบบทางศิลปะเข้าช่วย และคำนึงถึงความต้องการด้านต่างๆ ตลอดจน คำนึงประโยชน์ใช้สอย ความเหมาะสม และความทันสมัย

ในการออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เพื่อให้เกิดความสวยงามเหมาะสมและคุ้มค่า สามารถนำไปใช้ได้ยาวนาน ผู้ออกแบบควรคำนึงถึงความสวยงามเหมาะสม เสื้อผ้าบางแบบอยู่ในสมัยนิยมแต่ไม่เหมาะกับบุคลิกของผู้สวมใส่บางคน ทั้งนี้ ผู้ออกแบบเสื้อผ้าจึงควรมีความรู้ความเข้าใจเพื่อนำหลักการไปใช้ในการออกแบบให้เหมาะสม ช่วยอำพรางส่วนที่บกพร่อง และช่วยเสริมจุดเด่นให้มีบุคลิกลักษณะที่ดียิ่งขึ้น สำหรับสิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบเสื้อผ้า มีดังนี้

1. วัยและเพศในการออกแบบเสื้อผ้าควรคำนึงถึงวัยและเพศ โดยทั่วไปผู้ที่อยู่ในวัยต่างกันจะสวมเสื้อผ้าต่างกัน เช่น วันเด็ก จะสวมเสื้อผ้าต่างกับวัยผู้ใหญ่ โดยที่เสื้อผ้าของวัยเด็กจะเน้นความสะดวกสบายในการทำกิจกรรมโดยเสื้อผ้าจะไม่ขัดต่อการพัฒนาการของเด็ก จะต้องมีความปลอดภัยต่อการสวมใส่ ไม่คับและหลวมเกินไป เป็นต้น นอกจากนี้โดยทั่วไปแล้ว ผู้หญิงและผู้ชายจะสวมเสื้อผ้าในลักษณะที่แตกต่างกัน

2. บุคลิกภาพของแต่ละคนแตกต่างกันเสื้อผ้าจัดเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ผู้ออกแบบจึงออกแบบเพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ดังนี้

เรียบร้อยสุภาพ ถ้าเป็นผู้หญิง ควรเลือกผ้าลักษณะ จีบ รูด ติดโบว์ สีอ่อน ลวดลายควรเป็น ลายเล็กๆ บุคลิกภาพกระฉับกระเฉง แข็งแรงแบบนักกีฬา ควรออกแบบให้เป็นแบบเรียบ ผ้าพื้นหรือผ้าลายควร สีเข้ม เช่น สีน้ำเงิน สีเทา ควรออกแบบเป็นเสื้อมีปก เช่น ปกเชิ้ต ปกโปโล เป็นต้น

3. รูปร่างในการออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายควรคำนึงถึงว่ารูปร่างเสื้อผ้าแบบเดียวกัน จะไม่เหมาะสมกับทุกคน และการออกแบบที่ดี ควรอำพรางส่วนที่บกพร่องและช่วยเสริมจุดเด่นของผู้สวมใส่ดังตัวอย่างต่อไปนี้ รูปร่างผอมสูง ควรออกแบบโดยใช้เส้นตามขวาง มีการตกแต่ง ที่คอปกควรมีระบายลายผ้าตามขวางเพื่อลดความสูง ตกแต่งบริเวณเอวสะโพก กระโปรงจีบรูด เป็นต้น และควรหลีกเลี่ยงเส้นตามยาวหรือเส้นแนวตั้ง เสื้อคอแหลม ไม่มีปก แขนสั้น ตัวยาว มีเส้นตกแต่งเสื้อและกระโปรงเป็นแนว ยาว ตลอดจนควรหลีกเลี่ยง การออกแบบเสื้อตามขวาง เสื้อที่ปกใหญ่ เสื้อปกติดคอ

เสื้อแขนพอง เสื้อสี สด ดอกใหญ่ คนอกใหญ่ ควรออกแบบโดยใช้เส้นตั้งฉาก เสื้อคอแหลม เสื้อเอวต่ำ บริเวณสะโพก กระโปรงปลายบาน หรือกระโปรงตกแต่งได้สัดส่วนกับหน้าอก ควรหลีกเลี่ยงเส้นขวาง บริเวณอก เสื้อ คอเหลี่ยมลึก เสื้อรีดรูป เสื้อจีบรูดตั้งแต่บริเวณช่วงไหล่ถึงเอว คนสะโพกใหญ่ ใช้เส้น ตกแต่งบริเวณอื่นที่ไม่ใช่สะโพก กระโปรงปลายบานควรหลีกเลี่ยงเส้นขวางในแนวกระโปรง หลีกเลี่ยง การตกแต่งบริเวณสะโพกชุดเข้ารูป กระโปรงปลายสอบ

4. โอกาสที่ใช้ในการออกแบบควรให้มีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยโดยพิจารณา ดังนี้

- 4.1 การออกแบบเสื้อชุดลำลองชุดลำลองเป็นเสื้อผ้าชุดที่ใส่สบายและใส่ได้ทุกโอกาส
- 4.2 การออกแบบเสื้อชุด ทำงานข้าราชการ ควรเป็นแบบเรียบไม่ฉูดฉาด เนื้อผ้าทรงตัว
- 4.3 การออกแบบเสื้อชุดทำงานที่สำนักงาน ข้าราชการ เช่น ธนาการ ห้างร้าน เป็นต้น
- 4.4 การออกแบบเสื้อชุดเดินทางควรออกแบบให้สามารถสวมใส่ได้ทั้งกลางวัน กลางคืน
- 4.5 ในลักษณะสะดวกต่อการเคลื่อนไหว แบบเรียบ เนื้อผ้าทรงตัว ไม่หยับง่าย

5. โอกาสพิเศษเป็นเสื้อที่ใส่เฉพาะโอกาสนั้นๆ ไม่สามารถนำมาสวมใส่ เป็นชุดปกติได้

การออกแบบเครื่องแต่งกายต้องอาศัยพื้นฐานการออกแบบซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ (Element of design) ดังนี้

5.1 เส้น (Line) เส้นมีความสำคัญต่อการออกแบบมากเพราะรูปแบบต่างๆ ที่ปรากฏต่อสายตา อาศัยเส้นเป็นตัวนำรูป เส้นมีคุณสมบัติมากต่อความรู้สึกของอารมณ์ ซึ่งสามารถลงตาและสร้างคุณค่าของแบบเสื้อได้ เส้นในแบบเสื้อ หมายถึง เส้นที่ทำให้เกิดเป็นรูปร่างลักษณะของตัวเสื้อ เส้นที่เป็นรูปร่างรอบนอก เรียกว่า เส้นกรอบนอก เส้นเกิดจากการต่อจุด 2 จุด หรือเกิดจากจุดๆเดียว เป็นจุดเริ่มต้นของเส้น เกิดจากจุดหลายร้อย หลายพัน หลายหมื่น หลายล้าน จุดที่ต่อกันไปจนแสดงเป็นเส้นตั้ง เส้นนอน เส้นโค้ง เส้นหัก แสดงทิศทางให้เกิดรูปร่าง ทำให้เกิดเนื้อที่ มีขนาด น้ำหนัก เกิดลักษณะพื้นผิว เส้นสามารถแสดงให้เห็นความเคลื่อนไหว แสดงความเร็วได้ เส้นในลักษณะต่างๆ เมื่อนำมาบรรจบกันก็จะทำให้เกิดรูปร่างได้ เส้นจะต้องมีความสัมพันธ์กับขนาด รูปร่างและทิศทาง เช่น เส้นตรงในแนวราบแสดงอาการเรียบสงบ แต่เส้นจะต้องมีความมั่นคง เส้นในลักษณะต่างๆมีอิทธิพลต่ออารมณ์ เช่น เส้นโค้ง เป็นเส้นที่คุ้นตา ถ้าจะเขียนภาพใบหน้าคนในลักษณะง่ายๆ ให้มีตาและปากเป็นเส้นโค้งที่หงายขึ้น มีลักษณะการยิ้ม ถ้าเขียนใบหน้าคนให้มีดวงตาและปากเป็นเส้นโค้งที่คว่ำจะมีลักษณะเป็นคนที่มีความทุกข์ เส้นที่ใช้ในการออกแบบเสื้อผ้ามีดังนี้

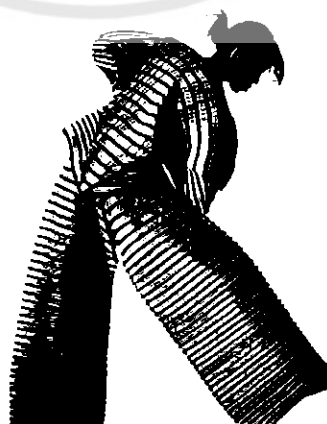
5.1.1 เส้นตั้ง (Vertical Lines) ให้ความรู้สึกแข็งแรง มั่นคง เป็นเส้นที่แสดงถึงความสง่างามเหมาะสำหรับคนอ้วนเตี้ย



ภาพที่ 2 แสดงภาพประกอบตัวอย่างการใช้เส้นตั้งในการออกแบบชุด

ที่มา: <https://www.carolinaherrera.com/fashion/carolina-herrera-new-york/resort-2017/16622/>

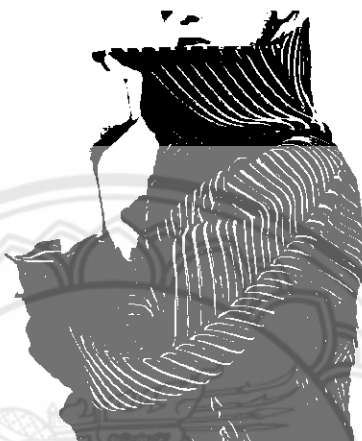
5.1.2 เส้นนอน (Horizontal Lines) เป็นเส้นแสดงถึงความกว้าง ความสงบ ความนิ่งเฉย แบบเสื้อที่ใช้เส้นตรงแนวนอนเหมาะสำหรับคนผอมสูงจะพรางตาให้ตัวอ้วนขึ้นหรือเตี้ยลง



ภาพที่ 3 แสดงภาพประกอบตัวอย่างการใช้เส้นนอนในการออกแบบชุด

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/305892999674966842/>

5.1.3 เส้นทแยง (Diagonal Lines) เป็นเส้นที่แสดงถึง ความเคลื่อนไหวไม่อยู่นิ่ง เส้นเฉียงจะช่วยพรางตาได้หลายความรู้สึกเช่น ทำให้ดูลง สูงขึ้น เตี้ยอ้วนหรือผอมลงทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความยาวของเส้นและมุมของเส้นทแยงคือเส้นทแยงมุมยาวจะช่วยให้สูงขึ้นเส้นทแยงมุมสั้นจะทำให้บริเวณนั้นดูกว้าง



ภาพที่ 4 แสดงภาพประกอบตัวอย่างการใช้เส้นทแยงในการออกแบบ

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/138415388525546759/>

5.1.4 เส้นโค้ง (Curve Lines) ให้ความรู้สึกนุ่มนวลและอ่อนช้อยราเริงแบบเสื้อผ้าที่ใช้เส้นโค้งเหมาะสำหรับเด็กและเสื้อผ้าวัยรุ่น



ภาพที่ 5 แสดงภาพประกอบตัวอย่างการใช้เส้นโค้งในการออกแบบชุด

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/411938697151074362/>

5.1.5 เส้นซิกแซก (Zigzag lines) เป็นเส้นตรงที่เลี้ยวไปมาและทำให้เกิดมุมหักขึ้นที่จุดเลี้ยว ให้ความรู้สึกแปลกตา ตื่นเต้น ควรใช้เนื้อที่เล็กจะดูมีเสน่ห์ไม่น่าเบื่อแต่ใช้มากเกินไปจะทำให้เสียรูปเสียทรง



ภาพที่ 6 แสดงภาพประกอบตัวอย่างการใช้เส้นซิกแซกในการออกแบบชุด

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/641481540644861666/>

5.2 สัดส่วน ในการออกแบบเครื่องแต่งกายสัดส่วน ใช้ในการแบ่งเส้นของช่วงตัวด้านบนและด้านล่างถือว่ามีความสำคัญที่ ใช้นำเสนอรูปร่างหรือใช้แก้ไขความสูงของผู้สวมใส่ โดยส่วนใหญ่รูปแบบสัดส่วนได้ดังต่อไปนี้

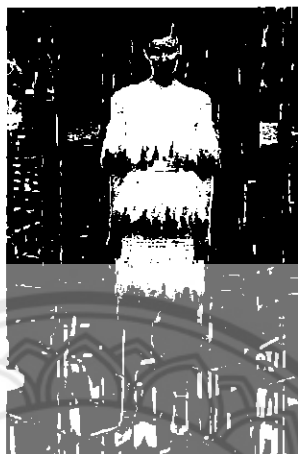
5.2.1 สัดส่วน 1:1 ส่วนที่เป็นเสื้อจะมีสัดส่วนความยาวเท่ากับ 1 ส่วน ในขณะที่กระโปรงอยู่ที่ 1 ส่วนจึงมีสัดส่วนที่ค่อนข้างจะเท่ากันทั้งบนและล่าง



ภาพที่ 7 แสดงภาพประกอบตัวอย่างคำอธิบายชุดสัดส่วน 1:1 ส่วน

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/13018286403883496/>

5.2.2 สัดส่วน 3:5 ในส่วนของเสื้ออยู่ที่ 3 ส่วนในช่วงบนและกระโปรงจะยาวประมาณ 5 ส่วน ซึ่งสัดส่วนนี้จะเหมาะกับผู้มีเอวยาวหรือต้องการให้ร่างกายดูสูง



ภาพที่ 8 แสดงภาพประกอบตัวอย่างคำอธิบายชุดสัดส่วน 3:5 ส่วน

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/71846556535948047/>

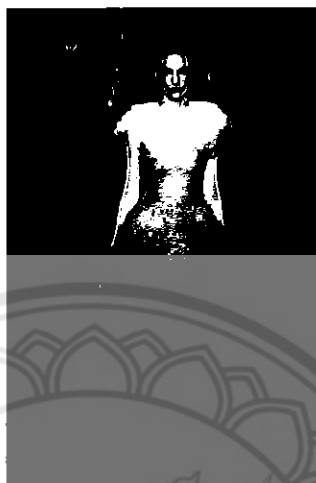
5.2.3 สัดส่วน 2 : 8 สัดส่วนนี้จะมีช่วงบนที่สั้นกว่าช่วงล่างค่อนข้างมาก เป็นการเพิ่มส่วนล่างค่อนข้างมาก เป็นการเพิ่มส่วนล่างซึ่งมี 8 ส่วน ทำให้ดูสูงมากขึ้นนิยมใช้สัดส่วนนี้กับชุดราตรีเป็นส่วนใหญ่



ภาพที่ 9 แสดงภาพประกอบตัวอย่างคำอธิบายชุดสัดส่วน 2:8 ส่วน

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/71846556535948047/>

5.3 การผสมผสานกลมกลืน ซึ่งงานทุกชิ้นจะต้องมีความกลมกลืนเป็นหลักเพื่อให้ชิ้นงานไม่ได้ดูแตกต่างมากนัก ความสมดุล เช่น การใช้โทนสีเดียวกันทั้งชุดดูสวยงามแบบเรียบง่าย



ภาพที่ 10 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดผสมผสานกลมกลืน

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/235242780516099583/>

5.4 ความสมดุล คือ การจัดองค์ประกอบสองข้างเท่ากันซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท

5.4.1 สมดุลแท้ ซึ่งมีการวางองค์ประกอบสองข้างเท่ากัน ทำให้ภาพลักษณ์ที่ได้ดูมั่นคงแข็งแรง ซึ่งมักจะใช้การออกแบบเสื้อผ้าที่ใช้ในการทำงาน ที่ต้องการความน่าเชื่อถือ เช่น สูทหรือกระโปรงบางทรง ที่เสื้อผ้าชิ้นบนและล่างมีรายละเอียดที่เหมือนกัน



ภาพที่ 11 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสมดุลแท้

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/235242780516099583/>

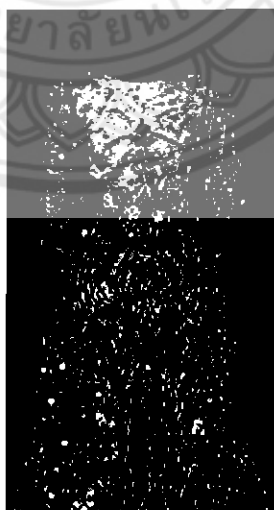
5.4.2 สมดุลเทียม ซึ่งเป็นการสมดุลโดยไม่จำเป็นจะต้องใช้องค์ประกอบที่เท่ากัน ทั้งสองข้างหรือ ไม่เหมือนกันทั้ง 2 ข้าง แต่เมื่อมองโดยรวมแล้วมีความลงตัวสวยงามมักจะมีในงานที่ สนุกสนานหรือ เป็นที่สะดุดตา เช่น ชุดราตรี หรือชุดที่ใช้ในโอกาสพิเศษต่างๆ แม้แต่เสื้อผ้าชั้นสูง



ภาพที่ 12 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสมดุลเทียม

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/235242780516099583/>

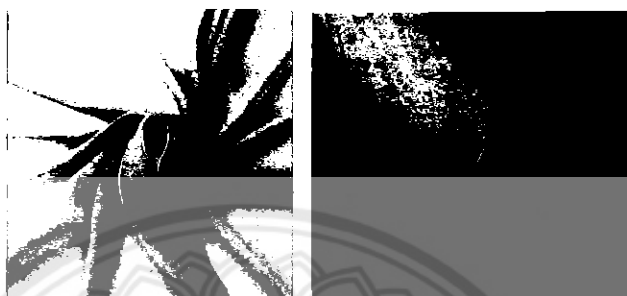
5.5 จังหวะ การใช้จังหวะในการออกแบบเสื้อผ้าเพื่อให้เสื้อผ้ามีความน่าสนใจมากขึ้น ใน ขณะเดียวกันจังหวะจะทำให้รายละเอียดต่างๆนั้นมีความลงตัวอีกด้วย ซึ่งจังหวะในการออกแบบมีทั้ง จังหวะที่เท่ากันเสมอและจังหวะที่ไม่เท่ากัน



ภาพที่ 13 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดจังหวะ

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/514114113706057504/>

5.6 พื้นผิวหรือผิวสัมผัส ผิวสัมผัสของผ้าซึ่งเกิดจากการสัมผัสผ้า โดยอาจใช้หลังมือในการสัมผัส เช่น กรอบ ห้าง นุ่ม ผิวหยาบกระด้างหรือเบาบาง ผ้าผิวสัมผัสนุ่ม เช่นผ้าปาน ผ้าซีฟอง ผ้าฝ้าย ผ้าเนื้อบาง ฯลฯ ควรออกแบบเสื้อผ้าที่มีเส้นรอบนอกทั้งตัว ตกแต่งด้วยจีบระบายหรือจีบรัด



ภาพที่ 14 (ซ้าย) แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้าซีฟอง

ภาพที่ 15 (ขวา) แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้าฝ้าย

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/332492384960684979/>

ที่มา: <http://www.ecvv.com/product/3881015.html>

5.6.1 ผ้าผิวสัมผัสปานกลาง เช่น ผ้าไหม ผ้าอแกนซ่า ผ้าฝ้ายเนื้อปานกลางหรือผ้าอื่นๆที่มีความทรงตัวสำหรับออกแบบเสื้อผ้าที่มีเส้นรอบนอกทรงตัว



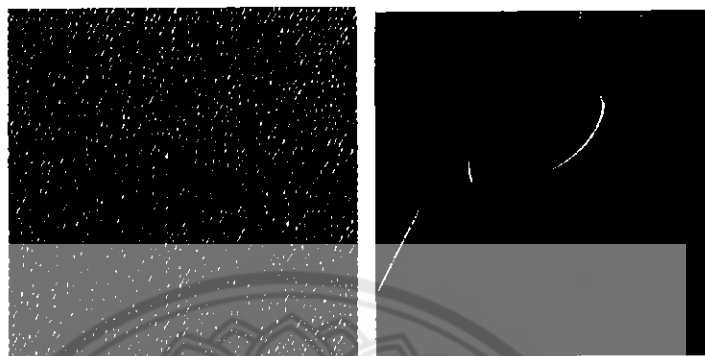
ภาพที่ 16 (ซ้าย) แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้าไหม

ภาพที่ 17 (ขวา) แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้าอแกนซ่า

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/228135537358070033/>

ที่มา: <http://www.thaitextile.org/index.php/blog/2016/02/59-ecofiber12>

5.6.2 ผ้าผิวสัมผัสหยาบ เช่น ฝ้ายย่นส์ ผ้าลูกฟูก หรือผ้าที่มีเนื้อค่อนข้างหนาตรงตัว
เหมาะสำหรับออกแบบเสื้อผ้าประเภทที่ต้องการความคงทน เช่น เสื้อแจ็คเก็ต เสื้อเทเลอร์ เป็นต้น



ภาพที่ 18 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายฝ้ายย่นส์
ภาพที่ 19 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้าลูกฟูก

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/408842472405403479/>

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/369647081907984905/>

5.6.3 ผ้าผิวสัมผัสขนฟู เช่น ฝ้ายขน ผ้ากำมะหยี่ที่มีความมันวาว (ด้านเดียว) และนุ่ม
เหมาะ สำหรับเสื้อกันหนาว ผ้าพันคอ หรือเป็นชุดทำให้รู้สึกถึงความหรูหรา นำสัมผัส



ภาพที่ 20 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายฝ้ายขนสัตว์

ภาพที่ 21 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายผ้ากำมะหยี่

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/80994493278267384/>

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/195484440049734169/>

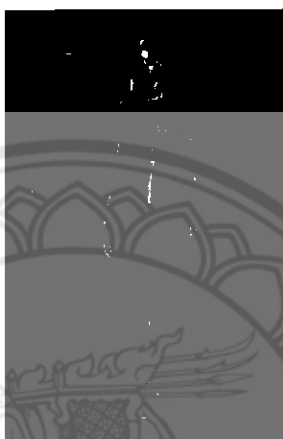
ผิวสัมผัสของผ้านั้นเป็นหัวใจสำคัญในการเลือกผ้าให้เหมาะสมกับรูปแบบเสื้อผ้าที่ออกแบบมา เช่น ในการออกแบบเสื้อผ้าที่ต้องการความแนบตัว เน้นรูปร่าง จำเป็นต้องเลือกเนื้อผ้าที่มีผิวสัมผัสนุ่มนวล ส่วนที่มีผิวสัมผัสแข็งควรใช้ตัดเสื้อสูท หรือเสื้อที่ต้องการโครงสร้างให้กับร่างกาย แม้กระทั่งความยาวของผ้า ที่ใช้ในการจับในหรือรองปก จำเป็นต้องเลือกเนื้อผ้าให้เหมาะสม ทำให้การผลิตเป็นไปตามรูปแบบที่ออกแบบไว้

5.7 สี (Color) เป็นส่วนหนึ่งของแฟชั่น เป็นส่วนประกอบของแฟชั่นเสื้อผ้า แม้กระทั่งผมและเครื่องประดับยังคงต้องใช้สีให้เข้ากับเสื้อผ้าที่ใส่ สีอาจเป็นสิ่งสำคัญสำหรับ High Fashion ของฤดูกาลหนึ่งและไปสู่อีกฤดูต่อไป เป็นลำดับขั้นของสี (Shade) ที่หลากหลายในตัวของแต่ละสี (เป็นสีที่ผสมสีดำเข้าไปในแต่ละสี) ในการเลือกเสื้อผ้าสำหรับผู้สวมใส่ จึงจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องสีที่ผู้สวมใส่ชอบและเหมาะสมกับสีผิว ผมของผู้สวมใส่ เมื่อรู้ถึงพื้นฐานของสีแล้ว นอกจากจะเลือกสีที่ใช้แล้ว ยังสามารถนำไปประยุกต์หรือผสมกับสีต่างๆได้อย่างเหมาะสมด้วย สี คือลักษณะของแสงที่ปรากฏแก่สายตาให้เห็นเป็นสี ในทางวิทยาศาสตร์ให้คำจำกัดความของสีว่า เป็นคลื่นแสงหรือความเข้มของแสงที่สายตามองเห็น ในทางศิลปะ สี คือ ทัศนธาตุอย่างหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของงานศิลปะและใช้ในการสร้างศิลปะโดยจะทำให้ผลงานมีความสวยงาม ช่วยสร้างบรรยากาศ มีความสมจริงเด่นชัดและน่าสนใจมากขึ้นสีเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของงานศิลปะและเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก อารมณ์และจิตใจได้มากกว่าองค์ประกอบอื่นๆ ในชีวิตมนุษย์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสีต่างๆ อย่างแยกไม่ออก โดยสีจะให้ประโยชน์ในด้านต่างๆ เช่น

