

ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย

พฤษภาคม 2554

ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย

พฤษภาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย

พฤษภาคม 2554

วิทเพ มุลิกะปาน. (2554). ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยปริญญาพนธ์ ศศด. (ศิลปวัฒนธรรมวิจัย).

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม:

ศาสตราจารย์ ดร.วิรุณ ตั้งเจริญ, รองศาสตราจารย์ พงษ์ศักดิ์ ศุภเศรษฐศิริ,

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อินทัย ชลชาติภิญโญ.

รายงานวิทยานิพนธ์ เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย ในครั้งนี้ ก็เพื่อตอบ วัตถุประสงค์ที่ว่า บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด เป็นผู้ที่มีอำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย และผู้ที่มีอำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นนั้น มีความสัมพันธ์เชิงอำนาจในรูปแบบใด และทำให้เกิดปรากฏการณ์ทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยอย่างไร ผู้วิจัย ได้ทำการสรุปผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย ไว้ได้เป็น 2 ยุคสมัย คือ 1. ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคสังคมนิยม 2. ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์

1. ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคสังคมนิยม ที่อยู่ในช่วงเวลาระหว่างสมัยรัตนโกสินทร์ สมัยใหม่จนถึงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง คือ กลุ่มชนชั้นสูง ที่เริ่มจากราชสำนักและอำนาจรัฐ โดยมีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงวัฒนธรรมให้เจริญทัดเทียมกับชาวโลกชาวตะวันตกเช่นเดียวกัน กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยเป็นไปในลักษณะกระบวนการ ของการแพร่กระจายแฟชั่น ที่เป็นลักษณะการยอมรับแฟชั่นในรูปแบบดั้งเดิม (Traditional Fashion Adoption) หรือในลักษณะที่เกิดขึ้นจากการแพร่กระจายของอิทธิพลในแนวตั้ง (Trickle - down Theory) ที่เป็นการแพร่กระจายจากบนลงล่าง

2. ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์ ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย ไม่ใช่เป็นบุคคลหรือกลุ่มคนใด แต่เป็นเหตุการณ์ที่เป็นปรากฏการณ์ โดยมี รูปแบบกระบวนการสร้างอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย ดังนี้ 1. กลุ่มของผู้นำแฟชั่น (Fashion Leader) ที่ใช้กระบวนการของการแสดงตัวตน (Self Express) 2. แรงบันดาลใจแฟชั่น (Fashion Muse) ในผู้ส่งเสริมการเกิดแฟชั่นหรือผู้ที่ เป็นแบบอย่างแฟชั่น (Fashion Motivation or Role Models) 3. พื้นที่ (Space) ที่เป็นพื้นที่ของการเป็นตัวแทนจินตนาการ (Representation of ideal space) 4. กิจกรรมทางแฟชั่น (Fashion Event) ใน 4 องค์ประกอบสนับสนุน ดังนี้ นักเขียน หรือผู้สื่อข่าวแฟชั่น (Fashion Journalists), บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น (Fashion Magazine Editors), นางแบบ และแฟชั่นโชว์ (Fashion Doll to Fashion Show), การสื่อสารสื่อโฆษณาแฟชั่น (Fashion Advertising) โดยรูปแบบทั้งหมดจะส่งเสริมซึ่งกันและกันในเชิงไปกลับ

การการแพร่กระจายแฟชั่นไทย ในแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์ จะเป็นไปในลักษณะรูปแบบที่เป็นการแพร่กระจายของแฟชั่น ในแนวตั้ง (Trickle – down Theory) ที่เป็นลักษณะในการแพร่กระจายจากบนลงล่าง ร่วมกับการยอมรับการแพร่กระจายแฟชั่นแบบย้อนกลับ (Reverse Adoption) ที่เป็นลักษณะในการแพร่กระจายจากล่างสู่ บน (Trickle – up) ที่มีจุดกึ่งกลางของทั้งสอง คือ การแพร่กระจายในแนวนอน ที่มีรูปแบบของกระบวนการสร้างอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทย (The Process Model of Influence Making for Transitioning The Contemporary Thai Fashion) ในรูปแบบแพร่กระจายแบบทุกทิศทาง ที่ต่างก็มีอิทธิพลกัน โดยอิทธิพลเหล่านั้นจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับสื่อที่จะเป็นตัวกลางในการแพร่กระจายแฟชั่นและแสดงให้



INFLUENTIAL PEOPLE IN CONTEMPORARY THAI FASHION



Presented in Partial Fulfillment of Requirements for the

Doctor of Arts and Culture Research

at Srinakharinwirot University

May 2011

Ravitep Musikapan. (2554). *Influential People in Contemporary Thai Fashion*. Dissertation, D.A. (Art and Culture Research). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Prof. Dr. Wiroon Tangjarern, Assoc. Prof. Prit Supasetsiri, Assist. Prof. Dr. Anothai Cholachatpinyo.

The purpose of this thesis is to understand the power or influential of which individuals or group of people toward the transition of Thai fashion. This research also seeks the type of relationship between those individuals or group of people who influence Thai fashion have, and how they effect the transition of Thai fashion. The researcher had concluded that the influential people toward contemporary Thai fashion could divided into two periods which are:

1. The influential people in contemporary Thai fashion during the period of consumerism society. This period could refer to the modern period of the Rattanakosin era to the post political reform period. The influential people in contemporary fashion of this period were member of royal family who involving in the political scene. They try to improve the cultural level to the same level of western society by changing the way Thai people dress. The process of fashion change could describe as traditional fashion adoption theory or the Trickle-down theory which fashion came down from the top of the society.

2. The influential people in contemporary Thai fashion during the period of globalization. During this period, the influence toward contemporary Thai fashion was not come from any specific group of people, but rather the events that create the phenomenon. The elements that usually support each other and create the process of influence making that result in the transition of contemporary Thai fashion are:

1. Group of fashion leader who utilized the process of self-express.
2. Fashion muses as fashion motivation or role models.
3. Space that serves as area that represent ideas.
4. The fashion events that corporate with fashion journalists, fashion magazine editors, fashion models, fashion shows, and fashion advertising.

The spreading of fashion during this period is the combination of trickle-down theory and trickle-up theory. Fashion move from fashion leader to fashion adopter according to trickle-down theory but fashion leader also adopted trends originated from street as trickle-up effect. This reverse adoption can conclude that fashion is no longer travel one way but rather in multi-direction in horizontal level that contain the process model of influence making for transitioning the contemporary Thai fashion.



ปริญญาานิพนธ์

เรื่อง

ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย

ของ

รวิเทพ มุสิกะปาน

ได้รับการอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย สันติวัฒนกุล)

วัน..... เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2554

คณะกรรมการควบคุมปริญญาานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน

..... ประธาน

(ศาสตราจารย์ ดร. วิรุณ ตั้งเจริญ)

(ศาสตราจารย์พิเศษอารี สุทธิพันธุ์)

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ)

(ศาสตราจารย์ ดร. วิรุณ ตั้งเจริญ)

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อโนทัย ชลชาติภิญโญ)

(รองศาสตราจารย์พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อโนทัย ชลชาติภิญโญ)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สมศักดิ์ ชวาลาวัฒน์)

ประกาศคุณูปการ

การดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในระดับศิลปกรรมศาสตร์ดุริยางค์บัณฑิต สาขาศิลปวัฒนธรรมวิจัย เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ของ ข้าพเจ้า นายวิเทพ มุสิกะปาน ในครั้งนี้ เป็นการรวบรวมทั้งความรู้ความสามารถที่มีอยู่ของข้าพเจ้า จนสำเร็จ ได้เป็นผลงานที่ข้าพเจ้าภาคภูมิใจ มากที่สุดในครั้งนี้ ทั้งนี้ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณผู้ที่มี คุณูปการต่อข้าพเจ้าดังนี้

ขอขอบพระคุณแรงบันดาลใจในการเรียนและดำเนินการทำ ปริญญา นิพนธ์ ระดับศิลปกรรม ศาสตร์ดุริยางค์บัณฑิต ที่ได้จาก ครอบครัว พ่อแม่พี่น้อง ของข้าพเจ้า แรงบัลดาลใจจาก คณาจารย์ ตั้งแต่ระดับประกาศนียบัตรชั้นสูงทางด้านการออกแบบแฟชั่น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แรงบัลดาลใจจากคณาจารย์ ในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท สาขาศิลปศึกษา คณาจารย์ ในระดับปริญญาเอก สาขา ศิลปวัฒนธรรมวิจัย ผู้ร่วมงานที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิและเป็นทีเคารพอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ , รองศาสตราจารย์ อัจฉรา วรรณสถิตย์ ผู้ร่วมงานในคณะศิลปกรรมศาสตร์ ผู้ร่วมงานและคณาจารย์ในสาขาการออกแบบทัศนศิลป์

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการควบคุมปริญญา นิพนธ์ ประธานผู้ควบคุมโครงการ ปริญญา นิพนธ์ ศาสตราจารย์ ดร.วิภูษิต ตั้งเจริญ คณะกรรมการควบคุมโครงการปริญญา นิพนธ์ รองศาสตราจารย์ พงษ์ศักดิ์ ศุภเศร ษฐศิริ , ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อินทัย ชลชาติภิญโญ และ คณะกรรมการสอบปริญญา นิพนธ์ ประธานการสอบปริญญา นิพนธ์ ศาสตราจารย์พิเศษอารี สุทธิพันธ์ , คณะกรรมการสอบปริญญา นิพนธ์รองศาสตราจารย์สมศักดิ์ ขวาลาวัลย์ กรรมการ

ขอขอบพระคุณผู้ให้ความอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ ที่ทำการดำเนินโครงการปริญญา นิพนธ์ สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณ คุณกุลวิทย์ เลาสุขศรี บรรณาธิการบริหารนิตยสารแอล ประเทศไทย กลุ่มนักออกแบบและนางแบบ คุณภัทราวี มีชูธน , คุณสมชาย แก้วทอง , คุณพิจิตรา บุญรัตน์, คุณกীরติ ชลสิทธิ์, คุณศิริชัย ทหรานนท์, คุณชัยชน สวันตร์จัน, คุณอดิศักดิ์ ไรจน์ศิริพันธ์, คุณชนะชัย จริยะธนา, คุณมลลิกา เรืองกฤตยา, คุณเมทินี กิ่งโพยม, คุณยศวิจิตร.

