



พัฒนาการของห้องเสื้อไทยพ.ศ. 2500 - 2559

THE DEVELOPMENT OF THAI BOUTIQUES, 1957- 2016



วรรณชนก บุญปราศภัย

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

พัฒนาการของห้องเสื้อไทยพ.ศ. 2500 - 2559



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE DEVELOPMENT OF THAI BOUTIQUES, 1957- 2016



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(History)

Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University

2020

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง
พัฒนาการของห้องเสื้อไทยพ.ศ. 2500 - 2559
ของ
วรรณชนก บุญปราศภัย

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก	 ประธาน
(อาจารย์ ดร.ณัฐพร ไทยจงรักษ์)	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญจิกา ศรีอุดม)
	 กรรมการ
	(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร ดาบเพชร)

ชื่อเรื่อง	พัฒนาการของห้องเสื้อไทยพ.ศ. 2500 - 2559
ผู้วิจัย	วรรณชนก บุญปาศภัย
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ณัฐพร ไทยจงรักษ์

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาพัฒนาการของห้องเสื้อไทยในช่วงพ.ศ. 2500 - 2559 เพื่อศึกษาถึงการเกิดขึ้นของห้องเสื้อและศูนย์รวมเครื่องแต่งกายในประเทศไทย รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการแต่งกายของคนไทย โดยใช้เอกสารจากหอจดหมายเหตุแห่งชาติเป็นหลักฐานขั้นต้นในการวิจัยประกอบกับหลักฐานชั้นรองจากหนังสือและนิตยสาร จากการศึกษาพบว่าห้องเสื้อไทยมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในแต่ละยุคสมัย ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของห้องเสื้อบนถนนเจริญกรุง ไปจนถึงยุคสมัยของนโยบายสร้างชาติในรัฐบาลจอมพลป.พิบูลสงครามที่ต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเครื่องแต่งกายของคนไทยไปตามแบบสากล ต่อมา มีการก่อตั้งห้องเสื้อสตรีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของสตรีผู้ทำงานนอกบ้านซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ โดยยุคสมัยนี้นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของห้องเสื้อไทยสำหรับประชาชนซึ่งมีการพัฒนาต่อมาจนกระทั่งปัจจุบัน

คำสำคัญ : ห้องเสื้อ, พัฒนาการ, ไทย

Title	THE DEVOLOPMENT OF THAI BOUTIQUES, 1957- 2016
Author	WANCHANOK BOONPARTSAPHAI
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2020
Thesis Advisor	Nathaporn Thaijongrak , Ph.D.

This research aims to study the development of Thai boutiques from 1957 to 2016, which was the initial development of fashion boutiques in Thailand. The research also included the study of various factors which influenced trends in popular clothing styles for Thai people using primary sources from the National Archives and secondary sources, such as books or magazines. As a result, there were many changes throughout the era, from the beginning of the Thai boutiques in Charoen Krung Road area to National Policy during the government of Field Marshal Plaek Phibunsongkhram, in which attempts were made to change the costume of Thai people. Tailor shops for women were established in response to the needs of working women due to economic growth in the era of Field Marshal Sarit Thanarat and afterwards. This period was considered to be the era of the boutique for people and the beginning of the Thai boutique until the present day.

Keyword : Boutique, Development, 1957-2016

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากบุคคลผู้มีพระคุณหลายท่านที่ให้ความช่วยเหลือแนะนำ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณดร.ณัฐพร ไทยจงรักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท ที่คอยช่วยเหลือและให้คำปรึกษาในทุกๆ ด้าน และรศ.ดร.ศิริพร ดาบเพชร ที่คอยให้ความช่วยเหลือในด้านการดำเนินงานต่างๆ และขอเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ เพื่อปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้เหมาะสม มีความถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักหอจดหมายเหตุทุกท่านที่คอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือในด้านการหาเอกสารชั้นต้น และขอบคุณพี่ๆ ไทยดีไซเนอร์ทุกท่านที่คอยให้คำปรึกษาในด้านแพชั่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พี่ณอน POEM ที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้น้องสาวคนนี้มาโดยตลอด

สุดท้ายขอบคุณคุณพ่อ คุณแม่ที่คอยอยู่ข้างๆ เป็นกำลังใจให้ลูกสาวคนนี้นี้มาโดยตลอด ขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ที่คอยรับฟังปัญหา และขอบคุณตัวเองที่คอยอดทนและข้ามผ่านอุปสรรคต่างๆ มาได้จนถึงวันนี้ เก่งมากนะไฟท์ รัก

วรรณชนก บุญปราศภัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของงานวิจัย	7
ขอบเขตของงานวิจัย.....	7
วิธีในการดำเนินการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
ความสำคัญของงานวิจัย.....	8
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
งานเขียนที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์แฟชั่นตะวันตก.....	9
งานเขียนที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์แฟชั่นไทย.....	10
งานเขียนและบทสัมภาษณ์เกี่ยวกับนักออกแบบแบรนด์ไทย	10
แหล่งข้อมูล.....	11
บทที่ 2 พัฒนาการของห้องเสื้อในอดีตจนถึง พ.ศ.2516.....	12
2.1 อิทธิพลของตะวันตกกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเครื่องแต่งกาย.....	12
2.2 จักรเย็บผ้า: การเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรมการตัดเย็บ	14
2.3 การเกิดขึ้นของแหล่งชุมนุมช่างตัดเสื้อ	17

2.4 การเปลี่ยนแปลงในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม.....	19
2.5 การเปลี่ยนแปลงในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์.....	24
2.6 พัฒนาการของห้องเสื้อและรูปแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรี (พ.ศ.2500 - 2516).....	26
2.7 นักออกแบบที่มีชื่อเสียง.....	28
2.8 สรุป	40
บทที่ 3 การก่อตัวและเปลี่ยนแปลงของห้องเสื้อไทย พ.ศ.2516 - 2540	42
3.1 สภาพสังคมที่ส่งผลต่อการเกิดขึ้นของนิตยสารสตรี	42
3.2 การเติบโตและการเปลี่ยนแปลงของศูนย์รวมทางด้านแฟชั่น	46
3.3 รูปแบบการแต่งกายในช่วง พ.ศ.2516 – พ.ศ.2540	49
3.4 แปรณนักรออกแบบใน พ.ศ. 2516 – พ.ศ.2540	55
3.5 สรุป	72
บทที่ 4 Thai Young Designers พ.ศ.2540 - 2559.....	73
4.1 นโยบายของรัฐบาลต่ออุตสาหกรรมแฟชั่นหลังวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540.....	73
4.1.1 นโยบายรัฐบาลต่อการศึกษาเรื่องแฟชั่น	76
4.2 การเกิดขึ้นของศูนย์รวมแฟชั่นแห่งใหม่	77
4.3 นโยบายการส่งเสริมการใช้ผ้าไทย	82
4.4 ไทยดีไซน์เนอร์ หรือนักออกแบบเสื้อผ้าไทย ที่มีชื่อเสียงในช่วงยุคสมัยนี้.....	83
4.5 สรุป	94
บทที่ 5 สรุป	96
บรรณานุกรม	99
ประวัติผู้เขียน.....	109

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 หม่อมเจ้าไกรสิงห์ วุฒิชัย	32
ภาพประกอบ 2 ลำยอง บุนนรัตพันธุ์.....	33
ภาพประกอบ 3 ปกรณ์ วุฒิยางกูร.....	35
ภาพประกอบ 4 ภัทราวดี มีชูธน	37
ภาพประกอบ 5 สมชาย แก้วทอง	38
ภาพประกอบ 6 เมณฑา นันทขว้าง.....	57
ภาพประกอบ 7 ถิระพันธ์ วรรณรัตน์ และ พระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา	59
ภาพประกอบ 8 กิรติ ชลสิทธิ์	61
ภาพประกอบ 9 พิจิตรา บุนนรัตพันธุ์.....	62
ภาพประกอบ 10 ภาณุ อิงคะวัต	64
ภาพประกอบ 11 องอาจ นิรมล.....	66
ภาพประกอบ 12 สมชัย ส่งวัฒนา	67
ภาพประกอบ 13 ศิริชัย ทหรานนท์.....	70
ภาพประกอบ 14 มติņa สุขะหุต พิมพ์ดาว สุขะหุต และคล้ายเดือน สุขะหุต	86
ภาพประกอบ 15 ดิษยา สรไกรกิติกุล.....	88
ภาพประกอบ 16 ชวณล ไคสิริ	90
ภาพประกอบ 17 พลพัฒน์ อัศวประภา.....	92
ภาพประกอบ 18 วทานิกา ปัทมสิงห์ ณ อยุธยา.....	94

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสมัยของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ (พ.ศ.2502-2506) มีนโยบายที่เน้นด้านการปฏิรูปพื้นฐานเพื่อการฟื้นฟูประเทศจากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจซึ่งต่างจากรัฐบาลสมัยก่อนหน้านั้นที่เน้นส่งเสริมอุตสาหกรรมหนัก จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์มีการกำหนดนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาในเรื่องนโยบายการคลังของรัฐบาล โดยส่งเสริมการพัฒนาการผลิตด้านอุตสาหกรรมและเกษตรกรรมให้มีปริมาณสูงขึ้น ลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงและสนับสนุนการขยายตัวของตลาดและยังเน้นการลงทุนในด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ได้แก่ การเร่งรัดสร้างระบบชลประทาน พลังงาน ถนน ทางรถไฟและการคมนาคมอื่นๆ¹ และส่งเสริมการลงทุนทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีมาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญคุ้มครองการนำเข้าสินค้าโดยการลดภาษีนำเข้าและควบคุมแรงงานเพื่อคุ้มครองอุตสาหกรรมภายในประเทศ หนึ่งในอุตสาหกรรมที่รัฐบาลได้ส่งเสริมคือ อุตสาหกรรมสิ่งทอ ผ่านการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน ทำให้การผลิตในสาขาหัตถอุตสาหกรรมเกิดการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมสิ่งทอในหลายๆ มิติ ก่อให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมดังกล่าว เกิดการสร้างโรงงานทอผ้า ซึ่งมูลค่าการผลิตหัตถอุตสาหกรรมคิดเป็นสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลประชาชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.9 ต่อปีในช่วงพ.ศ. 2504-2509²

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ช่วง พ.ศ.2504-2509 นโยบายของรัฐบาลยังคงให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมสิ่งทอต่อไป เนื่องมาจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อการค้าระหว่างประเทศ ถือเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่สร้างรายได้ให้กับประเทศมาโดยตลอด มีการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก อีกทั้งจากปัจจัยด้านต้นทุนการผลิต ที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านค่าจ้างแรงงานที่มีราคาถูกและประเทศไทยยังมีวัตถุดิบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสิ่งทอที่

¹ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม.

² นินนาท ลินไชย. (2545). สหรัฐอเมริกากับการเปลี่ยนแปลงแนวนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของ ไทยในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ : ศึกษาผลกระทบที่มีต่อโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ทุนเอกชนใน ประเทศและทุนเอกชนต่างประเทศ. หน้า 71.

ครอบคลุมสินค้าหลายประเภท เช่น เส้นใย เส้นด้าย ผ้า เครื่องนุ่งห่ม รวมไปถึงเสื้อผ้าสำเร็จรูป¹ ทำให้อุตสาหกรรมดังกล่าวเกิดการพัฒนายาวนานมา

การพัฒนาด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยเริ่มจากการผลิตผ้าผืนและเส้นด้ายเพื่อทดแทนการนำเข้าเพื่อลดต้นทุนในการผลิตและพัฒนาไปเพื่อการส่งออกมากขึ้นในระยะหลัง โดยรัฐบาลมีบทบาทในการสนับสนุนนักลงทุนเพื่อให้เกิดการขยายตัว อุตสาหกรรมประเภทนี้ถูกกำหนดให้เป็นอุตสาหกรรมสำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งในการพัฒนาประเทศ ซึ่งทำให้นักลงทุนส่วนใหญ่ในเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น ฮองกง ไต้หวัน และประเทศในกลุ่มยุโรปและสหรัฐฯ เข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมาก การสนับสนุนจากรัฐบาลดังกล่าวทำให้เกิดการตั้งโรงงานผลิตเสื้อผ้าเพื่อการส่งออก ขณะเดียวกันมีการตั้งโรงงานผลิตเส้นใยสังเคราะห์เพื่อทดแทนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ เพื่อลดต้นทุนในการผลิต รัฐบาลออกนโยบายส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออกในภาคของอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยยกเลิกภาษีขาเข้าสินค้าทุนและภาษีการค้าเครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมประเภทนี้และอุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงภาษีการค้าวัตถุดิบ

การขยายตัวของอุตสาหกรรมสิ่งทอเห็นได้จากกิจการของตระกูลโพธิ์รัตนังกูรซึ่งกลายเป็นอาณาจักรสิ่งทอขนาดใหญ่ส่วนหนึ่งที่ประสบความสำเร็จได้มาจากการส่งเสริมด้านนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอของรัฐบาล² จากการสนับสนุนของรัฐบาลอย่างแข็งขัน ทำให้กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอของตระกูลโพธิ์รัตนังกูรได้ขยายและแยกตัวออกไปอีกหลายบริษัท เช่น บริษัทไทยชินเทคเท็กซ์ไทล์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ร่วมทุนกับอเมริกาภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนทำให้บริษัทไทยชินเทคเท็กซ์ไทล์ จำกัด สามารถขยายตัวและเปิดโรงงานผลิตผ้าเพิ่มมากขึ้นภายใต้การลงทุนร่วมกับต่างชาติ สภาพของการขยายตัวดังกล่าวทำให้เกิดอาชีพใหม่ๆ ในสังคม โดยเฉพาะกับความต้องการแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นจำนวนมาก

สถานการณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับการที่รัฐบาลได้ให้การสนับสนุนอาชีพในภาคบริการโดยประกาศไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510-2514) เป็นผลจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจในภาคอุตสาหกรรมและการบริการดังกล่าวส่งผลไปยังสังคมไทยใน

¹ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, (2554), รายงานข้อมูลเชิงลึก ฉบับสมบูรณ์ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย CImv. (ออนไลน์)

² นินนาท สินไชย. (2545). สหรัฐอเมริกากับการเปลี่ยนแปลงแนวนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ : ศึกษาผลกระทบที่มีต่อโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ทุนเอกชนในประเทศและทุนเอกชนต่างประเทศ. หน้า 70.

ขณะนั้นเพราะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้หญิงทำงานนอกบ้านมากขึ้นเนื่องจากความต้องการแรงงานที่เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ

การสนับสนุนอาชีพทางด้านการบริการของรัฐบาลไทยที่ประกาศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2510-2514) นอกจากจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของผู้หญิงที่เปลี่ยนไปแล้ว ยังทำให้วงการเสื้อผ้าขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเพราะการออกไปทำงานนอกบ้าน ทำให้ผู้หญิงต้องแต่งกายให้เหมาะสม สุภาพและเรียบร้อย การแต่งกายเป็นสิ่งสะท้อนบุคลิกภาพจึงมีผลต่อความน่าเชื่อถือทำให้การแต่งกายให้ดูดีและเหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญจึงเท่ากับเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตนเอง การออกไปทำงานนอกบ้านของผู้หญิงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของห้องเสื้อในยุคก่อนเพราะห้องเสื้อเดิมมักเป็นห้องเสื้อสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้าผู้ชาย เนื่องจากผู้ชายทำงานนอกบ้านมากกว่าผู้หญิง ทำให้ห้องเสื้อที่เกิดขึ้นมาในยุคก่อนหน้านี้จะรองรับความต้องการของผู้ชายมากกว่า ห้องเสื้อผู้ชายส่วนมากในยุคดังกล่าวจะเป็นการตัดชุดสำหรับข้าราชการ ชุดยูนิฟอร์มบริษัท ชุดซาฟารี เช่น ห้องเสื้อทรงสมัยที่ก่อตั้งในพ.ศ.2505 เป็นห้องเสื้อสำหรับตัดชุดสูท ชุดราชการ ชุดไทยราชประแตน หรือห้องเสื้อไอคิล ก่อตั้งขึ้นในพ.ศ.2509 โดยเน้นตัดเครื่องแบบราชการและตัดฉลองพระองค์เครื่องแบบในขณะนั้น

เมื่อบริบททางสังคมเปลี่ยนไปทำให้ผู้หญิงออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น อาชีพส่วนใหญ่ของผู้หญิงในขณะนั้นได้แก่ คนครัวและคนรับใช้ในบ้าน, ผู้ปฏิบัติงานที่ใช้วิชาชีพ, ช่างตัดเย็บเสื้อผ้า, อาจารย์และผู้ปฏิบัติงานในโรงเรียน และผู้จัดการและเจ้าของกิจการ¹ ทำให้เกิดร้านตัดเสื้อขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้หญิงวัยทำงานและยังเป็นการสร้างอาชีพที่เกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าให้แก่ผู้หญิงอีกด้วย ในพ.ศ.2509 มีร้านตัดเสื้อจำนวน 6,306 ร้าน ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับร้านในสายแฟชั่นอื่น เช่น ช่างเสริมสวย ช่างรองเท้า ช่างกระทำได้ กระเป๋า เป็นต้น ซึ่งเกิดจากการปรับตัวรับการเติบโตของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่ขยายตัวมากขึ้น² ความรุ่งเรืองของห้องเสื้อเห็นได้จากการมีนิตยสารแฟชั่นเกิดขึ้นมากมายเพื่อตอบสนองความต้องการผู้หญิงที่อยากสวมใส่เสื้อผ้าที่ทันสมัยตามแฟชั่น การเติบโตของแวดวงแฟชั่นทำให้จำนวนของร้านตัดเสื้อเพิ่มขึ้นตามไปด้วย นิตยสารที่เป็นที่นิยมในช่วงเวลานั้น ได้แก่ นิตยสารลลนา นิตยสารสกุลไทย การเติบโตของห้องเสื้อได้เปลี่ยนการแต่งกายของผู้หญิงให้ดูดีมากขึ้น โดยมีข้อสังเกตเกี่ยวกับการแต่งกายของผู้หญิงแถวพาหุรัดซึ่งเป็นแหล่งช้อปปิ้งที่มีชื่อเสียง

¹ วิลลา วิลัยทอง. (2559). เสริมให้สวย : สถาบันความงาม “สังคมไทย” ยุค “พัฒนา”. หน้า 59.

² แหล่งเดิม., หน้า 60.

ไว้ว่า ผู้หญิงร้อยละ 80 แต่งตัวได้สวยงามมาก และในคอลัมน์ “คนสวยของดิฉัน” ได้ให้ภาพย่านเกสร ถนนราชประสงค์ซึ่งเป็นศูนย์กลางของแฟชั่นว่า เติบโตอย่างกับเดินออกจากแมกกาซีน¹ ทำให้เห็นได้ว่าผู้หญิงในกรุงเทพฯ รู้จักแต่งตัวตามแฟชั่นกันมากขึ้น ซึ่งผู้หญิงเหล่านี้เป็นชนชั้นกลางที่มีการศึกษาและมีรายได้จึงสามารถเข้าถึงแฟชั่นผ่านสื่อต่างๆ นำไปสู่การเลือกซื้อเสื้อผ้าจึงมีผลต่อการเติบโตของห้องเสื้อทำให้เกิดการพัฒนาจากการตัดเย็บเพื่อสวมใส่เองไปสู่การเกิดโรงเรียนสอนตัดเสื้อและห้องเสื้อเพื่อตอบสนองต่อการเติบโตของธุรกิจเสื้อผ้า

ห้องเสื้อของผู้หญิงที่เกิดขึ้นในพ.ศ.2509 มักจะตั้งอยู่ตามห้องแถวหรือบ้านของเจ้าของห้องเสื้อ โดยมีเจ้าของเป็นผู้ออกแบบและตัดเย็บเองซึ่งจะตัดตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งรูปแบบในการตัดเย็บจะมาจากนิตยสารแบบเสื้อผ้าตะวันตกที่ส่งเข้ามาขายหรือการเลียนแบบการแต่งกายจากดาราในภาพยนตร์ นักร้องและจากมิวสิกวิดีโอ รวมไปถึงแบบเสื้อในนิตยสารไทยที่มาจากนักร้องแบบที่มีชื่อเสียงในประเทศ รูปแบบของเสื้อผ้าจึงมีลักษณะตามสมัยนิยมแต่ละห้องเสื้อจึงไม่ค่อยแตกต่างกันมากนัก รูปแบบของเสื้อผ้าในยุคนั้นจะมีลักษณะเสื้อตัวหลวมไม่เข้ารูป ยาวคลุมสะโพก มีที่เสริมไหล่ ตีเกร็ดตรงช่วงตัวและกระดุมหน้า แขนเสื้อสั้นหรือไม่มีแขน กระโปรงทรงใบข้าวกลมเข้าส่วนใหญ่จะเป็นสีเดียวกับเสื้อ นิยมใช้ผ้าชีพอง ผ้าฝ้ายและผ้าลินินเป็นหลักซึ่งเหมาะกับสภาพอากาศในประเทศไทย²

นักออกแบบที่มีชื่อเสียงในยุคนั้นได้แก่ หม่อมเจ้าไกรสิงห์ วุฒิชัย คุณชายนักออกแบบเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิง ได้รับฉายาจากหนังสือพิมพ์ว่าเป็น “ท่านชายคริสเตียนดิออร์ของไทย” เปิดโรงเรียนสอนวิชาการออกแบบและรับตัดเย็บเสื้อ กระโปรง ชุดราตรีและชุดวิวาห์ในพ.ศ.2501 ส่วนโรงเรียนสอนตัดเสื้อระพี ของลำยอง บัญญัติพันธุ์ เปิดขึ้นในพ.ศ.2500 ซึ่งเรียนตัดเสื้อและการออกแบบจากการไปเป็นลูกจ้างที่ร้านตัดเสื้อ หลังจากสะสมความรู้ได้จึงออกมาเปิดเป็นร้านของตัวเองครั้งแรกชื่อ นานาพาณิข ในต่างจังหวัด ซึ่งลูกค้าส่วนมากจะเป็นภรรยาผู้ว่าราชการจังหวัด ภรรยาผู้พิพากษา ลำยองจึงได้ความรู้เพิ่มเติมจากเสื้อผ้าที่ลูกค้านำมาให้เป็นแบบ และหลังจากนั้นจึงได้มาเปิดโรงเรียนสอนตัดเสื้อระพีในเวลาต่อมาและมีโอกาสได้ไปแสดงโชว์ที่ต่างประเทศอีกด้วย³ อีกหนึ่งนักออกแบบที่มีชื่อเสียงคือ ไข่ สมชาย แก้วทอง เจ้าของห้องเสื้อ ไข่ (KAI) เปิดขึ้นในพ.ศ.2511 ด้วยความชอบในการออกแบบและตัดเย็บทำให้ สมชาย แก้วทอง เปิดห้องเสื้อโดยรูปแบบของเสื้อผ้าของเสื้อผ้าได้รับแรงบันดาลใจมาจากภาพยนตร์เรื่อง The Great Gatsby โดย

¹ แหล่งเดิม., หน้า 59.

² จวีวรรณ ขจรประศาสน์. (2542). หนังสือพัสดราภรณ์ไทย ถวายให้ ราชนี.

³ วิลลา วิลัยทอง. (2559). เสริมให้สวย : สถาบันความงาม “สังคมไทย” ยุค “พัฒนา”. หน้า 60-62.

ทำเสื้อผ้าในเชิงธุรกิจมีการจัดแพชั่นโชว์ตามแบบตะวันตก ถือได้ว่าสมชาย แก้วทองเป็นผู้ริเริ่มอาชีพนางแบบอย่างเป็นทางการ¹ และนอกจากนี้ยังมี ธีระพันธ์ วรรณรัตน์ นักออกแบบและเจ้าของห้องเสื้อธีระพันธ์ที่ก่อตั้งในพ.ศ.2520 ซึ่งจบการศึกษาด้านการออกแบบเสื้อผ้าจากฝรั่งเศส และได้แรงบันดาลใจในการออกแบบเสื้อผ้ามาจากภาพยนตร์เรื่อง Breakfast at Tiffany's ซึ่งห้องเสื้อธีระพันธ์ถือได้ว่าเป็นผู้นำในการใช้ผ้าไทยตัดเย็บเสื้อผ้า²

อย่างไรก็ตามรูปแบบการแต่งกายได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องจนในช่วงทศวรรษ 80 ซึ่งเป็นยุค “สมัยนิยม” (TREND CENTER) แต่ละห้องเสื้อจะมีรูปแบบเสื้อผ้าที่ชัดเจนมากขึ้น มีการตัดเย็บที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของห้องเสื้อนั้นๆ แต่เมื่อเกิดการหลงไหลของวัฒนธรรมอเมริกันเข้ามาในไทย เป็นผลจากการสนับสนุนจากอเมริกาทั้งจากทางสื่อและในช่วงสงครามเย็นซึ่งถือเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ไทยรับอิทธิพลทางแฟชั่นของตะวันตกทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านวัฒนธรรม เช่น ทางด้านอาหาร การแต่งกายและอาชีพ เป็นต้น ส่งผลให้รูปแบบของเสื้อผ้ามีการเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากมีดาราฮอลลีวูดหลายคนเริ่มเปลี่ยนสไตล์ จากสไตล์ที่หรูหราเปลี่ยนเป็นสไตล์ที่เรียบง่ายในลักษณะของ Minimal style (เสื้อผ้าเรียบง่าย เน้นความธรรมดา) และ Grunge style (การแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าสีเข้ม สไตล์ร็อก)³ จะเห็นได้ว่าเสื้อผ้าในทศวรรษ 90 มีความเรียบง่ายและสไตล์ที่ชัดเจนมากกว่าทศวรรษก่อนหน้านี้ เสื้อผ้าที่เป็นที่นิยมจะเป็นแนว เสื้อครอป เหวลอย โชว์สะดือ และเสื้อยืดลายกราฟฟิกหรือเสื้อยืดที่มีลายโลโก้แบรนด์ตัวใหญ่ๆ ซึ่งมีแต่แบรนด์ต่างประเทศเท่านั้นที่นิยมทำเสื้อในลักษณะดังกล่าว ซึ่งการที่เสื้อผ้านำเข้ามีราคาสูงเนื่องมาจากปัจจัยด้านแหล่งการผลิตและภาษีนำเข้า จึงทำให้เกิดการผลิตเสื้อผ้าลักษณะนี้ในไทยเพื่อให้มีราคาที่ถูกลง ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมาจากอุตสาหกรรมการผลิตเสื้อผ้าในไทยมีการพัฒนาขึ้นและส่วนหนึ่งมาจากการผลิตในเอเชียมีค่าแรงและวัตถุดิบที่มีราคาถูก นอกจากนี้ยังทำให้สามารถกระจายสินค้าได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสินค้าได้ในราคาถูกจึงทำให้เกิดแบรนด์ไทยดีไซน์เนอร์ที่เริ่มทำเสื้อยืดพิมพ์ลายขึ้นมาเป็นแบรนด์แรก ในชื่อร้านว่า Soda และจากการผลิตแบบอุตสาหกรรมรูปแบบของสินค้าจะต้องเป็นที่นิยมในช่วงเวลานั้นเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ง่ายหรือมีลักษณะที่เรียบง่าย เพื่อให้

¹ สมชาย แก้วทอง, (2552), Designer Directory. (ออนไลน์)

² แอล แม็กกาซีน, (2558), ธีระพันธ์ วรรณรัตน์ ตำนานแห่งห้องเสื้อ ผู้เนรมิตความงามจากผ้าไทย. (ออนไลน์)

³ มติชนออนไลน์, (2560), เปิดตำนาน 40 ปี แฟชั่นเมืองไทยจากสากล สู่วิถีความเป็นเอกลักษณ์. (ออนไลน์)

ผู้บริโภคสวมใส่ได้หลายโอกาส ทำให้เกิดกระแส ready-to wear (เสื้อผ้าสำเร็จรูป) ขึ้นในประเทศไทย ลักษณะดังกล่าวของอุตสาหกรรมแฟชั่นได้ดำเนินมาจนถึงพ.ศ.2540 อุตสาหกรรมแฟชั่นได้เกิดการเปลี่ยนแปลง

อย่างไรก็ตามในพ.ศ. 2540 เกิดวิกฤตการณ์เศรษฐกิจฟองสบู่แตก ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจในประเทศ ทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่ปิดตัวลงจากปัญหาเศรษฐกิจซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจแฟชั่นด้วยเช่นกัน เช่น การขาดทุน, การลดความนิยมและลดขนาดของธุรกิจทำให้ห้องเสื้อต้องปรับตัวโดยการลดขนาดให้เล็กลง เช่น ห้องเสื้อดวงใจบิสที่ก่อตั้งในพ.ศ. 2529 ได้ปิดตัวลงเนื่องจากประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ ส่วนแบรนด์ที่ลดขนาด เช่น Grayhound ที่ก่อตั้งในพ.ศ. 2523 ที่ได้ปรับรูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าให้มีความกะทัดรัดมากขึ้นและไปขยายธุรกิจด้านร้านอาหาร¹ ซึ่งวิกฤตการณ์ฟองสบู่แตกถือเป็นช่องว่างในแวดวงอุตสาหกรรมแฟชั่นที่ทำให้เกิดนักออกแบบรุ่นใหม่และการเกิดขึ้นของแบรนด์ใหม่ๆ ที่ก่อตั้งโดยนักออกแบบที่จบการศึกษาด้านการออกแบบเสื้อผ้ามาโดยตรง และได้รับอิทธิพลมาจากตะวันตกประกอบกับสภาพสังคมที่เพิ่งเริ่มฟื้นตัวจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำได้ทำให้เกิดกลุ่มคนที่ขึ้นมาในฐานะทางสังคม ซึ่งมีกำลังในการใช้จ่าย ดังนั้นแบรนด์ของนักออกแบบรุ่นใหม่จึงเป็นที่นิยม เนื่องจากรูปแบบเสื้อผ้าที่มีลักษณะทันสมัยสวมใส่ได้หลายโอกาสจึงตอบสนองต่อความต้องการของคนรุ่นใหม่ และจากการสนับสนุนด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นในสมัยรัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร(พ.ศ.2544-2549)² ได้ทำให้อุตสาหกรรมแฟชั่นมีการขยายตัวมากและเกิดการเปลี่ยนแปลงเห็นได้ชัด โดยห้องเสื้อสมัยใหม่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละห้องเสื้อคือ เจ้าของห้องเสื้อหรือนักออกแบบจะออกแบบเสื้อผ้าตามความชอบของผู้ออกแบบ ไม่ได้ตัดเย็บเสื้อผ้าตามสมัยนิยมเหมือนในอดีต เสื้อผ้ามีความหลากหลายและมีการปรับเปลี่ยนให้ผู้บริโภคเลือกได้เหมาะสมกับสไตล์ของแต่ละคน มีขนาดมาตรฐานให้เลือก เช่น ไชล์เล็ก กลางและใหญ่ และแต่ละห้องเส้อมีหลายสาขาซึ่งสร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้แต่ละห้องเสื้อยังมีโรงงานตัดเย็บเป็นของตัวเองทำให้เสื้อผ้ามีคุณภาพดีตามมาตรฐานของแบรนด์และในสมัยนี้คนสามารถเข้าถึงเสื้อผ้าได้มากขึ้นทำให้ช่องทางในการนำเสนอเสื้อผ้ามีมากขึ้นตามไปด้วย สื่อสังคม (Social Media) ใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการโฆษณาเสื้อผ้าของแต่ละแบรนด์ เช่น อินสตาแกรม เฟสบุ๊ก ยูทูบ เป็นต้น และนอกจากนี้ยังโฆษณาเสื้อผ้าผ่านนักแสดง นักร้องหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงจึงทำให้คนสามารถเข้าถึงและรับรู้รูปแบบของเสื้อผ้าได้มากขึ้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นยุคทองของแฟชั่นของไทยตัวอย่างของห้องเสื้อใน

¹ Positing Magazine, (2549), 25 ปีเกรียฮาว “เราขายสไตล์ไม่ใช่แฟชั่น”. (ออนไลน์)

² สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม.

ยุคปัจจุบัน ในยุคดังกล่าวเนื่องจากมีแบรนด์มากมายผู้วิจัยจึงเลือกศึกษา 5 แบรนด์สำคัญที่ถือว่า มีอิทธิพลต่อแวดวงแฟชั่นและเป็นตัวแทนที่สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมแฟชั่น คือ สเรทซิส ดิษยา โพเอ้ม อาชาว่าและวทานิกา โดยทั้ง 5 แบรนด์ที่เลือกมาศึกษาต่างมี ลักษณะร่วมตามที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งแต่ละแบรนด์มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเสื้อผ้าและการ บริหารแบรนด์ที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อม

การศึกษาพัฒนาการของห้องเสื้อไทยพ.ศ.2500-2559 จะทำให้เห็นถึงพัฒนาการของ ห้องเสื้อไทยในช่วงเวลาดังกล่าวที่มีส่วนช่วยในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอทำให้เกิดห้องเสื้อ มากมายและห้องเสื้อเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศมาโดยตลอด โดยเฉพาะ ในยุคปัจจุบันทั้ง 5 แบรนด์ดังกล่าวถือเป็นตัวแทนการศึกษาพัฒนาการของแฟชั่นไทยในยุคใหม่ โดยดีไซเนอร์ทั้ง 5 คนเป็นถือเป็นจุดเปลี่ยนผ่านของคนรุ่นใหม่ที่มีผลิตภัณฑ์ผลงานของตนเองให้เป็นที่ รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศที่จะศึกษาถึงการเกิดของคลื่นลูกใหม่ในอุตสาหกรรมแฟชั่นที่ ส่งผลต่อสังคมไทยในปัจจุบัน

จุดมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการของห้องเสื้อไทยในช่วง พ.ศ.2500-2559
2. เพื่อศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายและการออกแบบเสื้อผ้าของห้องเสื้อ ไทยในช่วง พ.ศ.2500-2559

ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาพัฒนาการของห้องเสื้อไทยพ.ศ.2500 เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ อุตสาหกรรมสิ่งทอมีการเจริญเติบโตจากการสนับสนุนของรัฐบาล โดยศึกษาถึงพ.ศ.2559 เนื่องจากเป็นยุคปัจจุบันที่เห็นการเปลี่ยนแปลงของห้องเสื้อได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะศึกษาผ่าน 5 แบรินด์ คือ สเรทซิส ดิษยา โพเอ้ม อาชาว่าและวทานิกา โดยทั้ง 5 แบรินด์เป็นแบรนด์ที่เกิดจากนัก ออกแบบรุ่นใหม่ ที่สร้างชื่อเสียงและมีผลงานในระดับเวทีโลก

วิธีในการดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่เป็นหลักฐานขั้นต้น (Primary Sources) เช่น วารสารร่วม สมัยในสมัยของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ คำสัมภาษณ์ของแบรนด์เสื้อผ้าซึ่งอยู่ในรูปของบท สัมภาษณ์ลักษณะของสื่อ (Mass Media) และหลักฐานขั้นรอง (Secondary Sources) เช่น

บทความตามนิตยสาร แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์ (Historical Approach) และนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ห้องเสื้อ หมายถึง ร้านตัดเสื้อที่มีช่างทำงานอยู่ด้วย มีนักออกแบบเสื้อผ้า มีการแบ่งสัดส่วนระหว่างห้องรับรองลูกค้าและห้องตัดเสื้อออกจากกันอย่างชัดเจน
2. นิมอล สไตล์ (Minimal style) หมายถึง การแต่งตัวที่เน้นความธรรมดา เรียบง่าย มีความเป็นธรรมชาติแต่ต้องดูดีมีการคุมโทนสีที่อบอุ่น เช่น สีขาว เทา น้ำตาล ดำ ครีม การออกแบบเสื้อผ้าต้องไม่ซับซ้อน¹
3. กรันจ์ สไตล์ (Grunge style) หมายถึงการแต่งตัวในแบบของการคุมโทนสีเข้ม เช่น สีดำ สีเทา หรือน้ำเงิน โดยจะมีเครื่องประดับ คือ โชคเกอร์หรือรองเท้าหุ้มข้อสั้นหนา หรืออาจจะสวมใส่กับแจ็กเก็ตยีนส์หรือกางเกงยีนส์ก็ได้²
4. คอร์เซท (Corset) หมายถึง ชุดชั้นใน ที่เมื่อสวมใส่แล้วจะมีสภาพเป็นเหมือนบ่า ที่บังคับรูปร่างผู้สวมใส่ให้มีทรงเหมือนนาฬิกาทราย แพร่หลายมาจากฝรั่งเศส ในสมัยก่อนเป็นที่นิยมว่าผู้หญิงที่มีหุ่นดีจะต้องเอาเหล็ก สะโพกใหญ่ มีหน้าท้องเล็กน้อย³
5. แบรินด์ หมายถึง คือสิ่งที่สามารถออกแบบหรือสร้างออกมาในรูปแบบที่เป็นสัญลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ สามารถสร้างออกมาในรูปแบบของชื่อหรือสัญลักษณ์ต่างๆเพื่อให้แสดงถึงตัวตนของบริษัทหรือองค์กร ในงานชิ้นดังกล่าวในยุค 2540 เป็นต้นไปมักใช้คำว่าแบรินด์ เพื่อสื่อถึงความทันสมัย

ความสำคัญของงานวิจัย

1. ทราบถึงพัฒนาการของห้องเสื้อและนักออกแบบไทยในช่วง พ.ศ. 2500-2559
2. ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการแต่งกายและการออกแบบเสื้อผ้าในช่วง พ.ศ. 2500 -2559

¹ Babeburin, (2558), สวຍເຮືອນຢືນຍະພາບມີນິມອລສໄຕ້ (Minimal Style). (ออนไลน์)

² Shopspot, (2559), Soft Grunge หลบไป..เจอสไตล์ Grunge จัดเต็มไปเลย! (ออนไลน์)

³ โรงเรียนสอนตัดเสื้ออะพี, (2559), Corset Piercing แร้งบันดาลใจจาก Corset. (ออนไลน์)

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรณีศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาอิทธิพลของแบรนด์นักออกแบบไทย ที่ส่งผลต่อสังคมไทย โดยมีงานเขียนที่เกี่ยวกับเรื่องนี้โดยตรงค่อนข้างน้อย จึงเริ่มศึกษาจากการนิยามความหมายของงานเขียนที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

งานเขียนที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์แฟชั่นตะวันตก

งานเขียนที่เกี่ยวข้องประวัติศาสตร์แฟชั่นตะวันตก มีอยู่ในรูปแบบของหนังสือและบทความ

พรสนอง วงศ์สิงทอง. (2559). **ประวัติศาสตร์แฟชั่น (History of fashion)**. กรุงเทพฯ : ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นและการแต่งกายทุกยุคตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของแฟชั่นเครื่องแต่งกายในแต่ละยุคว่าทุกสิ่งที่เกิดขึ้นมาล้วนมีความเป็นมา แม้ว่าในความจริงที่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการใช้สอยเพียงอย่างเดียว แต่หนังสือเล่มนี้ชี้ให้เห็นประโยชน์ของเสื้อผ้าในด้านอื่นๆ

เดชชาติ ศรีอยู่พุ่ม. (2555). **แฟชั่นเพื่อการใช้สอย**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ได้กล่าวว่าแฟชั่นในช่วงสงครามโลกเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของเครื่องแต่งกาย โดยช่วงเวลาดังกล่าวจะไม่เน้นไปที่ความสวยงามแต่จะเน้นไปที่การใช้สอยเป็นหลัก ความสวยงามของเสื้อผ้าถือว่าเป็นสิ่งที่ฝ่าฝืนกฎหมาย นอกจากจะได้รับความรู้ทางแนวคิดในการออกแบบเสื้อผ้าแล้วยังได้ศึกษาประวัติศาสตร์การมีชีวิตร่วมกันอยู่ การคิดค้นผลิตภัณฑ์ขึ้นมาทดแทน การแก้ไขปัญหาสินค้าขาดแคลน ซึ่งเป็นสิ่งสะท้อนปัญหาเพื่อเป็นแนวคิดในการปรับตัวเอาตัวรอดของประชาชนในสมัยนั้น

Emmabelle Dirix & Charlotte. (2556). **1940s Fashion The Definitive Sourcebook** :The Carlton Publishing Group London ได้กล่าวถึงแฟชั่นในช่วงยุคสงครามโลกครั้งที่สองว่าเป็นจุดเปลี่ยนของแฟชั่นครั้งใหญ่ จนมาถึงในค.ศ.1947 หลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง ได้เกิดจุดเปลี่ยนทางแฟชั่นของโลกที่เรียกว่า “New Look” ซึ่งเป็นรูปแบบเครื่องแต่งกายที่ถือว่าการเปลี่ยนแปลงครั้งที่น่าจดจำมากที่สุดยุคหนึ่งของประวัติศาสตร์การแต่งกาย

Gerturd Lehnert. (2543). **A History of Fashion in the 20th Century** : Konemann publishing London ได้กล่าวถึง การกำเนิดของการออกแบบเสื้อผ้าชั้นสูงจนไปถึงการเปลี่ยนแปลงของเสื้อผ้าในยุคปัจจุบันที่เสื้อผ้ากลายเป็นปัจจัยที่ 6 ของชีวิต พัฒนาการของเสื้อผ้าในแต่ละยุคที่แสดงให้เห็นถึงสังคมของคนในยุคคนนั้นๆ ผลกระทบต่อเสื้อผ้าชั้นสูงและการกำเนิดขึ้นของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

งานเขียนที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์แฟชั่นไทย

วรรณพร บุญญาสถิตย์. (2553). **จอมนางแห่งสยาม ในรัชกาลที่ 4 ถึงรัชกาลที่ 6 กับกระแสวัฒนธรรมตะวันตก**. กรุงเทพฯ : ได้กล่าวถึงเรื่องแฟชั่นไว้ว่า สำหรับเครื่องแต่งกายของเจ้านายฝ่ายในนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นแบบใหม่ เพื่อที่จะให้ประเทศอื่นๆ เห็นว่าเมืองไทยมีความเจริญก้าวหน้า มีอารยธรรมตามแบบตะวันตก เปลี่ยนแปลงโดยการนำรูปแบบการแต่งกายของตะวันตกเข้ามาผสมผสานกับรูปแบบเดิมของไทย

วิลลา วิลัยทอง. (2560, มกราคม-เมษายน). **แต่งตัวให้ผู้หญิงชั้นกลางไทย: “นักดีไซน์แบบ” และวัฒนธรรมความงามในสมัย”พัฒนา”**. รัฐศาสตร์สาร. 38(1): 109-161. กล่าวไว้ว่า ในระยะเริ่มแรกของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบทุนนิยมอุตสาหกรรมในประเทศไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2500 นักดีไซเนอร์หรือนักออกแบบเสื้อผ้าประกอบด้วยเจ้าของและอาจารย์โรงเรียนสอนตัดเย็บเสื้อผ้า พวกเขาเผยแพร่แนวคิดเรื่องแฟชั่น เสื้อผ้าและการแต่งกายผ่านรูปแบบการตลาดและการสื่อสารมวลชนสมัยใหม่ ผลงานของพวกเขาสะท้อนถึงอิทธิพลจากแฟชั่นระดับโลก และกล่าวถึงวิวัฒนาการความงามในด้านต่างๆ เช่น การตัดเสื้อ การทำผมในเชิงพาณิชย์ที่เติบโตขึ้นมากจากพัฒนาการทางเศรษฐกิจแบบทุนนิยม โดยมีการเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ จากผู้มีความรู้ในด้านความงามสาขาต่างๆ เพื่อสร้างอาชีพให้กับผู้หญิงในสังคม โดยงานของวิลลาได้ให้ภาพของผู้หญิงชนชั้นกลางว่าเป็นกลุ่มที่ชอบแต่งตัวและทำผม เป็นผู้นำทางแฟชั่นที่ทันสมัยแต่ยังคงความงามแบบไทยไว้

คันสนีย์ วีระศิลป์ชัย. (2553). **ลูกแก้วเมียขวัญ “สตรีคู่พระทัย” ในราชสำนักสยาม**. กรุงเทพฯ : ได้กล่าวถึงเรื่องแฟชั่นไว้ว่า ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว สตรีที่ทรงเป็นผู้นำยุคสมัยที่สุดคือ สมเด็จพระราชปิตุจฉาเจ้าฟ้าวไลยอลงกรณ์ กรมหลวงเพชรบุรีราชสิรินธร การแต่งพระองค์ของสมเด็จพระเจ้าฟ้าวไลยอลงกรณ์ นับได้ว่าก้าวล้ำนำสมัยจนตลอดพระชนม์ชีพ ทรงสั่งหนังสือแบบเสื้อมาจากต่างประเทศ แล้วนำมาดัดแปลงให้เข้ากับบุคลิกภาพ คือสวมแล้วสง่างาม จนทรงเป็นแบบอย่างและผู้นำด้านการแต่งกายของสตรีในพระราชสำนัก ทรงเป็นผู้ริเริ่มดัดแปลงผ้าขึ้นธรรมดา ให้เป็นผ้าถุงสำเร็จโดยทรงออกแบบตัดเย็บให้เข้ากับรูปร่าง ให้ทั้งความสะดวกสบายในการนุ่งและยังสวยทันสมัย

งานเขียนและบทสัมภาษณ์เกี่ยวกับนักออกแบบแบรนด์ไทย

สำหรับงานเขียนที่เกี่ยวข้องกับนักออกแบบแบรนด์ไทยนั้นมีอยู่น้อยมาก ซึ่งมีอยู่ในรูปแบบของบทวิจัยและแมสมีเดียอย่างเช่น บทความและนิตยสาร

วิเทพ มุสิกะปาน. (2554). **ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย**. ปริญญาานิพนธ์ (สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจิตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัษณ์ศรีนครินทร์วิโรฒ) กรุงเทพฯ : ได้กล่าวถึง

กลุ่มคนผู้ที่มีอำนาจและการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย โดยผู้วิจัยสรุปไว้ได้เป็น 2 ยุค คือ ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคสังคมบริโภคนิยมที่อยู่ในช่วงสมัยรัตนโกสินทร์สมัยใหม่จนถึงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองที่เครื่อง คือกลุ่มชนชั้นสูงที่มีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงวัฒนธรรมให้เจริญทัดเทียมกับโลกตะวันตกและผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์ ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางแฟชั่นที่สามารถเป็นได้ทั้งตัวบุคคลและเหตุการณ์

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. (ปีที่ 36 ฉบับที่ 3,128 2559. 4-6 กุมภาพันธ์). แฟชั่นเสื้อผ้าโตสวนเศรษฐกิจ 2 แบรนต์ดังไทยย้ำภาพลักษณ์ที่หรูหราเคียงต่อยอดสู่ระดับโลกสยาม. กรุงเทพฯ ได้กล่าวว่า แฟชั่นเสื้อผ้าไทยติดอันดับ 2 ในเอเชียเป็นรองแค่เกาหลีใต้ อุตสาหกรรมเสื้อผ้าเมืองไทยมีแนวโน้มเจริญเติบโตมากขึ้น ถึงแม้ว่าโดยภาพรวมสภาพเศรษฐกิจจะยังค่อนข้างชะลอตัวอยู่ แต่กลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ยังสามารถสร้างการเติบโตและยอดขายได้

แอล ไทยแลนด์. (2560, 19 พฤศจิกายน). แบรนต์ไทยที่เหล่าแฟชั่นนิสต้าทั่วโลกเลือกใส่สยาม. กรุงเทพฯ ได้กล่าวว่า แบรนต์เสื้อผ้าของนักออกแบบไทยที่ตอนนี้ต่างเป็นที่สนใจจากทั่วโลก ด้วยเอกลักษณ์และความปราณีตทำให้บุคคลที่มีชื่อเสียงระดับโลกต่างให้ความสนใจฝีมือการออกแบบของนักออกแบบไทย

แหล่งข้อมูล

- สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ
- สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- หอสมุดปรีดี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- แหล่งข้อมูลออนไลน์

บทที่ 2

พัฒนาการของห้องเสื้อในอดีตจนถึง พ.ศ.2516

การศึกษาพัฒนาการของห้องเสื้อไทยในอดีตจนถึงพ.ศ.2516 ผู้วิจัยจะกล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการแต่งกายของคนไทยในยุคสมัยดังกล่าว โดยเริ่มศึกษาจากอิทธิพลของตะวันตกที่เข้ามาในประเทศไทยซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ กลุ่มคนในราชสำนักถือเป็นคนกลุ่มแรกที่ได้รับอิทธิพลนี้และมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการแต่งกายของตนไปใช้ตามแบบสากล อีกทั้งการเข้ามาของคณะมิชชันนารีที่ต้องการเข้ามาเผยแพร่ศาสนาและได้นำจักรเย็บผ้าเข้ามาในสยาม ส่งผลให้สตรีส่วนหนึ่งเริ่มมีความรู้เกี่ยวกับการตัดเย็บเสื้อ ทำให้มีการเกิดขึ้นของแหล่งชุมนุมช่างตัดเสื้อที่เกิดขึ้นมารองรับความต้องการการแต่งกายตามรูปแบบสากลที่เพิ่มมากขึ้น

ในสมัยของรัฐบาลของจอมพลป. พิบูลสงคราม ที่มีนโยบายการสร้างชาติไทยให้เป็นอารยประเทศและมีกระบวนการสร้างชาติในด้านต่างๆ หนึ่งในนั้นคือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายไปใช้ตามสากล จนกระทั่งในสมัยของรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ที่มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯ จากปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้มีการเกิดขึ้นของผู้ประกอบการร้านตัดเสื้อและโรงเรียนสอนตัดเสื้อที่มีจำนวนมากเพื่อมารองรับความต้องการของประชาชน อีกทั้งยังส่งผลให้มีการเกิดขึ้นนักร้องที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก ที่ถือว่าเป็นผู้บุกเบิกวงการแฟชั่นไทย อาจกล่าวได้ว่ายุคสมัยนี้เป็นจุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยที่ส่งผลมาถึงในยุคสมัยปัจจุบัน

2.1 อิทธิพลของตะวันตกกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเครื่องแต่งกาย

การลงนามในสนธิสัญญาเบาว์ริงระหว่างประเทศสยาม (ในขณะนั้น) กับอังกฤษในพ.ศ. 2398 ซึ่งเป็นข้อตกลงเกี่ยวกับการค้า ส่งผลให้สยามติดต่อกับชาติตะวันตกมากยิ่งขึ้น สยามจึงเริ่มปรับปรุงประเทศตามแบบอย่างตะวันตก หนึ่งในวัฒนธรรมที่เริ่มมาปรับใช้คือ วัฒนธรรมการแต่งกาย เห็นได้จากในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 (พ.ศ.2394 - 2411) เริ่มกำหนดให้ขุนนางสวมเสื้อเข้าเฝ้า เนื่องจากการไม่สวมเสื้อเข้าเฝ้าในสายตาตะวันตกถูกมองว่าเป็นการล้าสมัย ไม่มีวัฒนธรรมและทำให้ชาวต่างประเทศมองว่าคนสยามเป็นคนป่า¹ การ

¹ เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (ข้า บุนนาค). (2547). พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 1-4 ฉบับเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (ข้า บุนนาค).