1. ใช้ในการจำแนกสิ่งต่างๆ เพื่อให้ชัดเจน
2. ใช้ในการจัดองค์ประกอบของสิ่งต่างๆให้เกิดความสวยงาม กลมกลืน เช่น การแต่งกาย การจัดตกแต่งบ้าน
3. ใช้ในการจับกลุ่ม พวก คณะ ด้วยการใช้สีต่างๆ เช่น คณะสี เครื่องแบบต่างๆ
4. ใช้ในการสื่อสารความหมาย เป็นสัญลักษณ์ หรือใช้บอกเล่าเรื่องราว
5. ใช้ในการสร้างสรรค์งานศิลปะเพื่อให้เกิดความสวยงาม สร้างบรรยากาศสมจริงและน่าสนใจ
6. เป็นองค์ประกอบในการมองเห็นสิ่งต่างๆของมนุษย์

ในการแต่งกายนั้น สีเป็นสิ่งที่ทำให้สะดุดตา และจะเป็นสิ่งแรกที่ผู้คนจะมองเห็นและจดจำเราได้ หากเรารู้จักเลือกการใช้สีให้ถูกต้องและเหมาะสมกับบุคลิก กาลเทศะและสภาพแวดล้อม และจะยังช่วยให้เราเกิดความรู้สึกที่ดีต่อตัวเองอีกด้วย ผู้ที่จะประสบความสำเร็จในเรื่องการนำเสนอสีในการออกแบบเครื่องกายนั้นจะต้องมี ความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับพื้นฐานของสีข้างต้นแล้ว ยังจะต้องรู้เกี่ยวกับการนำเสนอสีในการออกแบบเครื่องแต่งกาย ดังนี้

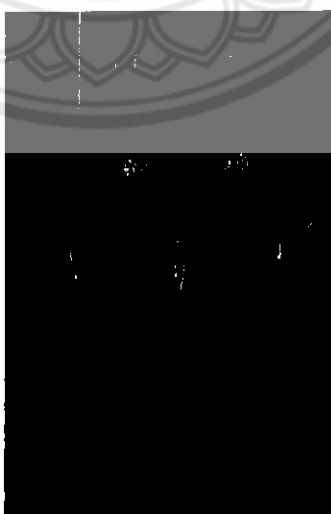
5.7.1 การใช้สีคู่ตรงข้าม คือ การนำสีคู่ประกอบซึ่งเป็นสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรรสี เช่น สีเขียวกับสีแดง หรือสีน้ำเงินกับสีส้ม หรือสีเหลืองกับสีม่วง มาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกาย เราต้องทำความเข้าใจว่า สีเหล่านี้เป็นสีตัดกันอย่างรุนแรง ทำให้ประสาทสัมผัสเกิดตื่นตัวอย่างฉับพลัน ในขณะที่เดียวกันก็จะช่วยให้เราแลดูมีชีวิตชีวา แต่ผู้ที่ใช้สีคู่ประกอบต้องมีความชำนาญในการใช้สี เพราะหากใช้สีไม่ถูกวิธีจะลดคุณค่าความสวยงามของเครื่องแต่งกายทั้งหมด



ภาพที่ 22 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายการใช้สีคู่ตรงข้าม

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/233272455680119260/>

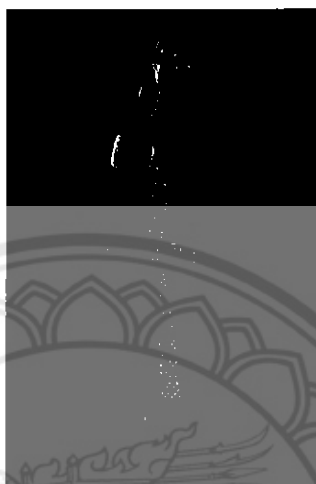
5.7.2 การใช้สีข้างเคียง คือ การนำสีข้างเคียงซึ่งเป็นสีที่อยู่ใกล้กันในวงจรรสี เช่น สีเขียว เขียวน้ำเงิน และน้ำเงิน หรือสีแดง ม่วงแดง และม่วง มาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าทำให้เกิดความรู้สึกกลมกลืน



ภาพที่ 23 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายการใช้สีข้างเคียง

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/402087072965971786/>

5.7.3 การใช้สี 3 สี คือการใช้สี 3 สีในกรอบสามเหลี่ยมของวงจรกิจกรรมชาติ เช่น สี น้ำเงิน สีแดงและสีฟ้า มาใช้ร่วมกัน เมื่อมองดูครั้งแรกอาจจะแลดูไม่เข้ากัน แต่ในความจริงกลับเข้ากันได้เป็นอย่างดี โดนเฉพาะอย่างยิ่ง หากเรารู้จักเลือกสีให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมในการออกแบบ



ภาพที่ 24 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายการใช้สี 3 สี

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/243124079863116450/>

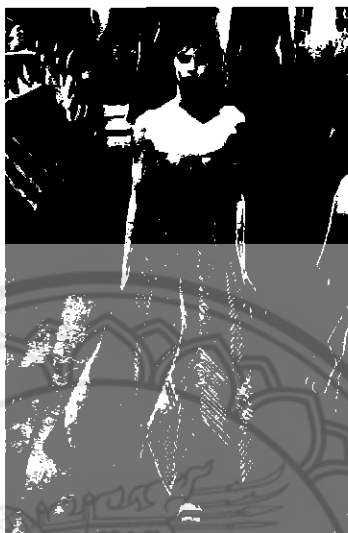
5.7.4 การใช้สีเอกรงค์ คือ การใช้สีเอกรงค์เป็นการใช้สีแท้สีเดียวในการแต่งกาย ซึ่งสามารถทำให้แลดูน่าสนใจได้ โดยการนำสีเดียวนั้นให้มีความเข้มของสีหลากหลาย เช่น สีเขียว ก็ใช้สี น้ำเงินเขียวปานกลาง น้ำเงินเขียวเข้ม หรือสีเขียวอ่อนมาใช้ในการออกแบบ



ภาพที่ 25 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายการใช้สีเอกรงค์

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/104497653837858846/>

5.7.5 การใช้สีกลาง คือ สีดำกับสีขาว สีขาวกับครีม เป็นการแต่งกายยอดนิยมของคนแนวมินิมอล เรียบๆ น้อยๆ เทรนด์ฮิตประมาณยุค 90's และยังคงความนิยมมาถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 26 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายการใช้สีกลาง

ที่มา: <https://www.pinterest.co.uk/pin/164662930109409100/>

สีของเสื้อผ้าที่เราสวมใส่มีอิทธิพลต่อรูปร่างของผู้สวมใส่ได้ สามารถทำให้รูปร่างใหญ่และเล็กลงได้ สีร้อนจะทำให้ดูตัวอ้วนหรือใหญ่ขึ้นมากกว่าใส่สีเย็น หรือสีสว่าง (Bright Color) จะทำให้รูปร่างใหญ่กว่าสีมัวๆ (Dull Color) เช่น ถ้าใส่เสื้อผ้าสีแดงสดสว่างจะดูตัวใหญ่กว่าถ้าใส่เสื้อผ้าสีแดงเข้ม ฉะนั้นคนที่มีรูปร่างใหญ่หรืออ้วนควรพยายามหลีกเลี่ยงสีที่สว่าง เพราะจะได้ไม่ดึงดูดความสนใจและจะทำให้รูปร่างไม่ดูอ้วนมากขึ้น ควรจะสวมเสื้อผ้าที่มีสีอ่อนนุ่มและถึงว่าสีสดสว่างจะทำให้รูปร่างใหญ่ขึ้นแต่ผู้หญิงที่มีรูปร่างเล็ก ก็ไม่ควรสวมใส่เพราะสีดูเด่นมากกว่าตัวผู้สวมใส่เอง

5.8 พื้นที่ (Spaces) เป็นพื้นที่ที่อยู่ภายในโครงร่างของเสื้อผ้าหรือเหมือนกับอยู่ในเส้นกรอบของเสื้อผ้า เส้นจึงเป็นส่วนที่จะสร้างสิ่งต่างๆเข้าไปใน Space ต่างๆที่อยู่ในโครงร่างของเสื้อผ้าหรือโครงร่างกรอบนอกนี้ จะโดยการทำเป็นตะเข็บต่างๆและการตกแต่งด้วยโบว์ ลูกไม้ ชิปต่างๆที่อยู่บนพื้นที่ของเสื้อผ้า เส้นตกแต่งต่างๆ ที่อยู่ภายใน Space นี้มีทั้ง Structural lines หรือ Decorative lines structural lines Structural lines เป็นเส้นที่เกิดจากการเย็บตกแต่งขึ้นภายในโครงร่างรอบนอกของเสื้อผ้า เป็นการทำให้เกิดตะเข็บต่างๆ Dart คือพวกเกร็ดช่วยทรงต่างๆไม่ว่าจะย้ายเกร็ดไปอยู่ตรงส่วนใดของตัวเสื้อ การพับเย็บริมต่างๆเช่นพับชายเสื้อ ชายกระโปรง เขนเสื้อ ไม่ว่าจะ เป็น โครงแขนเสื้อ อะไรในแต่ละแบบขากางเกง ไม่ว่าจะทรงขาเคฟ ขากระบอก ขาบาน แล้วแต่รูปทรงของกางเกงทรงนั้น กระโปรงพลิ้วรูปลักษณะของแนวคอเสื้อหรือลักษณะของปกเสื้อแต่ละแบบ ช่องแขนเสื้อ แนวของเอว การเย็บขลิบริมผ้าหรือการกันลู่ย ตะเข็บบางตะเข็บ เช่น การต่อ yoke หรือการต่อ

ชิ้นผ้าที่เป็นการออกแบบของเสื้อผ้าชุดนั้นซึ่งเป็นการที่อยู่ในโครงสร้างของชุดนั้น เช่น การต่อตะเข็บของเสื้อเชิ้ต ต่อไหล่ ซึ่งยังคงรักษาการเป็น Structural lines อยู่ Decorative lines เป็นการตกแต่งเสื้อผ้าให้ สวยงามด้วยการติดโบว์ ลูกไม้ หรือมีการใช้ไหมหรือผ้าแพรมาถักเป็นเปียตกแต่งหรือใช้ผ้ามาสานเป็นเปียตกแต่งเข้าไปมีการตกแต่งของหรือริมนผ้า เช่นการปักผ้าสีต่างๆ การเดินเส้นตามขอบปก ขอบแขน หรือเดินเส้นติดแถบตามขากางเกงหรือชายกระโปรง ขอบแขน ติดลูกไม้ ระบายตามสาบคอ ชายกระโปรง หรือตกแต่งตามบริเวณในตัวเสื้อหรือกระโปรงหรือการใช้กระดุมสีต่างๆ มาตกแต่งตามเสื้อ และกระโปรงเพื่อให้กระโปรง หรือเส้นนั้นไม่ดูเรียบจนเกินไป หรือการใช้ซิปที่มีสีติดกันกับเนื้อผ้าที่นำมาตัดมาติดตกแต่งให้ดูทันสมัยซึ่งกำลังนิยมกันในเสื้อผ้าสตรี แต่การตกแต่งนั้นจะต้องไม่มากเกินไปหรือเป็ดเสียจนเกินไปดูไม่งาม แต่จะดูอยู่เพียงบางที่สายตาของคนเราก็มองดูอะไรที่มันโล่งๆ หรือให้สะดุดสายตา เป็นจุดก็จะดูเก๋ดีทำให้ เสื้อผ้าไม่เรียบจนเกินไป การตกแต่งบนพื้นที่ของเสื้อผ้านี้ควรจะอยู่ใน Style ของเสื้อผ้าในแบบนั้นด้วย

การใช้ Structural lines และ Decorative lines ในการตกแต่งเสื้อผ้านั้นก็สามารถ ใช้ในการลวงตาหรือปกปิดสัดส่วนที่มีปัญหาของร่างกายได้ เช่นการย้ายเกร็ดหรือ Dart มาอยู่ตรงแนวโค้งข้างๆ ของเอวจะช่วยทำให้ดูเอวเล็กลงได้ หรือการต่อผ้าหรือตะเข็บเพื่อตกแต่งหรือลวงตาให้ดูหน้าอกใหญ่ขึ้นหรือต่อผ้าตะเข็บโดยการใช้เส้นลวงตาขึ้นไปเหนือเอวเล็กน้อยจะทำให้ ดูตัวสูงขึ้นในการที่จะเลือกแบบของเสื้อผ้าควรจะดูลักษณะการตกแต่งของเส้นต่างๆ ภายในเสื้อผ้านั้น เพื่อให้สามารถเน้นให้ดูสวยใสแล้วช่วยทำให้รูปร่างดีขึ้น เช่น กางเกงหรือกระโปรงที่ต่อ yoke เพื่อเน้นให้เห็นแนวสะโพก เราต้องการจะเน้นหรือต้องการจะลวงตาโดยการใช้เส้นตกแต่งตาม รูปร่างของเสื้อผ้าหรือโครงร่างของเสื้อผ้า หรือจะตกแต่งเสื้อผ้าตรงส่วนไหนมากน้อยแค่ไหน แล้วแต่ความต้องการ การออกแบบคอเสื้อเมื่อได้คอเสื้อแล้วจะต้องคิดถึง Silhouette ที่ตามมา Form ของแขน รูปทรงควรจะตามไปด้วยกัน เช่น คอปกจีน Silhouette ควรจะเข้ารูป แขนล้า

5.9 รูปแบบและรูปร่าง (Form and Shape) เป็นลักษณะรูปร่างที่แสดงได้ 3 มิติ คือ หน้า หลัง ด้านข้าง ความสูง รูปร่างของคนจะเป็นตัวอย่างของ Form ได้ดีซึ่งแต่ละคนจะมีรูปร่างที่แตกต่างกันออกไป ลักษณะรูปร่างของร่างกายของแต่ละคน ก็จะทำให้เกิดเป็น Shape ของเสื้อผ้า Designer แต่ละคนจะออกแบบ ลายละเอียดต่างๆ ของเสื้อผ้า หรือจะต้องมีการออกแบบที่ต้องการให้ลวงตาหรืออำพรางรูปร่างที่แตกต่างกัน ในการออกแบบนั้น Form กับ Shape จะไม่แตกต่างกัน เพราะเวลาออกแบบก็จะเขียนเป็นเส้นโครงร่างหรือ Outline ส่วนลักษณะรูปร่างของแต่ละคนซึ่งจะมีรูปร่างแตกต่างกัน เช่น สูง เตี้ย ผอม อ้วน รูปร่างมีสัดส่วน หรือรูปร่างต่างๆ การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อให้เหมาะสมกับ แต่ละลักษณะรูปร่าง ซึ่งจะต้องใช้เส้นสาย การลวงตาบนรูปร่างและยังรวมถึงลักษณะของเนื้อผ้าด้วย การที่จะรู้ว่าลักษณะรูปร่างของเราจะมีลักษณะอย่างไรเพื่อที่จะให้เกิดความ

ผิดพลาดน้อยที่สุดคือ การสวมชุดเนื้อผ้ายัดรัดรูป เช่น ชุดว่ายน้ำ หรือชุดแอโรบิต จะเห็นรายละเอียดของรูปร่างอย่างชัดเจน ซึ่งควรจะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า ไม่ควรมีลวดลาย เพื่อจะได้ไม่เกิดความไขว้เขวในการลวงตา

คนที่มีรูปร่างลักษณะตรง ไม่ค่อยมีสัดส่วน ส่วนมากจะเป็นคนตัวผอมสูงสะโพกเล็ก แบน ไหล่กว้าง หน้าอกเล็ก มีส่วนโค้งน้อย หรือคนที่มีรูปร่างไม่ผอมสูง แต่มีสะโพกแบน ไหล่ตั้ง ลักษณะลำตัวเป็นรูปเหลี่ยมทรงตั้งหรือทรงกว้างในที่นี้ยังไม่เน้นส่วนสูงหรือน้ำหนัก จะดูรูปร่างก่อน ส่วนมากรูปหน้าก็จะเป็นเหลี่ยมมุม จมูกยาว โหนกแก้มสูง คางเหลี่ยม

คนที่มีลักษณะรูปร่างในแนวเส้นโค้ง มีสัดส่วน หรือไม่มีลักษณะกลมแต่มีสัดส่วนเส้นรูปร่างจะปรากฏเป็นทรงกลม ทรงรี สะโพกผายออก เอวเล็ก ออกอิม ส่วนรูปหน้าจะมีลักษณะเป็นรูปไข่ กลม หัวใจ บางคนอาจจะมรูปร่างผสมเป็นลักษณะตรง แต่มีสัดส่วนพบได้ในคนที่มีรูปหน้าและรูปร่างที่ตรงกันข้ามคือ มีรูปหน้ากลม แต่รูปร่างตรง หรือไม่มีรูปร่างค่อนข้างกลมมีสัดส่วน แต่มีรูปหน้าเป็นแนวตรง แนวเหลี่ยม เป็นการผสมทำให้เกิดความสมดุลระหว่างเส้นตรงและเส้นโค้ง จึงอาจแบ่งประเภทของรูปร่างของคนได้เป็น 3 ประเภท คือรูปร่างตรง รูปร่างตรงแต่มีสัดส่วน และรูปร่างกลมแบบมีสัดส่วน

คนที่มีรูปร่างตรง เส้นสายในเสื้อผ้าส่วนมากจะเป็นรูปแบบที่มีเส้นตรง คนที่มีรูปร่างกลมมีสัดส่วน รูปแบบของเสื้อผ้าจะเน้นความกลมแบบมีสัดส่วน เนื้อผ้าจะเบา และเอียดหรือมีความหนาปานกลาง เป็นผ้าที่มีน้ำหนัก ผิวของผ้ามีลักษณะขรุขระเล็กน้อย คนที่มีรูปร่างตรงแต่มีสัดส่วนรูปแบบของเสื้อผ้าควรให้มีสัดส่วนประกอบที่มีเส้นตรงที่กลมกลืนกับรายละเอียดที่มีความโค้งมน นุ่มนวล หรือเป็นการ ผสมผสานทั้งเส้นตรงและเส้นโค้งในเสื้อผ้าชุดเดียวกันก็ได้ ไม่ว่าจะมรูปร่างลักษณะอย่างไร Form ต่างๆ ที่ออกแบบในตัวเสื้อผ้าการใช้เส้นต่างๆ ควรจะไปด้วยกันได้ แต่ถ้าคล้อยตามกันมากเกินไป ในเรื่องของ Form ก็จะทำให้ดูไม่เหมาะสม เช่น คนที่มี รูปหนา คางแหลม ถ้าใส่เสื้อคอแหลมก็จะยิ่งเน้นรูปหนามากเกินไป หรือคนที่ รูปหน้ากลมแบนถ้าใส่ เสื้อคอกลม ก็จะยิ่งเน้นใบหน้ามากเกินไป แต่ก็ไม่ควรจะออกแบบให้ตรงข้ามกันเลยทีเดียวจะดูขัดแย้งมากเกินไป การออกแบบบางที ไม่ใช่ดูแต่ที่ลักษณะรูปร่างอย่างเดียวควรดูลักษณะบุคลิกของผู้สวมใส่ด้วย การใส่เสื้อผ้าที่ขัดกับบุคลิกอาจจะทำให้คนๆนั้น ขาดความมั่นใจได้ ลักษณะของบุคลิกของผู้หญิงจะมีอยู่ 2 อย่าง คือ

1. Yang เป็นลักษณะบุคลิกที่จะออกไปทางผู้ชายนิดๆ ไม่ใช่อยากจะเป็นผู้ชายแต่ชอบแต่งตัวแบบที่จะออกไปทางผู้ชายนิดๆ ไม่ใช่รูปแบบที่เรียบบร้อยหรือหวานๆ เหมือนผู้หญิงทั่วไป
2. Yin เป็นลักษณะบุคลิกที่จะเป็นผู้หญิงจริงๆ ชอบแต่งกายรูปแบบที่เรียบบร้อย หวานๆ เป็นผู้หญิง

5.10 เส้นกรอบนอก (Silhouettes) เป็นสิ่งสำคัญพื้นฐานของการออกแบบเสื้อผ้า สิ่งหนึ่งที่แสดงลักษณะรูปร่างของเสื้อผ้าให้ผู้สวมใส่ เส้นกรอบนอกเกิดจากการนำเอารูปทรงหรือรูปร่างบวกกับเส้นที่ทำให้เกิดเป็นรูปทรง เป็นเส้นกรอบของลักษณะรูปทรงของเสื้อผ้าขึ้นมา ซึ่งลักษณะโครงสร้างของรูปทรงเสื้อผ้าจะเป็นสิ่งที่เรามองเห็นได้เป็นอันดับแรก จากการที่มองเห็นในระยะของช่วงสายตาที่รูปทรงนั้นเกิดการ Contrasted กับ Background จะมองเห็นเส้นกรอบนอกของรูปร่างเสื้อผ้าได้ชัดเจนหรือเวลาที่เรายู่ในที่ที่มีแสงสว่างจะมีเงาของรูปร่าง และเสื้อผ้าปรากฏออกมากับผนังหรือพื้นนั้นคือเส้นกรอบนอก เป็นรูปทรงของเสื้อผ้าและรูปร่างเช่น รูปทรงของแขน เสื้อ กางเกง กระโปรง

1.2 ประวัติชุดราตรี

ประวัติความเป็นมาของชุดราตรีเริ่มขึ้นเมื่อราวๆศตวรรษที่ 15 โดยเริ่มมาจากชุดที่ใช้ในศาลของยุโรปในสมัยนั้น ผ่านมาจนถึงศตวรรษที่ 16-17 ซึ่งเป็นยุคของศิลปะ ชุดที่ใช้ในศาลได้มีการพัฒนาเรื่อยๆ จนกระทั่งชุดได้เข้าสู่ฝรั่งเศส ชุดถูกทำให้หรูหราขึ้นมาก จนกลายเป็นจุดเริ่มต้นของชุดราตรีสำหรับใช้ในงานในปัจจุบันเมื่อศตวรรษที่ 18 คำว่า "ชุดราตรี" และ "ชุดสวมใส่ที่เป็นทางการ" เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้



ภาพที่ 27 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายประวัติชุดราตรี

ที่มา: <https://www.pinterest.fr/pin/136093219961990387/>

1.2.1 ยุคอาณานิคมหรือรีเจนซี (1795-1815)

เหตุการณ์เป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงมีการปฏิวัติในอเมริกาและฝรั่งเศส ผู้หญิงในยุคนี้จึงได้รับอิทธิพลการแต่งกายแบบกรีกโบราณ เพราะเชื่อว่าเป็นภาพลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงประชาธิปไตย ลักษณะชุดใส่ชุดยาวกรอมพื้นไม่ใส่คอร์เซต ใส่เอวสูงแบบรัดต่อนอก สุภาพสตรีชั้นสูงจะใส่ชุดสีขาวตลอด ฐานะต่ำลงก็จะใส่ชุดสีพาสเทล ใส่ชุดสีขาวเฉพาะงานเลี้ยง (เพราะเปื้อนง่าย) ผ้าเป็นผ้าฝ้าย มัสลิน หรือผ้าไหม มักใส่ผ้าคลุมไหล่หรือถุงมือยาว หมั้น ใส่หมวกเสื้อ แบบนี้เดิมเป็นเสื้อผู้ชายแบบแขนยาวมีชายข้างหลังยาว ตัดยศทหารตามไหล่และเสื้อโดยต่อมามีท่านเอิร์ลชื่อ Spencer เป็นคนไปทะเลสั่งตัดชายข้างหลังออกทำแฟชั่นแบบของตัวเองขึ้นมาเสื้อก็เลยเรียกชื่อตามท่านเอิร์ลมาตั้งแต่บัดนั้นแฟชั่นนี้อามาประยุกต์ใส่กับชุดเอวสูงที่ว่าทำจากผ้าไหมหรือขนแกะ