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่คณะศิลปกรรมศาสตร์ คุณอัมพวัลย์ วิศวธีรานนท์ , คุณศิริศศิธร กัญไธ และเพื่อน ๆ นิสิตปริญญาศิลปกรรม ศาสตร์ดุริยางค์บัณฑิต สาขาศิลปะและวัฒนธรรมวิจัย รุ่น 1 ทุกคนที่ทำให้กำลังใจและมิตรภาพที่ดีแก่ข้าพเจ้า

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอให้คุณพระศรีรัตนไตร และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสากลโลก ได้บันดาล ให้ผู้ที่มี คุณูปการแก่ข้าพเจ้าดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ประสบแต่สิ่ง ที่ดี มีความเจริญก้าวหน้า มีสุขภาพแข็งแรง ทุกคนด้วยเทอญ

วิเทพ มุสิกะปาน

สารบัญ

| บทที่ | หน้า |
|---|------|
| 1 บทนำ | 1 |
| ความสำคัญของปัญหา | 1 |
| คำถามหลักของการวิจัย | 12 |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย | 12 |
| ขอบเขตของการวิจัย | 13 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 13 |
| นิยามศัพท์ | 13 |
| กรอบคิดในการวิจัย | 14 |
| 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 15 |
| วิวัฒนาการเครื่องแต่งกายไทย | 15 |
| วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับเครื่องแต่งกายไทย | 36 |
| แนวคิดและทฤษฎี | 38 |
| แนวคิดและทฤษฎีแฟชั่น | 38 |
| ทฤษฎีการเผยแพร่แฟชั่น | 46 |
| วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 61 |
| Toward a conceptual Model for the Apparel Industry in Thailand Focused on Domestic Fashion Origination. (2004) | 61 |
| 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย | 71 |
| 4 การวิเคราะห์ข้อมูล | 77 |
| การศึกษาวิเคราะห์วิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทย | 78 |
| สมัยการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไทยช่วงรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ | 78 |
| สมัยการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง | 87 |
| การศึกษาวิเคราะห์แฟชั่นไทยร่วมสมัย | 95 |
| ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย : กำเนิดแฟชั่นไทยร่วมสมัย | 96 |

สารบัญ (ต่อ)

| บทที่ | หน้า |
|---|------|
| 4 (ต่อ) | |
| สังคมไทยกับการกำเนิดแฟชั่นไทยร่วมสมัย | 96 |
| กำเนิดนิกออกแบบแฟชั่นไทยร่วมสมัย | 101 |
| กำเนิดวงการแฟชั่นไทย | 122 |
| ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย : แฟชั่นไทยร่วมสมัยสู่ความเป็นสากล | 135 |
| ความทันสมัยของ สยามสแควร์และศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ | 135 |
| ความเป็นสากลของแฟชั่นไทยและแฟชั่นวีค | 162 |
| 5 สรุปและอภิปรายผล | 181 |
| บรรณานุกรม | 193 |
| ประวัติย่อผู้วิจัย | 200 |



บัญชีภาพประกอบ

| ภาพประกอบ | หน้า |
|---|------|
| 1 กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย (Thai Fashion Change Process) | 10 |
| 2 แผนภาพ โครงสร้างของต้นแบบกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นตะวันตก | 62 |
| 3 แผนภาพ กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย (Thai Fashion Chang Process)..... | 69 |
| 4 แผนภาพ ตัวแบบกระบวนการออกแบบแฟชั่นในไทยกับกลยุทธ์ (The Thai Fashion Process Model with Strategies) | 70 |
| 5 สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ทอดพระเนตรการแสดงเครื่องแต่งกาย ของ หม่อมเจ้าไกร สิงห์ วุฒิชัย นักออกแบบร่วมสมัย ร่วมกับมูลนิธิช่วยนักเรียน ที่ขาดแคลน ในพระบรมราชินูปถัมภ์ ที่จัดขึ้น เพื่อหารายได้ โดยเสด็จพระราชกุศล..... | 105 |
| 6 ภัทราวดี มีชูธน กับเหล่านางแบบในงานที่ประเทศฮ่องกง ของ ม.จ.ไกรสิงห์ วุฒิชัย... | 107 |
| 7 ภัทราวดี มีชูธน กับการเป็นนางแบบ..... | 109 |
| 8 สมชาย แก้วทอง กับผลงานไข่มุกติก ในปี พ.ศ. 2520 ที่เริ่มเป็นนักออกแบบรุ่นใหม่ ชั้นแนวหน้าของไทย ร่วมกับนางแบบนายแบบยุคนั้น ลินดา คำัญญเจริญ องอาจ นิระมล, ช่อทิพย์ จงคติกิจ และ ดวงตา นันทขว้าง | 120 |
| 9 นิตยสารลลนา ฉบับที่ 1 ปี พ.ศ. 2516 | 126 |
| 10 ความแปลกใหม่ของแฟชั่น ใน นิตยสารลลนา โดย พิจิตรา บุญยรัตพันธุ์..... | 130 |
| 11 ห้างสรรพสินค้าไทยไทม์มาร์เก็ต ปี พ.ศ. 2507..... | 138 |
| 12 ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์หรือสยามเซ็นเตอร์ ในปี พ.ศ. 2516 | 145 |
| 13 บรรยากาศยุคนัดพบกันที่บ้านไค 15 ชั้นของศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์..... | 147 |
| 14 บรรยากาศการเปิดตัวของวัยรุ่น จากสื่อแบรนด์ไทยที่สยามเซ็นเตอร์ | 156 |
| 15 การประกวด The best young designer นิตยสารเปรียว ปี พ.ศ. 2526 | 160 |
| 16 เต็มที่ชาวเอกภพงานแอลแฟชั่นวีค หน้าเซ็นทรัลเวิลด์ ปี พ.ศ. 2552..... | 164 |
| 17 ภาพถ่ายแฟชั่นปก หนังสืออิมเมจ ของ เมทนี กังโพยม ในปี พ.ศ. 2543 | 168 |
| 18 แฟชั่นโชว์แบรนด์คโลเซ็ท (Klostet) ของงาน แอล แฟชั่นวีค..... | 171 |
| 19 กระแสนิยมในงาน แอล แฟชั่นวีค (ELLE Fashion Week)..... | 173 |

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

| ภาพประกอบ | หน้า |
|--|------|
| 20 งานเปิดตัวโครงการกรุงเทพมหานครเมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City)..... | 176 |
| 21 แผนภาพ การแพร่กระจายอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคสังคมนิยม..... | 182 |
| 22 รูปแบบการสร้างอิทธิพลเพื่อการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย (The Process Model of Influence Making for Transitioning The Contemporary Thai Fashion) | 190 |
| 23 กระบวนการการแพร่กระจายแฟชั่นไทย ในแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์..... | 195 |



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

แฟชั่น (Fashion) เป็นคำที่คุ้นเคยและทุกคนได้ยินและนำมาใช้กันอย่างสม่ำเสมอ แฟชั่นเกิดขึ้นตามกระแสสังคมที่ผ่านยุคสมัย ซึ่งผ่านล่องเลยมาในแต่ละยุคเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น แฟชั่นได้ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย โดยมีผู้สรุปความหมายไว้ต่างๆมากมาย ดังนี้

แฟชั่น หมายถึง (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. 2549: 123)

1. แบบเสื้อผ้าและเครื่องประกอบการแต่งกายร่วมสมัย ซึ่งตีความครอบคลุมไปถึง สิ่งทอ ชนสัตว์ หนังฟอก และวัสดุอื่นๆ ในความหมายวงกว้าง หมายถึง การออกแบบ การผลิต การส่งเสริมการขาย และการขายสิ่งของดังกล่าว ส่วนแฟชั่นระดับสูง (High Fashion) หมายถึง แฟชั่นขณะนี้ เป็นสไตล์ที่เปลี่ยนจากฤดูหนึ่งไปอีกฤดูหนึ่ง

2. เสื้อผ้าและเครื่องประกอบการแต่งกายสวมกันในยุคประวัติศาสตร์ยุคใดยุคหนึ่ง

แฟชั่น หมายถึง รูปแบบและการยอมรับของผู้คนส่วนใหญ่ในช่วงเวลาหนึ่ง โดยเน้นใช้กับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากที่สุด

ในหนังสือ 20 สุดยอดแฟชั่นดีไซเนอร์ของโลก ได้สรุปวิวัฒนาการแฟชั่นในตะวันตก (เครื่องแต่งกาย) ซึ่งถือว่าเป็นต้นกำเนิดกระแสทางการแต่งกาย และกำเนิดคำว่า แฟชั่น ขึ้น โดยวิวัฒนาการแฟชั่นทางตะวันตกเริ่มขึ้น ในช่วง ค.ศ. 1800 โดยสรุปไว้ดังนี้ (หนึ่งธิดา. 2537: 13-65)

แฟชั่น คือ เครื่องแต่งกายสมัยใหม่ หรือ โมเดิร์น คอสตูม (Modern Costume) นั้น ยอมรับกันโดยทั่วไปว่ามีวิวัฒนาการมาจากศูนย์รวมแฟชั่น ที่ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส จากนั้นได้เดินทางตามเส้นทางของมัน ขยายวงออกสู่กว้างในภูมิภาคต่างๆ ของโลก และไปกำเนิดเติบโตในแหล่งต่างๆ ตามวัฒนธรรมทางสังคมของพื้นที่นั้นๆ แล้วหมุนเวียนกลับไปกลับมารับอิทธิพลของกันและกัน จนกระทั่งแฟชั่นเครื่องแต่งกายในยุคใหม่กลายเป็นวัฒนธรรมที่ถูกรวมกัน (Mix) หรือผสมผสานรวมกันไปทั่วทั้งโลก และเรียกรวมกันว่า โมเดิร์น แฟชั่น (Modern Fashion) ซึ่งเดินทางผ่านเลยมาจนปัจจุบันกว่า 100 ปีแล้ว ในบางช่วงกระแสสังคมเป็นยุคผู้ใหญ่แต่ในบางช่วงก็เป็นของเด็กหนุ่มเด็กสาว มันจึงปรับเปลี่ยนรสนิยมและการตลาดไปตามยุคสมัยของมันเช่นนี้เสมอมา

จุดเริ่มต้นของที่มาของกรอบคิดของการวิจัยจากการสังเกตเบื้องต้น คำว่า แฟชั่น หมายถึง สไตล์ที่ได้การยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง ไม่เกี่ยวกับว่าผู้บริโภคกลุ่มนั้นจะเป็นกลุ่มขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ สไตล์บางสไตล์เท่านั้นที่จะกลายเป็นแฟชั่นได้ เพราะแฟชั่นเป็นจิตวิทยาสังคม แต่สไตล์มาจากความเห็นของเหล่าศิลปินหรือนักออกแบบร่วมสมัยนั้นๆ ที่มีทั้งเก่าใหม่ สวยไม่สวย ดีไม่ดี ซึ่งสังคมจะเป็นผู้ตัดสินและยอมรับ ดังนั้นสไตล์ต่างๆที่จะกลายเป็นแฟชั่นได้ จะต้องได้รับความนิยมชมชอบจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน แต่ ณ ปัจจุบัน การสวมใส่เครื่องแต่งกายสำหรับผู้คน หรือเครื่องแต่งกาย สามารถมองได้ในหลายแง่มุม เครื่องแต่งกายมองในมุมของการเป็นศิลปะการตกแต่งร่างกาย มนุษย์ในหลายๆวัฒนธรรมพยายามปรับเปลี่ยน “ร่างกาย” ของตนเองจากสภาพตาม “ธรรมชาติ” มาสู่การเป็นวัตถุประสงค์ “วัฒนธรรม” ด้วยการเติมสัญลักษณ์ เครื่องประดับ และแต้มสีลงบนร่างกาย เริ่มจากทั้งร่างกายโดยตรงและผ่านเสื้อผ้าปกปิด ประกอบการตกแต่ง ทั้งนี้จะแตกต่างกันทางด้านรูปแบบ โดยมีความหมายที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละสังคมและวัฒนธรรม

เครื่องแต่งกายที่สวมใส่อยู่ทุกวันในสังคมใน แต่ละวัฒนธรรม นอกเหนือจากการตอบสนองอารมณ์ทางสุนทรีย์ ะหรือความต้องการสิ่งสวยงามแล้ว เครื่องแต่งกายยังเป็นเครื่องแสดงสถานภาพและชีวิตฐานะทางสังคม ตำแหน่ง เพศ อาชีพ หรือแม้กระทั่งการนับถือศาสนา นอกจากนี้เครื่องแต่งกายยังมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างเสน่ห์ดึงดูดใจเพศ ตรงข้าม รวมถึงการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นสัญลักษณ์ในโอกาสพิเศษ หรือพิธีกรรม เพื่อกระบวนการเปลี่ยนผ่านการดำรงชีวิต แฟชั่นเป็นเสมือนช่องทางหนึ่งที่ทำให้บุคคลสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองไม่ว่าจะเป็นความต้องการทางอารมณ์หรือการแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆของบุคคลสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองไม่ว่าจะเป็นความต้องการทางอารมณ์ หรือการแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆบุคคลสามารถพัฒนาความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง (Identity) ทั้งในด้านรูปลักษณ์ภายนอกทางร่างกาย ความรู้สึกต่างๆการรับรู้เกี่ยวกับตัวเอง (Self concept) หรือภาพลักษณ์ของตนเอง (Self image) รวมทั้งสร้างความประทับใจให้กับผู้อื่นเมื่อยามพบเห็นได้โดยผ่านการสวมใส่เครื่องแต่งกายหรือการใช้สินค้าแฟชั่นต่างๆในสังคมสมัยใหม่เช่นปัจจุบันนี้ แฟชั่นเข้ามามีบทบาทเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของคนในสังคมมากขึ้น โดยสังเกตได้จากการเปลี่ยนเครื่องแต่งกายที่แตกต่างกันไปในแต่ละกิจกรรมหรือแต่ละสถานการณ์ (Moven. 1994: มปลด)