เปลี่ยนแปลงดังกล่าวถือเป็นจุดเริ่มต้นในการเริ่มเปลี่ยนรูปแบบการแต่งกายตามแบบอย่างตะวันตก แต่เดิมคนไทยสวมใส่โจ้กระเบนหรือผ้าถุงแบบเรียบง่ายซึ่งมักตัดเย็บกันเองในครัวเรือน

การแต่งกายตามแบบอย่างตะวันตกของคนสยามได้รับอิทธิพลมาจากทวีปยุโรป โดยเฉพาะประเทศฝรั่งเศสซึ่งเป็นประเทศมหาอำนาจและเป็นศูนย์กลางการแต่งกายของโลกในขณะนั้น การตัดเย็บเสื้อผ้าของฝรั่งเศสมีวิวัฒนาการที่ทันสมัยมากกว่าประเทศอื่น ส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและศิลปวัฒนธรรมทุกแขนงมีความเจริญก้าวหน้าตามไปด้วย สามารถผลิตช่างตัดเย็บเสื้อผ้าและมีห้องเสื้อที่มีชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก ทั้งยังเป็นต้นกำเนิดของรูปแบบการตัดเย็บชั้นสูง (Haute Couture) ซึ่งเป็นรูปแบบการตัดเย็บเสื้อผ้าด้วยมือทั้งหมด ทำให้มีการออกแบบและตัดเย็บเครื่องแต่งกายออกมาอย่างหรูหราและมีรูปแบบเฉพาะของแต่ละบุคคล จึงทำให้การตัดเย็บแบบชั้นสูงหรือโอต์กูตูร์ได้รับความนิยมจากชนชั้นสูงและราชินิกุลจากราชวงศ์ต่างๆ ในยุโรปเกือบทั้งหมด จากเหตุผลดังกล่าวส่งผลให้ประเทศฝรั่งเศสกลายเป็นศูนย์กลางทางด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นของโลกในพ.ศ.2401¹

จากเหตุผลในการวิวัฒนาการตะวันตกดังกล่าว ทำให้สยามรับเอาวัฒนธรรมการแต่งกายแบบสากลเข้ามาปรับใช้ กลุ่มคนในราชสำนักถือเป็นคนกลุ่มแรกที่ได้รับอิทธิพลดังกล่าวและปรับเปลี่ยนรูปแบบการแต่งกายของตนไปใช้ตามแบบสากล เนื่องจากกลุ่มคนในราชสำนักถือเป็นคนกลุ่มแรกในสังคมสยามที่ปฏิสัมพันธ์กับชาวตะวันตกโดยตรง ช่างในวังมีหน้าที่เป็นผู้ตัดเย็บและออกแบบเสื้อผ้า มีการนำเอาแนวคิดการแต่งกายจากนิตยสารเครื่องแต่งกายที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ² นำมาดัดแปลงให้เข้ากับบุคลิกภาพของแต่ละคน³ และปรับให้เหมาะสมกับลักษณะภูมิอากาศของประเทศไทยที่มีอากาศร้อนชื้น เช่น ฉลองพระองค์แขนหมูแฮม (Leg of Mutton) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการแต่งกายของสตรีในสมัยสมเด็จพระราชินีวิกตอเรียแห่งประเทศอังกฤษ มีลักษณะแขนพองส่วนบนได้ศอกลงมาลิบพอดียาวจนถึงข้อมือ ประดับด้วยผ้าลูกไม้หรือติดโบว์เล็กๆ ทั้งตัว คอตั้งสูง⁴ และนำมาผูกกับโจ้กระเบนแบบไทย เป็นต้น

¹ Vouge, (2563), "โอต์ กูตูร์" นิยามของคำว่า มีเงินก็ซื้อไม่ได้ที่แท้ทรู! (ออนไลน์)

² สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ม.ร.5 ต/2 เอกสารรัชกาลที่ 5 กระทรวงต่างประเทศ เบ็ดเตล็ดกระทรวงต่างประเทศ เรื่องส่งซื้อหนังสือพิมพ์นอก (28 ส.ค.- 20 พ.ย. 128). (2452).

³ ศันสนีย์ วีระศิลป์ชัย. (2553). ลูกแก้วเมื่อยขวัญ "สตรีคู่พระทัย" ในราชสำนักสยาม. หน้า 104.

⁴ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา. (2542). การแต่งกายสตรีกับหัตถกรรมทอผ้าในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์. หน้า 58.

การแต่งกายตามแบบตะวันตกเริ่มเป็นที่แพร่หลายมากขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 (พ.ศ.2411 - 2453) ทรงโปรดให้เจ้านายและขุนนางเริ่มแต่งกายตามแบบตะวันตก หลังจากรัชกาลที่ 5 เสด็จประพาสอินเดียใน พ.ศ.2414 ห้างแรมเซเว็กฟิลด์ เป็นห้างร้านที่รับตัดเย็บเครื่องแต่งกายในเมืองกัลกัตตา (Calcutta) ได้มาตั้งร้านสำหรับตัดเย็บเครื่องแต่งกายที่กรุงเทพฯ ต่อมาเริ่มมีห้างร้านต่างๆ มาตั้งในสยามมากยิ่งขึ้นเพื่อขายเครื่องแต่งกายเพิ่มขึ้นอีกหลายแห่ง ทำให้กลุ่มชนชั้นสูงมักไปใช้บริการตัดเสื้อผ้าจากห้างร้านของชาวตะวันตกที่เข้ามาเปิดกิจการรับตัดเสื้อผ้าในขณะนั้น ซึ่งห้างร้านตัดเสื้อแบบตะวันตกทำให้เกิดรูปแบบของการแต่งกายและชนิดของผ้าที่นำมาตัดเย็บที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นกว่า เช่น ห้างแรมเซย์ (Ramsay & Company) ซึ่งก่อตั้งขึ้นที่บริเวณแยกถนนบำรุงเมือง โดยชาวอังกฤษ ใน พ.ศ.2415 จำหน่ายเครื่องแต่งกาย ผ้ายัดเย็บ และถุงเท้า นำเข้าจากต่างประเทศ เช่นเดียวกับห้างแบดแมน (Harry A. Badman & CO.) ก่อตั้งโดยแฮร์รี แบดแมน (Harry A. Badman) ชาวอังกฤษ ใน พ.ศ.2422 ตั้งอยู่บริเวณถนนราชดำเนิน เป็นห้างร้านที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในกรุงเทพฯ ในขณะนั้น และเป็นที่นิยมในกลุ่มคนในราชสำนักและชนชั้นสูงในสมัยรัชกาลที่ 5 เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้พระบรมมหาราชวังและมีสินค้านำเข้าทุกชนิดทั้งจากยุโรปและอเมริกา¹ ส่งผลให้ห้างร้านที่ตั้งอยู่ในบริเวณถนนบำรุงเมืองได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ห้างร้านตัดเสื้อในยุคสมัยนี้ มีลักษณะเป็นตึกขนาดใหญ่ตามแบบตะวันตกและขายสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เช่น หมวก นาฬิกา กางเกง และเสื้อ เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการสวมใส่เสื้อผ้าแบบตะวันตกของกลุ่มคนในราชสำนัก ผู้ที่ต้องเข้าสังคมและผู้ชายที่ทำงานนอกบ้าน เช่น รับราชการ หรือทำงานในบริษัทเอกชนต่างๆ อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมการแต่งกายแบบตะวันตกแพร่หลายในชนชั้นสูงและขุนนางเท่านั้น ราษฎรทั่วไปยังไม่ได้รับวัฒนธรรมการแต่งกายแบบตะวันตกมากนัก

2.2 จักรเย็บผ้า: การเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรมการตัดเย็บ

การแต่งกายแบบสากลเริ่มเป็นที่แพร่หลายมากขึ้นจากการรับวัฒนธรรมตะวันตก ทำให้มีการนำจักรเย็บผ้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการตัดเย็บเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว² โดยคณะ

¹ ภายหลังเลิกกิจการห้างแบดแมนได้กลายเป็นตึกกรมโฆษณาการในช่วงการเปลี่ยนแปลงการปกครองของกลุ่มคณะราษฎร หลังจากนั้นมีการพัฒนาเป็นสำนักงานโฆษณาการ กรมโฆษณาการและกรมประชาสัมพันธ์ตามลำดับ ปัจจุบันได้รื้อถอนและมีการปรับเปลี่ยนเป็นลานจอดรถของสลาก

² จิตตมาศ จิระสถิตย์พร, และวัชรระ สีนุประมา. (2561). จักรเย็บผ้า: การตัดเย็บสมัยใหม่ในการศึกษาของผู้หญิงไทย. วารสารราชพฤกษ์. ปีที่ 16 ฉบับที่ 2. หน้า 71.

มิชชันนารีที่เดินทางเข้ามาเพื่อเผยแผ่ศาสนาคริสต์และให้การศึกษาแก่ประชาชน ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านวัฒนธรรมการตัดเย็บในสยาม เพราะแต่เดิมคนสยามเย็บผ้าด้วยมือ มิชชันนารีนำจักรเย็บผ้าเข้ามาและใช้ในการส่งเสริมการศึกษาให้กับผู้หญิงเพื่อให้มีความรู้แบบตะวันตกและสามารถนำไปเป็นวิชาชีพหาเลี้ยงตนเองได้ จากปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้เกิดการจัดตั้งโรงเรียนการเรือนสำหรับผู้หญิง (Industrial School for Girl) ใน พ.ศ. 2408 ที่จังหวัดเพชรบุรี¹ เพื่อสอนศาสนาควบคู่ไปกับการให้ศึกษาแบบตะวันตกแก่สตรี โดยเฉพาะวิชาการตัดเย็บสมัยใหม่ที่สามารถนำไปประกอบอาชีพได้ วิชาการตัดเย็บเสื้อผ้าสมัยใหม่เป็นแนวทางการตัดเย็บที่ชาวสยามยังไม่คุ้นชินมากนัก ทำให้เกิดความสนใจจากกลุ่มผู้หญิงจำนวนมาก ส่งผลให้กิจการโรงเรียนการเรือนหญิงที่เพชรบุรีประสบความสำเร็จ และเป็นตัวอย่างให้แก่โรงเรียนกุลสตรีวังหลัง² (ปัจจุบันคือโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย) ซึ่งเล็งเห็นว่า วิชาการตัดเย็บสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ จึงนำจักรเย็บผ้ามาให้นักเรียนฝึกหัดและนับได้ว่าเป็นการศึกษาด้านการตัดเย็บของเอกชนแห่งแรกในกรุงเทพมหานคร³ กล่าวได้ว่าการจัดการเรียนการสอนโดยคณะมิชชันนารีได้ช่วยสร้างความรู้ให้แก่ผู้หญิง ส่งเสริมทักษะในการประกอบอาชีพและกลายเป็นต้นแบบของการจัดการศึกษาแบบตะวันตกให้แก่กลุ่มสตรีชั้นสูงในเวลาต่อมา

การศึกษาแบบสมัยใหม่ที่สอนให้แก่ผู้หญิงของคณะมิชชันนารี ก้าวหน้าไปพร้อมกับการตัดเย็บสมัยใหม่ตามแบบตะวันตก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนการสอน ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการแต่งกายที่เป็นสมัยนิยมมากขึ้น กลุ่มคนในราชสำนักตระหนักถึงความสำคัญของการตัดเย็บสมัยใหม่ การปฏิรูปการศึกษาในสมัยรัชกาลที่ 5 มีการเพิ่มหลักสูตรการเย็บปักถักร้อยตามสมัยนิยม และให้วิชาการตัดเย็บด้วยจักรเย็บผ้าบรรจุอยู่ในหลักสูตรการศึกษาชั้นประถมศึกษาที่แยกขึ้นเฉพาะสำหรับเด็กผู้หญิง โดยเริ่มขึ้นอย่างเป็นทางการใน พ.ศ. 2446⁴ มีการกำหนดเนื้อหาการเรียนรู้การเย็บผ้าในระดับพื้นฐาน เช่น วิธีการใช้ เข็ม ด้าย กรรไกร และความรู้เบื้องต้นด้วยการเย็บด้วยมืออย่างง่าย ในระดับมัธยมศึกษา หลักสูตรการตัดเย็บจะมีความซับซ้อนมากขึ้นและสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ จนกระทั่งภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2547 มีการสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้ในการประกอบอาชีพ

¹ ปัจจุบันคือโรงเรียนโรงเรียนอรุณประดิษฐ์

² จอร์จ บรัดเลย์ แมคฟาร์แลนด์, เอ็ม. ดี (บรรณาธิการ), *หนึ่งศตวรรษในสยาม ค.ศ.1828-ค.ศ.1928 : ประวัติสังเขปของพันธกิจคริสตจักรโปรเตสแตนต์ในสยาม*. (2555). หน้า 86.

³ ชัย เรื่องศิลป. (2527). *ประวัติศาสตร์ไทย สมัย พ.ศ. 2352-2453 : ด้านเศรษฐกิจ*. หน้า 359.

⁴ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. *เอกสารรัชกาลที่ 5 กรมการศึกษา เรื่องโครงการศึกษา*. (ม.ป.ป).

และเห็นความสำคัญของศึกษาของผู้หญิงเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการเปิดโรงเรียนวิสามนการเรือนใน พ.ศ.2477¹ โดยเนื้อหาในหลักสูตรกำหนดว่า ผู้ที่สำเร็จวิชาการฝีมือและตัดเย็บจะต้องผ่านหลักสูตรการตัดเย็บเสื้อผ้า การวัดตัว ความรู้เกี่ยวกับการใช้จักรเย็บผ้าจึงจะสามารถนำไปประกอบอาชีพได้² รวมถึงการขยายการศึกษาของผู้หญิงในระดับอาชีวศึกษาเมื่อ พ.ศ.2481³ โดยมีการเปิดโรงเรียนช่างทอผ้าหรือโรงเรียนการช่างสตรีในทุกจังหวัด⁴ เพื่อส่งเสริมให้ผู้หญิงสามารถประกอบอาชีพและหารายได้ให้แก่ครอบครัวได้

ความสำคัญของอาชีพตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี ส่งผลให้มีการเปิดโรงเรียนตัดเย็บของเอกชนเพิ่มขึ้น เพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาให้แก่ผู้หญิง เช่น ห้างเจริญกิจนารีสยามซึ่งมีชื่อเสียงในด้านการตัดเสื้อ เนื่องจากช่างส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่ได้รับการศึกษาวิชาการตัดเย็บมาโดยตรง ห้างดังกล่าวได้ขยายกิจการเปิดโรงเรียนสอนตัดเย็บชื่อว่า โรงเรียนกิจเจริญนารีสยามในพ.ศ.2480 สำหรับสอนวิชาการเย็บปักถักร้อยขึ้น⁵ เพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาการตัดเย็บเสื้อผ้าให้แก่ผู้หญิง และ บริษัทซิงเกอร์ ซึ่งเป็นบริษัทผลิตจักรเย็บผ้า ได้เปิดโรงเรียนสอนการตัดเย็บเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิงขึ้นในพ.ศ.2496⁶ เพื่อส่งเสริมวิชาชีพสำหรับผู้หญิงอีกด้วย⁷

การตัดเย็บด้วยจักรเย็บผ้าถือเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกและมีส่วนในการส่งเสริมบทบาทหน้าที่ให้แก่ผู้หญิง นอกจากนี้ยังส่งผลต่อวัฒนธรรมการตัดเย็บและรูปแบบเครื่อง

¹ โรงเรียนวิสามนการเรือน สังกัดกองอาชีวศึกษา กรมวิชาการ กระทรวงธรรมการ นับเป็นโรงเรียนการเรือนแห่งแรกของประเทศไทย จุดมุ่งหมายเพื่อเตรียมความพร้อมการเป็นแม่บ้านแม่ศรีเรือนที่ดีให้แก่สตรีต่อมาใน พ.ศ.2480 ได้ย้ายไปตั้งที่วังจันทร์เกษม และเปลี่ยนชื่อโรงเรียนเป็นโรงเรียนการเรือนจันทร์เกษม เปิดสอนหลักสูตรมัธยมศึกษาและหลักสูตรการเรือน

² สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ศธ.4.4/12 เอกสารกระทรวงศึกษา เรื่องหลักสูตรประถมและมัธยมศึกษาหรือเรื่องประมวลการศึกษา ตอนที่ 1. (2475-2480).

³ แหล่งเดิม.

⁴ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ศธ.0701.29/1 เอกสารสำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานเลขาธิการกรม เรื่องหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานที่บรรจุวิชาการฝีมือและตัดเย็บไว้สำหรับสตรี. (2478-2498).

⁵ ประชาชาติ, 2480. "โฆษณาโรงเรียนเจริญกิจนารี," ประชาชาติ, หน้า 22.

⁶ Singer Thailand, (2563), ย้อนรอย 131 ปี จักรเย็บผ้า ซิงเกอร์ ในประเทศไทย #ความสุขทุกสิ่งเป็นจริงที่ซิงเกอร์. (ออนไลน์)

⁷ ชาตชาย มุกสง. (2558). จากแม่ศรีเรือนถึงแม่บ้านทันสมัย : การต่อสู้ทางศีลธรรมผ่านแม่บ้านหลังปฏิวัติ 2475 ถึงทศวรรษ 2500. ชุมทางอินโดจีน: เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ปริทัศน์. ปีที่ 4 ฉบับที่ 7. หน้า 106.

แต่งกายของไทยอีกด้วย เนื่องจากการใช้จักรเย็บผ้าทำให้ออกแบบและสามารถตัดเย็บเสื้อผ้าที่มีความซับซ้อนได้มากกว่าการเย็บด้วยมือ ทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการประกอบอาชีพของกลุ่มสตรี ทำให้เกิดอาชีพช่างตัดเสื้อขึ้นเป็นจำนวนมากในช่วงเวลาต่อมา

2.3 การเกิดขึ้นของแหล่งชุมนุมช่างตัดเสื้อ

สมัยพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล รัชกาลที่ 8 (พ.ศ.2478 - 2489) ความนิยมเสื้อผ้าและแต่งกายแบบตะวันตกแพร่หลายมากขึ้น ทำให้เกิดร้านตัดเสื้อแบบตะวันตกสำหรับประชาชนทั่วไป โดยร้านตัดเสื้อสำหรับประชาชนที่เปิดขึ้นในเวลานั้น ในระยะแรกตั้งอยู่ที่ตลาดมิ่งเมือง¹ บริเวณวังบูรพา ถนนเจริญกรุง ในบริเวณย่านนี้ถือเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจแห่งหนึ่งใจกลางเมืองหลวง เป็นที่ตั้งของโรงมหรสพ ศาลาเฉลิมกรุงและร้านค้าอื่นๆ อีกจำนวนมาก เช่น ตึกด้านนอกตรงหัวมุมสี่แยกพาหุรัดมีร้านรัตนมาลาที่ขายสินค้านานาชนิด เป็นร้านค้าปลีกที่มีชื่อเสียงมากในขณะนั้น ถัดมาทางด้านถนนตรีเพชรเป็นร้านจำหน่ายภาชนะในครัวที่ทำด้วยอลูมิเนียม ชื่อร้านโตฟารอส ส่วนในบริเวณใกล้เคียงกันเป็นที่จอดรถบริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) บริเวณย่านวังบูรพาจึงกลายเป็นย่านการค้าและย่านธุรกิจที่สำคัญในขณะนั้น ส่งผลให้ร้านตัดเสื้อบริเวณตลาดมิ่งเมืองมีชื่อเสียงในฐานะแหล่งชุมนุมช่างตัดเย็บเสื้อผ้าที่ใหญ่ที่สุด² และเกิดคำขวัญที่ว่า “อยากตัดผ้า...ต้องมามิ่งเมือง”³ ความสำคัญของตลาดมิ่งเมือง สืบเนื่องมานับตั้งแต่เริ่มก่อสร้าง กระทั่งจน พ.ศ.2521 ดังที่กล่าวถึงตลาดแห่งนี้ไว้ในวารสารเมืองโบราณปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (ตุลาคม – พฤศจิกายน 2511)

“...ตลาดมิ่งเมือง อันเป็นตลาดขายของทำนอง

สรรพสินค้า ตั้งอยู่ที่พาหุรัด เดิมมีจุดประสงค์จะให้ป็นตลาด

ใหญ่ อันเป็นที่ผู้คนไปชุมนุมซื้อสินค้ากัน โดยเอาอย่างนิว

¹ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ.ม-56ป/28 เอกสารกระทรวงต่างประเทศ รัชกาลที่ 6 ในหมวดว่าจ้างชาวต่างประเทศ. (พ.ศ.2468). กล่าวว่า นายมาริโอ ตามาญโญ (Mario Tamagno) สถาปนิกชาวอิตาลีได้เข้ามารับราชการในสยามในตำแหน่ง ราชบัณฑิตทางสถาปัตยกรรม และได้สร้างตลาดแห่งหนึ่งในกรุงเทพฯ ใน พ.ศ. 2468 เป็นตลาดมีหลังคาคลุม สร้างด้วยคอนกรีต สำหรับเป็นที่ขายเสื้อผ้า จำลองตลาดแบบตะวันตก กลาง หลังจากนั้นมีการทุบทิ้งในพ.ศ.2521เนื่องจากเก่าและทรุดโทรม และสร้างเป็นศูนย์การค้า ดิโอลด์ สยาม (The Old Siam) ในพ.ศ.2536

² สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์, (2559), ตลาดมิ่งเมืองสู่ดิโอลด์สยามพลาซ่า. (ออนไลน์)

³ ปราณี กล้าส้ม. (2548). จากพาหุรัดถึงตลาดมิ่งเมือง. วารสารเมืองโบราณ. ปีที่ 31 ฉบับที่ 2. หน้า 102-11.

มาร์เกต ที่กัลกัตตา แต่มาภายหลังตลาดแห่งนี้เสื่อมความ
นิยมลง เลยกลายเป็นที่สำหรับร้านตัดเย็บเสื้อผ้ากันไปตั้ง
กัน ถึงอย่างไรก็ดี ตลาดแห่งนี้ ควรนับเข้าอยู่ในอาคาร
ประวัติศาสตร์ของไทย...”¹

ร้านตัดเสื้อในตลาดมิ่งเมืองได้รับความนิยมจากสุภาพสตรีเป็นอย่างมาก ตั้งแต่
นักแสดง นักร้องและประชาชนทั่วไป ร้านตัดเสื้อต่างๆ เปิดขึ้นมาเพื่อรองรับลูกค้าที่มาซื้อผ้าจาก
ลำเพ็งและพาหุรัด² ซึ่งเป็นแหล่งขายผ้าที่สำคัญในยุคนั้น เป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า
และช่วยส่งเสริมเกื้อกูลซึ่งกันและกันทางด้านการค้า เนื่องจากในสมัยก่อนไม่ค่อยมีเสื้อผ้า
สำเร็จรูปขายมากนัก ทำให้ต้องซื้อผ้ามาตัดจึงจะได้รูปทรงตามที่ต้องการ ร้านตัดผ้าในตลาดมิ่ง
เมืองจะมีลักษณะเป็นห้องแถว แบ่งเป็นล็อกๆ หันหน้าเข้าหากัน ตรงกลางเป็นลานโล่ง มีแผงไม้สูง
ประมาณ 75 เซนติเมตร ยาว 2 เมตร เป็นแผงขายสำหรับขายอุปกรณ์ตัดเย็บต่างๆ ขายผ้า และตัด
เย็บเสื้อผ้า³ (เปรียบได้กับแผงลอยแต่ต่างกันว่าแผงพวกนี้มีช่องเก็บของตรงกลาง) ทุกวันเป็น
เพียงแผงตัดเย็บเสื้อผ้า ไม่ได้เป็นร้านถาวร แต่ด้วยฝีมือของช่างตัดเย็บเสื้อผ้าที่มีความชำนาญ
สามารถแก้ไขตามแบบหรือรูปทรงที่ลูกค้าต้องการและปรับจุดบกพร่องเพื่อให้ลูกค้าสามารถใส่ผ้า
ได้สวยงามและเหมาะสมได้ ประกอบกับช่างตัดเย็บเสื้อผ้าในตลาดมิ่งเมืองสามารถตัดเย็บเสื้อผ้า
ได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีแบบอยู่แล้ว ไม่ต้องสร้างแบบของเสื้อผ้าขึ้นมาใหม่ เพราะเสื้อผ้าใน
สมัยนั้นจะตัดตามสมัยนิยม โดยดูแบบมาจากดาราภาพยนตร์และบุคคลที่มีชื่อเสียงในประเทศ
อีกทั้งในยุคนั้นช่างตัดเสื้อให้ความสำคัญกับความประณีตของเสื้อผ้ามากกว่ารูปแบบที่
หลากหลาย และยังมีความชำนาญและประสบการณ์มาก ทำให้สามารถตัดชุดได้อย่างรวดเร็วและ
สวยงามตามความต้องการของลูกค้าซึ่งสามารถใส่ออกงานได้ทันที⁴

ผ้าที่นำมาใช้ในการตัดเสื้อในยุคสมัยนี้ส่วนใหญ่มาจากบริเวณพาหุรัดเป็นธุรกิจของ
พ่อค้าชาวอินเดีย ซึ่งนิยมนำผ้าแบบชาวตะวันตกมาขาย⁵ เนื่องจากรัฐบาลไทยมีการกำหนดอัตรา

¹ ประไพ วิริยะพันธุ์. (2522). รายงานเกี่ยวกับการรื้อถอนตลาดมิ่งเมือง. แหล่งเดิม.ปีที่ 6 ฉบับที่ 1
หน้า 109.

² ปราณี กล้าส้ม. (2548). จากพาหุรัดถึงตลาดมิ่งเมือง. วารสารเมืองโบราณ. ปีที่ 31 ฉบับที่ 2.

³ แหล่งเดิม.

⁴ แหล่งเดิม.

⁵ กาญจนาคพันธุ์. (2524). กรุงเทพฯ เมื่อ 70 ปีก่อน. หน้า 188.

ภาษีการนำเข้าผ้าต่ำกว่าสินค้าชนิดอื่น เห็นได้จากมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในทุกปี เช่น มูลค่านำเข้าสิ่งทอระหว่างพ.ศ.2476 - 2478 เพิ่มขึ้นจาก 94,818 เป็น 95,310 และ 96,541 ปอนด์สเตอร์ลิง ตามลำดับ¹ เป็นต้น ส่งผลให้พ่อค้าอินเดียจึงนิยมนำผ้าเข้ามาขายในไทย และสามารถกระจายตัวอยู่ในวงการผ้าทุกระดับ ทั้งพ่อค้าเร่ พ่อค้าปลีก และผู้นำเข้าและส่งออกผ้า²

นอกจากนี้รัฐบาลยังมึนโยบายส่งเสริมของธุรกิจสิ่งทอในประเทศ โดยเริ่มสนับสนุนการลงทุนของภาครัฐใน พ.ศ. 2478 การตั้งโรงงานสิ่งทอสมัยใหม่ขึ้นโดยกระทรวงกลาโหม และตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมในประเทศไทย คือ คณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมใน พ.ศ. 2479 เพื่อดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศ โดยจะได้รับสิทธิพิเศษ คือ การยกเว้นภาษี 5 ปี สำหรับภาษีขาเข้าและภาษีธุรกิจสำหรับเครื่องจักร ตลอดจนวัตถุดิบการสร้างโรงงาน ทำให้กลุ่มทุนต่างๆ หลั่งไหลเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมประเภทนี้เป็นจำนวนมากและเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้อุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทยพัฒนาขึ้นมาได้³ และส่งผลทำให้การตัดเย็บเสื้อผ้าเริ่มดำเนินการในรูปแบบธุรกิจการค้ามากขึ้น

2.4 การเปลี่ยนแปลงในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม

ในสมัยของจอมพล ป. พิบูลสงคราม (พ.ศ.2481 - 2489) เป็นนายกรัฐมนตรี นโยบายสำคัญในขณะนั้น คือ การสร้างชาติไทยให้เป็นอารยประเทศ เปลี่ยนชื่อประเทศจาก “สยาม” เป็น “ไทย” ใน พ.ศ.2488 และมีกระบวนการสร้างชาติในด้านต่างๆ ตามมา โดยเฉพาะการส่งเสริมในด้านวัฒนธรรมการแต่งกาย รัฐบาลพยายามชี้ให้เห็นว่าการแต่งกายสุภาพเรียบร้อยตามรูปแบบสากลจะช่วยรัฐในการส่งเสริมวัฒนธรรมให้ก้าวเท่าทันนานาประเทศ จึงประกาศพระราชบัญญัติบำรุงวัฒนธรรมแห่งชาติ รัฐนิยม 12 ฉบับ⁴ ใน พ.ศ.2482 โดยในฉบับที่ 10 เป็นเรื่องที่ว่าด้วยการแต่งกายของชาวไทย⁵ พระราชบัญญัติดังกล่าวเป็นนโยบายที่รัฐต้องการให้ประชาชนยึดถือและ

¹ อินทิรา ชาสีร์. (2546). เครือข่ายพ่อค้าผ้าชาวอินเดียในสังคมไทย ระหว่าง พ.ศ. 2400-2490. ปรินิพนธ์ปริญาดุษฎฐบัณฑิต.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 113.

² แหล่งเดิม., หน้า 78.

³ กวินวัฒน์ หิรัญบุณณะ. (2558). พัฒนาการธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป ทศวรรษที่ 2510-2530.ปรินิพนธ์ปริญาทุมนำบัณฑิต.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 5.

⁴ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ศธ.0701.29/8 เอกสารสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง ป. พิบูลสงคราม ประกาศระเบียบรัฐนิยม. (2482-2493).

⁵ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. (2) ศธ.15.2.2/13 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องการปฏิบัติตามรัฐนิยมว่าด้วยเรื่องเครื่องแต่งกาย (29 ก.ค.- 24 ส.ค. 2482). (พ.ศ. 2482).

ปฏิบัติตามเพื่อให้ประเทศไทยเจริญก้าวหน้าทัดเทียมประเทศอื่น¹ หนึ่งในนโยบายที่รัฐบาลต้องการเปลี่ยนแปลง คือ การส่งเสริมให้สตรีไทยเป็น “ดอกไม้ของชาติ” โดยให้ความสำคัญกับเรื่องการแต่งกายของสตรีมากขึ้น² สตรีจะต้องแต่งกายให้สวยงามและเป็นไปตามรูปแบบของสากล ยกเลิกการสวมผ้าซิ่น แล้วหันมาสวมกระโปรงหรือกางเกงขายาว สวมหมวก และรองเท้า³ ทำให้เกิดแฟชั่นเสื้อกระโปรงเป็นชุดสีต่างๆ ดังที่ปรากฏในเอกสารของกระทรวงศึกษาที่ขอความร่วมมือ ความเป็น

เอกสารคำวินิจฉัยของท่านนายกรัฐมนตรี ฝากไว้แก่พี่น้องชาวไทย

“... ขอวิงวอนด้วยความเคารพแด่พี่น้องชาวไทยได้เปลี่ยนแปลง
การตกแต่งร่างกายให้สมกับที่เราเป็นอารยประเทศ

1. ขอให้พี่น้องสตรีไทยทุกท่านได้ไว้ผมยาวตามประเพณีสมัยโบราณของเราหรือไว้ผมยาวตามสมัยนิยมปัจจุบันนี้
2. ขอให้พี่น้องสตรีไทยทุกท่าน เลิกใช้ผ้าโจงกระเบนเปลี่ยนเป็นการนุ่งกระโปรงหรือตามสมัยนิยมในปัจจุบัน
3. ขอให้พี่น้องสตรีไทยทุกท่าน เลิกใช้ผ้าผืนเดียวปกปิดกายท่อนบน คือ ไม่ใช้ผ้าคาดอกหรือปล่อยในเปลือยกายด้านบน ให้ใส่เสื้อแทน”

กรมโฆษณาการ

14 มีนาคม 2484⁴

¹ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. (2) ศธ.26/72 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องคำแนะนำการแต่งกายของประชากรไทย. (2485).

² สำนักหอจดหมายเหตุ. ศธ.0701.29/17 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องการแต่งกายของสตรีไทย (2484).

³ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ศธ.0701.29/18 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง.ให้ข้าราชการสวมหมวก. (2484-2485).

⁴ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ศธ.0701.29/17 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องการแต่งกายของสตรีไทย (2484).

นอกจากการแต่งกายที่เหมาะสม รัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้กำหนดเรื่องการสวมหมวกไว้ว่าประชาชนชาวไทยทุกคนจำเป็นจะต้องสวมหมวกทุกครั้งที่ยกนอกบ้าน ซึ่งการสวมหมวกถือว่าเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ของประชาชนชาวไทย เนื่องจากการสวมหมวกเป็นวัฒนธรรมตะวันตก ต่อมากลายเป็นกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในประเทศไทยขณะนั้น รัฐบาลได้กำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการสวมหมวกที่ถูกต้อง คือ หมวกจะทำจากวัสดุชนิดใดก็ได้แต่ต้องไม่ใช่หมวกเดินเล่นตามชายหาดหรือหมวกใส่นอน และควรมีความกลมกลืนกับเครื่องแต่งกาย หากเป็นหมวกที่ใช้ในเวลากลางวันจะต้องมีสีเรียบ ส่วนหมวกที่ใช้สำหรับช่วงบ่ายหรืองานเลี้ยงกลางคืน ควรเป็นหมวกที่มีการตกแต่งด้วยวัสดุต่างๆ เช่น เข็มกลัดเพชร หรือลูกบิด¹ เพื่อให้ประชาชนเห็นถึงความสำคัญในการปฏิบัติตามนโยบายของรัฐ รัฐบาลจึงเชิดชูการสวมหมวกว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของชาติให้มีความเป็นอารยะ ด้วยคำขวัญที่ว่า “มาลानำไทยไปสู่มหาอำนาจ” เพราะการสวมหมวกจะทำให้ประเทศไทยทัดเทียมกับนานาอารยประเทศ ทั้งนี้ รศ.ฉลอง สุนทรวาณิชย์เคยกล่าวในงานเสวนา “เมื่อสยามสวมหมวกฝรั่ง” การเมือง-แฟชั่น-วัฒนธรรม ว่า

“การสวมหมวกยังสอดคล้องกับสถานการณ์หลังยุคการเปลี่ยนแปลงการปกครองที่มีนโยบายให้คนทุกคนมีความเท่าเทียมกัน ดังที่กล่าวไว้ว่าเมื่อคนทุกคนสวมหมวก สัญลักษณ์ของความแตกต่างระหว่างผู้มีอำนาจกับประชาชนธรรมดาที่มีมาแต่เดิมก็จะหมดลงไป”²

นโยบายเรื่องการสนับสนุนให้ผู้หญิงสวมหมวกทุกครั้งที่ยกออกจากบ้าน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อวิถีชีวิตประจำวันของผู้หญิงเป็นอย่างมาก จากเดิมในอดีตผู้หญิงจะต้องตัดเย็บเสื้อผ้าเองได้แล้ว ยังต้องสามารถตัดเย็บหรือผลิตหมวกไว้สวมใส่เองได้อีกด้วย เนื่องจากหมวกที่นำเข้ามาจากต่างประเทศในขณะนั้นมีราคาสูงและหาซื้อได้ยาก ผู้หญิงชั้นชนกลางไปจนถึงชนชั้นสูงจะนิยมสวมหมวกที่ทำด้วยผ้านำมาเย็บเป็นหมวก ส่วนประชาชนโดยทั่วไปจะสวมหมวกที่ทำด้วยใบลานเอามาถักและเย็บเป็นหมวก ซึ่งการทำหมวกด้วยใบลานจะเป็นที่นิยมมากกว่าการ

¹ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. (2) ศธ.15.2.1/24 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องให้กวาดขันการสวมหมวก (25 มี.ค.-11 เม.ย. 2485). (2485).

² ฉลอง สุนทรวาณิชย์, (2560), “หมวก” บนบบาล จาก “การเมือง” ถึงเรื่อง “ตัวของกู”. (ออนไลน์)

ใช้ผ้าเนื่องจากมีราคาถูกลง¹ นอกจากนี้รัฐบาลยังออกข้อบังคับสำหรับผู้ที่ไม่สวมหมวกจะไม่สามารถเข้ามาติดต่อสถานที่ราชการหรือขึ้นรถประจำทางได้ ในขณะที่บางรายอาจถูกจับกุมด้วยข้อหาผิดวัฒนธรรม² นโยบายของรัฐบาลและการต้องปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมตะวันตกส่งผลให้เกิดห้างร้านที่ขายสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อรองรับความต้องการของคนไทย คือ ห้างเซ็นทรัล สาขาวังบูรพา ใน พ.ศ. 2499³ นับว่าเป็นห้างที่ทันสมัยที่สุดในขณะนั้น เนื่องจากมีสินค้านำเข้าจากต่างประเทศทุกชนิดและมีราคากำหนดสินค้าเป็นมาตรฐาน ส่งผลให้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและมีการขยายกิจการไปอีกหลายสาขาในเวลาต่อมา

นอกจากนี้ได้มีการกำหนดแนวทางการแต่งกายสำหรับประชาชนเพื่อให้ปฏิบัติตามอย่างพร้อมเพรียงและเพื่อความเป็นระเบียบของการแต่งกายของคนในชาติ โดยกำหนดเครื่องแต่งกายออกเป็น 3 ประเภท⁴ ได้แก่ เครื่องแต่งกายธรรมดา คือ เครื่องแต่งกายตามปกติใช้ในที่สาธารณะ เครื่องแต่งกายตามโอกาส คือ เครื่องแต่งกายใช้ในงานกีฬาหรือสังคมตามสมควรกาลเทศะ และเครื่องแต่งกายทำงานทั่วไป คือ เครื่องแต่งกายที่ใช้ในการประกอบอาชีพ รวมถึงเครื่องแบบทางราชการหรือองค์กรอาชีพนั้น ๆ ได้กำหนดไว้⁵ การแต่งกายที่เหมาะสมและถูกกาลเทศะแสดงถึงความทันสมัย เช่นเดียวกับสตรีในตะวันตก นอกจากนี้การแต่งกายตามรัฐนิยมของรัฐบาลยังให้เหตุผลเพื่อความเสมอภาคในสังคมด้วย⁶ ทั้งนี้เพราะการแต่งกายที่เหมาะสมย่อมเป็นสัญลักษณ์ถึงความเจริญของประเทศทางหนึ่ง ทั้งยังเป็นการเชิดชูวัฒนธรรมและเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างชาติให้มีความมั่นคง⁷

¹ กาญจน์ คำบุญรัตน์, (2561), วัฒนธรรมท่านผู้นำ (จอมพล ป.) ทำเอาหญิงวัยกลางคน-หญิงแก่ลำบาก! (ออนไลน์)

² แถมสุข นุ่มนนท์. (2548). เมืองไทยสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง : ยุคเชื้อผู้นำชาติพันธุ์. หน้า 53.

³ Central Retail, (2562), ประวัติบริษัท. (ออนไลน์)

⁴ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ศธ.0701.29/12 เอกสารสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องวางระเบียบเครื่องแต่งกายสตรี. (2484).

⁵ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ศธ.0701.29/13 เอกสารเย็บเล่ม หนังสือพิมพ์ไทยราษฎร์ เรื่อง หลวงวิจิตรวาทานมุ่งกางเกงว่าดีเป็นแบบเดียวกันไม่แบ่งชั้นวรรณะ. (2475).

⁶ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ศธ.0701.29/13 เอกสารเย็บเล่ม หนังสือพิมพ์สุภาพบุรุษ เรื่อง ปัญหาเรื่องการแต่งกายให้เลิกลุ่งโจกระเบน กางเกงแพร (15 เมษายน 2484). (2484).

⁷ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ศธ.0701.29/35 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องรัฐนิยม (ม.ท.). (2484).

ที่เข้ามาใช้บริการได้เลือกสรรเพื่อใช้ตัดเสื้อผ้ากับร้านของตนเอง¹ กิจกรรมร้านตัดเสื้อและแวดวงเสื้อผ้าในช่วงเวลาดังกล่าวขยายตัวและเจริญเติบโตขึ้นอย่างมากตามนโยบายของกระทรวงเศรษฐกิจในยุคนั้น โดยปรากฏหลักฐานให้เห็นชัดเจนจากตัวเลขผู้ประกอบการร้านตัดเสื้อและเครื่องนุ่งห่มมีจำนวนมากถึง 555 ร้าน และเป็นอันดับ 1 ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องสิ่งจำเป็นในการครองชีพ² การขยายตัวของกิจการร้านตัดเสื้อได้ ทำให้เกิดการหาสถานที่ตั้งห้างร้านเพื่อรองรับผู้ประกอบการรายย่อยใหม่³ ที่จะเกิดขึ้นในเวลาต่อมา เช่น ย่านการค้าราชประสงค์ ราชดำริ และปทุมวัน

2.5 การเปลี่ยนแปลงในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์

บริบทในสังคมไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเกิดจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เป็นผลจากการพัฒนาอุตสาหกรรมและการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชน รวมถึงปัจจัยจากเหตุการณ์สงครามเวียดนาม (พ.ศ. 2503 - 2513) ที่เกิดจากความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกาและสหภาพโซเวียต ประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศพันธมิตรกับสหรัฐอเมริกา ได้อนุญาตให้สหรัฐอเมริกาเข้ามาตั้งฐานทัพ การเข้ามาของสหรัฐอเมริกาส่งผลให้ไทยรับวัฒนธรรมในด้านต่างๆ จากชาติตะวันตกมากยิ่งขึ้น รวมถึงการก่อสร้างอาคาร สำนักงาน ห้างสรรพสินค้า บริษัท ห้างร้านทั้งที่เป็นสาขาของชาติตะวันตกและบริษัทของคนไทยตามแบบตะวันตก เช่น บริษัทบอร์เนียว (Borneo Technical Thailand) นำเข้าเครื่องมืออุตสาหกรรม บริษัท เอส.วี.จี.เอ็น (SVGN) นำเข้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น นอกจากนี้การเข้ามาของสหรัฐอเมริกายังมีผลทำให้กิจการภาคเอกชน กิจการธนาคาร และสถาบันการเงินเติบโตขึ้น รวมทั้งพัฒนาระบบการธนาคารพาณิชย์ให้มั่นคงและทันสมัย⁴ ดังนั้นการขยายตัวของอุตสาหกรรมและธุรกิจภาคเอกชนส่งผลต่อการเกิดขึ้นของแหล่งศูนย์รวมการค้าแห่งใหม่ที่ทันสมัย

¹ สมาคมนายจ้างร้านตัดเสื้อแห่งประเทศไทย. (2525). หนังสือสมาคมนายจ้างร้านตัดเสื้อแห่งประเทศไทย ฉบับร่วมสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี. หน้า 48-49.

² สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. (3) สร.0201.45.2/3 เอกสารกระทรวงธรรมการ กรมเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เรื่องการสำหรวจสินค้าที่ต้องส่งมาจากต่างประเทศและสิ่งของจำเป็นในการครองชีพภายในประเทศ (12 ก.พ.-18 มี.ค. 2485). (2485).

³ ญัฐปิยะ อิศสระสงคราม. (2545). การเปลี่ยนแปลงของคนไทย รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ.2411-2543).ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. หน้า 166-69.

⁴ พรพณี บัวเล็ก. (2529). วิเคราะห์นายทุนธนาคารพาณิชย์ของไทย พ.ศ. 2475-2516. หน้า 150-51.

จนกระทั่งในสมัยของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ (พ.ศ. 2502 - 2506) เป็นนายกรัฐมนตรีมีแนวคิดที่จะส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยการสร้างย่านการค้าให้อยู่บริเวณศูนย์กลางการคมนาคมและธุรกิจ ทำให้บริเวณย่านราชประสงค์ – ราชดำริได้รับการพัฒนาและทำให้มีความสำคัญขึ้นจากการขยายตัวของกรุงเทพฯ ตามนโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 พ.ศ. 2504 - 2506¹ ย่านดังกล่าวถูกกำหนดให้กลายเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางการค้าที่ทันสมัยแห่งแรก โดยมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ตั้งอยู่ คือ ห้างไทยไดมารู² เป็นบริษัทธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติรายแรกจากประเทศญี่ปุ่นที่เข้ามาเปิดกิจการในประเทศไทย โดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเป็นส่วนประกอบของห้าง ได้แก่ บันไดเลื่อน และเครื่องปรับอากาศ ห้างดังกล่าวตั้งขึ้นเพื่อรองรับชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาลงทุนทำธุรกิจและอุตสาหกรรมในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้กลุ่มคนเมือง ได้รับวัฒนธรรมญี่ปุ่นมากขึ้น เช่น การแต่งกาย การรับประทานอาหาร ห้างไทยไดมารูจึงถือเป็นห้างที่ทันสมัยที่สุดและเป็นศูนย์รวมทางด้านแฟชั่นในสมัยนี้

การขยายตัวของแหล่งการค้าแห่งใหม่ ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ที่มุ่งพัฒนาประเทศให้เป็นประเทศอุตสาหกรรมสมัยใหม่ ก่อให้เกิดการสร้างโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมากและการสนับสนุนอาชีพทางการบริการของรัฐบาลตามประกาศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 - 2514) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก เช่น การพัฒนาทางการศึกษา นโยบายพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจขั้นพื้นฐาน ต้องการสร้างบุคลากรเพื่อรองรับธุรกิจและอุตสาหกรรมที่ขยายตัวขึ้น จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีการศึกษาเพิ่มขึ้น ทำให้มีการเปิดมหาวิทยาลัยใหม่ๆ ขึ้นหลายแห่ง³ ส่งผลให้มีจำนวนผู้เข้าเรียนในวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้นและทำให้อัตราผู้รู้หนังสือมากขึ้น คนไทยบางส่วนนิยมไปเรียนต่อต่างประเทศมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับในช่วงเวลานี้ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสหรัฐอเมริกา ทำให้วัฒนธรรมตะวันตกแพร่ขยายเข้ามาในสังคมไทยมากขึ้น ส่งผลให้ผู้หญิงจำนวนมากออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น การทำงานนอกบ้านสร้างรายได้ให้แก่ผู้หญิงในช่วงสภาวะค่าครองชีพสูงขึ้น ผู้หญิงต้องทำงานเพื่อแบ่งเบาภาระทางการเงินภายในครอบครัว นอกจากนี้การทำงานนอกบ้านช่วยสร้างค่านิยมคุณค่าของผู้หญิง

¹ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2506-2506).