ภาพที่ 28 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดยุคอาณานิคมหรือรีเจนซี (1795-1815)
ที่มา: <https://www.pinterest.fr/pin/314900198927310627/>

1.2.2 ยุคโรแมนติก (1815-1840)

หลังสงครามผ่านพ้นคนก็หันมาแต่งกายแบบอังกฤษ (เรียกอีกอย่างว่า แองโกลมานเนีย Anglomania) ศิลปินและนักปราชญ์ต่างหันมาศึกษาศิลปะโรแมนติก ศิลปะแนวนี้เน้นอารมณ์ความรู้สึก ยุคนี้ผู้หญิงถูกเน้นให้เห็นว่าเป็นเพศที่อ่อนแอกว่า และสวยงามชอบการแต่งตัวลักษณะของชุด"ฟูฟ่องตั้งแต่หัวจรดเท้า" ชุดยุคนี้ มีลักษณะพิเศษคือไหล่ลู่ลง เอวคอด ผายออกที่สะโพกเพื่อเน้น

ความเป็นสตรีเพศ และจะเห็นได้ว่าเดรสแบบเดิมถูกแต่งเติมให้มากขึ้นเรื่อยๆ เหวสูงค้อยๆ ต่ำลงมา อยู่ที่เอวปกติ รัดด้วยคอร์เซ็ท กระโปรง พองขึ้นแบบอลังการ ตกแต่งด้วยเครื่องประดับประดาหรูหรา



ภาพที่ 29 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดยุคโรแมนติก (1815-1840)

ที่มา: <https://www.pinterest.fr/pin/318489004890415506/>

1.2.3 ยุควิกตอเรียนตอนต้น (1840-1870)

ในปี 1837 พระราชินีวิกตอเรียขึ้นครองราชย์มีพระโอรสและพระธิดา 9 พระองค์ และท่านเป็นต้นแบบของผู้หญิงแบบดอมนอน อหิศตนเพื่อครอบครัว ยึดมั่นในศีลธรรม รสนิยมเธอเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้หญิงในยุคนั้นแต่งตัวตาม ลักษณะชุดยุคนี้เป็นอะไรที่สวยงามจึงไม่แปลกที่หลายๆ คนจะชอบ และนำมาประยุกต์กับการแต่งตัว คอสเพลย์แนวโลลิต้าก็มาจากยุคนี้ด้วย ลักษณะไหล่แคบและลู่ลง ลำตัวแคบมากด้วยการรัดคอร์เซ็ท กระโปรงบานพองควรวาวกรอมพื้น และค้อยๆ พองขึ้นเรื่อยๆ ตามยุคสมัยที่ผ่านไป สมัยนั้นต้องใส่กระโปรงถึงหกชั้นเพื่อให้มันบาน เป็นปัญหาทำให้ชุดหนักเกินไป เลยเริ่มมีคนคิดแก้ปัญหาโดยการใส่ลู่ (มีชื่อเรียกว่า Cage Crinoline) ในแฟชั่นยุคนี้ หมวกใหญ่ๆ โดดๆหายไป ยุคนี้นิยมใส่หมวกแบบ deep bonnets ซึ่งเป็นหมวกปกปิดหน้า จะมองเห็นหน้าเต็มเมื่อหันหน้าเข้าหากันตรงๆเท่านั้น เป็นการแสดงถึงความดอมนตัว



ภาพที่ 30 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดยุควิกตอเรียนตอนต้น (1840-1870)

ที่มา: <https://www.pinterest.fr/pin/281686151668806743/>

1.2.4 ยุควิกตอเรียนตอนปลาย (1870-1890)

พระราชินีวิกตอเรีย ในตอนนั้นพระสวามีของพระองค์สวรรคต ท่านทรงเก็บตัวและใส่แต่ชุดดำ สีดำทำให้ได้รับความนิยมในช่วงนั้นลักษณะของชุดรูปทรงของชุดเริ่มเน้นรัดส่วน แต่ก็ปกปิดร่างกายในเวลาเดียวกัน จะเห็นว่าช่วงบนเข้ารูปมากขึ้น สีเข้มมาแรง มีการเปลี่ยนแปลงจาก สุ่มมาใส่ "ที่ถ่างกระโปรง" (bustle) ทำให้กระโปรงจะไม่กางรอบด้านเหมือนแบบเดิม แต่จะถูกดันไปด้านหลังแทนช่วงแรกเป็นแบบ soft bustle มีลักษณะพองช่วงหลังหันมานิยม hard bustle



ภาพที่ 31 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดยุควิกตอเรียนตอนปลาย (1870-1890)

ที่มา: <https://www.pinterest.fr/pin/319544536036961726/>

2. พฤติกรรมกลุ่มอนุรักษ์นิยม

อนุรักษ์นิยม หรือ คติอนุรักษ์ (conservatism) โดยทั่วไปหมายถึงปรัชญาทางการเมืองที่ยึดถือเอาสิ่งดั้งเดิมในอดีตมาเป็นแนวทางในการดำเนินงานในปัจจุบัน โดยนิยมการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป และส่วนใหญ่จะอยู่ตรงข้ามกับแนวคิดเสรีนิยม แนวอนุรักษ์นิยมทางการเมืองสมัยใหม่เริ่มต้นขึ้นในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 ซึ่งเป็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อการปฏิวัติฝรั่งเศสและการปฏิวัติอุตสาหกรรม อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองพรรคการเมืองที่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยมจัดเป็นพรรคอนุรักษ์นิยม

2.1 แนวโน้มพฤติกรรมอนุรักษ์นิยม 2017 NATURE BLUR

ไม่ว่าวันนวัตกรรมล้ำสมัยจะพาเราไปได้ไกลแค่ไหน ธรรมชาติก็ยังคงเป็นความจริงแท้ที่ผู้คนไทยหาอยู่เสมอ ในขณะที่เราเดินหน้าหาความสะดวกสบาย แต่เราก็อยากได้อาหารและผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากสิ่งสังเคราะห์ เขยชมกับความอุดมสมบูรณ์ของพืชพรรณแม้เป็นต้นไม้ในกระถางเล็กๆ และถ้าหากพอมีเวลา เราก็จะไม่อึดอัดที่จะออกค้นหาสถานที่ใหม่ๆ ผจญภัยท่ามกลางธรรมชาติเพื่อใช้ชีวิตตามวิถีดั้งเดิม สร้างพื้นที่สีเขียวด้วยฟาร์มหลังบ้าน และขยายไปถึงสวนขนาดใหญ่ด้วยพื้นที่บนตึกระฟ้าที่กลายเป็นอาหารและปอดสำหรับคนเมือง โดยนำเรื่องความหลากหลายทางชีวภาพมาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ตั้งแต่จัดสรรระบบเรื่องตนเองในที่อยู่อาศัย ไปจนถึงระบบการผลิตที่ส่งเสริมจริยธรรมด้านสิ่งแวดล้อม

ตั้งแต่ 2,000 ปีมาแล้วที่อริสโตเติลประกาศว่า “สิ่งทำหายสำคัญที่มนุษย์ต้องเผชิญอยู่ในตอนนี้คือเราจะใช้เวลาว่างอย่างไร” ในประวัติศาสตร์มีชนชั้นที่เรียกว่า “ชนชั้นที่มีเวลาว่าง” (Leisured Classes) คนเหล่านี้ไม่ต้องทำงานเลี้ยงปากท้อง แต่มีเวลาเพลิดเพลินกับการเล่นเกม ออกงานสังคมและเล่นกีฬา จนเมื่อในปี 1948 สหประชาชาติได้ประกาศเรื่องการพักผ่อนให้เป็นสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน หลังจากนั้นเป็นต้นมา หนังสือ นิตยสารรายการทีวี และเว็บไซต์ ก็ถ่ายทอดเนื้อหาว่าด้วยงานอดิเรกและความบันเทิง จนทุกวันนี้ ผู้คนใช้เวลาว่างอย่างเป็นอิสระมากขึ้น ทุกคนสามารถใช้เวลาว่างไปกับกิจกรรมอะไรก็ได้ที่สนใจตั้งแต่อ่านหนังสือ ฟังเพลง ทำอาหาร ประดิษฐ์สิ่งของ DIY หรือแม้แต่เดินเที่ยวชมงานศิลปะการทำ ยามว่างให้กลายเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุดของคนยุคนี้ ยิ่งเป็นการมองหาสิ่งใหม่ที่ไม่เหมือนใครปัจจุบันคนเราให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพการใช้ชีวิตกันมากขึ้น ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุที่เกิดจากความเครียดหรือต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากการเติบโตที่รวดเร็วของเมือง การหนีจากความกดดันเพื่อหาจุดที่ใช้ชีวิตที่ดีกว่าสิ่งที่ทำให้ลดความกดดันจากความเครียดในเรื่องต่างๆ ยังหมายถึงการพักจากสิ่งที่เป็นอยู่แล้วออกผจญภัยหาความสุขในรูปแบบใหม่ที่ไม่จำเจ ธรรมชาติจึงเป็นทางเลือกสำหรับคนในยุคนี้เพราะการได้ผ่อนคลายจะส่งผลให้คนเริ่มเปิดใจต่อครอบครัว ช่าง และซึมซับความสงบที่ธรรมชาติสร้างขึ้น สถานที่ที่มีฟังก์ชันในการเป็นพื้นที่ชาร์จพลังจิตใจและ

ปรับสมดุลให้ร่างกายได้ อย่างรีสอร์ทวันดาเวกา (Wandawega Resort) ที่พักในลักษณะแคมป์ที่จัดเตรียมไว้ เพื่อให้ผู้คนเข้ามาใช้เวลาพบปะสังสรรค์กันท่ามกลางธรรมชาติริมทะเลสาบที่เงียบสงบ ภายใต้นแนวคิดที่เชื่อว่าการถูกห้อมล้อมโดยธรรมชาติเป็นการบำบัดร่างกายที่ได้ผลวิธีหนึ่ง การได้ใช้ชีวิตร่วมกับเพื่อนหรือครอบครัวในบรรยากาศที่โอบล้อมด้วยธรรมชาติจะเป็นการกระชับความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นมากขึ้น หรือแม้แต่คู่รักที่ใช้เวลาไปกับกิจกรรมต่างๆ ทั้งปั่นจักรยาน ว่ายน้ำในทะเลสาบ หรือล้อมวงหน้ากองไฟกินอาหารฝีมือตนเองเปรียบเหมือนการฮันนีมูนภายในบ้านของตัวเอง การท่องเที่ยวเป็นเทรนด์ที่นิยมอย่างมากในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา ในปี 2016 แอร์บีเอ็นบี (Airbnb) เว็บไซต์จองที่พักระดับโลกได้จัดอันดับที่พักยอดนิยม โดยจัดอันดับจากที่พักกว่า 2 ล้านแห่ง จาก 190 ประเทศทั่วโลก ผลที่ออกมาปรากฏว่าหนึ่งในที่พักที่คนสนใจได้แก่ ซีคลูดิอินทาว์น ทรีเฮาส์ หรือบ้านต้นไม้ในเมืองแอตแลนต้ารัฐจอร์เจีย สหรัฐอเมริกา บ้านต้นไม้หลังนี้ได้รับการขนานนามว่าเป็นบ้านที่ผู้พักจะได้สัมผัสกับความโรแมนติกท่ามกลางเสียงนกและกลิ่นของความชุ่มชื้นอุดมสมบูรณ์ภายในป่า หรือ ออฟกริด อีท เฮาส์ ที่พักท่ามกลางหุบเขาห่างไกลจากชุมชนในรัฐแคลิฟอร์เนียตอนใต้ซึ่งมีภูมิอากาศแบบทะเลทรายที่เงียบสงบนอกจากนี้ในรายงานจากองค์การท่องเที่ยวโลก ยังระบุว่าธุรกิจการท่องเที่ยวทั่วโลกในช่วงปี 2015 ที่ผ่านมามีรายได้มากกว่าแสนล้านเหรียญสหรัฐ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำให้การตื่นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างสวนสัตว์แบบเปิดเติบโตอย่างต่อเนื่อง เช่น แอฟริกาใต้ โมซัมบิก และซิมบับเวเป็น 3 เมืองที่คงความเป็นธรรมชาติทางทรัพยากรป่าและสัตว์ที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้นักธุรกิจเลือกลงทุนกับการท่องเที่ยวในลักษณะใกล้ชิดธรรมชาติและออกไปผจญภัยด้วยความรู้สึกท้าทายมากขึ้นกับโอกาสในการได้เรียนรู้เรื่องความยั่งยืนจากระบบนิเวศแห่งนั้นๆ ไม่ใช่แค่เพียงการออกเดินทางเท่านั้นที่ช่วยทำให้สุขภาพของคนดีขึ้นได้ แต่เรื่องอาหารก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อสุขภาพของคนโดยเฉพาะคนอเมริกันกับอาหารฟาสต์ฟู้ดน่าสังเกตว่า 60% ของสินค้าที่ขายได้ในช่วงปี 2015 เป็นอาหารประเภทแซนด์วิช เพราะลูกค้ามีความเชื่อว่าแซนด์วิชมีสารอาหารที่ทำลายสุขภาพน้อยกว่าเบอร์เกอร์ รองลงมาคือฮอตดอกและสลัด ผู้ประกอบการหลายรายเล็งเห็นความเปลี่ยนแปลงจากพฤติกรรมของผู้บริโภคจึงแปลงโฉมเบอร์เกอร์แบบดั้งเดิมให้มีคุณค่าทางโภชนาการยิ่งขึ้นตั้งแต่การเลือกส่วนผสม เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าออร์แกนิกและมังสวิรัต นอกจากนี้งานศึกษาในสเปนพบว่าอัตราการตายลดลงในกลุ่มผู้บริโภคอาหารเมดิเตอร์เรเนียน ซึ่งเป็นอาหารที่มีส่วนประกอบจากน้ำมันมะกอก ผักผลไม้ ถั่ว และธัญพืช พฤติกรรมการกินอาหารของคนรุ่นใหม่ใส่ใจคุณภาพแพร่ขยายไปจนถึงอาหารจีนที่ขึ้นชื่อเรื่องอาหารที่เป็นตัวยงอายุวัฒนะ และผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในลักษณะของการปรุงขึ้นเองตรงกับความต้องการของกลุ่มคนที่ต้องการเพิ่มความหนุ่มสาวให้กับตัวเอง แม้ว่าเราจะเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว แต่ผู้คนในยุคนี้กลับต้องการชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติมากไม่ต่างจากเดิม ธุรกิจโรงแรมหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อมและการออกแบบเพื่อเติมเต็มความรู้สึกของที่พักอาศัยรายงานวิจัยของฮาร์วาร์ด

(Harvard) ที่ร่วมมือกับสมาคมการพยาบาลอเมริกัน (US-based Nurses) ศึกษาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อสุขภาพของคนในเมือง จากผู้หญิงจำนวน 108,630 คน โดยวิเคราะห์รูปแบบการใช้ชีวิตที่มีผลต่อสุขภาพตั้งแต่ปี 2000-2008 ผลพบว่า 1 ใน 5 ของผู้ทำแบบสอบถามที่อาศัยในสภาพแวดล้อมใกล้ชิดกับธรรมชาติในรัศมี 250 เมตร จะมีอายุยืนมากกว่าผู้ที่อาศัยในอาคารสูงหรือห่างไกลจากธรรมชาติโดยผู้ที่อาศัยในแหล่งที่ไม่มีธรรมชาติจะมีอายุยืนยาวนานน้อยกว่า 12% ส่งผลให้เกิดโดยส่งผลต่อจำนวนโรงแรมที่สร้างพื้นที่สีเขียวและใกล้ชิดแหล่งธรรมชาติเพิ่มขึ้น 95% แรงจูงใจในการออกค้นหาสถานที่ใหม่ๆ ที่ยังคงรักษาความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติเพื่อหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากเมือง รายงานจากเมอซิเดส เบนซ์ (Mercedes Benz) ระบุว่า จำนวนประชากรเฉลี่ย 58% มักใช้เวลาอย่างน้อย 1 วันต่อสัปดาห์หรือออกเดินทางหรือจัดทริปท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ นอกจากนี้ข้อมูลของสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวโลกยังระบุว่าในปี 2015 สหรัฐอเมริกามีสถิติการผลิตหนังสือแนะนำเที่ยวที่ระบุที่พักรักที่ยังคงความสมบูรณ์ในระบบนิเวศเพิ่มขึ้น 19% จาก 11% ในปี 2011 โดยส่งผลต่อจำนวนโรงแรมที่สร้างพื้นที่สีเขียวและใกล้ชิดแหล่งธรรมชาติเพิ่มขึ้น 95% แอร์บีเอ็นบี (Airbnb) หนึ่งในธุรกิจผู้ให้บริการที่พักแบบแชร์คอมมูนิตี้ เลือกใช้การตลาดธุรกิจแบบใหม่หลายพื้นที่ที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้น เพื่อให้ผู้พักรู้สึกเหมือนใช้เวลาพักผ่อนหรือนั่งทำงานพร้อมสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติไม่ว่าจะในเกาะส่วนตัวหรือพักในบ้านต้นไม้จากรายชื่อสถานที่ที่ไม่เคยถูกค้นพบหรือเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง เช่น ห้องพัก คอร์ติน่าเทมเพลโซ สตาร์ไลท์ อย่างชวาน้ำแข็งบนพื้นที่สูง 2,055 เมตรจากระดับพื้นดินในเทือกเขาโดโลไมท์ (Dolomites Mountains) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเทือกเขาแอลป์ หรือห้องพักที่มีเพียงกระจกใสกั้นระหว่างเตียงกับธรรมชาติ ผู้เข้าพักจะได้รับประสบการณ์การพักผ่อนภายใต้แสงจากธรรมชาติ เช่นเดียวกับกิจกรรมโลดโผนสุดเหวี่ยงตามแนวภาพยนตร์เรื่อง Point Break ภาพยนตร์ชื่อดังในปี 1991 ที่นำ มาสร้างใหม่อีกครั้งในปี 2015 โดยดัดแปลงเนื้อเรื่องจากต้นฉบับที่เน้นเรื่องกีฬาไต่คลื่นมาเป็นกีฬาเอ็กซ์ตรีมแทน ไม่ว่าจะเป็นการโดดร่มดิ่งพสุธา ไต่คลื่นขนาดยักษ์มอเตอร์ไซค์วิบากใต้เขา หรือสโนว์บอร์ดในลานภูเขาน้ำแข็ง กิจกรรมเหล่านี้ถูกปรับให้เข้ากับยุคสมัยที่กิจกรรมต่างๆ มีความท้าทายมากขึ้นหรือไอซ์แลนด์แอร์ (Icelandair) การท่องเที่ยวที่มีสายการบินให้บริการนำผู้โดยสารลงจอดในไอซ์แลนด์ สายการบินที่เชื่อมต่อกับทัวร์และไกด์นำเที่ยวชาวพื้นเมืองทำให้สัมผัสกับประสบการณ์สุดพิเศษอย่างการเล่นสกีในสถานที่ที่ไม่ได้ถูกจัดเตรียมไว้และการปีนเขาในรูปแบบที่ท้าทายมากขึ้น หรือจะเลือกประสบการณ์ลิ้มรสอาหารและใช้ชีวิตแบบธรรมชาติดั้งเดิมอย่างร้านอาหารอินออนเดอะเลค (Inn on the Lake) ในแคนาดา ที่ให้ลูกค้ารับประทานอาหารเช้าที่ศาสตราจารย์ปรุงตามต้นตำหรับของวัตถุดิบให้มากที่สุด รับชมแสงเหนือภายใต้ความหนาวบนเทือกเขาพร้อมดื่มวิสกี้แบบไม่จำกัดให้ความรู้สึกเหมือนงานสังสรรค์ตามแบบฉบับคนท้องถิ่นกระแสรท่องเที่ยวในลักษณะนี้ยังส่งผลต่อกิจกรรมแปลกใหม่ที่เปิดประสบการณ์ท้าทายสุดพิเศษแก่นักท่องเที่ยวจนเกิดกระแส “Dirty Dining” หรือการใช้ชีวิตเหมือนคนท้องถิ่นการรับประทานอาหารเช้าหรือการกินเลี้ยงใน

แบบฉบับของคนป่า การเอาตัวรอดจากวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่มีอยู่อย่างจำกัด เชฟดาน บาร์เบอร์ (Dan Barber) และฟรานซิส มอลล์แมนน์ (Francis Mallmann) ผู้เชี่ยวชาญการปรุงอาหารด้วยกรรมวิธีธรรมชาติดั้งเดิมตั้ง แต่อกกล้าสัตว์จับปลาย่างไฟให้สุกด้วยการก่อไฟบนพื้นดินรวมถึงดักน้ำจากทะเลสาบชื่อเสียงด้านความชำนาญที่สั่งสมมาหลายปี จนมีชื่อเสียงในสารคดี Chef's Table นี้ได้กลายเป็นธุรกิจร้านอาหารแนวใหม่ที่ได้ได้รับความนิยมของชาวอเมริกันจนเกิดเป็นธุรกิจให้บริการอีกมากมาย อย่างร้านอาหารลอส ฟอยโกส ของโรงแรมฟาเอน่า (Faena Hotel) ในเมืองไมอามีเนรมิตรระเบียบโรงแรมเป็นฟืนผิงไฟในหนังสือ The Third Plate ของดานยังเขียนไว้อีกว่า อาหารในอนาคตที่เราควรเลือกกินขึ้นอยู่กับว่าธรรมชาติจะมอบอะไรให้เรา