จนกระทั่งเวลาหนึ่งแฟชั่นเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ได้กลายเป็นธุรกิจใหญ่โตมหาศาลที่ ทำกำไรได้ทั่วโลก มีการโฆษณาชวนเชื่อเพื่อให้มนุษย์หลงใหลกับความพึงพอใจของรูปร่างที่ เพิ่มขึ้นและเปลี่ยนแปลงสัญลักษณ์และความหมายของการแต่งกายแตกต่างไปจากอดีต นักศึกษาแฟชั่น บรูโน ริมาวรี (Bruno Remaury) จากการสัมภาษณ์ไว้ในหนังสือ Fashion Brands Branding Style from Armani to Zara. (Mark Tungate.)กล่าวไว้ว่า (ศรีกัญญา มงคลศิริ. 2549: 22-23)

การตลาดโดยธรรมชาติแล้วเป็นเรื่องของการสนองความต้องการ คุณต้องหาวิธีทำการตลาด ที่ตรงกับความต้องการที่มีอยู่ ภาระของนักการตลาด คือ การพิสูจน์ว่าสินค้าชิ้นนั้นดีที่สุดในกลุ่ม สินค้าประเภทเดียวกัน สำหรับความต้องการนั้นๆ แต่แฟชั่นไม่ได้เป็นเช่นนั้น แฟชั่นเป็นเรื่องของการ สร้างความต้องการ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วไม่มีตัวตน แฟชั่นก็คือ โรงงานผลิตราคาของตนเอง

สิ่งที่เปลี่ยนแปลงและก้าวเข้ามาของแฟชั่นกับมนุษย์ ไม่ได้เป็นเพียงแค่อสวมใส่เสื้อผ้า ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แฟชั่นเข้าไปเกี่ยวข้องกับทุกมิติของวิถีชีวิต ตคนเมือง มือถือ รถยนต์ ห้องครัว สื่อ สถานที่นัดพบเพื่อน รวมถึงอื่นๆ เหล่านี้ต่างก็ผันแปรไปตามกระแสแฟชั่น การสวมใส่เสื้อผ้าแต่อย่างใดไม่เพียงพออีกต่อไปแล้วคุณต้องเลือกสวมใส่ให้เหมาะกับวิถีชีวิตด้วย รวมถึงการแสดงออกผ่านทางด้านแฟชั่นทางด้านการนิยมนำเข้าของเครื่องใช้รวมถึงการแต่งกาย แฟชั่นจึงเป็นการต่อสู้และแสดงออกทางฐานะและรสนิยมเพื่อชนชั้นและยอมรับในที่สุด การบริโภคแฟชั่นและกลไกทางด้านแฟชั่นอาจเกิดก่อนคำว่า นักออกแบบ จะเกิดขึ้น

ในช่วงเวลาทศวรรษที่ 1930 ในสหรัฐอเมริกา มีการบริโภคมากขึ้นและหลากหลายมากขึ้น เป็นกลไกทางธุรกิจที่ต้องทำให้ผู้บริโภคไม่พอใจในสิ่งที่ตนเองมีอยู่ แต่ความไม่พึงพอใจในสินค้านั้นก็ไม่ได้เกิดขึ้นจากผู้บริโภคเพียงฝ่ายเดียว อาชีพนักออกแบบอุตสาหกรรมเริ่มเกิดขึ้น และมีบทบาทอย่างมากในการออกแบบสินค้า ... แต่สิ่งสำคัญก็คือ การออกแบบนั้นต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคพอใจกับสินค้านานเกินไป ความพึงพอใจของผู้บริโภคจึงต้องมีระยะสั้นมากที่สุด (ธเนศ วงศ์ยานนาวา. 2550: 209-210) รวมถึงกลไกทางการบริโภค หรือกระบวนการทางแฟชั่นที่เป็นกระบวนการครอบครองเพื่อความสุข “แฟชั่นเป็นสิ่งที่แพร่หลายไปทั่วจนยากที่จะคิดว่ามันเป็นเรื่องเล็กน้อย แม้คุณจะไม่ชอบแฟชั่น คุณก็ยังจะถูกบังคับให้ยอมรับมัน แฟชั่นมีอยู่ทุกหนแห่ง สิ่งที่คุณเลือกสวมใส่ เลือกไม่สวมใส่ คือคำประกาศตัวตนของคุณ สิ่งที่คุณซื้อหรือสวมใส่ ไม่ใช่แค่เสื้อผ้า หากแต่เป็นเอกลักษณ์ของคุณ ” ในเรื่องแฟชั่นนั้นคนเราสามารถไปได้สุดกู่ ในความพยายามอยากในตัวของผู้คน ดังบทความที่กล่าวถึงเด็กที่หลงใหลแฟชั่นหนักหนาถึงขนาดฆ่ากันเพื่อแย่งรองเท้ากีฬา ... ในหนังสือพิมพ์ เลอ ฟิกาโร (Le Figaro) นำเสนอข่าวที่เด็กสาว

ยอมขาดตัวเพื่อหาเงินมาสนองนิสัยติดแบรนด์ของตนเอง กรณีอื่นที่ไม่สะเทือนใจ ในระดับนั้น ก็เป็นการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับวัยรุ่นที่ไม่เข้าใจถึงความสำคัญของแบรนด์ที่เหมาะสม สไตล์ที่เหมาะสม และการสวมใส่ในโอกาสที่เหมาะสม จะว่าไปแล้ว ทุกวันนี้ไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ ทุกคนเริ่มหลงไหลแฟชั่น การเปลี่ยนแปลงไม่แน่นอนของแฟชั่นยิ่งทำให้ทุกอย่างเลวร้าย แฟชั่นดูเหมือนเป็นการชักจูง ล่อลวง ไปได้เรื่อยๆ คนส่วนมากแม้จะปฏิเสธว่าไม่ได้ถูกแฟชั่นล่อลวง ก็ยังถูกช้อนกลด้วยแฟชั่น...” (ศรีภักฎญา มงคลศิริ. 2549: 14)

แฟชั่นขยายไปในวงกว้างจนไปถึงแฟชั่นกับผู้ชาย แฟชั่นไม่ได้จำกัดอยู่ที่ผู้หญิง ทั้งผู้หญิงและผู้ชายก็สามารถหลงไหลแฟชั่นได้มากมายพอกัน ในอดีตการสร้างการยอมรับให้กับสังคมและการยอมรับแฟชั่นของผู้ชายต้องใช้การต่อสู้และสร้างการยอมรับอย่างมาก การโฆษณาชักชวนให้ผู้ชายกลายเป็น “นักช้อป” ที่ทำโดยการพรีเซนตนาว่าผู้ชายจะไม่ยอมเสียเวลากับเรื่องจุกจิกต่างๆ เช่น การโฆษณาจักรยานอันเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างมากในช่วงทศวรรษ 1880 - 1890 ก็ใช้โครงเรื่องเกี่ยวกับการใช้ชีวิตนอกบ้านนอกชายคา ชีวิตแบบชายชาติทหาร โดยแสดงให้เห็นถึง “กีฬาที่มีลักษณะของความเป็นชาย”... ในช่วงปี ค.ศ.1899 -1902 ชุดทหารได้กลายมาเป็นต้นแบบของ การแต่งตัวของโลกพลเรือนผู้ชาย สีก็ากี้ได้กลายมาเป็นชุดผู้ชายที่ได้รับความนิยมอย่างมากที่สุดตราบจนถึงทุกวันนี้ (ธเนศ วงศ์ยานนาวา. 2550: 143)

แฟชั่น จึงไม่ใช่เป็นการบริโภคแค่ที่ตัววัตถุอีกต่อไปแต่เป็นการบริโภคสัญญะ ... การถอดเสื้อตัวเก่าทิ้งไป ไม่ใช่เพราะมันหมด สภาพในการใช้สอยคือเก่าหรือขาดแล้ว แต่เป็นเพราะว่ามูลค่าเชิงสัญลักษณ์ได้สิ้นสุดลงเพราะมันล้าสมัย เพราะฉะนั้นจึงมีแฟชั่นเสื้อผ้าที่เปลี่ยนแปลงเร็วมากจนผู้บริโภควิ่งตามไม่ทัน สังคมการบริโภคอื่นๆก็กำเนิดตามแฟชั่นขึ้นเช่นกัน อโนทัย ชลชาติภิญโญ. กล่าวไว้ว่า (2548: 116)

แฟชั่น มักมาพร้อมกับความกำกวม ความไม่ชัดเจนความไม่มีข้อสรุปที่จะบอกผู้คนในสังคมว่า ควรจะต้องคิดอย่างไร ปฏิบัติอย่างไร จึงต้องรอให้กระแสนิยมพุ่งขึ้นสู่จุดสูงสุดนั้นแหละ ความชัดเจนจึงปรากฏเหมือนที่เรามองเห็นภาพแฟชั่นของยุคต่างๆในอดีตได้อย่างชัดเจน มอง เห็นทะลุและวิเคราะห์ได้เป็นฉากๆ

ความเป็นแฟชั่นเป็นอุปสรรคหรือหุ้มร่างกายที่ใกล้ชิดมนุษย์มากที่สุด แฟชั่นจึงพกพาเอา ลักษณะเฉพาะของบุคคล หรือ อัตลักษณ์ (Identity) ที่บ่งบอกถึงความเป็นจริง ความหวัง ความต้องการทัศนคติ และการให้คุณค่าต่อตัวตนของคนคนนั้นรวบยอดไว้ในแฟชั่น

...ทุกวันนี้จึงไม่มีใครให้ความชัดเจนที่สุด ด้วยการมีอัตลักษณ์ หนึ่งเดียวเพราะระบบสังคมที่ขยายอาณาบริเวณผ่านเครือข่ายสังคม (network) ทำให้ผู้คนปรับแต่งอัตลักษณ์ ตนเองไปตามบริบทที่รายรอบ ...การบริโภค (consumption) ถูกมองว่าเป็นกระบวนการทางสังคม เช่นเดียวกับกระบวนการสร้าง อัตลักษณ์ (ที่ไม่ใช่เพียงแค่การแลกเปลี่ยนเงินกับสิ่งของเท่านั้น) การบริโภคสินค้าจึงเกิดจากการสร้าง

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคสัญลักษณ์ มากกว่าความสัมพันธ์โดยตรงกับสิ่งของที่บริโภค (object) การบริโภคเป็นเหมือนการแสวงหาบนตัวเลือก คือการบริโภคสัญลักษณ์ที่แนบติดมากับสินค้าที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้น ไม่ใช่เป็นความสัมพันธ์โดยตรงกับตัวสิ่งของ นักออกแบบจึงต้องสร้างสรรค์สินค้าที่นอกเหนือประโยชน์ใช้สอยแล้ว ยังต้องเติมไปด้วยสัญลักษณ์บางสิ่งเป็นจุดขาย ไม่ต่างตอนที่เราแต่งตัวเปิดตู้เสื้อผ้ายามเช้า พบว่าเราไม่ได้กำลังเลือกอะไรใส่ แต่เรากำลังเผชิญกับภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์อะไรที่ต้องการเลือกใส่ต่างหาก

ในประเทศไทย ในเรื่องวิวัฒนาการเครื่องแต่งกายของไทย เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม สภาพเศรษฐกิจและการเมืองการปกครองของไทยเป็นหลัก ในสมัยการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไทยรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายจะเริ่มจากในราชสำนักก่อน แล้วจึงแพร่หลายมาสู่ราษฎรทั่วไป เป็นการเปลี่ยนอย่างที่เราเรียกว่าค่อยเป็นค่อยไปจะสังเกตเห็นว่าบริวารผู้ใกล้ชิดในราชสำนักที่เรียกว่าคนชั้นสูงจะเป็นผู้นำในการแต่งกายในสมัยนั้นอย่างชัดแจ้ง จนการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยเปลี่ยนแปลงไปตามการกำหนดนโยบายของสถาบันกษัตริย์ โดยมีการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการแต่งกาย และเป็นการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของไทยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ในประวัติศาสตร์ของการแต่งกายไทย

การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย มีเบื้องหน้าเบื้องหลังตามกระแสการเมืองและการปกครองตามช่วงเวลาของการเปิดประเทศติดต่อกับชาวตะวันตก ซึ่งกำลังแสวงหาอาณานิคมและช่วงชิงอำนาจทั้งเศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมองเห็นแนวความคิดของชาวตะวันตก จึงทรงดำเนินนโยบายที่มุ่งทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ของประเทศและของโลกตลอดจนปรับปรุงเปลี่ยนแปลงขนบธรรมเนียมประเพณีบางอย่างให้สอดคล้องกับแนวนโยบายของต่างประเทศ พ.ศ. 2411-2453 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 จากที่ทรงตระหนักดีว่า การแต่งกายดังกล่าวย่อมเป็นที่ดูหมิ่นเหยียดหยามของชาวต่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในกรุงเทพฯ และเป็นเวลาที่จะเสด็จประพาสต่างประเทศ (สิงคโปร์ และชวา) เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.2413 จึงมีพระราชดำริที่จะเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายตามแบบฝรั่ง เพื่อแสดงความเป็นอารยประเทศ ทรงเริ่มจากข้าราชการและบุคคลที่เป็นบริวารใกล้ชิดเป็นหลักที่เรียกได้ว่าเป็นกลุ่มผู้นำและมีอำนาจของสังคม ทรงกำหนดเครื่องแบบทหารและพลเรือนฝ่ายทหารมีทั้งเครื่องแบบเต็มยศและเครื่องแบบปกติ และกำหนดให้สวมถุงเท้า รองเท้า ต่อมาในปี พ.ศ.2463 เมื่อครั้งที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงอภิเษกสมรสได้โปรดให้สตรีในราชสำนักไว้ผมยาวเกล้าผมยาวหรือไว้ผมบ๊อบตามแบบตะวันตก ซึ่งสมัยนั้นใช้เครื่องประดับคาคอประดับศีรษะด้วย การแต่งกายตามพระราชนิยมจึงได้แพร่หลายออกสู่ประชาชนสตรีไทยจึงนิยมไว้ผมยาวกันอย่างแพร่หลาย

จนมาถึงรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม สมัยหลังการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทย หลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง การมีนโยบายสร้างชาติในทางวัฒนธรรม ได้กำหนดประเพณีนิยมต่าง ๆ ที่เรียกว่า รัฐนิยม รัฐบาลในสมัยนั้นได้ประกาศชักชวนเป็นครั้งเป็นคราวตามโอกาสอันควร มีทั้งหมด 12 ฉบับ โดยเฉพาะรัฐนิยมฉบับที่ 10 ที่ว่าด้วยการแต่งกาย ของประชาชนชาวไทย ประกาศเมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2484 รวมทั้งพระราชบัญญัติ และประกาศต่างเกี่ยวกับเรื่องการแต่งกายทำให้รูปแบบการแต่งกายของไทยหันไปนิยมแบบตะวันตกมากขึ้น ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยที่มีผลจากนโยบายจากผู้ที่มิอำนาจทางการปกครอง ที่มีเบื้องหน้าเบื้องหลังจากอำนาจทางการเมืองเป็นหลัก จนกระทั่งยึดถือการแต่งกายแบบนี้กันหมดและเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสแฟชั่นของตะวันตกที่หมุนเวียนสับเปลี่ยนกันเข้ามาอย่างต่อเนื่อง จนถึงปัจจุบัน

สรุปในเบื้องต้นได้ว่า เครื่องแต่งกายของไทยเริ่มต้นจากการรับรูปแบบแฟชั่นตะวันตกที่มีอิทธิพลอย่างเด่นชัดมายาวนานในเรื่องรูปแบบทางแฟชั่นถูกนำเข้ามาในประเทศไทยมีผลมาจากไม่มีรูปแบบแฟชั่นทางเลือก หรือกล่าวอีกนัยคือ การรับทั้งวัฒนธรรมตะวันตกและรูปแบบแฟชั่นทางตะวันตกมาใช้ทั้งหมด โดยไม่มีการประยุกต์ (Anothai Cholachatpinyo. 2004: 247)

เนื่องจากเนื้อหาทางประวัติศาสตร์แสดงให้เห็นว่ามันเป็นการรับเอาแฟชั่นและวัฒนธรรมระดับสูงของตะวันตกเข้ามาซึ่งความพร้อมของสังคมไทยในการรับเอามาใช้นั้น ได้รับแรงผลักดันโดยความที่ไม่สามารถจะคิดปฏิเสธการรับแฟชั่นและวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาโดยไม่ มีการเปลี่ยนแปลงได้ โดยทางประวัติศาสตร์ การรับสินค้าของจากอารยธรรมตะวันตกเข้ามานั้น ถูกมองว่าเป็นกลไกเพื่อการต่อต้านการล่าอาณานิคม โดยเฉพาะในยุคสมัยขงรัชกาลที่ 4, 5, 6 และ นายกรัฐมนตรี จอมพล ป. พิบูลสงคราม พระราชกฤษฎีกา ไม่ว่าด้วยโฆษณาชวนเชื่อหรือโดยกฎหมาย ทำให้รูปปลักษณ์ของตะวันตกดูถูกต้องเหมาะสมและละทิ้งรูปแบบไทยดั้งเดิมไป นี่เป็นจุดเริ่มต้นของผลกระทบใหม่ทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นกับคนไทย ผู้ผลิตแฟชั่นได้ริเริ่มกระบวนการจัดการสินค้านำเข้าจากตะวันตกหรือต่างชาติ

ยูนิยะ คาวามูระ (Yuniya Kawamura) กล่าวถึงผู้มีอิทธิพลเผยแพร่งานแฟชั่นที่สร้างอิทธิพลและการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบและที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงแฟชั่น ที่เริ่มต้นจากราชสำนักเช่นเดียวกับเครื่องแต่งกายของไทยและเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมและการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ในหนังสือ Fashion – Ology ไว้ว่า (2005: 76)

ในสังคมชั้นสูงของคริสต์ศตวรรษที่ 17 และ 18 ในทวีปยุโรป ผู้นำแฟชั่นนั้นเป็นสมาชิกของราชวงศ์ ตู้โชว์ของพวกเขาเป็นห้องพระโรง ช่างฝีมือที่ดีที่สุดได้ถูกเรียกให้ประดิษฐ์ประดอยชุดหรูหราฟูฟ่า ซึ่งสมาชิกราชวงศ์สามารถเดินเฉียดกันในห้องพระโรงฝรั่งเศส ในฐานะเจ้าของโรงละคร สมาชิกราชวงศ์จะมอบเสื้อผ้าของพระองค์แก่นักแสดงที่ถูกใจ ทำให้โรงละครเป็นยานขับเคลื่อนงานแฟชั่น นโยบายนี้ได้ดำเนินต่อไปในฝรั่งเศส จนกระทั่งมีการปฏิวัติฝรั่งเศส เมื่อนักแสดงหญิงได้เริ่มสร้างสรรค์ชุดแสดงบนเวทีด้วยตนเอง นี่จึงเป็นยุค เสื้อผ้าของงานแฟชั่นและจนกระทั่งปี 1875 ถึงปี 1918 โรงละครกลับมาเป็นศูนย์กลางของแรงบันดาลใจแฟชั่นอีกครั้ง งานแฟชั่นเริ่มปรากฏขึ้นในเวทีการแต่งตัวและทรงผมต่างๆ ได้สร้างชื่อแก่นักแสดงหญิงผู้ที่ได้สวมใส่

จวบจนถึงในสังคมประชาธิปไตยที่ซึ่งไม่ได้มีสมาชิกราชวงศ์ แต่ในช่วงเวลาที่ภรรยาของนักการเมือง เช่น แจ็กกี้ เคนเนดี และผู้มีชื่อเสียง เช่น มาดอนน่า ได้กลายมาเป็นผู้นำด้านแฟชั่น การทำงานของดีไซเนอร์ได้รับความสนใจ เมื่อการออกแบบนั้นได้รับการสวมใส่โดยผู้มีชื่อเสียงและช่างภาพ รวมถึงบุคคลในวงการที่มีอิทธิพลสูง ในวิธีที่งานนี้ผู้ผลิตงานแฟชั่นและผู้บริโภคทำให้องค์ประกอบนั้นบริบูรณ์ในการรักษาแนวคิดด้านแฟชั่น

ในขณะที่นักออกแบบก็เป็นผู้สร้างอิทธิพลให้กับการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นได้อย่างมาก เปรียบได้กับการเป็น เทพผู้กำหนดทิศทางของแฟชั่น รูปแบบและการสร้างสัญลักษณ์ใหม่ให้กับเครื่องแต่งกาย ของ- ปอล โกลตีเยร์ (Jean-Paul Gaultier) เป็นหนึ่งในนักออกแบบยุคแรกๆ ที่ได้รับความนิยม มราวกับเป็นนักร้องวัยรุ่น มีพลังล้นเหลือมากมายในความคิดสร้างสรรค์ที่ทำให้เป็นที่ดึงดูดใจทั้งในบรรดาสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไป ... สถานะความเป็นดาราของนักออกแบบเป็นอะไรที่เรียกได้ว่าเป็นความหลงที่ไม่เคยคาดคิดมาก่อน ในเดือนกรกฎาคม 2004 นิตยสาร Elle Girl ในอเมริกาถามผู้อ่านกว่า 1,000 คนว่าคนเหล่านั้นคิดว่าอาชีพอะไรเป็นอาชีพที่เท่ ปรากฏว่าอาชีพที่ได้รับการลงคะแนนเสียงเป็นอันดับหนึ่งคือ แฟชั่นดีไซเนอร์ ซึ่งเป็นลำดับที่ต่ำกว่าดาราภาพยนตร์หรือนักดนตรีเสียอีก “สำหรับวัยรุ่นแล้วแฟชั่นดีไซเนอร์เปรียบเสมือนดาราเพลงหรือคนใหม่ของเขา” (Mark Tungate. 2549: 89-90)

การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายนอกเหนือจาก จะเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง รวมถึงในความเข้มแข็งและความอ่อนล้าในแต่ละวัฒนธรรมแล้ว ยังมีเบื้องหน้าเบื้องหลังและบุคคลในวงการของแฟชั่นเองที่สร้างอิทธิพลชั้นนำทางมากมาย ที่มีบทบาทอย่างมาก สื่อทางด้านแฟชั่น นักเขียนและนักข่าวด้านแฟชั่นสามารถแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม นักข่าวและบรรณาธิการ ทั้งสองกลุ่มนี้มีส่วนสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจรูปแบบแฟชั่น พวกเขาสามารถตีความความคิดของดีไซเนอร์สู่ที่สาธารณะโดยไม่ต้องอาศัยวิ ชาชีพแฟชั่น และทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างได้ ทางเลือกของพวกเขาเป็นความหมายที่ยิ่งใหญ่ต่อดีไซเนอร์และผู้บริโภคแฟชั่นเช่นกัน

ในการเปลี่ยนแปลงทางด้านแฟชั่นมีปัจจัยหลายอย่างในการพัฒนารูปแบบในเฉพาะตัวสินค้าแฟชั่นเอง หรือการพัฒนางานแฟชั่นเองที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ มากมาย ระบบแฟชั่นทำให้เกิดพรมแดนสัญลักษณ์ระหว่างว่าอะไรคือแฟชั่นและอะไรไม่ใช่แฟชั่น และกำหนดว่ารสนิยมสุนทรียภาพที่ยอมรับกันได้คืออะไร รวมถึงนักออกแบบ และอาชีพอื่นที่ปรากฏในงานแฟชั่น ผู้ซึ่งเป็นตัวแทนของงานแฟชั่น บุคคลในวงการทั้งทางตรง และทางอ้อม ที่ผ่านการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นของผู้ที่มีอิทธิพลในแฟชั่นก่อนที่พวกเขาจะเผยแพร่ผลงานไปสู่สาธารณชน และเป็นที่ยอมรับ