² ปยุต เงากระจ่าง, (2507), ไทยไดมารู ห้างที่มีบันไดเลื่อนแห่งแรกในประเทศไทย (ออนไลน์).

³ นิธิ เอียวศรีวงศ์, (ไม่ปรากฏปี), การพัฒนาสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์. (ออนไลน์)

และไม่ให้ผู้หญิงรู้สึกเป็นภาระของครอบครัว¹ การทำงานในภาคธุรกิจสมัยใหม่ทำให้ผู้หญิงตระหนักถึงคุณค่าและความสามารถของตนเอง อาชีพส่วนใหญ่ของผู้หญิง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ธนาคาร เจ้าหน้าที่บัญชี เลขานุการ ผู้ปฏิบัติงานที่ใช้วิชาชีพ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ในโรงเรียน ผู้จัดการ และเจ้าของกิจการ² ดังที่ปรากฏว่า

สภาพของผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้านในขณะนั้นได้มีการ
บรรยายไว้ดังนี้

“สาว ๆ ที่แต่งตัวสวยงามนี้คือ “ออฟฟิศเกิร์ล”³ พันธุ์แท้ยุค
แรกๆ ของกรุงเทพฯ คงไม่ผิด ตำแหน่งของสุภาพสตรีเหล่านี้ ไม่น่าจะถึงขั้นผู้บริหารระดับสูง โดยมากคงจะเป็นพนักงานรับโทรศัพท์
เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน ตำแหน่งที่ต้องรับผิดชอบคงจะเป็น
ตำแหน่งเลขานุการของนายห้างใหญ่หรือผู้จัดการแผนกต่างๆ ซึ่ง
หมายความว่า หากใครขึ้นถึงตำแหน่งนี้ได้ เป็นเครื่องรับประกันว่า
คุณเธอทั้งหลายจะต้องพูด เขียนภาษาอังกฤษได้ถูกต้องคล่องแคล่ว
พิมพ์ดีดได้ รวดเร็วทั้งๆ ที่เป็นเครื่องธรรมดาใช้ไฟฟ้า”⁴

2.6 พัฒนาการของห้องเสื้อและรูปแบบเสื้อผ้าสำหรับสตรี (พ.ศ.2500 - 2516)

การทำงานนอกบ้านของผู้หญิง ทำให้เกิดกระแสของการแต่งตัว หรือการสวมใส่เครื่องแต่งกายที่เหมาะสมสำหรับการออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น มีร้านตัดเสื้อผู้หญิงเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้หญิงวัยทำงาน แนวดวงธุรกิจที่เกี่ยวกับห้องเสื้อก็ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เกิดการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ผู้ที่มีความสามารถตัดเย็บเสื้อผ้าได้ และคนกลุ่มดังกล่าวสามารถนำความรู้ที่ตนมีไปต่อยอดเป็นกิจการร้านตัดเสื้อ เพื่อรองรับความต้องการของผู้หญิงที่ต้องการแต่งกายให้เหมาะสม สุกภาพและเรียบร้อย เพราะการแต่งกายเป็นสิ่ง

¹ สตรีสาร. (2495). อนาคตสตรีไทย. สตรีสาร. ปีที่ 4 ฉบับที่ 88.

² บวร ประพฤติดี, ทิพาพร พิมพ์สุทธิ, และเฉลิมพล ศรีหงษ์. (2520). สตรีไทย บทบาทในการเป็นผู้นำทางการบริหาร. หน้า 93.

³ คำที่ใช้เรียกพนักงานผู้หญิงที่ทำงานในบริษัทเอกชนในสมัยนั้น

⁴ ประทุมพร วัชรเสถียร. (2546). สารคดีชุด ฉันทรักกรุงเทพฯ ตอน พระอาทิตย์ขึ้นที่ถนนสีลม. หน้า 54-55.

ที่สะท้อนบุคลิกภาพจึงมีผลต่อความน่าเชื่อถือ การแต่งกายให้ดูดีและเหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตนเอง

ห้องเสื้อในสมัยนี้มีความแตกต่างจากในอดีต กล่าวคือห้องเสื้อจะมีรูปแบบที่หลากหลายและมีความซับซ้อนมากขึ้น มักตั้งอยู่ตามห้องแถวหรือบ้านของเจ้าของห้องเสื้อ เจ้าของห้องเสื้อเป็นทั้งเจ้าของกิจการที่ดูแลการออกแบบและแก้ไขรูปแบบเสื้อผ้าไปพร้อมๆ กัน บางร้านเปิดเป็นทั้งโรงเรียนสอนตัดเสื้อควบคู่ไปกับกิจการรับตัดเสื้อด้วย โดยเจ้าของจะต้องได้รับวุฒิบัตรการฝึกอบรมอาจารย์ด้านเสริมสวยและตัดเสื้อ¹ จากวิทยาลัยโรงเรียนการเรือนพระนคร สังกัดกระทรวงศึกษา ซึ่งเป็นโรงเรียนที่มีหลักสูตรเปิดสอนการตัดเสื้อ² ขณะที่รูปแบบของการตัดเย็บจะตัดตามความต้องการของลูกค้าที่นำแบบมาจากนิตยสารแบบเสื้อผ้าตะวันตกที่ส่งเข้ามาขายในประเทศ หรือการเลียนแบบการแต่งกายจากนักแสดงในภาพยนตร์ และนักร้องต่างประเทศ โดยห้องเสื้อสามารถตัดเย็บเสื้อผ้าสมัยใหม่ตามแบบตะวันตกได้ทุกแบบ ภายในห้องเสื้อเริ่มมีการแบ่งหน้าที่กันทำงานในแต่ละขั้นตอน ไม่เหมือนในอดีตที่คนๆ เดียวทำทุกหน้าที่ ในห้องเสื้อประกอบด้วย ช่างตัด ช่างเย็บเสื้อ ช่างเย็บกางเกง และช่างเย็บเสื้อนอก เป็นต้น เมื่อลูกค้าเลือกแบบและผ้าที่จะใช้ในการตัดเย็บได้แล้ว เจ้าของห้องเสื้อจะทำการวัดตัวลูกค้าและสเก็ตภาพใส่รายละเอียดต่างๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ หลังจากนั้นจะส่งรายละเอียดให้ช่างตัด นำมาวัดไซส์ และตัดตามแบบที่ลูกค้าต้องการ เมื่อเสร็จเรียบร้อยแล้วจึงส่งให้ช่างเย็บทำการเย็บผ้าที่ถูกตัดมาแล้วตามแบบเสื้อหรือกางเกงที่ได้รับอีกทีหนึ่ง³

รูปแบบการแต่งกายตามสมัยนิยมในช่วงนี้ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมของสหรัฐอเมริกาจากการเข้ามาตั้งฐานทัพในประเทศไทยช่วงสงครามเวียดนาม⁴ วัฒนธรรมการแต่งกายของไทยจึงมีการเปลี่ยนแปลงไป แต่เดิมไทยเคยรับวัฒนธรรมการแต่งกายมาจากฝรั่งเศสซึ่งเป็นศูนย์กลาง

¹ สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. (3) สร.0201.62/11 เอกสารกรมเลขาธิการนายกรัฐมนตรี เรื่องในกระทรวง ทบวง กรมเสนอของบประมาณและประกอบการพิจารณาต่างๆ (2479).

² โรงเรียนการเรือนพระนครเปิดหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาการศึกษา (ป.กศ.) ในพ.ศ.2484 สาขาคหกรรม เป็นแห่งแรกของประเทศไทย สำหรับผู้ที่ต้องการเรียนด้านเสริมสวยและตัดเย็บเสื้อผ้า ซึ่งในปัจจุบันคือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

³ สมาคมนายจ้างร้านตัดเสื้อแห่งประเทศไทย. (2525). หนังสือสมาคมนายจ้างร้านตัดเสื้อแห่งประเทศไทย ฉบับร่วมสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี. หน้า 48-49.

⁴ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา. (2542). การแต่งกายสตรีกับหัตถกรรมทอผ้าในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์. หน้า 139.

ทางด้านแฟชั่นของโลก แต่เมื่อสหรัฐอเมริกากลายเป็นประเทศมหาอำนาจอันดับหนึ่งของโลก ส่งผลให้ค่านิยมในด้านวัฒนธรรมได้เคลื่อนตัวจากฝรั่งเศสไปอเมริกา รูปแบบการแต่งกายของคนไทยจึงมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด โดยการรับอิทธิพลผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น หนังสือ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ซึ่งเป็นสื่อบันเทิงรูปแบบใหม่ที่ทำให้เห็นถึงความเจริญในสมัยนั้น¹ คนไทยเกิดความนิยมและคุ้นเคยวัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้น การแต่งกายแบบตะวันตกจึงมักจะถูกมองว่าทันสมัย รูปแบบการดำเนินชีวิตและการแต่งกายของคนไทยจึงมีความคล้ายตะวันตก ทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค รวมถึงสินค้าฟุ่มเฟือยต่างๆ

รูปแบบของเสื้อผ้าในยุคนี้มีลักษณะตามสมัยนิยม ไม่ค่อยแตกต่างกันมากนัก มีลักษณะเสื้อตัวหลวมไม่เข้ารูป ยาวคลุมสะโพก ปกคอเสื้อในรูปแบบต่างๆ มีที่เสริมไหล่ ดีเกร็ดตรงช่วงตัว และกระดุมหน้า แขนเสื้อสั้นหรือไม่มีแขน นุ่งกระโปรงทรงใบข้าวยาวคลุมเข่า ซึ่งรับอิทธิพลมาจากการแต่งกายแบบตะวันตก ส่วนใหญ่นิยมใส่สีเดียวกับเสื้อ ใช้ผ้าชีพอง ผ้าฝ้ายและผ้าลินินเป็นหลัก เนื่องจากเหมาะสมกับสภาพอากาศในประเทศไทย นักออกแบบเสื้อผ้าในสมัยก่อน นิยมดูรูปแบบการออกแบบเสื้อผ้ามาจากนิตยสาร โดยอาศัยการเลียนแบบ และนำมาตัดเย็บให้ลูกค้า หรือตัดเย็บรูปแบบตามที่ลูกค้าเลือกมาแล้วจากหนังสือหรือนิตยสารอื่นๆ รูปแบบของเสื้อผ้าแต่ละห้องเสื้อจึงยังไม่มี ความแตกต่างกันอย่างชัดเจน แต่จุดเด่นอยู่ที่ความประณีต เพราะการตัดเย็บของช่างตัดเสื้อแต่ละร้านได้รับการยอมรับว่ามีฝีมือ เนื่องจากจบมาจากโรงเรียนสอนตัดเสื้อที่ได้ผ่านการรับรองคุณวุฒิ ดังนั้นกิจการโรงเรียนสอนตัดเสื้อจึงเฟื่องฟูมากในยุคนี้ อาจกล่าวได้ว่าโรงเรียนสอนตัดเสื้อในยุคนี้มุ่งเน้นผลิตช่างเสื้อกึ่งนักออกแบบ โดยเน้นไปที่ความสามารถของช่างเสื้อที่มีทักษะทางด้านการตัดเย็บมากกว่าด้านการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ ให้ลูกค้า ยุคนี้จึงเป็นยุคของที่กิจการห้องเสื้อพัฒนามากขึ้น โดยเหล่านักออกแบบและตัดเย็บได้เข้ามาเป็นเจ้าของกิจการด้วยตนเอง

2.7 นักออกแบบที่มีชื่อเสียง

ในช่วงพ.ศ.2500 ห้องเสื้อที่ถือว่าเป็นต้นแบบของแฟชั่นไทยและมีชื่อเสียงมากที่สุด คือ ห้องเสื้อกรแก้วของคุณหญิงอุไร ลืออำรุง ตั้งขึ้นใน พ.ศ.2490² สำหรับตัดเครื่องแต่งกายให้แก่คนในราชสำนักและกลุ่มชนชั้นสูง ห้องเสื้อกรแก้วเป็นร้านตัดเสื้อที่เน้นด้านความสามารถทางการตัด

¹ แหล่งเดิม., หน้า 140.

² กระทรวงวัฒนธรรม, (2562), ผลการพิจารณาคัดเลือกสุดยอดผลงานศิลปะร่วมสมัยไทยในสมัยรัชกาลที่9 สาขาออกแบบเครื่องแต่งกาย. (ออนไลน์)

เย็บของช่างและรูปแบบของเสื้อผ้า ห้องเสื้อกรแก้วเริ่มเป็นที่รู้จักสำหรับประชาชนทั่วไป เมื่อได้เป็นผู้ตัดเย็บชุดไทยถวายสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เมื่อครั้งเสด็จประพาสต่างประเทศใน พ.ศ.2503¹ เป็นการเสด็จประพาสทวีปอเมริกาและยุโรป นานถึง 6 เดือน เพื่อเจริญสัมพันธไมตรีกับต่างประเทศ ซึ่งในช่วงเวลานั้นประเทศไทยยังไม่มีชุดแต่งกายประจำชาติ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงเชิญผู้มีความรู้หลายท่านมาถวายคำแนะนำเกี่ยวกับการแต่งกายของพระบรมวงศานุวงศ์หญิงในอดีต และพบว่ายังไม่มีกำหนดรูปแบบฉลองพระองค์ที่ชัดเจน จึงโปรดเกล้าฯ ให้ศาสตราจารย์พระยาอนุมานราชธน และอาจารย์สมศรี สุกุมลนันทน์ บุตรสาว ขณะนั้นเป็นอาจารย์หัวหน้าแผนกผ้าและการแต่งกายที่วิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพฯ ให้ค้นคว้าเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบและมีคุณหญิงอุไรเป็นผู้ตัดเย็บ² ก่อให้เกิดชุดไทยพระราชนิยมเป็นแบบแผนและเผยแพร่ให้ใช้อยู่จนถึงปัจจุบัน³ มีด้วยกันถึง 8 แบบ ได้แก่ ชุดไทยเรือนต้น ชุดไทยจิตรลดา ชุดไทยอมรินทร์ ชุดไทยบรมพิมาน ชุดไทยดุสิต ชุดไทยจักรี ชุดไทยศิวาลัยและชุดไทยจักรพรรดิ⁴

“สำหรับเครื่องแต่งกายชุดไทยซึ่งข้าพเจ้ากะไว้ว่าเป็นแบบฉบับในการตามเสด็จ ครั้นนั้นข้าพเจ้าได้ขอให้หม่อมหลวงมณีรัตน์ บุนนาค ไปพบอาจารย์ผู้ใหญ่ที่มีความรู้ทางประวัติศาสตร์ไทยให้ช่วยกัน ค้นคว้าเครื่องแต่งกายแบบไทยสมัยต่างๆ มาดูกัน แล้วให้อูไร ลือ อารุง ช่างตัดเสื้อที่ตัดให้ข้าพเจ้ามานานปีช่วยเลือกแบบต่างๆ ที่ได้มาในครั้งนั้นมาประสมประเสจนเกิดมีแบบเสื้อชุดไทยขึ้นหลายชุด แต่ละชุดเหมาะแก่โอกาสและสถานที่ โดยเฉพาะผ้าขึ้นและเสื้อแขนกระบอกทำด้วยผ้าไหมของเราเองเป็นที่นิยมชมชอบของชาวต่างประเทศเพราะเป็นแบบที่เรียบง่าย ไม่ล้าสมัยง่ายๆ เดียวนี้ผู้หญิงไทยก็นิยมใช้แบบเหล่านี้มากขึ้นทุกที จนกระทั่งเป็นที่รู้จัก

¹ นิตยสารขวัญเรือน. (2560). สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ราชินีผู้นำความงามของไทยสู่สายตาชาวโลก. นิตยสารขวัญเรือน. ปีที่ 49 ฉบับที่ 1097.

² แหล่งเดิม.

³ สุวนศรฐกิจ, (2559), งามสมบรมราชินีนาถ ตราตรึงในราชฎีทั้งแผ่นดิน. (ออนไลน์)

⁴ วนิดา บำรุงไทย, (ม.ป.ป.), พระราชนิพนธ์ ความทรงจำในการตามเสด็จต่างประเทศราชการ เนื่องในโอกาสทรงเจริญพระชนมพรรษา 3 รอบ 12 สิงหาคม 2511. หน้า 90-91. (ออนไลน์)

แพร่หลายในต่างประเทศ ในที่สุดก็กลายเป็นเครื่องแต่งกายประจำ
ประเทศไปแล้ว”¹

ผลงานสร้างชื่อของคุณหญิงอุไรอีกงานหนึ่ง คือ เมื่อครั้ง พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง พระราชทานวโรกาสให้ประดิษฐ์เครื่องแต่งกาย สำหรับการแสดงบัลเล่ต์ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพลงพระราชนิพนธ์ชุดกนิฐที่จัดแสดง ณ สวนอัมพร ในพ.ศ. 2505² รวมถึงตัดเย็บชุดราตรีให้อาภัสรา หงสกุล ซึ่งเป็นตัวแทนประเทศไทยในฐานะ นางสาวไทย สวมใส่ในรอบสุดท้ายของการประกวดนางงามจักรวาลที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ. 2508 จนได้รับรางวัลชนะเลิศจากการประกวดเป็นคนแรกของประเทศไทย ผลงานทั้งหลาย สร้างชื่อให้กับห้องเสื้อกรแก้ว ล้วนแต่เป็นสิ่งต่อยอดเอกลักษณ์และความโดดเด่นในการออกแบบ ของคุณหญิงอุไร การตัดเย็บชุดไทยที่นำแนวคิดแบบโอต์กูตูร์ ที่มีต้นแบบมาจากประเทศฝรั่งเศส มาใช้ เช่น การตัดเย็บกระดุมหลังของชุดและที่แขนเสื้อ ช่วยทำให้ชุดไทยดูทันสมัยมากขึ้นหรือการ ตัดเย็บชิปกระโปรงที่ไม่อยู่ตรงกลางหลัง เห็นได้จากฉลองพระองค์ที่ซ่อนชิปไว้ด้านหลังเพื่อความ สะดวกสบาย เทคนิคเหล่านี้เป็นเทคนิคที่นำมาจากการตัดเย็บแบบชั้นสูงและมาปรับใช้ให้เข้ากับ การตัดเย็บด้วยผ้าไทย ทำให้ได้รับคำชมอย่างมากว่า ออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าได้ทันสมัยและมีความแตกต่างเมื่อเทียบกับช่างในสมัยเดียวกัน การสร้างสรรค์ผลงานที่เต็มไปด้วยความคิดที่ ทันสมัยของห้องเสื้อกรแก้ว ภายใต้การออกแบบและตัดเย็บที่ประณีตของคุณหญิงอุไร จึงนับเป็น หนึ่งห้องเสื้อที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อประวัติศาสตร์ด้านการออกแบบเครื่องแต่งกายไทยมาถึง ปัจจุบัน

ในช่วงพ.ศ. 2500 เป็นช่วงเวลาที่ประเทศไทยยังไม่มีนักออกแบบเสื้อผ้า (Designer) ที่ ชัดเจน มีเพียงผู้ที่รับตัดเสื้อและแนะนำรูปแบบกึ่งการออกแบบ ที่เรียกกันว่าช่างตัดเสื้อเท่านั้น ส่วนมากมักเรียนจบมาจากต่างประเทศและกลับมาเปิดโรงเรียนสอนตัดเสื้อของตนเอง รวมถึง นักเรียนที่จบจากโรงเรียนสอนตัดเสื้อในไทยที่ได้เปิดห้องเสื้อเป็นของตนเอง โรงเรียนสอนตัดเสื้อที่ ได้รับความนิยมในขณะนั้น คือ โรงเรียนของหม่อมเจ้าไกรสิงห์ วุฒิชัย คุณชายนักออกแบบเสื้อผ้า สำหรับผู้หญิง ได้รับฉายาจากหนังสือพิมพ์ว่าเป็น “ท่านชายคริสเตียน ดิออร์ของไทย” เนื่องจาก

¹ แหล่งเดิม., หน้า 89.

² กระทรวงวัฒนธรรม. (2560). สูดยอดศิลป์ประจักษ์สมัยไทยในรัชกาลที่ ๙ สาขาออกแบบเครื่องแต่ง กาย. หน้า 34.

เป็นบุคคลแรกในประเทศไทยที่จัดแสดงโชว์เสื้อผ้าแบบตะวันตกด้วยรูปแบบของเสื้อผ้าแบบสากล และเป็นครั้งแรกที่เรียกการจัดแสดงโชว์เสื้อผ้าว่า ‘แฟชั่นโชว์’ (Fashion Show) โดยรับแนวคิดการจัดแสดงโชว์ในลักษณะนี้มาขณะที่ศึกษาอยู่ที่ประเทศฝรั่งเศสซึ่งเป็นศูนย์กลางทางด้านแฟชั่นของโลก และนำมาปรับใช้กับงานแสดงแฟชั่นโชว์ของตนเองในงานมอบรางวัลตุ๊กตาทองคำครั้งแรกใน พ.ศ.2500 ที่ลุมพินีสถาน ปัจจุบันคือโรงแรมดุสิตธานี เป็นครั้งแรกที่สื่อมวลชนและผู้ติดตามชาวแฟชั่นของไทยเข้ามาร่วมงานในการแสดงแฟชั่นโชว์ครั้งนี้ สื่อมวลชนจึงเปรียบเทียบหม่อมเจ้าไกรสิงห์เป็นคริสเตียน ดิออร์ของเมืองไทย เนื่องจากเป็นผู้บุกเบิกวงการแฟชั่นไทยคนแรกให้ทัดเทียมระดับสากล หลังจากนั้นพระนามของหม่อมเจ้าไกรสิงห์จึงกลายเป็นสัญลักษณ์และมาตรฐานของแฟชั่นชั้นสูงของไทย กล่าวได้ว่าหม่อมเจ้าไกรสิงห์ คือ ผู้บุกเบิกที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของวงการ เป็นผู้สร้างรูปแบบและเปลี่ยนแปลงแฟชั่นชั้นสูงให้แก่ไทยไม่ต่างไปจากคริสเตียน ดิออร์ที่เปลี่ยนแปลงแฟชั่นของโลก

หม่อมเจ้าไกรสิงห์เปิดโรงเรียนสอนวิชาการออกแบบและรัดดัดเย็บเสื้อ กระโปรง ชุดราตรีและชุดวิวาห์ขึ้น โดยก่อตั้งร้านเดซีเร่ (Desirée) บริเวณถนนพลับพลาไชย เพื่อขายเสื้อผ้าของตนเองใน พ.ศ.2501¹ รูปแบบเสื้อผ้าและการรัดดัดเย็บมีความประณีต นุ่มนวลและมีรูปแบบเฉพาะสำหรับลูกค้าแต่ละคนเท่านั้น โดยรูปแบบการรัดดัดเย็บของเสื้อผ้าของหม่อมเจ้าไกรสิงห์ เน้นใช้ผ้าไทยผสมผสานกับการออกแบบที่ทันสมัย เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับประเทศไทยและสนับสนุนให้หญิงไทยแต่งกายด้วยชุดไทยตามประเพณีนิยม โดยเป็นผู้ริเริ่มการแต่งกายแบบการรัดดัดเสื้อแขนกระบอกด้วยผ้าไทยยาว คอกลม แล้วทำเดรปปิง (การนำผ้ามาจับเป็นจับบนหุ่นให้เป็นจีบหรือย่นๆ ให้เข้ารูปเป็นชุด ไม่มีการออกแบบแพทเทิร์น) จับจีบแทนการใช้สไบ ซึ่งเป็นเทคนิคที่ศึกษามาจากต่างประเทศ จากเอวชาวพาดทาบอกสร้างขึ้นไป²

นอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่ตัดชุดให้อภิสรา หงสกุล ผู้ได้รับตำแหน่งนางสาวไทยใน พ.ศ.2507 ไปประกวดนางงามจักรวาลใน พ.ศ.2508 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยสมเด็จพระนางเจ้าฯ โปรดเกล้าฯ เลือกชุดไทยพระราชนิยม 5 แบบ ได้แก่ ชุดไทยจักรพรรดิ ชุดไทยจักรี ชุดไทยบรมพิมาน ชุดไทยจิตรลดา และชุดไทยดุสิต³ ให้สวมใส่จนได้รับตำแหน่งนางงามของไทยคนแรก ทั้งยังเป็นนักออกแบบเสื้อผ้าคนแรกๆ ที่ได้เผยแพร่ผลงานสู่สากล รวมถึงยังเป็นผู้แนะนำนำเสนองานการ

¹ ไกรสิงห์ วุฒิชัย. (2519). อนุสรณ์ในงานพระราชทานเพลิงศพ ม.จ. ไกรสิงห์วุฒิชัย.

² จิตรพิ ชวาลาวัฒน์. (2554). การทำแบบเสื้อผ้าบนหุ่น = Draping for Apparel. หน้า 45.

³ กิตติคุณวัฒน์ จูฑะวิภาต, (2561), ชุดประจำชาติไทยบนเวทีประกวดนางงามจักรวาล อดีตถึงปัจจุบัน. หน้า 4. (ออนไลน์)

ออกแบบเสื้อผ้าด้วยรูปแบบการแสดงผลแฟชั่นโชว์¹ ในยุคนั้นนางแบบผู้ที่มาร่วมงานแสดงผลแฟชั่นโชว์ ยังไม่ถูกยกระดับขึ้นมาเป็นอาชีพ เนื่องจากยังไม่มีค่าตัว แต่จะให้เสื้อผ้าที่สวมใส่ ในขณะที่เดินแบบเป็นคำตอบแทน บุคคลที่จะมาเดินแบบจะต้องได้รับเชิญจากเจ้าของห้องเสื้อ เท่านั้น ซึ่งจะเรียกว่า นางแบบกิตติมศักดิ์ เพราะส่วนมากจะเป็นลูกหลานของชนชั้นสูงในสังคม เช่น พัณศรี บุณนาถ ม.ร.ว. สุพินดา จักรพันธ์ ภัทราวดี มีชูธน และบุษบา สมิตศิริ เป็นต้น



ภาพประกอบ 1 หม่อมเจ้าไกรสิงห์ วุฒิชัย

ที่มา: <https://gramho.com/>

ห้องเสื้อที่มีชื่อเสียงอีกแห่งหนึ่งที่ต่อมาได้พัฒนาเป็นโรงเรียนสอนตัดเสื้อ คือ ห้องเสื้อระพีของลำยอง บุณยรัตพันธุ์ ลำยองเริ่มต้นอาชีพช่างตัดเสื้อและการออกแบบจากการเป็นลูกจ้างที่ร้านตัดเสื้อ หลังจากสะสมความรู้ได้ระยะหนึ่งจึงออกมาเปิดร้านตัดเสื้อเป็นของตัวเองในชื่อ “นานาพาณิช” ซึ่งลูกค้าส่วนมากจะเป็นภรรยาผู้ว่าราชการจังหวัด ภรรยาผู้พิพากษา และบุคคลที่มีชื่อเสียง ลำยองได้ความรู้เพิ่มเติมจากรูปแบบของเสื้อผ้าที่ลูกค้านำมาให้เป็นแบบ หลังจากนั้นจึงได้เปิดเป็นโรงเรียนสอนตัดเสื้อระพีขึ้นใน พ.ศ.2500² ลำยองมีโอกาสได้ไปศึกษาทางด้านการตัดเย็บและออกแบบเสื้อผ้าที่ประเทศอังกฤษเป็นเวลา 3 เดือน และประเทศฝรั่งเศสเป็นเวลา 8 เดือน³ การไปใช้ชีวิตอยู่ที่ต่างประเทศส่งผลให้ลำยองได้รับความรู้ทางด้านการตัดเย็บขั้นสูงและ

¹ แหล่งเดิม.

² สัมภาษณ์

³ ไทยรัฐออนไลน์, (2553), ปิดตำนานบรมครูเสื้อผ้าชุดไทย "ลำยอง บุณยรัตพันธุ์". (ออนไลน์)

แนวความคิดการออกแบบเสื้อผ้าที่ทันสมัย เมื่อเดินทางกลับมาประเทศไทย ล้ายงค์ได้เปิดโรงเรียนสอนตัดเสื้อระพีแห่งที่ 2 ใน พ.ศ.2508 บริเวณถนนเพชรบุรีตัดใหม่ เนื่องจากได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นจำนวนมาก ด้วยผลงานที่มีชื่อเสียงของโรงเรียนสอนตัดเสื้อระพีทำให้เป็นโรงเรียนสอนตัดเสื้อสถาบันเดียวในไทยในขณะนั้นที่ได้รับเกียรติให้โชว์แฟชั่นที่นิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกาใน พ.ศ.2512¹ ผลงานที่เป็นเอกลักษณ์และสร้างชื่อเสียงให้กับห้องเสื้อระพี คือ การนำผ้าไทยมาเย็บเสื้อผ้าให้เป็นไปตามรูปแบบของสากล ส่งผลให้ผ้าไทยและนักออกแบบชาวไทยเริ่มเป็นที่รู้จักในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

ชื่อเสียงและผลงานที่มีคุณภาพของโรงเรียนสอนตัดเสื้อระพี ทำให้ผลงานในการแสดงเสื้อผ้ามักถูกเผยแพร่ลงหน้าสังคมในหนังสือพิมพ์ และคอลัมน์ผู้หญิงในนิตยสารเสมอ เช่น นิตยสารแม่ศรีเรือน หนังสือพิมพ์ประชาธิปไตยและสยามนิกร เป็นต้น นอกจากนี้โรงเรียนสอนตัดเสื้อยังนำภาพแสดงแฟชั่นโชว์หรือแฟชั่นโชว์ตามงานสังคมไปเป็นภาพประกอบในหน้าโฆษณาของตนเอง ทั้งยังมีโอกาสได้ทำชุดให้นางสาวไทยใส่เพื่อเดินทางไปร่วมประกวดนางงามจักรวาลหลายสมัย รวมถึงภรณ์ทิพย์ นาคหิรัญกนก นางสาวไทย พ.ศ.2531 ได้สวมชุดราตรีของร้านระพีขึ้นรับมงกุฎนางงามจักรวาลคนที่สองของเมืองไทยอีกด้วย²



ภาพประกอบ 2 ล้ายงค์ บุญรัตพันธุ์

ที่มา: <http://oknation.nationtv.tv/blog/print.php?id=660824>

¹ แม่ศรีเรือน. (2513). โฆษณาโรงเรียนสอนตัดเสื้อระพี. นิตยสารแม่ศรีเรือน. ไม่ปรากฏฉบับ. หน้า 75.

² ไทยรัฐออนไลน์, (2553), ปิดตำนานบรมครูเสื้อผ้าชุดไทย "ล้ายงค์ บุญรัตพันธุ์".

นอกจากนี้ยังมีโรงเรียนสอนตัดเสื้อที่มีชื่อเสียง คือ “โรงเรียนปกรณ สถาบันสอนแพชั่น แพทเทิร์น เมคกิ้ง เดรปปิง และ มูลาจชั้นสูง” (Pakorn Institute Of Dressmaking And Fashion Design) โดยมีปกรณ วุฒิยางกูรเป็นผู้ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ.2515 ซึ่งกระทรวงศึกษาธิการอนุญาตให้ใช้คำว่า “ชั้นสูง” ต่อท้ายเป็นแห่งแรกของประเทศไทย เนื่องจากปกรณเป็นช่างตัดเสื้อคนแรกที่จบวิชาการตัดเย็บชั้นสูงมาจากฝรั่งเศสโดยตรง ปกรณเริ่มตัดเสื้อผ้าตั้งแต่ ม.3 โดยเริ่มเรียนที่ร้านลิฟวิ่ง (Living) โรงเรียนสอนตัดเสื้อของมิชชันนารีแถวบางขุนพรหม เป็นโรงเรียนสอนตัดเสื้อโรงเรียนแรกๆ ของชาวต่างชาติ หลังจากเรียนจบชั้นมัธยมศึกษาและไปศึกษาต่อที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ทางด้านการเรือนเกี่ยวกับเสื้อผ้าผู้หญิง ต่อจากนั้นจึงไปศึกษาต่อเกี่ยวกับแฟชั่นที่ฝรั่งเศส ทำให้ได้รับวัฒนธรรมต่างๆ วัฒนธรรมการแต่งกาย ตั้งแต่การออกแบบเสื้อผ้า เสื้อสำเร็จรูป มูลาจ (Moulage) หมายถึง วิธีการออกแบบและการทำเสื้อผ้าบนตัวหุ่น และการตัดเย็บเสื้อผ้าชั้นสูง โอต์กูตูร์ (Haute Couture) แล้วนำมาพัฒนาต่อในรูปแบบของตนเอง และกลับมาเปิดโรงเรียนสอนตัดเสื้อของตนเอง

โรงเรียนสอนตัดเสื้อของปกรณเปิดหลักสูตรการตัดเย็บเสื้อผ้าชั้นสูง เสื้อผ้าสำเร็จรูป การตัดเย็บเสื้อผ้าบนหุ่น (Moulage) เดรปปิง (Draping) และหลักสูตรพิเศษเสริมทักษะการสร้างแพทเทิร์นเสื้อผ้าสมัยใหม่สำหรับเจ้าของร้านตัดเสื้อ ช่างเสื้อ อาจารย์สอนตัดเสื้อ และผู้ที่อยู่ในวงการเสื้อผ้า ลักษณะเด่นของรูปแบบเสื้อผ้าของห้องเสื้อปกรณ คือ การออกแบบเสื้อผ้าทุกตัวต้องคำนวณด้วยระบบเรขาคณิตซึ่งต้องอิงกับหลักความเป็นจริง รูปแบบของเสื้อผ้าสามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน สิ่งหนึ่งที่เป็นจุดเด่นของห้องเสื้อ คือ คัทติ้ง (การตัดเย็บ) และซิลลูเอท (Silhouette) หมายถึงเส้นกรอบนอกโครงร่างของเสื้อ จะมีลักษณะเด่นและแตกต่างจากที่อื่นทั้งด้านความประณีตและรูปแบบของเสื้อผ้า ลูกศิษย์ที่มีชื่อเสียงที่จบจากโรงเรียนสอนตัดเสื้อปกรณได้แก่ ห้องเสื้อเซอร์เฟส (Surface) ของอภิชัฐ ฐิตกริตติวัฒน์ หรือ ใจ เซอร์เฟส ที่มีชื่อเสียงในด้านการตัดในชุดในนางงาม หรือห้องเสื้อมิลาน บริดอล กูตูร์ (Milan Bridal Couture) ห้องเสื้อที่มีชื่อเสียงในการตัดชุดเจ้าสาว รวมถึงปกรณยังได้รับโอกาสให้ช่วยออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าให้แก่พลภระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี อีกด้วย¹

¹ นิติสารสกุลไทย. (2555). ปกรณ วุฒิยางกูร “ครูสอนตัดเสื้อระดับตำนานของเมืองไทย. นิติสารสกุลไทย. ฉบับที่ 3007. หน้า 38-42.



ภาพประกอบ 3 ปกรณ์ วุฒิมิยางกูร

ที่มา: http://pakorn555.blogspot.com/2015/02/blog-post_43.html

วงการห้องเสื้อเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อ ภัทราวดี มีชูธน เข้ามามีบทบาทในวงการแฟชั่นใน พ.ศ. 2510 เป็นต้นแบบของนักออกแบบรุ่นใหม่ยุคแรกของวงการแฟชั่นร่วมสมัย โดยเริ่มต้นจากการเป็นนักแสดงและนางแบบ บุคลิกที่โดดเด่นและแนวความคิดการแต่งกายที่แตกต่างจากสมัยนิยมในขณะนั้นเนื่องจากเคยไปใช้ชีวิตอยู่ที่ต่างประเทศมาเป็นเวลานาน ทำให้รับเอาแนวคิดแบบวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาปรับใช้ และแสดงออกผ่านทางการใช้ชีวิตและการแต่งกาย ภัทราวดีจึงเป็นที่กล่าวถึงทั้งทางด้านความงามและน้ำสมัยที่แตกต่างออกไป ส่งผลให้ถูกยกให้เป็นบรมครูของวงการแฟชั่นสมัยใหม่ของประเทศไทย ทั้งทางด้านแฟชั่น การละคร การแสดง รวมถึงเป็นบุคคลแรกๆ ที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงวงการแฟชั่น วงการละครเวที กระทั่งละครทีวี¹

ภัทราวดี มีชูธน เริ่มต้นอาชีพในวงการแฟชั่นโดยการเดินแบบให้ห้องเสื้อระพี และห้องเสื้อของหม่อมเจ้าไกรสิงห์ หลังจากนั้นได้มีโอกาสเป็นผู้ช่วยออกแบบเสื้อผ้าให้กับร้านเดซีเร่ ห้องเสื้อของหม่อมเจ้าไกรสิงห์ จนกระทั่งได้เปิดร้านเสื้อผ้าเป็นของตนเอง ชื่อร้านเดอะแฟคทอรี² (The Factory) ตั้งอยู่บริเวณโรงภาพยนตร์ลิโด สยามสแควร์ จึงนับว่าเป็นร้านแรกๆ ที่บุกเบิกสยามสแควร์ให้กลายเป็นแหล่งศูนย์รวมแฟชั่นมาจนถึงทุกวันนี้³ การออกแบบเสื้อผ้าให้เป็นแบบสำเร็จรูปซึ่งง่ายต่อการซื้อขาย รวมถึงการตกแต่งร้านที่แตกต่างจากร้านอื่นๆ ทำให้เสื้อผ้าของภัทราวดีได้รับ

¹ วิเทพ มุสิกะปาน. (2554). ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย. ปรินซ์นิพนธ์ปริญาดุษฎฐบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. หน้า 112.

² ภานิศา ภูวภิรมย์ขวัญ. (2551). ความคิด ชีวิต ตัวตน ภัทราวดี ตอนเด็กหญิง ณ รินน้ำ. หน้า 148.

³ พิมพิไล บุญจาง. (2553). *The Legendary Tastemaker*. Harper's BAZAAR หน้า 265.

ความนิยม เนื่องจากลักษณะของรูปแบบเสื้อผ้าที่แปลกใหม่และมีการโชว์รูปร่างมากขึ้น การแต่งกายนี้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้วงการแฟชั่นในช่วงนั้น คือ การแต่งกายด้วยเสื้อสายเดี่ยว ภัทราวดีได้แรงบันดาลใจมาจากชุดไทยโบราณ คือ เสื้อคอกระเช้าและตะเบงมาน ซึ่งในช่วงนั้นนิยมการแต่งกายด้วยกางเกงขาบาน กระโปรงยาวและบานครุมรองเท้าส้นสูง แนวคิดที่ว่า เมื่อขึ้นล่างที่เยอะแล้ว เสื้อขึ้นบนก็ควรน้อยลงเพื่อความสมดุล จึงได้ดัดแปลงคอกระเช้าหรือตะเบงมานให้กลายเป็นสายเดี่ยว ซึ่งรูปแบบเสื้อที่ภัทราวดีออกแบบกลายเป็นที่นิยมในวงการแฟชั่นเป็นอย่างมาก และสร้างความแปลกใหม่ให้กับวงการอื่นๆ เช่น วงการดนตรี วงการภาพยนตร์ เป็นต้น ขณะเดียวกันส่งผลให้เกิดกระแสวิจารณ์ว่าขัดแย้งกับสังคมไทยและเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมกับผู้หญิงที่ต้องแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่มีการโชว์ผิวหนังทำให้โป๊เปลือย แต่ถึงอย่างนั้นการแต่งแบบนี้ยังคงได้รับความนิยมอย่างมาก¹

ภัทราวดีประสบความสำเร็จในอาชีพนักออกแบบเป็นอย่างมาก จนสามารถเปิดร้านเสื้อผ้าได้อีกสองร้าน คือ ร้านซัมดิง ดิฟฟอเรนท์ (Something Different) ที่ศูนย์การค้าเพลินจิตอาเขต² และร้านโอจี (O.G.) ที่ศูนย์การค้าเฉลิมโลก³ ร้านเสื้อผ้าของภัทราวดีนับว่าเป็นร้านเสื้อผ้าที่ทันสมัยในยุคนั้น โดยได้รับความนิยมในกลุ่มของดารานักแสดง ผู้ทำงานอยู่ในวงการบันเทิง รวมถึงกลุ่มชนชั้นสูงของเมืองไทย ทำให้ห้องเสื้อของภัทราวดีได้จัดแฟชั่นโชว์อยู่หลายครั้งและประสบความสำเร็จทุกครั้ง กล่าวได้ว่า ภัทราวดี มีชูธน เป็นผู้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายของสังคมไทยในช่วงนั้นเป็นอย่างมากจนเกิดเป็นกระแสที่ห้องเสื้ออื่นๆ นำไปดัดเลียนแบบ การนำเสนอรูปแบบของเสื้อผ้าที่แตกต่างในอดีตและยังเป็นผู้เปลี่ยนแปลงวงการแฟชั่น วงการละครเวที รวมถึงละครทีวี ถึงแม้จะอยู่ในวงการแฟชั่นเพียง 4 ปีแต่กลับสร้างความเปลี่ยนแปลงในวงการแฟชั่นที่ส่งผลมาถึงทุกวันนี้

¹ ภาณิศ ภูภิรมย์ขวัญ. (2551). ความคิด ชีวิต ตัวตน ภัทราวดี ตอนเด็กหญิง ณ ริมน้ำ. หน้า 168-69.

² ศูนย์การค้าเพลินจิตอาเขตในปัจจุบันคือเพลินจิตเซ็นเตอร์

³ ศูนย์การค้าเฉลิมโลกในปัจจุบันคือศูนย์การค้าประตูน้ำ



ภาพประกอบ 4 ภัทราวดี มีชูธน

ที่มา: <https://th.hellomagazine.com/celebrity-news/mejudhon-patravadi-psb1-apartment-as-a-resting-place-for-siriraj-hospital/>

ภายหลังการบุกเบิกวงการแฟชั่นของภัทราวดี มีชูธน ทำให้เกิดนักร้องแบบที่เป็นต้นแบบให้กับนักร้องแบบรุ่นใหม่ในเวลาต่อมาคือ สมชาย แก้วทอง หรือ ไข่ บุติก (Kai Boutique) ใน พ.ศ.2511 ที่ได้รับยกย่องจากสื่อต่างๆ รวมถึงบุคลากรในวงการแฟชั่นว่าเป็น “บรมครูของวงการแฟชั่นไทย” และเป็นตำนานแห่งวงการแฟชั่นไทย¹

สมชายเริ่มต้นอาชีพช่างตัดเสื้อด้วยความชื่นชอบในการตัดและออกแบบเสื้อผ้า ประกอบกับสภาพแวดล้อมในครอบครัวที่ต้องตัดเสื้อผ้าใส่กันเอง ทำให้มีโอกาสช่วยพี่สาวที่เป็นช่างรับตัดเสื้อผ้าที่บ้าน ภายหลังจากจบการศึกษาชั้นพื้นฐาน ได้ศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยศิลปากร แต่ด้วยปัญหาทางการเงิน ทำให้สมชายรับตัดเสื้อผ้าเพื่อหารายได้เสริมเป็นการแบ่งเบาภาระทางบ้าน ด้วยความชื่นชอบและรายได้ที่ดีทำให้ตัดสินใจลาออกจากมหาวิทยาลัยออกมาเปิดร้านเป็นของตนเองที่โรงหนังสยามในชื่อร้านว่า “เจิม” เป็นชื่อของคุณแม่ของสมชาย ต่อมาภายหลังได้เปลี่ยนเป็น “ไข่ บุติก” เนื่องจากมีการพิมพ์ชื่อร้านลงไปบนเสื้อผ้าทำให้ไม่เหมาะสม² ตามความเชื่อของคนไทยที่ว่าการนำชื่อบุพการีมาใช้ร่วมกับสิ่งของเป็นสิ่งไม่เหมาะสม

สมชายเริ่มต้นการทำเสื้อผ้าและทำการแสดงแฟชั่นโชว์ โดยทำเสื้อผ้าในเชิงธุรกิจและจัดการแสดงตามแบบฉบับสากล โดยโชว์ชุดแรกได้แรงบันดาลใจมาจากภาพยนตร์ฮอลลีวูด เรื่อง

¹ มานิต มณีพันธุ์กุล. (2553). *A Day with a View. A day*. หน้า 4.

² อรสา อินทรมุตร. (2552). สมชาย แก้วทอง โลกนี้มีแต่คนโชคดีกับโชคร้าย. Volume. ปีที่ 5. หน้า

เดอะเกรทแกตสบี (The Great Gatsby) ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับความนิยมในขณะนั้น นำมาดัดแปลงและออกแบบโดยการใช้ผ้าไทยผสมกับลูกไม้ให้ดูร่วมสมัย โชว์ดังกล่าวประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ทำให้สมชายได้มีโอกาสทำโชว์อีกหลายงานและประสบความสำเร็จทุกงาน นอกจากนี้สมชายยังเป็นผู้บุกเบิกอาชีพนางแบบขึ้นอย่างเป็นทางการ โดยจ่ายค่าตัวให้กับนางแบบทุกคนที่มาเดินแบบให้กับเสื้อผ้าในการแสดงโชว์ จึงกล่าวได้ว่า สมชายเป็นผู้ปลุกปั้นนางแบบมืออาชีพเข้าสู่วงการแฟชั่นจำนวนมาก ทั้งยังเป็นคนแรกที่จัดการแสดงแฟชั่นโชว์ในโรงแรม โดยการจำหน่ายบัตรรับประทานอาหารพร้อมการแสดงแฟชั่นโชว์ การจัดรูปแบบโชว์ที่แปลกใหม่ทำให้ได้รับการกล่าวถึงจากบุคคลในวงการแฟชั่นเป็นจำนวนมาก ความสำเร็จดังกล่าวทำให้สมชายสามารถขยายร้าน โดยเปิดร้านแห่งที่ 2 ที่สยามเซ็นเตอร์ และออกเสื้อผ้าแนวใหม่เป็นคนแรกเรียกว่า เสื้อผ้าสำเร็จรูปพร้อมใส่ (Ready-to-wear) เพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มใหม่ จนประสบความสำเร็จและได้รับการกล่าวขานว่าเป็นปรมาจารย์และต้นแบบของนักออกแบบแฟชั่นเมืองไทย¹



ภาพประกอบ 5 สมชาย แก้วทอง

ที่มา: <http://poh-chang.blogspot.com/2018/01/kai-boutique-2560.html>

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าห้องเสื้อที่เกิดขึ้นในยุคนี้เป็นลักษณะโรงเรียนสอนตัดเสื้อควบคู่ไปกับกิจการร้านตัดเสื้อ โดยอยู่ตามห้องแถวหรือบ้านของเจ้าของที่เป็นอาคารตึกแถวสามชั้น ซึ่ง

¹ เพชร. (2551). คอลัมน์แฟชั่นในมุมมองศิลป์ บทความเรื่องตำนานไทย R-T-W. นิตยสารดิฉัน. หน้า 226.