“ขอบคุณวิวัฒนาการของเทคโนโลยีไม่ว่าจะไอแพด อินสตาแกรม ยูทูบ ที่ทำให้ทุกวันนี้เรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อมกลายเป็นเรื่องที่ทุกคนให้ความสนใจถึง ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกอาหารและเลือกรับประทาน” ข้อความนี้กล่าวโดยมาร์ค ดริสโคลล์ (Mark Driscoll) หัวหน้าองค์กรแห่งอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับรายงานจากนีลสัน (Nielsen) ปี 2015 ที่ระบุว่า “การให้ความสนใจเรื่องสุขภาพมีผลต่อปริมาณการจับจ่ายบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น” ทุกวันนี้เด็กวัยรุ่นเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสนใจในอาหารชั้นดีเพื่อสุขภาพ เชฟฟรันทัวร์ที่มีอิทธิพลสำหรับวัยรุ่นยุคนี้อย่างเอเลียน่า เดอ ลาส คาซาส(Elianade Las Casas) ได้รับรางวัล Best Upand Coming Chef in Louisiana ปี 2014ด้วยวัย 14 ปี แต่มีผลงานการทำ อาหารผ่านสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ส่งผลให้เกิดกระแสเชฟฟรันทัวร์สำหรับเด็กชาวอเมริกัน ในปีเดียวกันยังมีรายงานของไปเปอร์ แจฟเฟรย์ (Piper Jaffray) กล่าวว่าเด็กวัยรุ่นชาวอเมริกัน 20.8% หันมาให้ความสนใจเรื่องอาหารมากกว่าเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายกลายเป็นแฟชั่นใหม่สำหรับวัยรุ่นที่ต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน รวมทั้งเด็กวัยรุ่นกลุ่มนี้ยังมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้ใหญ่ ทั้งการแชร์ภาพอาหารผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะป็นวัตถุดิบหรือขั้นตอนการทำที่เป็นสูตรเฉพาะ ทุกวันนี้ นอกจากกระแสการรักสุขภาพจะได้รับความนิยมสำหรับคนหลายกลุ่มแล้ว พฤติกรรมเหล่านี้ยังส่งผลมาถึงการเลือกรับประทานอาหารคลีนและอาหารออร์แกนิก ผลสำรวจจากInnovaMarketInsights ปี 2015 พบว่าจากปี 2013 ถึงปี 2015 มีผู้บริโภคอาหารออร์แกนิกเพิ่มขึ้นจาก 5.9% เป็น 9.3% อาหารมังสวิรัติจาก 7.8% เป็น 10.5% จึงมีความเป็นไปได้อย่างยิ่งว่าในปี 2016และต่อไปอีก 10ปีข้างหน้าเทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพนี้จะเติบโตสูงขึ้นและจะยังพัฒนาไปสู่ระบบการผลิตธรรมชาติหรือที่คนอเมริกันมักเรียกว่า “เรียล-ฟู้ด” (Real-Food) ซึ่งมีร้านค้าหรือบริการเพิ่มมากขึ้น รวมถึงในโรงแรมชั้นนำอย่างโรงแรมแอส (Ace Hotel) ในนิวยอร์กที่ให้บริการฟิตเนส พร้อมบริการคาเฟ่เพื่อสุขภาพและเครื่องดื่มผลไม้เย็นในแบบบาร์ส่วนตัวที่เติมได้ไม่อั้นเช่นเดียวกับในไทย ร้านบล็อกโคลีเรฟโวลูชัน(Broccoli Revolution) ร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่นำเสนอเมนูอาหารฟิวชันและเครื่องดื่มที่ทำมาจากวัตถุดิบผัก และผลไม้ปลอดสารเคมีไม่ใช่เนื้อสัตว์และผงชูรสน้ำตาลและผลไม้สกัดเย็นเพื่อรักษาคุณค่าของสารอาหารไว้อย่างครบถ้วน หรืออาหารออร์ฟู้ด

(Raw Food) จากร้านรียานาคาเฟ่ ที่ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์ แป้งหรือน้ำตาลขัดขาวเน้นเมนูอาหารที่สร้างความเป็นต่างแก่ร่างกาย เหมาะกับการล้างพิษและลดน้ำหนัก

อุตสาหกรรมความงามด้วยภาพลักษณ์ของแบรนด์ราคาแพงกำลังเบนเข็มสู่การเป็นสินค้าที่เติบโตด้วยธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบสดจากฟาร์มหรือออร์แกนิก ในรายงานของไคลน์ (Kline) ปี 2015 ระบุว่าตลาดสินค้าจากวัตถุดิบธรรมชาติเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าติดต่อกันมาเป็นเวลา 6 ปีโดยในปี 2015 ทำรายได้ไป 33 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และคาดว่าจะทะยานขึ้นสูงถึง 5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2019 ชาวบราซิล 8 ใน 10 เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติในขณะที่ชาวอเมริกันและอังกฤษเลือกส่วนผสมจากธรรมชาติ และนำมาปรุงด้วยวิธีตามแบบฉบับของตนเองจนกลายเป็นเทรนด์ไลฟ์สไตล์ใหม่ รายงานจากโซนาร์ (SONAR) กล่าวว่าชาวอเมริกัน 60% และอังกฤษ 46% ที่อยู่ในกลุ่มมิลเลนเนียล เลือกรับประกันวัตถุดิบออร์แกนิกผ่านการปรุงอาหารและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวด้วยตนเอง

เอมีลี (Amelie) เป็นหนึ่งในผู้ผลิตที่ประสบความสำเร็จก่อนจะมีชื่อเสียงมากขึ้นผ่านบล็อก ameliebeauty.com ที่แนะนำเกี่ยวกับการดูแลตนเองจากประสบการณ์ส่วนตัวโดยนำมาเชื่อมโยงกับหลักการทางวิทยาศาสตร์ ทั้งยังมีคอลัมน์พิเศษเกี่ยวกับ Farm-to-Face เพื่อบอกเล่าการทดลองการออกแบบผลิตภัณฑ์บำรุงผิวตั้งแต่การปลูก สังเกตผลเปรียบเทียบและเลือกสูตรส่วนผสมเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์สกินแคร์ที่ให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด ด้วยกระแสเหล่านี้ส่งผลให้ธุรกิจด้านความงามปรับตัวเพื่อตอบรับกับการเติบโตของผู้บริโภคที่ใส่ใจถึงเรื่องความปลอดภัยของวัตถุดิบมากขึ้นอย่างไคพริส (Kypris) แบรนด์ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่ลูกค้าสามารถเลือกวัตถุดิบตามแบบฉบับของแต่ละคน หรือยูลิว (Yuli) แบรนด์ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่การันตีความปลอดภัยของสินค้าว่าปลอดภัยจนสามารถนำมารับประทานได้ตามแนวคิดที่ว่า "Grows Ingredients Safe Enough to Eat" เนื่องจากส่วนผสมมีการปลูกแบบออร์แกนิก ไม่ว่าจะเป็นสมุนไพร ดอกไม้น้ำมัน และธัญพืช ชาลอน โรซ เป็นโปรเจกต์ที่ออกแบบแพชั่นเลิครสภายใต้แนวคิด Farm-to-Fitting-Room ที่เปลี่ยนจาก Farm-to-Table โดยร่วมมือกับฟาร์มชุมชนในเมืองคาวาบา (Kawaba) ที่ขึ้นชื่อเรื่องแหล่งปลูกข้าวของญี่ปุ่นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำจากข้าวทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นอาหารผลิตภัณฑ์สกินแคร์ เสื้อผ้า และเครื่องประดับ Farm-to-Face จึงหมายถึงการเลือกใช้ส่วนผสมวัตถุดิบชั้นดี สะอาด ปลอดภัยสารเคมีและสดใหม่ ซึ่งแน่นอนว่าสินค้าที่ออกสู่ตลาดในแต่ละปีจะต้องเปลี่ยนส่วนผสมไปตามฤดูกาล ก่อนนำมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าโดยไม่ผ่านกระบวนการเจือปนสารเคมีหรือน้ำหอมแต่งกลิ่น ซึ่งนอกจากการนำวัตถุดิบจากฟาร์มส่งตรงถึงผิวหน้าแล้ว การเลือกใช้แหล่งวัตถุดิบที่คัดสรรมาอย่างดีที่สุดยังเป็นกลยุทธ์การตลาดยุคใหม่สำหรับตลาดสกินแคร์ อย่างเว็บไซต์ The Detox Market แหล่งรวบรวมสินค้าบำรุงผิวหน้าที่รับประกันเรื่องที่มาของวัตถุดิบที่ได้คุณภาพแบรนด์บอร์ดแอนด์แบทเทิน (Board and Batten) เลือกใช้น้ำมันและเกลือจากฟาร์มในรัฐฟลอริดา เนื่องจากเป็นฟาร์มที่การันตีเรื่องสุขภาพและคำนึงถึงเรื่องระบบนิเวศ มากไปกว่านั้นยังมีวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยศาสตร์การบำรุงผิวเช่น ผลิตภัณฑ์ Herbal Facial with Vitamin E Serum

เพื่อให้ได้ผลที่ดีจากสมุนไพรหลากชนิดที่บรรจงสกัดขึ้นด้วยมือขึ้นตอนการใช้จึงมกระบวนการที่เริ่มตั้งแต่เตรียมน้ำร้อนปริมาณเท่า 6 ถ้วยชาลงในภาชนะหรือขัน ค่อยๆ โรยสมุนไพรที่มีลักษณะเหมือนดอกไม้อบแห้ง ก่อนล้างหน้าด้วยน้ำเย็นและทามอยเจอร์ไรเซอร์ตามหรือผลิตภัณฑ์น้ำหอมแบรนด์จูปีเตอร์ริดจ์ (JuniperRidge) นำเสนอที่มาของวัตถุดิบการเข้าถึงแหล่งที่ปลูกคัดสรรให้ปลอดภัยจนกลายเป็นภาพลักษณ์แบรนด์หรือแบรนด์เฮิร์บฟาร์มมาซี (Herbfarmacy) ที่มีทีมลงพื้นที่ศึกษาและทำการวิจัยทดลองกับพันธุ์ไม้แต่ละชนิดก่อนจะเข้าสู่กระบวนการผลิตเหล่านี้จึงไม่ใช่เพียง Farm-to-Face ที่คัดสรรสิ่งสดปลอดภัยสู่ผิวแต่ยังหมายถึง Farm-to-Face-Process ที่เน้นเรื่องกระบวนการที่ได้มาซึ่งความสวยด้วยกระบวนการที่บริสุทธิ์จากธรรมชาติ

3. การออกแบบตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

3.1 แนวคิดในการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันการขยายตัวของประชากรโลก ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศต่างส่งผลให้เกิดการลงทุนทั้งจากภายในและภายนอกประเทศเพิ่มมากขึ้นในทุกส่วนของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมดังจะสังเกตได้จากข้อมูลสถิติ จำนวนบริษัทห้างร้านและโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการใหม่ในทุกประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาตลอดในระยะเวลาที่ผ่านมา การเติบโตของเศรษฐกิจในภาคอุตสาหกรรมและการเพิ่มจำนวนมากขึ้นของ โรงงานอุตสาหกรรมนั้นได้ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อระบบนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อม ทั้งปริมาณการใช้ทรัพยากรวัตถุดิบและพลังงาน มลภาวะที่เกิดขึ้นจากตัววัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

มลภาวะที่เกิดจากกระบวนการผลิต การขนส่งรวมถึงการปล่อยของเสีย และการกำจัดของเสียใช้จากกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรม แนวทางการแก้ไขปัญหาภาวะที่เกิดจากอุตสาหกรรมในปัจจุบันมักมุ่งประเด็นไปที่ การแก้ไขปัญหาที่ปลายเหตุอันได้แก่การติดตามเผาระวังผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมบริเวณใกล้เคียงรวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีการบำบัดใหม่ๆมาใช้กับของเสียที่เกิดจากภาคอุตสาหกรรมก่อนปล่อยสู่ระบบนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อมซึ่งแนวทางการแก้ปัญหาดังกล่าว มักนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิตและราคาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของภาคอุตสาหกรรมเอง แนวทางและทิศทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของภาคอุตสาหกรรมสามารถสร้างขึ้นได้โดยคำนึงถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญคือ การสร้างสมดุลระหว่างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและการปกป้องรักษาระบบนิเวศไปพร้อมๆกัน ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากโดยยึด หลักการสร้าง ความมั่งคั่ง ทางเศรษฐกิจด้วยวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากร และลดการปล่อยมลพิษซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม หลักการสร้างสมดุลดังกล่าวข้างต้นได้ถูกประยุกต์เป็น หลักการเชิงทฤษฎีเรียกว่าประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจ (Eco-Efficiency) เป็นหลักการที่ความเจริญ

ก้าวหน้าทางเทคโนโลยีถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ที่ก้าวรุดหน้าเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดนั้นหากเดินควบคู่ไปได้พร้อมๆกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในแง่ของการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการลดการเกิดมลพิษแล้วย่อมก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนขึ้นกลาวอีกนัยหนึ่งคือหลักการดังกล่าว สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการในภาคธุรกิจต่างๆมีศักยภาพในการแข่งขันด้านเศรษฐศาสตร์ระหว่างกัน ควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบนโลกใบนี้คำว่าประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจ ถูกนำมาใช้และเผยแพร่เป็นครั้งแรกโดย 2 นักวิจัยชาวสวิสเซอร์แลนด์ในปี ค.ศ. 1990 หลังจากนั้นไม่นานคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมโลก (World Business Council for Sustainable Development: WBCSD) ซึ่งเป็นการรวมตัวระหว่างกลุ่มบริษัทชั้นนำระหว่างประเทศกว่า 130 บริษัท จาก 30 ประเทศทั่วโลกก็ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจอย่างเป็นทางการในป.ศ. 1991 ภายใต้แนวความคิดที่จะให้เกิดการรวมกันของการพัฒนาที่ดีขึ้นในด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมอันจะนำไปสู่ผลลัพธ์ของการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

3.2 ความหมายของ Eco-efficiency

รากฐานของความหมายของประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจมาจากสภาวะการณ์ที่ทรัพยากรที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่ออัตราการบริโภคในปัจจุบันที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เกิดการแข่งขันกันระหว่างองค์กรธุรกิจและอุตสาหกรรมมากขึ้น การแข่งขันที่วุ่นนี้มีรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่มุ่งเน้นใช้กลยุทธ์ในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อเอาชนะคู่แข่งเท่านั้นหากแต่การแข่งขันในสภาวะที่ถูกบีบคั้นใหม่นี้ครอบคลุมถึงรายละเอียดดังนี้

1. ความพยายามลดการบริโภคทรัพยากร (Reducing the consumption of resources) หมายถึง การพยายามลดการใช้วัตถุดิบตั้งต้นในการผลิต พลังงาน น้ำ และที่ดิน ส่งเสริมการใช้ซ้ำ(Reuse) และการแปรไซใหม่(Recycle) ของผลิตภัณฑ์
2. ความพยายามลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (Reducing the impact on nature) หมายถึง การลดการปล่อยของเสีย ใดแก น้ำทิ้ง ขยะ และสารพิษ ออกสู่สิ่งแวดล้อม
3. ความพยายามเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และการบริการ (Increasing product or service value) หมายถึงความพยายามที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รับผล ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์สินค้าและการบริการสูงสุดโดยส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติน้อยที่สุด

จากกติกาการแข่งขันใหม่นี้ส่งผลให้แนวคิดประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจหรือEco-efficiency นั้นอุบัติขึ้นโดยมาจากการรวมกันของคำว่า Ecology ที่แปลว่า ระบบนิเวศและ Economy ที่แปลว่า เศรษฐกิจกับคำว่า Efficiency ที่แปลว่า ประสิทธิภาพ ดังนั้น คำว่า Eco-efficiency คือ การจัดการในภาคธุรกิจที่มีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

แนวคิดการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจ (Eco-efficiency) นี้ริเริ่มโดยคณะกรรมการนักธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมโลกหรือ World Business Council for Sustainable Development หรือ WBCSD ซึ่งเป็นการรวมตัวของกลุ่มบริษัทชั้นนำระหว่างประเทศและได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการในการประชุมสุดยอดด้านสิ่งแวดล้อมหรือ Earth Summit เมื่อปี 2535 โดย WBCSD ได้กำหนดแนวทางที่จะช่วยให้การดำเนินงานด้านธุรกิจประสบความสำเร็จในเชิงเศรษฐกิจ 7 ประการ ดังนี้

1. ลดการใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบในการผลิตและการบริการ
2. ลดการใช้พลังงานในการผลิตและการบริการ
3. ลดการระบายสารพิษออกสู่สิ่งแวดล้อม
4. เสริมสร้างศักยภาพการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่
5. ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรหมุนเวียน
6. เพิ่มอายุของผลิตภัณฑ์
7. เพิ่มระดับการให้บริการแก่ผลิตภัณฑ์และเสริมสร้างธุรกิจบริการ

แนวคิดการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจ (Eco-efficiency) ดังกล่าว เป็นวิธีการที่เหมาะสมกับภาคธุรกิจเนื่องจากเป็นการสร้างความสมดุลระหว่างความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจซึ่งเน้นการเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กรและการรักษาระบบนิเวศโดยการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน นอกจากนี้ยังเป็นดัชนีชี้วัดความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมที่มุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน อันเป็นเป้าหมายโดยรวมของนานาประเทศในระยะยาวต่อไป WBCSD ได้แบ่งลักษณะของตัวชี้วัดที่นำมาใช้ในการคำนวณหาประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

ตัวชี้วัดแบบทั่วไป (Generally applicable indicators)

เป็นตัวชี้วัดซึ่งใช้ได้ในทุกธุรกิจทั่วไป สามารถนำมาใช้ในทุกธุรกิจได้อย่างแท้จริงและเป็นที่ยอมรับกันในระดับสากลโดยแต่ละตัวชี้วัดมีความเกี่ยวข้องกับปัญหาสิ่งแวดล้อมในระดับโลก ตัวชี้วัดที่มีการนำใช้แบบทั่วไปสำหรับมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือการบริการได้แก่ปริมาณของสินค้า และการบริการที่ผลิตและจัดจำหน่ายหรือปริมาณยอดขายรวมในขณะที่ตัวชี้วัดแบบทั่วไปสำหรับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้แก่ ปริมาณการใช้พลังงาน ปริมาณการใช้ทรัพยากร ปริมาณการใช้น้ำ ปริมาณของเสียและปริมาณการปล่อยอากาศเสียที่มีผลกระทบต่อภาวะเรือนกระจกและปริมาณโอโซน

ตัวชี้วัดเฉพาะธุรกิจ (Business specific indicators)

เป็นตัวชี้วัดที่ภาคธุรกิจ สามารถเลือกนำมาใช้คำนวณหาประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจเพิ่มเติม นอกเหนือจากข้อมูลที่ได้จากตัวชี้วัดแบบทั่วไป อันจะเป็นการช่วยให้ธุรกิจนั้นๆประสบความสำเร็จในการพัฒนาที่ยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น โดยตัวชี้วัดประเภทนี้จะพิจารณาเลือกจากลักษณะเฉพาะของแต่ละธุรกิจ ตัวอย่างตัวชี้วัดประเภทนี้ได้แก่ค่า Gross margin ปริมาณขยะที่นำไปฝังกลบ และปริมาณขยะที่นำไปเผาเป็นต้น

ประโยชน์ที่ได้จากการเพิ่มประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจ

ด้านธุรกิจการค้าและการตลาด

1. ช่วยประเมินให้เห็นถึงสภาพของผลิตภัณฑ์ขององค์กรหรือภาคธุรกิจในช่วงระยะเวลาต่างๆ ที่ผ่านมา สามารถใช้เทียบเคียงสมรรถนะด้านการจัดการกับองค์กรหรือภาคธุรกิจอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน (Benchmarking) อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตภายในองค์กรหรือภาคธุรกิจ

2. สามารถนำผลที่ได้จากการประเมินประสิทธิภาพเชิงเศรษฐกิจ (Eco-efficiency) มาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

3. ช่วยลดต้นทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์ทั้งในส่วนของค่าใช้จ่ายแรงงานและการใช้ทรัพยากร

4. สามารถใช้ในการกำหนดบทบาทเชิงนโยบายของกลยุทธ์ขององค์กรหรือภาคธุรกิจสำหรับการดำเนินงานในอนาคตได้

5. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตหรืออีกนัยหนึ่งคือการเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรม

6. ใช้เป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดและส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทในการเป็นผู้นำด้านการพัฒนาและผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านสิ่งแวดล้อม

1. ช่วยลดมลพิษทางด้านสิ่งแวดล้อมเช่น ลดการใช้ทรัพยากรก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรหมุนเวียนมากขึ้นลดการปล่อยมลภาวะเป็นต้น

2. ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน

3.3 กระบวนการUpcycling

Upcycling หรือกระบวนการแปลงวัสดุเหลือใช้หรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้งานตามหน้าที่เดิมให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มขึ้น ตลอดจนมีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้การออกแบบเป็นเครื่องมือสำคัญ ถือเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันสู่สังคม 3Rs ที่หลายประเทศและหลายแบรนด์ชั้นนำของโลก ใช้เป็นกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำว่า Upcycling ที่เป็นคำใหม่ในวงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หมายถึงกระบวนการในการแปลงสภาพของวัสดุของเสีย หรือไม่ใช่ประโยชน์อีกแล้วให้เป็นวัสดุใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพดีกว่าเดิม หรือมีคุณค่าด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสูงมากขึ้น

แนวทางของ Upcycling เป็นช่องทางใหม่ในการลดการสิ้นเปลืองทรัพยากรธรรมชาติเพิ่มเติม เมื่อต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และเป็นคำที่ใช้ตรงกันข้ามกับคำว่า Downcycling ซึ่งเป็นอีกซีกหนึ่งของกระบวนการรีไซเคิลที่แปลงสภาพวัสดุที่มีคุณภาพ ไปเป็นสินค้าใหม่ที่มีคุณภาพแย่งลงกว่าเดิมในขณะที่การรีไซเคิลเป็นการนำของใช้ อย่างพวกพลาสติก กระดาษ มาแปลงสภาพเป็นผลิต

กันที่แตกต่างออกไปซึ่งมักมีคุณค่าและมูลค่าต่ำลงแต่ Upcycling เป็นการเพิ่มมูลค่าและสร้างความต้องการให้แก่วัสดุที่มีมูลค่าต่ำ การสร้างมูลค่าให้เศษวัสดุ (Upcycling) นี้เป็นเจตนาที่ตอบสนองความต้องการโดยไม่ใช้การซื้อสิ่งของใหม่ๆ แต่เป็นการผสมผสานระหว่างสิ่งที่มีอยู่หรือไม่ได้ใช้แล้ว

3.4 การออกแบบแฟชั่นตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

แบรนด์สินค้าที่แสดงให้เห็นถึงการใส่ใจสิ่งแวดล้อมไม่เพียงมีโอกาสดำเนินการรับส่วนแบ่งทางการตลาดในกลุ่มผู้บริโภค ในทุกวันนี้เท่านั้นแต่ยังเป็นการสร้างความภักดีในแบรนด์สินค้าในหมู่ผู้มีอำนาจในการใช้จ่ายด้วยหนึ่งในนโยบายสำคัญคือ Circular Economy หรือเศรษฐกิจแบบวงรอบ ที่เน้นการปรับกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจของมนุษย์ให้สอดคล้องกับระบบธรรมชาติตามระบบห่วงโซ่การผลิตมากขึ้นหรือระบบการจัดการของเสียแบบระบบปิด (Closed Loop) ซึ่งเป็นระบบที่ไม่มีอะไรสูญเปล่าและไร้ของเสียในทุกกระบวนการ ไม่ว่าจะเป็นโยบาย อาติ สหภาพยุโรป ประกาศแนวทางเศรษฐกิจแบบวงรอบ อันเป็หนึ่งในแนวทางเพ็งประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรของประชากรเน้นการศึกษาลักษณะของของเสียแต่ประเภทและลดปริมาณของเสียให้เป็ศูนย์ภายในปี 2020 ในสหรัฐฯ แม้ในหนังสือ Garbage Land ของอลิซาเบธ รอยด์ (Elizabeth Royte) เคยระบุว่า “ชาวอเมริกันทิ้งข้าวของต่อหัวประชากรมากกว่าประเทศใดในโลก” แต่ในวันนี้เมืองซานฟรานซิสโกตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะเป็เมืองแรกในสหรัฐฯ ที่จะมิของเสียเป็ศูนย์ในประมาณปี 1989 จำนวน 90 % ของขยะในเมืองซานฟรานซิสโกมีปลายทางที่หลุมฝังกลบ (ประมาณ 900,000 ตันต่อปี) แต่ทุกวันนี้สัดส่วนกลับตรงกันข้ามประเทศจีนประกาศวิถึทางใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในศตวรรษที่ 21 ไว้อย่างชัดเจน 3 วิถึทางหลัก ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือวิถึการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยการส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจวงรอบอันหมายถึงระบบเศรษฐกิจที่มีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและพลังงานอย่างพอเหมาะและเป็นวงจรปิด และวิถึการพัฒนาเศรษฐกิจวงรอบนี้เองที่เป็จุดเริ่มของการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงเศรษฐกิจนิเวศอย่างจริงจังในประเทศจีน นโยบายนี้ยังส่งผลต่อภาคการผลิตและแบรนด์สินค้ามากมาย ตั้งแต่ดูปองท์ (DuPont) ตั้งเป้าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็ศูนย์อัตราสินค้ามีตำหนิเป็ศูนย์และอัตราการบาดเจ็บเป็ศูนย์ ไนกี้ (Nike) ประกาศว่าจะกำจัดคลอรีนออกจากผลิตภัณฑ์ทุกประเภท วอลมาร์ต (Walmart) ตั้งเป้าหมายว่าจะใช้พลังงานหมุนเวียน 100% นโยบายดังกล่าวยังเห็นภาพชัดเจนและเป็กระแสมากขึ้นเมื่อแบรนด์สินค้าออกแคมเปญหรือกำหนดหมวดหมู่สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการใส่ใจ สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะรีเบคคา เบย์ (Rebekka Bay) หัวหน้าฝ่ายออกแบบของแบรนด์เอเวอร์เลน (Evertane) กล่าวว่า “ด้วยการคุกคามทรัพยากรธรรมชาติภาวะโลกร้อน และเรื่องเร่งด่วนด้านสังคมผู้บริโภคที่มีความรับผิดชอบจะคัดค้านการบริโภคแบบบ้าคลั่ง หรือระบบการผลิตสินค้าแฟชั่นที่แบ่งย่อยมากมายทั้งก่อนฤดูกาลฤดูกาลต่างๆ ภาพลักษณ์ที่ครบครันบนรันเวย์และความต้องการของใหม่อยู่ตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้ดูไม่สัมพันธ์กันอย่างยิ่งกับสิ่งที่โลกเผชิญอยู่แบรนด์แฟชั่นบางแบรนด์จึงพยายามมองหาสิ่งที่ไกลกว่าแค่เทรนด์ในแต่ละฤดูกาลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้ยาวนาน

