

การเพิ่มมูลค่าเสื้อผ้ามือสองด้วยแนวคิดดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction)

ไพรินทร์ เทียงผดุง¹, กษิดิส รัตนภรณ์², ชลิตา กิวไธสง¹, อารีญา เชื้อผู้ดี¹, อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์³, ณัฐพงษ์ ปัญญาธิคุณ¹,
ศุภนิชา ศรีวรรเดชไพศาล¹, จารุวรรณ ดิษฐ์วัฒน⁴, ชนาگانต์ เรืองณรงค์^{1*}

Value Enhancement of Second-Hand Clothing through Deconstruction Concept

Pairin Tiengpadung¹, Kasidit Rattanaporn², Chalita Kiwthaisong¹, Areeya Chuepudee¹, Attaphon Ponglaohapan³,
Natthapong Panyathikun¹, Supanicha Srivorradatpaisan¹, Jaruwat Diswat⁴, Chanakarn Rungrarong^{1*}

¹สาขาวิชาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

²คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

³สาขาวิชาแฟชั่นและสิ่งทอ ภาควิชาานฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁴สาขาวิชาเทคโนโลยีเสื้อผ้า คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

¹Department of Textiles and Clothing, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

²Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

³Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

⁴Department of Clothing Technology, Faculty of Industrial Textiles and Fashion Design, Rajamangala University of Technology Phran Nakhon

* Corresponding author. E-mail address: chanakarn@rmutt.ac.th

Received: 30th Sep 2024 ; Revised: 12th Dec 2024 ; Accepted: 13th Dec 2024

DOI : 10.60101/jhet.2024.945

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การเพิ่มมูลค่าเสื้อผ้ามือสองด้วยแนวคิดดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบเสื้อผ้ามือสองโดยใช้แนวคิดดีคอนสตรัคชัน เพื่อเพิ่มมูลค่าและความยั่งยืนในอุตสาหกรรมแฟชั่น

ผลการออกแบบการนำเสื้อผ้ามือสองกลับมาเพิ่มมูลค่าด้วยแนวคิดดีคอนสตรัคชัน สามารถสรุปแนวคิดดีคอนสตรัคชัน ในแนวทางการนำไปใช้กับการออกแบบเสื้อผ้า จึงหมายถึง การนำเสื้อผ้ากลับมาคลี่โครงสร้างใหม่ แล้วทำการประกอบสร้างใหม่ด้วยแนวคิดใหม่ของนักออกแบบแฟชั่น เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่สามารถให้เกิดการใช้งานเสื้อผ้าชิ้นใหม่ตามความต้องการ โดยการใช้เทคนิคตามความถนัด ถือเป็นกระบวนการสร้างสรรค์งานศิลปะอีกแขนงหนึ่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ของศิลปินบนผืนผ้าได้อย่างเฉพาะตัว จนกลายเป็นงานศิลปะที่มีคุณค่าที่สามารถนำเสนอบนร่างกายของผู้คนได้ สำหรับการศึกษาแบรนด์เสื้อผ้าที่มีแนวคิด Deconstruction จำนวน 5 แบรนด์ คือ COMME des GARÇONS, Yohji Yamamoto, Andreas Kronthaler for Vivienne Westwood, Dry Clean Only, และ La Rocca พบว่า ทั้ง 5 แบรนด์ มีแนวทางการผลิตเสื้อผ้าที่เหมือนกันโดยประกอบด้วยแนวคิด การรื้อสร้าง แนวคิดตัดปะ และแนวคิดเอากลับมาทำใหม่ ผู้วิจัยจึงสรุปแนวคิดด้วยการทำ Moodboard และได้สร้างสรรค์ผลงานโดยใน

การศึกษาและออกแบบในครั้งนี้ ได้จัดทำเสื้อผ้า 1 คอลเลกชั่น จำนวน 6 ชุด นำภาพการออกแบบเสื้อผ้าจากผ้ายีนส์มือสอง จำนวน 6 ชุด โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 5 คน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตัดเย็บจำนวน 3 คน และด้านการออกแบบจำนวน 2 คน โดยทั้ง 6 ชุด ผ่านการประเมินในระดับดี สามารถผลิตเป็นเสื้อผ้าได้ จึงนำผ้ายีนส์มาทำการตัดเย็บ มีขั้นตอนการตัดเย็บเสื้อผ้าจำนวน 7 ขั้นตอน คือ 1) ร่างแบบ 2) เลือกผ้ายีนส์มือสอง 3) ทำความสะอาดและตากให้แห้ง 4) ตัดผ้ายีนส์และวางแบบตัดต่อผ้า 5) เย็บผ้าตาม 6) ลองชุดกับนางแบบ 7) ถ่ายแบบ

คำสำคัญ : เสื้อผ้ามือสอง, เพิ่มมูลค่า, การรีอสร้าง

ABSTRACT

This research aimed to develop design approaches for second-hand clothing using the Deconstruction concept to enhance value and sustainability in the fashion industry.

The findings on value enhancement of second-hand clothing through Deconstruction revealed that this concept, when applied to fashion design, involves dismantling garment structures and reconstructing them with new design perspectives. This process enables the creation of new wearable pieces through various techniques, representing a unique art form that reflects the artist's identity through fabric manipulation, ultimately transforming into valuable wearable art. Analysis of five fashion brands implementing Deconstruction concepts - COMME des GARÇONS, Yohji Yamamoto, Andreas Kronthaler for Vivienne Westwood, Dry Clean Only, and La Rocca - revealed shared production approaches incorporating deconstruction, patchwork, and upcycling concepts. The researcher synthesized these concepts through a moodboard and created a collection of six outfits using second-hand denim. These designs were evaluated by five textile and clothing experts, comprising three tailoring specialists and two design experts. All six outfits received positive evaluations, confirming their production viability. The garment production process consisted of seven steps: 1) pattern drafting, 2) second-hand denim selection, 3) cleaning and drying, 4) cutting and pattern placement, 5) sewing, 6) model fitting, and 7) photography.

Keyword : Second-hand clothing, Value enhancement, Deconstruction

บทนำ

ปัญหาขยะเป็นปัญหาใหญ่ระดับโลก ด้วยการเจริญเติบโตของประชากรที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วและแนวโน้มการใช้สอยสินค้าที่มีระยะเวลาสั้นลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอที่สร้างขยะอย่างมหาศาล (ราวิณ รุ่งสว่าง และศิริวิ อรัญนาธร, 2564) ระบบการผลิตแฟชั่นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายทั่วโลกประสบปัญหาเดียวกัน คือ การค้นพบปริมาณขยะจากเศษสิ่งทอเป็นจำนวนมาก ทุกประเทศต่างจัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อลดปริมาณขยะเหล่านั้นด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ด้วยการใช้เทคโนโลยีในการผลิตและปรับปรุงภาพแบบ และทักษะในการออกแบบอันเป็นประโยชน์ต่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น คณะกรรมการพัฒนาและปฏิภาพแห่ง