แตกต่างจากร้านตัดเสื้อในอดีตที่อยู่ตามตลาดและไม่มีหน้าร้านถาวร ห้องเสื้อในสมัยนี้มีเจ้าของห้องเสื้อเป็นทั้งผู้ดูแลกิจการและตัดเย็บเสื้อผ้า รวมถึงมีช่างประจำร้านในตำแหน่งต่างๆ รูปแบบของเสื้อผ้าในยุคนี้จะมีลักษณะตามสมัยนิยม มุ่งเน้นไปที่ความสามารถของช่างเสื้อที่มีทักษะความสามารถในการตัดเย็บมากกว่าการออกแบบสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ ให้ลูกค้า ทำให้รูปแบบของเสื้อผ้าในยุคนี้ไม่แตกต่างกันมากนัก มักนิยมดูรูปแบบของเสื้อผ้าจากนิตยสารที่นำเข้ามาจากต่างประเทศหรือเลียนแบบการแต่งกายจากนักแสดงและนักร้องต่างประเทศ ต่อมาวงการห้องเสื้อพัฒนามากขึ้นเมื่อมีบุคคลที่สร้างสรรค์รูปแบบใหม่ มีความทันสมัยให้กับวงการแฟชั่นไทย เช่น ภัทรราตรี ศรีไตรรัตน์ สมชาย แก้วทอง ที่มีความโดดเด่นในการออกแบบเสื้อผ้าที่มีแนวคิดหัวก้าวหน้า รุนแรงๆ ของประเทศไทย โดยใช้ลักษณะเฉพาะตัว สร้างสรรค์ผลงานจนประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับ ทำให้เกิดแนวคิดร่วมสมัยที่มีอิทธิพลและสร้างแรงบันดาลใจต่อบุคคลในวงการแฟชั่นในรุ่นต่อมา รวมถึงสร้างแนวทางใหม่ๆ ให้กับวงการแฟชั่นด้วย

การพัฒนาของห้องเสื้อและการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบเสื้อผ้านำไปสู่การนำเสนอเสื้อผ้าของแต่ละห้องเสื้อในรูปแบบของแฟชั่นโชว์ การจัดแฟชั่นโชว์กลายเป็นกิจกรรมบันเทิงและถือเป็นส่วนหนึ่งของงานบันเทิง ในอดีตมักจะจัดขึ้นประกอบงานลีลาศในฤดูหนาวเนื่องจากมีอากาศที่เย็นสบายเหมาะแก่การเล่นเต้น ดังที่ผู้เขียนบทความเรื่อง “วิธเธอร์บอลล์” ในนิตยสารดาราไทย กล่าวถึงการจัดแฟชั่นโชว์ไว้ว่า มีการแสดงมหรสพมากมาย มีการประกวดมิสโลแลน (Lolani) โดยการสวมชุดไทยสมัยอยุธยา ระหว่างการตัดสินของคณะกรรมการ จะมีการค้นด้วยแฟชั่นโชว์ นอกจากนั้นแฟชั่นโชว์ยังถูกรับรู้ไว้เป็นส่วนหนึ่งของรายการโทรทัศน์ ขณะนั้นเผยแพร่ออกอากาศอยู่ 2 สถานี คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 และ สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 มีการแสดงเสื้อผารวมไปกับการแสดงโชว์อย่างอื่นด้วยตามการสร้างสรรค์ของนักออกแบบ¹ ตัวอย่างเช่น ศ. ณ ป้อมเพชร์ เสนอโชว์ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 โดยตั้งชื่อชุดว่า “นางแบบ 12 ราศี” โดยมีการจัดโชว์ให้ใช้เครื่องแต่งการมีความสัมพันธ์กับฤดูกาลตามธรรมชาติ เช่น มกราคมคู่กับชุดไทย กุมภาพันธ์ มีนาและเมษายนเป็นฤดูร้อนของคนไทยคู่กับชุดว่ายน้ำหรือชุดเดรสชายหาด เป็นต้น ภาพถ่ายแสดงรูปของนางแบบทั้ง 12 คนยืนบนกำแพง กำกับด้วยป้ายเดือน โดยผู้ที่เป็นผู้บุกเบิกการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ยุคแรกๆ คือ หม่อมเจ้าไกรสิงห์ วุฒิชัย เป็นคนแรกที่จัดโชว์ในรูปแบบที่ใกล้เคียงกับตะวันตกและมีความร่วมสมัยมากที่สุดในขณะนั้น

¹ นิตยสารดาราไทย. (2503). นางใน 12 ราศี. นิตยสารดาราไทย. หน้า 33.

การแสดงแฟชั่นโชว์ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในกรุงเทพฯ เท่านั้น อาจารย์สอนตัดเสื้อผ้าที่มีชื่อเสียงได้นำลูกศิษย์ของตนไปแสดงแฟชั่นโชว์ตามจังหวัดต่างๆ อีกด้วย ดังนั้นการจัดแสดงโชว์แฟชั่นโชว์จึงเป็นศูนย์กลางผลักดันให้มีการสื่อสารและสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจด้านความงามกับบุคลากรภาครัฐและเอกชนในต่างจังหวัด แฟชั่นโชว์ในฐานะงานบันเทิงถูกรวมเข้ากับการการกุศล กลายเป็น “กุศลบันเทิง” ที่จัดโดยองค์กรหลายระดับทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด การจัดแสดงแฟชั่นโชว์ไม่ได้เป็นความบันเทิงที่เน้นเนื้อหาสาระที่ชัดเจนมากนัก การหารายได้เพื่อการกุศลจึงช่วยทำให้แฟชั่นโชว์มีสาระขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น พระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวงเสด็จพระราชดำเนินทอดพระเนตรการแสดงแบบเสื้อหลายครั้ง สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการรวมกลุ่มทางสังคมที่สำคัญของกลุ่มคนชั้นสูงและชั้นกลางของช่วงนั้น

ขณะที่นางแบบหรือผู้ที่ได้รับคัดเลือกให้มาเดินแบบ ทั้งงานรื่นเริงและการกุศลบันเทิง ส่วนใหญ่เป็นนางแบบสมัครเล่นมากกว่านางแบบอาชีพ บางคนเป็นผู้มีชื่อเสียงทางสังคมและสนใจแฟชั่นหรือเป็นลูกหลานบุคคลที่มีชื่อเสียง¹ การเดินแบบเป็นการเปิดโอกาสให้สร้างชื่อทางสังคมให้กับตนเองและครอบครัว ส่วนมากมักเป็นดาราและนางแบบหรือลูกศิษย์ที่โรงเรียนสอนตัดเสื้อและทำผมส่งเข้าเวทีประกวดแล้วได้รับตำแหน่ง² เช่น เพ็ญวดี กิจสิพงษ์ เจ้าของร้านตัดเสื้อดี จบการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จากนั้นจึงไปศึกษาภาษาฝรั่งเศสที่สมาคมฝรั่งเศสและศึกษาต่อวิชาการออกแบบเสื้อที่สถาบันตัดเย็บเสื้อผ้าชั้นสูง “กาลวิน” ปารีส์ (Guerre-Lavigne School) จากนั้นจึงสมัครการเดินแบบที่โรงเรียนลูกก็ เมื่อกลับเมืองไทยเพ็ญวดีรับออกแบบ ตัดเสื้อและสอนการเดินแบบ จนถึงช่วงกลางทศวรรษ 2510 วงการแฟชั่นเริ่มได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยจากปัญหาเงินเฟ้อ การจัดแฟชั่นโชว์ใช้เงินลงทุนจำนวนมาก ทำให้คนลดความสนใจในการแสดงงานโชว์ลง

2.8 สรุป

การรับวัฒนธรรมตะวันตกทั้งการศึกษาของสตรีในอดีต การศึกษาการแต่งกายแบบสมัยใหม่ของเหล่านักออกแบบซึ่งศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายและการตัดเย็บจากต่างประเทศ

¹ นิตยสารดาราไทย. (2513). ในวงการแฟชั่น. นิตยสารดาราไทย. หน้า 35

² วิลลา วิลัยทอง. (2559). เสริมให้สวย : สถาบันความงามใน “สังคมไทย” ยุค “พัฒนา”. หน้า 70.

รวมถึงอิทธิพลตะวันตกที่เข้ามาในประเทศไทยผ่านเหตุการณ์ทางการเมือง สังคมและเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดขึ้นการขยายตัวของผู้ประกอบการร้านค้าตัดเสื้อที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

ภายหลัง พ.ศ.2500 เป็นต้นมา กล่าวได้ว่าในวงการแฟชั่นของไทย เริ่มมีนักออกแบบรุ่นใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก วงการแฟชั่นของไทยเกิดปรากฏการณ์ใหม่ๆ ขึ้นพร้อมกัน ทั้งนักออกแบบที่มีแนวคิดที่แตกต่างจากในอดีต เช่น ห้องเสื้อเดซิเว่ ของหม่อมเจ้าไกรสิงห์ วุฒิชัย ที่มีลักษณะเด่นของรูปแบบเสื้อผ้าโดยการนำผ้าไทยมาออกแบบให้ทันสมัยและเป็นผู้ริเริ่มการตัดเสื้อด้วยแขนทรงกระบอกซึ่งเป็นรูปแบบการตัดเย็บของตะวันตก โรงเรียนสอนตัดเสื้ออะพี ของลำยอง บุญยรัตพันธุ์ ที่มีลักษณะเด่นของรูปแบบเสื้อผ้า การนำรูปแบบชุดไทยพระราชนิยามมาดัดแปลงให้มีลักษณะเด่นเข้ากับบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล โรงเรียนสอนตัดเสื้อปกรณ์ ของปกรณ์ วุฒิยางกูร ที่มีลักษณะเด่นของรูปแบบเสื้อผ้า คือ การตัดเย็บแบบ มูลาจ เป็นการออกแบบและตัดเย็บบนตัวหุ่นรูปแบบของฝรั่งเศส แล้วนำมาดัดแปลงให้เข้ากับผ้าไทย ร้านซั้มตึง ดิฟฟอเรนท์ ของภัทราวดี มีชูธน ผู้บุกเบิกการแต่งกายที่แปลกใหม่ คือ เสื้อสายเดี่ยวและเสื้อผ้าที่โชว์ผิวหนัง ซึ่งสร้างสิ่งแปลกใหม่ในวงการแฟชั่นไทยเป็นอย่างมาก และห้องเสื้อ ไข่ บูดิก ของสมชาย แก้วทอง ลักษณะเด่นของรูปแบบเสื้อผ้าคือการนำผ้าลูกไม้มาออกแบบและตัดเย็บให้ทันสมัย สามารถใส่ได้ในชีวิตประจำวัน ทั้งยังเป็นคนแรกที่ตัดเย็บเสื้อผ้าแบบสำเร็จรูป

การขยายตัวของห้องเสื้อ นำไปสู่การเกิดสื่อทางด้านแฟชั่นขึ้นมาเพื่อมาตอบสนองความต้องการทางด้านแฟชั่นที่มีมากขึ้นของผู้หญิง นิตยสารแฟชั่นจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดอาชีพของต่างๆ ของบุคคลที่ทำงานเกี่ยวข้องกับวงการแฟชั่นมากมายหลายแขนง เช่น ช่างแต่งหน้า ช่างภาพ ผู้จัดการเรื่องการถ่ายภาพแฟชั่น เป็นต้น การเกิดขึ้นของนิตยสารเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเสื้อผ้าและห้องเสื้อของไทย และยังส่งผลให้เกิดนักออกแบบรุ่นใหม่เป็นจำนวนมากในช่วงเวลาต่อมา

บทที่ 3

การก่อตัวและเปลี่ยนแปลงของห้องเสื้อไทย พ.ศ.2516 - 2540

วัฒนธรรมตะวันตกส่งผลให้รูปแบบการแต่งกายของคนไทยเปลี่ยนไปตามแบบสากลมากขึ้น ในยุคดังกล่าวเกิดโรงเรียนสอนตัดเสื้อและผู้ประกอบการร้านตัดเสื้อแบบสากลขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ส่งผลให้วงการแฟชั่นของไทยขยายตัวและเกิดนักออกแบบที่มีแนวคิดแตกต่างจากในอดีต บทนี้เป็นการศึกษาและวิเคราะห์การรับวัฒนธรรมตะวันตกที่ส่งผลต่อลักษณะของห้องเสื้อและรูปแบบการแต่งกายของคนไทยในช่วง พ.ศ.2516 - พ.ศ.2540 ผ่านทางสื่อสังคม เช่น นิตยสาร ภาพยนตร์ และดนตรี ก่อให้เกิดกระแสการแต่งกายตามรูปแบบเฉพาะตามแต่ความชื่นชอบของแต่ละคน การแต่งกายจึงมีความแตกต่างจากในอดีตเริ่มมีลักษณะเฉพาะตัวเพิ่มมากขึ้น จากรูปแบบการแต่งกายที่หลากหลายและการเปิดกว้างทางความคิดส่งผลให้เกิดนักออกแบบรุ่นใหม่ขึ้นมาเป็นจำนวนมากและเกิดศูนย์รวมทางด้านแฟชั่นแห่งใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านแฟชั่นที่มีมากขึ้นเช่นเดียวกัน

3.1 สภาพสังคมที่ส่งผลต่อการเกิดขึ้นของนิตยสารสตรี

การเปลี่ยนแปลงของห้องเสื้อและรูปแบบของเสื้อผ้าส่วนหนึ่งเป็นผลจากอิทธิพลของวัฒนธรรมตะวันตก ในยุคสมัยนี้เกิดการขยายตัวของศูนย์กลางทางด้านแฟชั่นกระจายตัวไปยังภูมิภาคต่างๆ จากเดิมที่ฝรั่งเศสเป็นศูนย์กลางแฟชั่นของโลก เกิดการขยายตัวไปยังประเทศอื่นๆ เช่น อิตาลี อังกฤษ และอเมริกา¹ ทำให้รูปแบบการแต่งกายในประเทศไทยมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะการเลียนแบบวัฒนธรรมการแต่งกายจากสหรัฐอเมริกาที่กลายมาเป็นประเทศมหาอำนาจอันดับหนึ่งของโลก และเข้ามามีอิทธิพลอย่างมากต่อประเทศไทยในช่วงเวลาดังกล่าว ผ่านวัฒนธรรมความบันเทิง เช่น ละครบรอดเวย์ที่เข้ามาฉายในโรงภาพยนตร์ของไทย² และเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลกในขณะนั้น ส่งผลทางอ้อมให้คนไทยรับรู้การแต่งกายแบบอเมริกันและเกิดการเลียนแบบการแต่งกายตามวัฒนธรรมอเมริกันมากยิ่งขึ้น

จากการเปิดกว้างและการขยายตัวของรูปแบบการแต่งกายที่มีความหลากหลายในยุคนี้ ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้เกิดสื่อรูปแบบใหม่ๆ ที่เน้นในเรื่องการแต่งกายโดยเฉพาะ สื่อที่มีบทบาท

¹ กุลภา วจนสาระ. (2544). เซ็นเตอร์ฟอยท์ กับ "Preteen" : การก่อตัวของวัฒนธรรมวัยแรกรุ่ง. ปรินซ์นิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 51.

² นิธิ เอียวศรีวงศ์, (2561), อิทธิพลอเมริกันในเมืองไทย โดย นิธิ เอียวศรีวงศ์. (ออนไลน์)

สำคัญคือ นิตยสารแฟชั่นซึ่งเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้หญิงที่อยากเรียนรู้รูปแบบการแต่งกายที่เป็นสมัยนิยมในขณะนั้น ในช่วงเวลาดังกล่าวถือเป็นยุคที่มีนิตยสารแฟชั่นเต็มรูปแบบเกิดขึ้นเป็นครั้งแรก ซึ่งแตกต่างจากในอดีตที่เรื่องราวเกี่ยวกับการแต่งกายเป็นเพียงบทความหนึ่งที่แทรกอยู่ในนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์เท่านั้น

นิตยสารแฟชั่นฉบับแรกในประเทศไทย คือ นิตยสารลลนา ก่อตั้งโดย สุวรรณิ์ สุขนทีเยง ใน พ.ศ. 2516¹ มีจุดประสงค์ต้องการให้ประเทศไทยมีนิตยสารแฟชั่นสตรีเต็มรูปแบบ² โดยมีคำขวัญว่า “นิตยสารเพื่อความทันสมัยของหนุ่มสาวยุคปัจจุบัน”³ ภายในประกอบไปด้วยเนื้อหาของแฟชั่นเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอข่าวสารและความรู้ที่หลากหลายมากขึ้นให้กับผู้อ่านที่เน้นกลุ่มผู้หญิงเป็นหลัก แสดงให้เห็นถึงการเปิดโลกทัศน์ และการพัฒนาความรู้ที่มากขึ้นของผู้หญิงที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักในยุคนั้น นิตยสารดังกล่าว นำเสนอเรื่องราวที่ทันสมัยเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ในเวลานั้น เช่น การลงบทสัมภาษณ์ทางการเมือง ความเจริญด้านเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสาร นวนิยายแปลต่างประเทศ งานเขียนเรื่องสั้นของนักเขียนหรือกวีซีไรท์ รวมถึงการสอนทำอาหาร ส่งผลให้นิตยสารสตรีได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้น ก่อให้เกิดการซึมซับและเริ่มเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคม รวมถึงการแต่งกายเลียนแบบวัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่านิตยสารแฟชั่นเป็นสื่อสมัยใหม่ที่ทรงอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายของคนไทย และทำให้ช่วงหลังพ.ศ.2516 ถือเป็นยุคแห่งความหลากหลายของนิตยสารสตรี⁴ และทำให้เกิดนิตยสารแฟชั่นสตรีตามมาอีกหลายฉบับ เช่น นิตยสารหญิง⁵

¹ MGR Online, (2558), ลลนา - ลาละนะ เรื่องเล่าของ 3 น้า. (ออนไลน์)

² นภพัฒน์จักษ์ อัตตนนท์, และกฤติกร เฝ็ดิมเกื้อกุลพงศ์, (2563), ไทม์ไลน์ นิตยสารไทย. (ออนไลน์)

³ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต, และอวยพร พานิช. (2532). 100 ปี ของนิตยสารสตรีไทย (พ.ศ.2431-2531). หน้า 57.

⁴ แหล่งเดิม., หน้า 62.

⁵ นิตยสารหญิงก่อตั้งโดย อารีย์ ศรีบุรพธรรม ใน พ.ศ. 2518 มีจุดมุ่งหมายต้องการให้เป็นอาหารสมองของหญิงไทยยุคใหม่ คอลัมน์ที่มีชื่อเสียง คือ วังไปกับโลก นำเสนอเรื่องราวและข่าวสารเกี่ยวกับสตรีจากทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีคอลัมน์เรื่องการเรียนต่างๆ ของผู้หญิง เช่น เทคนิคการแต่งหน้า การแต่งกายและเครื่องประดับ เป็นต้น

นิตยสารสาวสมัย¹ และนิตยสารหญิงไทย² ใน พ.ศ.2518 และ นิตยสารเบญจกัลยาณี³ ใน พ.ศ. 2519 เป็นต้น นิตยสารสตรีในยุคนี้ยังเป็นสื่อที่ให้ความรู้และความบันเทิง ทั้งยังเปลี่ยนค่านิยมทัศนคติของผู้อ่านให้มีความทันสมัยและเปิดมุมมองความคิดของผู้หญิงสู่โลกภายนอกมากขึ้น

มีการกล่าวถึงสภาพของผู้หญิงในยุคดังกล่าวไว้ว่า

“...ผู้หญิงคนไหนไม่ได้ดูหนังสือแบบเสื้อ นิตยสาร หรือไม่ได้ไป “งาน” หรือดูภาพยนตร์สัก 6 เดือน คุณจะล้าสมัยเอาเลยทีเดียว เพราะการแต่งกายของผู้หญิงไทยนั้นเดินตามรอยฝรั่งติดๆ อย่างไม่มีจังหวะเลย พอเห็นอลิซาเบธ เทย์เลอร์ ในภาพยนตร์เรื่อง วิไอพี (VIP) ไร้มมเกล้าสูงแล้วปล่อยยาวเคลียต้นคอ ผู้หญิงกรุงเทพฯ ก็เป็นอลิซาเบธ เทย์เลอร์ กันเกร่อทั้งๆ ที่คอก็ไม่ยาวพอที่จะมีมมเคลีย...”⁴

นิตยสารสตรีจึงเป็นสื่อสมัยใหม่ทางด้านแฟชั่นที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายของไทยอย่างมาก โดยเฉพาะช่วงหลังพ.ศ.2520 เป็นต้นไปถือเป็นยุคเฟื่องฟูของนิตยสารสตรี มีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในกิจการต่างๆ รวมถึงการพิมพ์ ทำให้นิตยสารในช่วงนี้มีการพิมพ์ที่มีคุณภาพสูง มีการจัดและออกแบบรูปเล่มที่ทันสมัยและจากความเจริญทางการสื่อสารและเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้การเผยแพร่ข่าวสารทำได้อย่างรวดเร็ว ประชาชนสามารถเข้าถึงกระแสแฟชั่นได้มากขึ้น เห็นได้จากจำนวนนิตยสารที่เพิ่มขึ้นจากเดิมในช่วง พ.ศ. 2516 - 2519 จากเดิมมี

¹ นิตยสารสาวสมัยก่อตั้งโดย ม.ร.ว.ชนม์สวัสดิ์ ชมพูนุท ในพ.ศ. 2518 ตีพิมพ์เกี่ยวกับนวนิยาย เรื่องสั้น คอลัมน์การบ้านการเรือน ขณะเดียวกันนิตยสารสาวสมัยพิเศษกว่านิตยสารฉบับอื่นๆ คือ มีคอลัมน์เพศศึกษารวมอยู่ด้วย ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องที่ล้าสมัยมากในขณะนั้น

² นิตยสารหญิงไทยก่อตั้งโดย สุวรรณฯ ส่งเสริมสวัสดิ์ ในพ.ศ. 2518 เป็นนิตยสารในแนวแม่บ้านแม่เรือน ประกอบด้วยเนื้อหาในส่วนบันเทิง สารคดี และการบ้านการเรือน เช่น การสร้างแบบเสื้อผ้า เย็บปักถักร้อย แฟชั่น อาหาร และการครัวต่างๆ เป็นต้น รวมถึงมีคอลัมน์ “ทรรคนะความงาม” ซึ่งเป็นการแนะนำเกี่ยวกับความงามจากช่างเสริมสวยและร้านเสริมสวยที่มีชื่อเสียงจากทั่วประเทศ

³ นิตยสารเบญจกัลยาณีก่อตั้งโดย ไกรสิทธิ์ นาคประเสริฐ ในพ.ศ. 2519 เป็นนิตยสารสตรีที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแม่บ้านแม่เรือน คอลัมน์บันเทิง ความรู้ข่าวสาร การพยากรณ์ ดวงชะตา และนวนิยาย

⁴ สตรีสาร. (2517). การแต่งกายตามกระแสตะวันตก. นิตยสารสตรีสาร.

เพียง 5 เล่ม ในพ.ศ. 2520 มีนิตยสารสตรีเพิ่มขึ้นถึง 57 เล่ม¹ นิตยสารสตรีที่เกิดขึ้นในช่วงหลัง พ.ศ.2520 ได้แก่ ขวัญเรือน กุลสตรี แม่บ้าน และเปรี้ยว เป็นต้น การเติบโตของนิตยสารส่งผลต่อการเติบโตของวงการแฟชั่นไปพร้อมกัน เนื่องจากนิตยสารนำเสนอรูปแบบเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ตลอดจนการใช้ชีวิตในสังคม และยังเป็นจุดกำเนิดอาชีพใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวงการแฟชั่น เช่น ช่างภาพ ช่างแต่งหน้า และสไตลิสต์ เป็นต้น

งานของอรอนงค์ สวัสดิ์บุรี ศึกษาเรื่อง คอลัมน์ตอบปัญหาชีวิตในนิตยสารเป็นการสะท้อนบทบาท และสถานภาพของสตรีไทย เสนอว่า ช่วงหลัง พ.ศ.2516 เป็นยุคข่าวสารและความหลากหลายของนิตยสารผู้หญิง ในนิตยสารผู้หญิงแทบทุกฉบับจะมีคอลัมน์ตอบปัญหาชีวิต ซึ่งเป็นคอลัมน์ในการช่วยแก้ปัญหาต่างๆ หรือทำให้คลายความตึงเครียดจากปัญหาต่างๆ โดยรูปเล่ม หน้าปก เนื้อหา รวมถึงคอลัมน์ตอบปัญหาชีวิตได้รับรูปแบบมาจากตะวันตก² เช่นเดียวกับที่ มนทิรา จุฑะพุทธิ บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น ได้กล่าวไว้ในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ว่า

“นิตยสารที่เน้นทางด้านแฟชั่น เป็นสิ่งนำทางให้กับการดำรงชีวิตของผู้หญิง โดยเฉพาะผู้หญิงไทยว่า แฟชั่นที่สื่อสารออกมาในนิตยสารแฟชั่นช่วยพาผู้หญิงให้ออกไปสู่โลกกว้างมากขึ้นและนิตยสารมีอิทธิพลที่จะเปลี่ยนค่านิยมและทัศนคติของคนอ่านได้ในระดับหนึ่ง ในแต่ละช่วงเวลาหนึ่งๆ อีกด้วย นิตยสารแฟชั่นที่ออกมาในยุคแรก ได้กลายเป็นบทเรียนที่สำคัญ ในการช่วยพัฒนาการอ่านของผู้หญิงซึ่งยังไม่ค่อยได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง”³

การเกิดขึ้นของนิตยสารแฟชั่นจึงเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาของผู้หญิง เนื่องจากนิตยสารแฟชั่นเป็นแหล่งรวบรวมบทความที่หลากหลายในหลายๆ ประเด็นที่เป็นที่สนใจในขณะนั้น อีกทั้งมีการใช้รูปภาพ และภาษาที่เข้าใจง่ายและยังก่อให้เกิดความบันเทิงใจ สิ่งเหล่านี้

¹ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมษิต, และอวยพร พานิช. (2532). 100 ปี ของนิตยสารสตรีไทย (พ.ศ.2431-2531). หน้า 69.

² อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2533). คอลัมน์ตอบปัญหาชีวิตในนิตยสารในการสะท้อนบทบาท และสถานภาพของสตรีไทย.ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 30.

³ เพ็ญพักตร์ ศิริไตรรัตน์. (2552). การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในนิตยสารแฟชั่นสตรี.ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. หน้า 86.

ส่งผลต่อการพัฒนาการของผู้หญิงยุคดังกล่าวได้เป็นอย่างดี รวมถึงเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้วงการแฟชั่นไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบใหม่ และเกิดการขยายตัวไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

3.2 การเติบโตและการเปลี่ยนแปลงของศูนย์รวมทางด้านแฟชั่น

การเกิดขึ้นของนิตยสารสตรีทำให้ผู้หญิงหันมาสนใจการแต่งกายเลียนแบบแฟชั่นตามที่ปรากฏในนิตยสารมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจเสื้อผ้าในห้างสรรพสินค้าและศูนย์รวมทางด้านแฟชั่นขยายตัวอย่างขึ้นต่อเนื่อง บริเวณราชประสงค์และราชดำริซึ่งเป็นแหล่งศูนย์รวมทางด้านแฟชั่นเดิมไม่อาจรองรับการขยายตัวทางธุรกิจที่เติบโตเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่คับแคบ ประกอบกับนโยบายในการหาพื้นที่แห่งใหม่และขยายศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในกรุงเทพฯ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 – 2519) ที่ต้องการขยายความเจริญออกไปในทุกด้าน¹ ทำให้ย่านการค้าที่เกิดขึ้นใหม่ต้องอยู่ในบริเวณที่สะดวกต่อการคมนาคม และต้องเป็นศูนย์กลางทางการค้าของเมือง ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงมีแนวคิดส่งเสริมให้ย่านปทุมวันพัฒนาขึ้นเป็นพื้นที่สำหรับรองรับการขยายตัวของธุรกิจเสื้อผ้า เพราะย่านปทุมวันอยู่บริเวณใกล้เคียงกับศูนย์กลางธุรกิจเดิมอย่างราชประสงค์ – ราชดำริ ประกอบกับย่านปทุมวันเป็นที่ตั้งของสยามสแควร์ ซึ่งเป็นศูนย์รวมการค้าและธุรกิจจำนวนมากตั้งแต่ พ.ศ. 2510² เช่น โรงภาพยนตร์ ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ร้านอาหาร ร้านยา ร้านทำผม รวมถึงสำนักงานต่าง ๆ³ โดยเฉพาะธุรกิจโรงภาพยนตร์จำนวน 3 โรงที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน คือ โรงภาพยนตร์สกาลา โรงภาพยนตร์ลิโด โรงภาพยนตร์สยาม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดความสนใจจากคนทั่วไปให้เข้ามาในสยามสแควร์เป็นจำนวนมาก

การเกิดขึ้นของโรงภาพยนตร์แบบรวม (Multi Cineplex)⁴ ทำให้สยามสแควร์กลายเป็นแหล่งนัดพบที่ทันสมัยที่สุดในยุคนั้น ส่งผลให้ใน พ.ศ. 2522 สยามสแควร์เป็นจุดศูนย์กลางของ

¹ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 – 2519). หน้า 54.

² สำนักงานทรัพย์สิน จุฬา, (2562), สยามสแควร์. (ออนไลน์)

³ พระราชรัฐ ต่อสุวรรณ. (2553). การเมืองเรื่องสยามสแควร์. หน้า 16.

⁴ แหล่งเดิม., หน้า 29.

ความบันเทิงธุรกิจและนวัตกรรมใหม่ๆ¹ เห็นได้จากการที่องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมักเข้าไปเปิดแสดงสินค้าหรือรณรงค์โครงการต่างๆ สยามสแควร์จึงเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมสำหรับกลุ่มธุรกิจต่างๆ กลุ่มผู้ประกอบการที่เข้ามาทำการค้าขายมากที่สุด คือ กลุ่มผู้ค้าผ้าจากย่านพาหุรัด² จึงทำให้ตึกแถวในสยามสแควร์เป็นที่ตั้งสำหรับร้านตัดเสื้อและร้านขายผ้าเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งใช้พื้นที่ชั้นล่างเป็นพื้นที่จัดแสดง เสื้อผ้า และห้องลองสำหรับลูกค้า ส่วนชั้นบนเป็นห้องตัดเย็บเสื้อผ้าและที่อยู่อาศัยของช่างตัดเสื้อ ร้านเสื้อผ้าสมัยนี้มักเรียกว่า ห้องเสื้อ ซึ่งเป็นกิจการตัดเย็บเสื้อผ้าตามสั่งของลูกค้า ควบคู่ไปกับการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป ที่เรียกว่า Ready-to-wear ซึ่งเหมาะกับลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบายและมีราคาไม่แพงมากนัก

ปัจจัยดังกล่าวก่อให้เกิดการรวมตัวของนักออกแบบเสื้อผ้ารุ่นใหม่ที่เปิดร้านในบริเวณสยามสแควร์ และขยายตัวออกมายังฝั่งสยามเซ็นเตอร์ ที่สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2516 จากความต้องการของผู้ประกอบการที่สนับสนุนสยามเซ็นเตอร์ให้เป็นศูนย์รวมแฟชั่นชั้นสูงเช่นเดียวกับสยามสแควร์³ รูปแบบเสื้อผ้าของแต่ละร้านภายในสยามสแควร์และสยามเซ็นเตอร์มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนตามมุมมองและความคิดของนักออกแบบซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากตะวันตกผ่านภาพยนตร์หรือดนตรี โดยมีลักษณะเฉพาะของแต่ละแบรนด์ ขณะเดียวกันมักมีจุดร่วมกันอยู่ คือ รูปแบบตามสมัยนิยมในเวลานั้น เสื้อผ้าจึงมีความหลากหลายจนทำให้กลายเป็นศูนย์รวมทางด้านแฟชั่น และเป็นที่ยินยอมในการมาเลือกซื้อเสื้อผ้าที่มีรูปแบบตรงกับความต้องการของตนเองมากกว่าการซื้อตามกระแสนิยมเหมือนในอดีต กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จึงเป็นบุคคลที่นิยมความแปลกใหม่และแตกต่างของเสื้อผ้า

“ ตระกะของสยามสแควร์เป็นตระกะของทุนนิยม
วัยรุ่นคนหนุ่มสาวโดยอุบัติเหตุ ไม่ใช่ด้วยความตั้งใจ เมื่อ
แรกเกิดสยามสแควร์ตั้งใจจะเป็นแหล่งบันเทิงแหล่งใหม่เพื่อ
รองรับกรุงเทพฯ ที่ขยายตัวออกมา...สยามสแควร์มี
ความสำเร็จแต่ก็มีความล้มเหลวของมัน มันต้องการเป็น
แหล่งหนังสือแทนผ่านฟ้าหรือวังบูรพาแต่ก็ล้มเหลว มัน

¹ อรุณีภา จินตาวาน. (2545). กระบวนการสื่อสารในการสร้างกระแสนิยมในย่านสยามสแควร์. ปรินทิพนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 79.

² พรชัยรัฐ ต่อสุวรรณ. (2553). การเมืองเรื่องสยามสแควร์. หน้า 30.

³ มติชนสุดสัปดาห์. (2543). “จาก'หลังวังราชดำริ' ถึง' เซ็นเตอร์พอยต์'”. มติชนสุดสัปดาห์. หน้า 15.

ต้องการเป็นศูนย์ของนาฬิกาอย่างเขาวราชแต่ก็ล้มเหลว มัน
ต้องการเป็นแหล่งขายตัวเครื่องบินแต่ก็ล้มเหลว มันต้องการ
เป็นแหล่งแฟชั่นแต่ก็ล้มเหลว แต่ไม่ว่าจะล้มเหลวอย่างไรก็
ตาม สยามสแควร์ก็ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งและอาจ
เป็นความสำเร็จประการเดียวของสยามสแควร์ นั่นคือเป็น
ย่านอ้างอิงของวัยรุ่นและเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรม
สมัยใหม่ตลอดกาล¹

ขณะเดียวกันศูนย์รวมทางด้านแฟชั่นของกลุ่มคนวัยทำงานอยู่บริเวณย่านประตูน้ำ² และ
โบ๊เบ๊ บริเวณถนนเพชรบุรี ทั้งสองแหล่งเป็นตลาดค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดใหญ่ในประเทศไทย เริ่ม
เป็นที่นิยมของกลุ่มวัยทำงานในพ.ศ. 2518 เนื่องจากมีราคาถูกและมีรูปแบบที่หลากหลายตาม
สมัยนิยม ร้านขายเสื้อผ้าส่วนหนึ่งขยายตัวมาจากกิจการร้านขายผ้าจากพาหุรัด เริ่มจากการเป็น
เพียงร้านที่จำหน่ายผ้าเป็นเมตร อุปกรณ์เย็บปักถักร้อยทุกชนิดและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ขณะที่ความ
นิยมของประชาชนในการสั่งตัดเสื้อผ้าลดลง เนื่องจากเสื้อผ้าสั่งตัดมีราคาสูงและใช้เวลานาน ทำ
ให้เสื้อผ้าสำเร็จรูปได้รับความนิยมในหมู่ประชาชนมากขึ้น ส่งผลให้ย่านการค้าทั้งสองแหล่งมี
ชื่อเสียงในการค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีราคาย่อมเยาและสามารถตัดได้ในปริมาณมาก (ขายส่ง) และ
กลายเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูประดับปานกลางไปจนถึงระดับ
ล่างสู่ผู้บริโภค ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่งทั้งในประเทศและนอกประเทศอีกด้วย³ ขณะเดียวกันความ
แตกต่างของทั้งสองแหล่ง คือ รูปแบบของสินค้ามีเอกลักษณ์ต่างกัน ตลาดโบ๊เบ๊นิยมขายเสื้อผ้า
เป็นโหลหรือขายส่งมากกว่าประตูน้ำ ขณะที่รูปแบบของเสื้อผ้าที่ขายในย่านประตูน้ำจะเป็น
เสื้อฟ้านูติก (Boutique) คือ เสื้อฟ้านำสมัยหรือเสื้อผ้าแฟชั่น นิยมทำออกมาในแบบเดียวกันแต่
จำนวนไม่มากนัก โดยมีนักออกแบบเสื้อผ้าประจำร้าน รูปแบบจะมีการเปลี่ยนไปตามคอลเลคชั่น

¹ ธีรยุทธ บุญมี. (2537). วัฒนธรรมวัยรุ่น. หน้า 2.

² ในอดีตตลาดประตูน้ำ ถูกเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “ตลาดเฉลิมโลก” ก่อสร้างขึ้นใน พ.ศ. 2500 เริ่มต้นจาก
การเป็นตลาดสดขายสินค้าอุปโภค และบริโภค ต่อมาพัฒนาเป็นตลาดค้าส่งเสื้อผ้าสำเร็จรูป จนเป็นที่รู้จักใน
พ.ศ. 2518 - 2520 หลังจากนั้นได้เปลี่ยนชื่อเป็น “ประตูน้ำเซ็นเตอร์” ใน พ.ศ. 2534 และยังคงความสำคัญใน
ฐานะตลาดค้าส่งเสื้อผ้ามาจนถึงปัจจุบัน

³ วิสสุธา กฤตยาพิมลพร. (2550). พัฒนาการของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปย่านประตูน้ำ. วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 21.

เพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์หรือแฟชั่นที่เป็นที่นิยมในกลุ่มลูกค้า ประตุน้ำจะขายเสื้อผ้าแฟชั่นมากกว่า ทั้งสองแหล่งยังเป็นศูนย์รวมของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การผลิต การค้าส่งและการค้าปลีกเสื้อผ้า จึงอาจกล่าวได้ว่าย่านประตุน้ำและโบ๊เบ๊ เป็นตลาดค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่สำคัญมาก เนื่องจากสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการจำนวนมาก รวมถึงเป็นแหล่งรองรับแรงงานของประเทศได้เป็นอย่างดี

3.3 รูปแบบการแต่งกายในช่วง พ.ศ.2516 – พ.ศ.2540

การเติบโตของอุตสาหกรรมแฟชั่นส่งผลให้ศูนย์กลางทางด้านแฟชั่นขยายตัวออกไปในหลากหลายประเทศเช่น อิตาลี อังกฤษ และ อเมริกา เป็นต้น ซึ่งต่างจากเดิมที่มีเพียงฝรั่งเศสเป็นศูนย์กลางแฟชั่นแห่งเดียว ทำให้ลักษณะการแต่งกายของวัยรุ่นไทยในดังกล่าวมีความเปลี่ยนแปลงไป จากวัฒนธรรมตะวันตกที่หลากหลายและเด่นชัดมากมากขึ้น โดยวัฒนธรรมการแต่งกายส่งต่อผ่านทางนิตยสาร ภาพยนตร์และดนตรีก่อให้เกิดกระแสการแต่งกายตามรูปแบบที่ชื่นชอบ แฟชั่นการแต่งกายจึงมีความแตกต่างจากในอดีต ผู้นำแฟชั่นในยุคนี้มักเป็นดาราภาพยนตร์ นักร้อง และนักดนตรี¹ เช่น เอลวิส เพรสลีย์ (Elvis Presley) นักร้องและนักแสดงชาวอเมริกัน ซึ่งได้รับการยกย่องเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและเป็นที่รู้จักในฐานะ “ราชาแห่งร็อกแอนด์โรลล์”² อิทธิพลของเอลวิส เพรสลีย์ส่งผลต่อกระแสและค่านิยมของวัยรุ่นไทยอย่างมาก เช่น การแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่ทำจากหนัง การใส่กางเกงขาบาน รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมการนั่งร้านกาแฟ สูดบุหรี่ ฟังเพลงจากตู้หยอดเหรียญ และการเต้นรำ ความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่ซ้ำใคร ทำให้เกิดการแต่งกายเลียนแบบเอลวิส เพรสลีย์ และยังคงส่งผลมาถึงปัจจุบัน เห็นได้จากการจัดการประกวดการแต่งกายเลียนแบบเอลวิส เพรสลีย์ ในวันที่ 16 สิงหาคมของทุกปี เนื่องจากเป็นวันครบรอบการเสียชีวิตของเอลวิส ในประเทศไทยมีการจัดกิจกรรมเช่นเดียวกันกับประเทศอื่นๆ ด้วย³

นอกจากนี้ยังเกิดกระแสเลียนแบบการแต่งกายจากภาพยนตร์ชื่อดังที่สร้างปรากฏการณ์ไปทั่วโลกคือ ภาพยนตร์เรื่อง กรีส (Grease) ใน พ.ศ.2521 เนื่องจากเป็นภาพยนตร์และละครเพลง

¹ อเนก นาวิกมูล. (2525). หนังสือชุด กรุงเทพฯ สองศตวรรษ การแต่งกายสมัยรัตนโกสินทร์. หน้า 119.

² MGR Online, (2557), ทึ่ง! ประมูลภาพแนว “ปีปอาร์ต” ของราชาร็อกแอนด์โรลล์ “เอลวิส” พ้นราคาหลายพันล้าน. (ออนไลน์)

³ โพสต์ทูเดย์, (2555), 35 ปี เดอะ คิง เอลวิส เมืองไทยไม่มีวันตาย. (ออนไลน์)

เรื่องแรกที่ดัดแปลงจากละครเพลงบรอดเวย์¹ ซึ่งสร้างความนิยมจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดเลียนแบบการแต่งกายจากนักแสดงนำในภาพยนตร์ คือ จอห์น ทราโวลต้า (John Travolta) และ โอลิเวีย นิวตัน จอห์น (Olivia Newton-John) โดยมีรูปแบบการแต่งกายที่เรียกว่าม็อด (Mod)² คือ การแต่งกายด้วยกางเกงทรงขาวยาวบาน มักใส่คู่กับเสื้อรัดรูปคอปกใหญ่ รองเท้าหนังสูง 3 - 4 นิ้ว³ สามารถแต่งได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง สร้างความแปลกใหม่ให้สังคมขณะนั้นเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นยุคสมัยที่ผู้หญิงเริ่มหันมาใส่กางเกงของผู้ชาย ส่งผลให้ได้รับความนิยมไปทั่วโลก ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมของวัยรุ่น คือ ลักษณะวัฒนธรรมย่อย ซึ่งเป็นทางเลือกทางวัฒนธรรมหนึ่งของวัยรุ่นที่ต้องการต่อต้าน ต่อรอง หรือปฏิเสธ วัฒนธรรมที่ถูกครอบงำจากสังคมแบบเดิม หรือการครอบงำจากผู้ใหญ่⁴ การเลียนแบบวัฒนธรรมตะวันตกเพื่อความทันสมัย การแสดงออกทางหนึ่งคือ การแต่งกาย โดยนำลักษณะการแต่งกายในรูปแบบต่างๆ มาใช้เป็นการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่ตนเองชื่นชอบ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตน และใช้ลักษณะเฉพาะของกลุ่มนั้นๆ เพื่อแสดงถึงความหลากหลาย ความเป็นกลุ่ม และความแตกต่าง⁵

ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นว่า นิตยสารและภาพยนตร์ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการแต่งกายของคนไทยแล้ว นักร้องและนักดนตรีถือเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน กล่าวคือ การแต่งกายแบบ เด็กฮาร์ด (Hard) มาจากคำย่อของ ฮาร์ด เฮวี ร็อค หรือฮาร์ดร็อก⁶ (Hard Heavy Rock, Hardrock) เริ่มเป็นที่รู้จักในช่วง พ.ศ. 2525 เป็นรูปแบบการแต่งกายที่เลียนแบบมาจากวงดนตรีแนวเพลงแบบเฮวี หรือฮาร์ดร็อก เช่น วงดีพเพอร์เพิล (Deep Purple) หรือ วงเอซี/ดีซี (AC/DC) นิยมใส่กางเกงขาบาน เสื้อรัดรูป ทำสีฉูดฉาด ใช้เครื่องแต่งกายจากแบรนด์ต่างประเทศ ซึ่งได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นที่มีฐานะทางบ้านดี ขณะที่แบรนด์ของนักออกแบบไทย มีแบรนด์ดวงใจปิส หรือแบรนด์ธีระพันธ์ ที่มักออกแบบเสื้อผ้าในรูปแบบนี้

¹ OK nation, (2550), *Grease...กรีส...กรี๊ด*. (ออนไลน์)

² ม็อด (Mod) มาจากคำว่า Modernise แปลว่า ทำให้ทันสมัย หรือเรียกว่า เป็นการแต่งกายให้ทันสมัย

³ กุลภา วจนสาระ. (2544). เซ็นเตอร์พ้อยท์ กับ "Preteen" : การก่อตัวของวัฒนธรรมวัยแรกรุ่น. ปรินซ์นิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 2.

⁴ อรุณา สุขสม. (2550). การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น : กรณีศึกษา สยามแสควร์. ปรินซ์นิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 41.

⁵ กุลภา วจนสาระ. (2544). เซ็นเตอร์พ้อยท์ กับ "Preteen" : การก่อตัวของวัฒนธรรมวัยแรกรุ่น. ปรินซ์นิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 56.

⁶ Somsak. (2525). เด็กฮาร์ด. นิตยสารหมอชาวบ้าน. เล่มที่ 42.

ขณะเดียวกันพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้มักถูกมองว่าเป็นการแต่งกายที่ฟุ่มเฟือย มีรสนิยมในการเที่ยวเตร่ กินอาหารในภัตตาคารหรูหรา ทำให้มักถูกมองว่าเป็นกลุ่มเด็กมีปัญหา และเรียกร้องความสนใจ อีกทั้งมีการแต่งกายและท่าทางที่แปลกกว่าคนธรรมดา ทำให้คนกลุ่มนี้ไม่ได้รับการยอมรับในสังคม¹

นอกจากนี้ยังมีการแต่งกายที่เรียกว่า พังก์ (Punk) เป็นแฟชั่นที่มีต้นกำเนิดมาจากประเทศอังกฤษในช่วงพ.ศ. 2533 เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มคนที่มีแนวคิดนอกกรอบของสังคม ต้องการแสดงออกถึงการต่อต้านระบอบต่างๆ ของสังคม เริ่มจากกลุ่มคนที่ต่อต้านนโยบายของรัฐบาลของมากาเร็ต แธตเชอร์ (Margaret Thatcher) นายกรัฐมนตรีของสหราชอาณาจักร โดยใช้วัฒนธรรมแนวเพลงที่หนักหน่วงและการแต่งกายดูดันเป็นตัวแสดงออก² คนนิยมการแต่งกายในแนวนี้นิยมใส่เสื้อหนัง ใช้สีขาและดำเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความแตกต่าง ใช้เข็มและโซ่ร่วมกับเนื้อผ้าหนัง เพื่อแสดงถึงการอยู่ร่วมกับความเจ็บปวดซึ่งถือเป็นสิ่งปกติ มีการผ่าและเจาะตามร่างกายในตำแหน่งที่เห็นได้ชัด³ อิทธิพลของแฟชั่นพังก์มีส่วนมากที่มีต่อวัยรุ่นไทยเป็นแนวพังก์-ร็อค⁴ พบเห็นได้จากการแต่งกายของวัยรุ่นในชุดกางเกงหนังพัตร์รูป เข็มขัดหนัง หรือผ้าขนาดใหญ่ เสื้อกั๊กแขนกุด ผู้ชายนิยมใส่เสื้อหนังฟอกสีดำ ขณะที่ผู้หญิงนุ่งกระโปรงไมโครมินิ⁵ ซึ่งต่างจากกลุ่มคนที่นิยมแฟชั่นพังก์ในต่างประเทศ เนื่องจากประเทศไทย กลุ่มคนที่นิยมแฟชั่นนี้ไม่ได้แต่งกายเพื่อต่อต้านระบบเช่นเดียวกับต่างประเทศ เป็นเพียงความชอบส่วนตัวเฉพาะกลุ่มเท่านั้น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายส่วนใหญ่เป็นแบรนด์ต่างประเทศ เช่น Guess หรือ Vivine Westwood และมีแบรนด์ของนักออกแบบไทยที่รับแรงบันดาลใจจากอิทธิพลของแฟชั่นพังก์มาสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในคอลเลกชั่น คือ ดวงใจบิส นำเครื่องหนังมาออกแบบเป็นเสื้อผ้าจนทำให้แฟชั่นพังก์เริ่มได้รับความนิยมเป็นวงกว้างขึ้น

การแต่งกายที่ยังคงความนิยมมาจนถึงปัจจุบันคือ การแต่งกายแบบฮิปฮอป (Hiphop) เกิดขึ้นในช่วง พ.ศ. 2538 รับอิทธิพลจากแนวดนตรีประเภทฮิปฮอปที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้วยวิธีการร้องกึ่งพูด รวมถึงการเต้นสดที่เรียกว่า แร็ป (Rap) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากอเมริกา มีแนวคิด

¹เจตน์ เจริญโท. (2527). โลกวิไลของวัยระเริง. หน้า 54.