และใช้วัสดุสิ่งทอที่ผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ทำให้สามารถพัฒนาเส้นใยที่ใช้งานได้ยาวนานกว่าทุกวันนี้โดยไม่จำ เป็นต้องซื้อสินค้าใหม่บ่อยๆ อย่างแบรนด์คิทแอนด์แอส (Kit & Ace) หยิบยืมเทคนิคการผลิตมาจากเสื้อผ้ากีฬา รวมทั้งให้ความสำคัญกับการยกระดับเส้นใยคลาสสิกอย่างแคชเมียร์และไหม ผนวกกับการออกแบบรูปทรงเสื้อผ้าที่ใช้ได้นาน และสามารถซักได้บ่อยครั้งการปรับตัวของภาคนโยบาย กระบวนการผลิต หรือแคมเปญต่างๆ ของแบรนด์สินค้า ยิ่งเมื่อผนวกกับปรากฏการณ์ภัยพิบัติที่เกิดขึ้นทั่วโลกตั้งแต่แผ่นดินไหว ภัยแล้ง น้ำท่วมครั้งใหญ่ยิ่งทำให้เรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญและเป็นเรื่องใกล้ตัวมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในญี่ปุ่น หลังภัยพิบัติสึนามิครั้งใหญ่ในปี 2011 คนญี่ปุ่นเริ่มตั้งคำถามว่า อะไรคือสิ่งสำคัญในชีวิต อะไรคือความหมายของชีวิต หนังสือ The Life-Changing Magic of Tidy Up เขียนโดย มาริเอะ คนโตะ (Marie Kondo) ที่ตีพิมพ์ตั้งแต่ปี 2010 ได้รับการพูดถึงและกลายเป็นที่นิยมขึ้นอีกครั้งเพราะหนังสือดังกล่าวกลายเป็นสารสาระในการเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาและการจัดสรรระบบตั้งแต่เรื่องตนเองที่พัก จนถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมของการอยู่อาศัย หนังสือเล่มดังกล่าวไม่เพียงได้รับความนิยมในญี่ปุ่นเท่านั้น ยังสร้างแรงสั่นไหวไปทั่วโลกจำหน่ายได้มากกว่า 1.5 ล้านเล่มในสหรัฐฯ และ 4 ล้านเล่มทั่วโลก รวมทั้งยังสร้างปรากฏการณ์มากมายให้แก่ระบบการจัดการสิ่งของจนถึงเรื่องสิ่งแวดล้อม

แนวคิดการพัฒนาธุรกิจแฟชั่นอย่างยั่งยืนเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในช่วงศตวรรษที่ 21 จากข้อปัญหาหลายๆ ข้อที่เกิดขึ้นซ้ำซากในอุตสาหกรรมแฟชั่น อาทิ การละเมิดแรงงานจากสารเคมีที่เป็นพิษ ฯลฯ ปัญหาเหล่านี้ผลักดันให้เกิดความตระหนักและนำมาซึ่งการค้นหาวិธีการที่มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมแฟชั่นทั้งระบบ เพื่อว่าในอนาคตนั้นวงจรการผลิตของอุตสาหกรรมนี้จะมี ความเป็นมิตรกับระบบนิเวศน์ได้มากขึ้น ทั้งในแง่ของธรรมชาติ ทรัพยากร แรงงาน และวิถีชีวิตของมนุษย์ด้วยปฏิเสธไม่ได้ว่าที่ผ่านมาอุตสาหกรรมแฟชั่น (ที่สร้างเม็ดเงินกว่าห้าสิบล้านล้านบาทต่อปี) ได้สร้างผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไว้มากมาย ผนวกกับวิกฤตการณ์ร้ายแรงที่โลกของเรากำลังเผชิญอยู่ อันได้แก่ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การขาดแคลนทรัพยากร การเติบโตของประชากรและสังคมเมือง ฯลฯ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อตรงต่อความเป็นไปในอุตสาหกรรมแฟชั่น เช่น เกิดภาวะการขาดแคลนวัสดุจากสภาพอากาศที่แปรปรวน, ลักษณะความต้องการของแรงงาน เปลี่ยนไปจากการขยับของห่วงโซ่อุปทาน, เทคโนโลยีเกิดใหม่ทำให้วิถีการผลิตและการจำหน่าย เปลี่ยนไปอย่างกะทันหัน, การขาดแคลนพลังงานและน้ำส่งผลต่อวิถีการบริโภค ฯลฯ มันจึงถึงเวลาแล้วที่ธุรกิจแฟชั่นจะต้องออกแบบเครื่องมือใหม่ๆ เพื่อวางวิธิต่างสู่ออนาคต และนำพาอุตสาหกรรมทั้งระบบให้ดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน สอดรับกับวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น

ขยะจำพวกพลาสติก ถึงแม้ว่าจะไม่ได้เป็นหนึ่งในวัสดุที่ใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่นมากนัก แต่ก็เป็นขยะที่มีปริมาณและมีจำนวนการทิ้งเป็นขยะสูงมากที่สุดในศตวรรษที่ 21 ซึ่งส่วนใหญ่ขยะจำพวกนี้จะถูกนำไปทิ้งในมหาสมุทร ที่ปัจจุบันมีขยะจำพวกพลาสติกมากมายรวมกันอยู่เป็น กองขนาดใหญ่

จึงเป็นการจุดประกายความต้องการที่จะกำจัดปัญหาขยะจำพวก พลาสติกจำนวนมากเหล่านี้ และเป็นที่มาของการหาแนวทางในการนำขยะเหล่านี้มาใช้ประโยชน์ใหม่ ซึ่งแนวความคิดนี้มีได้แปลกใหม่ไปจากองค์ความรู้ของคนทั่วไปแต่อย่างใด แต่ในปัจจุบันมีการพัฒนากระบวนการขึ้นอย่างมาก ไม่ว่าจะขยะจำพวก พลาสติกเหล่านี้จะผลิตมาในรูปแบบใดก็ตาม ก็มีศักยภาพที่จะนำมาพัฒนาต่อได้และเป็นหนึ่งในวัสดุสำหรับผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของแบรนด์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกหลากหลายแบรนด์ดังต่อไปนี้

Adidas เป็นแบรนด์ผลิตเครื่องแต่งกายประเภทกีฬาที่นำเอาการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ด้วยการนำเสนอแนวความคิดใหม่สำหรับรองเท้าของแบรนด์เมื่อไม่นานมานี้ โดยการร่วมงานกับ Parley for the Oceans ทั้งนี้ Adidas ได้สร้างสรรค์รองเท้ากีฬาที่ประกอบด้วยส่วนที่รองรับการกระแทกของรองเท้าด้วยแนวคิดแบบการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งส่วนรองรับการกระแทกนี้ทำจากขยะที่นำไปถมในทะเล และผิวนอกของรองเท้ามีการใช้ตาข่ายที่ใช้สำหรับดักและกักกันขยะเหล่านี้จากปลาหรือการหลุดลอยออกจากตาข่ายของขยะ ซึ่งส่วนใหญ่ขยะเหล่านี้มาจากวัสดุที่ผิดกฎหมายหรือวัสดุที่ย่อยสลายได้ยาก นอกจากนี้รองเท้ารุ่นนี้ยังเป็นรองเท้าต้นแบบ ซึ่ง Adidas คาดหวังว่าจะวางจำหน่ายรองเท้ารูปแบบนี้ออกสู่ตลาดเร็วๆนี้ เพื่อเป็นการเติมเต็มสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าและรองเท้ากีฬาด้วยวัสดุที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนอีกด้วย



ภาพที่ 32 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบาย Adidas x Parley for the Oceans
ที่มา: <https://www.dezeen.com/2015/07/08/adidas-parley-sports-shoe-alexander-taylor-recycled-ocean-plastic/>

แบรนด์เสื้อผ้า Fast Fashion อย่าง Topshop จึงนำเสนอคอลเลคชันใหม่ “Reclaim to Wear” ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งที่ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอโดยการใช้วัสดุจาก ผลิตภัณฑ์เหลือทิ้งในแหล่งผลิต เศษเล็กเศษน้อย วัสดุที่ไม่ใช้แล้ว ซึ่งเป็นวิธีการที่ทำให้มั่นใจว่าจำนวนขยะจากการผลิตจะสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ด้วยแนวทางที่สร้างสรรค์ได้ โดยการนำเสนอในตลาดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้วยรูปแบบใหม่นี้เรียกว่า Upcycle Product ทั้งนี้ Topshop ได้ร่วมงานกับองค์กร Namesake Organization โดยใช้วิธีการที่เรียกว่า Reclaim to Wear นี้ นำไปตัดเย็บร่วมกับชิ้นผ้าที่เหลือค้างใน

คอลเลกชันเก่าๆ เพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่ นอกจากนี้แล้วยังทำให้เกิดเป็นกรรมวิธี Zero Waste ซึ่งเป็นกรรมวิธีที่ทำให้ไม่เหลือชิ้นผ้าเหลือทิ้งเลยในระบบการผลิต ซึ่งเป็นวิธีการที่สามารถสร้างความท้าทายให้กับนักออกแบบในการออกแบบให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้วัสดุที่ไม่มีประโยชน์จากการผลิตผลที่ได้นั้นนอกจากจะมีรูปแบบที่สวยงามแล้ว ยังเป็นแนวทางที่ดีกับสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 33 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบาย Topshop Reclaim to Wear

ที่มา: <http://www.reclaimtowear.com/2012/topshop-reclaim-to-wear/>

H&M แบรินด์เสื้อผ้าสัญชาติสวีเดนขวัญใจคนทั่วโลก ประกาศจะใช้วัสดุจากธรรมชาติและ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแบบ 100 เปอร์เซ็นต์ ภายในปี 2030 รวมทั้งตั้งเป้าการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ให้น้อยลงกว่าเดิมและปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้าที่ทำให้สภาพอากาศดีขึ้นภายในปี 2040 เมื่อปี 2011 ที่ผ่านมามี H&M เคยเปิดตัวเสื้อผ้าคอลเลกชันที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาแล้ว เช่น ผ้าฝ้ายและผ้า ลินินแบบออร์แกนิก ผ้าโพลีเอสเตอร์ที่ได้จากการรีไซเคิล ซึ่งก็ได้รับกระแสตอบรับที่ค่อนข้างดีจาก ลูกค้า หรือแคมเปญในปี 2013 ที่ให้ลูกค้านำเสื้อผ้าที่ไม่ใช้แล้วจะเป็นแบรนด์ไหนก็ได้มาบริจาคเพื่อนำไปรีไซเคิล ซึ่งสามารถรวบรวมได้กว่า 39,000 ตันอย่างไรก็ตาม มีผู้ตั้งข้อสังเกตว่าเป้าหมายที่ ประกาศออกมานั้น สวนทางกับนโยบายของแบรนด์ที่เน้นการซื้อเร็ว ขายเร็วหรือ Fast Fashion ซึ่งดู จะไม่เอื้อกับการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ 100 เปอร์เซ็นต์สักเท่าไร ทั้งนี้ในปัจจุบัน H&M สามารถใช้ วัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว 26 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเหลืออีก 13 ปีที่จะทำให้ได้ครบสมบูรณ์

H&M ได้ออกตัวตอบรับกับกระแสความท้าทายนี้แล้ว โดยได้สร้างสรรค์แคมเปญ H&M Conscious ขึ้น กำหนดจุดยืนสำคัญ 7 ข้อที่เป็นภาระผูกพันกับผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

1. มุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าแฟชั่นด้วยความเอาใจใส่ ริเริ่มทำหลากหลายสินค้าที่สนับสนุนวิถีการ บริโภคอย่างยั่งยืน (ภายใต้สัญลักษณ์ Clevercare) เช่น มีคำอธิบายผลกระทบของการซักผ้าที่ อุณหภูมิ 30 องศาเปรียบเทียบกับ 60 องศา เป็นต้น

2. ย้ายฐานการผลิตสินค้าบางส่วนไปในประเทศที่ยากจนที่สุดในโลก โดยมุ่งหวังจะเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างงานสร้างอาชีพ และเป็นบันไดขั้นแรกสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนยากจน
3. มีความเคารพ ซื่อสัตย์ และมีจริยธรรมเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งหมายรวมถึงการปกป้องสิทธิมนุษยชน และสนับสนุนความเท่าเทียมในองค์กรด้วย
4. ตระหนักถึงผลกระทบที่ธุรกิจแฟชั่นมีต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ชีวิตความเป็นอยู่ และความเป็นไปในสังคมโลก
5. สร้างวิสัยทัศน์สู่ความยั่งยืนด้วยแนวคิด Reduce, Reuse, Recycle และส่งผ่านแรงบันดาลใจเดียวกันนี้ไปยังซัพพลายเออร์ แปรนต์ และลูกค้า
6. ร่วมมือกับพันธมิตรทุกระดับเพื่อเปลี่ยนแปลงวิธีจัดการน้ำ ลดการสร้างผลกระทบนอกประตูโรงงาน เพื่อประโยชน์ระยะยาวของชุมชน สิ่งแวดล้อม และของธุรกิจเองด้วย (ปัจจุบัน H&M เป็นหนึ่งในผู้ใช้ผ้าฝ้ายออร์แกนิกชั้นนำของโลก)
7. ลงทุนในโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน แก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ แน่ใจว่าแบรนด์ยักษ์ใหญ่ระดับโลก H&M นี้ ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่มีบทบาทต่อการ 'เลือกบริโภค' แฟชั่นในตลาดโลก ดังนั้นแนวทางการดำเนินธุรกิจของเขา่อมส่งผล 'มหาศาล' ต่อทั้งทัศนคติและวิถีทางการบริโภคของผู้คนในอนาคต เราคิดว่า การได้ยินได้ฟังกระแสความเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ น่าจะเป็นเสียงสะท้อนที่ดีให้กับเหล่าธุรกิจแฟชั่นในบ้านเรา เพราะหากเรายังคงแข่งขันกันในตลาดที่มีผลกำไรสูงสุดเป็นตัวตั้ง และมองข้ามบริบทด้านความยั่งยืนไป วงจรชีวิตของธุรกิจแฟชั่นไทยก็คงจะดำเนินไปแบบไม่มั่นคงนัก



ภาพที่ 34 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายแบรนด์ H&M

ที่มา: <https://www.sanook.com/women/60589/>

ในคอลเลคชัน H&M Conscious ที่เป็นการสร้างสรรค์งานตัดเย็บ เสื้อผ้าเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้เส้นใยผ้าที่ผลิตจากผ้ารีไซเคิล เพื่อกระตุ้นให้คนในสังคมตระหนักถึงการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของปริมาณขยะจากเสื้อผ้าที่ไม่ใช่แล้ว ซึ่งในฤดูกาลนี้ H&M ได้สร้างสรรค์คอลเลคชันที่มีกลิ่นอายของโบฮีเมียน ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นหัวใจหลัก ของคอลเลคชันนี้ นอกจากความวิจิตรงดงามของงานออกแบบที่

แสนวิเศษแล้ว ยังมีความพิเศษในเรื่องการคัดเลือกวัสดุ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งหนังวัวที่ได้จากฟาร์มโคนม และผ้าไหมจากต้นหมัลเบอร์รี่ กลายเป็นเสื้อผ้าที่ดูหรูหรา สามารถใส่ไปงานกลางคืน เนื่องในโอกาสพิเศษ รวมถึงเป็นชุดแต่งงานในวันสำคัญได้ทันที ความหลากหลายของเสื้อผ้าในคอลเลคชันนี้ มีตั้งแต่เดรสกระโปรงยาวถึงพื้น ด้วยดีไซน์การออกแบบที่เ้ายวน ชุดออกงานในโทนสีเข้ม ที่แฝงไปด้วยความหรูหรา กับลายปักที่วิจิตรงดงาม สุธสีชาวสะอาดตา ที่สามารถใส่ไปได้ทุกที่ เสื้อที่ตกแต่งด้วยเครื่องประดับโลหะดูแปลกตา และผ้าลูกไม้ที่ดูอ่อนหวาน



ภาพที่ 35 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายแบรนด์ H&M Conscious

ที่มา: <http://www.thisisglamorous.com/2014/03/andrea-diaconu-for-andrea-diaconu-for-hms-conscious-exclusive-collection/>

เป็นที่รู้กันดีว่านอกจากสไตล์สุดปังของท่านผู้หญิง Vivienne Westwood แล้ว เธอยังเป็นดีไซเนอร์นักกิจกรรมด้วยอีกด้วย ความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะเรื่องปัญหาโลกร้อนของ Vivienne นั้นปรากฏชัดอยู่ในงานดีไซน์และแคมเปญต่างๆ ของเธอมากมาย และล่าสุดใน London Fashion Week Men's เมื่อ Vivienne ไม่ได้จัดโชว์บนรันเวย์ แต่ปล่อยภาพยนตร์สั้นเบื้องหลังการถ่าย Photoshoot คอลเล็กชัน Autumn/Winter 2018-2019 ที่ชื่อว่า “Don't Get Killed” ออกมาให้ชมสำหรับคอลเล็กชันนี้มาในธีมของกองทัพที่โดยเด่นด้วยการใช้ลาย camouflage ในสีคลาสสิก สีเขียวขี้ม้า และสีชมพู Mountbatten Pink (เคยใช้ในสมัยสงครามโลกครั้งที่สองโดยกองทัพเรือ

อังกฤษ) มาสร้างเป็นไอเท็มต่างๆ ที่ตีไซน์การออกแบบมาจากชุดทหารในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ทั้ง เสื้อโค้ท กางเกง และสูทโครงสร้างชัดเจนในลาย Stripe สีเขียวขี้ม้าสลับสีดำที่ให้กลิ่นอายยุค 80's



ภาพที่ 36 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายแบรนด์ Vivienne Westwood
ที่มา: <http://www.ellementhailand.com/fashion/vivienne-westwood-aw1819/>

Stella McCartney คือหนึ่งในแบรนด์แฟชั่นระดับลักซ์วรีที่ยังคงยึดมั่นในแนวคิด ‘การพัฒนาอย่างยั่งยืน’ และตระหนักถึงปัญหาสภาพแวดล้อมอยู่เสมอ ตั้งแต่ก่อตั้งแบรนด์ในปี 2001 ภายใต้การร่วมมือกับบริษัทกลุ่ม Kering ที่เป็นเจ้าของ Gucci, Alexander McQueen และ Saint Laurent เป็นต้น สำหรับแบรนด์ที่เรียกตัวเองว่า ‘มังสวิรัติ’ หรือ Vegetarian Brand จึงเป็นที่รู้กันดีว่า Stella McCartney ไม่เคยใช้หนังสัตว์หรือขนสัตว์ในการทำเสื้อผ้า และมากกว่า 53% ของเสื้อผ้าในคอลเล็กชันผู้หญิงใช้เนื้อผ้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ผ้าไนลอนแบบรีไซเคิล ผ้าออร์แกนิกคอตตอน และผ้าแคชเมียร์แบบแปรรูป หรือที่เรียกกันว่า Regenerated Cashmere เพื่อเป็นการสานต่อวัตถุประสงค์นี้ สำหรับแคมเปญซีซั่น Winter 2017 ทางแบรนด์ได้ร่วมมือกับศิลปินอย่าง เออร์ส ฟิสเซอร์ (Urs Fischer) และช่างภาพแฟชั่น ฮาร์เลย์ เวียร์ (Harley Weir)

ในการสร้างสรรค์ภาพที่เล่นกับคอนเซ็ปต์ของเสียความสิ้นเปลือง และการบริโภคเกินตัวของมนุษย์โดยไปถ่ายกันที่ประเทศสกอตแลนด์ท่ามกลางซากรถยนต์ซากปรักหักพังและกองขยะ ซึ่งทุกวันนี้มนุษย์เราใช้พลาสติกมากกว่า 300 ล้านตันต่อปี โดยมากเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ใช้ครั้งเดียวทิ้ง ทั้งยังมีพลาสติกกว่า 8 ล้านตันถูกปล่อยทิ้งลงสู่ทะเลทุกๆปี



ภาพที่ 37 แสดงตัวอย่างประกอบคำอธิบายแบรนด์ Stella McCartney

ที่มา: <https://thestandard.co/culture-fashion-stella-mccartney/>

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คมชัดลึก(2560) “บันนี่ เหยียน” เจ้าของแบรนด์ The Squirrelz นักออกแบบ แฟชั่นนิस्ता จากนิวยอร์ก ผู้สร้างแพลตฟอร์มใหม่ในการจับคู่ระหว่างแบรนด์ผู้ผลิตและดีไซเนอร์เพื่อทำให้ของเสียจากโรงงานผลิตกลับมามีมูลค่าหรือ upcycling โดยเข้าไปทำงานกับแบรนด์ดัง ไม่ว่าจะเป็น New Balance, TOMS ฯลฯ ในเวลาไม่นานเขาสามารถสร้างชุมชนดีไซเนอร์ที่สนใจเรื่อง upcycling ที่มีเกือบ 900 คน หลังจากทีครั้งหนึ่งได้เดินทางไปดูโรงงานผลิตในประเทศจีน และพบว่าของเสียจากการผลิตมีมูลค่ามหาศาล โดยในแต่ละปีขยะจากการผลิตในอุตสาหกรรมมีปริมาณมหาศาล และนั่นเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้บันนี่เริ่มต้นแพลตฟอร์มในการจับคู่ธุรกิจในชื่อ The Squirrelz ที่มีความหมายในเชิงสัญลักษณ์ถึงการมารวมตัวกันระหว่างแบรนด์ ผู้ผลิต และดีไซเนอร์

บันนี่เชื่อว่า การทำธุรกิจที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรมแฟชั่นอย่างงาน upcycling ที่ทำนั้น แม้จะแตกต่างจากฟาสต์แฟชั่น ทว่าหลักการของมันคือ ทุกคนต้องทำความเข้าใจ “ผู้บริโภค” เช่นเดียวกัน หมายความว่า แม้จะเป็นของที่นำกลับมาใช้ใหม่ในการออกแบบต้องสวย จากประสบการณ์ในการทำงานกับแบรนด์ดังซึ่งเป็นโรงงานผลิต ติลส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จไม่ได้มาจากการที่เราบอกว่าสิ่งที่เราทำเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ส่วนใหญ่เป็นการพูดถึงประสิทธิภาพที่มีต่อธุรกิจในการลดต้นทุนมากกว่า เพราะนั่นเป็นการปลดล็อกการเผชิญความท้าทายของแบรนด์ในช่วงเวลาที่ผ่านมา