ชาติ กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้ศึกษาปริมาณขยะคาดการณ์สำหรับเมืองก้านโจว ประเทศจีน พบว่า ในช่วงปี 2568-2573 และภายในปี 2568 จะมีการจัดตั้งระบบเบื้องต้นสำหรับการรีไซเคิลเศษสิ่งทอ และความสามารถในการรีไซเคิลจะดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อัตราของขยะสิ่งทอจะถึงร้อยละ 25 (XueYang, 2024) ในปัจจุบันได้มีปรากฏการณ์สำคัญเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมแฟชั่น ในความพยายามที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมที่เรียกว่า “แฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion)” ซึ่งมีเป้าหมายในการรณรงค์ให้เกิดวิถีปฏิบัติใหม่ของผู้ผลิตและผู้บริโภคทั้งในระดับสากล รวมถึงประเทศไทยที่ให้ความสำคัญกับประเด็นความยั่งยืนในอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอได้อธิบายถึงนิยามที่เปลี่ยนแปลงไปของคำว่า แฟชั่น ที่ไม่ใช่เพียงแต่ปัจจัยในการดำรงชีวิต หากแต่แฟชั่นในปัจจุบันเป็นแนวคิดใหม่ที่ผูกโยงกับการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ โดยเป็นการออกแบบเพื่อสร้างรอยเท้าทางนิเทศ และก้าวสู่นาคตแฟชั่นอย่างยั่งยืน ซึ่งมีนัยยะสำคัญของห่วงโซ่การผลิตและอุปโภคสินค้าแฟชั่น (ชวีศา เสงี่ยมรยา และวิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์, 2564)

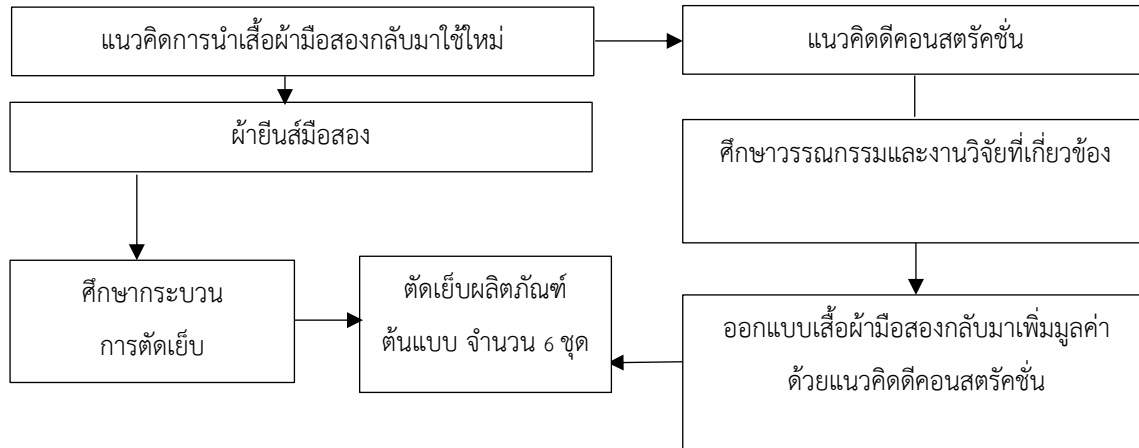
เสื้อผ้ามือสอง เป็นชื่อเรียกของสินค้าที่ผ่านการใช้งานมาแล้ว ซึ่งอาจจะไม่ได้ผ่านการใช้งานมาเพียงครั้งเดียว แต่อาจถูกใช้งานมาแล้วหลายครั้ง ซึ่งเป็นสินค้าที่ยังคงมีสภาพดีสามารถใช้งานได้ และจะมีราคาถูกกว่าสินค้าใหม่หลายเท่าตัว ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มาจากต่างประเทศ สำหรับสิ่งที่ควรคำนึงถึงเมื่อเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสอง นอกจากการพิจารณาสภาพของสินค้าแล้ว ยังขึ้นอยู่กับความถนัดและเทคนิคเฉพาะของผู้ซื้อที่แตกต่างกันไป ประกอบด้วย พิจารณาจากยี่ห้อที่เป็นที่นิยมและมีความทันสมัย รูปแบบหรือดีไซน์ที่ชื่นชอบเฉพาะตน เนื้อผ้า สี สีสันมีความสวยงาม และเลือกจากความจำเป็นในการใช้งาน (บรรณวิทย์ จิตชู, 2560) สอดคล้องกับแนวคิด Deconstruction หรือ ปฏิรูป หรือ การรื้อสร้าง หมายถึง การบูรณะหรือการสร้างขึ้นใหม่ ปฏิรูปนิยมจึงมุ่งการปฏิรูปสังคม ขึ้นมาใหม่ เพราะถือว่าสังคมในปัจจุบันมีปัญหา ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และศิลปวัฒนธรรมเป็นเหตุต้องแก้ปัญหาอยู่เรื่อย ๆ จึงต้องหาทางสร้างค่านิยมและแบบแผนของสังคมใหม่ (คินีนาถ ศรีบุรัมย์, 2563) กระแสแฟชั่นแบบรวดเร็ว (Fast Fashion) พบว่ามักเป็นผู้บริโภคที่มีอายุน้อย ในทางกลับกันกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมเป็นกลุ่มวัยทำงาน (Najmul Kadir Kaikobad, et al., 2015)

ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการทำวิจัยเรื่อง การเพิ่มมูลค่าเสื้อผ้ามือสองด้วยแนวคิดดีคอนสตรัคชั่น โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบเสื้อผ้ามือสองโดยใช้แนวคิดดีคอนสตรัคชั่น เพื่อเพิ่มมูลค่าและความยั่งยืนในอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยการวิจัยนี้เน้นใช้เสื้อผ้าประเภทยีนส์ เนื่องจากเป็นเสื้อผ้าที่เป็นทรง แข็งแรง ทนทานเพราะทอด้วยเส้นด้ายขนาดใหญ่ และถือเป็นประเภทของเสื้อผ้าสามารถหาได้ตามทั่วไป เป็นเสื้อผ้าที่ผู้สวมใส่มักเก็บไว้นานกว่า 1 ปี แม้กาลเวลาผ่านไป ผู้คนก็ยังเก็บไว้ใช้อีกหลายครั้ง เพราะกางเกงยีนส์มักถูกนำมาสวมใส่ในการทำกิจกรรมที่ต้องใช้แรงและต้องการความกระชับกระเฉง จึงเป็นเสื้อผ้าอีกชิ้นที่มักอยู่ในความทรงจำของผู้สวมใส่ ดังนั้นยีนส์จึงถูกเลือกมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำไปสู่การสร้างรากฐานใหม่ทางสังคมในการสร้างค่านิยมการนำเสื้อผ้าเดิมมาออกแบบและสร้างสรรค์ใหม่ตามแนวคิดที่สะท้อนตัวตนของผู้สวมใส่ การนำเสื้อผ้าที่อยู่ในตู้หรือการเลือกใช้ประโยชน์จากเสื้อผ้ามือสอง ก่อให้เกิดการตระหนักรู้ถึงการรักษาสภาพแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบเสื้อผ้ามือสองโดยใช้แนวคิดดีคอนสตรัคชั่น เพื่อเพิ่มมูลค่าและความยั่งยืนในอุตสาหกรรมแฟชั่น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบการวิจัย

นิยามศัพท์

ดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction) หมายถึง การนำเสื้อผ้าที่มีอยู่มาถอดโครงสร้างเดิม และประกอบเป็นเสื้อผ้าชิ้นใหม่
การตัดต่อ (Patchwork) หมายถึง ศิลปะการนำผ้าตั้งแต่ 2 ชิ้นขึ้นไป มาเย็บต่อกัน
การเอากลับมาทำใหม่ (Remake) หมายถึง การนำเสื้อผ้าเก่ามาทำใหม่ในสไตล์ของผู้ผลิตใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีดีคอนสตรัคชัน

1.2 ศึกษาแบรนด์เสื้อผ้าที่มีแนวคิดก่อสร้าง โดยกำหนดเกณฑ์สำหรับการคัดเลือกแบรนด์ จำนวน 5 ข้อ และพิจารณาแบรนด์ต้องผ่านเกณฑ์ตามเกณฑ์ 3 ข้อขึ้นไป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 ด้านแนวคิดการปรับเปลี่ยน ดีคอนสตรัคชัน โครงสร้างเดิม หมายถึง เสื้อผ้าจะต้องมีการเล่นกับโครงสร้างที่ไม่สมมาตร หรือการ "รื้อ" รูปแบบการตัดเย็บเสื้อผ้าแบบดั้งเดิม เช่น การตัดเย็บที่ผิดปกติ การแยกชิ้นส่วน การใช้เส้นที่ไม่สมบูรณ์ หรือการเผยให้เห็นองค์ประกอบที่มักจะซ่อนไว้ (เช่น เส้นด้ายที่เย็บหรือกระดุมที่ไม่ได้ถูกปิด)

1.2.2 ด้านการใช้วัสดุและเทคนิค หมายถึง วัสดุที่ใช้จะมีลักษณะหลากหลาย เช่น การใช้ผ้าที่ดูเหมือนจะไม่เหมาะสมเข้าด้วยกัน หรือการใช้วัสดุที่มีลักษณะ "ไม่สมบูรณ์" หรือไม่สมดุล เช่น ผ้าขาด ผ้ารูด หรือผ้าที่ไม่ได้ผ่านกระบวนการผลิตที่สมบูรณ์ตามปกติ

1.2.3 ด้านการสร้างสรรค์ที่แหวกแนวจากแฟชั่นปัจจุบัน หมายถึง มักจะหลีกเลี่ยงความเรียบง่ายและนิยมความไม่สมบูรณ์แบบ จึงทำให้สินค้าของแบรนด์เหล่านี้มีความเฉพาะตัวและไม่เป็นไปตามกระแสแฟชั่นหลัก

1.2.4 ด้านเอกลักษณ์ของแบรนด์ หมายถึง แบรนด์ที่มีแนวคิดดีคอนสตรัคชั่น มักจะมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ทั้งในแง่ของการออกแบบที่แตกต่าง และการนำเสนอการสวมใส่ที่ไม่เหมือนใคร การทำการตลาดและการสร้างเรื่องราวของแบรนด์ก็จะสะท้อนถึงแนวคิดของการรื้อถอนและการต่อต้านกระแสหลัก ในการสร้างการรับรู้แบรนด์ในเชิงวิพากษ์วิจารณ์

1.2.5 ด้านอิทธิพลจากดีไซน์เนอร์และศิลปะ หมายถึง แบรนด์ดีคอนสตรัคชั่น มักจะได้รับอิทธิพลจากการเคลื่อนไหวทางศิลปะหรือการออกแบบที่มุ่งเน้นการย่อยสลายโครงสร้าง เช่น งานศิลปะที่สลายรูปแบบ หรือแนวคิดของสถาปัตยกรรมที่ละทิ้งความสมมาตร

2) ออกแบบการนำเสื้อผ้ามือสองกลับมาเพิ่มมูลค่าด้วยแนวคิดดีคอนสตรัคชั่น

2.1 ออกแบบเสื้อสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง จำนวน 6 ชุด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาคือ ผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 5 คน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตัดเย็บ จำนวน 3 คน และด้านการออกแบบจำนวน 2 คน โดยกำหนดเกณฑ์ประเมินเป็น 5 ระดับ คือ ดีมาก ดี ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแบบที่ผ่านการประเมินในระดับดีขึ้นไป จึงนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้า

2.2 นำรูปแบบของเสื้อผ้ายีนส์มาตัดเย็บจริง เริ่มจากการทำแพตเทิร์นต้นแบบ วางแบบตัด และทำการตัดเย็บ

ผลการศึกษา

1) การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีดีคอนสตรัคชั่น

Deconstruction หรือ การรื้อสร้าง คือแนวคิดแบบใหม่ เทคนิค คือการฉีกหรือรูปทรงของสิ่งใด ๆ รวมถึงรูปทรงทางความคิดและการสื่อสาร ออกมาดูกันใหม่ เป็นวิธีการของแนวคิดทฤษฎีหลังสมัยใหม่ (Post Modern Theory) ซึ่งเป็นโครงสร้างใช้ในการวิพากษ์วิจารณ์ สิ่งที่เราเรียกว่าเป็นคำหรือคำรา (Text) (ภาณุ แสง-ชูโต, 2561)

แนวคิดการรื้อสร้าง ใช้ตามแนวคิดของ ฌาคส์ แดริดา (Jacques Derrida) เป็นวิธีการ อ่านที่มุ่งเข้าไปรื้อสร้าง ความหมายในตัวบทและบริบทที่ทำให้ค้นพบความหมายอื่น ๆ ที่ตัวบทกดทับ เอาไว้ในรูปแบบของความหมายแฝง หรือความหมายที่ไม่ปรากฏ เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงอำนาจของ ผู้คนในสังคมวัฒนธรรม ความหมายที่ถูกสื่อผ่านภาษาจึงไม่มีความจริงหรือความหมายใดมีลักษณะ บริสุทธิ์ ทุกสิ่งล้วนอยู่ภายใต้เงื่อนไขของสังคม วัฒนธรรมและภาษา โดยมีหลักการสำคัญคือ การวิเคราะห์การทำงานของคู่ตรงข้าม ในโครงสร้างลึกลับของความคิดและวัฒนธรรมซึ่งจะทำให้เรา ค้นพบความหมายในลักษณะของสิ่งที่หายไปที่เราอยู่การรื้อสร้างจึงเป็นเรื่องของการตีความตัวบท มากกว่าการแสวงหาความจริงจากตัวบท (รังสรรค์ นัยพรม, 2562)

ในแง่ของสถาปัตยกรรมดีคอนสตรัคชั่น คือแนวคิดอาจไม่ต่างจากงานทดลองของเหล่าสถาปนิกที่ต้องการตีความหรือแสวงหาหนทางใหม่ ๆ ในสร้างสรรค์ผลงาน โดยไม่ยึดติดกับระเบียบปฏิบัติทางสถาปัตยกรรมที่ร่ำเรียนกันมา อย่างองค์ประกอบศิลป์ (Composition) สัดส่วน (Proportion) ความสอดคล้องกลมกลืน (Harmony) หรือแม้แต่การยึดติดอยู่กับลักษณะของอาคารที่มีประโยชน์ใช้สอยที่จำกัด ความท้าทายที่จะออกนอกกรอบของแนวคิด Deconstruction ทำให้หน้าตาของสถาปัตยกรรมมักมีความแหวกแนว เบี่ยงล้ำ หรือสร้างความน่าสนใจในครั้งแรกเมื่อเห็น เส้นสายที่เคียดตรงตั้งฉากหรือขนานไปกับพื้นดินตามประเพณีการออกแบบทั่วไป ถูกปรับให้ลาดเอียงหรือบิดงอจนเกิดเป็นพื้นที่ใหม่ ๆ ที่ให้ประสบการณ์การใช้พื้นที่ไม่เหมือนเดิม (Nirvana, 2562)