² Thai PBS, (2558), ดนตรีแนวพังก์ วิถีขบถ. (ออนไลน์)

³เจตน์ เจริญโท. (2527). โลกวิไลของวัยระเริง. หน้า 115-16.

⁴พังก์ ร็อค คือ ดนตรีร็อคประเภทหนึ่ง

⁵กระโปรงไมโครมินิ วัฒนากการมาจากกระโปรงแบบมินิหรือมินิสเกิร์ต เป็นกระโปรงทรงแคบสั้นเหนือเข่า มีความยาวประมาณ 3 นิ้ว

สะท้อนวัฒนธรรมของคนผิวสี การแต่งกายจึงพัฒนามาจากเสื้อผ้ากีฬาของคนผิวสี คือ บาสเก็ตบอลหรือเบสบอล ผู้ชายจะสวมเสื้อกีฬาตัวหลวม ในขณะที่ผู้หญิงจะสวมเสื้อรัดรูปและน้อยชิ้น นอกจากนี้ยังนิยมเสื้อผ้าที่มีลายพิมพ์ที่ห่อตัวใหญ่ มีการใช้เพชร และทองเป็นเครื่องประดับ¹ ผู้บุกเบิกแฟชั่นฮิปฮอปในประเทศไทย คือ นักร้องฮิปฮอปวงไทเทเนียม (Thaitanium)² ซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมสำหรับวัยรุ่นไทยในขณะนั้น การแต่งกายมีลักษณะสวมเสื้อตัวใหญ่โคร่ง เสื้อมีฮู้ด หรือเสื้อกีฬา (Sweat suit) หรือใส่เสื้อเชิ้ตตัวหลวมซ้อนเสื้อยืดด้านใน ใส่กางเกงตัวใหญ่ รองเท้าผ้าใบ นิยมใส่หมวกต่างๆ โดยเฉพาะหมวกแก๊ป แต่ในยุคแรกของการแต่งกายแบบแฟชั่นฮิปฮอปยังไม่ได้ได้รับความนิยมจากวัยรุ่นไทย เป็นเพียงกระแสแฟชั่นทางเลือกอย่างหนึ่งเท่านั้น เนื่องจากเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายส่วนใหญ่เป็นสินค้าแบรนด์ต่างประเทศที่มีราคาสูงและหาได้ยาก จนกระทั่งในช่วงหลังพ.ศ. 2540 แฟชั่นฮิปฮอปกลายเป็นกระแสหลักของวัยรุ่นไทย โดยมีแบรนด์นักออกแบบไทยเริ่มนำกระแสแฟชั่นฮิปฮอปมาประยุกต์เป็นหนึ่งในคอลเลกชัน เช่น โชดา และเรียเตอร์ เป็นต้น ทำให้กลายเป็นแฟชั่นฮิปฮอปที่มีความหลากหลายของรูปแบบเสื้อผ้าจนถึงทุกวันนี้³

รูปแบบแต่งกายของวัยรุ่นที่กล่าวมานั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของรูปแบบการแต่งกายในช่วง พ.ศ.2516 - 2540 สามารถเห็นภาพได้อย่างชัดเจน และมีลักษณะเฉพาะตัวที่เลียนแบบการแต่งกายจากวงดนตรี และแนวเพลงที่ชื่นชอบ เพื่อต้องการแสดงออกถึงตัวตน ความแตกต่าง และการเป็นที่ยอมรับจากสังคม ซึ่งสามารถเห็นการแต่งกายเหล่านี้ได้จากการรวมกลุ่มของวัยรุ่นบริเวณสยามสแควร์

นอกจากรูปแบบการแต่งกายแบบใหม่ๆ ที่ทำให้เกิดห้องเสื้อเฉพาะแบบขึ้นแล้ว การเกิดขึ้นของสยามสแควร์เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดกระแสนิยมของแบรนด์นักออกแบบไทย และเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในระบบอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยอย่างเห็นได้ชัด กระแสนิยมเสื้อผ้าบูติก และเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบเสื้อผ้าให้ทำให้มีรูปแบบที่ชัดเจนมากขึ้น พร้อมทั้งเกิดนักออกแบบเสื้อผ้ารุ่นใหม่ และอาชีพใหม่ของบุคคลที่ทำงาน

¹ Positing Magazine, (2548), Teen Marketing. หน้า 60-61. (ออนไลน์)

² เอกชัย สุทธิยั่งยืน, (2561), Thaitanium ผู้บุกเบิกกระแสเพลงฮิปฮอปสู่การปลุกปั้นจนเป็นกระแสหลัก. (ออนไลน์)

³ อุสุมา สุขสม. (2550). การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น : กรณีศึกษา สยามสแควร์. ปรินิพนธ์นิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 65.

อยู่ในวงการแฟชั่น เช่น ช่างถ่ายภาพ ช่างแต่งหน้า ช่างทำผม เป็นต้น ยุคนี้จึงถูกเรียกว่า ยุค “เทรน เซ็นเตอร์” (Trend Center) หรือยุค “สยามสแควร์” (Siam Square)¹

“การเป็นแหล่งแฟชั่นในย่านสยามสแควร์ที่เห็นได้ชัดเจน ประกอบไปด้วย เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เครื่องประดับทุก ประเภท ตลอดจนการแต่งตัวโดยจะรวมไปถึงการกระทำอะไร เพิ่มเติมกับร่างกายตั้งแต่หัวจรดเท้า เช่น การโกนสีกม การเจาะ สะดือ เจาะลิ้น เจาะหู การเพ้นท์ การสัก เป็นต้น แฟชั่นกับ สยามสแควร์กลายเป็นของคู่กันมาตั้งแต่ไหนแต่ไร ไม่ว่าแนวโน้ม แฟชั่นจะหมุนไปทางใดหรือความนิยมของกระแสแฟชั่นจะ หลากหลายสไตล์เพียงใด สยามสแควร์คือ แหล่งที่เทรนด์ของความ นิยมและทันสมัยของวัยรุ่นไทยทุกยุค”²

สยามสแควร์กลายเป็นศูนย์กลางของแฟชั่นและนักออกแบบไทย ขณะเดียวกันมีการ ขยายตัวของห้องเสื้อไปยังพื้นที่สำคัญในกรุงเทพมหานครอย่างเพลินจิตและสีลมซึ่งเป็นย่านธุรกิจ³ ใน เพลินจิตห้องเสื้อมักตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้าเพลินจิตอาเซต โดยเสถียร เสถียรสุดก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2515⁴ เป็นศูนย์การค้าที่ทันสมัยที่สุดในยุคนั้น เนื่องจากมีลานโบว์ลิ่งและอาคารจอดรถชั้นใต้ดิน แห่งแรกในประเทศไทย⁵ ศูนย์การค้าดังกล่าวแบ่งออกเป็นสองส่วน ส่วนด้านหน้าเป็นร้านค้า จำหน่ายสินค้าต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของ และห้องเสื้อ ห้องเสื้อที่มีชื่อเสียง เช่น ชัมดิง ดิฟ เฟอร์เรนท์ ของภัทราวดี มีชูธน ด้านหลังเป็นอาคารสำนักงานให้เช่า ส่วนสีลมจะอยู่บริเวณอาคาร ชาญอิสระ 1 ก่อตั้งโดยชาญ อิสระในพ.ศ.2529 เป็นอาคารชุดสำนักงาน และศูนย์การค้าที่

¹ มติชนออนไลน์, (2560), เปิดตำนาน 40 ปี แฟชั่นเมืองไทยจากสากล สู่วัยรุ่นเป็นเอกลักษณ์.

² อรวีภา จินดาวาน. (2545). กระบวนการสื่อสารในการสร้างกระแสนิยมในย่านสยามสแควร์.ปริญญา นิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 84.

³ สมชัย วงศาภาคย์. (2526). กรุงเทพฯเมืองฟ้าอมร นครของศูนย์การค้าขนาดใหญ่. วารสารเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงเทพจำกัด. หน้า 24.

⁴ ศิริณา ชูสอนสาย. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โช่วย) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพใต้.ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ โรฒ. หน้า 22.

⁵ ผู้จัดการรายสัปดาห์. (2539). ศูนย์การค้าเพลินจิตแข่งกันผุด. ผู้จัดการรายสัปดาห์. หน้า 30.

ทันสมัย 22 ชั้น ตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางของสี่ลมซึ่งเป็นย่านธุรกิจที่สำคัญของกรุงเทพฯ¹ นอกจากนี้บริเวณนี้ยังเป็นย่านที่รวมแหล่งสถานบันเทิงและแหล่งท่องเที่ยว² อีกด้วย ทำให้อาคารพาณิชย์ 1 กลายเป็นศูนย์รวมบริษัท ร้านค้าและห้องเสื้อที่มีชื่อเสียงอย่างพิจิตรา เขียร์เตอร์ และธีระพันธ์ เป็นต้น ทั้งเพลินจิตและสี่ลมเป็นย่านธุรกิจที่สำคัญของประเทศไทย บริเวณโดยรอบเป็นที่ตั้งของบริษัทจำนวนมาก ส่งผลให้มีนักออกแบบนิยมเปิดร้านตัดเสื้อในบริเวณนี้ เพราะกลุ่มเป้าหมาย คือ พนักงานบริษัทซึ่งต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการแต่งกาย ทำให้เสื้อผ้ากลายเป็นสินค้าที่นิยมในหมู่พนักงานบริษัท รูปแบบของเสื้อผ้ามักมีความแตกต่างกันออกไปตามแรงบันดาลใจของเจ้าของห้องเสื้อนั้นๆ เช่น ห้องเสื้อพิจิตราที่มีรูปแบบเสื้อผ้าที่เน้นการใช้ผ้าไทยและงานปัก³ และนำมาตัดเย็บให้ทันสมัย ซึ่งการใช้ผ้าไทยได้รับแรงบันดาลใจมาจากคุณแม่ (ลำยอง บุนนรัตพันธุ์ เจ้าของห้องเสื้อระพี) ห้องเสื้อเขียร์เตอร์มีลักษณะเสื้อผ้าที่มีความโรแมนติกแบบเฟมินิน (Feminine)⁴ และมัสคิวลิน (Masculine)⁵ ไปด้วยกันอย่างลงตัว จุดเด่นของเสื้อผ้า คือ สามารถสวมใส่ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ซึ่งแรงบันดาลใจในการออกแบบได้รับอิทธิพลจากงานศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้มาจากการเดินทางไปยังที่ต่างๆ⁶ โดยการนำวัฒนธรรมเหล่านั้นมาสร้างจุดเด่นให้กับผลงานของแบรนด์ ส่วนห้องเสื้อธีระพันธ์มีลักษณะเสื้อผ้าที่เน้นความหรูหรา แต่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน นิยมใช้ผ้าลูกไม้ แต่ออกแบบเสื้อผ้าให้ทันสมัยทำให้ได้รับความนิยมอย่างมาก แบรนด์เสื้อผ้าที่กล่าวมาข้างต้น ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ก่อกำเนิดเสื้อผ้าสำเร็จรูปของแบรนด์นักออกแบบไทยในช่วงเวลาต่อมา

¹ ชลธร วงศ์วิเศษ. (2556). กรุงเทพฯน่ารู้ ตอน ย่านเก่า เล่ากรุง. หน้า 1.

² อรรถธร ศรีอุดม. (2535). วันวาน-- กับวันนี้ของถนนสี่ลม. หน้า 36.

³ ไทยรัฐออนไลน์. (2561), ส่งไม้ต่อทายาทรุ่นสาม ปลุกตำนานเสื้อผ้าสำเร็จรูป Pichita. (ออนไลน์)

⁴ เฟมินิน (Feminine) คือ เป็นการแต่งกายในรูปแบบของเสื้อผ้าที่ถ่ายทอดออกมาถึงความเป็นตัวตนของผู้หญิงที่ชัดเจน เช่น การใส่ประโปรง การใช้ผ้าลูกไม้ นำมาตัดเป็นเสื้อผ้าหรือการใส่เสื้อผ้าที่เน้นรูปร่างของผู้หญิงอย่างชัดเจน เป็นต้น

⁵ มัสคิวลิน (Masculine) คือ การแต่งกายในลักษณะที่ผู้หญิงนำเครื่องแต่งกายของผู้ชายมาสวมใส่ โดยนิยมสวมเสื้อตัวโคร่งและกางเกง

⁶ ปิ่นอนงค์ ปานชื่น, (2558), 30 ปี เขียร์เตอร์ ดีไซน์ที่อยู่เหนือกาลเวลา. (ออนไลน์)

3.4 แบริดนักออกแบบใน พ.ศ. 2516 – พ.ศ.2540

ในอดีตการตัดเสื้อต้องใช้วิธีการสั่งตัดจากห้องเสื้อหรือตัดใช้กันเองในบ้านเท่านั้น ในช่วงหลังพ.ศ.2516 แฟชั่นไทยเข้าสู่ระบบตามแบบอุตสาหกรรมแฟชั่นโลก คือ แบบเสื้อผ้าเรดี่ทูแวย์หรือเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อความสะดวกสบาย จึงมีการเปลี่ยนไปใช้คำว่า “แบรนต์” แทนคำว่า “ห้องเสื้อ” ดังนั้นในยุคดังกล่าวคำว่า “ห้องเสื้อ” หมายถึงร้านตัดเสื้อผ้าที่ต้องสั่งตัดเสื้อผ้าตามขนาดรูปร่างของลูกค้า มีการวัดตัวและทำงานเป็นระบบ ขณะที่แบรนต์ หมายถึงร้านเสื้อผ้าที่มีเสื้อผ้าสำเร็จรูปขายตามไซส์มาตรฐาน พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเพราะคนไม่นิยมสั่งตัดเสื้อผ้าจากห้องเสื้อเหมือนในอดีต เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่สูงและใช้เวลาในการตัดเย็บนาน

นอกเหนือไปจากการเกิดคำว่า “แบรนต์” ขึ้นแล้ว ยังมีการเปลี่ยนแปลงในการเรียกเจ้าของร้านตัดเสื้อว่า “ดีไซน์เนอร์” (Designer) แทนคำว่า “ช่างเสื้อ” อีกด้วย เนื่องจากเจ้าของแบรนต์เสื้อผ้าในยุคสมัยนี้เป็นทั้งผู้ตัดเย็บและออกแบบเสื้อผ้า ต่างจากในอดีตที่ทำหน้าที่เพียงตัดเย็บและดูรูปแบบเสื้อผ้าจากนิตยสารเท่านั้น นักออกแบบเสื้อผ้าที่มีอิทธิพลต่อวงการแฟชั่นและเป็นผู้ที่มีบทบาทในการบุกเบิกเสื้อผ้าเรดี่ทูแวย์ในขณะนั้น คือ เมนาท นันทขว้าง เจ้าของแบรนต์เสื้อผ้า โซดา (Soda) ก่อตั้งขึ้นในพ.ศ. 2520¹ เริ่มต้นการทำงานด้านแฟชั่นด้วยการเป็นสไตลิสต์และช่างแต่งหน้าในสำนักงานของนิตยสารลลนา ซึ่งมีคุณแม่เป็นบรรณาธิการของนิตยสาร เมนาทต้องการเปลี่ยนแปลงวงการแฟชั่นไทยให้มีความทันสมัยมากขึ้น เนื่องจากได้แรงบันดาลใจจากการใช้ชีวิตอยู่ที่อิตาลีเป็นเวลานาน นำไปสู่การก่อตั้งร้านเสื้อโซดาขึ้น

เมนาทเริ่มต้นการทำเสื้อผ้าด้วยการเป็นสไตลิสต์ให้กับนิตยสารลลนา แต่เกิดปัญหาขณะถ่ายแบบเพราะเสื้อผ้าที่ยืมมาใส่ถ่ายแบบมักเป็นชุดไทยหรือเสื้อผ้าที่ไม่ทันสมัย สวมใส่ไม่สบายและไม่สามารถใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน เนื่องด้วยกระแสวัฒนธรรมของวันตกที่เข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น ทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนไทยต่างไปจากในอดีต ส่งผลต่อการแต่งกายที่เปลี่ยนไปซึ่งเน้นไปที่ความสะดวกสบายมากขึ้น เมนาทจึงตัดสินใจออกแบบเสื้อผ้าเพื่อใช้ในการถ่ายแบบด้วยตนเอง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของร้านเสื้อแบรนต์โซดา เมนาทเริ่มต้นการออกแบบเสื้อผ้าด้วยการทำเสื้อยืด (T-shirt) เพราะในขณะนั้นประเทศไทยนิยมใส่ผ้าโพลีเอสเตอร์²

¹ ลลนา. (2558). ฉบับพิเศษรำลึกถึงผู้เป็นที่รัก ศิริสวัสดิ์ พันธมสุต. หน้า 218.

² ผ้าโพลีเอสเตอร์ เป็นผ้าที่มีความทนทานสูงกว่าผ้าใยธรรมชาติทั่วไป มีความยืดหยุ่นสูง ทนทานต่อการรูดหรือฉีกขาดได้ดีกว่า นอกจากนั้นสาเหตุที่ผ้าชนิดนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการใช้ทำเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย คือ ผ้าชนิดนี้มีความแข็งแรง น้ำหนักเบา ดูแลรักษาง่าย สามารถซักล้างได้ แห้งเร็วและคงรูปร่างได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นกรรมวิธีในการย้อมหรือพิมพ์ลายสามารถทำได้ง่าย และสะดวก

เนื่องจากสวมใส่สบาย เหมาะกับอากาศในประเทศไทย และมีราคาถูก หลังจากนั้นจึงเริ่มเรียนรู้การทำเสื้อผ้าโดยศึกษาเสื้อผ้าของนักออกแบบที่ชื่นชอบจนสามารถทำเสื้อผ้าลักษณะอื่นในรูปแบบที่ตัวเองชอบได้

เสื้อยืดของโซดาเป็นเสื้อยืดราคาไม่สูง แต่คุณภาพดี ใช้ผ้าฝ้ายแท้ไม่มีโพลีเอสเตอร์ผสม มีลายพิมพ์ที่ทันสมัย เกิดจากฝีมือการออกแบบของเมนาท ด้วยรูปแบบของเสื้อยืดที่แตกต่างออกไปจากเสื้อยืดในอดีตที่นิยมใส่เสื้อตัวเล็ก แต่เมนาทกลับออกแบบรูปแบบของเสื้อยืดให้ต่างออกไป โดยการทำให้เสื้อตัวใหญ่และใส่รายละเอียดให้น่าสนใจ เช่น รูปกุหลาบ รูปหนาม รูปหัวกระโหลก ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของแบรนด์หรือพิมพ์ข้อความที่มีความหมายกระตุ้นจิตใจ เช่น ข้อความ “Staying Alive” ทำออกมาจำหน่ายตอนที่ตัวเขาเป็นโรคมะเร็งซึ่งสามารถจำหน่ายได้ถึง 3,000 ตัว¹ และเป็นแบรนด์แรกในประเทศไทยที่ทำให้เสื้อยืดตัวใหญ่ออกมารองรับกระแสแนวเพลงฮิปฮอป เสื้อยืดของโซดาเป็นที่นิยมในกลุ่มคนฟังเพลงฮิปฮอปและกลุ่มคนทั่วไป ส่งผลให้การใส่เสื้อยืดกลายเป็นที่นิยมในสังคม เห็นได้จากมีคนเข้าคิวรอเพื่อซื้อเสื้อยืดที่เพิ่งผลิตเสร็จจากโรงงานเป็นจำนวนมาก² นับว่าเป็นปรากฏการณ์ที่แปลกใหม่ในช่วงนั้น

นอกจากนี้เมนาทยังเป็นนักออกแบบคนแรกที่ริเริ่มผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Ready to wear)³ โดยในช่วงแรกเมนาทเป็นคนตัดเย็บเสื้อผ้าเองทั้งหมด หลังจากได้รับกระแสตอบรับเป็นอย่างดีทำให้ต้องมีช่างตัดเย็บประจำร้านเพิ่มขึ้นจนขยายสู่ระดับโรงงาน รูปแบบเสื้อผ้าของแบรนด์โซดาเป็นลักษณะที่สะท้อนบุคลิกของเมนาทออกมาได้อย่างชัดเจน รูปแบบของเสื้อผ้าที่ต่างออกไปจากในอดีตและลายพิมพ์ของเสื้อผ้าที่แปลกตา ทำให้เสื้อผ้าของโซดาได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จากความนิยมของโซดาจึงขยายร้านสำหรับทำเสื้อผ้าผู้ชายโดยเฉพาะชื่อ โซดากาย (Soda Guy) การเกิดขึ้นของโซดาเป็นจุดเริ่มต้นของเสื้อผ้าแบบเรดดิทูแวร์ เสื้อผ้าลำลองของวัยรุ่นเน้นความเป็นแฟชั่นในแบบสตรีทแวร์ (Street Wear)⁴ มากขึ้นและเป็นแรงบันดาลใจและเปิดทาง

¹ กระทรวงวัฒนธรรม. (2560). สูดยอดศิลป์ร่วมสมัยไทยในรัชกาลที่ ๙ สาขาออกแบบเครื่องแต่งกาย. หน้า 90.

² แหล่งเดิม.

³ Ready-to-wear หรือ RTW คือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป มาจากคำฝรั่งเศสเรียก prêt-à-porter อ่านว่า เพรทอะ-พอร์ทเทร ใช้เรียกเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงและชาย) เป็นนิยามสำหรับเสื้อผ้าที่ผลิตตามโรงงานจำหน่ายแบบสำเร็จรูปในขนาดมาตรฐานมีไซส์มาตรฐาน

⁴ สตรีทแวร์ (Streetwear) คือแฟชั่นที่ผสมผสานวัฒนธรรมและกลุ่มคนที่หลากหลาย โดยการนำารแต่งกายหลายๆ แบบมารวมกัน แต่เน้นใส่ง่ายและคล่องตัว

ให้กับนักออกแบบรุ่นใหม่ รวมถึงเป็นแรงขับเคลื่อนในการเปลี่ยนแปลงของวงการแฟชั่นไทยมาจนถึงในปัจจุบัน



ภาพประกอบ 6 เมนาท นันทขว้าง

ที่มา: <https://notafullbaht.com/2012/07/21/maynart-nantakwang/>

แบรนด์หนึ่งที่เป็นแบรนด์สำคัญที่ได้ถวายงานรับใช้เบื้องยุคลบาทพระบรมวงศานุวงศ์ ได้แก่ แบรินดิธีระพันธ์ ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ.2522¹ โดย ธีระพันธ์ วรรณรัตน์ เริ่มสนใจแฟชั่นตั้งแต่อายุ 10 ปี เนื่องจากติดตามมารดา คุณหญิงเจ้าฉมชบา (ณ เชียงใหม่) วรรณรัตน์ ไปยังร้านคลังแม่บ้าน บนถนนราชดำเนิน และมีโอกาสทำหน้าที่เป็นสไตลิสต์ส่วนตัวคอยดูแลการแต่งกายของมารดาทั้งการออกงานในประเทศไทยและติดตามไปยังต่างประเทศ กล่าวคือ เมื่อท่านย้ายไปสาธารณรัฐเกาหลีพร้อมพลโทจวน วรรณรัตน์ ซึ่งไปปฏิบัติราชการดำรงตำแหน่งผู้ช่วยทูตทหารบกประจำประเทศเกาหลี การอาศัยอยู่ต่างประเทศทำให้ธีระพันธ์สังเกตและจดจำรายละเอียดการแต่งกายตามประเพณีนิยมสากลที่มีความเรียบง่าย หรุษรา และถูกต้องตามกาลเทศะ และนำมาปรับใช้เข้ากับการแต่งกายของมารดา ความสามารถทางด้านแฟชั่นของธีระพันธ์เป็นที่ยอมรับมากขึ้น เมื่อครั้งที่จอมพลถนอม กิตติขจร ขณะนั้นดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของประเทศไทยและท่านผู้หญิงจกกล กิตติขจร ภริยาได้เดินทางไปร่วมงานฉลองที่กรุงโซล ธีระพันธ์ได้เรียนแนะนำให้ท่านผู้หญิงเปลี่ยนถุงมือสีดำเป็นสีขาวเพื่อให้เหมาะสมตามฤดูกาล นับว่าเป็นเรื่องแปลกสำหรับเด็กอายุ 10 ปีเป็นอย่างมากที่รู้ประเพณีนิยม ส่งผลให้ธีระพันธ์เริ่มเป็นที่รู้จักว่าเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถทางด้านแฟชั่นถึงแม้จะมีอายุน้อยก็ตาม

¹ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, (2562), ศิลปินแห่งชาติ National Artist. (ออนไลน์)

ธีระพันธ์เดินทางไปศึกษาต่อที่ประเทศสหรัฐอเมริกา วิชามัณฑนศิลป์ วิชาโทแฟชั่น มหาวิทยาลัยวูดบิวรี (Woodbury University) ภายหลังจากสำเร็จการศึกษาและกลับมาประเทศไทย ขณะนั้นบิดาปฏิบัติราชการในตำแหน่งผู้บังคับการทหารบกจังหวัดเชียงใหม่ ธีระพันธ์มีโอกาสดัดเสื้อตัวแรกให้บิดา ซึ่งเป็นเสื้อผ้าไหมพระราชทานคอตั้งและได้รับคำชื่นชมจากคนรอบตัวเป็นอย่างมาก บิดาจึงสนับสนุนให้ธีระพันธ์ไปศึกษาต่อด้านการออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้าที่โรงเรียนเอสมอด แกร์-ลาวิญญ (Esmod Guerre-Lavigne) ประเทศฝรั่งเศส หลังจากสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร 2 ปี จึงเดินทางกลับมาประเทศไทยและเปิดร้านตัดเสื้อที่บ้าน โดยมีช่างเพียง 2 คน จากนั้นขยายไปเปิดที่โอเรียลเต็ลพลาซ่า (ต่อมาย้ายไปอยู่ที่ตึกชาญอิสระ และปัจจุบันตั้งอยู่ที่เพนนินซูล่าพลาซ่า) ภายใต้อีชื่อแบรนด์ ธีระพันธ์ ตามชื่อของตน ต่อมาได้รับความนิยมอย่างสูงจากบุคคลชั้นสูงและนักแสดง ทำให้มีช่างตัดเย็บเพิ่มขึ้นเป็น 19 - 20 คน รูปแบบเสื้อผ้าที่โดดเด่นของธีระพันธ์ คือ ชุดที่ทำมาจากผ้าลูกไม้¹

รูปแบบเสื้อผ้าที่เรียบง่ายและแอบซ่อนรายละเอียดที่โดดเด่นและประณีตของธีระพันธ์ ทำให้มีโอกาสร่วมงานจัดแสดงแฟชั่นผ้าผ้ายไทยของโครงการของศูนย์ศิลปาชีพที่โอเรียลเต็ลพลาซ่าใน พ.ศ.2523² โดยมีสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีเป็นองค์ประธาน ทั้งยังได้รับการติดต่อจากนิตยสารลลนา ขอนำชุดจากการแสดงโชว์ครั้งนั้นไปถ่ายแฟชั่นที่ลงนิตยสาร ส่งผลให้ชื่อของธีระพันธ์กลายเป็นรู้จักในทันที ต่อมาธีระพันธ์ได้รับการติดต่อจากท่านผู้หญิงวิยะภา กฤดากร ณ อยุธยา ให้ร่วมเข้าถวายงานแฟชั่นโชว์หน้าพระที่นั่ง ณ ศาลาสหทัยสมาคมในพระบรมมหาราชวัง ชื่องาน “หนึ่งในร้อย” และได้รับการทาบทามให้เข้ามาถวายงานด้านการตัดฉลองพระองค์ถวายสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ซึ่งฉลองพระองค์ชุดแรกที่ธีระพันธ์เป็นผู้ตัดถวายคือ ผ้าขาวเขาสีม่วง ทรงฉลองพระองค์ขณะตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในการแปรพระราชฐานไปประทับแรมที่จังหวัดเชียงใหม่³ หลังจากนั้นธีระพันธ์จึงได้ถวายงานรับใช้ใต้เบื้องพระยุคลบาทอย่างใกล้ชิดต่อเนื่องมานานกว่า 20 ปี จวบจนกระทั่งปัจจุบัน ธีระพันธ์ยังเป็นผู้ตัดเย็บฉลองพระองค์ผ้าไทยพระราชทาน

¹ Vouge, (2563), เปิดประวัติ ธีระพันธ์ วรณรัตน์ ดีไซน์เนอร์ที่ทำฉลองพระองค์ชุดไทยให้สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ. (ออนไลน์)

² ทบวงมหาวิทยาลัย. (ไม่ปรากฏปี). มเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถกับการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมของชาติ : ศึกษาเฉพาะงานศิลปหัตถกรรม.

³ คมชัดลึก, (2562), ด้วยพลังแห่งรักจาก สมเด็จพระพันปีหลวง สู่ ปวง พสกนิกร. (ออนไลน์)

และผ้าไทยประยุกต์ของพระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา¹ ทั้งในพระราชพิธีสำคัญ หรือในการเสด็จทอดพระเนตรการแสดงแฟชั่นโชว์ระดับโลก ซึ่งนับเป็นการเผยแพร่ความวิจิตรงดงามของผ้าไทยให้ชาวโลกได้ชื่นชม ด้วยรูปแบบที่เรียบ โก้ ไม่หวือหวา ขณะที่ให้ความสำคัญกับรายละเอียดของเสื้อผ้าและความเหมาะสม ถูกต้องตามกาลเทศะ เป็นเหตุผลที่ทำให้แบรนด์ดิระพันธ์อยู่คู่วงการแฟชั่นไทยมาหลายสิบปี และเป็นตัวอย่างของความสำเร็จในฐานะดีไซเนอร์เจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าที่คงความนิยมและยืนหยัดในวงการแฟชั่นมานาน และในฐานะคนไทยที่ได้รับพระราชทานพระวโรกาสให้ได้รับหน้าที่ช่างฉลองพระองค์ หน้าอันทรงเกียรติที่นำภาคภูมิใจที่สุดในชีวิต



ภาพประกอบ 7 ดิระพันธ์ วรณรัตน์ และ พระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา

ที่มา: <https://www.vogue.co.th/hrhtirapan>

ขณะที่แบรนด์ที่ขึ้นชื่อเรื่องความหรูหรา การใช้สีสันทันตึงตามมาตรฐานกับลวดลาย และการใช้เทคนิคการตัดเย็บแบบห้องเสื้อยุคเก่า รวมถึงเป็นแบรนด์แรกๆ ที่ใช้นักแสดงเป็นผู้แสดง

¹ Vogue, (2563), เปิดประวัติ ดิระพันธ์ วรณรัตน์ ดีไซเนอร์ที่ทำฉลองพระองค์ชุดไทยให้สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ.

แบบแผนการใช้นางแบบแฟชั่น คือ แบรินด์ดวงใจ บิส (Duangjai Bis) ก่อตั้งโดย กิรติ ชลสิทธิ์ ใน พ.ศ. 2523¹ จบการศึกษาจากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ แต่มีความใฝ่ฝันอยากทำเสื้อผ้ามาโดยตลอดเนื่องจากมีหม่อมเจ้าไกรสิงห์เป็นแรงบันดาลใจและมีคุณแม่ (สมพร ชลสิทธิ์) เป็นช่างตัดเย็บเสื้อผ้าและเปิดโรงเรียนสอนตัดเสื้อชื่อ “ดวงใจ”

กิรติเริ่มต้นทำเสื้อครั้งแรกในช่วงที่กำลังศึกษาปริญญาตรี ด้วยการตัดเย็บเสื้อผ้าวัยรุ่นนให้กับการถ่ายแฟชั่นเซ็ทของนิตยสารลลนาในช่วง พ.ศ.2519² หลังจากจบปริญญาตรีจึงเดินทางไปศึกษาต่อที่โรงเรียนกู เดอ กูบ เลนส์ ประเทศฝรั่งเศส เป็นเวลา 4 ปี ในระหว่างที่เรียนดีไซเนอร์อยู่ที่ฝรั่งเศส ได้มีโอกาสกลับมาทำโชว์ให้โรงเรียนสอนตัดเสื้อ “ดวงใจ” ของคุณแม่สองครั้ง โดยครั้งที่สองเป็นการออกแบบร่วมกับ แพทริก บูยาเก้ (เพื่อนชาวฝรั่งเศสของกิรติ) หลังจากเดินทางกลับมาประเทศไทย กิรติเปิดร้านเสื้อผ้าของตัวเองโดยการสนับสนุนของคุณแม่ จึงตั้งชื่อร้านว่า ดวงใจ บิส³ ณ โอเรียนเต็ลพลาซ่า แต่ใช้ชื่อดีไซเนอร์ 2 คน คือ กิรติ ชลสิทธิ์ และแพทริก บูยาเก้ (Patrick Bouillaguet) โดยมีกิรติเป็นผู้ออกแบบและแพทริกเป็นผู้ตัดเย็บ

ห้องเสื้อดวงใจ บิส เป็นที่รู้จักมากขึ้นจากการทำเสื้อผ้าถ่ายแฟชั่นลงนิตยสารลลนา โดยเฉพาะเล่มที่ “เผ่าทอง ทองเจือ” เป็นนายแบบส่งผลให้เสื้อผ้าของดวงใจ บิสเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น รวมถึงลักษณะของเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์ตามแบบตะวันตก การผสมผสานลวดลายและสีสันทันสมัยมีความโดดเด่น การใช้เทคนิคการตัดเย็บขั้นสูงที่ถูกถ่ายทอดลงบนโครงชุดแบบยุค 80s ทำให้เสื้อผ้าของดวงใจ บิสเป็นที่ต้องการในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความแปลกและแหวกแนว การแต่งกาย นอกจากนี้ดวงใจ บิส เป็นห้องเสื้อแรกๆ ที่ใช้นักแสดงมาเป็นผู้แสดงแบบแผนการใช้นางแบบ โดยในการแสดงแฟชั่นโชว์ทุกครั้งจะเต็มไปด้วยความตื่นตาตื่นใจ ทุกคอลเลกชันโดดเด่นไปด้วยงานปัก งานลูกไม้ และรายละเอียดจากการใช้ผ้าไหม ทำให้ดวงใจ บิส กลายเป็นแบรนด์ที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ต่างจากห้องเสื้ออื่นๆ รูปแบบเสื้อผ้าที่แตกต่างจากแบรนด์อื่น ทำให้กิรติมีโอกาสออกแบบเครื่องแต่งกายให้กับภาพยนตร์เรื่องจักรยานสีแดงและได้รับรางวัลสุพรรณหงส์ครั้งที่ 7 สาขาออกแบบเครื่องแต่งกายยอดเยี่ยมจากภาพยนตร์เรื่องนี้ มีมือการออกแบบเสื้อผ้าของกิรติถูกกล่าวขานว่าศิลปะอย่างแท้จริง และได้รับการยกย่องจากกระทรวงวัฒนธรรมว่าเป็น

¹ Amarin news, (2563), ตัว กิรติ ดีไซเนอร์ชื่อดังเจ้าของห้องเสื้อดวงใจบิส. (ออนไลน์)

² Santichai Apornsri, (2563), รู้จักกับสุดยอดดีไซเนอร์ไทย ตัว-กิรติ ชลสิทธิ์ แห่งห้องเสื้อ Duangjai Bis ผลงานของนักออกแบบท่านนี้จะยังคงตราตรึงในหัวใจของชาวไทยตลอดไป. (ออนไลน์)

³ บิส (Bis) ในภาษาฝรั่งเศสแปลว่า สาขา ดังนั้น ดวงใจ บิส จึงแปลว่า สาขาที่แยกย่อยออกมาจากโรงเรียนสอนตัดเสื้อดวงใจของผู้เป็นมารดา

หนึ่งในสุดยอดนักออกแบบคู่แผ่นดินรัชกาลที่ 9 และตำนานของศิลปะการออกแบบเครื่องแต่งกายที่มีบทบาทสำคัญต่อวงการแฟชั่นไทยตลอด 7 ทศวรรษ¹



ภาพประกอบ 8 กิริติ ชลสิทธิ์

ที่มา: <https://www.facebook.com/lipsmag/posts/10153685264392817/>

แบรนด์พิจิตราก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ.2523² โดยพิจิตรา บุญยรัตพันธุ์ ลูกสาวของอาจารย์ลำยอง บุญยรัตพันธุ์ ผู้ก่อตั้งห้องเสื้ออระพีและช่างฉลองพระองค์ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ในช่วงแรกพิจิตราไม่ได้สนใจในการทำเสื้อผ้า เพราะคลุกคลีอยู่ในร้านตัดเสื้อของคุณแม่ ทำให้เห็นถึงความยากลำบากของอาชีพช่างเสื้อ แต่ด้วยปัญหาของครอบครัวในตอนนั้นทำให้พิจิตราจึงเลือกอาชีพช่างตัดเสื้อ เพื่อช่วยคุณแม่และมีโอกาสไปเรียนต่อที่ฝรั่งเศสทางด้านการตัดเย็บเสื้อผ้า ทำให้ได้รับความรู้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าขั้นสูง และเสื้อผ้าสำเร็จรูป จึงกลับมาเปิดแบรนด์ของตัวเอง

พิจิตราเริ่มต้นการทำเสื้อผ้าโดยใช้รูปแบบที่ตนเรียนมาจากฝรั่งเศส และนำไปฝากขายที่ร้านโซดา เนื่องจากโซดาเป็นแบรนด์เสื้อผ้าที่มีชื่อเสียงที่สุดในขณะนั้น และยังเปิดโอกาสให้นักออกแบบเสื้อรุ่นใหม่้นำเสื้อมาฝากขายได้ ซึ่งรูปแบบของเสื้อจะเน้นให้สามารถสวมใส่กับรูปแบบเสื้อของโซดาได้ หลังจากทีเสื้อเริ่มเป็นที่รู้จัก พิจิตราได้เปิดเป็นร้านของตัวเองร้านแรกบริเวณซอยสุขุมวิท 26 เมื่อผลงานการออกแบบเสื้อผ้าได้รับการตีพิมพ์ลงนิตยสารที่มีชื่อเสียง

¹ NationTV, (2563), ฐานนางงาม เล่าขานตำนานยิ่งใหญ่ของ "ตัว กิริติ". (ออนไลน์)

² ELLE Thailand, (2015), Elle Exhibition : Lamyong Boonyaratpan - the Genuine Tailoress.

ในขณะนั้น เช่น ลลนา แพรว เปรี๊ยะ และดิฉัน เป็นต้น พิจิตราจึงขายร้านของตัวเองไปยังตี๊กซาณ อีสระ จุดเด่นเสื้อผ้าของแบรนด์พิจิตรา คือ รูปแบบโครงสร้างของเสื้อผ้ามีความละเอียด การตัดเย็บเสื้อผ้าที่ประณีต ซึ่งได้รับมาจากอาจารย์ลำยองฯ รวมถึงการใช้ผ้าไทยซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ นำมาออกแบบให้มีความร่วมสมัยและสามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน เป็นรูปแบบใหม่ที่ได้รับ ความนิยมเป็นอย่างมาก

รูปแบบเสื้อผ้าของพิจิตราแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ เอกลักษณ์การนำผ้าไทยมา ออกแบบเสื้อผ้า ส่งผลให้แบรนด์มีชื่อเสียงเป็นวงกว้าง และเป็นที่กล่าวถึงทั้งในและนอกของวงการ แฟชั่น ทำให้พิจิตราได้มีโอกาสถวายงานรับใช้สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ด้วยการทำชุดฉลองพระองค์ร่วมกับอาจารย์ลำยองฯ¹ และยังมีโอกาสเป็น ตัวแทนประเทศไทยไปเผยแพร่วัฒนธรรมและสินค้าในนามผลิตภัณฑ์โครงการศิลปาชีพของ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวงในหลายประเทศ เช่น สิงคโปร์ จีน ฝรั่งเศส และ ออสเตรเลีย นอกจากนี้ยังเป็นห้องเสื้อไทยแบรนด์แรกที่ได้รับเชิญไปจัด แสดงแฟชั่นในมิลานแฟชั่นวีค (Milan Fashion Week)² ด้วยความโดดเด่นของรูปแบบและ ความสามารถของพิจิตราทำให้แบรนด์พิจิตราเป็นต้นกำเนิดของนักออกแบบเสื้อผ้าไทยในรุ่นถัด มา



ภาพประกอบ 9 พิจิตรา นุณยรัตพันธุ์

ที่มา: <http://lofficielthailand.com/2017/02/generations-of-icon/>

¹ ลลนา. (2531). นางสาวไทยลองเสื้อ. นิตยสารลลนา. หน้า 19-21.

² กระทรวงวัฒนธรรม. (2560). สูดยอดศิลปะร่วมสมัยไทยในรัชกาลที่ ๙ สาขาออกแบบเครื่องแต่ง กาย. หน้า 74.

รูปแบบของแบรนด์เสื้อผ้าวู้หญิงมีลักษณะแปลกและแตกต่างจากห้องเสื้อในอดีต ส่วนใหญ่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากแบรนด์โซดาค่อนข้างมาก เนื่องจากแบรนด์โซดาเป็นแบรนด์แรกที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบเสื้อผ้าวู้หญิงที่ต่างไปจากในอดีตอย่างชัดเจน ส่งผลให้เกิดแบรนด์เสื้อผ้าวู้หญิงขึ้นมาเป็นทางเลือกให้กับผู้หญิงในวงการแฟชั่นมากขึ้น หนึ่งในแบรนด์เสื้อผ้าวู้หญิงที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากแบรนด์โซดาเช่นกันคือ แบรนด์เกรย์ฮาวด์ (Greyhound) ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ.2523¹ โดย ภาณุ อิงคะวัต มีรูปแบบของเสื้อผ้าวู้หญิงที่สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน และสะท้อนถึงบุคลิกของคนในสังคมยุคสมัยนี้ รูปแบบของเสื้อผ้าวู้หญิงเน้นความเรียบง่าย แต่ยังคงความทันสมัย โดยเริ่มที่เสื้อผ้าวู้ชายก่อน และภายหลังจากนั้นจึงขยายแบรนด์การทำเสื้อผ้าวู้หญิงขึ้นใน พ.ศ. 2530² และพัฒนาไปสู่รูปแบบของเสื้อผ้าวู้หญิงแบบยูนิเซ็กซ์ เช่น คอลเลคชั่นเสื้อยืดพิมพ์ลายในทุกคอลเลคชั่นสามารถสวมใส่ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย รวมถึงทำเครื่องประดับและเครื่องหนังด้วย

ภาณุเริ่มต้นการทำเสื้อผ้าวู้หญิงจากความชอบของตัวเองเป็นหลัก โดยนำรูปแบบที่ตัวเองชอบมาออกแบบเป็นเสื้อผ้าวู้หญิง เริ่มผลิตกางเกงยีนส์ เสื้อยืด หรือเสื้อผ้าวู้หญิงที่ใส่ได้ในชีวิตประจำวัน จนเมื่อถึงจุดหนึ่งที่อายุมากขึ้นจึงเริ่มผลิตรูปแบบของเสื้อผ้าวู้หญิงที่มีรูปแบบเป็นทางการมากขึ้น เช่น เสื้อสูทและกางเกงสแลค แต่เกิดความสับสนจากลูกค้าบางกลุ่ม ทำให้ต้องขยายเป็นแบรนด์ใหม่อีกแบรนด์ โดยใช้ชื่อว่า เพลย์ฮาวด์ (Playhound) ขึ้นใน พ.ศ. 2545³ เน้นกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น กลุ่มเป้าหมายที่อายุระหว่าง 20-28 ปี นอกจากนี้ยังได้รับการคัดเลือกจาก บริษัท Fun Characters International (Thailand) เจ้าของลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูนต่างๆ ของดิสนีย์ในประเทศไทย ให้ผลิตสินค้าแฟชั่นเสื้อผ้าวู้หญิงภายใต้การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์สไตล์เกรย์ฮาวด์ และขยายแบรนด์เสื้อผ้าวู้หญิงขึ้นอีกหนึ่งแบรนด์ ใช้ชื่อแบรนด์ว่า “ฮาวด์แอนด์เฟรนด์” (Hound & Friends) และขยายเป็นแบรนด์เพื่อการส่งออกโดยเฉพาะใน พ.ศ.2547⁴ ใช้ชื่อว่า เกรย์ (Grey)

เกรย์ฮาวด์เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว เนื่องจากความแตกต่างของเสื้อผ้าวู้หญิงในวงการแฟชั่นตอนนั้น รวมถึงเป็นคนรุ่นใหม่ที่เรียนจบกลับมาจากต่างประเทศ ได้แรงบันดาลใจจากการใช้ชีวิตอยู่ในต่างประเทศ และนำกระแสความนิยมต่างๆ มาพัฒนาให้เกิดเป็นรูปแบบของสินค้า รูปแบบเสื้อผ้าวู้หญิงจึงมีรูปแบบที่ชัดเจน ความแปลกและแตกต่างไปจากแบรนด์อื่นๆ ในเมืองไทย เป็นแบรนด์เสื้อผ้าวู้หญิง

¹ อาทิตย์ ชื่นกมลพันธ์. (2546). โฆษณาในธุรกิจแฟชั่น กรณีศึกษา บริษัท เกรย์ฮาวด์ จำกัด. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 29.

² Greyhound Peek, (2562), Playhound : Hound&Friend. (ออนไลน์)

³ แหล่งเดิม.

⁴ แหล่งเดิม.

มุ่งเน้นการขายไลฟ์สไตล์ให้กับผู้คน โดยไม่ติดยึดอยู่แต่เพียงเสื้อผ้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงวิถีการใช้ชีวิตของคนเมืองในด้านต่างๆ ที่ช่วยสร้างความสนุกสนานให้กับชีวิต ขยายความครอบคลุมจากด้านแฟชั่นไปสู่อาหารและไลฟ์สไตล์ คือ Grey Hound Café และ Another Hound Café ดังนั้นการเกิดขึ้นของแบรนด์เกรย์ฮาวด์จึงเป็นแบรนด์ที่พยายามสะท้อนความเป็นคนเมืองในสังคมผ่านทางเสื้อผ้า อาหาร และการใช้ชีวิต ทำให้เกรย์ฮาวด์ได้รับความนิยมอย่างมากจากกลุ่มคนรุ่นใหม่และประสบความสำเร็จในเวลารวดเร็ว



ภาพประกอบ 10 ภาพ อิงคะวัต

ที่มา: <https://readthecloud.co/ceo-5/>

แบรนด์หนึ่งของแบรนด์นักออกแบบไทยที่มีบทบาทในการกำหนดทิศทางแฟชั่นของเมืองไทย คือ แบรนด์ อองอาร์ นิรมล (Ong-Art Niramon) ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ.2524¹ อองอาร์มีความชอบทางด้านศิลปะมาตั้งแต่เด็ก แต่ไม่สามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยศิลปากรได้ จึงเรียนทางด้านช่างฝีมือและเรียนทางด้านการตัดเย็บเสื้อผ้าที่โรงเรียนสอนตัดเสื้อพรศรี หนึ่งในโรงเรียนสอนตัดเสื้อชื่อดัง โดยเฉพาะแบบของการตัดเย็บเสื้อผ้า ส่งผลให้อองอาร์มีพื้นฐานทางด้านการตัดเย็บเป็นอย่างดี รวมถึงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเสื้อผ้าที่แตกต่างจากคนอื่น อองอาร์มีโอกาสได้ร่วมงานกับสมชาย แก้วทอง เจ้าของร้าน ไข่ บุติก ในฐานะผู้ช่วยนักออกแบบและตัดเย็บ

¹ สันติชัย อภรณ์ศรี, (2559), อ่านแฟชั่น: การเดินทางของแฟชั่นผู้ชายไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน. (ออนไลน์)

สั่งสมประสบการณ์อยู่ระยะหนึ่ง จนองอาจสามารถออกมาเปิดร้านของตนเองได้ โดยใช้ชื่อว่า ป้อง ซึ่งเป็นชื่อเล่นของตนเอง ที่ซอยสุขุมวิท 39¹

พื้นฐานการตัดเย็บเสื้อผ้าขององอาจมีความประณีต รวมถึงรูปแบบเสื้อผ้าที่แตกต่างจากแบรนด์อื่น โดยมีลักษณะเป็นเสื้อผ้าแบบยูนิเซ็กส์ สามารถสวมใส่ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย เป็นจุดเด่นของแบรนด์ อย่างเช่น ในคอลเลคชั่นที่นำผ้าเทเลอร์ของผู้ชายมาตัดชุดให้ผู้หญิงได้ โดยเพิ่มเติมรายละเอียดการปักลายหรือผ้าลูกไม้ลงไปในงานด้วย ทำให้ชุดนั้นมีความเฟมินีน (ความเป็นผู้หญิง) ผสม ชุดที่สร้างชื่อเสียงให้องอาจเป็นอย่างมาก คือ การนำเอาผ้าพื้นเมืองของชนเผ่าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มาตัดเย็บเป็นชุดต่างๆ² รวมถึงการจับคู่ใส่เสื้อผ้าพื้นเมืองเข้ากับแจ็กเก็ตที่ตกแต่งด้วยผ้าพื้นเมืองและออกแบบให้ดูสากล สามารถสวมใส่ได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง ความสำเร็จขององอาจทำให้สามารถขยายแบรนด์จากร้านป่องเป็น Ong-Art Niramon , Ong-Art Niramon Homme สำหรับเสื้อผ้าผู้ชายโดยเฉพาะ Ong-Art Niramon Jeans สำหรับเสื้อผ้าที่ออกแบบมาจากผ้ายีนส์ และ Ong-Art Niramon 365 สำหรับเสื้อผ้าแบบสบาย สวมใส่ได้ทุกโอกาส³ จุดเด่นประการหนึ่ง คือ การสร้างแบรนด์ด้วยการใช้ตัวเองเป็นภาพลักษณ์ในทุกครั้งของการถ่ายแฟชั่นเซตจะต้องมีองอาจร่วมถ่ายด้วย ซึ่งเป็นการสร้างภาพจำให้กับกลุ่มลูกค้า เหตุผลนี้ทำให้องอาจสามารถผลิตเสื้อยืดสีขาวที่พิมพ์คำว่า Ong-Art Niramon ออกมาจำหน่าย และกลายเป็นที่ต้องการของคนในสังคมเป็นอย่างมาก เนื่องจากองอาจมีภาพลักษณ์ที่แปลกและเป็นจุดเด่น นอกจากนี้องอาจยังสามารถพิมพ์รูปหน้าตัวเองลงบนเสื้อยืด ซึ่งผลตอบรับออกมาดีไม่ต่างจากเสื้อยืดพิมพ์ชื่อที่ผลิตออกมาก่อนหน้า กล่าวได้ว่าองอาจเป็นดีไซเนอร์คนแรกของไทยที่นำชื่อและหน้าของตัวเองมาพิมพ์บนเสื้อยืด และสร้างกระแสในสังคมไทยขณะนั้นเป็นอย่างมาก

¹ กระทรวงวัฒนธรรม. (2560). สูดยอดศิลป์ร่วมสมัยไทยในรัชกาลที่ ๙ สาขาออกแบบเครื่องแต่งกาย. หน้า 130.