ในเวลาที่ผ่านมาถ้าคุณแนวโน้มแบรนด์ใหญ่มักจะกลัวการกล่าวอ้างถึงการทำดี เพราะการประกาศตัวเป็นคนดีของแบรนด์นั้นเป็นประเด็นที่อ่อนไหว เมื่อไหร่ที่แบรนด์บอกว่าดี มันก็จะเริ่มไปพูดเรื่องในสิ่งที่แบรนด์ไม่ตีมาในเวลาเดียวกัน ในการทำตลาดการพูดถึงต้นทุนของธุรกิจจึงดีกว่า การพูดให้ทำดี และโดยส่วนตัวเชื่อว่าความยั่งยืนคือความสามารถในการที่จะทำให้อยั่งยืน การสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) ได้ นั้นเป็นส่วนสำคัญที่สุดนี้คือ พลัง ตลาด และการให้ความหมายที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคและแบรนด์ในปี 2017

ชัชพรพล เพ็ญโฉม(2554)แฟชั่นนิสตาและดีไซเนอร์ครับ...คุณจะไม่แปลกใจไหมถ้าผมกำลังบอกคุณว่าบรรดาแบรนด์หรูกำลังทยอยเปลี่ยนรันเวย์ของเหล่านางแบบ-นายแบบให้เป็นสีเขียว? ความจริงรันเวย์ก็ยังเป็นสีขาว สีดำ และสีอื่นๆ เหมือนเดิมแหละครับ ผมกำลังแค่เปรียบเทียบเท่านั้นเอง เพราะมีข่าวในวงการแฟชั่นที่น่าประหลาดใจไม่น้อยเมื่อได้ยินว่า “ลักซูรีแบรนด์” กำลังหันมาสนใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม! ซึ่งปกติแล้วเหล่าลักซูรีแบรนด์พวกนี้มักตกเป็นจำเลยในข้อหาเกี่ยวกับปัญหาทางสังคมมากกว่า อย่างเช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการล่วงละเมิดสิทธิสัตว์ (จากการใช้ขนสัตว์) ปัญหาด้านจริยธรรม ฯลฯ ดังนั้น เมื่อแบรนด์ดังระดับโลกอย่างแบรนด์ในกลุ่ม Gucci Group อันประกอบไปด้วยแบรนด์ดังอย่าง Gucci, Alexander McQueen, Sergio Rossi, Bottega Veneta และ Yves Saint Laurent ลุกขึ้นประกาศตัวว่าจะ “go green” หรือทำตัวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เรื่องนี้จึงไม่ใช่เรื่องธรรมดาๆ เปลี่ยนกระแสแฟชั่นโลก เมื่อ Gucci Group Go Green สินค้าแฟชั่น (โดยเฉพาะแบรนด์หรู) มักถูกมองว่า เป็นของฟุ่มเฟือยและผลิตขึ้นอย่างสิ้นเปลืองทรัพยากรธรรมชาติ ใช้วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่เมื่อ “การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” ในทุกวันนี้มันไม่ใช่แค่กระแสอีกต่อไป (แต่ได้กลายเป็นวิถีชีวิตของคนในศตวรรษที่ 21 ไปแล้ว) ความเคลื่อนไหวในวงการแฟชั่นครั้งนี้จึงน่าจับตามองว่า จะเป็นเพียงแค่ “ข่าวพ้อาร์” หรือเป็นการตั้งหน้าตั้งตาอนุรักษ์อย่างจริงจังและจริงจังกันแน่

เริ่มจากแบรนด์ตัวแม่อย่าง Gucci ซึ่งกำลังหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแบบ 100% ไม่ว่าจะเป็นถุงผ้าและโบว์ผูกกล่องที่เดิมทำจากเส้นใยโพลีเอสเตอร์ กล่องใส่กระเป๋าและรองเท้าที่เดิมมีพื้นผิวเป็นพลาสติกลามิเนท ในอนาคตอันใกล้ Gucci จะเปลี่ยนมาใช้วัสดุที่ผลิตขึ้นจากเส้นใยธรรมชาติที่ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ อาทิเช่น ฝ้าย เส้นใยข้าวโพด และเยื่อไผ่ ส่วนกล่องและถุงกระดาษที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันก็เป็นกระดาษที่ได้รับการรับรองจาก FSC (Forest Stewardship Council) ว่ามาจากต้นไม้ที่มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมถูกต้องตามมาตรฐานของ FSC ทุกประการ และ Gucci ยังสัญญาว่าภายในสิ้นปี 2010 นี้ ผลิตภัณฑ์ของ Gucci ที่มีส่วนประกอบของกระดาษทุกชิ้นจะต้องได้รับการรับรองจาก FSC เพื่อให้มั่นใจได้ว่า Gucci ไม่ได้มีส่วนในการตัดไม้ทำลายป่า (โดยเฉพาะในบริเวณที่ถูกบุกรุกอย่างรุนแรงเช่นในอินโดนีเซีย) นอกจากนี้

แล้ว Gucci ยังพยายามช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยวิธีอื่นๆ อีกหลายทาง เช่น การผลิตหุ่นโชว์จากโพลีเอสเตอร์ที่ป้องกันรอยขีดข่วนและใช้สีพ่นแบบ water-based หรือการบรรจุสินค้าในกล่องของขั้วญเฉพาะเมื่อลูกค้าร้องขอเท่านั้น ความเคลื่อนไหวดังกล่าวเริ่มขึ้นชัดเจนหลังจากที่เมื่อกลางปีที่แล้วแบรนด์ต่างๆ (ใน Gucci Group) ได้ทยอยออกคอลเล็กชั่น “รักษ์สิ่งแวดล้อม” ออกมา อาทิเช่น เสื้อ T-Shirt ลิมิเต็ดเอ디션จาก Gucci ที่ผลิตจากฝ้ายออร์แกนิกส์และย้อมสีด้วยกรรมวิธีตามธรรมชาติ (ราคา 185 เหรียญสหรัฐหรือราว 5,550 บาท) เช่นเดียวกับ Yves Saint Laurent ที่ทำเสื้อยืดและกระเป๋ามาจากฝ้ายออร์แกนิกส์, รองเท้า Eco-pump จาก Sergio Rossi ที่พื้นและสันทำจาก Liquid Wood วัสดุที่ว่าจะมาแทนพลาสติกในอนาคต, ผ้าพันคอสายลูกโลกที่มีผืนทวีปเป็นหัวกะโหลกทำจากฝ้ายออร์แกนิกส์โดย Alexander McQueen, และถุงรักษ์สิ่งแวดล้อมดีไซน์พิเศษจาก Bottega Veneta สำหรับลูกค้าที่ซื้อสินค้าเกิน 1,500 เหรียญสหรัฐ เป็นต้น นอกจากนี้ PPR Group บริษัทแม่ของ Gucci ในฝรั่งเศสยังเป็นสปอนเซอร์ให้กับภาพยนตร์เรื่อง Home ที่กำกับโดย Yann Arthus-Bertrand ศิลปินผู้เชี่ยวชาญการถ่ายภาพทางอากาศชาวฝรั่งเศสเจ้าของผลงาน “Earth from Above” ซึ่งภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และได้ออกฉายรอบปฐมทัศน์ในวันสิ่งแวดล้อมโลก (ใน 87 ประเทศทั่วโลก) ปรัชญาการณีนี้นับเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ของลักซูรี่แบรนด์กลุ่มนี้ว่า “เราจะเอาจริงกับเรื่องสิ่งแวดล้อมแล้วนะ”

โอกาสของวัสดุไทยกับเทรนด์โลกร้อนแม้ว่าจะฟังดูเชิงซ้ำไปสักหน่อยสำหรับลักซูรี่แบรนด์ในการลุกขึ้นมาตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อม แต่ก็นับว่ายิ่งดีว่าการเพิกเฉยทำไม่รู้ไม่ชี้ต่อไป จริงๆ แฟชั่นแบรนด์ในไทยก็น่าจะศึกษาไว้เป็นแนวทางด้วย เพราะในเมืองไทยเราเองก็มีวัสดุจากธรรมชาติมากมายที่สามารถนำมาผลิตเป็นสินค้าแฟชั่นลดโลกร้อนได้ ไม่ว่าจะเป็น “ใยกล้วย” วัสดุมหัศจรรย์จากธรรมชาติสัญชาติไทยแท้ 100% ที่ทั้งแบรนด์หรูอย่าง Prada และ สตรีทแบรนด์อย่าง Converse รวมทั้งกระเป๋าเดินทางแบรนด์ดังอย่าง Samsonite ได้ให้ความสนใจนำวัสดุนี้ไปใช้ เพราะเส้นใยกล้วยนี้มีคุณสมบัติพิเศษเรื่อง “ปลอดสารพิษ 100%” (ต้นกล้วยไม่สามารถเติบโตได้ดีหากใส่ปุ๋ยเคมีหรือฉีดยาฆ่าแมลง) อีกทั้งว่าเส้นใยนี้มีความแข็งแรงและป้องกันรังสี UV ได้ถึง 60-90% โดยไม่ต้องเคลือบสารเคมีใดๆ เลย นอกจากนี้ใยกล้วยเราก็ยังมี “ผ้าย้อมคราม จ.สกลนคร” ที่เขาย้อมสีกันโดยไม่ใช้สารเคมี ฯลฯ

การประยุกต์ใช้วัสดุท้องถิ่นที่มีคุณประโยชน์เยี่ยงนี้ นอกจากจะส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์คุณแล้ว ยังเป็นการร่วมชะลอความเสียหายที่เราจะกระทำต่อโลกอีกด้วย ที่สำคัญที่สุดคือเรื่องนี้สอนให้รู้ว่า แฟชั่นดีไซน์เนอร์ยุคใหม่มีอิทธิพลที่จะเลือกใช้วัสดุและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพียงแค่คุณ “เลือก” หรือ “เปลี่ยน” วิธีการบางอย่าง คุณก็สามารถช่วยโลกได้แล้ว อย่างที่ Frida Giannini, Creative Director ของ Gucci กล่าวไว้ในว่า vogue.co.uk ว่า “This project

proves that you sacrifice nothing creatively when working with environmentally friendly materials.”

SCB SME(2560)กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ นำนักออกแบบระดับโลก จุดประกายเติมความคิดดีไซเนอร์และผู้ประกอบการไทย ภายใต้โครงการ Eco-Design Trends Conference 2017 ต่อยอดเทรนด์สุขภาพและสิ่งแวดล้อม หวังสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ ขยายโอกาสทางการค้า และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในตลาดสากลได้อย่างยั่งยืนนางสาวลอเรน เค. แลนซี นักออกแบบระดับโลกและผู้ก่อตั้ง The Kindcraft ออนไลน์แมกกาซีนที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้อนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและเทรนด์ของการออกแบบสินค้าไลฟ์สไตล์ในปัจจุบันว่า ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคปัจจุบันในหลายประเทศทั่วโลกเน้นการให้ความสำคัญกับสุขภาพ (The Global Wellness Trend) ผู้คนหันมาออกกำลังกาย รู้จักเลือกรับประทานอาหาร เลือกใช้ชีวิต แม้แต่การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเองนั้น ก็เลือกผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมด้วย ทุกวันนี้ดีไซเนอร์หรือผู้ผลิตที่มองเห็นโอกาสจึงเลือกผลิตสินค้าที่คำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็น สินค้ากลุ่ม Skin Care ซึ่งผู้บริโภคยินดีจะจ่ายแพงกว่าเพื่อใช้สินค้าที่ทำจากธรรมชาติ หรือเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกที่ปลอดภัยตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำถึงปลายน้ำในส่วนของสินค้ากลุ่มแฟชั่น ผู้บริโภคในหลายประเทศไม่ได้สนใจแค่แบบที่เห็นภายนอก แต่มองลึกเข้าไปถึงต้นตอการผลิต ว่าโรงงานผลิตเป็นใคร มีกระบวนการผลิตที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมหรือไม่ สูญเสียทรัพยากรธรรมชาติหรือไม่ มีการใช้กระดาษ พลาสติก การขนส่งมีปริมาณมากน้อยเพียงใด พิจารณาไปจนถึงสิทธิมนุษยชนของลูกจ้าง เพราะแฟชั่นนั้นมียุทธศาสตร์ที่สั้นมาก มาเร็วไปเร็ว เสื้อผ้าที่ตกเทรนด์ย่อมถูกทิ้งเป็นขยะ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หากมีการผลิตเสื้อผ้าที่อิงแฟชั่นมากเกินไป ก็มีแนวโน้มที่จะเกิดขยะจำนวนมากได้เช่นกัน

สำหรับเทรนด์ของแฟชั่นในปัจจุบันจึงหันมาสนใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ในแง่การเลือกใช้วัตถุดิบ การดูแลรักษาเสื้อผ้าหลังจากผลิตออกไป มีความเป็นมินิมอล (Minimal) ผู้ผลิตมีการผลิตเสื้อผ้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น แม้แต่ผู้บริโภคเลือกซื้อเสื้อผ้าที่มีราคาสูงกว่าปกติ เพื่อให้ใช้ได้ยาวนานขึ้น จึงเกิดเป็นเทรนด์ Slow Fashion Slow Lifestyle มีการยืดอายุการใช้งานของเสื้อผ้าให้ใช้งานได้ยาวนาน เพราะการยืดอายุเสื้อผ้าให้นานขึ้นอีก 9 เดือน จะช่วยลดมลภาวะขยะได้ถึง 20-30% เมื่อเกิดวิถีที่เปลี่ยนไปของไลฟ์สไตล์เช่นนี้ ทำให้ธุรกิจซ่อมแซมเสื้อผ้าหรือบริการหลังการขายของกลุ่มเสื้อผ้าเครื่องใช้เด็บโต ถือเป็นวงจรที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน” ส่วนในแง่ของการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สินค้าระดับโลก (Local Heritage, Global Products) ก็นับว่าเป็นการสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ เพราะถูกมองว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ควรค่าต่อการอนุรักษ์และดำรงต่อไป อาทิ ผลิตภัณฑ์ย้อมครามนับเป็นตัวอย่างของการสร้างภูมิปัญญาชาวบ้านสู่การสร้างแบรนด์ใน

ระดับโลกได้เป็นอย่างดี ด้วยเทคนิคของการย่อครามที่มีมายาวนาน มีเรื่องเล่าถึงความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ การเลือกใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติมาผลิตสีสันทิ้งกับผืนผ้า ลดการก่อเกิดมลพิษทางน้ำ และไม่เป็นอันตรายต่อผู้สวมใส่เพราะไม่ใช้สารเคมี ปัจจุบันเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก ได้รับความสนใจอย่างมาก เพราะนอกจากจะมีกระบวนการผลิตที่ดูแลธรรมชาติแล้ว ยังมีคุณภาพ ทนทาน สีสันทนหรือลวดลายที่งดงาม ไม่ว่าจะเป็เสื้อผ้ ผ้พ้กันคอ กระเป้ ลิงเหล่านี้คือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทั่วโลกต่างยอมรับในฝีมือและความประณีตของช่างฝีมือไทย

ภัทรวิทย์ เจริญกิจ(2560)การกำเนิดขึ้นของฟาสต์แฟชั่น (fast fashion) นำโดย Zara และ H&M ในช่วงศตวรรษที่ 21 ทำให้อุตสาหกรรมแฟชั่นต้องสิ้นสะเทือน และเปลี่ยนโฉมกลายมาเป็นรูปแบบที่เราเห็นในปัจจุบัน โดยเน้นการออกสินค้าให้เร็วที่สุด และในราคาที่ถูกลงที่สุด กอปรกับการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ต และสมาร์ทโฟน ที่ทำให้ผู้บริโภคต้องการเห็น และใช้อะไรใหม่ๆ อย่างรวดเร็วตลอดเวลา และนับจากนั้นเป็นต้นมาก็ดูเหมือนว่าอุตสาหกรรมแฟชั่นจะยังคงอยู่ภายใต้อิทธิพลของฟาสต์แฟชั่นมาโดยตลอด แต่ในปัจจุบัน ความรวดเร็ว และช่องทางดิจิทัลเป็นเรื่องพื้นฐานที่ทุกคนจำเป็นต้องทำ แล้วอะไรคือสิ่งต่อไปที่จะเปลี่ยนแปลงวงการแฟชั่นและของหรรษา? แล้วหน้าตาของอุตสาหกรรมในอนาคตจะเป็นอย่างไร?

Social Responsibility is the New Commodity

ในยุคที่แบรนด์ และสินค้าแฟชั่นล้นตลาด นอกจากงานดีไซน์ต้องออกแบบมาให้เข้ากับทิศทางของแบรนด์แล้ว เมสเสจ หรือจุดยืนของแบรนด์ ไม่ว่าจะเป็เรื่องความเท่าเทียมทางเพศ ความหลากหลายทางเชื้อชาติ หรือการอนุรักษ์สิ่ง-แวดล้อม กำลังจะกลายมาเป็นส่วนหนึ่งที่กำหนดอนาคตของอุตสาหกรรมแฟชั่น ดังจะเห็นว่าผู้บริโภคหลายกลุ่มได้ออกมาเรียกร้องให้อุตสาหกรรมแฟชั่นลดการปล่อยมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม และเลิกจ้างแรงงานราคาถูกที่ต้องทำงานในโรงงานที่สภาพแวดล้อมต่ำกว่ามาตรฐาน การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ social responsibility ไม่ได้เป็นเรื่องใหม่ในวงการธุรกิจ เพียงแต่ในยุคก่อนนั้น ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเพียงองค์ประกอบรอง ที่เน้นให้ผู้ถือหุ้น หรือคนบางกลุ่มพึงพอใจกับการเอาใจใส่ต่อสังคมเท่านั้น ทว่า การขึ้นเป็นประธานาธิบดีของ Donald Trump ที่มีภาพลบในด้านเพศ ชนกลุ่มน้อย และสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับความรับผิดชอบต่อสังคมยิ่งกว่าเดิม เพราะแฟชั่นเป็นหนึ่งในวิธีตอบโต้ที่สามัญชนจะทำได้โดยไม่ต้องใช้แรงงาน และแรงเงินมากมายนัก จะสังเกตได้ว่าตั้งแต่ทรัมป์เข้ามามีบทบาททางการเมือง แบรนด์ต่างๆ ก็ออกมาประกาศจุดยืนทางการเมือง โดยเฉพาะเสื้อยืดพิมพ์สโลแกนการต่อต้านนโยบายการเหยียดเชื้อชาติ และเหยียดเพศของทรัมป์ เช่น Prabal Gurung ที่เซ็นเสื้อยืดออกมาด้วยสโลแกน 'Girls just want to have fundamental rights' หรือ 'The future is female' ออกมาเต็มคอลเล็กชั่น ไม่เว้นแม้แต่การเปิดตัว Maria Grazia Chiuri ครีเอทีฟไดเรกเตอร์ผู้หญิงคนแรกของ Christian

Dior อย่างสวยงามด้วยเสื้อยืด 'We should all be feminists' เป็นการตอกย้ำว่าจุดยืนของแบรนด์ต่างๆ นั้นสำคัญเกินกว่าจะอยู่แค่ในรายงานประจำปีของบริษัทอีกต่อไปแต่การมีความรับผิดชอบต่อสังคมว่าไม่ใช่เป็นแค่เพียงที่บริษัททำความดีหวังเพียงคำชมเชยเท่านั้น ผู้บริโภคยังตอบสนองต่อกลยุทธ์นี้เป็นอย่างดี พราบัล กูรุงบอก CNN ว่าเขาได้รับผลตอบรับอันท่วมท้นทั้งจากลูกค้าและจากรีเทลเลอร์ตั้งแต่ Saks Fifth Avenue ไปจนถึง Nordstrom สำหรับคอลเล็กชั่นที่ใส่ข้อความทางการเมืองอย่างชัดเจน ส่วนเฟมินิสม์ของดิออร์เองก็ครองใจคนดัง และพื้นที่สื่อมหาศาล เรียกได้ว่าไม่มีสื่อเล่มไหนที่ไม่สนใจจุดยืนใหม่ของดิออร์ครั้งนี้ ส่วนแบรนด์ที่เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดของการนำความรับผิดชอบต่อสังคมมาสร้างยอดขาย ก็คงหนีไม่พ้น Stella McCartney ที่ยั่งยืนหยัดจะใช้วัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมให้น้อยที่สุด ถึงแม้ว่าบริษัทของเธอจะเติบโตในระดับเลขสองหลัก และมีอัตราการรบกวนสภาพแวดล้อมลดลง 35 เปอร์เซ็นต์ สิ่งที่ชัดเจนไปกว่านั้นคงต้องยกให้กระเป๋าไซ้ Falabella ของเธอที่สามารถสร้างสรรค์กระเป๋าหนังสังเคราะห์ในราคาเทียบเท่าหนังจริง ซ้ำยังกลายเป็น IT bag ได้มายาวนานตั้งแต่ปี 2010 แม้ว่าเธอจะโดนปรามาสว่ากระเป๋าของเธอไม่มีทางจะประสบความสำเร็จได้หากไม่ใช่หนังแท้คุณภาพสูงเช่นแบรนด์อื่น “หลายแบรนด์ต้องฆ่าสัตว์มากมายเพื่อทำกระเป๋า แต่พวกเขาทำให้ดีไซน์พวกนั้นประสบความสำเร็จไม่ได้”

แบรนด์แฟชั่นเริ่มเห็นความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น และเริ่มผลิตบางคอลเล็กชั่นหรือไปจนถึงแบรนด์ย่อยออกมาเพื่อรับมือกับเสียงเรียกร้องที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็น H&M Conscious ที่เน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการร่วมมือกันระหว่าง 13 แบรนด์ เช่น H&M เอง หรือ Asos ที่ตกลงกันภายใต้ Prince of Wales International Sustainability Unit ในการใช้คอตตอนผลิตสินค้าทั้งหมดจากแหล่งที่ผลิตคอตตอนอย่างยั่งยืนให้ได้ภายในปี 2025 ดังนั้นแล้ว นับจากนี้ไป เราจะได้เห็นแบรนด์แฟชั่น และของหรูหรา หันมาพยายามนำความรับผิดชอบต่อสังคมด้านใดด้านหนึ่งเข้ามาอยู่ในส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิต และดีไซน์มากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นทางด้านการออกแบบโครงสร้างและรายละเอียดของชุดราตรีให้มีความน่าสนใจ และเพื่อมูลค่าให้กับเศษผ้าโดยเป็นกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และออกแบบให้มีรูปที่แปลกใหม่และสวยงาม เนื่องจากต้องการจะสื่อภาพความงามของธรรมชาติในแต่ละชุดให้มีความหรูหรา และน่าค้นหา ผ่านเทคนิคการสร้างรูปแบบโครงสร้างที่แปลกใหม่

ผลงานการวิจัยในครั้งนี้ได้รวบรวมแนวคิดที่ผู้วิจัยสนใจและทำการรวบรวมข้อมูลต่างๆและวิเคราะห์แนวคิดข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งกระบวนการออกแบบผลงาน โดยผลงานที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความหรูหรา ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากดอกไม้ป่าที่แข็งแรงที่สามารถสวมใส่ได้จริงในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ยังใช้วิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ในการทำงานวิจัยเป็นหลักโดยผู้วิจัยได้มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยครั้งนี้

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มเป้าหมาย
2. ศึกษาข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระเบียบวิจัย
3. การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
4. สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิด

นิเวศเศรษฐกิจ

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย

ดังนี้

เพศ	: หญิง
เชื้อชาติ	: ไทย/ต่างชาติ
อายุ	: 30-40
รายได้	: 50,000 – 100,000 บาท/เดือนขึ้นไป

วิถีการดำเนินชีวิต : กลุ่มอนุรักษนิยม (Conservative) เป็นกลุ่มคนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแต่หรูหราอาศัยอยู่ในเมือง มีความสนใจในเครื่องแต่งกายชอบกิจกรรมเพื่อสังคมและงานการกุศลมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่รับผิดชอบต่อสังคม

