

การพัฒนาสิ่งทอแฟชั่นจากผ้าลูกไม้เหลือทิ้งด้วยการผสมผสานเทคนิคโครเชต์ ภายใต้แนวคิดอัพไซเคิลสำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นซี

The Development of Fashion Textiles from Lace Waste through the Integration of Crochet Techniques under the Upcycling Concept for Generation Z

Received
Revised
Accepted

June 25, 2025
July 7, 2025
July 10, 2025

ดาลิตา เกตุศักดิ์¹

บทคัดย่อ

การพัฒนาสิ่งทอแฟชั่นจากผ้าลูกไม้เหลือทิ้งด้วยการผสมผสานเทคนิคโครเชต์ ภายใต้แนวคิดอัพไซเคิลสำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นซี เป็นการศึกษาวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methodology Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดลองและพัฒนาเทคนิคการสร้างพื้นผิวสิ่งทอรูปแบบใหม่จากเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง ด้วยการประยุกต์ใช้เทคนิคโครเชต์ ภายใต้แนวคิดอัพไซเคิล เพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นสำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นซี การวิจัยประกอบด้วยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณร่วมกับกระบวนการทดลองเชิงสร้างสรรค์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเทคนิคโครเชต์สามารถนำเศษผ้าลูกไม้ที่มีพื้นผิวและลวดลายแตกต่างกันมาผสมผสานเป็นสิ่งทอใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดด้านความยั่งยืนโดยการใช้วัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผลิตภัณฑ์ที่ได้สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสำคัญต่อการแสดงออกทางตัวตนและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม งานวิจัยนี้จึงสามารถเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นเชิงสร้างสรรค์ที่ต่อยอดจากวัสดุเหลือใช้ให้มีมูลค่าและความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่

คำสำคัญ: สิ่งทอแฟชั่น, ผ้าลูกไม้, โครเชต์, อัพไซเคิล, เจนเอเรชั่นซี

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Abstract

This research explores the development of fashion textiles from discarded lace by integrating crochet techniques under the upcycling concept for Generation Z. The study employs a mixed methodology approach, combining quantitative data collection with experimental and creative textile development. The primary objective is to experiment with and develop surface construction techniques using lace waste and crochet methods to create innovative textiles, ultimately leading to the design of fashion products tailored to Generation Z. Findings indicate that crochet techniques effectively transform various textures and patterns of lace remnants into new, unique textile surfaces. This approach aligns with sustainable design practices by maximizing the value of waste materials. The resulting products reflect the identity of Generation Z, who prioritize self-expression and environmental consciousness. This study thus provides a viable framework for creatively repurposing textile waste into value-added fashion items suited to the values and lifestyles of emerging consumer groups.

Keywords: Fashion Textile, Lace, Crochet, Upcycle, Generation Z

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมแฟชั่นได้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะแนวโน้มแฟชั่นรวดเร็ว (Fast Fashion) หรือกระบวนการผลิตเสื้อผ้าในปริมาณมาก โดยใช้เวลาน้อยและต้นทุนต่ำ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยแม้ว่ารูปแบบนี้จะทำให้สินค้าแฟชั่นเข้าถึงได้ง่ายและราคาถูกลง แต่กลับก่อให้เกิดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง ทั้งในด้านการใช้ทรัพยากร การปล่อยสารพิษ และการสะสมของขยะจากอุตสาหกรรม โดยเฉพาะเศษผ้าที่เหลือทิ้งในกระบวนการผลิต ขณะเดียวกันหนึ่งในปัญหาหลักที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นรวดเร็ว (Fast Fashion) คือปริมาณขยะจากอุตสาหกรรมสิ่งทอที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ยกตัวอย่างเช่น การเติบโตของแบรนด์แฟชั่นรวดเร็วอย่าง Shein ซึ่งสามารถปล่อยสินค้าแฟชั่นใหม่กว่า 7,000 แบบต่อวันเพื่อให้ทันต่อกระแสโซเชียลมีเดีย ส่งผลให้ผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาและยุโรปซื้อเสื้อผ้าในปริมาณมากแต่สวมใส่เพียงไม่กี่ครั้งก่อนทิ้ง ข้อมูลจาก RMIT University (2024) ระบุว่าในปี 2023 สินค้าของ Shein ครองส่วนแบ่งตลาดฟาสต์แฟชั่นออนไลน์ในสหรัฐอเมริกามากถึงร้อยละ 40 ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการเพิ่มปริมาณขยะสิ่งทอย่างมหาศาล นอกจากนี้ ในสหราชอาณาจักร มีรายงานว่ามีการบริจาคเสื้อผ้าเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 20 ภายในปีเดียว แต่เสื้อผ้าที่บริจาคมากกว่าครึ่งยังคงไม่สามารถจำหน่ายต่อไปได้

เนื่องจากเป็นสินค้าแฟชั่นรวดเร็วคุณภาพต่ำ (Business Insider, 2023; Textile World, 2024) จากข้อมูลของ Ellen MacArthur Foundation (2017) พบว่าในแต่ละปีมีเสื้อผ้ามากกว่าร้อยละ 73 ถูกฝังกลบหรือเผาทิ้ง และมีเพียงร้อยละ 1 เท่านั้นที่ถูกรีไซเคิลกลับมาใช้ใหม่อย่างแท้จริง นอกจากนี้โรงงานผลิตเสื้อผ้าจำนวนมากมักทิ้งเศษผ้าจากการตัดเย็บ เช่น เศษผ้าฝ้าย ผ้าโพลีเอสเตอร์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เศษผ้าลูกไม้ ซึ่งมีลักษณะพิเศษที่ไม่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ง่าย เนื่องจากมักประกอบด้วยเส้นใยสังเคราะห์ผสมกันหลายชนิด โดยเศษผ้าลูกไม้จำนวนมากถูกทิ้งเป็นขยะอุตสาหกรรมโดยไม่มีการนำกลับมาใช้ซ้ำหรือแปรรูป แม้ว่าจะเป็นวัสดุที่มีความสวยงามและมีศักยภาพด้านการออกแบบสร้างสรรค์ ปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการขาดระบบจัดการวัสดุเหลือใช้ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการไม่ตระหนักถึงศักยภาพของวัตถุดิบเหล่านี้ในแง่ของการใช้ซ้ำหรือรีไซเคิล