² แหล่งเดิม., หน้า 131.

³ สันติชัย อารณศรี, (2559), อ่านแฟชั่น: การเดินทางของแฟชั่นผู้ชายไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน.



ภาพประกอบ 11 องค์อาจ นิรมล

ที่มา: <https://2g.pantip.com/cafe/gallery/topic/G5186912/G5186912.html>

แบรนด์ที่สร้างสีสันให้กับวงการแฟชั่นอีกแบรนด์หนึ่ง คือ แบรนด์ฟลายนาว (Flynow) โดย สมชัย ส่งวัฒนา ผู้ก่อตั้งและดีไซเนอร์ เริ่มต้นแบรนด์ด้วยการขายเสื้อยืดวาดลายที่หางบางลำภู จนได้รับความนิยมหลังจากนั้นจึงตั้งเป็นแบรนด์ฟลายนาว เมื่อ พ.ศ.2526¹ โดยสร้างจุดเด่นให้กับเสื้อผ้าของฟลายนาว คอลเลคชั่นแรกได้แรงบันดาลใจจากการแต่งกายของพังค์ เลือกใช้เฉพาะสีขาวและสีดำสำหรับคอลเลคชั่นนี้ ซึ่งสร้างความแปลกใหม่ให้กับสังคมไทย เพราะความรู้สึกของคนไทยในยุคสมัยนั้น สีขาว ดำ คือ สัญลักษณ์ของความโศกเศร้า การทำเสื้อสีขาวดำจึงเป็นความต่าง และจุดเด่นของเสื้อผ้าแฟชั่นในยุคนั้น ฟลายนาวกลายเป็นที่รู้จักเป็นวงกว้างในประเทศไทย และขยายตลาดของแบรนด์ไปยังตลาดต่างประเทศ โดยการสมัครขอเข้าร่วมในงานลอนดอนแฟชั่นวีค ความสามารถและรูปแบบเสื้อผ้าทำให้ได้รับการยอมรับให้เข้าร่วมในงานลอนดอนแฟชั่นวีค ในพ.ศ. 2540² จึงทำให้ฟลายนาวเริ่มเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในต่างประเทศ แต่ฟลายนาวได้ประสบปัญหาเศรษฐกิจทำให้การดำเนินงานของแบรนด์หยุดชะงักลง เนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 ภายหลังจากนั้นจึงตัดสินใจกลับไปทำการตลาดเสื้อผ้าที่ยุโรปต่อเพราะได้กับ

¹ Brand - Fly Now, (2553), ประวัติความเป็นมา. (ออนไลน์)

² Perspective, (2562), ลิ้ม สมชัย เจ้าของแบรนด์เสื้อผ้า Fly Now.

การรับรองจากลอนดอนแฟชั่นวีค และกลายเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศจนกระทั่งกลับมามีชื่อเสียงอีกครั้งและเป็นแบรนด์แรกในเอเชียที่สามารถขยายตลาดเข้าไปในยุโรป

ฟลายนาวเป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในและนอกประเทศ ส่งผลให้ฟลายนาวขยายแบรนด์เสื้อผ้าในลักษณะที่ต่างออกไปอีกจำนวนมาก เช่น FLYNOW, FlynowIII, GAR-DEN FlynowIII, III, Casually, Flynow The Leather และ Flynow Work เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันออกไป โดยแต่ละแบรนด์มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน แต่ภายในรูปแบบของแบบนั้นๆ ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของฟลายนาวอยู่ เป็นความแปลกใหม่และได้รับการยอมรับเป็นอย่างมาก ด้วยคุณภาพของสินค้าเป็นผ้าไหมไทยผสมผสานกับการออกแบบดีไซน์ที่เป็นรูปแบบสากล ทำให้แบรนด์ฟลายนาวได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ และเป็นแบรนด์เดียวในไทยที่ได้รับการยกย่องเป็นแบรนด์ระดับโลก (International Brand) สามารถอยู่ในกลุ่มที่เรียกว่า Trend Setter ได้ กล่าวคือ สามารถกำหนดทิศทางและแนวโน้มแฟชั่นเสื้อผ้าต่างๆ ของโลกได้ แบรนด์ฟลายนาวจึงเป็นแบรนด์อันดับต้นๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศอีกด้วย



ภาพประกอบ 12 สมชาย ส่งวัฒนา

ที่มา: <https://www.happeningandfriends.com/article-detail/4>

แบรนด์สุดท้ายที่ได้รับนิยมนในช่วงยุคสมัยนี้ คือ แบรนด์เธียเตอร์ (Theatre) ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2528¹ โดยศิริชัย ทหรานนท์ เจ้าของแบรนด์และนักออกแบบเสื้อผ้า เริ่มต้นการทำงานด้านแฟชั่นด้วยการเป็นเข้าไปช่วยงานที่ร้านไข่มุกตึกของสมชาย แก้วทอง โดยเป็นผู้ออกแบบ

¹ ปิ่นอนงค์ ปานชื่น, (2558), 30 ปี เธียเตอร์ ดีไซน์ที่อยู่เหนือกาลเวลา.

เครื่องประดับที่ใช้ในการเดินแฟชั่นโชว์ของไชบูติก หลังจากเรียนจบจึงได้มีโอกาสเข้าทำงานที่ร้านโซดาของเมนาท นันทขว้าง ในฐานะของพนักงานขายหน้าร้าน ขณะเดียวกันก็รับจ้างทำเครื่องประดับฝักขายควบคู่ไปด้วย รูปแบบของโซดาที่เน้นทำเสื้อผ้าในลักษณะเสื้อที่ออกแบบมาให้ศิริชัยเห็นโอกาสให้วงการแฟชั่น จึงออกแบบเสื้อผ้าขึ้นท่อนล่างให้สามารถใส่กับเสื้อยืดในร้านของโซดาได้ ศิริชัยเลือกทำกางเกงเบอร์มิวดา (Bermudas)¹ ต้อนรับฤดูร้อนในขณะนั้น มีแรงบันดาลใจมาจากซองบุหรี Gitanes ของฝรั่งเศส เป็นซองบุหรีสีฟ้าและมีโลโก้เป็นยิปซีกำลังเต้นทำให้เป็นจุดสนใจ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของกางเกง เนื่องจากในสมัยก่อนผู้ชายจะนิยมสวมใส่แต่กางเกงขายาวเพื่อความสะดวก ขณะที่ศิริชัยเลือกทำกางเกงทรงขาสั้นที่สามารถสวมใส่ได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง ส่งผลให้กางเกงทรงนี้ได้รับความนิยม หลังจากเก็บเงินจากการออกแบบเสื้อผ้าและรับจ้างทำเครื่องประดับได้จำนวนหนึ่ง จึงมีความคิดในการทำธุรกิจเป็นของตนเองและแนวคิดที่ชอบออกแบบเสื้อผ้ามากกว่าเครื่องประดับ จึงเลือกที่จะออกมาเปิดร้านเป็นของตนเอง

ศิริชัยเปิดร้านเสื้อผ้าแห่งแรกที่อาคารชาญอิสระทาวเวอร์² เนื่องจากอาคารชาญอิสระทาวเวอร์เป็นห้างสรรพสินค้าบนอาคารหลังเดียวกับสำนักงานต่างๆ³ และเป็นแหล่งศูนย์กลางทางด้านธุรกิจ รูปแบบร้านมีความแตกต่างไปจากร้านเสื้อผ้าอื่นๆ คือ วางขายเสื้อผ้าในบาร์ของเพื่อนก่อนจะเริ่มมีร้านเป็นหลักแหล่ง โดยลักษณะเสื้อผ้าของเรียเตอร์เป็นรูปแบบที่ผสมผสาน (Mix and Match) ศิริชัยเลือกใช้ความเป็นตัวเองมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบและผลิตเสื้อผ้า เอกลักษณ์ของแบรนด์เรียเตอร์ คือความไม่เหมือนใครมีหนึ่งเดียว (unique) ภายใต้คอนเซ็ปต์ที่ชัดเจนในตัวเอง คือ ความเป็นเพศหญิงและเพศชาย⁴ หรือเสื้อผ้าที่ไม่มีเพศ (No Gender) หรือยูนิเซ็กส์ เนื่องจากต้องการความเท่าเทียมกันในสังคม ผู้หญิงสามารถสวมใส่เสื้อในสไตล์ของผู้ชาย ผู้ชายอาจจะใส่เสื้อที่เป็นลูกไม้หรือเสื้อชีฟอง โดยทั้งหมดขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้สวมใส่ รูปแบบเสื้อผ้าของเรียเตอร์เป็นรูปแบบแตกต่างไปจากรูปแบบเดิมที่มีอยู่ในสังคม ความแปลก

¹ กางเกงขาสั้นเบอร์มิวดาเป็นสไตล์ที่ถูกออกแบบขึ้นสำหรับผู้ชาย ได้แรงบันดาลใจมาจากสภาพภูมิอากาศบนเกาะที่มีชื่อเดียวกัน ลักษณะของรูปทรงกางเกงยาวถึงกลางเข่า

² สันติชัย อารมย์ศรี, (2559), อ่านแฟชั่น: การเดินทางของแฟชั่นผู้ชายไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน.

³ พิราพรณ ชูเวสศิริพร. (2528). วิวัฒนาการของห้างสรรพสินค้า ศึกษาเฉพาะกรณี “แผนดำเนินการก่อนเปิดห้างสรรพสินค้าบอกลี”. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 12.

⁴ สไตล์การแต่งตัวของผู้หญิงโดยสวมใส่เสื้อผ้าเหมือนของผู้ชาย เช่น สูทตัวหลวม กางเกงสลักแบบผู้ชาย รองเท้าทรงโบรัก (Brogue) หรือแม้แต่กระเป๋าทรงทรงแข็ง เป็นต้น มาสวมใส่ในสไตล์ของผู้หญิง (Feminine) ทำให้มีรูปแบบการแต่งกายที่กระชับกระเซิงและดูมั่นใจ

โดดเด่น และไม่ตามกระแสแฟชั่นของโลก จุดเริ่มต้นรูปแบบเสื้อผ้าของเธียร์เตอร์ในช่วงแรกถูกออกแบบมาเพื่อตอบรับการสวมใส่ไปเที่ยวในสถานบันเทิง จุดเด่นของเสื้อผ้าของเธียร์เตอร์อยู่ที่ลวดลายบนผ้า และดีไซน์ที่ตอบโจทย์ที่ได้ทุกยุคทุกสมัย ไม่ตกยุค เพราะการออกแบบแต่ละคอลเลกชัน จะเน้นความเป็นตัวตนของศิริชัยลงไปในผลงานการออกแบบเสื้อผ้าทุกชิ้น คำว่า เธียร์เตอร์ ชื่อของแบรนด์ แปลว่าโรงละคร สามารถใช้อธิบายตัวตนของแบรนด์ได้อย่างดี เน้นความสนุกสนานต่างๆ ทำให้ผู้สวมใส่อารมณ์ไปกับการแต่งตัว ต่างจากรูปแบบเดิมของวงการเสื้อผ้าไทยในอดีต ดังนั้นลูกค้าส่วนใหญ่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบการแต่งกายที่ซ้ำกับใคร เพราะฉะนั้นแม้จะนำเสื้อผ้าของเธียร์เตอร์แบบเดียวกันไปใส่แต่สามารถแสดงออกถึงลักษณะของเฉพาะบุคคลได้

นอกจากนี้การโชว์เสื้อผ้าของเธียร์เตอร์ยังเป็นการโชว์จริงๆ ที่มีการนำเสนอเรื่องราวของแรงบันดาลใจในการออกแบบเสื้อผ้า ไม่ใช่เพียงการโชว์เสื้อผ้าอย่างแบรนด์อื่น โชว์ที่สร้างชื่อให้กับเธียร์เตอร์ คือ การเปิดตัวแฟชั่นโชว์ครั้งแรกใน พ.ศ.2527 ณ โรงแรมสยามอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ ใช้ชื่อคอลเลกชันครั้งนี้ว่า เดอะเชนจิง เฟส (The Changing Face)¹ การแสดงแฟชั่นโชว์นำรูปแบบที่แตกต่างออกไปมาใช้ กล่าวคือ หลังการแสดงโชว์จบลง ผู้ชมโชว์สามารถเลือกซื้อ หรือสั่งจองเสื้อผ้าตามที่มีอยู่ในคอลเลกชันได้ ซึ่งต่างจากในอดีตที่เสื้อผ้าที่ใส่แสดงนั้นเป็นแค่ตัวอย่าง แต่ยังไม่มีการผลิตจริง และไม่สามารถซื้อตัวอย่างมาได้ ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของแบรนด์เธียร์เตอร์ ทำให้เสื้อผ้าของเธียร์เตอร์ถูกสั่งจองจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมและวงการแฟชั่นทุกชิ้น นับเป็นจุดเปลี่ยนอีกขั้นที่ทำให้เธียร์เตอร์เป็นที่รู้จักกว้างขวางในแวดวงแฟชั่น

เหตุผลหนึ่งที่ทำให้แบรนด์เธียร์เตอร์มีชื่อเสียงในวงการแฟชั่นมาจนถึงปัจจุบัน คือ รูปแบบของเสื้อผ้าที่เป็นเอกลักษณ์และความแปลกใหม่ของเสื้อผ้า ส่งผลให้เป็นที่รู้จักของคนในสังคม โดยเฉพาะในกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง รวมถึงสื่อต่างๆ ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแบรนด์จำนวนมาก ทำให้ความนิยมของแบรนด์นี้เพิ่มขึ้นและก้าวสู่การเป็นแนวหน้าของวงการแฟชั่นเป็นระยะเวลายาวนานจนมาถึงปัจจุบัน

¹ คมชัดลึก, (2552), อวดไฮโลท์เสื้อสวยตลอด25ปีเธียร์เตอร์. (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 13 ศิริชัย ทหรานนท์

ที่มา: <http://www.hisopartyofficial.com/>

แบรนด์ของนักออกแบบเสื้อที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ล้วนได้รับการยกย่องว่าเป็นสุดยอดนักออกแบบเครื่องแต่งกายในสมัยรัชกาลที่ 9 จากกระทรวงวัฒนธรรม เห็นได้จากในพ.ศ.2516 - 2540 เกิดแบรนด์นักออกแบบรุ่นใหม่จำนวนมากที่ต้องการนำเสนอความเป็นตัวเองผ่านรูปแบบของเสื้อผ้า โดยออกแบบมาจากความชอบและแรงบันดาลใจของเจ้าของแบรนด์ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของห้องเสื้อให้เป็นร้านขายเสื้อผ้าที่มีระบบมากขึ้น และย้ายมาอยู่บริเวณศูนย์รวมทางด้านการค้าที่สำคัญ เช่น สยาม หรือสีลม มีการแบ่งหน้าที่ของพนักงานในร้านอย่างชัดเจน เช่น เจ้าของห้องเสื้อเป็นทั้งผู้ออกแบบ ตกแต่งร้าน และขายเสื้อผ้า มักเรียกเจ้าของห้องเสื้อว่าเป็นดีไซเนอร์หรือเจ้าของแบรนด์ มีตำแหน่งผู้ช่วยเจ้าของร้านซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักศึกษาแฟชั่นที่ต้องการประสบการณ์ มีช่างตัดเสื้อ ไม่เกิน 10 คน และเป็นยุคที่มีการจ้างนางแบบมาเป็นแบบเสื้อให้กับร้าน เป็นต้น รวมถึงยังเป็นยุคที่วงการแฟชั่นกลายเป็นอุตสาหกรรมเสื้อผ้ามากขึ้น โดยเริ่มต้นขึ้นเมื่อมีการนำเข้ามาของนิตยสารแอล (ELLE) ซึ่งเป็นการลงทุนร่วมกันระหว่าง บริษัทฮาเซท ฟิลิปาคี เพรส จำกัด (Hachatte Fillipacci Post Ltd.) และบริษัท โพสท์ พัลลิซซิ่ง จำกัด (มหาชน) ในพ.ศ. 2537¹ นิตยสารแอลเป็นความแปลกใหม่ และทันสมัย สำหรับประเทศไทยในยุคนั้นมาก เพราะเป็นนิตยสารของผู้หญิง ที่มุ่งเน้นด้านความงามและแฟชั่นโดยเฉพาะ รวมถึงเกิดการจัดแสดง แอล บางกอกแฟชั่นวีค ในพ.ศ.2542² ซึ่งเป็นการจัดแสดงแฟชั่นโชว์ที่รวมนักออกแบบของไทยใน

¹ ELLE, (2562), The Heritage. (ออนไลน์)

² ศิริกาญจน์ ทองพิทักษ์วงศ์. (2552). กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) กรณีศึกษาแอล แฟชั่นวีค (Elle Fashion Week Autumn/Winter 2008). ปรินุ ญานีพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 35.

รูปแบบมาตรฐานสากลและมีความร่วมสมัย เป็นจุดเริ่มต้นและการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของการแฟชั่นไทยที่ส่งผลถึงปัจจุบัน

จุดเปลี่ยนแปลงของวงการแฟชั่นไทยจากกระแสนิยมของแอลบางกอกแฟชั่นวีคส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่วงการนางแบบ ช่างแต่งหน้า ช่างทำผม หรือผู้ที่อยู่ในวงการแฟชั่นด้วย นอกจากนี้ยังทำให้แฟชั่นเข้าถึงการรับรู้ของประชาชนมากขึ้น แอลบางกอกแฟชั่นวีค เป็นสัญลักษณ์ของแฟชั่นโชว์ที่สำคัญของประเทศไทยในการสร้างกระแสทางด้านแฟชั่นและเป็นส่วนหนึ่งที่สร้างรากฐานสำคัญให้กับวงการแฟชั่นและนักออกแบบไทยในรุ่นต่อมา

วงการแฟชั่นเกิดการเปลี่ยนแปลงอีกครั้งเมื่อประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 สถานะเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบทั่วเอเชียรวมถึงประเทศไทย¹ ส่งผลกระทบต่องานภาครัฐและภาคเอกชน เช่น บริษัทบ้านจัดสรร อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมผลิตวัสดุก่อสร้าง สถาบันการเงิน ธนาคาร หลายแห่งต้องปิดกิจการลง พนักงานจำนวนมากถูกปลดออกจากงาน รัฐบาลถูกกดดันให้ลาออก ทั้งยังส่งผลให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย เกาหลีฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ รัสเซีย และประเทศอื่นๆด้วย² รวมถึงยังทำให้อุตสาหกรรมทุกประเภทได้รับความเสียหายจากวิกฤตเศรษฐกิจนี้ โดยอุตสาหกรรมสิ่งทอที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับแฟชั่นได้รับผลกระทบตามไปด้วย ความเสียหายส่งต่อกันเป็นลูกโซ่ เนื่องมาจากวงการแฟชั่นต้องพึ่งพิงอยู่กับอุตสาหกรรมสิ่งทอ

ปัญหาวิกฤตการณ์ต้มยำกุ้งส่งผลกระทบต่อวงการแฟชั่น ทำให้แบรนด์ต่างๆ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง ลดขนาดลง และปรับเปลี่ยนรูปแบบของการขาย เช่น แบรนด์เกรย์ฮาวด์ลดขนาดของร้านเสื้อผ้าลง และหันไปเปิดธุรกิจร้านอาหารควบคู่ไปกับร้านเสื้อผ้า แนวคิดการเปิดเป็นคาเฟ่ขึ้นควบคู่ไปกับร้านเสื้อผ้า กลายเป็น แฟชั่น คาเฟ่ (Fashion Café)³ เกรย์ฮาวด์ สาขาแรกอยู่ที่ห้างเอ็มโพเรียม เป็นแฟชั่นคาเฟ่แรกในประเทศไทย⁴ และต่อมามีภายหลังกลายเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก

¹ สมภพ มานะรังสรรค์. (2554). พลวัตเศรษฐกิจและการเงินหลังปี 1997 : จากโรคต้มยำกุ้งสู่โรคแอนแทรกซ์. ใน 2540 จุดเปลี่ยนประเทศไทย. หน้า 47.

² Voice TV, (2562), ย้อนรอยวิกฤตต้มยำกุ้ง. (ออนไลน์)

³ ร้านอาหารและร้านกาแฟที่มีบรรยากาศสบายๆ เป็นที่นัดพบกันเพื่อพูดคุยไปพร้อมกับรับประทานอาหาร

⁴ กัทธียา พัวพงศกร, (2561), Greyhound Café in London กลยุทธ์พิชิตใจชาวอังกฤษด้วยการปรุงรสชาติกรุงเทพฯใส่จาน. หน้า 6. (ออนไลน์)

นอกจากนี้แบรนด์พิจิตราเป็นหนึ่งในแบรนด์ที่ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากจากวิกฤตเศรษฐกิจ มีการลดพนักงานและลดขนาดของร้านลง รวมถึงขยายไปทำเครื่องประดับ กระเป๋า หมวก และเครื่องแต่งกายอย่างอื่นเพิ่มเติม แบรนด์ฟลายนาวประสบปัญหาทางการเงินจนเป็นหนี้ธนาคารทำให้แบรนด์ฟลายนาวในประเทศไทยหยุดชะงักไปชั่วขณะ แต่ด้วยชื่อเสียงที่แบรนด์ฟลายนาวสะสมในต่างประเทศ ทำให้สมชัยตัดสินใจพักแบรนด์ฟลายนาวประเทศไทย และหันไปทำเนิร์จธุรกิจแบรนด์ฟลายนาวในต่างประเทศแทน จนกลับมาที่มีชื่อเสียงอีกครั้ง และสามารถทำให้แบรนด์ฟลายนาวในประเทศไทยกลับมาเดินหน้าทางธุรกิจได้อีกครั้ง นอกจากนี้ยังมีอีกหลายแบรนด์ที่ได้ปิดตัวลง เนื่องจากปัญหาสภาวะเศรษฐกิจ ทำให้วงการแฟชั่นไทยเริ่มหยุดชะงักและเข้าสู่ยุคถดถอยของวงการแฟชั่น

3.5 สรุป

การเปลี่ยนแปลงของห้องเสื้อในยุคเทรนเซ็นเตอร์ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมตะวันตกที่หลากหลายมากขึ้นจากเดิมที่มีเพียงฝรั่งเศสที่เป็นศูนย์รวมทางด้านแฟชั่นแห่งเดียว ได้ขยายไปยัง อิตาลี อังกฤษ และอเมริกา ทำให้ลักษณะของห้องเสื้อและรูปแบบของเสื้อผ้าในแต่ละแบรนด์มีความหลากหลายมากขึ้นจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป แต่ยังคงมีจุดร่วมอยู่ที่รูปแบบตามสมัยนิยมในเวลานั้น ขณะที่ความแตกต่างอย่างชัดเจนอยู่ที่ความชอบและแรงบันดาลใจของเจ้าของแบรนด์ รวมถึงการเกิดขึ้นของการแต่งกายที่แสดงออกถึงความชอบของกลุ่มคน อย่างเห็นได้ชัด โดยมักรวมตัวกันอยู่บริเวณสยามสแควร์ ซึ่งเป็นศูนย์รวมทางด้านแฟชั่นที่สำคัญ นอกจากนี้การเกิดการขยายตัวของห้องเสื้อไปยังย่านธุรกิจที่สำคัญในกรุงเทพฯ อย่างสีลม และเพลินจิต รวมถึงสื่อที่นำเสนอรูปแบบแฟชั่นที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น ทำให้คนสามารถเข้าถึงกระแสแฟชั่นได้มากขึ้น อาจกล่าวได้ว่ายุคเทรนเซ็นเตอร์ คือ วิวัฒนาการที่สำคัญของแวดวงเสื้อผ้าไทยและเป็นช่วงเวลาในรูปแบบเสื้อผ้ามีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยมากขึ้น แต่กระแสนิยมทางด้านแฟชั่นได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอีกครั้งเมื่อวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 ส่งผลต่ออุตสาหกรรมประเภท อุตสาหกรรมเสื้อผ้าได้รับผลกระทบเช่นกัน ทำให้วงการนักออกแบบเสื้อผ้าใน พ.ศ.2540 ได้รับผลกระทบจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของวงการแฟชั่น

บทที่ 4

Thai Young Designers พ.ศ.2540 - 2559

วัฒนธรรมตะวันตกที่เข้ามามีอิทธิพลในประเทศไทยผ่านทางสื่อสังคมที่มีความหลากหลายมากขึ้นก่อให้เกิดกระแสการแต่งกายตามรูปแบบเฉพาะตามแต่ความชื่นชอบของแต่ละคน การแต่งกายจึงมีความแตกต่างจากในอดีต เริ่มมีลักษณะเฉพาะตัวเพิ่มมากขึ้น จากรูปแบบการแต่งกายที่หลากหลายและการเปิดกว้างทางความคิดส่งผลให้เกิดนักร้องแบบรุ่นใหม่ขึ้นมาเป็นจำนวนมากและเกิดศูนย์รวมทางด้านแฟชั่นแห่งใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านแฟชั่นที่มีมากขึ้น แต่กระแสนิยมทางด้านแฟชั่นได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอีกครั้งเมื่อวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 ส่งผลต่ออุตสาหกรรมประเภท อุตสาหกรรมเสื้อผ้าได้รับผลกระทบเช่นกัน ทำให้วงการนักร้องแบบเสื้อผ้าใน พ.ศ.2540 ได้รับผลกระทบจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของวงการแฟชั่น

บทนี้เป็นการศึกษาถึงนโยบายของภาครัฐและภาคเอกชนที่สนับสนุนให้วงการแฟชั่นพื้นตัวและสนับสนุนให้กรุงเทพเป็นศูนย์กลางทางด้านแฟชั่นและแบรนด์นักร้องแบบไทยให้ได้แสดงผลงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ จากนั้นนโยบายดังกล่าวส่งผลให้มีแบรนด์นักร้องแบบไทยรุ่นใหม่เกิดขึ้นจำนวนมากที่สามารถสร้างผลงานให้เป็นที่ประจักษ์ ส่งผลให้ผลงานของแบรนด์นักร้องแบบไทยเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

4.1 นโยบายของรัฐบาลต่ออุตสาหกรรมแฟชั่นหลังวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540

เมื่อ พ.ศ. 2540 ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตการณ์ทางการเงินที่เรียกว่า วิกฤตการณ์ต้มยำกุ้ง กล่าวคือ รัฐบาลสมัยพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (พ.ศ. 2539 - 2540) ปล่อยให้ค่าเงินบาทลอยตัวจาก 1 ดอลลาร์ เท่ากับ 25 บาท กลายเป็น 1 ดอลลาร์ เท่ากับ 43 - 44 บาท ทำให้ประเทศไทยต้องชำระหนี้ต่างประเทศเป็นจำนวนเงินสูงมาก เศรษฐกิจของประเทศเกิดการชะลอตัว ธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจในครั้งนี้ รวมถึงอุตสาหกรรมสิ่งทอและแฟชั่นซึ่งด้วย ธุรกิจเสื้อผ้าบางแบรนด์ต้องปิดตัวลง บางแบรนด์ชะลอการเจริญเติบโต หรือพยายามปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจที่ต้องเผชิญ จึงอาจกล่าวได้ว่าในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นยุคถดถอยของวงการแฟชั่น¹

¹ รวีเทพ มุสิกะปาน. (2554). ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย. ปรินญานานิพนธ์ปริญาญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. หน้า 137.

สมัยชวน หลีกภัย เป็นนายกรัฐมนตรี (พ.ศ.2540 - 2544) เศรษฐกิจไทยเริ่มดีขึ้น เนื่องจากนโยบายฟื้นฟูเศรษฐกิจทุกประเภทและส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ วิชาการ วัฒนธรรม การท่องเที่ยว และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กับประเทศต่างๆ¹ รวมถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540 - 2544) ที่มีนโยบายพัฒนาการขนส่งและสนับสนุนการลงทุนด้านอุตสาหกรรม² รวมถึงรัฐยังสนับสนุนให้ใช้สื่อต่าง ๆ เผยแพร่ข่าวสารธุรกิจ บันเทิง ธุรกิจร้านค้าปลีก และธุรกิจโฆษณาให้เข้าถึงประชาชนโดยตรง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในอีกทางหนึ่ง ส่งผลให้ในยุคนี้อุตสาหกรรมแฟชั่นเริ่มฟื้นตัวมากขึ้น อุตสาหกรรมสิ่งทอและวงการแฟชั่นเริ่มกลับมามีบทบาทในสังคมไทยอีกครั้ง

สมัยของรัฐบาล พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร (พ.ศ.2545 - 2549) รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมแฟชั่นโดยตรง เพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยตั้งโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion city) ขึ้นใน พ.ศ. 2546 มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการส่งออกและสร้างความโดดเด่นทางด้านแฟชั่นให้กรุงเทพ และพัฒนากรุงเทพฯ ให้เป็นศูนย์กลางแฟชั่นอีกแห่งของโลก³ พร้อมทั้งต้องการให้อุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับโลก⁴ โดยเล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมแฟชั่นที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ พร้อมทั้งจัดตั้งศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับแนวโน้มแฟชั่นและสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแฟชั่นด้านต่างๆ โดยการให้ข้อมูลในสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าแฟชั่นไทย เพื่อพัฒนาไปสู่ความเป็นผู้นำแฟชั่นในระยะยาว จัดอบรมแนวทางด้านแฟชั่น เผยแพร่ผลงานแฟชั่นนักออกแบบไทย และจัดประกวดออกแบบแฟชั่นนานาชาติ รวมถึงส่งเสริมงานแสดงสินค้าแฟชั่นโชว์สู่ระดับโลก การสนับสนุนของรัฐบาลส่งผลให้เกิดการขยายแหล่งเรียนรู้และศูนย์รวมทางด้านแฟชั่นเป็นวงกว้างขึ้น ทำให้เกิดนักออกแบบไทยรุ่นใหม่ขึ้นจำนวนมาก

¹ สุกรี คลองวิธิ. (2558). นโยบายการเริ่มสร้างกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระดับอนุภูมิภาคของ ไทยต่อประเทศเพื่อนบ้านหลังสงครามเย็น. Veridian E-Journal. ปีที่8(2):1399.

² สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ฉบับที่2 (พ.ศ. 2540-2544). หน้า 81-82.

³ วิเทพ มุสิกะปาน. (2554). ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย.ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร การศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. หน้า 117.

⁴ กรมการส่งเสริมอุตสาหกรรม, (2547), เปิดโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น เพื่อยกระดับนักออกแบบ ไทย. (ออนไลน์)

การสนับสนุนด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอหยุดชะงักภายหลังจากรัฐบาลทักษิณหมดอำนาจลง เนื่องจากรัฐบาลอื่นๆ ให้ความสนใจกับการการพัฒนาประเทศทางด้านการเมืองและสังคมมากกว่าอุตสาหกรรมแฟชั่น จนกระทั่งรัฐบาลสมัยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ใน พ.ศ. 2557 ได้นำโครงการ กรุงเทพมหานครแฟชั่นของรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร มาต่อยอดเป็นโครงการแฟชั่นไทยสู่ศูนย์กลางแฟชั่นอาเซียน : Thailand to be ASEAN Fashion Hub และโครงการยุทธศาสตร์การพัฒนาสิ่งทอและแฟชั่น พ.ศ.2559 - 2574¹ โดยกระทรวงอุตสาหกรรมเล็งเห็นถึงจำนวนนักออกแบบและบุคลากรทางด้านแฟชั่นที่เพิ่มมากขึ้นและมีความสามารถในการแข่งขันกับแบรนด์ต่างประเทศ รวมถึงผลงานการออกแบบเสื้อผ้าของนักออกแบบไทยในเวทีโลกที่มากขึ้น เช่น การทำชุดให้ผู้เข้าประกวดนางงามจักรวาล ชุดที่นักแสดงใส่เข้าร่วมในเทศกาลหนังเมืองคานส์ และการเข้าร่วมแสดงโชว์เสื้อผ้าในต่างประเทศ รัฐบาลต้องการพัฒนาย่านการค้าเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย รัฐบาลวางยุทธศาสตร์ดังกล่าวไว้เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางรวมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ระดับโลกใน พ.ศ.2564 และเป็นผู้นำวัฒนธรรมแฟชั่นและการออกแบบสิ่งทอของโลกใน พ.ศ.2574 การสนับสนุนของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมแบรนด์นักออกแบบไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น ในรูปแบบการจัดโครงการประกวดนักออกแบบไทยของโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น และการจัดตั้งสมาคมแฟชั่นดีไซน์เนอร์กรุงเทพฯ ทั้งยังมีช่องทางทางประชาสัมพันธ์และรายงานข่าวสารเกี่ยวกับนักออกแบบไทย จากข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอที่ตอบสนองความต้องการของตลาดในเศรษฐกิจและสังคมยุคปัจจุบัน รวมทั้งยังได้พัฒนาผู้จบการศึกษาด้านแฟชั่น อาจารย์ และบุคลากรด้านอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยเปลี่ยนจากผู้รับจ้างผลิต (OEM : Original Equipment Manufacturing) เป็นผู้ออกแบบสินค้าที่มีชื่อเป็นของตัวเอง (Original/Brand Manufacture) โดยกำหนดนโยบายด้านธุรกิจแฟชั่นให้เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสิ่งทอในพ.ศ.2559² อุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีความสำคัญเนื่องจากเสื้อผ้าเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิต อุตสาหกรรมสิ่งทอจึงเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย ทั้งยังมีปริมาณส่งออก

¹ Thai Textile and Fashion outlook. (2559). *Industry Cluster : Textile and Apparel* เหลียวหวลิ่ง แลหน่ายยุทธศาสตร์การพัฒนา Cluster สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอ. Thai Textile and Fashion outlook. ฉบับที่ 18. หน้า 4-5.

² อิศเรศ วงศ์เสถียรโสภณ (บรรณานิกร), (2562), นโยบายที่มุ่งเน้นความยั่งยืนของธุรกิจแฟชั่น. (ออนไลน์)

เป็นอันดับ 4 ของประเทศ¹ มูลค่าการส่งออกกว่า 3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และทำรายได้เข้าประเทศกว่า 4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รวมถึงยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างแรงงานมากที่สุด²

4.1.1 นโยบายรัฐบาลต่อการศึกษาเรื่องแฟชั่น

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมสิ่งทอและแฟชั่นจึงบรรจุคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่นลงในหลักสูตรการศึกษาภาคอุดมศึกษา ซึ่งในอดีตเป็นเพียงแค่ระดับอาชีวศึกษา³ โดยใน พ.ศ.2549 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครเป็นสถานศึกษาแรกที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายของกระทรวงศึกษา⁴ หลักสูตรมุ่งเน้นสร้างนักปฏิบัติการด้านสิ่งทอและแฟชั่นที่ตอบสนองภาครัฐและเอกชน รวมถึงหลักสูตรการเรียนการสอนสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาของรัฐบาล เรื่องอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง และเครื่องประดับ วางเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางแฟชั่นของเอเชียและโลก⁵ โดยมีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีศักยภาพและเป็นที่ยอมรับทางด้านสิ่งทอและแฟชั่น การสนับสนุนของทางภาครัฐและการขยายตัวทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอส่งผลให้มีการเปิดหลักสูตรการศึกษาเกี่ยวกับแฟชั่นในระดับอุดมศึกษาขึ้นเป็นจำนวนมาก เช่น คณะศิลปกรรมศาสตร์ ภาควิชาานฤมิตรศิลป์ สาขาแฟชั่นและสิ่งทอ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ การออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นต้น เพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของตลาดอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอ เนื่องจากในปัจจุบันมีแบรนด์นักออกแบบไทยเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก รวมถึงการเข้ามาทำการตลาดของแบรนด์เสื้อผ้าต่างประเทศ เช่น ชาร่า ยูนิโคล และเอชแอนด์เอ็ม เป็นต้น ทั้งนี้ในวงการบันเทิง ภาพยนตร์ หรือแม้แต่วงการอื่นๆ ล้วนต้องการคนที่มีความรู้และประสบความสำเร็จทางด้านแฟชั่น เช่น ศรัณยู อยู่คงดี เจ้าของแบรนด์ศรัณยู (SARRAN) จบปริญญาตรีศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และชนะการประกวดรางวัลชนะเลิศระดับโลก เช่น Maison & Object ใน ค.ศ. 2010 –

¹ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, (2562), ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา. (ออนไลน์)

² ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, (2562), ข้อมูลนำเข้า-ส่งออก. (ออนไลน์)

³ เดิมคือโรงเรียนช่างตัดเสื้อพระนคร

⁴ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, (2562), ประวัติความเป็นมาของคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น. (ออนไลน์)

⁵ กรมการส่งเสริมอุตสาหกรรม, (2547), เปิดโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น เพื่อยกระดับนักออกแบบไทย.

ค.ศ.2015 ประเทศฝรั่งเศส Ambiente 2010 “International Frankfurt Fair” Paper World 2010 ประเทศเยอรมนี และ Talent Thailand NEON “Interior Lifestyle Japan 2009” ประเทศญี่ปุ่น¹ เป็นต้น ปัจจุบันแบรนด์ครีเอทีฟจำหน่ายทั้งในประเทศไทย ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น และอีก 20 สาขาทั่วโลก ความสำเร็จของแบรนด์ครีเอทีฟเป็นแรงบันดาลใจให้เด็กรุ่นใหม่ในการเป็นนักออกแบบ และทำให้หลักสูตรการศึกษาเกี่ยวกับแฟชั่นจึงเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

4.2 การเกิดขึ้นของศูนย์รวมแฟชั่นแห่งใหม่

การสนับสนุนทางด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอของรัฐบาล รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสังคมต่างๆ พัฒนามากขึ้น ก่อให้เกิดวัฒนธรรมและบริบทนิยมในหมู่คนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมแฟชั่นเติบโต การแสดงออกในด้านแฟชั่นอย่างกว้างขวาง เช่น การสร้างหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร² ใน พ.ศ. 2540 เพื่อเป็นสถานที่สำหรับการแสดงผลงานทางด้านศิลปะที่หลากหลาย ดนตรี กีฬา ละคร ภาพยนตร์ เสวนา และวรรณกรรม ตลอดจนการส่งเสริมให้เป็นสถานที่แสดงออกของคนรุ่นใหม่ในการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ ด้านการแต่งกาย การแสดงออกของคนรุ่นใหม่ไปสู่การสร้างศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี (Siam Discovery) ขึ้นใน พ.ศ.2540 เพื่อรองรับการเติบโตทางด้านอุตสาหกรรมทางด้านแฟชั่น บันเทิง และศิลปะทุกชนิด อยู่บริเวณใกล้เคียงกับสยามสแควร์และสยามเซ็นเตอร์ ซึ่งเป็นแหล่งศูนย์รวมแฟชั่นเดิม โดยต้องการให้ทั้งสามแหล่งกลายเป็นศูนย์รวมแฟชั่นแห่งใหม่ที่มีความทันสมัยและส่งเสริมแบรนด์นัก

¹ ไทยรัฐออนไลน์, (2561), ครีเอทีฟ อยู่คงดี : ความสำเร็จจะมีได้ ต้องรู้จักตัวเองก่อน ชอบไม่ชอบอะไร. (ออนไลน์)

² โครงการก่อสร้างหอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพเริ่มขึ้นเมื่อ ดร.พิจิตต รัตตกุล ผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ มีมติร่วมกับคณะกรรมการโครงการเฉลิมพระเกียรติฯ ศิลปะแห่งรัชกาลที่ 9 เมื่อ พ.ศ.2540 ให้กรุงเทพมหานครจัดสร้างหอศิลป์ร่วมสมัยแห่งกรุงเทพมหานคร ณ สีแยกปทุมวัน โดยมีรูปแบบที่ผ่านการคิดและการตัดสินใจร่วมกัน อย่างไรก็ตามโครงการสะดุดลงเมื่อนายสมัคร สุนทรเวช เข้ารับตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครคนต่อมาใน พ.ศ. 2544 และล้มเลิกโครงการหอศิลป์ตามรูปแบบเดิมให้มีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์มากขึ้น พร้อมทั้งเปลี่ยนแปลงจากการที่กรุงเทพมหานครเป็นผู้ลงทุนมาเป็นให้เอกชนสร้าง องค์การด้านศิลปะ ศิลปิน อาจารย์ นักศึกษา และสื่อมวลชน ร่วมกันดำเนินกิจกรรม คัดค้านการระงับโครงการเดิม จัดกิจกรรมเคลื่อนไหวและเรียกร้องให้ผู้บริหารกรุงเทพมหานครในสมัยนั้นทบทวนโครงการ รวมทั้งการจัดกิจกรรมวาดภาพเขียนยาว 4 กิโลเมตร ในหัวข้อ ฉันเรียกร้องหอศิลป์ ไม่เอาศูนย์การค้า การดำเนินการทางกฎหมายต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการระงับโครงการฯ และการจัด “ART VOTE” โหวตเพื่อหอศิลป์ กระทั่งนายอภิรักษ์ โกษะโยธิน ได้รับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ใน พ.ศ.2547 เครือข่ายศิลปินและประชาชนจึงได้นำโครงการหอศิลป์เข้าหารือและได้รับการพิจารณาเห็นชอบให้ดำเนินการจัดสร้างหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครตามโครงการเดิม

ออกแบบไทยรุ่นใหม่ให้มีที่แสดงผลงาน¹ เช่น แบรินด์เพนคิลเลอร์ (Painkiller) ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2548 โดยภูมิศักดิ์ สิริอรและธีรวัฒน์ เทียรพประสิทธิ์ เป็นแบรินด์เสื้อผ้าผู้ชายที่ตอบโจทย์ของกลุ่มวัยรุ่นสมัยใหม่ที่ไม่ติดขัดกับการแต่งกายแบบเดิม โดยนำรูปแบบเสื้อผ้าในยุคเก่ามาผสมผสานกับแฟชั่นในยุคปัจจุบันได้อย่างลงตัว แบรินด์ฟรายเดย์ เทวนต์ ซีเวน โนเวลเบอร์ (Fri27nov) ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ.2550 โดยชนะชัย จริยะธนา เริ่มจากการสร้างแบรินด์ไทม์เอนด์ (Time's End) ในพ.ศ.2545 ที่สยามเซ็นเตอร์ ส่วนใหญ่เป็นเสื้อผ้าผู้ชาย เมื่อประสบความสำเร็จจึงขยายเป็นแบรินด์ฟรายเดย์ เทวนต์ ซีเวน โนเวลเบอร์ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของเสื้อผ้าผู้หญิง เป็นต้น ส่วนศูนย์กลางทางด้านแฟชั่นของกลุ่มคนวัยทำงานย่านประตูน้ำยังคงอยู่ที่เดิมและมีการขยายพื้นที่กว้างออกไปโดยสร้างกรงทองพลาซ่าในพ.ศ.2540 ศูนย์การค้าอินทราใน พ.ศ.2542 และ ศูนย์การค้าแพลตตินั่มใน พ.ศ.2549² เพื่อรองรับกลุ่มคนวัยทำงานและกลุ่มวัยรุ่นที่มีข้อจำกัดในด้านงบประมาณ

“จะซื้อเสื้อผ้าสวยๆ ไม่ว่าจะชุดไปเที่ยวต่างประเทศ ไปทะเลหรือจะใส่ในชีวิตประจำวัน ชุดออกงาน ชุดราตรี ชุดนอน ชุดชั้นใน บิกินี รองเท้า เครื่องประดับ จะซื้อใส่เองหรือซื้อไปขาย แนนอนทุกคนต้องนึกถึงที่นี่เป็นอันดับต้นๆ นั่น คือ แพลตตินั่ม”³

นโยบายสนับสนุนการลงทุนด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นและการขยายตัวของศูนย์รวมทางด้านการค้าทำให้อุตสาหกรรมแฟชั่นเติบโตขึ้น ส่งผลให้เกิดการนำเสนอรูปแบบเสื้อผ้าในลักษณะของการแสดงโชว์ (Fashion Show) คือ งานแอล บางกอก แฟชั่นวีค (ELLE Bangkok Fashion Week) จัดขึ้นครั้งแรกเมื่อพ.ศ. 2542⁴ โดยนิตยสารแอล (ELLE Magazine) เพื่อรองรับนักออกแบบรุ่นใหม่ที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นการแสดงโชว์เสื้อผ้าตามแบบสากลงานแรกของไทย วัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมนักออกแบบไทยให้มีโอกาสแสดงความสามารถ

¹ Siam Piwat, (2562), ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์สยามดิสคัฟเวอรี. (ออนไลน์)

² วิสุทธา กฤตยาพิมลพร. (2550). พัฒนาการของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปย่านประตูน้ำ.ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 24.

³ หญิงจี, (2562), คู่มือเดิน "แพลตตินั่ม" ฉบับมือใหม่! เดินอย่างไรให้ได้ของถูก. (ออนไลน์)

⁴ ศิริกาญจน์ ทองพิทักษ์วงศ์. (2552). กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) กรณีศึกษาแอล แฟชั่นวีค (Elle Fashion Week Autumn/Winter 2008).ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. หน้า 53.