ในวงการแฟชั่นได้นำทฤษฎีการรื้อสร้างมาใช้เป็นแนวคิดในการทำงานทางด้านนี้อยู่เสมอ “Fashion Deconstruction” เป็นแนวคิดรื้อสร้าง ที่จะเห็นเสื้อผ้าที่มี ขอบดิบ ตะเข็บเปลี่ยน ชายที่หลุดลุ่ย รอยเย็บ หรือสิ่งอื่น ๆ ทำให้เสื้อผ้ามีลักษณะที่ยังไม่เสร็จ และบ่งบอกถึงกระบวนการของการออกแบบ การพลิกขั้นตอนการผลิตเสื้อผ้า เพื่อสร้างสรรค์ เสื้อผ้าในรูปแบบใหม่ ทำให้ผู้สวมใส่ดูราวกับว่ากำลังใส่เสื้อผ้าผิดไปจากเดิม ๆ เช่น เข็มขัด กลายเป็นเสื้อแจ็กเก็ต หรือถุงมือกลายเป็นเสื้อ และโต๊ะที่กลายมาเป็นกระโปรง มีจุดประสงค์ เพื่อท้าทายการรับรู้ทางด้านความงามแบบดั้งเดิมที่ว่าเสื้อผ้าจะต้องเสร็จสิ้นสมบูรณ์อย่างไร ที่ดี และเพิ่มคำจำกัดความของความงามที่เป็นที่ยอมรับ องค์ประกอบเหล่านี้ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ในโลกของแฟชั่นทุกอย่างสามารถหรือโครงสร้างได้ (ณัฐภูมิ ผิวอ่อน และจิรัชญา วันจันทร์, 2565)

เมื่อการ “รื้อถอน” กลายเป็นศิลปะในโลกแห่งแฟชั่น! การออกแบบแนวทาง ‘Deconstruction’ หรือ ‘การรื้อโครงสร้าง’ เป็นเรื่องปกติที่ทุกวันนี้จะเห็นเสื้อผ้าที่มีรายละเอียดของขอบแบบดิบ ชายรูด ตะเข็บเปิด และโครงร่างเงาแปลกตา ราวกับว่าเสื้อผ้าชิ้นนั้น ยังเย็บหรือออกแบบไม่เสร็จ การทำให้เสื้อผ้าดูไม่เรียบร้อยตามแบบที่มันควรจะเป็นถือว่าเป็นการออกแบบที่ต้องใช้จินตนาการและความคิดสร้างสรรค์อย่างสูง ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยยุค 1980s โดย วิเวียน เวสต์วูด (Vivienne Westwood) หากมองเป็นศิลปะแขนงหนึ่งก็คงไม่เป็นการกล่าวเกินจริงเพราะแนวคิดนี้ถือเป็นปรัชญาที่ตั้งอยู่บนการเปิดเผยความหมายที่ขัดแย้งกัน และทำให้แนวคิดเรื่องความจริงนั้นสั่นคลอน ในทางประวัติศาสตร์ แนวคิด ‘Deconstructionism’ ถูกคิดค้นโดยนักปรัชญา Jacques Derrida ซึ่งเป็นผู้เสนอวิธีคิดนี้เป็นครั้งแรกในช่วงปลายยุค 1960s และในเวลาต่อมาแนวคิดของการรื้อโครงสร้างก็ถูกนำมาใช้กับศาสตร์หลายๆ ด้าน อาทิเช่น สถาปัตยกรรม ดนตรี และแฟชั่น โดยในแง่ของแฟชั่น นั้นเริ่มต้นมาจากการตั้งคำถามกับความรู้อันมีมาอย่างยาวนานว่าเสื้อผ้าถูกสร้างขึ้นมาอย่างไรและจุดยืนของมันสัมพันธ์กับแนวคิดเรื่องความงามอย่างไร ถึงแม้ว่า ‘Deconstructionism’ จะท้าทายการรับรู้เดิม ๆ ของแฟชั่นแต่การถอดโครงสร้างเหล่านี้ก็ช่วยให้พวกเรามีมุมมองที่หลากหลายเกี่ยวกับแฟชั่นและการสวมใส่ ท้ายที่สุดแล้วก็ส่งผลให้สไตล์ปัจจุบันที่เราเห็นตามท้องถนนมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจากเก่า อีกทั้งยังสามารถเห็นได้บนรันเวย์ เช่น ALAÏA (S2023), Valentino (S2023), COMME des GARÇONS (Fall2024) ไปจนถึง Andreas Kronthaler for Vivienne Westwood (S2024), ต่างก็หยิบแนวคิดของ ‘การรื้อถอนโครงสร้าง’ มาใช้กับงานแฟชั่น (จิตาภา บุญเมือง, 2566)

ดังนั้น ดิคอนสตรัคชั่น (Deconstruction) ในแนวทางการนำไปใช้กับการออกแบบเสื้อผ้า จึงหมายถึง การนำเสื้อผ้ากลับมาคลี่โครงสร้างใหม่ แล้วทำการประกอบสร้างใหม่ด้วยแนวคิดใหม่ของนักออกแบบแฟชั่น เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่สามารถให้เกิดการใช้งานเสื้อผ้าชิ้นใหม่ตามความต้องการ โดยการใช้เทคนิคตามความถนัด ถือเป็นการสร้างสรรค์งานศิลปะอีกแขนงที่สะท้อนอัตลักษณ์ของศิลปินบนผืนผ้าได้อย่างเฉพาะตัว จนกลายเป็นงานศิลปะที่มีคุณค่าที่สามารถนำเสนอบนร่างกายของผู้คนได้

1.2 ศึกษาแบรนด์เสื้อผ้าที่มีแนวคิด Deconstruction

1.2.1 แบรนด์ COMME des GARÇONS เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของ Rei Kawakubo นักออกแบบแฟชั่นชาวญี่ปุ่นที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากดีไซน์เนอร์คนอื่น ๆ ด้วยสไตล์ที่แปลกประหลาดและแหวกแนว ในปี 1967 เธอเริ่มต้นทำงานเป็นแฟชั่นสไตลิสต์ฟรีแลนซ์ตามคำแนะนำของรุ่นพี่ เธอไม่ได้คิดที่จะเป็นแฟชั่นดีไซน์เนอร์ แต่เมื่อเธอไม่สามารถหาพร็อพเครื่องแต่งกายที่ตรงตามความต้องการของงานได้ เธอจึงออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าด้วยตัวเอง ความสามารถในการสร้างสรรค์นี้ทำให้เธอเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ในปี 1969 เธอก่อตั้งแบรนด์ COMME des GARÇONS ซึ่งชื่อแบรนด์มีแรงบันดาลใจมาจากเพลงของ Françoise