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกสิ่งทอรายสำคัญของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะผ้าลูกไม้ซึ่งมีชื่อเสียงด้านความประณีตและลวดลายเฉพาะตัวที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่นทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก อย่างไรก็ตาม โรงงานผลิตผ้าลูกไม้หลายแห่งในภาคกลาง เช่น จังหวัดสมุทรสาคร นครปฐม และกรุงเทพมหานคร ต้องเผชิญกับปัญหาปริมาณเศษผ้าที่เหลือจากกระบวนการผลิตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการสำรวจของศูนย์วิจัยเทคโนโลยีสิ่งทอและสิ่งแวดล้อม (THTI, 2022) พบว่าโรงงานผลิตผ้าลูกไม้ขนาดกลางในไทยสามารถสร้างเศษผ้าสูงถึง 500–800 กิโลกรัมต่อเดือน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผ้าลูกไม้โพลีเอสเตอร์ที่มีโครงสร้างซับซ้อน ทำให้ไม่สามารถรีไซเคิลด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมได้ง่าย นอกจากนี้ เศษผ้าลูกไม้จำนวนมากยังไม่ถูกนำกลับมาใช้ใหม่ และมักถูกทิ้งร่วมกับขยะทั่วไป ส่งผลให้สูญเสียทรัพยากรและเพิ่มภาระต่อระบบจัดการขยะของท้องถิ่น ดังนั้น การให้ความสำคัญต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากอุตสาหกรรมแฟชั่นจึงไม่ใช่แค่ประเด็นเชิงนโยบายหรือการบริโภคเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อภาคการผลิตต่อทรัพยากรที่ใช้และของเสียที่สร้างขึ้น การพัฒนานวัตกรรมด้านการจัดการเศษวัสดุ การออกแบบเพื่อการใช้ซ้ำ และการสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในอุตสาหกรรมแฟชั่น จึงเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยลดปริมาณขยะจากแฟชั่น และยกระดับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ขณะเดียวกันในยุคที่สื่อดิจิทัลและโลกออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตประจำวัน กลุ่มเยาวชนรุ่นใหม่โดยเฉพาะเจนเอเรชั่นซี (Generation Z) ได้กลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ทรงอิทธิพลในตลาดแฟชั่นทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ความเข้าใจและความตระหนักในปัญหาจากอุตสาหกรรมแฟชั่นของกลุ่มคนรุ่นนี้ก็เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ โดยสะท้อนออกมาในพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มเจนเอเรชั่นซีมักจะตระหนักถึงประเด็นเหล่านี้โดยเริ่มปรากฏอย่างชัดเจนในสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มหลักที่คนรุ่นนี้ใช้ในการแสดงออกและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การศึกษาของ McKinsey & Company (2020) พบว่า ร้อยละ 75 ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นซี (Generation Z) ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน และมีแนวโน้มสนับสนุนแบรนด์ที่แสดงความโปร่งใสในกระบวนการผลิต อีกทั้งยังให้ความสนใจกับสินค้ามือสอง (second-hand), แฟชั่นการนำกลับมาใช้ใหม่ (upcycled fashion), และแบรนด์ท้องถิ่นที่มีแนวคิดรักโลก นอกจากนี้

ประเทศไทยเริ่มเห็นพฤติกรรมที่สะท้อนถึงความสนใจด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเจนเอเรชั่นซีเพิ่มมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การสนับสนุนการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านช่องทางออนไลน์ การเข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนเสื้อผ้า และการสนับสนุนแบรนด์ขนาดเล็กที่ผลิตสินค้าจำนวนจำกัดด้วยวัสดุที่ยั่งยืน นอกจากนี้ ยังมีการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น ติกต็อก (TikTok), อินสตาแกรม (Instagram) และเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่รณรงค์ให้คนรุ่นใหม่ลดการบริโภคเสื้อผ้าเกินความจำเป็น และหันมาใช้เสื้อผ้าให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้น กลุ่มเจนเอเรชั่นซีจึงกลายเป็นกลุ่มสำคัญที่มีบทบาททั้งในฐานะผู้บริโภคและผู้ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะในด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน พฤติกรรมการบริโภคของคนรุ่นนี้แสดงให้เห็นถึงความตระหนักรู้ในปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และมีแนวโน้มเลือกสนับสนุนแบรนด์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อธรรมชาติ รวมถึงให้ความสำคัญกับแนวทางการบริโภคที่ช่วยลดของเสีย เช่น การใช้ซ้ำ (Reuse), การรีไซเคิล (Recycle) และการอัพไซเคิล (Upcycle)

การอัพไซเคิล (Upcycle) คือกระบวนการเปลี่ยนวัสดุเหลือใช้ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณค่าเพิ่มขึ้น ซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้นในแวดวงแฟชั่น โดยเฉพาะในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี (Generation Z) ที่มองว่าเสื้อผ้าเป็นเครื่องมือในการแสดงตัวตนและอุดมการณ์ ไม่ใช่เพียงการตามกระแสแฟชั่นแบบสินค้าแฟชั่นรวดเร็ว (Fast Fashion) เท่านั้น (Niinimäki et al., 2020) โดยเฉพาะเศษผ้าลูกไม้ซึ่งเป็นวัสดุที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในด้านลวดลายละเอียดและความสวยงามทางศิลปะ ทำให้เป็นหนึ่งในวัสดุที่ได้รับความสนใจจากคนรุ่นใหม่ในการนำมาอัพไซเคิลเป็นสินค้าแฟชั่นใหม่ เช่น เสื้อผ้าดีไซน์เฉพาะ กระเป๋า ของตกแต่ง หรือแม้กระทั่งงานศิลปะ โดยปัจจุบันพบว่ามีนักออกแบบรุ่นใหม่เริ่มนำเศษผ้าลูกไม้จากโรงงานมาออกแบบและสร้างสรรค์เป็นคอลเลกชันที่เน้นความยั่งยืนและการเล่าเรื่องราวของวัสดุ เช่น โครงการ Lace Reborn จากนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งนำเศษผ้าลูกไม้ที่เหลือจากอุตสาหกรรมมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าชุดใหม่แบบทำมือ (Handmade) โดยถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมและการลดขยะในคราวเดียวกัน (Thailand Textile Institute, 2022) อย่างไรก็ตาม เศษเหลือทิ้งของผ้าลูกไม้จากโรงงานมีความหลากหลายทั้งในด้านโครงสร้างผ้า สี วัสดุ และพื้นผิว การอัพไซเคิล (Upcycle) จึงกลายเป็นแนวทางสำคัญในการเปลี่ยนของเสียเหล่านี้ให้กลับมามีคุณค่าอีกครั้ง โดยเฉพาะเมื่อนำมาประยุกต์ร่วมกับเทคนิคโครเซต์ ซึ่งเป็นงานถักที่ใช้เข็มโครเซต์สร้างลวดลายและรูปทรงจากเส้นด้ายหรือเศษผ้า เทคนิคโครเซต์ในฐานะงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีรากฐานทางวัฒนธรรม ได้รับการนำกลับมาใช้อย่างแพร่หลายในงานออกแบบแฟชั่นยุคใหม่ เนื่องจากความยืดหยุ่นในการสร้างพื้นผิว รูปทรง และลวดลาย อีกทั้งยังสามารถผสานเข้ากับวัสดุที่มีลักษณะไม่แน่นอน เช่น เศษผ้าเหลือทิ้งได้อย่างกลมกลืน ตัวอย่างเช่น งานของ Grimaud (2021) แสดงให้เห็นว่าโครเซต์สามารถใช้สร้างพื้นผิวซ้อนทับ (Layered Surface) กับวัสดุโปร่งเบาอย่างผ้าลูกไม้เพื่อเพิ่มมิติทางสายตาและคุณค่าทางศิลปะได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น จากที่มาและความสำคัญของการอัพไซเคิลผ้าลูกไม้ ไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณขยะสิ่งทอแต่ยังเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่สร้างอัตลักษณ์ผ่านแฟชั่นที่มีเรื่องราวและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