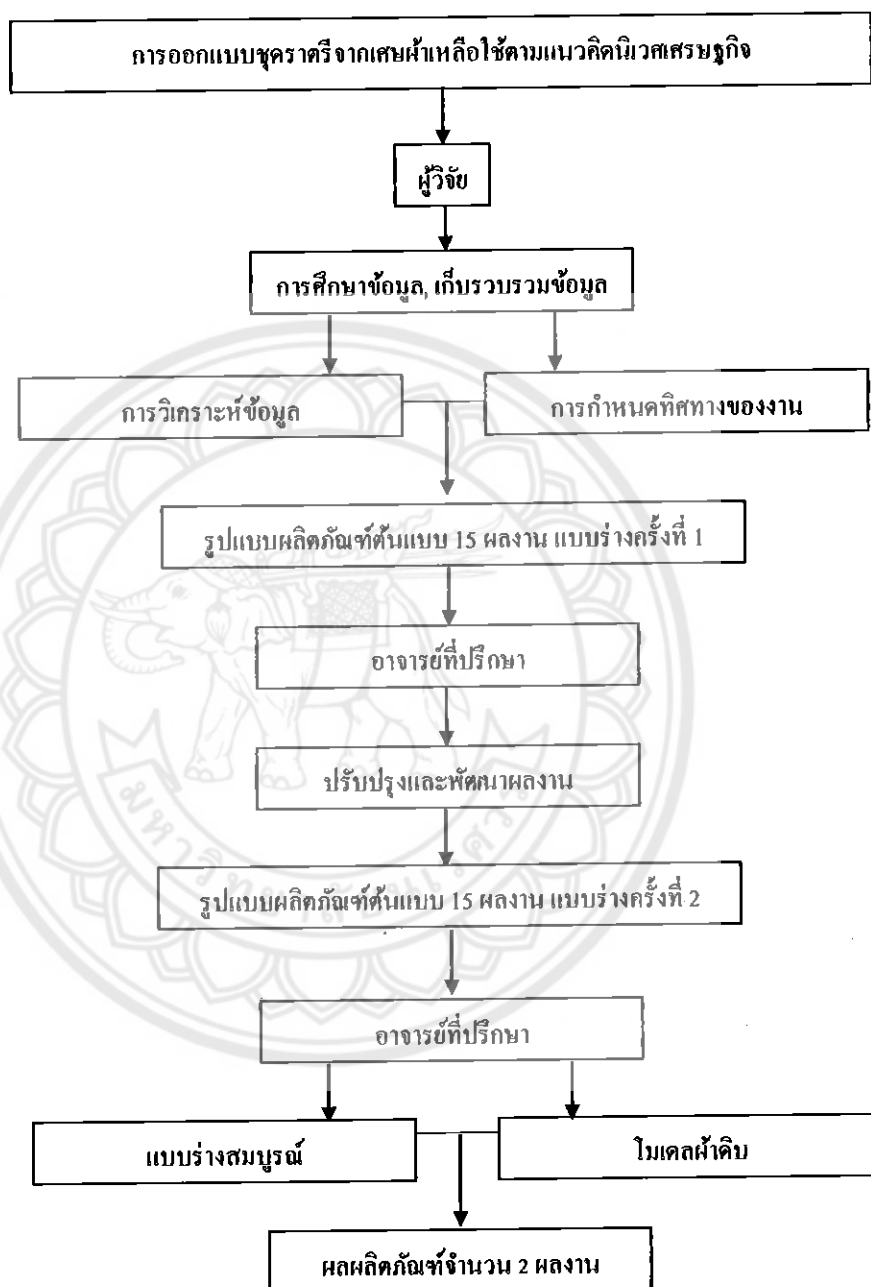
ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระเบียบวิจัย

1. ศึกษาแนวคิดและรูปแบบชุดราตรีสำหรับงานตอนกลางคืน
2. ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลการรูปแบบของชุดราตรี เช่น ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ รูปแบบชุดราตรีต่างๆ หลักการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจในปัจจุบันที่จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบเครื่องให้มีความสอดคล้องและลงตัวมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบชุดราตรีชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

ชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับเศษผ้าเหลือใช้ และกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยนำเสนอแนวคิดที่จะสามารถทำให้คนในปัจจุบันตระหนักถึงปัญหาที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศบนโลกมาใช้ในการออกแบบ ซึ่งชุดราตรีมีรูปแบบลักษณะเรียบง่ายแบบความงามของธรรมชาติ ให้มีความเรียบง่ายแต่หรูหรา มีรูปแบบโครงสร้างที่แปลกใหม่เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผู้สวมใส่และตอบโจทย์พฤติกรรมของกลุ่มอนุรักษนิยม เพื่อเป็นข้อมูลและวางแผนในการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

แผนผังแสดงขั้นตอนการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ



ภาพที่ 38 แผนผังแสดงขั้นตอนการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

ขั้นตอนที่ 4 สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิด นิเวศเศรษฐกิจ

ปัจจุบันสังคมมนุษย์ที่ดำเนินอยู่ทุกวันนี้พัฒนาอย่างก้าวกระโดดเป็นอย่างมากแต่สิ่งที่ควบคู่กันมาอีกอย่างหนึ่งก็คือว่าเป็นปัญหาใหญ่คือ ปัญหาของขยะซึ่งก็จะส่งผลกระทบต่อระบบทรัพยากรธรรมชาติ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจเป็นการนำเศษผ้าที่ผ่านการใช้งานแล้วนำมาสร้างสรรค์ให้เกิดผลงานใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับเศษผ้าและยังเป็นหนึ่งในกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษารูปแบบชุดราตรีและตัดเย็บให้เกิดโครงสร้างชุดที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายให้ดูหรูหราและเรียบง่ายโดยมีรูปแบบโครงสร้างที่เรียนแบบความงามของธรรมชาติเกิดรูปแบบชุดราตรีที่แปลกใหม่เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผู้สวมใส่ จึงได้ศึกษาข้อมูลโดยการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านแนวคิดที่จะสามารถทำให้คนในปัจจุบันตระหนักถึงปัญหาการเปลี่ยนแปลงของโลก มาใช้ในการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

ศิลปินพจน์ฉบับนี้ ได้นำข้อมูลที่ศึกษาเหล่านี้มาใช้ในการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจเพื่อใช้ในการออกแบบชุดราตรีสำหรับออกงานตอนกลางคืน โดยการใช้ข้อมูลจากการศึกษาและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

สรุปแผนการดำเนินงานตลอดโครงการ (4เดือน)

ขั้นตอนการดำเนินงาน	2560			
	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1. รวบรวมข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	↔			
2. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ		↔		
3. ออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ			↔	
4. พัฒนาแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ				↔
5. สรุปผลและรายงานผลการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ				↔

ตารางที่ 2 แสดงแผนการดำเนินงานตลอดระยะเวลา 4 เดือน

บทที่ 4

ผลงานวิจัย

จากกระบวนการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลของสภาพทั่วไปของชุดราตรี รวมถึงแนวคิดเชิงนิเวศเศรษฐกิจผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นใน ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้แล้วนำมาวิเคราะห์เป็นแนวทางในการออกแบบ ผลงานวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
2. ดำเนินการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

1.1 วิเคราะห์แนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

ปัจจุบันสังคมมนุษย์ที่ดำเนินอยู่ทุกวันนี้พัฒนาอย่างก้าวกระโดดเป็นอย่างมาก การขยายตัวของประชากรโลกก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ส่งผลให้เกิดการลงทุนทั้งจากภายในและภายนอกประเทศเพิ่มมากขึ้นในทุกส่วนของภาคธุรกิจ และอุตสาหกรรมตั้งจะสังเกตได้จากข้อมูลสถิติ จำนวนบริษัทห้างร้านและโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการใหม่ในทุกประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาตลอดในระยะเวลาที่ผ่านมาการเติบโตของเศรษฐกิจในภาคอุตสาหกรรมและการเพิ่มจำนวนมากขึ้นของโรงงานอุตสาหกรรมนั้น ได้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อระบบนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อมทั้งปริมาณการใช้ทรัพยากรวัตถุดิบและพลังงาน มลภาวะที่เกิดขึ้นจากตัววัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต หนึ่งในกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้แก่กระบวนการ Upcycling เป็นการเพิ่มมูลค่าและสร้างความต้องการให้แก่วัสดุที่มีมูลค่าต่ำ การสร้างมูลค่าให้เศษวัสดุ (Upcycling) นี้เป็นเจตนาที่ตอบสนองความต้องการโดยไม่ใช้การซื้อสิ่งของใหม่ๆ แต่เป็นการผสมผสานระหว่างสิ่งที่มีอยู่หรือไม่ได้ใช้แล้ว

จากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายกลุ่มอนุรักษ์นิยม (Conservative) ผู้หญิงอายุ 30-40 ปี มีรายได้ 50,000 – 100,000 บาท/เดือนขึ้นไป เป็นกลุ่มคนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแต่หรูหราอาศัยอยู่ในเมือง มีความสนใจในเครื่องแต่งกายชอปปิงกรรมเพื่อสังคมและงานการกุศลมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่รับผิดชอบต่อสังคม โดยนำข้อมูลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาใช้ในการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจเพื่อตอบโจทย์กลุ่มอนุรักษ์นิยมและเป็นส่วนหนึ่งในการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 39 ภาพแสดงข้อมูลของกลุ่มอนุรักษ์นิยมเพื่อใช้ประกอบการออกแบบ



ภาพที่ 40 ภาพแสดงข้อมูลของกลุ่มอนุรักษ์นิยมเพื่อใช้ประกอบการออกแบบ

TARGET

ACTIVITY



ภาพที่ 41 ภาพแสดงข้อมูลของกลุ่มอนุรักษ์นิยมเพื่อใช้ประกอบการออกแบบ

TARGET

HOUSING



ภาพที่ 42 ภาพแสดงข้อมูลของกลุ่มอนุรักษ์นิยมเพื่อใช้ประกอบการออกแบบ

2. การดำเนินการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
 การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ จำนวน 1 ชุด
 (Collection) มีดังนี้

- | | | |
|---|---|-----------|
| 1. ชุดราตรียาว (Evening dress) | 3 | โครงสร้าง |
| 2. ชุดจัมสูทชายาว (Long Leg Suit) | 1 | โครงสร้าง |
| 3. ชุดงานเลี้ยงค็อกเทล (Cocktail Dress) | 1 | โครงสร้าง |

จากการศึกษาชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจได้แนวคิดทางการ
 ออกแบบ 4 แนวคิด คือ

1. เรนฟอเรสต์ (Rain forest)
2. อินทูเดอะดาร์กเนส (In to the daekness)
3. สแตคส์แอนด์ชาร์ม (Stack and charm)
4. เดอะฟรอสเซนฟลาวเวอร์ (The frozen flower)

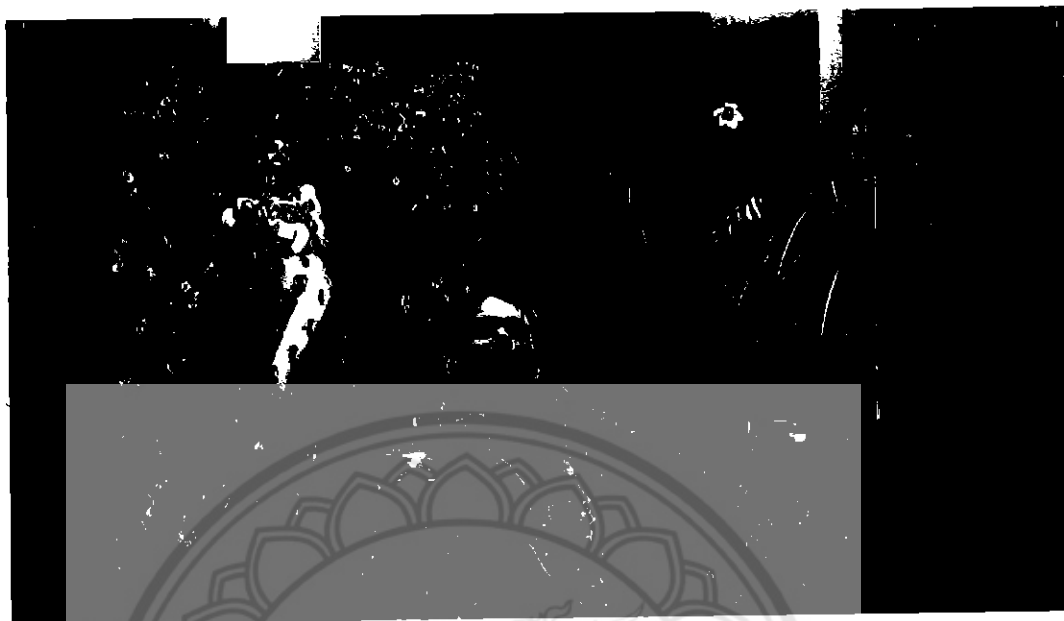
แนวความคิดที่ 1 เรนฟอเรสต์ (Rain forrest)

อธิบายแนวความคิด : ป่าหน้าฝนป่าอันเขียวชะอุ่มธรรมชาติที่สวยงาม ในยุคสังคมเทคโนโลยีผู้คนต่าง
 เข้ามาสัมผัสธรรมชาติเพื่อหลีกเลี่ยงสังคมเทคโนโลยีที่แสนวุ่นวายป่าหน้าฝนจึงเป็นสถานที่ที่คลาย
 ความกังวลจึงเป็นสถานที่ที่ผู้คนต่างเข้ามาเพื่อให้ธรรมชาติได้บำบัดความวุ่นวายในเมืองใหญ่

อารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ (mood & tone)

แนวความคิด (Concept)	ฝน (Rain)	ป่า (Forest)
อารมณ์และโทนสี (Mood & Tone)	ผ่อนคลาย (Relex)	สดชื่น (Dewy)
ส่วนประกอบสำคัญ (Elements)	วัสดุ (Material)	เทคนิค/โครงสร้าง (Techinique/Constructure)

ตารางที่ 3 แสดงอารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบแนวความคิดที่ 1 เรนฟอเรสต์ (Rain forrest)



ภาพที่ 43 ภาพแสดงตัวอย่างแนวความคิดเรนฟอเรสต์ (Rain forrest)

ผลงานการออกแบบแนวความคิดที่ 1 เรนฟอเรสต์ (Rain forrest)



ภาพที่ 44 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดเรนฟอเรสต์ (Rain forrest)



ภาพที่ 45 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดเรนฟอเรสต์ (Rain forest)

แนวความคิดที่ 2 อินทูเดอะดาร์กเนส (In to the daekness)

อธิบายแนวความคิด : ท้องทะเลสีดำที่ผู้คนในยุคปัจจุบันเป็นผู้กระทำให้ท้องทะเลทิ้งดงมกลายเป็นท้องทะเลที่เต็มไปด้วยคราบสีดำจากน้ำมันสร้างผลกระทบต่อระบบนิเวศในท้องทะเลอย่างแสนสาหัส หากยังละเลยการกระทำดังกล่าวก็อาจจะสัมผัสท้องทะเลอันดงามได้อีก

อารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ (mood & tone)

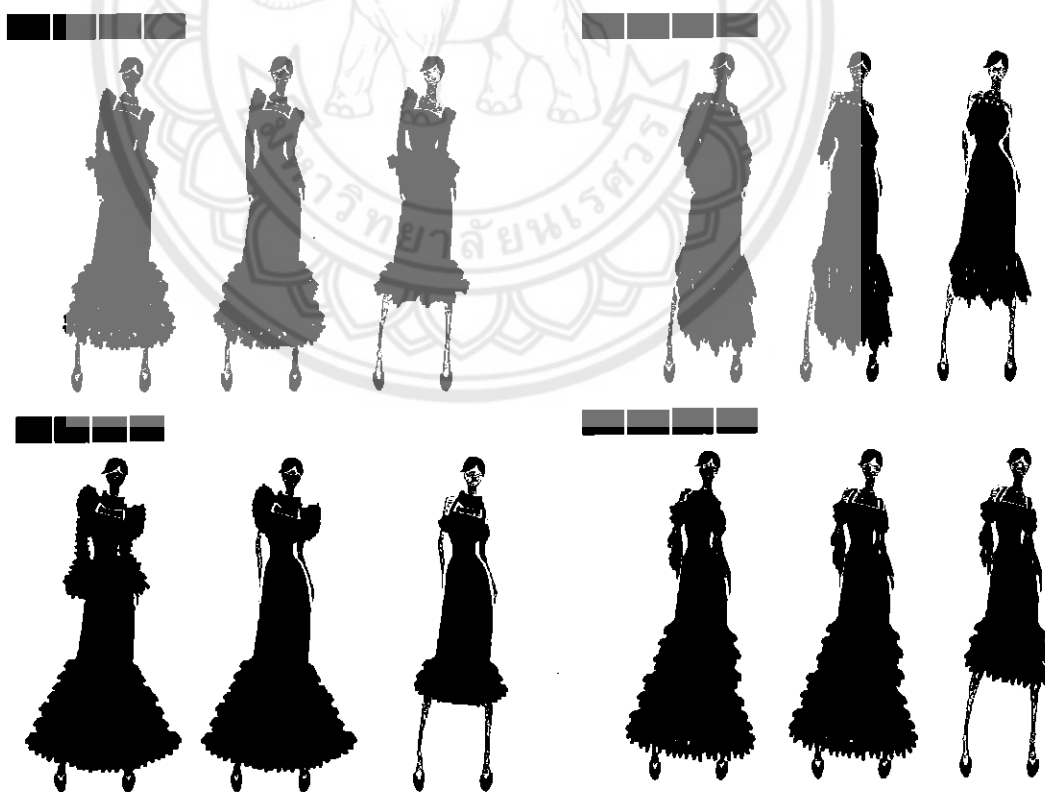
แนวความคิด (Concept)	เข้าถึง (Into)	ความมืด (Darkness)
อารมณ์และโทสี (Mood & Tone)	หดหู่ (Dismal)	ทวาดกลัว (Horror)
ส่วนประกอบสำคัญ (Elements)	วัสดุ (Material)	เทคนิค/โครงสร้าง (Techinque/Constructure)

ตารางที่ 4 แสดงอารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ แนวความคิดที่ 2 อินทูเดอะดาร์กเนส (In to the daekness)



ภาพที่ 46 ภาพแสดงตัวอย่างแนวความคิดอินทูเดอะดาร์กเนส (In to the daekness)

ผลงานการออกแบบแนวความคิดที่ 2 อินทูเดอะดาร์กเนส (In to the daekness)



ภาพที่ 47 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดอินทูเดอะดาร์กเนส
(In to the daekness)



ภาพที่ 48 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดอินทูเดอะดาร์กเนส
(In to the daekness)

แนวความคิดที่ 3 สแตคส์แอนด์ชาร์ม (Stack and charm)

อธิบายแนวความคิด : เสน่ห์ของหินอ่อนการเกิดหินอ่อนที่มีกระบวนการเกิดที่ยาวนานและซับซ้อนกว่าที่จะเป็นหินอ่อนที่สวยงามความงามที่ถูกขนานนามว่าเป็นราชินีแห่งหินแต่ปัจจุบันต่างตั้งค่าหินอ่อนไว้เพียงแค่วาดหินไม่เห็นค่าความงามที่ธรรมชาติบรรจงสร้างขึ้นแต่นับวันกับกลายเป็นทำลายธรรมชาติอันสวยงามโดยไม่คำนึงถึงคุณค่าของมัน

อารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ (mood & tone)

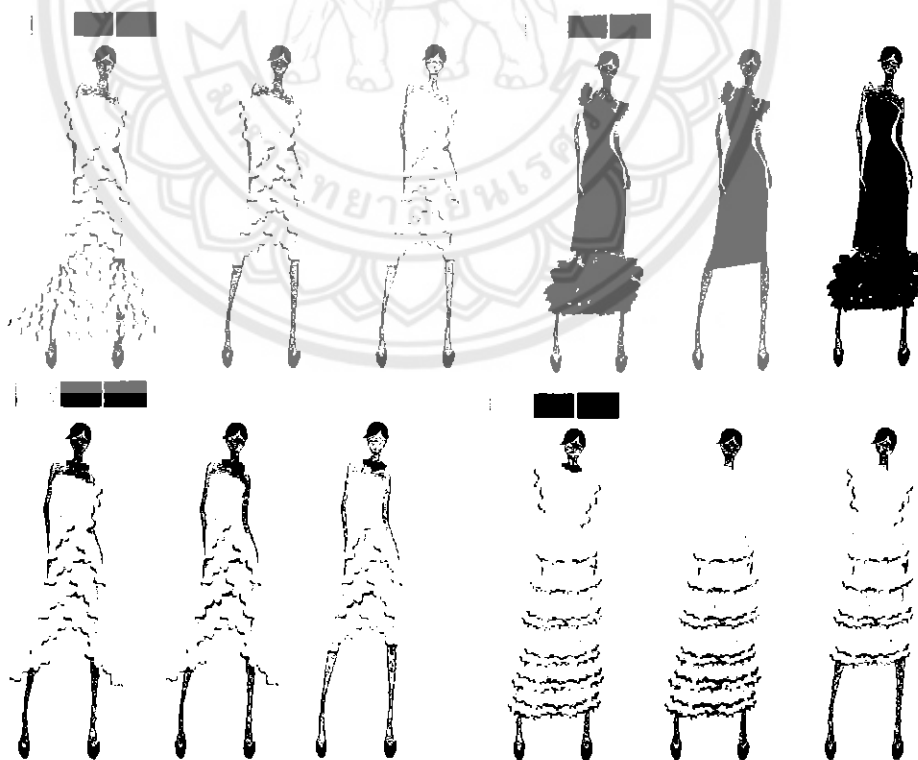
แนวความคิด (Concept)	เข้าถึง (Into)	ความมืด (Darkness)
อารมณ์และโทนสี (Mood & Tone)	หดหู่ (Dismal)	หวาดกลัว (Horror)
ส่วนประกอบสำคัญ (Elements)	วัสดุ (Material)	เทคนิค/โครงสร้าง (Technique/Constructure)

ตารางที่ 4 แสดงอารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบแนวความคิดที่ 3 สแตคส์แอนด์ชาร์ม
(Stack and charm)

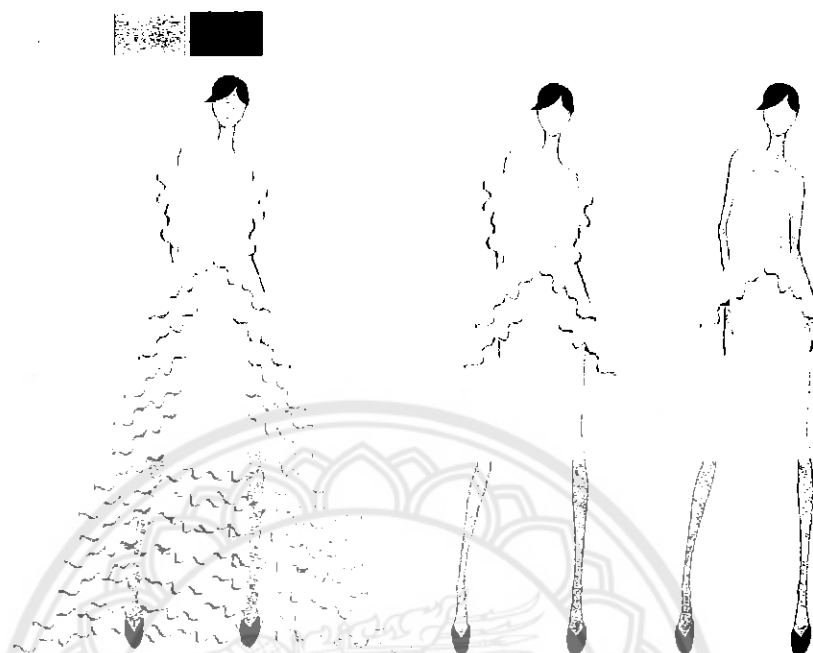


ภาพที่ 49 ภาพแสดงตัวอย่างแนวความคิดสแตคส์แอนด์ชาร์ม (Stack and charm)