พร้อมทั้งสนับสนุนให้นักออกแบบไทยได้แสดงความสามารถในเวทีระดับสากล โดยงานแสดงโชว์ครั้งแรกจัดขึ้นบริเวณระหว่างศูนย์การค้าเกษรและโรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล และย้ายไปจัดแสดงโชว์ไปยังห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลชิดลม (Central Chitlom) ใน พ.ศ. 2548 เนื่องด้วยปัญหาทางด้านพื้นที่จำกัด พร้อมทั้งเปลี่ยนชื่อเป็น แอล แฟชั่น วีค (ELLE Fashion Week) และย้ายสถานที่มาจัดแสดงโชว์ที่เซ็นทรัลเวิลด์ (Central World) มาจนถึงปัจจุบัน การเกิดงานแสดงโชว์เสื้อผ้าระดับสากลนี้ชี้ให้เห็นถึงการเติบโตของอุตสาหกรรมแฟชั่นและเสื้อผ้า ทั้งยังเป็นตัวสนับสนุนให้นักออกแบบได้พัฒนาฝีมือในการผลิตผลงานอีกด้วย

จุดเปลี่ยนของวงการแฟชั่นไทยที่เกิดจากกระแสนิยมของ แอล แฟชั่นวีค ส่งผลต่อความสนใจของคนทั่วไปมากขึ้นและยังเกิดการเปลี่ยนแปลงในวงการแฟชั่นอื่นๆ เช่น การนำเสนอของรูปแบบการแต่งตัวให้มีมาตรฐานใกล้เคียงกับตะวันตกมากที่สุด รูปแบบการจัดโชว์ที่เป็นสากล การแบ่งเป็นแฟชั่นฤดูร้อน (Spring/Summer) และฤดูหนาว (Autumn/Winter) เพื่อให้สอดคล้องกับการทำงานของนักออกแบบซึ่งในประเทศไทยยังไม่มี จึงทำให้รูปแบบการจัดแสดงของ แอล แฟชั่นวีค เป็นสิ่งแปลกใหม่สำหรับคนไทย โดยแอล แฟชั่นวีคมีวัตถุประสงค์สนับสนุนนักออกแบบเสื้อผ้าไทยและส่งเสริมนักออกแบบรุ่นใหม่ให้มีสถานที่แสดงผลงาน โดยการเข้าร่วมแอลถือเป็น การการันตีคุณภาพและความร่วมสมัยของแบรนด์ ทำให้มีนักออกแบบจำนวนมากเข้าร่วมในโครงการยังดีดีไซน์เนอร์ (Young Designer) ของนิตยสารแอล โครงการนี้ได้ผลิตนักออกแบบที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก เช่น ชำนาญ ภัคดีสุข เริ่มต้นจากการเข้ามาฝึกงานในแบรนด์ฟลายนาวของสมชัย ส่งวัฒนา ตั้งแต่มัธยมปลาย ความคิดสร้างสรรค์และความสามารถเฉพาะตัวที่มีเอกลักษณ์ ทำให้ปัจจุบันได้รับหน้าที่เป็นนักออกแบบและดูแลสาขาของแบรนด์ฟลายนาวในต่างประเทศ¹ วิจิต วิรัชพันธุ์ และคุณอิทธิ เมทะนี เจ้าของและนักออกแบบแบรนด์วิทิต อิทธิ (Vatit Itthi) แบรนด์ไทยที่สร้างชื่อในสหรัฐอเมริกาจากการนำผ้าไทยมาตัดเย็บเป็นชุดราตรีที่ทันสมัยจนได้รับความนิยมจากสื่อต่างประเทศ² เริ่มต้นการทำเสื้อผ้าจากการเป็นคอสตูมดีไซด์เนอร์ให้แก่โรงละครกรุงเทพ³ จนมีโอกาสเปิดแบรนด์เสื้อผ้าของตนเอง และเอก ทองประเสริฐ เจ้าของแบรนด์เอก ทองประเสริฐ (Ek Thongprasert) มีชื่อเสียงจากการนำผ้ามัดย้อมและผ้าไทยมาออกแบบให้ทันสมัยที่สามารถ

¹ รายการปักหมุด, (2559), ปู ชำนาญ ภัคดีสุข.

² มานิตา เข้มทอง, (2549), Vatit Itthi แบรนด์เนมเลื่องชื่อในต่างแดน โดยสองนักออกแบบไทย. (ออนไลน์)

³ แหล่งเดิม.

ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน¹ เริ่มต้นการจากศึกษาด้านแฟชั่นที่ต่างประเทศและนำผ้าไทยไปใช้จนเกิดชื่อเสียงในต่างประเทศ โดยได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดการออกแบบเสื้อผ้า คือ Fashion Collection of the year, International Talent Support ที่ประเทศอิตาลี และ Fashion Weekend Brussels ประเทศเบลเยียม ส่งผลให้เขามีชื่อเสียงอย่างมาก เป็นต้น

นอกจากนี้การสนับสนุนอุตสาหกรรมแฟชั่นจากนโยบายกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นในสมัยของทักษิณ ชินวัตร ประกอบกับความสำเร็จของงานแสดงโชว์ แอล แฟชั่นวีค ทำให้เกิดงานแสดงโชว์ในรูปแบบเดียวกับแอล แฟชั่นวีค คือ บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล แฟชั่นวีค (Bangkok International Fashion Week) ใน พ.ศ.2550 เกิดขึ้นจากความร่วมมือของห้างสรรพสินค้าในเครือบริษัทสยามพารากอน โดยมีศูนย์การค้าสยามพารากอน (Siam Paragon) มีแบรนด์นักออกแบบไทยที่เข้าร่วมคือ อาซาว่า (Asava) โพเอ็ม (POEM) และวาทานิกา (Vatanika) เป็นต้น ขณะที่ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ (Siam Center) มีแบรนด์นักออกแบบไทยที่เข้าร่วมคือ อิซซู่ (Issue) ฟรายเดย์ เทวนดี เซเว่น โนแอมเบอร์ (Fri27Nov.) รสนิยม (Rotsaniyom) และ ทูบวี่ แกลอรี (Tube Gallery) และศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี (Siam Discover) มีแบรนด์ที่เข้าร่วมคือ เลซเซอร์โปรเจค (LEISURE PROJECTS) พี.มิธ (P.MITH) และคิว ดีไซน์ แอนด์ เพลย์ (Q DESIGN AND PLAY) เป็นต้น วัตถุประสงค์ คือ ต้องการสานต่อโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่นของรัฐบาล โดยรวมศูนย์การค้าทั้ง 3 แห่งในบริเวณใกล้เคียงกันมาเป็นศูนย์ทางด้านแฟชั่นที่สำคัญในยุคนี้ และเพื่อสร้างพื้นที่แสดงผลงานสำหรับแบรนด์นักออกแบบไทย พร้อมทั้งสนับสนุนแบรนด์ไทยให้เป็นสินค้าระดับโลก ซึ่งถือว่าแอลแฟชั่นวีคและบางกอกอินเตอร์เนชั่นแนล แฟชั่นวีค เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในวงการแฟชั่นไทย โดยสร้างแรงบันดาลใจ เปิดโอกาสและพื้นที่สำหรับนักออกแบบไทยรุ่นใหม่อีกหลายคน

การเติบโตของนักออกแบบไทยในปัจจุบันขยายตัวได้รวดเร็ว ส่วนหนึ่งมาจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีต่างๆ ที่หลั่งไหลเข้ามา ทำให้เกิดการแพร่หลายทางวัฒนธรรมเข้ามาสู่สังคมไทยมากขึ้น วัฒนธรรมที่สังคมไทยรับมา ไม่เพียงแต่ทางตะวันตกเท่านั้น วัฒนธรรมฝั่งตะวันออกยังบทบาทต่อการแฟชั่นไทยด้วย เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น เป็นต้น² ส่งผลให้เกิดค่านิยมทางด้านแฟชั่นของคนในยุคสมัยนี้ ที่ต้องการบริโภคแฟชั่นที่หลากหลาย

¹ Creative Citizen, (2017), คู่กับนักออกแบบ ‘เอก ทองประเสริฐ’ ไทยอย่างไร...เรียกไทยไม่จบจวดย. (ออนไลน์)

² ศตวรรษ ศรีพระราม. (2558). อิทธิพลของแฟชั่นสู่การสร้างอัตลักษณ์ใหม่. ปรินญาณพนธ์ศิลปศาสตรศึกษา.มหาวิทยาลัยศิลปากร. หน้า 2.

หลายและมีความแตกต่างมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มขึ้นของศูนย์การค้าแห่งใหม่อย่างสยามพารากอนที่สร้างขึ้นในบริเวณเดียวกันกับแหล่งธุรกิจเดิม ห้างสรรพสินค้าในเครือสยามพิวรรธน์¹ ร่วมมือกับสมาคมแฟชั่นดีไซเนอร์กรุงเทพ (Bangkok Fashion Society : BFS)² ที่เกิดจากความร่วมมือของเหล่าสมาชิกแบรนด์แฟชั่นชั้นนำของไทยที่มีอุดมการณ์ด้านความคิดสร้างสรรค์และวิธีการทำงานร่วมกันที่ก่อตั้งมาตั้งแต่ พ.ศ.2553 และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center : TCDC)³ การสร้างพื้นที่รวบรวมผลงานแฟชั่นของนักออกแบบแบรนด์ไทยรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ที่พักอาศัยอยู่ใกล้ๆ ออล ไทย ดีไซเนอร์ อีส เอเชีย (All THAI Designers is here) และห้างสรรพสินค้าเซน (ZEN) ที่เปิดขึ้นเพื่อนักออกแบบแบรนด์ไทยด้วยเช่นกัน โดยใช้ชื่อ ไทย ไทย (The house of Thai designers : THAI THAI) แบรนด์นักออกแบบรุ่นเก่าที่เข้าร่วมโครงการนี้ได้แก่ อาซาว่า(Asava) โพเอม (POEM) วิคทีรุท (Vickteerut) และ มิลิน (Milin) เป็นต้น ขณะที่แบรนด์นักออกแบบรุ่นใหม่ที่เข้าร่วมได้แก่ คานิท (Canitt) วาเลนเทียร์ (Valentier) อินซอมเนีย บาย วรา (INSOMNIA by Vara) และ เทีย บาย ธารา (THEA by Thara) เป็นต้น เป็นพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมของกลุ่มนักออกแบบไทยรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ การแสดงความสามารถทางด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ในวงการแฟชั่นในประเทศไทย โดยจะถูกรวบรวมและต่อยอดเป็นคอลเลกชันที่พิเศษมากยิ่งขึ้น เพื่อขยายตลาดรองรับกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศความนิยมและชื่นชอบในการสวมใส่เสื้อผ้าของนักออกแบบไทยเพิ่มมากขึ้น คนไทยจึงหันมาส่งเสริมการตัดเสื้อผ้าจากนักออกแบบไทย ตลอดจนมีการส่งเสื้อผ้าส่งออกไปต่างประเทศสูง ทำให้มูลค่าการตลาดของสินค้าประเภทนี้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ใน พ.ศ. 2556 มูลค่าอุตสาหกรรมสิ่งทอสูงถึง 86,000 ล้านบาท โดยมีอัตราเสื้อผ้าสินค้าต่างประเทศอยู่ที่ 40 เปอร์เซ็นต์ และอีก 60 เปอร์เซ็นต์เป็นตราสินค้าเสื้อผ้าไทย รวมถึงเสื้อผ้าของนักออกแบบไทยมีสัดส่วนอยู่ที่ 7 เปอร์เซ็นต์ หรือ

¹ สยามเซ็นเตอร์ สยามดิสคัฟเวอรีและสยามพารากอน

² ninnyhammer, (2561), สมาคมแฟชั่นดีไซเนอร์กรุงเทพฯ (Bfs) อวดโฉมสุดยอดผลงานดีไซน์ของ 10 แบรนด์แฟชั่นชั้นนำของไทย. (ออนไลน์)

³Thailand Creative & Design Center (TCDC) คือ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ มีการประกาศจัดตั้งอย่างเป็นทางการวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2547 เพื่อรวบรวมสังคมและวัฒนธรรมไทยให้เข้ากับความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ พร้อมทั้งสร้างแรงบันดาลใจและจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในสังคมไทยผ่านกระบวนการให้ความรู้แบบสากล จนถึงการเป็นแหล่งค้นคว้าที่ทั้งความรู้และความบันเทิงเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์

ประมาณ 6,000 ล้านบาท¹ ซึ่งสูงกว่าอัตราของอุตสาหกรรมสิ่งทอใน พ.ศ.2540 สมัยของรัฐบาลชวน หลีกภัย ที่มีมูลค่า 44,908 ล้านบาท และใน พ.ศ. 2545 สมัยของรัฐบาลทักษิณ ชินวัตรที่มีมูลค่า 72,175 ล้านบาท กล่าวได้ว่าเป็นสัดส่วนที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะคนไทยนิยมสวมเสื้อผ้าของนักออกแบบไทยมากขึ้น เนื่องสินค้ามีรูปแบบและเอกลักษณ์เฉพาะตัว ภาพลักษณ์ชัดเจน ส่งผลให้มูลค่าการตลาดของเสื้อผ้าแฟชั่นสูงขึ้นพร้อมกับการเติบโตของวงการนักออกแบบไทย

4.3 นโยบายการส่งเสริมการใช้ผ้าไทย

การขยายตัวของอุตสาหกรรมแฟชั่นและการเติบโตของนักออกแบบไทยส่งผลให้รัฐบาลออกนโยบายส่งเสริมการใช้ผ้าไทยเพื่อเผยแพร่และต่อยอดภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมผ้าไทยสู่สากล รวมถึงปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์การแต่งกายด้วยผ้าไทยให้ดูทันสมัยและสามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน ผ่านผลงานของนักออกแบบไทยที่มีชื่อเสียง โดยตั้งโครงการพัฒนามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมผ้าไทยสู่สากล เป็นการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการทางวัฒนธรรม สนับสนุนการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ 5F (Film, Food, Festival, Fashion, Fighting) ในเรื่อง Fashion : การออกแบบและแฟชั่น โดยการบูรณาการและร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน² และมีส่วนร่วมในการพัฒนาและช่วยเหลือเป็นที่ปรึกษาเพื่อสร้างความเข้มแข็งและสร้างความมั่นคงผ่านแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมภายในชุมชน กลุ่มที่ทอผ้า ผู้ประกอบการ ทั้ง 14 ชุมชน ได้แก่ ผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติ จุฑาทิพ จังหวัดขอนแก่น ผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ กลุ่มหัตถกรรมคุ้มสุขโข จังหวัดขอนแก่น ไหมแต้มหมี่ กลุ่มสตรีทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านหัวฝาย จังหวัดขอนแก่น ผ้าขาวม้า อิมปานิ จังหวัดราชบุรี ผ้าฝ้ายทอมือคอตตอนฟาร์ม จังหวัดเชียงใหม่ เรือนไหมโบหม่อน จังหวัดสุรินทร์ บาติกเดอนารา จังหวัดปัตตานี ชาคราฟท์ จังหวัดแพร่ ผ้าซาโลมา ปาเต๊ะ จังหวัดนราธิวาส ไทบาติก จังหวัดกระบี่ ร้านฝ้ายเข็น จังหวัดอุบลราชธานี บ้านหนองอีบุตร จังหวัดกาฬสินธุ์ ฉัตรทองไหมไทย จังหวัดนครราชสีมา และศญา บาติก นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยทั้ง 14 ชุมชนสามารถดำเนินการทอผ้าและ

¹ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, (2556), สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไตรมาสที่ 3 ปี 2556 (กรกฎาคม – กันยายน 2556)(อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม). (ออนไลน์)

² Posttoday, (2563), 'แฟชั่นผ้าไทย' จากองค์ความรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสู่ความเป็นสากล. (ออนไลน์)

สร้างสรรค์ผ้าไทยให้มีความแปลกใหม่ตามกระแสของวงการแฟชั่น รวมถึงสืบสานและส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณี และนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านมิติผ้าไทย ซึ่งเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่มาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจบนวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนให้อยู่คู่สังคมไทย

นอกจากนี้การสนับสนุนการใช้ผ้าไทยยังตอบสนองนโยบายกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นและหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของรัฐบาลใน พ.ศ.2544¹ ทั้งยังสนับสนุนให้นำผ้าไทยมาตัดเย็บให้เข้ากับรูปแบบของเสื้อผ้ายุคใหม่ หรือการผสมผสานตกแต่งด้วยความคิดสร้างสรรค์จากนักออกแบบไทยที่มีชื่อเสียง เช่น อาชาว่า โพธิ์งาม วทานิกา และกลุ่มนักออกแบบรุ่นใหม่ในกลุ่มยังไทยดีไซเนอร์ สร้างสรรค์ออกมาเป็นคอลเลกชันใหม่เป็นเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์ ดัดแปลงให้ดูทันสมัยเข้าได้กับทุกแฟชั่น และสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน

4.4 ไทยดีไซเนอร์ หรือนักออกแบบเสื้อผ้าไทย ที่มีชื่อเสียงในช่วงยุคสมัยนี้

วงการนักออกแบบไทยในยุคสมัยนี้ ประสบความสำเร็จได้ส่วนหนึ่งเกิดจากการสนับสนุนของรัฐบาลและเอกชนทำให้เกิดการสร้างแบรนด์ รวมถึงแนวคิดในการออกแบบเสื้อผ้าที่แตกต่างกัน รูปแบบเสื้อผ้าในสมัยนี้จึงแตกต่างจากในยุคเทรนเซ็นเตอร์ที่มีจุดร่วมของรูปแบบเสื้อผ้าที่เหมือนกัน เช่น การใส่กางเกงเอวต่ำ เสื้อยืดและรองเท้าส้นตึก แต่มีความแตกต่างกันไปตามการออกแบบของแต่ละแบรนด์ ซึ่งต่างกับนักออกแบบเสื้อผ้าในยุคปัจจุบันที่ออกแบบตามแรงบันดาลใจและความคิดของนักออกแบบ ไม่ยึดติดอยู่กับกระแสนิยม จึงทำให้รูปแบบเสื้อผ้าในยุคปัจจุบันมีความหลากหลายและแตกต่างออกไปจากยุคเทรนเซ็นเตอร์ นอกจากนี้การเข้าถึงแฟชั่นของประชาชนยังมีความแตกต่างกัน ยุคเทรนเซ็นเตอร์การเข้าถึงแฟชั่นจากนิตยสารหรือแหล่งรวมแฟชั่นที่มีเพียงไม่กี่แห่ง เช่น สยามสแควร์หรือสยามเซ็นเตอร์ แต่ในยุคปัจจุบันการเข้าถึงแฟชั่นจากสื่อต่างๆ ทางสังคมได้สะดวกขึ้น เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ เป็นต้น รวมถึงศูนย์รวมแฟชั่นมีจำนวนมากขึ้นและอยู่ในบริเวณเดียวกัน เช่น สยามเซ็นเตอร์ สยามดิศค์ฟเวอรีและสยามพารากอน ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงแฟชั่นได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ในปัจจุบันเกิดแบรนด์นักออกแบบไทยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยแบรนด์ที่ยกมาศึกษาทั้ง 5 แบรนด์นี้ เป็นแบรนด์นักออกแบบรุ่นใหม่ที่อยู่ในกลุ่มไทยดีไซเนอร์และมีผลงานการออกแบบเสื้อและการผลิตที่โดดเด่นและกำลังได้รับความนิยมในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

¹ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, (2563), Otop Today. (ออนไลน์)

การศึกษาแบรนด์ของนักออกแบบรุ่นใหม่แบรนด์แรก คือ สเรทซิส (Sretsis) ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2545 โดยพี่น้องตระกูลสุชะหุต โดยพิมพ์ดาว สุชะหุต จบการศึกษาจากสถาบันออกแบบแฟชั่นจากสถาบัน Parsons ในสหรัฐอเมริกา เป็นผู้ออกแบบเสื้อผ้า คล้ายเดือน สุชะหุต เป็นผู้จัดการฝ่ายการตลาด และมัทนา สุชะหุตออกแบบเครื่องประดับ ได้เปิดตัวคอลเลกชันแรก ในชื่อ “Heart” ที่แอล แฟชั่นวีค (Elle Fashion Week) พ.ศ.2546 ในฐานะนักออกแบบรุ่นใหม่ นอกจากนี้ยังได้ทุนจากรัฐบาลไปดูงานและจัดแสดงผลงานในต่างประเทศ¹ และได้รับคัดเลือกให้ร่วมงาน White ที่มีลานใน พ.ศ.2547 ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้า (Trade show) สำหรับผู้หญิงจากทั่วโลก²

สเรทซิสได้รับการติดต่อให้เปิดแสดงสินค้าในนิวยอร์ก ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการนำสินค้าของแบรนด์ไปวางขายในเมืองสำคัญอื่นๆ เช่น ลอนดอน (London) ซิดนีย์ (Sydney) โตเกียว (Tokyo) รัสเซีย (Russia) จีน (China) ดูไบ (Dubai) และซาอุดีอาระเบีย (The Kingdom of Saudi Arabia) พร้อมกับมีผู้แทนจำหน่ายในอีกหลายๆ ประเทศ³ สเรทซิสพัฒนาคุณภาพมาตรฐานและบริหารจัดการทุกอย่างให้เป็นระบบมากขึ้น ทั้งการออกแบบ การขยายเป็นโรงงานผลิตรายการตลาด และการประชาสัมพันธ์ และเริ่มเป็นที่รู้จักในสหรัฐอเมริกา เมื่อปารีส ฮิลตัน (Paris Hilton) และ นิกกี ฮิลตัน (Nicky Hilton) สวมใส่เสื้อผ้าแบรนด์สเรทซิส สเรทซิสจึงเริ่มเป็นที่สนใจของผู้หญิงในสหรัฐอเมริกา และบุคคลที่มีชื่อเสียง นอกจากนี้สเรทซิสยังได้เข้าร่วมในงานสัปดาห์แฟชั่นที่กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น (Tokyo fashion week) ใน พ.ศ.2557 และได้รับผลตอบแทนเป็นอย่างดี ทำให้สามารถขยายสาขาไปเปิดย่านอาโอยามา (Aoyama) ในกรุงโตเกียว ในชื่อ สเรทซิท อินน์ (Sretsis Inn) ความนิยมในต่างประเทศทำให้คนไทยเริ่มหันมาสนใจเสื้อผ้าของสเรทซิสมากขึ้น

สเรทซิสใช้กลยุทธ์การจัดแฟชั่นโชว์ เพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยร่วมแสดงโชว์ระดับประเทศ อย่างแอล แฟชั่นวีค ทำให้ได้รับการตอบรับจากลูกค้าและคนในวงการแฟชั่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ สเรทซิสจึงกลายเป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วและเป็นแบรนด์ไทยแบรนด์แรกๆ ที่เปิดตลาดในต่างประเทศได้ รวมถึงรูปแบบของเสื้อผ้าที่สะท้อนความเป็นตัวตนของนักออกแบบ ถ่ายทอดผ่านการออกแบบเสื้อผ้าเป็นสไตล์วินเทจ มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ไม่อิงกับกระแสนิยมและให้ความสำคัญกับการออกแบบและพัฒนาลายพิมพ์และผ้าให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ทำให้สเรทซิสได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าทั้งในและนอกประเทศ ทั้งยังส่งผลให้ต่างประเทศเริ่มให้ความสนใจและความสำคัญกับนักออกแบบไทยเพิ่มมากขึ้น

¹ Forbes Thailand, (2557), Sretsis: The Three Sisters' Twists. (ออนไลน์)

² Exhibition Info, (2563), White Milano 2020 Milan, Italy. (ออนไลน์)

³ แหล่งเดิม.

ความสำเร็จของสเรทซิส ทำให้ได้ร่วมออกแบบสินค้ากับแบรนด์อื่นๆ ทั้งในไทยและต่างประเทศ โดยในประเทศไทยสเรทซิสร่วมมือกับแบรนด์เครื่องหอมและผลิตภัณฑ์บำรุงผิวอย่างเอิบ (ERB) ร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้คอลเลกชันพิเศษ เอิบ ฟอร์ สเรทซิส ลาเบอเรนธ์ (Erb for Sretsis Labyrinth) ในพ.ศ. 2558¹ สเรทซิสนำลายพิมพ์ลาเบอเรนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคอลเลกชัน ฟอล วินเทอร์ 2015 (Fall – Winter 2015) มาพิมพ์ลงบนกระเป๋าคาดอกที่ตัดเย็บและออกแบบขึ้นมาเฉพาะของเอิบ วางขายในเฉพาะประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น นอกจากนี้สเรทซิสยังร่วมมือกับคาเรล (CAREL) ยี่ห้อรองเท้าจากประเทศฝรั่งเศส ร่วมออกแบบรองเท้าภายใต้คอลเลกชัน สเรทซิส เอ็กซ์ คาเรล เมจิก ฮาว์ ฟอลวินเทอร์ 2018² (SRETSIS X CAREL “MAGIC HOUR” Fall/Winter 2018) พร้อมทั้งวางขายในประเทศไทยและต่างประเทศ

ผลตอบรับที่ดีจากการทำเสื้อผ้าทำให้สเรทซิสเปิดกิจการร้านขนมและเครื่องดื่ม ภายใต้ชื่อ สเรทซิส พาเลอ (Sretsis Parlour) ซึ่งร้านจะตกแต่งด้วยรูปแบบที่คล้ายกับรูปแบบของร้านเสื้อผ้า เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในวิถีชีวิตสมัยใหม่ และยังเปิดแบรนด์เสื้อผ้าสำหรับเด็ก ภายใต้ชื่อ ลิตเติ้ล ซิสเตอร์ (Little Sister) และแบรนด์ Sincerely Yours ซึ่งเป็นแบรนด์เลาจน์แวร์ (Lounge wears)³ สำหรับผู้หญิงและผู้ชายสามารถใส่ไปทำกิจกรรมนอกสถานที่ การขยายตัวของแบรนด์ออกเป็นสินค้าประเภทต่างๆ และการขยายสาขากว่า 100 สาขาทั่วโลกเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จของสเรทซิสได้เป็นอย่างดี

¹ ไทยรัฐออนไลน์. (2558). สเรทซิส และเอิบ ร่วมเนรมิต คอลเลกชันพิเศษ 'Erb for Sretsis Labyrinth'. (ออนไลน์)

² Mary Losmithgul. (2018). Sretsis Collaborates With French Shoemaker Carel For The “Magic Hour” Collection. (Online)

³ เลาจน์แวร์ (Lounge wears) คือ เสื้อผ้าที่ออกแบบมาเพื่อใส่อยู่บ้านหรือใช้ในเวลาพักผ่อน



ภาพประกอบ 14 มตินา สุชะหุต พิมพิ์ดาว สุชะหุต และคล้ายเดือน สุชะหุต

ที่มา: <https://www.timeout.com>

แบรนด์ที่สอง คือ ดิชยา (Disaya) ก่อตั้งโดยดิชยา สรไกรกิติกุล จบการศึกษาทางด้านแฟชั่นจาก Central Saint Martins College of Art and Design เริ่มจากการทำรูปแบบชิ้นส่วนเพื่อประกอบเป็นเสื้อผ้าและได้เริ่มออกแบบชุดชั้นในซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในยุโรปจนสามารถเปิดโรงงานของตัวเอง ภายใต้ชื่อแบรนด์ บูดัวร์ บาย ดิชยา (Boudoir by Disaya)¹ ในประเทศอังกฤษ ต่อมาได้รับเชิญจากกุลวิท เลาสุขศรี บรรณาธิการนิตยสารแอลให้ขึ้นแสดงโชว์ใน แอล แฟชั่นวีค พ.ศ. 2547 ในฐานะนักออกแบบรุ่นใหม่ การจัดแสดงแฟชั่นโชว์เป็นครั้งแรก ดิชยาได้รับเสียงตอบรับที่ดีและเริ่มเป็นที่รู้จักในประเทศไทย จึงทำให้ดิชยาขยายการผลิตจากชุดชั้นในมาสู่การผลิตเสื้อผ้าและเครื่องประดับในรูปแบบต่างๆ แต่เมื่อ พ.ศ. 2550 เกิดเศรษฐกิจตกต่ำในสหรัฐอเมริกา ที่เรียกว่าวิกฤตเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ (Hamburger Crisis) ทำให้ตลาดเสื้อผ้าของดิชยาในต่างประเทศซบเซาลง ดิชยาจึงหันมาเปิดตลาดที่ประเทศไทย โดยมีดิชยาเป็นดีไซน์เนอร์ประจำแบรนด์และมีช่างตัดเย็บประจำโรงงาน ด้วยรูปแบบเสื้อผ้าที่ทันสมัย เนื้อผ้าใส่สบาย สามารถสวมใส่ในทุกสถานการณ์ ทำให้ดิชยากลายเป็นที่นิยมในประเทศไทย

การขยายตลาดของดิชยากลับมาในประเทศไทยถือว่าประสบความสำเร็จด้วยดี ส่วนหนึ่งมาจากการเข้าร่วมแอล แฟชั่นวีค ทำให้คนทั่วไปรู้จักดิชยามากขึ้น รวมถึงการขยายสาขาโดยการเปิดร้านในห้างสรรพสินค้าที่ประเทศญี่ปุ่น 3 แห่ง ได้แก่ Mitsukoshi Ginza (มิตซูโกชิ

¹ ทรูออนไลน์, (2561), 'ไทยดีไซน์เนอร์ไม่แพ้ชาติใดในโลก. (ออนไลน์)

กินซ่า), Isetan (อิเซตัน) และ Hankyu (ฮันคิว) ภายใต้ชื่อแบรนด์ ดิชยา บุนกะ (Disaya Bunka)¹ และเปิดตัวในคอลเลกชันแรก ภายใต้ชื่อ ดิชยา ฟอล/วินเทอร์ 2017 คอลเลกชัน (DISAYA Fall/Winter 2017 Collection) ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปะการจัดดอกไม้สไตล์อิเคบะนะ (Ikebana) การขยายสาขาไปญี่ปุ่นของดิชยาประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ด้วยผลงานในต่างประเทศทำให้ได้รับการยอมรับจนนำไปสู่การร่วมมือกับนักแสดงที่มีชื่อเสียงทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ อย่างนิษฐา จิรยั่งยืน² ในการออกแบบคอลเลกชันร่วมกัน ภายใต้ชื่อ ดิชยา เอ็กซ์ มีว นิษฐา (DISAYA X MEW NITTHA) ใน พ.ศ.2562 ซึ่งเป็นคอลเลกชันพิเศษสำหรับเทศกาลตรุษจีน โดยการนำลายพิมพ์หลักของคอลเลกชัน สปริง/ซัมเมอร์ 2019 ของดิชยามาเป็นส่วนหนึ่งในคอลเลกชัน นำมาออกแบบในสไตล์ โมเดิร์นไชนีส โดยนำวัฒนธรรมจีนมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบครั้งนี้

ผลตอบรับที่ดีทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ดิชยาขยายการผลิตไปในรูปแบบอื่นๆ เช่น ซัมมิง บูดัวร์³ (Something Boudoir) เป็นเสื้อผ้าสำหรับเด็กและได้รับลิขสิทธิ์จากดิสนีย์ สำหรับการนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้า นอกจากนี้ยังมีแบรนด์ ดิ โอนลี่ ซัน (The Only Son) เสื้อผ้าสไตล์เรียบง่าย (Minimal) สำหรับวัยรุ่นที่สามารถใส่ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ชื่อเสียงและผลงานของดิชยาทำให้แบรนด์ต่างประเทศหลายแบรนด์อย่างเช่น แบรินดจิมมี ชูว (Jimmy Choo) โคลเอ (Chloé) วาเลนติโน (Valentino) และไลก้า (Leica)⁴ ให้เป็นตัวแทนนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย

แบรนด์ดิชยายังเป็นที่รู้จักมากขึ้นเมื่อมีบุคคลที่มีชื่อเสียงและนักแสดงต่างชาติสวมเสื้อผ้าของดิชยา เช่น แอน แฮททาวเย์ (Anne Hathaway) เอมี ไวน์เฮ้าส์ (Amy Winehouse) ปารีส ฮิลตัน (Paris Hilton) และเทย์เลอร์ สวิฟ (Taylor Swift) เป็นต้น ความสำเร็จของดิชยาทำให้นักออกแบบไทยคนอื่นๆ เริ่มเป็นที่รู้จักในต่างประเทศ รวมถึงประสบการณ์และชื่อเสียงที่สะสมมานานทำให้ดิชยากลายเป็นนักออกแบบแนวหน้าในวงการแฟชั่นไทย

¹ Disaya, (2562), Disaya's Japan Obsession. (ออนไลน์)

² Disaya. (2562), Disaya X Mew Nittha. (ออนไลน์)

³ Something Boudoir, (2562), Something About Us. (ออนไลน์)

⁴ HELLO MAGAZINE THAILAND, (2562), ดิชยา สรไกรกิติกุล ศรีเอทีฟไคเรกเตอร์ บริษัท เอ-ลิส คอร์ปอเรท จำกัด. (ออนไลน์)



ภาพประกอบ 15 ดิษยา สรไกรกิติกุล

ที่มา: <https://www.thairath.co.th/women/style/990094>

แบรนด์ที่สาม โฟเอ็ม (POEM) ก่อตั้งใน พ.ศ.2549 โดยชนล ไคสิริ เจ้าของแบรนด์ ใช้ประสบการณ์จากการทำละครเวทีของคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการออกแบบเสื้อผ้าในยุคสมัยที่แตกต่างกันไปตามบทละคร โดยเฉพาะละครพีเรียดย้อนยุค ประกอบกับกิจการร้านตัดเสื้อของครอบครัว ทำให้ชนลต้องการพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าของร้านให้ทันสมัยมากขึ้น จึงตัดสินใจเปิดร้านเสื้อผ้าของตัวเองภายใต้ชื่อแบรนด์โฟเอ็ม โดยมีชนลเป็นดีไซน์เนอร์และมีช่างตัดเย็บ ซึ่งเป็นลูกน้องเก่าของร้านตัดเสื้อคุณแม่ จำนวน 4 - 5 คน โดยเปิดสาขาแรกที่สยามสแควร์ ช่วงแรกของการเปิดร้าน ลูกค้าส่วนใหญ่มักเป็นผู้หญิงวัยทำงาน โฟเอ็มเริ่มเป็นที่รู้จักในวงสังคมมากขึ้นจากการแนะนำลูกค้าเดิมโดยการบอกต่อ ทำให้นักแสดงและบุคคลที่มีชื่อเสียงเริ่มให้ความสนใจและหันมาสวมใส่โฟเอ็ม เช่น ปาณิสรา อารยสกุล สวมชุดแต่งงาน ที่ตัดโดยโฟเอ็ม รวมถึงบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น สาวิตรี วิจารณ์ภักษ์ แอน ทองประสม สุชาฎา บุญกุล ที่เลือกสวมใส่ชุดของโฟเอ็มในงานสำคัญต่างๆ หลังจากโฟเอ็มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น จึงขยายฐานการผลิตไปทำแบรนด์เสื้อผ้าผู้ชายในชื่อ โฟเอ็มเมนแวร์ (POEM's wears) ใน พ.ศ.2553 ที่เกสร พลาชาจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความสำเร็จของโฟเอ็มและโฟเอ็มเมนแวร์ ทำให้ขยายฐานการผลิตโดยเพิ่มจำนวนช่างตัดเย็บที่จากเดิมมีเพียงช่างตัด 4 - 5 คน เป็น 15 - 20 คน รวมถึงการจัดการในรูปแบบของระบบบริษัท การแบ่งสัดส่วนเป็นพนักงานต้อนรับหน้าร้าน พนักงานขายออนไลน์ กราฟฟิคดีไซน์ และช่างตัดเย็บเสื้อผ้า เป็นต้น

โฟเอ็มเริ่มเป็นที่รู้จักในวงสังคมไทยมากขึ้นจากคอลเลคชั่น ออลเซนต์ (All Saint) ใน พ.ศ. 2555 และจากการออกแบบชุดให้นางงาม โดยได้รับการรับเลือกให้ออกแบบชุดให้กับกองประกวดมิสยูนิเวิร์สถึง 3 ปี รวมถึงนางงามจักรวาล พ.ศ. 2015 เพีย วูร์ทซบาค (Pia Wurtzbach) ยังเลือกชุดของโฟเอ็มไปใส่ ในช่วงดำรงตำแหน่ง นอกจากนี้โฟเอ็มได้ทำแฟชั่นโชว์ในงาน บางกอกอินเตอร์

เนชั่นแนล แฟชั่นวีค (Bangkok International Fashion week) ซึ่งทำให้คนทั่วไปรู้จักโพเอ็มมากยิ่งขึ้น ทำให้ขยายฐานลูกค้าออกไปในต่างประเทศ โดยประเทศแรกที่โพเอ็มขยายฐานลูกค้าออกไป คือ จีน โดยได้รับเชิญให้ไปแสดงโชว์ Boao Fashion Art week การจัดแสดงดังกล่าวทำให้โพเอ็มสามารถเปิดสาขาที่ประเทศจีนได้ใน พ.ศ.2560 และสามารถขยายสาขาไปที่ ฮองกง และ สิงคโปร์ในปีต่อมา

ผลตอบรับที่จากต่างประเทศทำให้โพเอ็มมีโอกาสร่วมงานกับแบรนด์เครื่องสำอางที่มีชื่อเสียงในประเทศไทยอย่าง ชิเซโด ไทยแลนด์ (Shiseido Thailand) ใน พ.ศ.2559 ร่วมกันจัดแสดงโชว์ครบรอบ 10 ปีของโพเอ็ม ในชื่อ ‘เอ ดีเคด ออฟ แกลมเมอร์’ (A Decade of Glamour) โดยได้แรงบันดาลใจมาจาก ดิต้า วอน ทีส (Dita Von Teese) นักแสดงเปลื้องผ้า (Burlesque) ที่ขึ้นชอปปิลปะในทศวรรษ 1950 ซึ่งมีเอกลักษณ์การแต่งกายด้วยรูปแบบที่เน้นสัดส่วนนอก เหว และ สะโพกที่ชัดเจน รวมถึงได้รับแรงบันดาลใจมาจากภาพวาดยุคโรแมนติกใน ค.ศ. 1888 เดอะ โรส เซส ออฟ เฮลิโอกาบาลัส (The Rose of Heliogabalus) ของจิตรกรชาวอังกฤษ เซอร์ ลอว์เรนซ์ อัลมา-ทาเดมา (Sir Lawrence Alma-Tadema) ที่นำเสนอเรื่องราวของความสวยงามผ่านทางดอกกุหลาบซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในคอลเลคชันนี้ พร้อมทั้งเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบคอลเลคชันพิเศษอื่นๆ ร่วมกับชิเซโดไทยแลนด์อีกด้วย นอกจากนี้ยังได้ร่วมงานกับ บีเอ็มดับเบิลยู ไทยแลนด์ (BMW Thailand) ใน พ.ศ.2561 โดยบริษัทอมรเพรสที่จ¹ ออกคอลเลคชันพิเศษสำหรับงานเปิดตัว BMW SERVICE OUTLET ศูนย์บริการหลังการขายอย่างเป็นทางการของ บีเอ็มดับเบิลยู แห่งแรกของประเทศไทย

ความโดดเด่นของลักษณะรูปแบบเสื้อผ้าของโพเอ็มที่มีลักษณะเฉพาะ โดยเป็นรูปแบบเสื้อผ้าในเหมือนในช่วงทศวรรษ 1950 นำมาออกแบบให้ทันสมัยมากขึ้น เห็นได้จากรูปแบบของเสื้อผ้าในคอลเลคชัน ออลเซนต์ที่มีลักษณะเป็นเสื้อเกาะไหล่ กระโปรงบาน รูปแบบแฟชั่นในช่วงทศวรรษที่ 1950 ที่โพเอ็มได้นำกลับมาทำใหม่จนกลายเป็นที่นิยมในยุคปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดเสื้อผ้าในลักษณะคล้ายกันนี้ในแบรนด์ต่างๆ แต่ด้วยรูปแบบเสื้อผ้าของโพเอ็ม นำรูปทรงของรูปเรขาคณิตมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้า สังเกตได้จากชุดของโพเอ็มทุกชุดจะมีเส้นด้านข้าง เส้นที่เรียกว่า Second line เป็นการเล่นแสงและเงาให้รูปร่างของผู้หญิงดูมีมิติมากขึ้น รวมถึงการนำคอร์เซท (Corset)² มาเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบเสื้อผ้าที่ยังไม่มีแบรนด์ไหนนำมาใช้ ทำให้ผู้ที่สวม

¹ Alisa Mekmanee & Mika Apichatsakol, (2561), Amorn Prestige and Bmw Thailand Launch Bmw Service Only Outlet. (ออนไลน์)

² ขวณล ไคลี, สัมภาษณ์โดย วรณชนก บุญปราชัย, 2560.

ใส่เสื้อผ้าของโพเอ็มมีรูปร่างชัดเจน เน้นอก เอว สะโพก ประสิทธิภาพและรูปแบบเสื้อผ้าที่แตกต่าง ทำให้โพเอ็มขึ้นชื่อว่าเป็น 1 ใน 5 แบรินด์เสื้อผ้าไทยที่ผู้หญิงไทยอยากสวมใส่มากที่สุด¹



ภาพประกอบ 16 ชวนล ไคสิริ

ที่มา: <https://www.sanook.com/women/53913/>

แบรนด์ที่ดีที่สุดคือ อาซาว่า (ASAVA) ก่อตั้งใน พ.ศ.2551² โดยพลพัฒน์ อัศวะประภา นายกสมาคมแฟชั่นดีไซเนอร์กรุงเทพ (Bangkok Fashion Society หรือ BFS)³ ภายหลังจากจบการศึกษาจากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ศึกษาต่อทางด้านการบริหารที่แคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่สหรัฐอเมริกาพลพัฒน์เริ่มสนใจในการออกแบบเสื้อผ้า จึงได้สะสมความรู้และประสบการณ์จากการทำงานในต่างประเทศ โดยเข้าทำงานกับ มาร์ก จาคอบส์ (Marc Jacob) จิออร์จิโอ อาร์มานี (Giorgio Armani) และ แม็กมาร่า (Max Mara)⁴ จนสามารถกลับมาเปิดแบรนด์เป็นของตัวเองในประเทศไทยได้

¹ kanyap, (2562), ใครใส่ก็สวยหมด! พาวิเคราะห์ ทำไมสาว ๆ ถึงอยากใส่แบรนด์ Poem มากที่สุด. (ออนไลน์)

² พลพัฒน์ อัศวะประภา, สัมภาษณ์โดย ทีมงาน ELLE, 2561.

³ มติชนออนไลน์, (2559), รู้จัก “หมู-อาซาว่า” พลพัฒน์ อัศวะประภา ดีไซเนอร์ผู้ทรงอิทธิพลวงการแฟชั่นไทย. (ออนไลน์)

⁴ แหล่งเดิม.

คอลเลกชันที่สร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์อาซาว่าคือ คอลเลกชัน อัปทาวน์ เกิร์ล (Uptown Girls) ในการเข้าร่วมแอล แฟชั่นวีค ใน พ.ศ. 2551¹ รูปแบบเสื้อผ้าที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ที่ต้องการจะนำเสนอเสน่ห์ความคลาสสิกของผู้หญิงสมัยใหม่ โดยรับแรงบันดาลใจการออกแบบมาจากการใช้ชีวิตของผู้หญิงในนิวยอร์ก ที่มีความเร่ร่อนแต่ยังแฝงไปด้วยความหรูหรา และทันสมัย โทนสีเป็นเอกลักษณ์ประจำแบรนด์ ได้แก่ สีขาว แดง น้ำเงิน² ซึ่งมีอยู่ในทุกคอลเลกชันของอาซาว่า การแสดงโชว์ครั้งนี้ทำให้อาซาว่าได้รับการพูดถึงในวงการแฟชั่นเป็นอย่างมาก จึงทำให้อาซาว่าสามารถขยายฐานการผลิตไปสู่รูปแบบของโรงงานและขยายแบรนด์เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าในกลุ่มอื่น โดยขยายเป็นแบรนด์ เอเอสวี (ASV) ใน พ.ศ.2553 เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าไปยังวัยรุ่น โดยยังคงความคลาสสิกและเรียบหรูที่เป็นเอกลักษณ์ของอาซาว่า แต่เพิ่มรายละเอียดลงไปในรูปแบบของเสื้อและเปลี่ยนการใช้โทนสีที่มีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ยังขยายไปสู่การตัดเครื่องแบบพนักงานให้กับบริษัทต่างๆ ภายใต้ชื่อ ยูนิฟอร์ม บาย อาซาว่า (Uniform by ASAVA) ใน พ.ศ.2554 เช่น สายการบินบางกอกแอร์ ยูนิลีเวอร์ โรงแรมโซฟิเทล โซ หัวหิน และ เมืองไทยประกันชีวิต³ เป็นต้น และยังขยายรูปแบบเสื้อผ้าไปสู่การตัดชุดเจ้าสาวในชื่อ ไวท์ อาซาว่า (White Asava) ใน พ.ศ.2560 เพื่อรวบรวมรูปแบบและเทคนิคสำคัญในการทำเสื้อผ้าของแบรนด์สำหรับผู้ที่เป็นเจ้าสาว โดยลักษณะที่สำคัญของไวท์ อาซาว่า คือ เสื้อผ้าที่เป็นสีขาวเท่านั้น

อาซาว่าเป็นที่รู้จักมากขึ้นใน พ.ศ.2559 เมื่อนักแสดงอย่าง ดาวิกา โฮร์เน่ สวมชุดจากแบรนด์อาซาว่าเข้าร่วมงาน Magnum Global Event ที่เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส ในฐานะ Magnum Brand Ambassador จากประเทศไทย⁴ ผลงานของอาซาว่า ทำให้ได้รับการติดต่อจากกองประกวดมิสยูนิเวิร์สในการออกแบบชุดให้กับนางงามสำหรับการเข้าประกวดตั้งแต่ พ.ศ.2558 และทุกชุดของอาซาว่าเป็นที่กล่าวถึงจากสำนักพิมพ์ต่างประเทศจำนวนมากว่าเป็นชุดราตรีที่สวยงามที่สุดชุดหนึ่งบนเวทีประกวดและเป็นชุดราตรีที่แสดงถึงความสง่างาม ซึ่งเกิดจากการประยุกต์ความ

¹ ชูติมา-ศศิธร จำปาเทศ, (2559), พลพัฒน์ อัศวะประภา แฟชั่น (ไทย) กำลังก้าวไปข้างหน้า. (ออนไลน์)

² thansettakij, (2560), 'Asv X Sara L. Capsule Collection'. (ออนไลน์)

³ มติชนออนไลน์, (2559), รู้จัก “หนู-อาซาว่า” พลพัฒน์ อัศวะประภา ดีไซน์เนอร์ผู้ทรงอิทธิพลวงการแฟชั่นไทย.