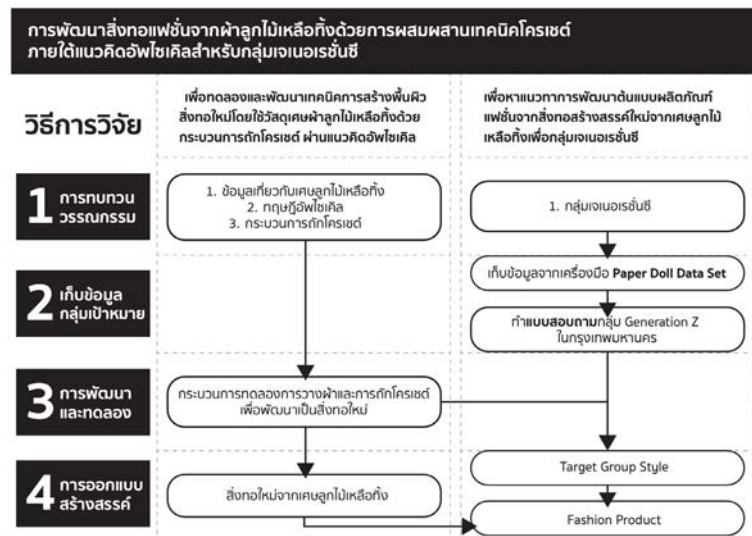
สอดคล้องกับความนิยมของแนวคิดนี้ที่แสดงให้เห็นว่า เจเนอเรชั่นซีไม่ได้เพียงแค่บริโภคเพื่อความสวยงามหรือราคาถูก แต่ยังเลือกบริโภคอย่างมีความหมายและมีจุดยืนที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จึงเกิดเป็นช่องว่างทางการศึกษาและการพัฒนางานออกแบบสร้างสรรค์สิ่งทอแฟชั่นจากผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง ด้วยการผสมผสานเทคนิคโครเซต ภายใต้แนวคิดอ็อปไซเคิลสำหรับกลุ่มเจเนอเรชั่นซี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทดลองและพัฒนาเทคนิคการสร้างพื้นผิวสิ่งทอใหม่ โดยใช้วัสดุเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้งผ่านกระบวนการถักโครเซต ผ่านแนวคิดอ็อปไซเคิล
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากสิ่งทอสร้างสรรค์ใหม่จากเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง เพื่อกลุ่มเจเนอเรชั่นซี

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยนี้เป็นกระบวนการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณร่วมกับกระบวนการทดลองด้านการออกแบบและการผลิตผลงานสร้างสรรค์ โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 : วิธีดำเนินการวิจัย (ดาไลตา เกตุศักดิ์, 2568)

1. การทบทวนวรรณกรรม เป็นการศึกษางานวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง ทฤษฎีอ็อปไซเคิล กระบวนการถักโครเซต และกลุ่มเจเนอเรชั่นซี

2. การเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย โดยรวบรวมภาพจากสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อศึกษาลักษณะสไตล์ของกลุ่มเป้าหมายด้วยเครื่องมือ Paper Doll Data Set และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย โดยวิเคราะห์ผลด้วยการหาค่าความถี่และค่าเฉลี่ยร้อยละ

3. การพัฒนาและการทดลองสิ่งทอสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการทดลองและพัฒนาสิ่งทอใหม่โดยใช้เทคนิคโครเชต์เพื่อสร้างสรรค์สิ่งทอให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสไตล์ในปัจจุบัน

4. การออกแบบผลงานสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการบูรณาการองค์ความรู้และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเข้ากับกระบวนการพัฒนาสิ่งทอใหม่ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง

อุตสาหกรรมสิ่งทอถือเป็นหนึ่งในภาคการผลิตสำคัญของประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น เครื่องนุ่งห่ม และงานหัตถกรรม โดยเฉพาะผ้าลูกไม้ซึ่งมักถูกนำมาใช้ในการตกแต่งเสื้อผ้า ผ้าม่าน หรือชุดราตรี อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตผ้าลูกไม้ในโรงงานกลับมีปัญหาหนึ่งที่ถูกมองข้าม คือ เศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้งซึ่งกลายเป็นขยะอุตสาหกรรมจำนวนมาก และยังไม่มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เศษผ้าลูกไม้ที่เหลือจากการตัดเย็บหรือการผลิตในจำนวนมากมักเป็นชิ้นเล็ก ชำรุด หรือไม่สามารถนำไปใช้ในการผลิตหลักได้อีก ยกตัวอย่างเช่น เศษผ้าลูกไม้จากบริษัท ของตาเซีย จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าลูกไม้สำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยเฉพาะชุดชั้นในสตรี ที่มีปริมาณผ้าลูกไม้เหลือทิ้งจำนวนมาก โดยในหลายกรณี เศษวัสดุเหล่านี้จะถูกกำจัดด้วยวิธีการเผาหรือฝังกลบ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในด้านมลพิษทางอากาศและการสูญเสียพื้นที่ฝังกลบ นอกจากนี้ ยังถือเป็นการสูญเสียทรัพยากรอย่างไม่คุ้มค่า เนื่องจากวัสดุลูกไม้มีต้นทุนสูงและผลิตจากเส้นใยคุณภาพดี อย่างไรก็ตาม เศษผ้าลูกไม้เหล่านี้กลับมีศักยภาพอย่างมากในการสร้างมูลค่าเพิ่ม หากได้รับการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับแนวคิดการอัพไซเคิล (Upcycle) เช่น การนำไปทำเป็นเครื่องประดับ เสื้อผ้าแนวแฟชั่น หรือแม้กระทั่งศิลปะติดตั้ง การให้ความสำคัญกับเศษวัสดุเหลือทิ้งประเภทนี้ ไม่เพียงช่วยลดปริมาณขยะ แต่ยังส่งเสริมแนวคิดการออกแบบสร้างสรรค์เพื่อความยั่งยืนอีกด้วย

1.2 ทฤษฎีอัพไซเคิล (Upcycling)

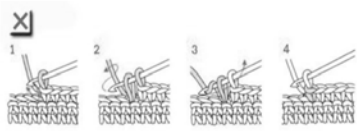
การอัพไซเคิล (Upcycling) คือกระบวนการนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่โดยไม่ผ่านกระบวนการย่อยสลาย แต่เน้นการเพิ่มมูลค่าผ่านการออกแบบและการแปรรูปให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์

ใหม่ที่มีประโยชน์และความงามมากขึ้น (McDonough & Braungart, 2002) ในอุตสาหกรรมแฟชั่น ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างของเสียมากที่สุดในโลก การอัพไซเคิลเศษผ้า เช่น ผ้าตัดเหลือ, เศษผ้าลูกไม้, หรือเสื้อผ้าวางเก่า จึงกลายเป็นทางเลือกสำคัญในการลดขยะ ลดการใช้ทรัพยากรใหม่ และตอบสนองต่อกระแสแฟชั่นอย่างยั่งยืน กระบวนการอัพไซเคิลไม่เพียงช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ให้กับชุมชนหรือธุรกิจขนาดเล็ก โดยเฉพาะในประเทศไทยที่มีงานฝีมือท้องถิ่นเป็นจุดเด่น (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2565) นอกจากนี้ ในปัจจุบันที่เกิดวิกฤตสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวทางอัพไซเคิลจึงกลายเป็นการจัดการของเสียและเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมแฟชั่นไปสู่ความยั่งยืน