Hardy ที่ชื่อ "Tous les garçons et les filles" โดย Rei เชื่อว่าผู้หญิงไม่จำเป็นต้องใส่เสื้อผ้าที่เน้นสรีระหรือแต่งตัวตามแบบแผนที่กำหนด ความงามของผู้หญิงควรอยู่นอกเหนือข้อจำกัดทางสรีระ จึงเป็นที่มาของแบรนด์ที่มีแนวคิดไม่เหมือนใคร ความสำเร็จของเธอทำให้เธอได้รับการขนานนามว่าเป็น "The Crows" หรือ "อีกา" เนื่องจากเธอมักจะใส่เสื้อผ้าสีดำ แบรนด์ก้าวเข้าสู่เวทีแฟชั่นระดับโลกในเดือนเมษายน ปี 1981 โดยเปิดตัวคอลเลกชันเสื้อผ้าผู้หญิงที่กรุงปารีสพร้อมกับ Yohji Yamamoto และ Issey Miyake สไตล์ของเธอเป็นที่สะดุดตาด้วยดีไซน์แหวกแนวแบบอาร์ตการ์ด โอเวอร์ไซส์ และการตัดเย็บที่ไม่สมมาตร การใช้สีโมโนโครมและแพตเทิร์นที่ซับซ้อนทำให้เกิดกระแสและการถกเถียงในวงการแฟชั่นตะวันตก นับเป็นผู้บุกเบิกแนวทางใหม่ในวงการแฟชั่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุค 80s เสื้อผ้าของเธอเริ่มสร้างค่านิยมใหม่ในโลกแฟชั่น โดยเฉพาะในแวดวงแฟชั่น บันเทิง และศิลปะ เสื้อผ้าของ COMME des GARÇONS ถูกมองว่าเป็นตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ที่มีความมั่นใจและโมเดิร์น นอกจากนี้เธอยังมีวิธีการนำเสนอคอลเลกชันที่แตกต่างจากแบรนด์อื่น ๆ การแต่งหน้านางแบบให้ชัด ๆ ทำผมยุ่งเหยิง และการเชิญเพื่อนสนิทหรือศิลปินมาร่วมเดินแบบ เป็นวิธีที่เธอใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร การโฆษณาของ COMME des GARÇONS ก็มีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างจากแบรนด์อื่น ๆ ซึ่งสะท้อนถึงวิสัยทัศน์ของ Rei ในการนำเสนอแฟชั่นในมุมมองที่แตกต่างและล้ำสมัย แบรนด์ COMME des GARÇONS ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงในวงการแฟชั่นด้วยแนวคิดและการออกแบบที่ไม่เหมือนใคร จากการเป็นดีไซน์เนอร์ที่ไม่มีพื้นฐานแฟชั่นมาก่อน เธอได้สร้างแบรนด์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกและมีอิทธิพลต่อวงการแฟชั่นอย่างมากมาย ความสำเร็จของเธอไม่เพียงแต่สร้างความเปลี่ยนแปลงในแฟชั่น แต่ยังเป็นแรงบันดาลใจให้กับดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่และผู้คนในวงการแฟชั่นทั่วโลก (จิต เมืองสิริขวัญ, 2564) ดังแสดงในภาพที่ 2



(ก) F2024



(ข) S2024

ภาพที่ 2 เสื้อผ้าแบรนด์ COMME des GARÇONS (ก) F2024 (ข) S2024

ที่มา <https://www.vogue.com/>

1.2.2 แบรนด์ Yohji Yamamoto เกิดเมื่อปี 1943 ในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง และสูญเสียคุณพ่อไปตั้งแต่วัยเด็ก ผลงานการออกแบบของเขามักสะท้อนถึงความมืดมนและความเศร้า โดยเฉพาะการใช้โทนสีเข้มเป็นหลัก เขาไม่ได้ศึกษาด้านแฟชั่นโดยตรง เพราะเขาจบการศึกษาด้านกฎหมายจากมหาวิทยาลัย Keio เขาเริ่มทำงานกับแม่ที่เป็นช่างตัดเย็บ หลังจากนั้นแม่ของเขาก็สนับสนุนให้เขาศึกษาแฟชั่นอย่างจริงจัง เขาจึงเข้าเรียนที่ Bunka Fashion College และเริ่มต้นอาชีพในวงการแฟชั่น ในยุค 1980s

เมื่อแฟชั่นยุโรปเน้นความหรูหราและสีสันที่สดใส Yamamoto กลับเสนอผลงานที่ตรงกันข้ามอย่างสิ้นเชิง โดยเน้นการใช้โครงสร้างที่เรียบง่ายและสีดำ ทำให้เขาโดดเด่นในฐานะที่เรียกว่า "Anti-Fashion" เขาชี้แจงว่าผลงานของเขาไม่ได้มีเจตนาเป็น Anti-Fashion แต่เป็นการท้าทายเทรนด์ในขณะนั้น และสะท้อนถึงศิลปะญี่ปุ่นที่เรียกว่า Wabi-Sabi ซึ่งเน้นความสวยงามในความไม่สมบูรณ์แบบ (Thada, 2559) ในปี 1981, Yamamoto ได้โอกาสแสดงผลงานที่ปารีสและได้สัมภาษณ์เกี่ยวกับผลงานของเขา ซึ่งเขากล่าวว่าตัวเขาไม่ชอบความสมบูรณ์แบบและมีแนวทางที่แตกต่างจากแนวทางแฟชั่นทั่วไป ต่อมา Yamamoto ได้เห็นว่าตลาดเสื้อผ้าก็หาไม่เจอ ฟังก์ชันการใช้งานมากกว่าความเป็นแฟชั่น เขามีความคิดว่าเสื้อผ้าก็หาสามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้ จึงติดต่อแบรนด์ Nike แต่ถูกปฏิเสธ จากนั้นเขาจึงติดต่อ Adidas และได้ก่อตั้งแบรนด์ Y-3 ซึ่งได้รับความนิยมในกลุ่มแฟชั่นสตรีทแวร์ แม้จะเป็นดีไซน์เนอร์ที่มีประสบการณ์มายาวนานตั้งแต่ยุค 1980s แต่เขายังคงมุมมองที่ทันสมัยและสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ ความกล้าหาญในการออกจากกรอบเดิมและความมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์งานที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้เขายังคงเป็นแรงบันดาลใจในวงการแฟชั่น วันนี้เขายังคงแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการตามความฝันและสร้างสรรค์ในแบบของตนเองอย่างเต็มที่ Yohji Yamamoto เป็นที่รู้จักในด้านการออกแบบเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์โดยเฉพาะ คือโอเวอร์ไซส์ การใช้สีดำและสไตรท์ที่เรียบง่ายแต่ลึกซึ้ง เขามักจะเลือกใช้เสื้อผ้าที่มีโครงสร้างหลวมๆ พร้อมรายละเอียดที่ดูเรียบง่ายแต่ซับซ้อนอย่างลงตัว ซึ่งสะท้อนถึงความงามในความเรียบง่าย (Bunka Fashion School, มปป.) ดังแสดงในภาพที่ 3



(ก) F2024



(ข) S2024

ภาพที่ 3 เสื้อผ้าแบรนด์ Yohji Yamamoto (ก) F2024 (ข) S2024

ที่มา <https://www.vogue.com/>

1.2.3 แบรนด์ Andreas Kronthaler for Vivienne Westwood สำหรับ Andreas Kronthaler และ Vivienne Westwood มีประวัติที่เกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดทั้งในแง่ของการทำงานร่วมกันและในแง่ของชีวิตส่วนตัว Vivienne Westwood เป็นหนึ่งในนักออกแบบแฟชั่นที่มีอิทธิพลที่สุดในประวัติศาสตร์แฟชั่น เธอเริ่มต้นจากการเป็นผู้ขายในร้านเสื้อผ้า ก่อนที่จะเริ่มสร้างชื่อเสียงในวงการแฟชั่นด้วยการก่อตั้งแบรนด์ของตัวเองในปี 1971 เธอเป็นที่รู้จักจากการนำเสนอแฟชั่นที่ท้าทายบรรทัดฐานและการสร้างสรรค์สไตล์ที่มีเอกลักษณ์ เช่น การผสมผสานแฟชั่นของยุคควิกตอเรียและฟังก์ชั่นในชุดของเธอ เธอใช้แฟชั่นเป็นเครื่องมือในการวิจารณ์สังคมและการเมือง Andreas Kronthaler เป็นนักออกแบบแฟชั่นชาวออสเตรียที่เริ่มทำงานร่วมกับ Vivienne Westwood ในปี 1988 เขาเริ่มต้นจากการเป็นนักออกแบบรุ่นใหม่ที่ช่วยสนับสนุนและร่วมสร้างผลงานกับ Westwood ในช่วงกำลังพัฒนาสไตล์ และเขาได้มีบทบาทสำคัญในการออกแบบคอลเลกชันต่าง ๆ Kronthaler ไม่เพียงแต่เป็นส่วนหนึ่งในงานออกแบบเท่านั้น แต่ยังเป็น