ผลงานการออกแบบแนวความคิดที่ 3 สแตคส์แอนด์ชาร์ม (Stack and charm)



ภาพที่ 50 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดสแตคส์แอนด์ชาร์ม (Stack and charm)



ภาพที่ 51 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดสแต็คส์แอนด์ชาร์ม(Stack and charm)

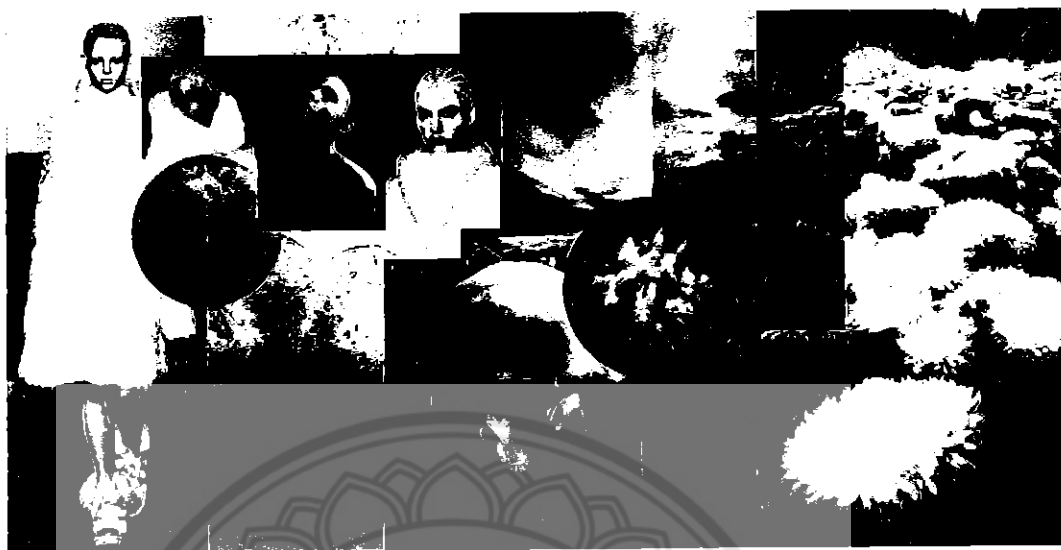
แนวความคิดที่ 4 เดอะไฟร์เซนฟลาวเวอร์ (The frozen flower)

อธิบายแนวความคิด : ความสวยงามที่ถูกแช่แข็งสุดท้ายแล้วความสวยงามของธรรมชาติก็จะเป็นเพียงแค่สิ่งสวยงามที่ถูกแช่แข็งไว้ในภาพความทรงจำของมนุษย์เท่านั้นตราบดีที่มนุษย์ยังคงกละเลยเรื่องความเป็นไปของธรรมชาติในยุคปัจจุบันนั้นความสวยงามจะปรากฏขึ้นเพียงในความทรงจำไม่สามารถปรากฏขึ้นได้อีกในโลกของความเป็นจริง

อารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ (mood & tone)

แนวความคิด (Concept)	แช่แข็ง (Frozen)	ดอกไม้ (Flower)
อารมณ์และโทนสี (Mood & Tone)	หรูหรา (luxury)	น่าหลงใหล (Spellbound)
ส่วนประกอบสำคัญ (Elements)	วัสดุ (Material)	เทคนิค/โครงสร้าง (Technique/Constructure)

ตารางที่ 4 แสดงอารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบแนวความคิดที่ 4 เดอะไฟร์เซนฟลาวเวอร์
(The frozen flower)



ภาพที่ 52 ภาพแสดงตัวอย่างแนวความคิดเดอะฟรอสเซนฟลาวเวอร์ (The frozen flower)

ดอกไม้น้ำแข็งแข็ง (Frost Flower) คือน้ำแข็งที่เกิดจากการสะสมของไอน้ำจากอากาศชั้น จะเกิดขึ้นเมื่ออุณหภูมิของพื้นผิวต่ำกว่าจุดเยือกแข็งของน้ำ เป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติเมื่อมีอากาศหนาวจัดจะทำให้น้ำค้างที่อยู่บนยอดหญ้าเกิดแข็งตัวเป็นเกล็ดน้ำแข็งหรือผลึกน้ำแข็ง ขนาดของผลึกน้ำแข็งจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเวลาในการสร้างและปริมาณของไอน้ำที่มีอยู่

ดอกไม้น้ำแข็ง (Frost Flower) เป็นผลึกโปร่งแสง แต่จะกระจายแสงได้ในหลายทิศทาง เพื่อให้ ดอกไม้ น้ำแข็ง (Frost Flower) ปรากฏเป็นสีขาว มีลักษณะเป็นเกล็ดน้ำแข็งขาวๆ จับตัวตามใบไม้ ยอดหญ้า หรือวัสดุต่างๆบริเวณใกล้กับพื้นดินเป็นปรากฏการณ์ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของบรรยากาศซึ่งจะไม่ปรากฏขึ้นในทุกภาคของประเทศไทยแต่มักจะพบมากในช่วงฤดูหนาวบนยอดดอย ในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาษาถิ่นเหนือเรียกน้ำค้างแข็งว่า เหมยขาบ ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือเรียกว่า แม่คะนิง

ลักษณะทั่วไป : จะมีลักษณะเป็นเกล็ดน้ำแข็งขาวๆ จับตัวตามใบไม้ ยอดหญ้าหรือวัตถุต่างๆใกล้ๆ กับพื้นดิน

กระบวนการเกิดปรากฏการณ์การเกิดดอกไม้น้ำแข็งมี 2 แบบด้วยกัน คือ

1. การเกิดน้ำค้างแข็งโดยตรง เกิดเมื่ออุณหภูมิของอากาศใกล้ผิวโลกลดต่ำลงกว่าจุดเยือกแข็ง ทำให้อไอน้ำในอากาศจับตัวแข็งเป็นเกร็ดน้ำแข็ง และตกลงมาเกาะตามใบไม้ใบหญ้าบริเวณเหนือพื้นดิน

2. การเกิดน้ำค้างแข็งโดยอ้อม เกิดเมื่ออุณหภูมิจากอากาศลดต่ำลง โดยมีปริมาณความชื้นสัมพัทธ์บริเวณใกล้พื้นดินสูง ทำให้ไอน้ำกลั่นตัวเป็นหยดน้ำเกาะอยู่ตามใบไม้ใบหญ้า และเมื่ออุณหภูมิจากอากาศลดต่ำเท่ากับจุดเยือกแข็ง น้ำค้างที่เกาะตามใบไม้ใบหญาก็จะแข็งตัวเป็นเกร็ดน้ำแข็ง

สถานที่ของการเกิดน้ำค้างแข็ง : เช่น Southern Brazil , France , Alaska , USA , ขั้วโลกเหนือ และขั้วโลกใต้ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอุณหภูมิจากพื้นผิว ซึ่งต้องต่ำกว่าจุดเยือกแข็งของน้ำ จึงจะเกิดปรากฏการณ์ดอกไม้้ำแข็ง (Frost Flower) ขึ้น

Hair Ice เป็นรูปแบบหนึ่งของดอกไม้้ำแข็ง (Frost Flower) Hair Ice เป็นชื่อเรียกของดอกไม้้ำแข็ง (Frost Flower) ที่เป็นน้ำแข็งชั้นบางๆ ยื่นออกมาจากพืชที่มีก้านยาว ชั้นบางๆ ของน้ำแข็งที่เกิดขึ้นมักจะมีรูปแบบที่สวยงามขดเป็นเกลียว มีลักษณะคล้ายดอกไม้ และยังมีชื่อเรียกอีกหลายอย่างเช่น Frost Beard , Ice Wool , Ice Ribbons และ Silky เป็นต้น การเกิดในแต่ละครั้งของ Hair Ice จะไม่มีรูปแบบที่ตายตัว

เป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติอย่างหนึ่งของดอกไม้้ำแข็ง (Frost Flower) เกิดขึ้นในทะเลบริเวณขั้วโลก เป็นหนึ่งในรูปแบบของแผ่นน้ำแข็งที่ฟุ้งก่อตัวขึ้นใหม่ เมื่อไอน้ำอ้อมตัวแทรกขึ้นมาตามรอยแตกของแผ่นน้ำแข็ง และเมื่อไอน้ำอ้อมตัวสัมผัสกับอากาศเย็นจัดด้านบน ก็จะเริ่มก่อตัวเป็นเกล็ดน้ำแข็ง ส่วนเกล็ดที่อยู่บนผิวของเกล็ดน้ำแข็งก็จะเกิดการตกผลึกเป็นเกล็ดเล็กเกล็ดน้อย บนผิวของเกล็ดน้ำแข็ง ผลึกเกล็ดจะเป็นเสมือนแกนให้ไอน้ำอ้อมตัวที่เหลือเกาะเป็นเกล็ดน้ำแข็ง ขึ้นสลับซ้อนทับกันไปมาจนเหมือนดอกไม้

SCENARIO



ภาพที่ 53 ภาพแสดงข้อมูลแนวความคิดเดอะฟรอสเซนฟลาวเวอร์ (The frozen flower)

กลุ่ม A (ภาพที่ A1-A3) ลักษณะพื้นน้ำแข็ง

กลุ่ม B (ภาพที่ B1-B3) ลักษณะดอกไม้ น้ำแข็ง ที่เกิดบนพื้นน้ำแข็ง

กลุ่ม C (ภาพที่ C1-C3) ลักษณะดอกไม้ น้ำแข็ง ที่เกิดบนก้านดอก

กลุ่ม D (ภาพที่ D1-D3) ลักษณะดอกไม้ น้ำแข็ง ที่เกิดในป่า

กลุ่ม E (ภาพที่ E1-E3) รูปแบบจำนวนของดอกไม้ น้ำแข็ง

ผลงานการออกแบบแนวความคิดที่ 4 เดอะไฟร์เซนฟลาวเวอร์ (The frozen flower)



ภาพที่ 54 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดเดอะไฟร์เซนฟลาวเวอร์

(The frozen flower)

นำแนวความคิดที่ 4 เดอะไฟร์เซนฟลาวเวอร์ มาพัฒนาต่อ 5 ชุด ได้ดังนี้



ภาพที่ 55 ภาพแสดงผลงานการออกแบบแนวความคิดเดอะไฟร์เซนฟลาวเวอร์
(The frozen flower) ที่พัฒนาแล้ว

บทที่ 5

บทสรุป

การดำเนินการศึกษาศิลปนิพนธ์ในหัวข้อการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุที่ผ่านการใช้งานแล้วให้มีมูลค่าอีกครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบชุดราตรีจากผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
2. เพื่อออกแบบชุดราตรีตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

สรุปผลการวิจัย

ขอบเขตด้านการออกแบบ

การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ จำนวน 1 ชุด (Collection) มีดังนี้

1.1 ชุดราตรียาว (Evening dress)	3	โครงสร้าง
1.2 ชุดจัมสูทชายาว (Long Leg Suit)	1	โครงสร้าง
1.3 ชุดงานเลี้ยงค็อกเทล (Cocktail Dress)	1	โครงสร้าง

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีความเกี่ยวข้องกับลำดับช่วงเวลาพัฒนาการ ของการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจเป็นเวลา 4 เดือน เริ่มตั้งแต่ กันยายน พ.ศ. 2560 - ธันวาคม พ.ศ. 2560

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. กระบวนการออกแบบชุดราตรีตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
2. การผลิตออกแบบชุดราตรีตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

ขอบเขตด้านประชากร

เพศ	: หญิง
เชื้อชาติ	: ไทย/ต่างชาติ
อายุ	: 30-40
รายได้	: 50,000 – 100,000 บาท/เดือนขึ้นไป
วิถีการดำเนินชีวิต	: กลุ่มอนุรักษ์นิยม (Conservative) เป็นกลุ่มคนที่มี

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแต่หรูหราอาศัยอยู่ในเมือง มีความสนใจในเครื่องแต่งกายชอบกิจกรรมเพื่อสังคมและงานการกุศลมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่รับผิดชอบต่อสังคม

อภิปรายผลการวิจัย

วิเคราะห์จากรูปแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ จากขั้นตอนในการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ชุดราตรีในปัจจุบันมีความนิยมสวมใส่ในโอกาสวาระงานที่สำคัญโดยชุดต้องทำให้ผู้สวมใส่ดูสง่างามและเป็นที่น่าสนใจให้กับผู้คนในงานแต่สำหรับกลุ่มอนุรักษ์ที่ต้องการชุดราตรีเพื่อออกงานตอนกลางคืนที่เป็นส่วนหนึ่งต่อการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมยังขาดการพัฒนาและส่งเสริมในอุตสาหกรรมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
2. จากการวิเคราะห์ข้างต้น ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางการออกแบบตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ และรายละเอียดหลักการออกแบบชุดราตรีข้อมูลบทความที่สำคัญต่อการออกแบบตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ ซึ่งสังเกตเห็นถึงความสำคัญในการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจให้มีความหรูหราและสง่างามโดยมีรูปแบบการใช้งานปรับเปลี่ยนตามวาระการใช้งานต่างๆ ได้ศึกษารูปแบบโครงสร้าง วัสดุ เทคนิค และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อตอบสนองกลุ่มอนุรักษ์นิยม มาใช้กับผลงานของผู้วิจัยแล้วจึงทำแบบร่างไปเสนอ
3. ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจโดยได้รับแรงบันดาลใจจากเรื่องราวความงามของธรรมชาติภายใต้หัวข้อ The frozen flower โดยมุ่งเน้นโครงสร้างชุดราตรีที่มีรูปแบบเรียบแบบความงามของดอกไม้แห้งและสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานตามวาระการใช้งานต่างๆ ซึ่งจะผสมผสานเทคนิคการปักและเทคนิคกระบวนการสร้างรูปแบบเศษผ้าให้มีความพิเศษ ทำให้เกิดผลงานที่มีรูปแบบใหม่และสวมใส่ได้จริง ซึ่งจะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับเศษผ้าเหลือใช้อีกทั้งยังเป็นกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและตอบสนองความต้องการของกลุ่มอนุรักษ์นิยม

ข้อเสนอแนะ

1. การดำเนินการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ในหัวข้อการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบชุดราตรีจากผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจเพื่อออกแบบชุดราตรีตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ ซึ่งพบปัญหาในการวิจัย คือ การค้นคว้าเกี่ยวกับหลักการออกแบบชุดราตรีในปัจจุบันมีให้ศึกษาค้นคว้าได้หลายทางจึงต้องเจาะจงกลุ่มเฉพาะในการศึกษา คือ หลักการออกแบบชุดราตรีสมัยใหม่ ได้เก็บข้อมูลรูปแบบโครงสร้างและรูปแบบชุดราตรี ทั้งนี้ได้ใช้ความพยายามและความตั้งใจในการศึกษาค้นคว้าและเรียบเรียงทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกลุ่มอนุรักษ์นิยม และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ยังไม่ได้วิเคราะห์ แยกแยะ ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสับสนจากข้อมูลเหล่านั้น
3. ขั้นตอนกระบวนการตัดเย็บที่ต้องใช้ระยะเวลาและการเดินทาง ในการขึ้นแบบโครงสร้าง ทั้งการตัดเย็บที่ต้องสื่อสารกับช่างตัดเย็บ การเลือกวัสดุเศษผ้าเหลือใช้ที่จะสามารถใช้ได้กับงาน เทคนิคการปักและเทคนิคการสร้างรูปแบบโครงสร้างใหม่ๆโดยรายละเอียดที่ต้องใช้เวลา เหนือสิ่งอื่นใดควรวางแผนสำรองต้องมีการวางแผนสำรองไว้เสมอทุกอย่างอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
4. การทำวิจัยไม่สามารถที่จะดำเนินงานได้ด้วยตัวเองทั้งหมดจะต้องมีที่ปรึกษาให้คำแนะนำและช่วยเหลือในทั้งด้านคำแนะนำชี้แนะและด้านข้อมูล
5. การตัดสินใจในการดำเนินการวิจัยจะต้องอาศัยงบประมาณควรเตรียมความพร้อมในเรื่องการเงินเพื่อไม่ให้มีปัญหาในงานวิจัยได้ ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญที่จะทำให้ดำเนินงานวิจัยไปได้



บรรณานุกรม

ซัชรพล เพ็ญโฉม (2553).โอกาสของ “วัสดุไทย” เมื่อแบรนด์ทรมุ่งสู่วิถีสีเขียว.สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560

จาก <http://www.tcdc.or.th/articles/others/16165>

Bianca Coppola (2559). 5 แบรนด์แฟชั่นรักษ์โลก.สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560

จาก <http://www.gqthailand.com/style/article/sustainable-style>

Thaitextile (2558).ยุคใหม่ของสิ่งทอสีเขียวที่ยั่งยืน.สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560

จาก <http://www.thaitextile.org/index.php/blog/2015/08/fashioniu092015081601>

จีราวัฒน์ คงแก้ว(2558).กรีน ชิปสเตอร์'เทรนด์ร้อนคนรักโลก.สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560

จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/657009>

ภัทรวิทย์ เจริญกิจ (2560).อนาคตและทิศทางอุตสาหกรรมแฟชั่นในโลกดิจิทัล.สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560

จาก <http://www.ellementhailand.com/fashion/disrupting-fashion/>

SCB SME (2560).จับเทรนด์สุขภาพ-สิ่งแวดล้อม สร้างโอกาสสินค้าไลฟ์สไตล์.สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560

จาก <https://businesslinx.globallinker.com/bizforum/article>

MDIC (2557). Upcycling สร้างมูลค่าให้เศษวัสดุ.สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560

จาก <http://www.tcdc.or.th/creativethailand/article/Matter/20274>

Tcdc (2560). trend2017.สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560

จาก http://www.tcdc.or.th/upload/downloads/tcdc_trend2017_final_app.pdf

Rashini Suriyaarachchi.(2560).การสร้างมูลค่าให้วัสดุ (Upcycle) แบบง่าย ๆ ที่คุณเองก็ทำได้.สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560

จาก <http://www.greenpeace.org/seasia/th/news/blog1/upcycle/blog/59311/>

Wikipedia (2559).อนุรักษ์นิยม.สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2560

จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>





ภาพที่ 58 แสดงภาพผลงานการถ่ายแบบ



ภาพที่ 59 แสดงภาพผลงานการถ่ายแบบ



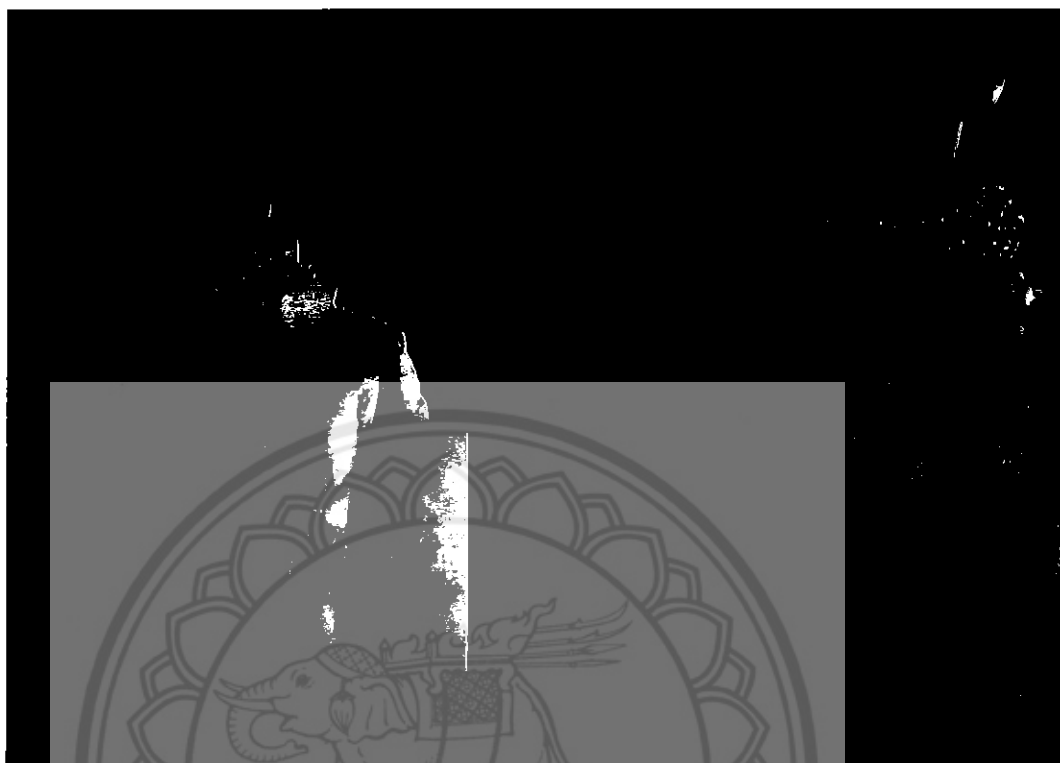
ภาพที่ 60 แสดงภาพผลงานการถ่ายแบบ



ภาพที่ 61 แสดงภาพผลงานการถ่ายแบบ



ภาพที่ 62 แสดงภาพผลงานการถ่ายแบบ



ภาพที่ 63 แสดงภาพรายละเอียดผลงาน



ภาพที่ 64 แสดงภาพรายละเอียดผลงาน



ภาพที่ 65 แสดงภาพรายละเอียดผลงาน



ภาพที่ 66 แสดงภาพรายละเอียดผลงาน

การออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ

ECO COSTUME DESIGN OF PARTY – ELEGANT DRESS FROM WASTE FABRIC

TARGET GROUP

CONCEPT - FROZEN FLOWER

ความคงทนถาวร 6 ปี - สดชื่นสว่างสวยงาม
 พวงระฆังชาติ 1 กิ่งอันเต็มทิวที่สวนงามที่ฤดูดอกไม้
 ภาณุกรรโชติอันบุปผาก่อน คราน์อันในฤดูอันหลาย
 ส่องทางอันในเอเธรอสถาในบุปผาอัน ภาณุกรรโชติ
 ระฆังกรรโชติอันในทามันร่าทออัน ใช้กรรโชติ
 อันได้ดั่งดอกไม้ของสวนอัน

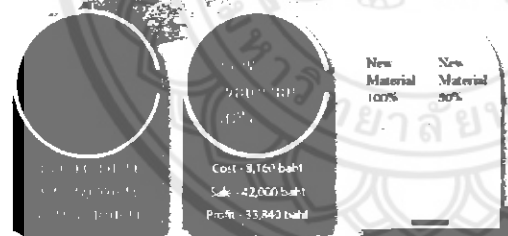
TARGET

COASTAL CITY

MOOD AND TONE



- วัตถุประสงค์กลุ่มเป้าหมาย
- 1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
- 2. เพื่อออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจ
- 3. เพื่อสำรวจและวิเคราะห์จากเป้าหมายของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในรูปแบบเครื่องแต่งกายชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้



นิยามสถานการณ์สำคัญ

ในช่วงปีงบประมาณที่ผ่านมาประเทศไทยยังคงประสบกับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของประชาชนจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงและต่อเนื่อง



ในสถานการณ์ดังกล่าวนี้ ผู้ประกอบการและนักลงทุนจำเป็นต้องปรับตัวและหาแนวทางในการฟื้นตัวและสร้างรายได้ให้กับธุรกิจของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงและต่อเนื่อง

ภาพที่ 67 แสดงบอร์ดแฟชั่นชุดและสเก็ทที่พัฒนาแล้ว



ภาพที่ 68 แสดงผลงานการออกแบบชุดราตรีจากเศษผ้าเหลือใช้ตามแนวคิดนิเวศเศรษฐกิจที่เสร็จ
สมบูรณ์ทั้ง 2 ชุด