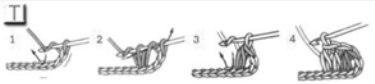
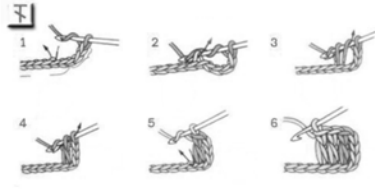
1.3 กระบวนการถักโครเชต์

โครเชต์ (Crochet) เป็นเทคนิคการถักด้วยเข็มเดียวที่สามารถสร้างลวดลายและพื้นผิวของผ้าได้อย่างหลากหลาย เดิมทีนิยมใช้ในงานหัตถกรรม แต่ในปัจจุบันได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบแฟชั่นร่วมสมัย โดยเฉพาะในผลงานที่เน้นความประณีตและความมีมิติของพื้นผิวผ้า เทคนิคนี้ยังสามารถผสมผสานกับวัสดุอื่น เช่น ผ้า หรือเส้นใยรีไซเคิล เพื่อสร้างความหลากหลายทางรูปแบบ และสัมผัสของชิ้นงาน (Rissanen & McQuillan, 2016) สำหรับการออกแบบเพื่อความยั่งยืน โครเชต์สามารถถักชิ้นงานได้ตามขนาดจริง จึงช่วยลดเศษวัสดุที่เกิดจากการตัดเย็บและลดการพึ่งพาเครื่องจักร งานวิจัยของ DeLong และ Fiore (2019) ยังเน้นว่าโครเชต์สนับสนุนแนวคิดการผลิตชิ้นงานแบบชิ้นเดียว (One-piece Construct) ซึ่งช่วยลดขั้นตอนในกระบวนการผลิตลงอย่างชัดเจน นอกจากนี้ การใช้โครเชต์ยังเป็นการสืบสานงานหัตถกรรมดั้งเดิมเข้าสู่โลกแฟชั่นร่วมสมัย โดยเฉพาะเมื่อนำมาผสมผสานกับวัสดุโปร่งเบา เช่น ผ้าลูกไม้หรือผ้าตาข่าย ซึ่งช่วยเสริมความโปร่ง ความอ่อนช้อย และผิวสัมผัสที่ซับซ้อนของชิ้นงาน โดยการเย็บติดหรือการสอดแทรกโครเชต์เข้ากับผ้าชนิดต่าง ๆ สามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับชิ้นงาน และเพิ่มมูลค่าเชิงศิลปะและการออกแบบได้อย่างมีเอกลักษณ์ โดยกระบวนการถักโครเชต์มีหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะรูปแบบพื้นฐานทางแฟชั่นที่มีคุณสมบัติแตกต่างกัน ทั้งในด้านความแน่นของฝีเข็ม ลักษณะพื้นผิว และการเกิดช่องว่างระหว่างเส้นถัก การเลือกใช้ฝีเข็มโครเชต์จึงมีผลโดยตรงต่อการสร้างสรรค์ชิ้นงานแฟชั่น โดยเฉพาะเมื่อผสมผสานเข้ากับวัสดุที่มีลักษณะเฉพาะอย่างผ้าลูกไม้หรือเสื้อทิ้ง

ตารางที่ 1 : กระบวนการถักโครเชต์พื้นฐานสำหรับงานแฟชั่น

กระบวนการถักโครเชต์พื้นฐานสำหรับงานแฟชั่น		
1. Single Crochet (SC)	 ปัก หรือโครงสร้างฐานของชิ้นงาน	เป็นฝีเข็มที่มีลักษณะหนาแน่น เรียบ และแน่นที่สุด ให้โครงสร้างที่แข็งแรง เหมาะสำหรับส่วนของงานแฟชั่นที่ต้องการความแข็งแรงและมั่นคง เช่น ขอบเสื้อ

การพัฒนาสิ่งทอแฟชั่นจากผ้าลูกไม้เหลือทิ้งด้วยการผสมผสานเทคนิคโครเชต์ ภายใต้แนวคิดอัพไซเคิลสำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นซี

2. Half Double Crochet (HDC)		ให้พื้นผิวที่นุ่มนวลกว่า SC และมีความยืดหยุ่นเล็กน้อย เหมาะกับชิ้นงานที่ต้องการความพลิ้วหรือความสามารถในการเคลื่อนไหว
3. Double Crochet (DC)		เป็นเทคนิคที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากสามารถสร้างพื้นผิวที่มีความโปร่งและเบากว่า SC หรือ HDC เหมาะสำหรับชิ้นงานที่ต้องการความพลิ้วไหวหรือความโปร่ง เช่น แขนเสื้อ หรือชายกระโปรง โดยเฉพาะเมื่อใช้ร่วมกับเส้นด้ายบางหรือเส้นด้ายธรรมชาติ จะให้ผลลัพธ์ที่ดูร่วมสมัยและอ่อนช้อย
4. Triple Crochet (TR)		เป็นฝีเข็มที่ยาวที่สุดในกลุ่มพื้นฐาน มีความโปร่งสูง และให้ลวดลายที่เปิดโล่งที่สุด เหมาะสำหรับการถักชิ้นงานแฟชั่นที่ต้องการความโปร่งจนสามารถมองเห็นชั้นใน หรือเพื่อสร้างความรู้สึกเบาและโปร่ง

ที่มา : <https://www.tonmhai.com/blog/basic-crochet-symbol/>

1.4 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย กลุ่มเจนเอเรชั่นซี (Generation Z)

กลุ่มเจนเอเรชั่นซี (Generation Z) หมายถึงกลุ่มประชากรที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2540–2555 ซึ่งเติบโตท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สื่อดิจิทัล และกระแสโลกาภิวัตน์ พฤติกรรมทั่วไปของกลุ่มนี้จึงมีลักษณะเด่นคือความเชี่ยวชาญด้านโซเชียลมีเดีย ความใส่ใจในประเด็นทางสังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการแสวงหาอัตลักษณ์ผ่านสินค้าและบริการที่เลือกบริโภค (Francis & Hoefel, 2018) กลุ่มเจนเอเรชั่นซีมีแนวโน้มบริโภคสินค้าที่สะท้อนคุณค่าทางจริยธรรม เช่น การสนับสนุนแบรนด์ที่โปร่งใส เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และไม่ทารุณสัตว์ (McKinsey & Company, 2020) นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางเพศและวัฒนธรรมในผลิตภัณฑ์แฟชั่น โดยนิยมสไตล์ที่ใส่ได้ทุกเพศ (Unisex) และแฟชั่นแนวไม่มีเพศ (Genderless) ช่องทางการบริโภคแฟชั่นของกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น อินสตาแกรม ดิกด็อก และเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ (e-commerce) โดยมีอิทธิพลจากผู้มีชื่อเสียงในโลกออนไลน์มากกว่าการโฆษณาแบบดั้งเดิม (Simeon & Buonincontri, 2022) ดังนั้น พฤติกรรมการบริโภคแฟชั่นของเจนเอเรชั่นซีจึงเน้นไปที่คุณค่าของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม การแสดงตัวตน และการเชื่อมต่อกับเทคโนโลยีดิจิทัล

2. การเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเจนเอเรชั่นซี ด้วยเครื่องมือ Paper Doll Data Set และเครื่องมือแบบสอบถาม

กลุ่มเจนเอเรชั่นซีมีลักษณะพฤติกรรมที่โดดเด่น คือความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและโซเชียลมีเดีย ให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล ความหลากหลายทางเพศและวัฒนธรรม รวมถึงความยั่งยืน โดยเฉพาะในด้านการบริโภคแฟชั่นที่นิยมสินค้าแฟชั่นที่สะท้อนค่านิยมด้านจริยธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยมักได้รับอิทธิพลจากอินฟลูเอนเซอร์มากกว่าการโฆษณาแบบดั้งเดิม ดังนั้น การวิจัยนี้จึงได้เก็บข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะการแต่งกายของกลุ่มเจนเอเรชั่นซี โดยใช้เครื่องมือ Paper Doll Data Set ซึ่งเป็นกระบวนการศึกษาสไตล์การแต่งกายส่วนใหญ่ของกลุ่มเป้าหมายจากภาพถ่ายในช่องทางออนไลน์และโซเชียลมีเดีย โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกภาพถ่ายที่นำมาวิเคราะห์ ได้แก่ 1) เป็นกลุ่มเจนเอเรชั่นซีที่มีช่วงอายุระหว่าง 19–30 ปี 2) เป็นบุคคลที่มีตัวตนในโซเชียลมีเดีย และมีผู้ติดตามมากกว่า 1,000 คน 3) มีลักษณะการแต่งกายในรูปแบบลำลอง การศึกษานี้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ และสรุปผลในรูปแบบค่าเฉลี่ยร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 2 : การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ด้วยเครื่องมือ Paper Doll Data Set

การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ด้วยเครื่องมือ Paper Doll Data Set				
				
				
1. ลักษณะรูปแบบเครื่องแต่งกายที่อบบน	เสื้อยืดขนาดใหญ่	เสื้อยืดแขนยาว	เสื้อฮู้ด / สเวตเตอร์	เสื้อยืดตัวสั้น
	62%	20%	12%	6%

การพัฒนาสิ่งทอแฟชั่นจากผ้าลูกไม้เหลือทิ้งด้วยการผสมผสานเทคนิคโครเซดส์ ภายใต้แนวคิดอ็อปไซเคิลสำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นซี



2. ลักษณะรูปแบบเครื่องแต่งกายทอล่าง				
	กางเกงขาสั้น	กางเกงยีนส์ขายาว	กางเกงวอร์ม	กระโปรง
	40%	36%	16%	8%
3. รองเท้า				
	รองเท้าส้นนิเกเกอร์	รองเท้าแตะ	รองเท้าหุ้มข้อ	รองเท้าบูท
	70%	18%	7%	5%
4. โทนสีหลัก	ขาว ดำ เทา และโทนสีธรรมชาติ (Earth Tone)			
5. สไตล์	Oversized, Layering, Sporty และ Minimal Streetwear			

ที่มา : ดาลิตา เกตุศักดิ์, 2568

โดยจากตารางที่ 2 ซึ่งเป็นผลการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่นซี โดยใช้เครื่องมือ Paper Doll Data Set จำนวน 100 ภาพ สามารถสรุปลักษณะการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่นซีส่วนใหญ่มักแต่งกายด้วยลักษณะที่ไม่แบ่งบอเพศ (Genderless) มีสไตล์แบบสตรีทสไตล์ (Street Style) เน้นความโคร่งใหญ่ (Oversize) และความกระฉับกระเฉง ทะมัดทะแมง มักมีการผสมผสานเครื่องแต่งกายหลายชิ้น (Mix and Match) โดยเลือกใช้เครื่องแต่งกายพื้นฐานให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้นองค์ประกอบหลักของเครื่องแต่งกายส่วนใหญ่ ได้แก่ เสื้อยืด กางเกงยีนส์ การสวมถุงเท้าแบบยาว และรองเท้าผ้าใบ อาจกล่าวได้ว่าสไตล์สตรีท (Streetwear) เป็นแนวแฟชั่นที่ได้รับความนิยมในกลุ่มเจนเอเรชั่นซี นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่นซีในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 42 คน เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสไตล์การแต่งกาย พร้อมทั้งประเมินผลแบบสอบถามโดยการคำนวณค่าเฉลี่ยร้อยละจากจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา โดยมีผลสรุปดังนี้



ตารางที่ 3 : ผลการศึกษาแบบสำรวจความคิดเห็นด้านสไตล์ของกลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่นซีในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาแบบสำรวจความคิดเห็นด้านสไตล์ของกลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่นซีในเขตกรุงเทพมหานคร						
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป						
1. เพศ	ชาย	หญิง	ไม่ต้องการระบุ			
	19%	76.2%	4.8%			
2. อายุ	19-21 ปี	22-25 ปี	26-30 ปี			
	66.7%	28.6%	4.7%			
3. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัท	Designer			
	95.2%	2.4%	2.4%			
ส่วนที่ 2 ความสนใจต่อแฟชั่นจากเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้งและเทคนิคโครเชต์						
ให้คะแนนความสนใจตามลำดับคะแนนจากน้อยไปมาก (1-5)		1	2	3	4	5
1. ความสนใจต่อเครื่องแต่งกายจากเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง		0%	2.4%	40.5%	23.8%	33.3%
2. เทคนิคโครเชต์สามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้งและเครื่องแต่งกายแฟชั่น		0%	0%	21.4%	45.2%	33.4%
3. ความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะแนวคิดการอัพไซเคิล		0%	0%	9.5%	23.8%	66.7%
4. ความสนใจเกี่ยวกับการนำวัสดุเหลือใช้มาใช้ในการออกแบบ		0%	0%	7.1%	26.2%	66.7%
5. ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากวัสดุเหลือใช้สามารถมีความสวยงามและร่วมสมัย		0%	0%	4.8%	26.2%	69%

การพัฒนาสิ่งทอแฟชั่นจากผ้าลูกไม้เหลือทิ้งด้วยการผสมผสานเทคนิคโครเซต์
ภายใต้แนวคิดอ็อปไซเคิลสำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นซี

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่น				
1. โครงร่างเงาที่สนใจ	ทรงเข้ารูป		ทรงหลวมสบาย	
	40.5%		54.8%	
2. โทนสีที่สนใจ	โทนสีธรรมชาติ		โทนสีสด	
	35.7%		9.5%	
3. ลวดลายที่สนใจ	ลายลูกไม้ดั้งเดิม		ลายกราฟฟิกโมเดิร์น	
	33.3%		16.7%	
4. รายละเอียดการตกแต่งที่สนใจ	การตกแต่งโครเซต์		การจับจีบ พลิ้ว	
	16.7%		23.8%	
5. สไตล์เสื้อผ้าที่สนใจ	สตรีทแฟชั่น		มินิมอล	
	40.5%		16.7%	
6. ชนิดเครื่องแต่งกายที่สำคัญ	Oversized T-shirt		Mini Skirt	
	50%		21.4%	