หุ่นส่วนในชีวิตส่วนตัวด้วย เขาและ Westwood แต่งงานกันในปี 1992 หลังจากที่ Westwood เสียชีวิตในปี 2022 Andreas Kronthaler ได้สืบทอดการบริหารและออกแบบแบรนด์ Vivienne Westwood ต่อไป งานออกแบบของ Kronthaler มักมีลักษณะเป็นการผสมผสานที่น่าสนใจระหว่างความคลาสสิกและความร่วมสมัย สะท้อนถึงการต่อยอดจากแนวทางที่ Westwood สร้างขึ้น และยังคงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์เอาไว้การทำงานร่วมกันของทั้งคู่สะท้อนถึงความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่เหมือนใครและมีอิทธิพลอย่างมากต่อวงการแฟชั่นโลก ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 เสื้อผ้าแบรนด์ Yohji Yamamoto S2024

ที่มา <https://www.vogue.com/>

1.2.4 Dry Clean Only คือแบรนด์แฟชั่นที่ เบสท์ ปฏิพัทธ์ ชัยภักดี ก่อตั้งขึ้นด้วยความหลงใหลในแฟชั่นและยังถือเป็นแบรนด์แรก ๆ ที่เลือกหยิบเอาเสื้อผ้าวินเทจมารีเมค (Remake) ใหม่ผ่านดีไซน์เฉพาะตัว ปะติดปะต่อจนออกมาเป็นเสื้อผ้าชิ้นใหม่ โดยก่อตั้งร้านแรกที่จตุจักร ในปี 2560 ปัจจุบัน (2567) สามารถซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ Dry Clean Only ได้ที่ร้าน The wonder room ชั้น 1 สยามเซ็นเตอร์ จากความชื่นชอบในแฟชั่น ได้เรียนแฟชั่นในมหาวิทยาลัย 2 ปีแล้วออกมาทำงานด้านเสื้อผ้าเลย โดยเริ่มต้นจากการทำงานที่เป็นการตกแต่งประดับประดาในแบบงานกราฟิก จากนั้นต่อยอดมาทำงานด้วยการรีอมาสร้างด้วยการ reconstruction ใหม่หรือเอาวัสดุตามยุคสมัยมาใช้เปลี่ยนไป ดังแสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 เสื้อผ้าแบรนด์ Dry Clean Only

ที่มา <https://www.siamcenter.co.th/trendupdate/Dry-Clean-Only--A-Rebellious-Mind-with-Unique-Design/215>

1.2.5 La Rocca หรือชื่อเต็ม ‘La Rocca Royalgalleryproject’ คือแบรนด์แฟชั่นริเริ่มคุณภาพสูงของ นิ รุ่งโรจน์ จันทร์กระจ่าง อดีตพ่อค้าเสื้อผ้ามือสองในจตุจักรที่ผันตัวมาเอาดีด้านการตัดเย็บเสื้อผ้าและออกแบบลวดลายเป็นของตัวเอง เอกลักษณ์ของ La Rocca คือ การหยิบจับเสื้อผ้ามือสองที่หาได้ทั่วไปในท้องตลาดมาสับสับเปลี่ยนแพตเทิร์นจนออกมาเป็นเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร ด้วยเทคนิคการต่อผ้าแบบ Patchwork มาเรียงร้อยเข้าด้วยกัน กลายเป็นงานศิลปะเฉพาะตัวที่มีหนึ่งเดียวในโลก และยากที่จะให้ใครนำไปครอบครอง ดังแสดงในภาพที่ 6 (ฐาปนี ทรัพย์สาร, 2019)



ภาพที่ 6 เสื้อผ้าแบรนด์ La Rocca

ที่มา : <https://readthecloud.co/la-rocca/>

สรุปแนวคิดการทำเสื้อผ้าแบรนด์เสื้อผ้าที่มีแนวคิดดีคอนสตรัคชั่น โดยกำหนดแนวทางในการศึกษาจากผลงานเสื้อผ้าที่เป็นสินค้าของแบรนด์เสื้อผ้า ตามแนวคิด จำนวน 3 แนวคิด คือ แนวคิดการดีคอนสตรัคชั่น แนวคิดตัดปะ และแนวคิดเอากลับมาทำใหม่ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แนวคิดการทำเสื้อผ้าแบรนด์เสื้อผ้าที่มีแนวคิดดีคอนสตรัคชั่น

แบรนด์	แนวคิดการดีคอนสตรัคชั่น (Deconstruction)	แนวคิดตัดปะ (Patchwork)	แนวคิดเอากลับมาทำใหม่ (Remake)
1. COMME des GARÇONS	✓	✓	✓
2. Yohji Yamamoto	✓	✓	✓
3. Andreas Kronthaler for Vivienne Westwood	✓	✓	✓
4. Dry Clean Only	✓	✓	✓
5. La Rocca	✓	✓	✓

จากตารางที่ 1 พบว่า แบรนด์เสื้อผ้าที่มีแนวคิด Deconstruction ทั้ง 5 แบรนด์ มีแนวทางการผลิตเสื้อผ้าที่เหมือนกับ

ประกอบแนวคิดการตีคอนสตรัคชั่น แนวคิดตัดปะ และแนวคิดเอากลับมาทำใหม่ ผู้วิจัยจึงสรุปแนวคิดด้วยการทำ Moodboard เสื้อผ้ามือสองกลับมาเพิ่มมูลค่าด้วยแนวคิดตีคอนสตรัคชั่น โดยการนำแรงบันดาลใจจากแนวคิดของศิลปินที่มีนำแนวความคิด ตีคอนสตรัคชั่นมาออกแบบ ประกอบด้วยแนวคิดการตีคอนสตรัคชั่น แนวคิดตัดปะ และแนวคิดเอากลับมาทำใหม่ เน้นการปรับเปลี่ยนและผสมผสานโครงสร้างจากเสื้อผ้าชิ้นเดิมที่ดูเรียบง่ายแต่ซับซ้อน แปลกตา และสร้างสรรค์ ดังแสดงในภาพที่ 7 และกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป็นเพศหญิง และ LGBTQ+ อายุ 30 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือน 50,000 -65,000 บาท อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทด้านแฟชั่น การตลาด และโฆษณาประชาสัมพันธ์ สนใจแฟชั่น ชอบความโดดเด่น มีความมั่นใจในตัวเอง มักไปงานเลี้ยงสังสรรค์เป็นประจำ extrovert สนใจงานศิลปะ ชอบการถ่ายรูป และท่องเที่ยว ดังแสดงในรูปที่ 8



ภาพที่ 7 Moodboard แรงบันดาลใจจากผลงานของศิลปินที่มีนำแนวความคิดตีคอนสตรัคชั่น



ภาพที่ 8 Moodboard กำหนดกลุ่มผู้บริโภค

2) ผลการออกแบบการนำเสื้อผ้ามือสองกลับมาเพิ่มมูลค่าด้วยแนวคิดตีคอนสตรัคชั่น

2.1) ผลการออกแบบเสื้อสตรีจากผ้ายีนส์มือสอง จำนวน 6 ชุด นำภาพการออกแบบเสื้อผ้าจากผ้ายีนส์มือสอง จำนวน 6 ชุด โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 5 คน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตัดเย็บจำนวน 3 คน และด้านการออกแบบจำนวน 2 คน โดยทั้ง 6 ชุด ผ่านการประเมินในระดับดี สามารถผลิตเป็นเสื้อผ้าได้ ดังแสดงในภาพที่ 9, 10