⁴ มติชนออนไลน์. (2559), ‘หนู Asava’ โพสต์ภาพขึ้นชม ‘ใหม่ ดาวิกา’ จบดราม่าเมืองคานส์แบบสวยๆ. (ออนไลน์)

สมัยใหม่ของรูปแบบเสื้อผ้าเข้ากับผ้าไทยดั้งเดิมซึ่งเป็นเอกลักษณ์ประจำประเทศไทยได้อย่างลงตัว

อาชาว่าขยายการแบรนด์การทำเสื้อผ้าไปสู่การทำร้านอาหาร ภายใต้ชื่อ ซาว่า ไดนิง (Sava Dining) ที่ห้างสรรพสินค้าเอ็มควอเทียร์ (Emquartier) ใน พ.ศ.2558¹ ภายในร้านตกแต่งรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ที่ทันสมัยของอาชาว่าและใช้สีประจำของแบรนด์ คือ สีน้ำเงินและขาวในการตกแต่งร้าน ประสบการณ์และการทำงานในหลายด้านของพลพัฒน์ ทำให้อาชาว่ากลายเป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียงทั้งนอกประเทศและในประเทศ รวมถึงเป็นห้องเสื้อชั้นนำของประเทศไทยที่ถูกพูดถึงและเป็นที่ยอมรับในวงการแฟชั่น



ภาพประกอบ 17 พลพัฒน์ อัศวะประภา

ที่มา: https://www.matichon.co.th/lifestyle/news_118994

แบรนด์สุดท้าย คือ วทานิกา (Vatanika) เป็นแบรนด์เสื้อผ้าที่ก่อตั้งโดยวทานิกา บัณฑิต ญ อยู่ทยา เริ่มต้นจากความสนใจในการทำเครื่องหนังและก่อตั้งแบรนด์กระเป๋าภายใต้ชื่อของตนเอง ใน พ.ศ.2553 โดยออกแบบกระเป๋าตามความต้องการของลูกค้าและได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี ทำให้วทานิกาขยายการผลิตไปสู่การตัดเย็บเสื้อผ้าใน พ.ศ.2555² สาขาแรกตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้า ดิ เอ็มโพเรียม หลังจากนั้นแบรนด์เสื้อผ้าของวทานิกาเริ่มเป็นที่กล่าวถึงจากบุคคลในวงการแฟชั่นและบุคคลที่ชื่นชอบแฟชั่น ทำให้วทานิกาได้เข้าร่วมแสดงโชว์กับ แอล แฟชั่นวีค และกลายเป็นที่รู้จักเป็นวงกว้างในเวลาต่อมา

¹ ประชาชาติธุรกิจ, (2561), ฉีกแนวดีไซน์เอร์ดับทอป “หมู อาชาว่า” ทำร้านอาหาร...ทำทาย เหมือน จัดแฟชั่นโชว์ทุกวัน. (ออนไลน์)

² สัมภาษณ์

วาทานิกาเริ่มมีชื่อเสียงในต่างประเทศ เมื่อนักแสดงจากประเทศไทยอย่าง รฐา โพธิ์งาม เป็นตัวแทนประเทศไทยไปเดินพรมแดงในเทศกาลภาพยนตร์ เมืองคานส์ (Festival de Cannes) ในพ.ศ.2556¹ และ ดาวิกา โฮร์เน่ ได้เข้าร่วมงาน Magnum Global Event ณ เมืองคานส์ ประเทศฝรั่งเศส ในพ.ศ.2559 โดยแต่งกายด้วยชุดของวาทานิกาและได้รับคำชมจากสื่อต่างชาติถึงความสวยงามและเหมาะสมกับบุคลิก² นอกจากนี้วาทานิกายังได้ออกแบบกระเป๋าพร้อมกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง อย่าง โอเรียนทอล พรินเซส (Oriental Princess)³ ใน พ.ศ.2560 ภายใต้ชื่อคอลเลคชั่น โอเรียนทอล พรินเซส วีด้า แอนด์ แวนด้า ซิกเนเจอร์ แบ็กส์ ดีไซน์ บาย วาทานิกา (Oriental Princess Veda and Vanda Signature Bags Designed by VATANIKA) ภายใต้คอนเซ็ปต์ โอเรียนทอล ชิค (Oriental Chic) ด้วยการนำเอกลักษณ์เฉพาะของโอเรียนทอล พรินเซส รวมเข้ากับลักษณะที่โดดเด่นของวาทานิกาและยังได้ร่วมออกแบบคอลเลคชั่นพิเศษสำหรับการเปิดตัวรถของโรลส์ - รอยส์ (Rolls-Royce) ใน พ.ศ.2560⁴ ภายใต้ชื่อ โรลส์ - รอยส์ เอ็กซ์ วาทานิกา (Rolls-Royce x VATANIKA) การแสดงโชว์จัดขึ้นในงานมหกรรมยานยนต์ครั้งที่34 โดยคอลเลคชั่นพิเศษที่จัดทำขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของคอลเลคชั่นรีสอร์ท⁵ 2018 (VATANIKA Resort Collection 2018) อีกด้วย จากการร่วมมือกับแบรนด์ข้างต้นส่งผลทำให้วาทานิกาเป็นที่รู้จักมากขึ้น

รูปแบบการนำเสนอแบรนด์ที่แตกต่างจากแบรนด์อื่น โดยการนำเสนอตัวตนและการใช้ชีวิตผ่านทางรูปแบบของเสื้อผ้า รวมถึงดีไซน์ที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์ ใช้วัสดุคุณภาพดี การตัดเย็บอย่างประณีต รูปแบบที่หรูหราและเซ็กซี่ แต่ดูไม่โอ้อวดเกินไป สามารถสวมใส่ได้ทั้งในชีวิตประจำวันและโอกาสพิเศษต่างๆ ทำให้บุคคลที่มีชื่อเสียงทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศให้ความสนใจในชุดของวาทานิกา เช่น อารยา เอ ฮาร์เก็ต เทเลอร์ สวิฟท์ อเรย์นา แกรนด์

¹ ไทยรัฐออนไลน์, (2561), วลีเด็ด "สาจำ" ทำความรู้จัก "แพรว วาทานิกา" ไฮโซแซบเซ็กซี่เธอคือใคร? (ออนไลน์)

² 8ggmagazine, (2559), Vatanika Fall/Winter 2016 สัมผัสความร่อนแรงในคอนเซปต์ Luxury Punk จากวาทานิกา. (ออนไลน์)

³ แพรว, (2561), หายสงสัย? กระเป๋า รองเท้า "สาจำ" ร่วมแดน แพรว วาทานิกา เปย์ให้หรือเธอซื้อเอง. (ออนไลน์)

⁴ Duty Editor, (2560), Rolls-Royce X Vatanika Effortless Luxury. (ออนไลน์)

⁵ รีสอร์ท คอลเลคชั่น (Resort Collection) คือ คอลเลคชั่นพิเศษเกิดขึ้นในช่วงฤดูหนาวถึงฤดูร้อน ส่วนใหญ่จะออกมาในช่วงปลายปีหรือช่วงปีใหม่ เป็นคอลเลคชั่นรองที่จะเกิดขึ้นก่อนคอลเลคชั่นหลัก สามารถเรียกได้ทั้งคอลเลคชั่นครุส (Cruise)หรือรีสอร์ท (Resort)

และ คารา เดเลวินจ์ เป็นต้น นอกจากนี้การทำรายการออนไลน์อย่าง ดีส์ อีส มี วทานิกา (This is me Vatanika) เป็นรายการเรียลลิตีโชว์ที่น่าเสนอตัวตน แฟชั่น รูปแบบการใช้ชีวิต รวมถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์วทานิกา ยังเป็นการต่อยอดโดยการใช้สื่อสังคมนำเสนอภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้เข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น ส่งผลให้แบรนด์กลายเป็นที่พูดถึงอย่างมากในสังคมไทย รวมถึงประสบการณ์ที่สะสมมานาน ทำให้วทานิกาประสบความสำเร็จทั้งในประเทศและต่างประเทศ



ภาพประกอบ 18 วทานิกา ปัทมสิงห์ ณ อยุธยา

ที่มา: <https://www.sanook.com/women/121441/>

แบรนด์นักออกแบบไทยทั้ง 5 แบรนด์ที่กล่าวมานั้น ล้วนมีจุดเด่นและเอกลักษณ์ของรูปแบบเสื้อผ้าที่ต่างกัน โดยมีการออกแบบและตัดเย็บตามความชอบ แรงบันดาลใจ และตามลักษณะผู้หญิงในอุดมคติของเจ้าของแบรนด์ ส่งผลให้รูปแบบของเสื้อผ้าในแต่ละแบรนด์ถ่ายทอดความเป็นผู้หญิงผ่านทางรูปแบบเสื้อผ้าที่ต่างกัน แต่จุดร่วมของทั้ง 5 แบรนด์ คือ ได้รับอิทธิพลของตะวันตก ทั้งจากทางสื่อสังคมและอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตก ด้วยรูปแบบของเสื้อผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ การตัดเย็บที่ประณีต และผลงานที่สร้างชื่อเสียงให้กับแบรนด์ ทำให้ทั้ง 5 แบรนด์ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันและเป็นแรงบันดาลใจให้กับนักออกแบบรุ่นใหม่ๆ ได้สร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพออกมาจำนวนมาก และทำอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยขยายตัวและเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

4.5 สรุป

การศึกษาพัฒนาการของ Thai Young Designers หรือดีไซน์เนอร์ไทยใน พ.ศ.2540 – 2559 เห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมแฟชั่นในยุคสมัยนี้ ส่วนหนึ่งมาจากการสนับสนุนของทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชนในส่งเสริมแบรนด์นักออกแบบไทยให้มีพื้นที่

แสดงผลงานให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รวมถึงแรงบันดาลใจในการออกแบบผลงานของนักออกแบบเสื้อผ้าที่แตกต่างกัน รูปแบบของเสื้อผ้าในแต่ละแบรนด์จึงมีจุดเด่นและเอกลักษณ์ที่ทำให้เกิดความหลากหลายในวงการแฟชั่น ซึ่งถือว่าเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลให้อุตสาหกรรมเสื้อผ้าและสิ่งทอในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจากความหลากหลายในวงการแฟชั่น กล่าวได้ว่าปัจจุบันเป็นยุคสมัยที่วงการแฟชั่นของไทยเข้าสู่ระดับสากลได้อย่างเต็มรูปแบบ ทั้งรูปแบบของเสื้อผ้าและการจัดงานแสดงโชว์ตามหลักสากล อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยในยุคนี้จึงถือว่าเป็นยุคที่เฟื่องฟูที่สุด และส่งผลต่อการเกิดขึ้นของนักออกแบบเสื้อผ้าและวงการแฟชั่นไทยจำนวนมากที่สร้างผลงานและชื่อเสียงให้อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยกลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก



บทที่ 5

สรุป

งานวิจัยเรื่อง พัฒนาการของห้องเสื้อไทยพ.ศ.2500 - 2559 เป็นการศึกษาพัฒนาการของห้องเสื้อ นักออกแบบไทยและรูปแบบการแต่งกายของคนไทย นับตั้งแต่เริ่มมีห้องเสื้อสำหรับประชาชนจนถึงการพัฒนามาเป็นอุตสาหกรรมแฟชั่นในปัจจุบัน ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสิ่งทอที่สร้างรายได้ให้กับประเทศมาโดยตลอด

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของห้องเสื้อไทยแบ่งออกเป็น 3 ยุค โดยศึกษาจากจากอิทธิพลของตะวันตกที่เข้ามาในประเทศไทยซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ ส่งผลให้ลักษณะของห้องเสื้อและรูปแบบของเสื้อผ้าในแต่ละยุคสมัยมีความแตกต่างกัน ยุคแรกๆ เริ่มศึกษาคือหลังสนธิสัญญาเบาว์ริงในพ.ศ. 2398 สยามมีการติดต่อกับชาติตะวันตกมากยิ่งขึ้น และรับเอาวัฒนธรรมการแต่งกายแบบสากลมาปรับใช้ กลุ่มคนในราชสำนักถือเป็นคนกลุ่มแรกที่ได้รับอิทธิพลดังกล่าว มีการนำจักรเย็บผ้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการตัดเย็บเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว ผ่านทางคณะมิชชันนารีที่ต้องการเข้ามาเผยแผ่ศาสนาและให้การศึกษา นำไปสู่การเกิดวิชาการตัดเย็บสมัยใหม่ที่สตรีนำไปประกอบอาชีพและส่งผลให้เกิดอาชีพช่างตัดเสื้อในเวลาต่อมา

ในสมัยของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล รัชกาลที่ 8 (พ.ศ.2478 - 2489) มีการเกิดร้านตัดเสื้อแบบตะวันตกสำหรับประชาชนทั่วไป ซึ่งระยะแรกตั้งอยู่ที่ตลาดมิ่งเมือง บริเวณวังบูรพา เปิดขึ้นมารองรับลูกค้าที่มาซื้อผ้าจากสำเพ็งและพานหัต ซึ่งทั้งสองเป็นแหล่งหาซื้อผ้าที่สำคัญและเป็นย่านการค้าที่สำคัญที่สุดในขณะนั้น จนสมัยของจอมพลป. พิบูลสงคราม (พ.ศ.2481 - 2489) ได้มีการประกาศพระราชบัญญัติบำรุงวัฒนธรรมแห่งชาติ รัฐนิยม 12 โดยในฉบับที่ 10 เป็นเรื่องที่ว่าด้วยการแต่งกายของชาวไทยและการให้ความสำคัญกับเรื่องการแต่งกายของสตรี ทำให้มีการกำหนดแนวทางการแต่งกายสำหรับประชาชนปฏิบัติตามเพื่อให้เกิดความพร้อมเพรียงและความเป็นระเบียบของการแต่งกายของคนในชาติ เพื่อความทันสมัยเช่นเดียวกับสตรีในตะวันตกและความเสมอภาคในสังคม จากนโยบายดังกล่าวทำให้เกิดขึ้นของห้างร้านตัดเสื้อเป็นจำนวนมากเพื่อรองรับต่อความต้องการของการของประชาชนและเริ่มขยายไปยังกลุ่มสตรี

ในสมัยของรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ มีการสนับสนุนอาชีพทางด้านการบริการของรัฐบาลตามประกาศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510-2514) ประกอบกับในช่วงนี้ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสหรัฐอเมริกา ทำให้วัฒนธรรมตะวันตกแพร่ขยายเข้ามาในสังคมไทยมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่

เกี่ยวข้องกับบทบาทของผู้หญิง ทำให้ผู้หญิงออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้วงการเสื้อผ้าขยายตัวมากขึ้นและเกิดร้านตัดเสื้อผู้หญิงขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้หญิงที่ออกไปทำงานนอกบ้านและยังก่อให้เกิดอาชีพที่เกี่ยวข้องด้วย ห้องเสื้อในช่วงนี้จะตั้งอยู่ตามห้องแถวหรือบ้านของเจ้าของห้องเสื้อ โดยมีเจ้าของห้องเสื้อเป็นเจ้าของกิจการดูแลทั้งการออกแบบและการแก้ไขรูปแบบเสื้อผ้า รวมถึงในขณะที่ยังมีบางร้านเปิดเป็นโรงเรียนสอนตัดเสื้อควบคู่ไปกับกิจการรับตัดเสื้อด้วย กล่าวได้ว่าภายหลัง พ.ศ.2500 เป็นต้นมา กล่าวได้ว่าในวงการแฟชั่นของไทย เริ่มมีนักออกแบบรุ่นใหม่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก วงการแฟชั่นของไทยเกิดปรากฏการณ์ใหม่ๆ ขึ้นพร้อมกัน ทั้งนักออกแบบที่มีแนวคิดที่แตกต่างจากในอดีต และมีการขยายตัวของห้องเสื้อ นำไปสู่การเกิดสื่อทางด้านแฟชั่นขึ้นมาเพื่อมาตอบสนองความต้องการทางด้านแฟชั่นที่มีมากขึ้นของผู้หญิง

ยุคสมัยที่ 2 พ.ศ.2516 - 2540 เป็นยุคที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตกที่หลากหลายมากขึ้น จากการขยายตัวของศูนย์กลางทางด้านแฟชั่นกระจายตัวไปยังภูมิภาคต่างๆ จากเดิมที่ฝรั่งเศสเป็นศูนย์กลางแฟชั่นของโลก เกิดการขยายตัวไปยังประเทศอื่นๆ เช่น อิตาลี อังกฤษ และอเมริกา ผ่านทางภาพยนตร์ ดนตรี และนิตยสาร ทำให้รูปแบบการแต่งกายในประเทศไทยมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะการเดินทางแบบวัฒนธรรมการแต่งกายจากสหรัฐอเมริกา นำมาสู่การเกิดสื่อที่นำเสนอแฟชั่นในรูปแบบใหม่ คือ นิตยสารแฟชั่นสตรี ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อการแต่งกายของวัยรุ่นไทย ทำให้ผู้หญิงหันมาสนใจการแต่งกายเลียนแบบแฟชั่นตามที่ปรากฏในนิตยสารมากขึ้น ก่อให้เกิดเป็นแหล่งศูนย์รวมแฟชั่นแห่งใหม่ขึ้นมารองรับความต้องการของประชาชน คือ 'สยามสแควร์' รูปแบบเสื้อผ้าของแต่ละร้านจะมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ตามมุมมองและความคิดของนักออกแบบซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมตะวันตกที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละแบรนด์ ขณะเดียวกันก็มีจุดร่วมกันอยู่ คือ รูปแบบตามสมัยนิยมในเวลานั้น จากการขยายตัวของวงการแฟชั่นส่งผลให้เกิดการขยายตัวของห้องเสื้อไปยังย่านธุรกิจที่สำคัญในกรุงเทพฯ อย่างสีลมและเพลินจิตอีกด้วย ทำให้คนสามารถเข้าถึงกระแสแฟชั่นได้มากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าในช่วงพ.ศ.2516 - 2540 คือ วิวัฒนาการที่สำคัญของแวดวงเสื้อผ้าไทยและเป็นช่วงเวลาที่ยุคสมัยมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยมากขึ้น แต่กระแสนิยมทางด้านแฟชั่นได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอีกครั้งเมื่อวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 ทำให้วงการนักออกแบบเสื้อผ้าใน พ.ศ.2540 ได้รับผลกระทบจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของวงการแฟชั่น

ยุคสมัยที่ 3 คือ Thai Young Designers หรือดีไซน์เนอร์ไทยใน พ.ศ.2540 – 2559 การเกิดขึ้นของแบรนด์นักออกแบบไทย การขยายตัวของอุตสาหกรรมแฟชั่นในยุคสมัยนี้ ส่วนหนึ่งมา

จากการสนับสนุนของทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชนในส่งเสริมแบรนด์นักออกแบบไทยให้มีพื้นที่แสดงผลงานให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รวมถึงแรงบันดาลใจในการออกแบบผลงานของนักออกแบบเสื้อผ้าที่แตกต่างกัน รูปแบบของเสื้อผ้าในแต่ละแบรนด์จึงมีจุดเด่นและเอกลักษณ์ที่ทำให้เกิดความหลากหลายในวงการแฟชั่น ซึ่งถือว่าเป็นทางเลือกใหม่ๆ ให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลให้อุตสาหกรรมเสื้อผ้าและสิ่งทอในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นจากความหลากหลายในวงการแฟชั่น กล่าวได้ว่าปัจจุบันเป็นยุคสมัยที่วงการแฟชั่นของไทยเข้าสู่ระดับสากลได้อย่างเต็มรูปแบบ ทั้งรูปแบบของเสื้อผ้าและการจัดงานแสดงโชว์ตามหลักสากล อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยในยุคนี้จึงถือว่าเป็นยุคที่เฟื่องฟูที่สุด และส่งผลต่อการเกิดขึ้นของนักออกแบบเสื้อผ้าและวงการแฟชั่นไทยจำนวนมากที่สร้างผลงานและชื่อเสียงให้อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยกลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

งานวิจัยเรื่อง พัฒนาการของห้องเสื้อไทยพ.ศ. 2500-2559 จึงทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงลักษณะของห้องเสื้อและลักษณะของรูปแบบเสื้อผ้าในทั้ง 3 ยุคสมัย จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยที่ต่างกัน เช่น วัฒนธรรม สังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของลักษณะห้องเสื้อและรูปแบบของเสื้อผ้าในแต่ละยุคให้มีลักษณะเฉพาะของตนเอง ทำให้รูปแบบการแต่งกายของคนในแต่ละยุคมีความแตกต่างกันไปตามสภาพสังคมและความนิยมในยุคนั้นๆ โดยเฉพาะรูปแบบของเสื้อผ้าในยุคปัจจุบันที่ออกแบบมาจากแรงบันดาลใจของนักออกแบบทำให้เสื้อผ้าของแต่ละแบรนด์มีความแตกต่างและโดดเด่น ทำให้แบรนด์นักออกแบบไทยกลายมาเป็นผู้ดำเนินการเปิดตลาดต่างประเทศของอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยกลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

บรรณานุกรม

เอกสารหอจดหมายเหตุ

สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ. "(2) ศธ.15.2.1/24 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องให้กวดขันการ
สวมหมวก (25 มี.ค.-11 เม.ย. 2485)." 2485.

———. "(2) ศธ.15.2.2/13 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องการปฏิบัติตามรัฐธรรมนูญว่าด้วยเรื่อง
เครื่องแต่งกาย (29 ก.ค.- 24 ส.ค. 2482)." พ.ศ. 2482.

———. "(2) ศธ.26/72 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องคำแนะนำการแต่งกายของประชากรไทย."
2485.

———. "(3) สร.0201.45.2/3 เอกสารกระทรวงธรรมการ กรมเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เรื่องการ
สำหรับดลินค้าที่ต้องสั่งมาจากต่างประเทศและสิ่งของจำเป็นในการครองชีพภายในประเทศ
(12 ก.พ.-18 มี.ค. 2485)." 2485.

———. "(3) สร.0201.45.2/4 เอกสารกระทรวงธรรมการ กรมเลขาธิการคณะรัฐมนตรี เรื่องจัดการให้
ตั้งร้านจำหน่ายสินค้าของของคนไทย (4 ก.ค. 2485 – 18 ก.ค. 2487)." 2485-2487.

———. "(3) สร.0201.62/11 เอกสารกรมเลขาธิการนายกรัฐมนตรี เรื่องในกระทรวง ทบวง กรม
เสนอของบประมาณและประกอบพิจารณาต่างๆ ", 2479.

———. "เอกสารรัชกาลที่ 5 กรมการศึกษา เรื่องโครงการศึกษา." ม.ป.ป.

———. "กต.97.1/9 เอกสารกระทรวงต่างประเทศ เรื่องอินเดียต่อต้านอังกฤษ." 2458-2459.

———. "ม.ร5 ต/2 เอกสารรัชกาลที่ 5 กระทรวงต่างประเทศ เบ็ดเตล็ดกระทรวงต่างประเทศ เรื่อง
สั่งซื้อหนังสือพิมพ์นอก (28 ส.ค.- 20 พ.ย. 128)." 2452.

———. "ศธ.4.4/12 เอกสารกระทรวงศึกษา เรื่องหลักสูตรประถมและมัธยมศึกษาหรือเรื่องประมวล
การศึกษา ตอนที่ 1." 2475-2480.

———. "ศธ.0701.29/1 เอกสารสำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานเลขาธิการกรม เรื่องหลักสูตร
การศึกษาขั้นพื้นฐานที่บรรจุวิชาการฝีมือและตัดเย็บไว้สำหรับสตรี." 2478-2498.

———. "ศธ.0701.29/8 เอกสารสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง ป. พิบูลสงครามประกาศระเบียบรัฐ
นิยม." 2482-2493.

———. "ศธ.0701.29/12 เอกสารสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องวางระเบียบเครื่องแต่งกายสตรี." 2484.

———. "ศธ.0701.29/13 เอกสารเย็บเล่ม หนังสือพิมพ์ไทยราษฎร์ เรื่อง หลวงวิจิตรถนอมกราณ
กางเกงว่าดีเป็นแบบเดียวกันไม่แบ่งชั้นวรรณะ." 2475.

- . "ศธ.0701.29/13 เอกสารเย็บเล่ม หนังสือพิมพ์สุภาพบุรุษ เรื่องปัญหาเรื่องการแต่งกายให้ เลิกนั่งใจกระเบน ทางแกงแพร (15 เมษายน 2484)." 2484.
- . "ศธ.0701.29/17 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องการแต่งกายของสตรีไทย ", 2484.
- . "ศธ.0701.29/18 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง.ให้ข้าราชการสวมหมวก." 2484-2485.
- . "ศธ.0701.29/35 เอกสารกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องรัฐนิยม (ม.ท.)." 2484.

วิทัศน์

ELLE Thailand. "Elle Exhibition : Lamyong Boonyaratpan - the Genuine Tailoress." 2015. Perspective. "ลิ้ม สมชัย เจ้าของแบรนด์เสื้อผ้า Fly Now." 2562.

เงากระจำ, ปยุต. "ไทยไคมาว ห้างที่มีบันไดเลื่อนแห่งแรกในประเทศไทย (ออนไลน์)." 2507.

รายการปักหมุด. "ปู ชำนาญ ภัคดีสุข." 2559.

เอกสารรัฐบาล

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. "แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม." 2561.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. "แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ระยะที่ 1 (พ.ศ.2506-2506)." 2562.

———. "แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2540-2544)." หน้า 81-82, 2561.

———. "แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515 –2519)." หน้า 54, 2562.

บทสัมภาษณ์

ชวนล ไคสิริ. "ถนอมสอนหญิง." By วรรณชนก บุญปราศภัย (2560).

พลพัฒน์ อัสวะประภา. "บทสัมภาษณ์ คุณพลพัฒน์ อัสวะประภา " By ทีมงาน ELLE. *ELLE Fashion Week* (2561).

หนังสือ

เจตน์ เจริญโท. *โลกวิถีของวัยระเริง*. กรุงเทพฯ: ชมรมวรรณมิตร, 2527.

เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (ขำ บุนนาค). *พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 1-4 ฉบับ*

เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ (ขำ บุนนาค). นนทบุรี: ศรีปัญญา, 2547.

แถมสุข นุ่มนนท์. *เมืองไทยสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง : ยุคเชื้อผู้นำชาติพันธุ์*. กรุงเทพฯ: สายธาร, 2548.

ไกรสิงห์ วุฒิชัย. อนุสรณ์ในงานพระราชทานเพลิงศพ ม.จ. ไกรสิงห์ วุฒิชัย. ไม่ปรากฏสถานที่พิมพ์ 2519.

กระทรวงวัฒนธรรม. สูดยอดศิลป์ร่วมสมัยไทยในรัชกาลที่ ๙ สาขาออกแบบเครื่องแต่งกาย.

กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม, 2560.

กาญจนาคนันท์. กรุงเทพฯ เมื่อ 70 ปีก่อน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เรื่องศิลป์, 2524.

จิตรพิ ชวลาวัฒน์. การทำแบบเสื้อผ้าบนหุ่น = *Draping for Apparel*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2554.

ฉวีวรรณ ขจรประศาสน์. หนังสือพัสดราภรณ์ไทย ถวายให้ ราชนี. 2542.

ชลธร วงศ์ศรีมี. กรุงเทพฯน่ารู้ ตอน ย่านเก่า เล่ากรุง. กรุงเทพฯ: มติชน, 2556.

ชัย เรื่องศิลป์. ประวัติศาสตร์ไทย สมัย พ.ศ. 2352-2453 : ด้านเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 2527.

ทบวงมหาวิทยาลัย. มเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถกับการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมของชาติ : ศึกษาเฉพาะงานศิลปหัตถกรรม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ไม่ปรากฏปี.

ธีรยุทธ บุญมี. วัฒนธรรมวัยรุ่น. ไม่ปรากฏสถานที่พิมพ์ 2537.

นินนาท หินไชย. สหรัฐอเมริกากับการเปลี่ยนแปลงแนวนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ : ศึกษาผลกระทบที่มีต่อโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ทุนเอกชนในประเทศและทุนเอกชนต่างประเทศ. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการจัดการงานฯ 2545.

บวร ประพฤติดี, ทิพาพร พิมพ์สุทธิ, and เฉลิมพล ศรีหงษ์. สตรีไทย บทบาทในการเป็นผู้นำทางการบริหาร. กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2520.

ประทุมพร วัชรเสถียร. สารคดีชุด ฉันรักกรุงเทพฯ ตอน พระอาทิตย์ขึ้นที่ถนนสีลม. กรุงเทพฯ: แพรวสำนักพิมพ์, 2546.

พรณี บัวเล็ก. วิเคราะห์นายทุนธนาคารพาณิชย์ของไทย พ.ศ. 2475-2516. กรุงเทพฯ: ศยาม, 2529.

พรชัยสุ ต่อสุวรรณ. การเมืองเรื่องสยามสแควร์. กรุงเทพฯ: ลายเส้น, 2553.

ภาณิสรา ภูภิรมย์ขวัญ. ความคิด ชีวิต ตัวตน ภัทราวดี ตอนเด็กหญิง ณ ริมน้ำ. กรุงเทพฯ: พรีเมียม, 2551.

ลลนา. ฉบับพิเศษรำลึกถึงผู้เป็นที่รัก ศิริสวัสดิ์ พันธุ์มสุต. กรุงเทพฯ: ลลนา, 2558.

คันสนีย์ วีระศิลป์ชัย. ลูกแก้วเมื่อยขวัญ “สตรีคู่พระทัย” ในราชสำนักสยาม. กรุงเทพฯ 2553.

สมภาพ มานะรังสรรค์. พลวัตเศรษฐกิจและการเงินหลังปี 1997 : จากโรคต้มยำกุ้งสู่โรคแอนแทรกซ์.

- ใน 2540 จุดเปลี่ยนประเทศไทย. กรุงเทพฯ: นยศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.
- สมาคมนายจ้างร้านค้าตัดเสื้อแห่งประเทศไทย. สมาคมนายจ้างร้านค้าตัดเสื้อแห่งประเทศไทย อนุสรณ์ฉบับปฐมฤกษ์. กรุงเทพฯ: สมาคมนายจ้างร้านค้าตัดเสื้อแห่งประเทศไทย, 2532.
- . หนังสือสมาคมนายจ้างร้านค้าตัดเสื้อแห่งประเทศไทย ฉบับร่วมสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี. กรุงเทพฯ: สมาคมนายจ้างร้านค้าตัดเสื้อแห่งประเทศไทย, 2525.
- สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา. การแต่งกายสตรีกับหัตถกรรมทอผ้าในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยศึกษา, 2542.
- หนึ่งศตวรรษในสยาม ค.ศ.1828-ค.ศ.1928 : ประวัติสังเขปของพันธกิจคริสตจักรโปรเตสแตนท์ในสยาม. Translated by จิตราภรณ์ ตันรัตนกุล. Edited by จอร์จ บรัดเลย์ แมคฟาร์แลนด์ and เอ็ม. ดี. กรุงเทพฯ: อินเทอร์เน็ต พับลิชชิง เอ็นเตอร์ไพรส์, 2555.
- อเนก นาวิกมูล. หนังสือชุด กรุงเทพฯ สองศตวรรษ การแต่งกายสมัยรัตนโกสินทร์. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ, 2525.
- อรวรรณ ศรีอุดม. วันวาน-- กับวันนี้ของถนนสีลม. Translated by ไสรัจจ์ หงศ์ลดารมภ์. 2535.
- บทความ
- Somsak. "เด็กฮาร์ท." นิตยสารหมอชาวบ้าน เล่มที่ 42 (ตุลาคม 2525 2525).
- Thai Textile and Fashion outlook. "Industry Cluster : Textile and Apparel เหลียวหลังแลหน้า ยุทธศาสตร์การพัฒนา Cluster สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอ." *Thai Textile and Fashion outlook* ฉบับที่ 18 (มกราคม-มีนาคม 2559 2559): หน้า 4-5.
- เพชร. "คอลัมน์แฟชั่นในมุมมองศิลป์ บทความเรื่องตำนานไทย R-T-W." นิตยสารดิฉัน (2551 2551): หน้า 226.
- แม่ศรีเรือน. "โฆษณาโรงเรียนสอนตัดเสื้อระพี." นิตยสารแม่ศรีเรือน ไม่ปรากฏฉบับ (2513).
- จิตตมาศ จิระสถิตย์พร, and วชิระ สินธุประมา. "จักรเย็บผ้า: การตัดเย็บสมัยใหม่ในการศึกษาของผู้หญิงไทย." วารสารราชพฤกษ์ ปีที่ 16 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2561 2561): 69-78.
- ชาติชาย มุกสง. "จากแม่ศรีเรือนถึงแม่บ้านทันสมัย : การต่อสู้ทางศีลธรรมผ่านแม่บ้านหลังปฏิวัติ 2475 ถึงทศวรรษ 2500." ชุมทางอินโดจีน: เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ปริทัศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 7 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2558 2558).
- นิตยสารขวัญเรือน. "สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ราชินีผู้นำความงดงามของไทยสู่สายตาชาวโลก." นิตยสารขวัญเรือน ปีที่ 49 ฉบับที่ 1097 (สิงหาคม 2560 2560).

นิตยสารดาราไทย. "ในวงการแฟชั่น." (2513 2513): หน้า 35.

———. "นางใน12ราศี." นิตยสารดาราไทย (2503 2503): หน้า 33.

นิตยสารสกุลไทย. "ปกรณ วุฒิยางกูร "ครูสอนตัดเสื้อระดับตำนานของเมืองไทย." นิตยสารสกุลไทย ฉบับที่ 3007 (วันอังคารที่ 5 มิถุนายน 2555 2555).

ประไพ วิริยะพันธุ์. "รายงานเกี่ยวกับการรื้อถอนตลาดมิ่งเมือง." วารสารเมืองโบราณ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (ตุลาคม-พฤศจิกายน 2522 2522).

ปราณี กล้าส้ม. "จากพาหุรัดถึงตลาดมิ่งเมือง." วารสารเมืองโบราณ ปีที่ 31 ฉบับที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน 2548 2548).

ผู้จัดการรายสัปดาห์. "ศูนย์การค้าเพลินจิตแข่งกันผุด." ผู้จัดการรายสัปดาห์ (2539 2539): หน้า 30.

พิมพิไล บุญจง. "The Legendary Tastemaker." *Harper's BAZAAR* (2553 2553).

มติชนสุดสัปดาห์. "'จาก'หลังวังราชดำริ' ถึง' เซ็นเตอร์พอยต์'". มติชนสุดสัปดาห์ (2543 2543): หน้า 15.

มานิต มณีพันธุ์กุล. "A Day with a View." *A day* (2553 2553).

ลลนา. "นางสาวไทยลองเสื้อ." นิตยสารลลนา (2531 2531): หน้า 19-21.

สตรีสาร. "การแต่งกายตามกระแสตะวันตก." นิตยสารสตรีสาร (2517): 58-59.

———. "อนาคตสตรีไทย." สตรีสาร ปีที่ 4 ฉบับที่ 88 (ปลายมกราคม 2495 2495): หน้า 78.

สมชัย วงศาภาควัย. "กรุงเทพเมืองฟ้าอมร นครของศูนย์การค้าขนาดใหญ่." วารสารเศรษฐกิจธนาคารกรุงเทพจำกัด (2526 2526): หน้า 24

สุกรี คลองวิจิ. "นโยบายการเริ่มสร้างกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจระดับอนุภูมิภาคของไทยต่อประเทศเพื่อนบ้านหลังสงครามเย็น." *Veridian E-Journal* ปีที่8(2):1399 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2558 2558).

อรสา อินทบุต. "สมชาย แก้วทอง โลกนี้มีแต่คนโชคดีกับโชคร้าย." *Volume* ปีที่ 5 (2552 2552): หน้า 129.

วิทยานิพนธ์

เพ็ญพักตร์ ศิริไตรรัตน์. (2552). การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในนิตยสารแฟชั่นสตรี. ปริญญา
นิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่:มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กวิณวัฒน์ หิรัญบุรณะ. (2558). พัฒนาการธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูป ทศวรรษที่ 2510-2530. ปริญญา
นิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กุลภา วจนสาระ. (2544). เซ็นเตอร์พอยท์ กับ "Preteen" : การก่อตัวของวัฒนธรรมวัยแรกรุ่ง.

- ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐปิยะ อิศระสงคราม. (2545). การเปลี่ยนแปลงของคนไทย รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ.2411-2543). ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ผาณิต รวมศิลป์. (2521). นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสมัยรัฐบาล จอมพล ป. พิบูลสงคราม ตั้งแต่ พ.ศ. 2481 ถึง พ.ศ. 2487. ปริญญาานิพนธ์ปริญญาดุขฎีบัณฑิต. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิราพรรณ ชูเวชศิริพร. (2528). วิวัฒนาการของห้างสรรพสินค้า ศึกษาเฉพาะกรณี “แผนดำเนินงาน ก่อนเปิดห้างสรรพสินค้าบอเบิ้ล”. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิเทพ มุสิกะปาน. (2554). ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย. ปริญญาานิพนธ์ปริญญาดุขฎีบัณฑิต. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิสุทธา กฤตยาพิมลพร. (2550). พัฒนาการของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปย่านประตูน้ำ. ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศตวรรษ ศรีพระราม. (2558). อิทธิพลของแฟชั่นสู่การสร้างอัตลักษณ์ใหม่. ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรศึกษา. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริกาญจน์ ทองพิทักษ์วงศ์. (2552). กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) กรณีศึกษาแอล แฟชั่นวีค (Elle Fashion Week Autumn/Winter 2008). ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริณา ชูสอนสาย. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โช่วย) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพฯได้. ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรวีภา จินตวัน. (2545). กระบวนการสื่อสารในการสร้างกระแสนิยมในย่านสยามสแควร์. ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2533). คอลัมน์ตอบปัญหาชีวิตในนิตยสารในการสะท้อนบทบาท และสถานภาพของสตรีไทย. ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาทิตย์ ชื่นกมลพันธ์. (2546). โฆษณาในธุรกิจแฟชั่น กรณีศึกษา บริษัท เกรฮาร์ด จำกัด. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อินทิรา ซาฮีร์. (2546). เครือข่ายพ่อค้าผ้าชาวอินเดียในสังคมไทย ระหว่าง พ.ศ. 2400-2490.

ปริญญาานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุสุมา สุขสม. (2550). การสร้างอัตลักษณ์วัยรุ่นจากการแต่งกายแฟชั่น : กรณีศึกษา สยามแสควร์.

ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รายงานวิจัย

วิลลา วิลัยทอง. "เสริมให้สวย : สถาบันความงาม “สังคมไทย” ยุค “พัฒนา”." กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนงานวิจัย, 2559.

อุบลวรรณ ปิติพัฒน์โมเชิต, and อวยพร พานิช. "100 ปี ของนิตยสารสตรีไทย (พ.ศ.2431-2531)."
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

แหล่งข้อมูลออนไลน์

8ggmagazine. "Vatanika Fall/Winter 2016 สัมผัสความรุ่มรวยในคอนเซปต์ Luxury Punk จากว
ทานิกา." 2559.

Alisa Mekmanee & Mika Apichatsakol. "Amorn Prestige and Bmw Thailand Launch Bmw
Service Only Outlet." 2561.

Amarin news. "ตัว กิรติ" ดีไซน์เนอร์ชื่อดังเจ้าของห้องเสื้อดวงใจปัส." 2563.

Babeburin. "สวยเรียบเนียนแบบมินิมอลสไตล์ (Minimal Style)." 2558.

Brand - Fly Now. "ประวัติความเป็นมา." 2553.

Central Retail. "ประวัติบริษัท." 2562.

Creative Citizen. "คุยกับนักออกแบบ ‘เอก ทองประเสริฐ’ ไทยอย่างไร..เรียกไทยไม่จบฉวย." 2017.

Disaya. "Disaya X Mew Nittha." 2562.

———. "Disaya's Japan Obsession." 2562.

Duty Editor. "Rolls-Royce X Vatanika Effortless Luxury." 2560.

ELLE. "The Heritage." 2562.

Exhibition Info. "White Milano 2020 Milan, Italy." 2563.

Forbes Thailand. "Sretsis: The Three Sisters' Twists." 2557.

Greyhound Peek. "Playhound : Hound&Friend." 2562.

HELLO MAGAZINE THAILAND. "ดิษยา สรไกรกิติกุล ครีเอทีฟไดเรกเตอร์ บริษัท เอ-ลิส คอร์
ปอเรท จำกัด." 2562.

- kanyap. "ใครใส่ก็สวยหมด! พาวิเคราะห์ ทำไมสาวๆ ถึงอยากใส่แบรนด์ Poem มากที่สุด." 2562.
- NationTV. "กูรูนางงาม เล่าขานตำนานยิ่งใหญ่ของ 'ตัว กิริติ'." 2563.
- ninnyhammer. "สมาคมแฟชั่นดีไซน์เนอร์กรุงเทพฯ (Bfs) อวดโฉมสุดยอดผลงานดีไซน์ของ 10 แบรนด์แฟชั่นชั้นนำของไทย." 2561.
- OK nation. "Grease...กริส...กริด." 2550.
- Online, MGR. "ที! ประมูลภาพแนว "ป๊อปอาร์ต" ของราชาร็อกแอนด์โรลล์ "เอลวิส" พันราคาหลายพันล้าน." 2557.
- . "ลลนา - ลาละนะ เรื่องเล่าของ 3 น้ำ." 2558.
- Positing Magazine. "25 ปีเกรย์ฮาว "เราขายสไตล์ไม่ใช่แฟชั่น"." 2549.
- . "Teen Marketing." 2548.
- Posttoday. "'แฟชั่นผ้าไทย' จากองค์ความรู้ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสู่ความเป็นสากล." 2563.
- Santichai Apornsri. "รู้จักกับสุดยอดดีไซน์เนอร์ไทย ตัว-กิริติ ชลสิทธิ์ แห่งห้องเสื้อ Duangjai Bis ผลงานของนักออกแบบท่านนี้จะยังคงตราตรึงในหัวใจของชาวไทยตลอดไป." 2563.
- Shopsot. "Soft Grunge หลบไป..เจอสไตล์ Grunge จัดเต็มไปเลย!", 2559.
- Siam Piwat. "ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์สยามดิสคัฟเวอรี." 2562.
- Singer Thailand. "ย้อนรอย 131 ปี จักรเย็บผ้า ซิงเกอร์ ในประเทศไทย #ความสุขทุกสิ่งเป็นจริงที่ซิงเกอร์." 2563.
- Something Boudoir. "Something About Us." 2562.
- Thai PBS. "ดนตรีแนวฟังก์วิถีชบพ." 2558.
- thansettakij. "'Asv X Sara L. Capsule Collection'." 2560.
- Voice TV. "ย้อนรอยวิกฤตต้มยำกุ้ง." 2562.
- Vouge. "เปิดประวัติ ธีระพันธ์ วรรณรัตน์ ดีไซน์เนอร์ที่ทำฉลองพระองค์ชุดไทยให้สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ." 2563.
- . "'โอด กูตูร์' นิยามของคำว่า มีเงินก็ซื้อไม่ได้ที่แท้ทรู!", 2563.
- เอกชัย สุทธิยั่งยืน. "Thaitanium ผู้บุกเบิกกระแสเพลงฮิปฮอปสู่การปลุกปั้นจนเป็นกระแสหลัก." 2561.
- แพรว. "หายสงสัย? กระเป๋า รองเท้า "สาจำ" ร่วมแดน แพรว วทานิกา เปย์ให้หรือเธอซื้อเอง." 2561.
- แอล แม็กกาซีน. "ธีระพันธ์ วรรณรัตน์ ตำนานแห่งห้องเสื้อ ผู้เนรมิตความงามจากผ้าไทย." 2558.
- โพสต์ทูเดย์. "35 ปี เดอะ คิง เอลวิส เมืองไทยไม่มีวันตาย." 2555.

โรงเรียนสอนตัดเสื้อระพี. "Corset Piercing แรงบันดาลใจจาก Corset." 2559.

ไทยรัฐออนไลน์. "ไทยดีไซเนอร์ไม่แพ้ชาติใดในโลก." 2561.

———. "ปิดตำนานบรมครูเสื้อผ้าชุดไทย "ลำยอง" บุญยรัตพันธุ์". 2553.

———. "วลีเด็ด "สาจำ" ทำความรู้จัก "แพรว วทานิกา" ไฮโซแซ่บเซ็กซี่เธอคือใคร?", 2561.

———. "ศรัณยู อยู่คงดี : ความสำเร็จจะมีได้ ต้องรู้จักตัวเองก่อน ชอบไม่ชอบอะไร." 2561.

———. "ส่งไม้ต่อทายาทรุ่นสาม ปลุกตำนานเสื้อผ้าสำเร็จรูป Pichita." 2561.

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. "Otop Today." 2563.

กรมการส่งเสริมอุตสาหกรรม. "เปิดโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น เพื่อยกระดับนักออกแบบไทย."

2547.

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. "ศิลปินแห่งชาติ National Artist." 2562.

กระทรวงวัฒนธรรม. "ผลการพิจารณาคัดเลือกสุดยอดผลงานศิลปะร่วมสมัยไทยในสมัยรัชกาลที่ 9 สาขาออกแบบเครื่องแต่งกาย." 2562.

กาญจณี คำบุญรัตน์. "วัฒนธรรมท่านผู้นำ (จอมพล ป.) ทำเอาหญิงวัยกลางคน-หญิงแก่ ลำบาก!", 2561.

กิตติคุณวัฒน์ จูฑะวิภาต. "ชุดประจำชาติไทยบนเวทีประกวดนางงามจักรวาล อดีตถึงปัจจุบัน." 2561.

คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. "ประวัติ ความเป็นมาของคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น." 2562.

คมชัดลึก. "ด้วยพลังแห่งรักจาก สมเด็จพระพันปีหลวง สู่ ปวง พสกนิกร." 2562.

———. "อวดไฮไลท์เสื้อสวยตลอด 25 ปี เอียเตอร์." 2552.

ฉลอง สุนทรวาณิชย์. "'หมวก' บนกบาล จาก 'การเมือง' ถึงเรื่อง 'ตัวของกู'." 2560.

ชุดิมา-ศศิธร จำปาเทศ. "พลพัฒน์ อัศวประภา แฟชั่น (ไทย) กำลังก้าวไปข้างหน้า." 2559.

ฐานเศรษฐกิจ. "งามสมบรมราชินีนาถ ตรารั้วในราชฎีทั้งแผ่นดิน." 2559.

นักพัฒนจักษ์ อัดตนนท์, and กฤติกร เติมเกื้อกุลพงศ์. "ไหม้ไลน์ นิตยสารไทย." 2563.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. "การพัฒนาสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์." ไม่ปรากฏปี.

———. "อิทธิพลอเมริกันในเมืองไทย โดย นิธิ เอียวศรีวงศ์." 2561.

ประชาชาติธุรกิจ. "ฉีกแนวดีไซเนอร์ตัวท็อป "หมู อาชาว่า" ทำร้านอาหาร...ทำท่าย เหมือนจัดแฟชั่นโชว์ทุกวัน." 2561.

ปิ่นอนงค์ ปานชื่น. "30 ปี เอียเตอร์ ดีไซน์ที่อยู่เหนือกาลเวลา." 2558.

- ภัทริยา พัวพงศกร. "Greyhound Café in London กลยุทธ์พิชิตใจชาวอังกฤษด้วยการปรุงรสชาติ กรุงเทพฯใสจาน." The Could Magazine, 2561.
- มติชนออนไลน์. "เปิดตำนาน 40 ปี แฟชั่นเมืองไทยจากสากล สู่วัยความเป็นเอกลักษณ์." 2560.
- . "รู้จัก 'หมู-อาซาว่า' พลพัฒน์ อัศวะประภา ดีไซน์เนอร์ผู้ทรงอิทธิพลวงการแฟชั่นไทย." 2559.
- . "'หมู Asava' โพสต์ภาพขึ้นชม 'ใหม่ ดาวิกา' จบดราม่าเมืองคานส์แบบสวยๆ." 2559.
- มานิตา เข้มทอง. "Vatit Itthi แบรินด์เนมเสื้อชื้อในต่างแดน โดยสองนักออกแบบไทย." 2549.
- วนิดา บำรุงไทย. "พระราชนิพนธ์ ความทรงจำในการตามเสด็จต่างประเทศราชการ เนื่องในโอกาส ทรงเจริญพระชนมพรรษา 3 รอบ 12 สิงหาคม 2511." ม.ป.ป.
- ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. "ข้อมูลนำเข้า-ส่งออก." 2562.
- สมชาย แก้วทอง. "Designer Directory." 2552.
- สันติชัย อาภรณ์ศรี. "อ่านแฟชั่น: การเดินทางของแฟชั่นผู้ชายไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน." 2559.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. "สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมไตรมาสที่ 3 ปี 2556 (กรกฎาคม – กันยายน 2556)(อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม)." 2556.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. "รายงานข้อมูลเชิงลึก ฉบับสมบูรณ์ อุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มในประเทศ CImv." 2554.
- สำนักงานทรัพย์สิน จุฬา. "สยามสแควร์." 2562.
- สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์. "ตลาดมิ่งเมืองสู่โอลด์สยามพลาซ่า." 2559.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. "ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา." 2562.
- หญิงจี. "คู่มือเดิน "แพลตตินั่ม" ฉบับมือใหม่! เดินอย่างไรให้ได้ของถูก." 2562.
- อิสเรศ วงศ์เสถียรโสภณ (บรรณาธิการ). "นโยบายที่มุ่งเน้นความยั่งยืนของธุรกิจแฟชั่น." 2562.
- หนังสือพิมพ์
- ประชาชาติ. "โฆษณาโรงเรียนเจริญกิจนารี." ประชาชาติ, 2480, 22.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางสาววรรณชนก บุญปราศภัย

วัน เดือน ปี เกิด

16 สิงหาคม 2536

สถานที่เกิด

นครศรีธรรมราช

วุฒิการศึกษา

วุฒิมัธยมศึกษา

พ.ศ. 2555 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จากโรงเรียนดอนเมือง
ทหารอากาศบำรุง

พ.ศ. 2559 สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2)

สาขาวิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ
โรฒ

พ.ศ. 2563 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินท
รวิโรฒ