ที่มา : ดาลิตา เกตุศักดิ์, 2568

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่นซีโดยใช้เครื่องมือ Paper Doll Data Set และแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเจนเอเรชั่นซีเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจในสินค้าแฟชั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีพฤติกรรมการใช้ช่องทางออนไลน์เป็นหลักในการบริโภคแฟชั่น ขณะเดียวกันลักษณะการแต่งกายของกลุ่มตัวอย่างเน้นที่ความสบายและความคล่องตัว สไตล์ที่เด่นชัดส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบมินิมอลสตรีทสไตล์ (Minimal Street Style) ซึ่งเน้นความเรียบง่าย การผสมผสานเสื้อผ้าให้น่าสนใจ รวมถึงมีความนิยมในการเลือกใช้สีโทนธรรมชาติและโทนชาวดำ โดยเฉพาะการสวมใส่เสื้อยืดขนาดใหญ่ (Oversized T-shirt) นอกจากนี้

กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเลือกใช้เครื่องแต่งกายที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิล (Upcycle) หรือการนำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อสนับสนุนความยั่งยืนและแสดงออกถึงอัตลักษณ์เฉพาะตัวตามแบบฉบับของเจนเอเรชั่นนี้

3. การทดลองและพัฒนาเทคนิคสร้างสรรค์สิ่งทอใหม่จากเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง

เศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้งในปัจจุบันถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับขยะในอุตสาหกรรมแฟชั่น ซึ่งก่อให้เกิดปัญหามลพิษต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก ขณะเดียวกัน ในประเทศไทยมีการผลิตผ้าลูกไม้เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมชุดชั้นใน โดยการศึกษานี้ยกตัวอย่างเศษลูกไม้เหลือทิ้งจากบริษัท ชองตาเซีย จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของกลุ่ม CHANTELLE จากประเทศฝรั่งเศส มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ 88/11 หมู่ที่ 5 ถนนบางนา-ตราด กม. 39 ตำบลบางสมัคร อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24180 บริษัทดังกล่าวเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าลูกไม้สำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยเฉพาะชุดชั้นในสตรี สำหรับลักษณะของลูกไม้เหลือทิ้งมีดังนี้

ตารางที่ 4 : ลักษณะของเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้งจากบริษัท ชองตาเซีย จำกัด

ลักษณะเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้งจาก บริษัท ชองตาเซีย จำกัด	
1. ลักษณะของเศษลูกไม้	
2. สภาพผ้า	-เป็นผ้าใหม่ที่ไม่เคยผ่านการใช้งาน แม้จะเป็นผ้าค้างสต็อก แต่ยังคงอยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน เนื่องจากเป็นวัสดุเหลือจากการผลิตเกินความต้องการหรือคำสั่งซื้อ และเหลือจากการตัดเย็บ -มีสัญลักษณ์รอยขาดตรงกลางผืนผ้า เพื่อป้องกันการนำไปจำหน่ายต่อ -ถูกจัดเก็บในคลังสินค้า ภายใต้การควบคุมตามมาตรฐานของโรงงานอุตสาหกรรม
3. ลวดลายและรายละเอียด	- มีลวดลายที่ละเอียดและประณีต ทั้งในรูปแบบเรขาคณิต ดอกไม้ หรือแฟชั่นร่วมสมัย - เทคนิคการถักหรือทอมักเป็นแบบโปร่ง (Openwork) ทำให้มีความโปร่งแสงและสัมผัสบางเบา - มีหลากหลายประเภท เช่น ลูกไม้ฝรั่งเศส (French lace), ลูกไม้โพลีเอสเตอร์, ลูกไม้ปักเชิง ฯลฯ

การพัฒนาสิ่งทอแฟชั่นจากผ้าลูกไม้เหลือทิ้งด้วยการผสมผสานเทคนิคโครเชต์
ภายใต้แนวคิดอัพไซเคิลสำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นซี

4. เนื้อผ้าและเส้นใย	- ทำจากเส้นใยสังเคราะห์ เช่น โพลีเอสเตอร์ และไนลอน ซึ่งมีคุณสมบัติให้ความคงทน ไม่หดตัวง่ายบางรุ่นผสมเส้นใยธรรมชาติเพื่อเพิ่มความนุ่มนวลและความหรูหรา
5. คุณสมบัติการใช้งาน	- เหมาะสำหรับงานแฟชั่นที่ต้องการความหรูหรา เช่น ชุดราตรี ชุดเจ้าสาว และชุดชั้นใน - สามารถเย็บ ตัด ปะ และประกอบได้ดี โดยเฉพาะเมื่อนำไปใช้ร่วมกับเทคนิคหัตถกรรม เช่น โครเชต์ หรือเทคนิคการเย็บตกแต่ง - สามารถนำมาสร้างพื้นผิวสิ่งทอใหม่ หรือใช้เป็นส่วนประกอบในการตกแต่งงานแฟชั่นร่วมสมัย

ที่มา : ดาลิตา เกตุศักดิ์, 2568

โดยเมื่อศึกษาคุณสมบัติของเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง รวมถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้ทดลองนำเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้งกลับมาใช้ใหม่ภายใต้แนวคิดอัพไซเคิล เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือทิ้ง ด้วยกระบวนการถักโครเชต์ ซึ่งเป็นการทดลองถักเชื่อมเศษลูกไม้ที่มีพื้นผิวแตกต่างกันให้กลายเป็นสิ่งทอใหม่ โดยมีกระบวนการทดลองและพัฒนาการถักโครเชต์ ดังนี้

ตารางที่ 5 กระบวนการทดลองและพัฒนาการถักโครเชต์

รูปแบบ	ตัวอย่าง	รายละเอียด
TextureFusion: การผสานพื้นผิว		การทดลองสร้างพื้นผิวและโครงสร้างผ้าใหม่ โดยการนำผ้าลูกไม้เหลือทิ้งมาตัดเป็นชิ้นเล็ก รองด้วยผ้าเสริมโครงสร้าง แล้วถักรวมกับไหมพรมธรรมชาติหรือเส้นใยรีไซเคิล ด้วยเทคนิค Single Crochet และ Double Crochet เพื่อสร้างพื้นผิวที่มีมิติและลวดลายใหม่ โดยเน้นการเพิ่มความหนาให้กับโครงสร้างผ้าลูกไม้
Color Layering: การซ้อนชั้นสี		การทดลองไล่เฉดสี โดยการคัดเลือกผ้าลูกไม้ตามโทนสี ได้แก่ สีเบจ (Beige), เอิร์ธโทน (Earth tone) และจัดเรียงเฉดสีในการถักโครเชต์ด้วยเทคนิค Chain stitch เพื่อสร้างสีชั้นแบบขั้นบันได (Layered Effect) ตามสไตล์สตรีทแวร์ของกลุ่มเจนเอเรชั่นซี