ยูนิยะ คาวามูระ (Yuniya Kawamura) สรุปเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการเผยแพร่แฟชั่นที่สามารถเป็นอิทธิพลและเป็นตัวแปรสำคัญการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบต่อแฟชั่น ได้ดังนี้

1. นักเขียน หรือผู้สื่อข่าวแฟชั่น (Fashion Journalists)
2. บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น (Fashion Magazine Editors)
3. นางแบบ และแฟชั่นโชว์ (Fashion Doll to Fashion Show)
4. เทคโนโลยีการผลิตและความก้าวหน้าทางการผลิต (Technological Influences on Fashion)
5. การสื่อสารสื่อโฆษณาแฟชั่น (Fashion Advertising)

ในวงการแฟชั่นระดับโลก มีการจัดลำดับบุคคลที่มีอิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงวงการแฟชั่น ในด้านต่างๆ ซึ่งบุคคลที่ถูกจัดลำดับสอดคล้องกับทฤษฎีของ ยูนิยะ คาวามูระ (Yuniya Kawamura) ที่บุคคลสามารถเป็นอิทธิพลและเป็นตัวแปรสำคัญการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบต่อแฟชั่น ใน เว็บไซต์ นิตยสาร นิมแมก [www.http://nymag.com](http://nymag.com) ได้จัดลำดับ 10 ผู้ที่มีอิทธิพลในวงการแฟชั่นระดับโลก ที่มีบุคคลในวงการในการจัดกลุ่มของทฤษฎี ยูนิยะ คาวามูระ เช่น บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในโลก ได้แก่ แอนนา วินทัวร์ (Anna Wintour) ที่เธอสามารถสร้างความก้าวหน้าและผลักดันนักออกแบบให้มีโอกาสได้ในวงการแฟชั่นระดับโลก ตั้งแต่ จอห์น กัลลิอาโน (John Galliano) จนถึง แซค โปเซน (Zac Posen) (Mymag. 2006: ออนไลน์)

การรณรงค์ เปลี่ยนเครื่องแต่งกายที่ผ่านมาของไทย มีบุคคลที่มีอิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายในแต่ละช่วงเวลาดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ในหนังสือ 100 คนผู้ทรงอิทธิพลแห่งสยามประเทศ สรุปบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยในหลายๆ ด้านไว้ถึง 100 บุคคล มีบุคคลที่สรุปไว้ว่ามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย คือ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 และ จอมพล ป. พิบูลสงคราม

เครื่องแต่งกายของไทยก็ได้มีวิวัฒนาการและเข้าสู่เครื่องแต่งกายร่วมสมัยในเวลาต่อมา ในยุคร่วมสมัยของวงการแฟชั่นไทยที่เริ่มต้นอย่างจริงจัง จากการเริ่มต้นของ การกำเนิด นิตยสาร ลลนา ที่ถือได้ว่านิตยสาร ลลนา เป็นจุดเริ่มต้นของการทำนิตยสารสมัยใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับ ฝ่ายศิลป์ในกองบรรณาธิการ เน้นคุณภาพและความสวยงามของการจัดหน้า การออกแบบ ตัวหนังสือสวยงามในลักษณะ รูปแบบ สมัยใหม่ นิตยสาร ลลนา จึงเป็นแม่แบบของการจัดหน้า และมีเนื้อหาสาระด้านแฟชั่นร่วมสมัยอย่างแท้จริง และนิตยสาร ลลนา ก็ยังทำให้เป็นจุดกำเนิด นักออกแบบ นางแบบ และบุคคลที่ทำงานในวงการแฟชั่น ชูติพันธ์ ฉายประกายแก้ว กล่าวถึง เส้นทาง การเปลี่ยนแปลงและวิวัฒนาการเครื่องแต่งกายรวมถึงสังคมที่เป็นช่วงเวลาเริ่มชัดเจน ในเรื่องของวงการแฟชั่นของไทยเริ่มต้นขึ้น และมีบุคคลที่มีอิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงอย่าง ชัดเจน โดยกล่าวไว้ดังนี้ (ชูติพันธ์ ฉายประกายแก้ว, 2551: 396-403)

ดิไซเนอร์สมัยนั้นก็คือร้านตัดเสื้อของคนจีนในฮ่องกง ซึ่งเป็นแหล่งแวะพัก ก่อนที่จะขึ้นต่อเรือ ไปยังยุโรป คุณไขเล่าว่า (สมชัย แก้วทอง) “การตัดเสื้อผ้าของคนไทยเริ่มจากคนจีนก่อน เจ้านายหรือ เศรษฐีสมัยก่อน การเดินทางสมัยก่อนจะไปโดยทางเรือ และท่าเรือแห่งแรกที่แวะก็คือเกาะฮ่องกง เจ้านายหรือเศรษฐีสมัยก่อนจะอยู่ที่นั่นเป็นสัปดาห์เพื่อตัดเสื้อผ้า มาอยู่ คร.8 ซึ่งเปลี่ยนพาหนะในการ เดินทางเป็นเครื่องบิน ก็จะมีทางเลือกอยู่ 2 ทางคือ ตัดเสื้อในเมืองไทย หรือไปตัดที่ยุโรป ร้านเทลอร์ ที่เปิดบริการในประเทศไทยช่วงแรกๆ มักเป็นร้านของคนจีน โดยฝรั่งเป็นคนสั่งพวกลูกไม้ผ้าแพร พรรณต่างๆเข้ามา”

จากนั้นดิไซเนอร์รุ่นต่อมาจึงเริ่มเปลี่ยนมาเป็นร้านของคนจีนในไทย และที่โด่งดังมากในยุคที่ กรุงเทพฯ ยังมีรถรางวิ่งอยู่ก็คือ “ร้านแฟมิน่า” แถววังบูรพา “ถือเป็นต้นฉบับของแฟชั่นในเมืองไทย คิดว่าเจ้าของน่าจะเป็นคนฮ่องกง คือถ้าสืบไปสมัยคุณย่าคุณยายวัย 80-90 ถ้าพูดถึงร้านแฟมิน่าก็ รู้จักกันดี จำได้ว่าเวลาคุณแม่มากรุงเทพฯ ก็จะมาตัดเสื้อที่ร้านนี้”

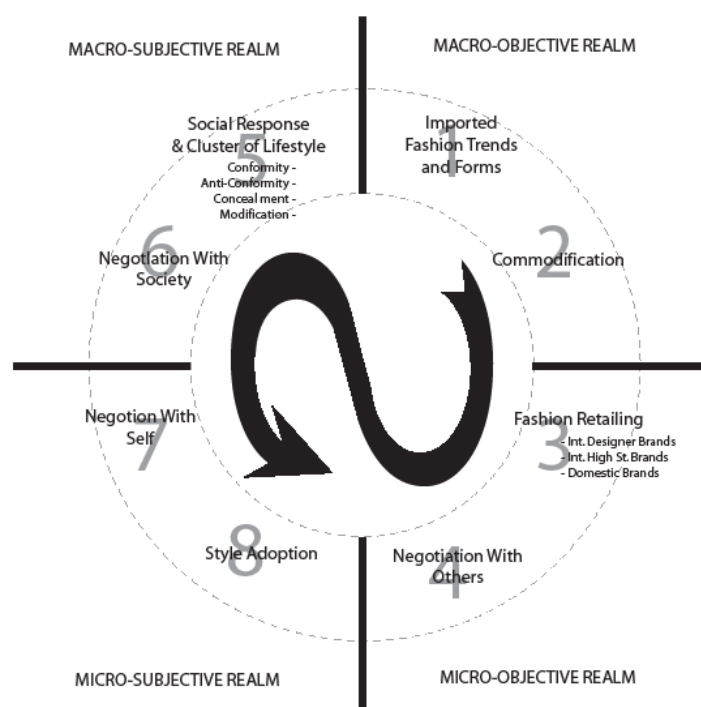
แต่สำหรับร้านเสื้อที่ถือว่าเป็นต้นฉบับแห่งแฟชั่นในไทยและมีชื่อเสียงมากที่สุดเลยก็คือร้าน เสื้อกรแก้ว ของคุณหญิงอุไร ลือบำรุง คุณไขเล่าว่า “เมื่อครั้งที่ สมเด็จพระราชินีเสด็จประพาสทั่วโลก คุณหญิงอุไรก็เป็นคนเย็บชุดไทยถวาย สำหรับเสื้อผ้าแบบยุโรปทรงให้ปีแอร์ บัลแมง ทำ ภายหลังบัลแมงเสียชีวิตก็ยังทรงให้มีสเตอร์อิริค มอร์เทนเซน ทำถวาย จนกระทั่งมีสเตอร์มอร์เทนเซนเสียชีวิต ก็เลยไม่ทราบว่าคุณฉลองพระองค์ของสมเด็จพระราชินีทรงให้ใครทำถวาย”

ยุคคาบเกี่ยว ต่อจากกรแก้วก็มีดิไซเนอร์หน้าใหม่ๆ เกิดขึ้นให้คนต้องทึ่งในฝีมือ อาทิ ม .จ. ไกรสิงห์ วุฒิชัย อดีตผู้ออกแบบฉลองพระองค์ให้สมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณีฯ ติดตามด้วย คุณวราชาติ ชาศะโสภณ ผู้โด่งดังในยุคนั้น แล้วหลังจากนั้นก็เป็คุณเล็ก ภทราวดี ศรีไตรรัตน์

“ถ้าจะเรียกให้เต็มปากเต็มคำว่าดีไซเนอร์จริงๆก็ต้องยกให้คุณเล็ก ” คุณไขให้เหตุผล “เพราะคุณเล็กเป็นผู้หญิง เธอจะรู้ว่าผู้หญิงชอบอะไร แต่งตัวอย่างไรจึงจะดูโมเดิร์น ตอนที่คุณเล็กเข้ามา นางแบบจะต้องผอม ไม่มีหน้าอกที่เขาเรียกว่าอกไขดาว”

“แล้วพอคุณเล็กเลิกไปก็เป็นพวกผมที่เข้ามา ผมกับคุณเล็กเข้ามาในวงการไล่เลี่ยกัน แต่ผมถือว่าคุณเล็กเป็นบรมครูทางแฟชั่นสมัยใหม่ เพราะตอนนั้นยังไม่มีใครลุกขึ้นมาทำอะไรได้หรือหาเวที คุณเล็กปฏิบัติทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นวงการแฟชั่น วงการละครเวที หรือกระทั่งละครทีวี คือถ้าประเทศไทยไม่มีคุณเล็ก เราก็คงไม่มีความสมัยใหม่เหมือนทุกวันนี้”

ผลงานวิทยานิพนธ์ ของ อนิทัย ชลชาติภิญโญ (Anothai Cholachatpinyo) เรื่อง Toward a conceptual Model for the Apparel Industry in Thailand Focused on Domestic Fashion Origination. ได้สรุป กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทย ไว้เป็นแผนภาพ การเปลี่ยนรูปแบบของแฟชั่นไทยมีลักษณะเฉพาะ ที่กล่าวได้ว่า ต้นแบบกระบวนการการปฏิรูปแฟชั่นสำหรับสังคมตะวันตกไม่สามารถอธิบายได้อย่างแม่นยำถึงกลไกของกระบวนการการปฏิรูปแฟชั่นในประเทศไทย ดังนั้นความจำเป็น คือ การก่อร่างสร้างต้นแบบกระบวนการการปฏิรูปแฟชั่นสำหรับกระบวนแฟชั่นไทย เป็นอย่างไร ดังแผนภาพ (Anothai Cholachatpinyo. 2548: 252)



ภาพประกอบ 1 กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย (Thai Fashion Change Process)

รูปภาพกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย ของ อโนทัย ชลชาติภิญโญ แสดงให้เห็นถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยซึ่งมีทั้งหมด 8 ขั้นตอน เริ่มจากระดับมหภาคที่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อคนจำนวนมากในสังคมไทย ไปยังระดับจุลภาคที่ส่งผลไปสู่ระดับบุคคลและเปลี่ยนไปเป็นระดับมหภาคและท้ายสุดจบลงระดับจุลภาค และสรุปเป็น โครงสร้างของต้นแบบกระบวนการการปฏิรูปแฟชั่นของไทย