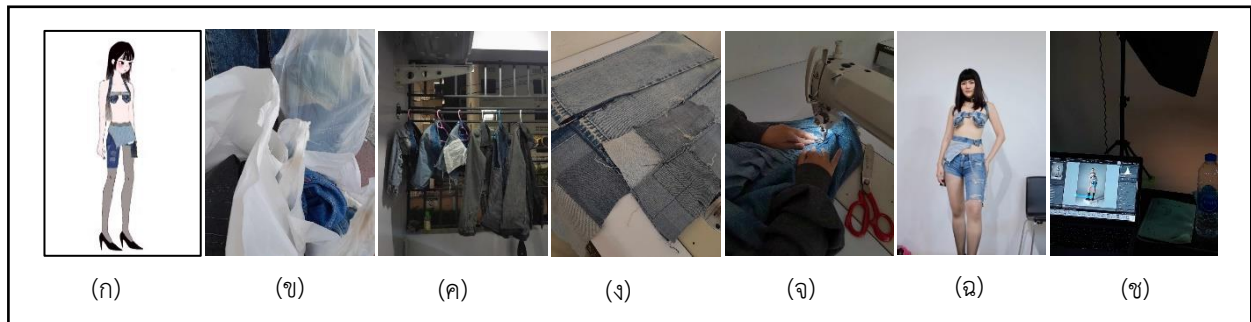
ภาพที่ 9 แสดงแบบร่างการออกแบบการนำเสื้อผ้ามือสองกลับมาเพิ่มมูลค่าด้วยแนวคิดดีไซน์สตรีชั่น (ก) รูปแบบที่ 1
(ข) รูปแบบที่ 2 (ค) รูปแบบที่ 3



ภาพที่ 10 แสดงแบบร่างการออกแบบการนำเสื้อผ้ามือสองกลับมาเพิ่มมูลค่าด้วยแนวคิดดีไซน์สตรีชั่น (ง) รูปแบบที่ 4
(จ) รูปแบบที่ 5 (ฉ) รูปแบบที่ 6

2.2 นำรูปแบบของเสื้อผ้ายีนส์มาตัดเย็บจริง ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน คือ 1) ร่างแบบ กำหนดตามแรงบันดาลใจของนักออกแบบและร่างแบบเพื่อเตรียมตัดเย็บ 2) เลือกผ้ายีนส์มือสอง เลือกตามแนวคิดและแบบร่างในขั้นตอนที่ 1 3) ทำความสะอาดและตากให้แห้ง เพื่อเป็นการเตรียมวัตถุดิบก่อนนำมาตัดเย็บ และสะอาดพร้อมสำหรับการสวมใส่ 4) ตัดผ้ายีนส์และวางแบบ ตัดต่อผ้า โดยกำหนดพื้นที่ใช้สอยบนเสื้อผ้ายีนส์แล้วตัดตามแบบร่างที่วางแผนไว้ 5) เย็บผ้าตามแบบร่างที่ออกแบบไว้ ซึ่งทำการเย็บต่อตะเข็บแบบเข็มเดียว จากนั้นพันริมกันรุ่ม จากนั้นตัดเย็บตามรูปแบบที่ได้กำหนดพร้อมตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป 6) ลองชุดกับนางแบบ เพื่อเปรียบเทียบการสวมใส่ให้พอดีกับนางแบบ 7) ถ่ายแบบ

ดังแสดงในภาพที่ 11 ได้ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้ามือสองกลับมาเพิ่มมูลค่าด้วยแนวคิดคิคอนสตรัคชั่น จำนวน 6 ชุด ดังแสดงในภาพที่ 12 และทำการจัดแสดงผลงานการเดินแบบ ดังแสดงในภาพที่ 13



ภาพที่ 11 ขั้นตอนการตัดเย็บเสื้อผ้า (ก) ร่างแบบ (ข) เลือกผ้ายีนส์มือสอง (ค) ทำความสะอาดและตากให้แห้ง (ง) ตัดผ้ายีนส์และวางแบบตัดต่อผ้า (จ) เย็บผ้าตาม (ฉ) ลองชุดกับนางแบบ (ช) ถ่ายแบบ



ภาพที่ 12 เสื้อผ้ามือสองกลับมาเพิ่มมูลค่าด้วยแนวคิดคิคอนสตรัคชั่น ต้นแบบจำนวน 6 ชุด



ภาพที่ 13 แสดงรูปแบบเสื้อผ้าการนำเสื้อผ้ามือสองกลับมาเพิ่มมูลค่าด้วยแนวคิดดีคอนสตรัคชัน

สรุปผลการทดลอง/ อภิปรายผล

ผลการออกแบบการนำเสื้อผ้ามือสองกลับมาเพิ่มมูลค่าด้วยแนวคิดรีอัสสร้าง สามารถสรุปแนวคิดดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction) ในแนวทางการนำไปใช้กับการออกแบบเสื้อผ้า จึงหมายถึง การนำเสื้อผ้ามามากลิโครงสร้างใหม่ แล้วทำการประกอบสร้างใหม่ด้วยแนวคิดใหม่ของนักออกแบบแฟชั่น เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่สามารถให้เกิดการใช้งานเสื้อผ้าชิ้นใหม่ตามความต้องการ โดยการใช้เทคนิคตามความถนัด ถือเป็นการสร้างสรรค์งานศิลปะอีกแขนงที่สะท้อนอัตลักษณ์ของศิลปินบนผืนผ้าได้อย่างเฉพาะตัว จนกลายเป็นงานศิลปะที่มีคุณค่าที่สามารถนำเสนอบนร่างกายของผู้คนได้ สำหรับการศึกษาแบรนด์เสื้อผ้าที่มีแนวคิด Deconstruction จำนวน 5 แบรนด์ คือ COMME des GARÇONS, Yohji Yamamoto, Andreas Kronthaler for Vivienne Westwood, Dry Clean Only, และ La Rocca พบว่า ทั้ง 5 แบรนด์ มีแนวทางการผลิตเสื้อผ้าที่เหมือนกันโดยประกอบด้วยแนวคิดการดีคอนสตรัคชัน แนวคิดตัดปะ และแนวคิดเอากลับมาทำใหม่ ผู้วิจัยจึงสรุปแนวคิดด้วยการทำ Moodboard และได้สร้างสรรค์ผลงานโดยในการศึกษาและออกแบบในครั้งนี้ ได้จัดทำเสื้อผ้า 1 คอลเลกชัน จำนวน 6 ชุด นำภาพการออกแบบเสื้อผ้าจากผ้ายีนส์มือสอง จำนวน 6 ชุด โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 5 คน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญทางการตัดเย็บจำนวน 3 คน และด้านการออกแบบจำนวน 2 คน โดยทั้ง 6 ชุด ผ่านการประเมินในระดับดี สามารถผลิตเป็นเสื้อผ้าได้ จึงนำผ้ายีนส์มาทำการตัดเย็บ มีขั้นตอนการตัดเย็บเสื้อผ้าจำนวน 7 ขั้นตอน คือ 1) ร่างแบบ 2) เลือกผ้ายีนส์มือสอง 3) ทำความสะอาดและตากให้แห้ง 4) ตัดผ้ายีนส์และวางแบบตัดต่อผ้า 5) เย็บผ้าตาม 6) ลองชุดกับนางแบบ 7) ถ่ายแบบ สอดคล้องกับ ชุดิภาส อุดสุต (2560) กล่าวว่า ผู้บริโภคได้ตั้งเป้าหมายไว้ก่อนภายในใจ หลังจากนั้นจึงใช้การบริโภคสินค้าหรือบริการในการเป็นตัวการให้ไปถึงจุดหมายนั้น การเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลโดยตรงกับการเปลี่ยนแปลงด้านการแต่งกาย ในประเทศไทยมีการประยุกต์เครื่องแต่งกายผลิตเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นในเชิงพาณิชย์เพื่อการสร้างรายได้ สร้างอาชีพ (สุรเกียรติ์ รัตนอำนวยศิริ, 2565) และสอดคล้องกับ Ida Marie Sandvik and Wendy Stubbs, 2019 กล่าวว่า ปัญหาขยะแฟชั่นควรมีการพิจารณาจากผู้ที่เกี่ยวข้องและ

พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยให้การสนับสนุนเรื่องระเบียบ ความร่วมมือ ในการสร้างกระแสการใช้ประโยชน์จากสิ่งทอรีไซเคิล แม้แต่ในบริษัทที่ผลิตผ้ายีนส์ ได้แก่ แบรินด์ Cone Denim ยังร่วมมือกับแบรนด์ Unifi ในปี 2557 มีการใช้ผ้ายีนส์มือสองมาปั่นใหม่ ร่วมกับขวดพลาสติกเพื่อผลิตเป็นกางเกงยีนส์ตัวใหม่ (Kaikobad, N. K., et al., 2015)

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์รักษ์โลก โดยเสื้อผ้ามือสองเฉพาะผ้ายีนส์เป็นวัตถุดิบหลักในการออกแบบ ควรมีการศึกษาเพิ่มขึ้นเรื่องวัตถุดิบท้องถิ่นที่นำมาใช้ตกแต่ง เพื่อให้เกิดความหลากหลายเป็นสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
2. ผลลัพธ์เสื้อผ้ามือสอง ควรมีการสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคในประเด็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะที่เป็นผู้บริโภคเสื้อผ้ามือสองเพื่อให้ได้แนวคิดที่แปลกใหม่ นำไปสู่การออกแบบเสื้อในรูปแบบตามเพศ หรือความต้องการของลูกค้าเพิ่มเติม

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์และเจ้าหน้าที่สาขาวิชาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้ให้การสนับสนุนแนวคิดและอุปกรณ์สำหรับการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- จิตาภา บุญเมือง. (2566, 29 สิงหาคม). *Fashion 101: Deconstruction* เมื่อการ “รื้อถอน” กลายเป็นศิลปะในโลกแห่งแฟชั่น. *Fashion 101: Deconstruction...เมื่อการ “รื้อถอน” กลายเป็นศิลปะในโลกแห่งแฟชั่น! - L'Officiel Thailand* (lofficielthailand.com)
- จิต เมืองสิริขวัญ. (2564, 14 มีนาคม). COMME des GARÇONS. เมื่อแบรนด์ขบถในโลกแฟชั่นจากฝั่งตะวันออกปฏิวัติโลกแฟชั่นตะวันตก. <https://adaymagazine.com/comme-des-garcons/>
- ชวีศา เขยจรรยา และวิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์. (2564). แฟชั่นยั่งยืน: การรับรู้และวิถีปฏิบัติจากประเทศไทย. *วารสารพัฒนาการเศรษฐกิจปริทรรศน์*, 15(1), 81-106.
- ชุตินาส อุดมสุด. (2560). การศึกษาทัศนคติของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมเพื่อการส่งเสริมสถานะทางสังคม, การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ฐาปนี ทรัพย์สาร. (2562, 18 เมษายน). *Heartmade by Hands*. *La Rocca* แบรนด์ที่คืนชีพเสื้อผ้าใกล้ตายจนมาแรงขนาดชาวต่างชาติบินตรงมาซื้อโดยเฉพาะ - The Cloud (readthecloud.co)
- ณัฐภูมิ ผิวอ่อน และจิรัชญา วันจันทร์. (2565). การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี ด้วยแรงบันดาลใจจากร่องรอยของโรคต่างชา. *วารสาร ศิลปกรรมสาร*, 15(1), 1-17.
- บรรณวิทิต จิตชู. (2560). การออกแบบเครื่องแต่งกายจากเสื้อผ้ามือสอง แนวคิดสตรีทแฟชั่น (Street Fashion). [ศิลปนิพนธ์ ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.

- ภานุ แสง-ชูโต. (2561). การรื้อสร้างภาพยนตร์ศิลปะ: หน่วยความทรงจำวัยเด็กของฉัน. ปรินญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- รังสรรค์ นัยพรมศ. (2562). การเมืองวัฒนธรรมกับการรื้อสร้างวรรณศิลป์ในวรรณคดีลาว. ปรินญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- ราวิน รุ่งสว่าง และศิริ อริญนารรถ. (2564). การสร้างสรรค์ตราสินค้าแฟชั่นจากนวัตกรรมการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าสำหรับกลุ่มแอนโดรจีนัสเมล (Androgynous Male). *วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์*, 8(1), 59-80.
- คินีนาถ ศรีบุญมย์. (2563, 23 เมษายน). *ปรัชญาปฏิรูปนิยม (Recondtructionism)*. <https://www.gotoknow.org/posts/677142>
- สุรเกียรติ รัตนอำนวยศิริ. (2565). ทูทางวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นร่วมสมัย. *วารสารศิลปกรรมบูรพา*, 25(2), 51-69.
- Bunka Fashion School. (มปป.). *Yohji Yamamoto*.
<https://www.bunkafashion.com/yohji-yamamoto/>
- Ida Marie Sandvik and Wendy Stubbs. (2019). Circular fashion supply chain through textile-to-textile recycling. *Journal of fashion marketing and management*. 23(3). 366-381.
- Kaikobad, N. K., Bhuiyan, M. Z. A., Sultana, F., & Rahman, M. (2015). Fast fashion: Marketing, recycling and environmental issues. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 4(7), 28-33.
- Najmul Kadir Kaikobad, Md. Zafar Alam Bhuiyan, Farhana Sultana and Mahmudur Rahman. (2015). Fast fashion: marketing, recycling and environmental issues. *International Journal of humanities and social science invention*, 4(7). 28-33.
- Nirvana. (2562). *Deconstruction แนวคิดสร้างความแตกต่าง แห่งสถาปัตยกรรม*.
Deconstruction แนวคิดสร้างความแตกต่าง แห่งสถาปัตยกรรม | Nirvana Daii (nirvanadevelopment.co.th)
- Siam center. (2024). *Dry Clean Only*.
<https://www.siamcenter.co.th/trendupdate/Dry-Clean-Only--A-Rebellious-Mind-with-Unique-Design/215>
- Thada. (2559, 19 กุมภาพันธ์) Yohji Yamamoto ดีไซน์เนอร์ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากความสูญเสีย และโชคเศร้า
<https://www.unlockmen.com/yohji-yamamoto/>
- XueYang. (2024). Sustainable Strategy Management of Waste Textile Circular Economic in Fashion Brand Ganzhou Jiangxi the People's Republic of Chian. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี* (Online), 10(2). 144-160.