Lace-Edge Enhancement: การตกแต่งขอบลูกไม้		การทดลองตกแต่งขอบผ้าลูกไม้ โดยการตัดเศษลูกไม้ และใช้เทคนิคโครเซตตกแต่งขอบผ้าลูกไม้ เช่น Picot Edge และ Shell Stitch เพื่อเพิ่มรายละเอียดการตกแต่ง สร้างเส้นสายและความโดดเด่นให้กับชิ้นงาน
Crochet Patchwork: การต่อผ้าด้วยโครเซต		การทดลองต่อผ้า โดยนำเศษผ้าลูกไม้หลากหลายรูปแบบมาใช้ และถักด้วยเทคนิค Single Crochet และ Double Crochet เพื่อเชื่อมต่อชิ้นงานแต่ละชิ้นเข้าด้วยกัน เพื่อลดเศษวัสดุเหลือทิ้ง และสร้างผืนผ้าใหม่
3D Crochet Lace Structure: งานถักโครเซตสามมิติ		การทดลองสร้างโครงสร้างสามมิติ โดยการจับจีบหรือม้วนผ้าลูกไม้ และเย็บเสริมด้วยเทคนิค Puff Stitch และ Popcorn Stitch เพื่อเพิ่มมิติและความน่าสนใจในรูปแบบแฟชั่นประติมากรรม (Sculptural Fashion)

ที่มา : ดาลิตา เกตุศักดิ์, 2568

เมื่อผู้วิจัยได้ทดลองกระบวนการถักโครเซตในรูปแบบต่างๆ พบว่าแต่ละรูปแบบให้ลักษณะพื้นผิวและรายละเอียดที่ต่างกัน นอกจากนี้ยังช่วยแก้ปัญหาการเชื่อมต่อผ้าลูกไม้ที่มีความหลากหลายด้านพื้นผิวอีกด้วย ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกระบวนการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ โดยประกอบด้วยเกณฑ์สำคัญ ได้แก่ 1) ชิ้นงานมีความแข็งแรงทนทาน 2) มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์และเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ 3) เป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย 4) มีความคุ้มค่าในการใช้วัสดุเหลือทิ้ง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า เทคนิคการผสมผสานพื้นผิวและโครงสร้างผ้าใหม่ (Texture Fusion) เป็นกระบวนการที่สอดคล้องกับการพัฒนา และเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการพื้นผิวใหม่ ซึ่งมีลักษณะเรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยรายละเอียด อีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่อผ้าลูกไม้ที่หลากหลายด้านพื้นผิวได้อย่างคุ้มค่า ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำเทคนิคการสร้างพื้นผิวและโครงสร้างผ้าใหม่ไปใช้ในการพัฒนาสิ่งทอสร้างสรรค์จากผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง โดยมีกระบวนการทดลองผลิตสิ่งทอสร้างสรรค์ ดังนี้

การพัฒนาสิ่งทอแฟชั่นจากผ้าลูกไม้เหลือทิ้งด้วยการผสมผสานเทคนิคโครเชต์ ภายใต้แนวคิดพิชิตเชื้อสำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นนี้



ภาพที่ 2 : การทดลองสร้างสรรค์สิ่งทอใหม่จากลูกไม้เหลือทิ้ง (ดาไลตา เกตุศักดิ์, 2568)

จากภาพ ผู้วิจัยใช้กระบวนการ 4 ขั้นตอนหลักในการพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งทอใหม่จากเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง ด้วยการผสมผสานพื้นผิวและโครงสร้างผ้าใหม่ (Texture Fusion) โดยใช้เทคนิคโครเชต์ ได้แก่ Single Crochet, Half Double Crochet, Double Crochet และ Triple Crochet เริ่มต้นจากกระบวนการถักเชื่อมผ้าลูกไม้ จากนั้นเติมเต็มช่องว่างของผ้าลูกไม้ด้วยการถักลดลายดอกไม้หรือตาข่ายเพิ่มเติม เพื่อสร้างความสมบูรณ์ให้กับพื้นผิวผ้า ต่อมาจึงถักตกแต่งชิ้นส่วนและโครงสร้างหลักเพื่อเติมเต็มให้เศษผ้าลูกไม้กลายเป็นสิ่งทอสร้างสรรค์ใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ทั้งยังสร้างพื้นผิวที่น่าสนใจ เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นต่อไป

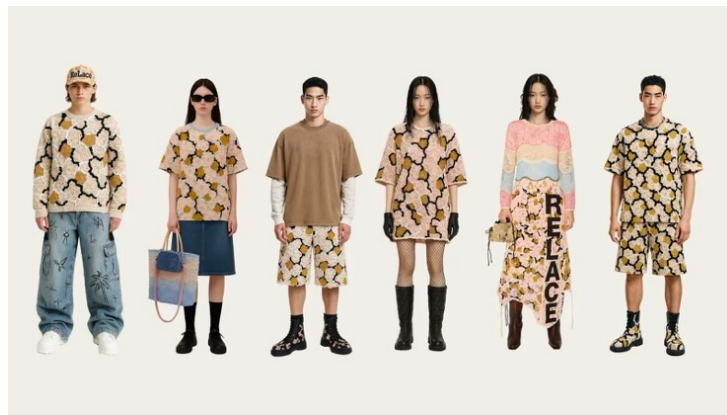
4. การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นสร้างสรรค์

จากการเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการทดลองพัฒนาสิ่งทอสร้างสรรค์ใหม่จากเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้งด้วยแนวคิดพิชิตเชื้อผ่านกระบวนการถักโครเชต์ ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางการออกแบบเพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นสร้างสรรค์ได้ ดังนี้



ภาพที่ 3 : แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นสร้างสรรค์ (ดาไลตา เกตุศักดิ์, 2568)

จากการศึกษา วิเคราะห์ และทดลองการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นสร้างสรรค์โดยใช้สิ่งทอประเภทเศษผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง พบว่าการออกแบบที่ตอบสนองต่อความต้องการและรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นซี จำเป็นต้องคำนึงถึงทั้งรูปแบบ สุนทรียภาพ และคุณค่าทางจริยธรรม โดยแนวทางหลักของการออกแบบในครั้งนี้คือการผสมผสานวัสดุลูกไม้ที่มีความใกล้เคียงกันในด้านพื้นผิว เพื่อให้เกิดความกลมกลืนในชิ้นงาน ขณะเดียวกันยังคงไว้ซึ่งความหลากหลายเชิงลวดลายในด้านการใช้สี มีเลือกใช้โทนสีธรรมชาติ (Earth Tone) เช่น สีเบจ น้ำตาล และเทา ผสมผสานกับสีขาวและดำ เพื่อสะท้อนถึงความเรียบง่ายแต่มีพลังในการสื่อสารอารมณ์ โดยมีจุดเด่นที่การใช้พื้นผิวของลูกไม้เป็นองค์ประกอบหลักในการตกแต่งเครื่องแต่งกาย เพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างและสามารถสื่อถึงตัวตนของผู้สวมใส่ได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี ที่ให้ความสำคัญต่อการแสดงอัตลักษณ์ส่วนบุคคลผ่านแฟชั่นรูปแบบการออกแบบยังผสมผสานระหว่างความประณีตของหัตถกรรมกับสไตล์ร่วมสมัยแบบสตรีท (Street Style) เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างศิลปะและการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในด้านโครงสร้างของเสื้อผ้า มีการออกแบบให้เป็นสไตล์มินิมอล (Minimalist) ที่เน้นความเรียบง่าย โปร่งเบา และสามารถสวมใส่ได้จริงในชีวิตประจำวัน เพื่อเสริมสร้างความคล่องตัว และทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถนำมาใช้ซ้ำได้บ่อยครั้ง ซึ่งช่วยส่งเสริมคุณค่าด้านความยั่งยืน ทั้งนี้ ได้มีการออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายตัวอย่างที่ศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 4 : การออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นสร้างสรรค์ สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทตกแต่งภายใน และแฟชั่น (ดลิตา เกตุศักดิ์, 2568)