เริ่มต้นจากที่ในอดีตของไทย รับเอาแฟชั่นและวัฒนธรรมระดับสูงของตะวันตกเข้ามา จากแผนภาพ กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย ของ อโนทัย ชลชาติภิญโญ กล่าวถึงแฟชั่นร่วมสมัยของไทย ที่มีรูปแบบกระบวนการเปลี่ยนแปลง ที่เริ่มต้นจาก แนวโน้มและรูปแบบแฟชั่นที่รับเข้ามา (Imported Fashion Trends and Forms) เริ่มแปรรูปปรับเปลี่ยนสร้างสรรค์สินค้า (Commodification) สู่อุตสาหกรรมขายสินค้าปลีก (Fashion Retailing) เริ่มจากการสร้างแบรนด์ของนักออกแบบของไทย เข้าสู่การเริ่มต้นการรับรู้และการนำเสนอให้กับผู้คน (Negotiation With Others) ไปสู่สังคมรวมถึงส่งผลถึงวิถีชีวิต ที่แสดงออกทางปฏิกิริยาตอบสนองทางสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิต (Social Response & Cluster of Lifestyle) ที่อาจจะแสดงออกมาในรูปแบบของแฟชั่น ที่เกิดจากการ ยอมรับ ไม่ยอมรับ ปิดบังหรือเฉยเมย รวมถึงดัดแปลง เข้าสู่การเริ่มต้นการต่อรองทั้งกับสังคม (Negotiation With Society) และตัวเอง (Negotiation With Self) เพื่อการรับและนำไปใช้ (Style Adoption) ของรูปแบบแฟชั่นนั้นๆ และเครื่องแต่งกายของไทยก็มีวิวัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญๆ ในช่วงเวลาต่างๆ

ในวงจรและระบบการเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นของไทยประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลายอย่าง ทั้งการยอมรับและไม่ยอมรับของการเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบและสิ่งอื่นๆ ในแวดวงเครื่องแต่งกาย การเผยแพร่แฟชั่นใช้ระบบการข้ามวัฒนธรรม ขยายอย่างรวดเร็วได้อย่างไร และไปได้ไกลเพียงใด ทั้งการสื่อสารทั้งในระดับมหภาค และการสื่อสารระดับบุคคล อิทธิพลที่ชัดเจนของผู้นำด้านการบริโภคและตัวแทนอื่นๆ และระดับที่ซึ่งนวัตกรรมที่มีการเชื่อมโยงสู่สังคมหนึ่งไปอีกสังคมหนึ่ง บ่อยครั้งที่เชื่อกันว่า นักออกแบบเป็นผู้ที่บังคับให้เกิดงานแฟชั่นใหม่ๆ สู่อุตสาหกรรม เพื่อที่จะกระตุ้นตลาดและเศรษฐกิจ แต่ผู้ผลิตงานแฟชั่นอื่นๆ หรือผู้ที่อยู่ในวงการแฟชั่นก็มีความสำคัญ เพราะพวกเขาได้ผลิตงานแฟชั่นซึ่งสร้างสรรค์ความคิดด้านแฟชั่นในทุกๆ ส่วนเช่นกัน รวมถึงผู้นำที่มีอิทธิพลในการเผยแพร่ผลงานทางด้านแฟชั่น ไม่ว่าจะเป็น สถาบัน ภาครัฐบาล รวมถึงผู้นำด้านการปกครอง สถาบันสื่อ ไม่ว่าจะเป็นนิตยสารและสื่ออื่นๆ

จากการ ผู้ที่ซึ่งมีอิทธิพลทางการเผยแพร่ ในระบบแฟชั่นเป็นผู้ที่ได้สร้างความหมายใหม่ทางวัฒนธรรม และนวัตกรรมนี้ได้รับการรับรองจากผู้นำซึ่งได้ช่วยทำใ้ความหมายใหม่ทางวัฒนธรรมนี้เป็นรูปเป็นร่าง และช่วยกลั่นกรองความหมายทางวัฒนธรรมนี้ให้คงอยู่ ทั้งยังสนับสนุนการปฏิรูปประเพณีวัฒนธรรมและหลักการต่างๆ ผู้นำกลุ่มนี้และกลุ่มบุคคลต่างๆ คือ แหล่งที่มาของความหมายเพื่อมวลชน และพวกเขาได้สร้างและส่งทอดความหมายทางสัญลักษณ์ ซึ่งได้เกิดการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมประเภทต่าง และหลักการทางวัฒนธรรม บุคคลกลุ่มนี้ยังสามารถแทรกซึมได้ในนวัตกรรมทางวัฒนธรรม รูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมและทัศนคติ ที่พวกเขาได้ส่งทอดไปยังกลุ่มได้ปกครองที่ได้กระทำตามอย่างกลุ่มหัวหน้า (McCracken. 1988: 80) ดังนั้น เพื่อทำความเข้าใจในเรื่องการเผยแพร่แฟชั่น อันดับแรก เราจำเป็นต้องพิจารณาบทบาทจากกลุ่มสังคมที่ได้เชื่อมโยงกับการเผยแพร่ ไม่ใช่เรื่องน่าแปลกอะไรที่ใครจะเป็นผู้มีบทบาท สิ่งสำคัญอยู่ที่บทบาทนั้นถูกนำมาใช้อย่างไร

ในกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย (Thai Fashion Change Process) ในช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ยังไม่มีการศึกษาและวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงว่ามีเบื้องหน้าและเบื้องหลังอย่างไร และใครเป็นผู้มีอิทธิพลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญรวมถึงมีผลต่อวงการแฟชั่นไทยและสังคมไทยอย่างไรในปัจจุบัน โดยวิทยานิพนธ์ ในครั้งนี้จะทำการ ศึกษาสิ่งดังกล่าวผ่านจากเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในแต่ละช่วงเวลาของประวัติศาสตร์เครื่องแต่งกายร่วมสมัยของไทย

คำถามหลักของการวิจัย

บุคคลหรือคนกลุ่มใดที่เป็นผู้มีอำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย (แฟชั่นไทยร่วมสมัย) ที่สำคัญในแต่ละช่วงเวลาและมีความสัมพันธ์เชิงอำนาจในรูปแบบใด ที่ส่งผลถึงแฟชั่นไทยในปัจจุบันในด้านรูปแบบและวิธีการสร้างความหมายใหม่ของวงการแฟชั่นไทยอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาว่า บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด เป็นผู้มีที่อำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่น ในกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย (Thai Fashion Change Process) (บุคคลในวงการแฟชั่น เช่น นักออกแบบ บรรณาธิการหนังสือแฟชั่น แฟชั่นวีค (Fashion Week) นางแบบ เป็นต้น)

2. เพื่อศึกษาว่า ผู้ที่มีอำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่น ใน กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย (Thai Fashion Change Process) มีความสัมพันธ์เชิงอำนาจของผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในรูปแบบใด และทำให้เกิดปรากฏการณ์ทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกศึกษาการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยร่วมสมัยที่สัมพันธ์กับสังคมไทยในแต่ละช่วงเวลา ในกลุ่มของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทย โดยเป็นการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยผ่านจากเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวของกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยในวงการแฟชั่นไทยร่วมสมัย

ขอบเขตด้านพื้นที่และเวลา ผู้วิจัยเลือกศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่สัมพันธ์กับเครื่องแต่งกายไทยร่วมสมัย โดยกำหนดช่วงเวลาที่ศึกษา คือเริ่มตั้งแต่ปี พ .ศ. 2516 เป็นต้นไปจนถึงปัจจุบัน ในปี พ.ศ.2516 ถือกำเนิดนิตยสาร “ลลนา” ซึ่งนับได้ว่าเป็นนิตยสารผู้หญิงแฟชั่นเต็มรูปแบบฉบับแรกของไทย ที่ให้ความสำคัญกับการจัดรูปเล่มและภาพประกอบในแนวอันเป็นแบบฉบับของนิตยสารผู้หญิงในปัจจุบัน เป็นการเริ่มต้นอาชีพอื่นๆที่ปรากฏในงานแฟชั่น ของบุคคล ที่มีอาชีพในวงการแฟชั่นของไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ และการลงภาคสนาม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลงานการวิจัยนี้ทำให้เราทราบถึงกระบวนการเกิดแฟชั่นร่วมสมัยของไทยในประเด็นของระบบความสัมพันธ์เชิงอำนาจของผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย ในรูปแบบใดที่ส่งผลถึงแฟชั่นไทยในปัจจุบัน เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิวัฒนาการ ด้านการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย

นิยามศัพท์

1. แฟชั่นไทยร่วมสมัย ในผลงานวิจัยนี้ หมายถึง วงการเครื่องแต่งกาย ตั้งแต่ นักออกแบบ ผู้ประกอบการทางด้านแฟชั่น ผู้ที่มี ส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางด้านเบื้องหน้าและเบื้องหลังของการเกิดกิจกรรมทางด้านเครื่องแต่งกายของไทย ทั้งการจัดแฟชั่นโชว์ แฟชั่นวีค (Fashion Week) สื่อทางด้านแฟชั่น เช่น นิตยสารแฟชั่น รายการทีวีทางด้านแฟชั่น โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ .ศ. 2516 เป็นต้นไปจนถึงปัจจุบัน ในปี พ.ศ.2516 ถือกำเนิดนิตยสาร “ลลนา” ซึ่งนับได้ว่าเป็นนิตยสารผู้หญิงแฟชั่นเต็มรูปแบบฉบับแรกของไทย

2. ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทย ในผลงานวิจัยนี้ หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่อยู่ในวงการแฟชั่นไทย ทั้งที่มีอาชีพโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับวงการแฟชั่นทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น นักออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เจ้าของธุรกิจแฟชั่น นักประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมสินค้าแฟชั่น เจ้าของงานกิจกรรมด้านแฟชั่น (แฟชั่นโชว์) ช่างภาพหนังสือแฟชั่น นางแบบ สื่อนิยายสารแฟชั่น เป็นต้น รวมถึงบุคคลผู้ที่มีอำนาจในระดับนโยบายของรัฐบาล ที่มีบทบาทการแสดง ตนในรูปแบบต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย โดยการชี้แนะ ชี้นำ แสดงบทบาท กำหนดแนวทาง ออกกฎหมาย กำหนดระเบียบแบบแผน กำหนดรูปแบบเครื่องแต่งกาย และร่วมสร้างปรากฏการณ์ทางการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทย ในแต่ละช่วงเวลา

กรอบคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ประเด็นทางความคิดเรื่อง กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย (Thai Fashion Change Process) และอำนาจที่มีความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relations) โดยใช้แนวทางของการวิเคราะห์วาทกรรม และแนวความคิดรูปแบบการเผยแพร่แฟชั่น ที่สามารถเป็นอิทธิพลและเป็นตัวแปรสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบต่อแฟชั่น ที่มีฐานความสัมพันธ์เชิงอำนาจกับบุคคลในวงการแฟชั่นไทย ว่าส่งผลต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยร่วมสมัย แฟชั่นไทยในปัจจุบันอย่างไร และเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

โดยศึกษาผ่านจากเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญๆ ในแต่ละช่วงเวลาของประวัติศาสตร์เครื่องแต่งกายร่วมสมัยของไทย (เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 ถึงปัจจุบัน) ในกลุ่มต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกาย เช่นในกลุ่ม ราชสำนัก รัฐบาล บุคคลในวงการแฟชั่น เป็นต้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบความคิดในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนแรก เป็นการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานของผู้วิจัย การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่ดี คือ การกำหนดแนวทางที่จะศึกษาเอาไว้ก่อนเป็นส่วนๆ แล้วค่อยๆ ดึงงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาประกอบการเขียน การเขียนส่วนต่างๆ ควรมีความต่อเนื่องกันไปจนจบ และการเขียนที่ดีที่ผู้วิจัยต้องทำการวิพากษ์ในประเด็นต่างๆ ของงานส่วนนี้อยู่ตลอดเวลา

ส่วนที่สอง นำประเด็นและแนวคิดที่ได้จากการทบทวนงานในส่วนแรก มาสร้างเป็นกรอบความคิดในการวิจัยของผู้วิจัยเองและระบุอย่างชัดเจนว่าการตอบปัญหาการวิจัยในประเด็นต่างๆ จะใช้แนวคิดหรือแง่มุมในการวิเคราะห์อย่างไรบ้าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. วิวัฒนาการเครื่องแต่งกายไทย
2. วิทยานิพนธ์เกี่ยวกับเครื่องแต่งกายไทย
3. แนวคิดและทฤษฎี
 - 3.1 แนวคิดและทฤษฎีแฟชั่น
 - 3.2 ทฤษฎีการเผยแพร่แฟชั่น
4. วารสารกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 Toward a conceptual Model for the Apparel Industry in Thailand

Focused on Domestic Fashion Origination. (2004)

1. วิวัฒนาการเครื่องแต่งกายไทย

การเปลี่ยนแปลงทางด้านแฟชั่น กระแสแฟชั่นกระแสหลักที่เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทางฝั่งของโลกตะวันตก แฟชั่นเดินทางผ่านร้อนผ่านหนาวท่ามกลางกระแสสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง กระทั่งเป็นผู้นำในกระแสนิยมในยุคสมัยใหม่จวบจนยุคหลังสมัยใหม่ ในประเทศไทยเครื่องแต่งกายของไทยก็มีวิวัฒนาการในแต่ละช่วงเวลา และมีวิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาที่สุดคล้ายคลึงกับกระแสแฟชั่นโลกเช่นเดียวกัน เครื่องแต่งกายของไทยมีวิวัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย และเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม สภาพเศรษฐกิจและการเมืองการปกครอง ตามประวัติศาสตร์เริ่มมาตั้งแต่ก่อนพุทธกาล ในหนังสือคู่มือประวัติศาสตร์เครื่องแต่งกาย มีการศึกษาถึงการเริ่มต้นของวิวัฒนาการการแต่งกายของไทยไว้ โดย พวงผกา คุโรวาท (2535: 18) กล่าวไว้

เรามีเครื่องแต่งกายของเราโดยไม่ได้ลอกแบบใครทั้งสิ้น ไทยในสมัยก่อนพุทธกาล ชายหญิง ตามการสันนิษฐานว่านุ่งกางเกงกัน เราเคยเข้าใจกันว่า จีนนุ่งกางเกง มาก่อนไทย เพราะมีคำว่า กางเกงจีน ทำให้เราเข้าใจเช่นนั้น การศึกษาทางด้านเครื่องแต่งกายของไทย ใช้วิธีการศึกษาและการ ตั้งสมมุติฐาน ประกอบจากเครื่องมือเครื่องใช้ สภาพของดินฟ้าอากาศและภูมิประเทศ ตามการ เคลื่อนย้ายของชนชาติไทย ตั้งแต่ สมัยไทยมุง สมัยอ้ายลาว สมัยนานเจ้า จนถึงการศึกษาในช่วง พุทธศตวรรษ เริ่มตั้งแต่ สมัยทวารวดี สมัยศรีวิชัย สมัยลพบุรี สมัยเชียงแสน สมัยสุโขทัย สมัย อยุธยา ที่อาศัย การพิจารณาหลักฐานจากภาพประติมากรรมที่ตกแต่งโบราณสถานต่างๆ รูปจำหลัก ทับหลัง ประติมากรรมเทวรูป โบราณวัตถุ

การแต่งกายของคนไทยสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ จารุพรรณ ทรัพย์ปลุง เรียบเรียง โดยแบ่ง ยุคสมัยวิวัฒนาการทางด้านเครื่องแต่งกายของไทยไว้ เป็น 4 ยุคสมัย ไว้ว่า

หลังจากที่เสียกรุงศรีอยุธยาเมื่อปี พ.ศ.2310 เข้าสู่ยุคกรุงธนบุรีเป็นราชธานีของไทย ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีแต่การศึกสงครามเพื่อกอบกู้เอกราชของชาติ และเป็นช่วงเวลาที่สั้นมากเพียง 15 ปี คนไทยสมัยกรุงธนบุรีจึงยังแต่งกายเหมือนคนไทยในสมัยอาณาจักรอยุธยาตอนปลาย

จนเข้าสู่สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ในปี พ.ศ.2325 เมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬา โลกมหาราช ทรงสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์เป็นราชธานี คนไทยจึงเริ่มมีวิวัฒนาการด้านการแต่ง กายอีกครั้งหนึ่งต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันนี้ รวมเป็นเวลากว่า 200 ปี ซึ่งสามารถจำแนก ตามยุค สมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบก ารแต่งกายอย่างเห็นได้ชัด 4 ยุค ดังนี้ (จารุพรรณ ทรัพย์ปลุง . 2543: 78)

1. ยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์ (สมัยรัชกาลที่ 1 – รัชการที่ 4)
2. ยุคเปลี่ยนแปลงสู่ความเป็นสากล (สมัยรัชกาลที่ 5 – รัชการที่ 7)
3. ยุคแต่งกายตามรัฐธรรมนูญและสมัยสงครามโลก (ปี พ.ศ.2478 – 2500)
4. ยุคปัจจุบัน (ปี พ.ศ.2500 – ปัจจุบัน)

การศึกษาเครื่องแต่งกายไทย ในสมัยรัตนโกสินทร์ สรุปได้ว่า คนไทยกับต่างชาติได้มี สัมพันธ์ไมตรีกันมาก โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายสมัยรัชกาลที่ 4 เป็นระยะแรกที่ยังกษัตริย์ติดต่อกับ ไทย ในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นสมัยที่ไทยรับวัฒนธรรมฝรั่งเต็มที่ ทรงเคยเสด็จประพาสยุโรป ทรงเครื่องเป็นฝรั่ง เจ้านาย (คุณหญิงก็เช่นกัน ในรัชกาลที่ 6 ทรงศึกษาในต่างประเทศตั้งแต่ทรง พระเยาว์ พระองค์ทรงพยายามทำให้บ้านเมืองไทยเจริญขึ้นในด้านการปกครองบริหารแผ่นดิน ซึ่งคนไทยขณะนั้นตามไม่ทันในต้นรัชกาลผู้หญิงนุ่งผ้าม่วงคล้ายรัชกาลที่ 5 แต่งผมเป็นผมมวย ผมเป็นคลื่นๆ นุ่งผ้าซิ่น เป็นแพซิ่นกระโปรงแคบ ผู้หญิงที่รับบรรดาศักดิ์เป็นคุณหญิงจะได้รับ พระราชทานแพร ซึ่งเป็นเครื่องหมายบอกยศ ไม่ใช่เพื่อสวยงาม เมื่อสิ้นสมัยรัชกาลที่ 6 รัชกาลที่ 7

ทรงเสวยราชย์ต่อ พ.ศ. 2481-พ.ศ. 2475 มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบบ รัฐธรรมนูญ มีนายกรัฐมนตรี เป็นฝ่ายบริหาร รัชกาลที่ 7 ทรงสละราชสมบัติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อานันทมหิดลทรงขึ้นครองราชย์ มีเหตุทำให้หญิงไทยเปลี่ยนแปลงไป พ.ศ. 2489 เกิดสงครามโลก ขึ้น (ระหว่างเยอรมันกับฝรั่งเศส) อนุสาวรีย์ที่เป็นอนุสรณ์ ในสงครามโลกครั้งที่ 1 คือ อนุสาวรีย์ ทหารอาสาหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 หญิงไทยแต่งชุดฝรั่ง คือ มีหมวก ถุงมือ ถุงเท้า เพื่อเป็นการ เบนจุดสนใจไปยังด้านการแต่งกายมากกว่าการเมืองต่อมาญี่ปุ่นแพ้สงครามจึงเลิกการใส่ หมวก และแต่งตามสบาย เมื่อถึงสมัยรัชกาลที่ 9 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระ บรมราชินีนาถ เสด็จพระราชดำเนินในประเทศต่างๆครั้งแรกเสด็จตะวันออก นุ่งผ้าขึ้นป้าย เสื้อพระราชนิยามเป็นชุดไทย ทรงมงกุฎแบบไทยไม่เหมือนฝรั่ง เคยประดับไม่มาก แพนชั่นผู้ชาย “ซาฟารี” ใส่เสื้อ ราชปะแตน นุ่งผ้าม่วง เมื่อเปลี่ยนการปกครองใน พ.ศ. 2475 จึงเปลี่ยนเป็นชุด สากลปัจจุบัน และเกิดวิวัฒนาการเครื่องแต่งกายตามลักษณะร่วมสมัยเรื่อยมา

วิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยที่เปลี่ยนแปลงไปจากกระแสดังกล่าว การปกครองไทย ในบทความนี้แบ่ง เป็น 2 สมัย ดังนี้ สมัยการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไทย รัตนโกสินทร์สมัยใหม่ และสมัยการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง

1.1 สมัยการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไทยรัตนโกสินทร์สมัยใหม่

การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของชาวสยามมีการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน เมื่อ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 เสดวยราชสมบัติ และนับเป็นการเปิดประตู ออกไปสู่ตะวันตกอย่างแท้จริงของประเทศ ต่อมาจนถึงรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระ จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงยึดถือปฏิบัติตามมาเช่นกันเพราะทรงเกรงว่าชาวต่างประเทศจะ มองเห็นคนไทยกลายเป็น มนุษย์อย่างต่ำ ซึ่งอธิบายความไว้ว่า ไม่ได้หมายถึงความเลวทรามต่ำ ซ้ำใดๆเพียงแต่หมายถึงลักษณะของคนป่าเถื่อนที่ขาดความศิวิไลซ์เท่านั้น ที่ พวงผกา คุโรวาท สรุปลงไว้เป็น ยุคพัฒนาชาวสยาม

ปรากฏในหลักฐานในงานเขียน ของ นายลาลูแบร์ ชาวฝรั่งเศส ในคราเดินทางมากรุง ศรีอยุธยา และปรากฏในเรื่องราวที่ นายเฟรเดอริค อาร์เธอร์ นีล ชาวอังกฤษ มาพบเมื่อ ปี พ .ศ. 2383 ที่ปรากฏไว้ว่า (พวงผกา คุโรวาท. 2535: 79-81)

ชาวสยามนั้นไม่ค่อยจะชอบแต่งกายตัวเองเลย ทาซิทัส (Tacitus) กล่าวในรายงานเรื่อง กองทหารเยอรมันในสมัยของเขาไว้ว่า สภาพการ แต่งกายนั้นผู้คนเกือบจะเปลือยเอาเลยหรือ มิฉะนั้นก็สวมเสื้อผ้าบางๆถึงแม้ในเวลานี้ (ปี พ.ศ. 2231) ก็ยังมีพวกคนป่าเถื่อนบางเผ่าในทวีป อเมริกาเหนือก็ยังคงเปลือยกายกันอยู่ ซึ่งเท่ากับพิสูจน์ได้ตามความเห็นของข้าพเจ้าว่า

...ชีวิตความเป็นอยู่อย่างง่าย ๆ หรือเป็นเพราะ ความร้อนคงเป็นสาเหตุให้ชาวสยามชอบไม่มีอะไรปิดบังร่างกายเช่นเดียวกับที่คนป่าเหล่านั้นชอบเปลือยกาย ทั้งนี้ไม่ใช่เป็นเพราะว่าพวกฝรั่งเศสที่มาเมืองสยามในตอนนั้นไม่สามารถจะช่วยเหลือได้ แต่เป็นเพราะสุขภาพของเขาจะไม่ดีถ้าต้องสวมเสื้อผ้า เพราะบาดแผลที่เกิดจากอากาศร้อนนั้นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าบาดแผลที่เกิดจากอากาศหนาวเลย...