จากนั้น ผู้วิจัยได้เลือกแบบตัวอย่างเพื่อนำไปพัฒนาด้านแบบและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง พร้อมทั้งดำเนินการสวมใส่และถ่ายภาพเพื่อใช้ในการทดลองสร้างต้นแบบจริง และศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาต่อยอดสิ่งทอแฟชั่นสร้างสรรค์จากผ้าลูกไม้เหลือทิ้ง ด้วยการผสมผสานเทคนิคโครเชต์ภายใต้แนวคิดอวัชโรบายสำหรับกลุ่มเจนเนอเรชั่นซีต่อไป

การพัฒนาสิ่งทอแฟชั่นจากผ้าลูกไม้เหลือทิ้งด้วยการผสมผสานเทคนิคโครเชต์
ภายใต้แนวคิดอ็อปไซเคิลสำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นซี



ภาพที่ 5 : ตัวอย่างการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นสร้างสรรค์ (ดาไลตา เกตุศักดิ์, 2568)

ดังนั้น แนวทางการออกแบบแฟชั่นจากเศษลูกไม้เหลือทิ้งในครั้งนี้ ไม่เพียงแต่เป็นการนำวัสดุเหลือใช้กลับมาสร้างมูลค่าใหม่ แต่ยังเป็นกระบวนการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นซียุคใหม่ ที่เน้นการสร้างตัวตน ความเป็นเอกลักษณ์ และค่านิยมด้านความยั่งยืน ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของวัสดุเหลือใช้ในการเป็นส่วนหนึ่งของแฟชั่นร่วมสมัยที่สามารถแข่งขันได้ในเชิงสร้างสรรค์และสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าแนวคิดการนำเศษวัสดุเหลือทิ้งจากอุตสาหกรรมสิ่งทอกลับมาใช้ใหม่ผ่านกระบวนการอ็อปไซเคิล ไม่เพียงช่วยลดปริมาณของเสียและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่ยังสามารถต่อยอดไปสู่การพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตอบโจทย์ทั้งด้านความงามและการใช้ประโยชน์เชิงสร้างสรรค์ ดังนั้น การนำผลการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้ ควรมุ่งเน้นการพัฒนา รูปแบบสิ่งทอที่สามารถต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีคุณค่าในเชิงอัตลักษณ์ ทั้งในมิติของความสวยงาม การใช้งาน และแนวคิดความยั่งยืน ตลอดจนสามารถขยายผลไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ในกลุ่มไลฟ์สไตล์อื่น ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายยุคใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับประเด็นสิ่งแวดล้อม การบริโภคอย่างมีจริยธรรม และการแสดงตัวตนผ่านผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้ ซึ่งการต่อยอดในมิติดังกล่าวสามารถส่งเสริมทั้งในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ผ่านการพัฒนาองค์ความรู้และวัสดุสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ โดยยังคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความงามควบคู่กันไป และส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นอย่างยั่งยืน

โดยใช้กระบวนการผลิตในรูปแบบหัตถอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์ที่มีจุดเด่นและอัตลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการสร้างคุณค่าใหม่ให้กับวัสดุเหลือใช้ที่เคยถูกมองข้าม ให้กลายเป็นทรัพยากรเชิงศักยภาพในบริบทของการออกแบบร่วมสมัย

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสิ่งทอแฟชั่นจากผ้าลูกไม้เหลือทิ้งด้วยการผสมผสานเทคนิคโครเชต์ ภายใต้แนวคิดอัสไพร์เซลล์สำหรับกลุ่มเจนเอเรชั่นซี” ได้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงต่อมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ให้การสนับสนุนการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณบริษัท ชองตาเซีย จำกัด ที่ให้การสนับสนุนผ้าลูกไม้ค้างสต็อก ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการทดลองและพัฒนาผลงานวิจัย ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐสุภา เจริญยิ่งวัฒนา รองคณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด และให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้วิจัยในกระบวนการจัดทำบทความวิจัยจนสามารถดำเนินการได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่งต่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านวิชาการ ได้แก่ อาจารย์พิชาธร นวลได้ศรี ผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอแฟชั่น อาจารย์ปัญญาพล อัสวลาภนิรันดร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการถักโครเชต์ และอาจารย์วิรัชภา หัตถภา ผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้างเครื่องแต่งกาย ทำนุนี้ ขอขอบคุณนักศึกษาภาควิชาการออกแบบแฟชั่น คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ให้ความร่วมมือในการจัดทำ การวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

บรรณานุกรม

- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2565). รายงานอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ปี 2565. กระทรวงอุตสาหกรรม.
- DeLong, M., & Fiore, A. M. (2019). The power of fashion: Towards design thinking in fashion. Bloomsbury Publishing.
- Ellen MacArthur Foundation. (2017). A new textiles economy: Redesigning fashion's future. Retrieved March 22, 2025, from <https://ellenmacarthurfoundation.org>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen: Generation Z and its implications for companies, McKinsey & Company. Retrieved April 10, 2025, from <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>



- Grimaud, C. (2021). Surface and texture in textile-based fashion design, *Journal of Textile Design Research and Practice*, 9(2), 157–172.
- Joy, A., Sherry Jr, J. F., Venkatesh, A., Wang, J., & Chan, R. (2012). Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands, 16(3), 273–295. Retrieved March 30, 2025, from <https://doi.org/10.2752/175174112X13340749707123>
- McDonough, W., & Braungart, M. (2002). *Cradle to cradle: Remaking the way we make things*. North Point Press.
- McKinsey & Company. (2020). *The State of Fashion 2020: Navigating Uncertainty*. Retrieved April 5, 2025, from <https://www.mckinsey.com>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189–200. Retrieved March 25, 2025, from <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Rissanen, T., & McQuillan, H. (2016). *Zero waste fashion design*. Bloomsbury Publishing.
- RMIT University. (2024). Gen Z supports sustainability — and fuels ultra-fast fashion. How does that work?. Retrieved April 5, 2025, from <https://www.rmit.edu.au/news/acumen/gen-z-supports-sustainability-and-fuels-ultra-fast-fashion>
- Simeon, P., & Buonincontri, P. (2022). Fashion consumption in the digital age: The influence of Gen Z on omnichannel strategies, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102772. Retrieved April 11, 2025, from <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102772>
- Textile World. (2024). Garson and Shaw: Half of Gen Z believes pressure to buy fast fashion damages mental health. Retrieved April 5, 2025, from <https://www.textileworld.com/textile-world/knitting-apparel/2024/09/garson-and-shaw-half-of-gen-z-believes-pressure-to-buy-fast-fashion-damages-mental-health>
- Thailand Textile Institute. (2022). *Textile waste management and circular economy pilot project in lace fabric factories*. Bangkok: Ministry of Industry.