“เขาเดินไปไหนมาไหนด้วยเท้าเปล่าและศีรษะไม่สวมอะไร เวลาที่จะให้เกียรติแก่กันเท่านั้น เขาจึงจะเคียนพุงและต้นขาลงไปจนถึงหัวเข่าด้วยผ้าดอกผืนหนึ่ง ยาวประมาณสองหลาครึ่ง ผ่าชนิดนี้พวกโปรตุเกสเรียกว่า ปาเย่ (Pagne) บางครั้งแทนที่จะใช้ผ้าดอกชนิดนี้ก็จะใช้ผ้าไหม ... พวกขุนนางหรือพวกข้าราชการนั้นนอกจากจะใช้ปาเย่แล้วยังมีผ้ามีสลิน ซึ่งคล้ายกับเสื้อคอแหลม บางครั้งก็ถอดออกพันเอาไว้กลางตัว เมื่อต้องเข้าไปหาพวกขุนนางที่มีเกียรติสูงกว่า เพื่อแสดงให้เห็นขุนนางเหล่านั้นทราบ ว่า พวกเขาพร้อมที่จะไปที่ใดๆก็ได้ตามที่พวกขุนนางประสงค์”

ความแตกต่างระหว่างเสื้อผ้าของหญิงและชาย ก็คือ หญิงจะใช้ผ้าปาเย่พันรอบตัว เช่นเดียวกับชาย ทั้งชายห้อยทางด้านหน้าเหมือนเสื้อคลุมที่ปล่อยยาวลงไปถึงขา พวกผู้ชายจะจับชายผ้าทั้งสองมาผูกเข้าด้วยกันแล้วพันปาเย่ไว้ที่เอว พวกผู้หญิงไม่ใส่อะไรอย่างอื่นนอกจากปาเย่ ... แต่ที่ทันสมัยที่สุดและคิดว่าเป็นวิธีที่สวยงามที่สุดก็คือ ใช้ผ้ารอบอกทำรอยย่นให้เรียบร้อยแล้วก็เอาปลายผ้าทั้งสองชายห้อยพาดบ่าไปทางด้านหลัง

การบอกลักษณะเครื่องแต่งกายของคนสมัยอยุธยาตามสายตา นายลาลูแบร์ ที่ได้พบเห็นแล้วบันทึกไว้ จวบจนถึง สมัยรัชกาลที่ 5 ทรงมีพระราชดำริอย่างจริงจังในเรื่องการแต่งกายของคนสยาม โดยการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ อาจสามารถเรียกเสียใหม่ได้ว่าเป็นยุค พัฒนาคูคณาภิบาลของชาวสยาม โดยเริ่มต้นมาก่อนหน้า ปี พ.ศ. 2411 แล้วเรื่อยมาจนถึงสมัยเปลี่ยนแปลงการปกครอง ปี พ.ศ. 2475 พระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงให้เปลี่ยนแปลงชาวสยามทั้งร่างกาย ด้วยเหตุผลที่ว่า หากปล่อยให้สภาพของชาวสยามยังคงอยู่อย่างเดิมจะทำให้ฝรั่งดูหมิ่นไทยว่าเป็นชาวป่าเถื่อนและ...ฝรั่งก็จะเข้ามาดูหมิ่นถึงในบ้านเมือง

ในพระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 4 ปรากฏหลักฐานจาก รัชกาลที่ 4 กล่าวไว้จากการที่วัฒนธรรมตะวันตกเริ่มเข้ามามีส่วนสัมพันธ์ และส่งอิทธิพลต่อวัฒนธรรมการแต่งกายของไทย ดังที่ปรากฏว่า (เจ้าพระยาทิพากรวงศ์. 2504: 3-4)

...คุณที่ไม่สวมเสื้อเหมือนเปลือยกาย ร่างกายกลากเกลื่อนกิติ หรือเหงื่อ ออกมาก็ดี โสโครกนัก ประเทศอื่นๆที่เป็นประเทศใหญ่เขาก็สวมเสื้อผ้าหมดทุกภาษา เว้นแต่ละว้าลาว ชาวป่าบริโภคผ้าฝอนเป็นมนุษย์อย่าต่ำ ก็ประเทศสยามนี้ก็เป็นประเทศใหญ่รัฐขนบธรรมเนียมมาอยู่แล้ว ไม่ควรถือเอาอย่างโบราณที่เป็นชาวป่ามาก่อน ขอท่านท่านหลายจงสวมเสื้อเข้ามาในที่เฝ้าทุกคน...

ในปี พ.ศ. 2414 เริ่มการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการแต่งกาย ในช่วงนั้น พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จกลับจากการประพาสสิงคโปร์ ได้ทรงปรับปรุงประเพณีการไว้ผม และการแต่งกายของคนไทย ให้เป็นไปตามแบบสากลนิยม คือ โปรดฯให้ผู้ชายไทยในราชสำนัก เลิกไว้ผมทรงมหาดไทยเปลี่ยนเป็นไว้ผมตัดยาวทั้งศีรษะอย่างฝรั่ง การเสด็จประพาสครั้งนั้น โปรดให้เจ้านายและผู้เสด็จประพาสสิงคโปร์ (อันเป็นการเสด็จประพาสต่างประเทศครั้งแรก) สวมเสื้อนอกคอปิด มีเสื้อเชิ้ตข้างใน แล้วผูกผ้าผูกคอ สวมถุงน่องรองเท้าแบบฝรั่งแต่ยังคงนุ่งโจงกระเบนผ้าม่วงสีกรมท่า (สีน้ำเงินแก่) ทั้งทหารและพลเรือน เป็นการปรับปรุงตามประเพณีนิยมของชาวตะวันตกเป็นครั้งแรก และเป็นจุดเปลี่ยนแปลง เพราะหลังจากการเสด็จประพาสอินเดีย และพม่าในปีต่อมา ได้โปรดให้แก้ไขแบบการแต่งกายตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา เพื่อมากำหนดเป็น “ยูนิฟอร์ม” (Uniform) สำหรับเจ้านายและขุนนางเมื่อเข้าเฝ้า ที่เรียกว่า ราชแปดแตร (Raj Pattern) ภายหลังเพี้ยนเป็นเรียกว่า ราชปะแตน (สมุดภาพวิวัฒนาการการแต่งกายสมัยรัตนโกสินทร์ กองจดหมายเหตุแห่งชาติ กรมศิลปากร จัดพิมพ์เนื่องในโอกาสสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี พุทธศักราช 2525: 31) เจ้าพระยาภาสกรวงศ์ (พร บุญนาค) เวลานั้นยังเป็น นายราชบัณฑิตยานุหารว่าที่เป็นหมื่นศรีสรรักษ์ ราชเลขาขุนการ อาสาคิดซื้อถวายเป็นของขวัญ จึงเอาคำมคธ คือ ราช บวกกับภาษาอังกฤษคือ แพทเทิน (Pattern) หรือแปลว่า เสื้อแบบหลวง (อเนก นาวิกมูล . 2547: 99)

ส่วนผู้หญิงก็โปรดฯ ให้เลิกไว้ผมปัก ไว้ผมตัดยาวทรงดอกกระทุ่ม ผู้นำการเปลี่ยนแปลง ฝ่ายหญิงคือ เจ้าคุณพระประยูรวงศ์ (แพ บุญนาค) พระสนมเอก ครั้งนั้นรัชกาลที่ 5 จะทรง ชักชวนอย่างไรไม่ทราบ ที่สุดเจ้าประยูรวงศ์ก็ทูลรับอาสาเป็นผู้นำ แรกๆคงมีผู้คัดค้านหรือไม่กล้าเอาอย่าง แต่เมื่อรู้ว่าเป็นพระราชนิยมก็ทำตามอย่าง (อเนก นาวิกมูล . 2547: 75) และเจ้าคุณพระประยูรวงศ์ก็ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นผู้นำการแต่งกายสตรีในสมัยนั้น เป็นผู้นำการแต่งตัว Leader of Fashion ของนางในอยู่นาน คงเป็นเพราะใกล้ชิดกับพระเจ้าอยู่หัว อาจทูลปรึกษาหาหรือพระราชนิยม ได้ผิดกับผู้อื่น ท่านออกแบบอย่างไร คนอื่นก็ทำตามโดยไม่รู้ ึงเกียจ (สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา . 2542: 61)

ต่อมาเมื่อเสด็จประพาสอินเดีย ผู้ชายยังคงนุ่งผ้าม่วงโจงกระเบนสีต่างๆ แต่สวมเสื้อคอปิด กระดุมห้าเม็ด ซึ่ง รัชกาลที่ 5 ทรงโปรดฯ ให้ช่างออกแบบตัดแปลงจากเสื้อนอกของฝรั่ง เรียกเสื้อราชปะแตน และสวมหมวกอย่างยุโรปหรือหมวกหางนกยูง ปี พ.ศ. 2439 ได้มีพระราชโองการให้ข้าราชการฝ่ายทหารทุกกรมกอง แต่งเครื่องแบบนุ่งกางเกงอย่างทหารยุโรป แทนนุ่งโจงกระเบนแบบเก่า นับเป็นครั้งแรกที่ให้ผู้ชายนุ่งกางเกงเป็นเครื่องแบบของทหาร การแต่งกายของผู้หญิง ที่เปลี่ยนแปลงชัดเจน คือ จากหลังจากที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จ

กลับจากยุโรป ในปี พ.ศ. 2440 ผู้หญิงไทยเริ่มหันไปนิยมแบบเสื้อของอังกฤษ คือ เสื้อคอตั้งแขนยาว ต้นแขนพองคล้ายขาหมูแฮม แต่ก็ยังคงมีผ้าห่มเป็นแพรแบบสไบเฉียง ส่วนการนุ่งผ้ายกห่มตลาด ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายตามเกียรติยศของฝ่ายในที่มีมาแต่โบราณยังคงใช้สำหรับเวลาแต่งกายเต็มยศใหม่ และในช่วงปลาย รัชกาลที่ 5 ผู้หญิงไทยเลิกนุ่งจีบ เปลี่ยนมานุ่งโจงกระเบนหมด เจ้านายฝ่ายใน ทรงภูษา ฉลองพระองค์ แบบฝรั่ง คอตั้งสูง แขนยาวมีลูกไม้ตกแต่งเป็นระบายหลายชั้น สวมถุงเท้ามีลายปัก สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ ฉลองพระองค์แบบตะวันตกล้วน เมื่อเสด็จประพาสสิงคโปร์และชวา เมื่อปี พ.ศ. 2439 สวมรองเท้าส้นสูง สีรองเท้าสีรับเดียวกับโจงกระเบน เครื่องประดับเลียนแบบยุโรป ผมหงอกกระตุ่ม ส่วนผู้ชาย นิยมนุ่งกางเกงแบบตะวันตกมากขึ้น สวมหมวกกระโถ้

ในช่วงนี้พระองค์ยังทรงยกเลิกประเพณีหลายอย่าง เช่น การเลิกหมอบคลาน เลิกทาส เลิกจารีตนครบาลและปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกิจการ บ้านเมืองหลายประการ เช่น การศึกษา เป็นต้น รวมถึง ประเพณีเดิมของไทยถ้าพระมหากษัตริย์เสด็จสวรรคตราชฎาต้องไว้ทุกข์ด้วยการโกนผม และแต่งกายไว้ทุกข์ทั้งชายและหญิง ทรงเห็นว่าสร้างความยุ่งยากให้แก่ประชาชนจึงโปรดให้ยกเลิกการโกนผม คงให้มีการไว้ทุกข์ตามราชประเพณีแต่เพียงอย่างเดียว การเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรมการแต่งกายที่เปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนในสมัยรัชกาลที่ 5 เป็นต้นมา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระยะหลังตามมาในรัชกาลที่ 6 การแต่งกายก็ยังคงนุ่งโจงกระเบนอยู่ทั้งในราชสำนักตลอดจนข้าราชการและประชาชน แต่เจ้านายฝ่ายในและสุภาพสตรีชั้นสูงทรงเครื่องประดับและประดับอาภรณ์ต่างๆมากขึ้น ในรัชกาลที่ 7 ผู้หญิงเริ่มเปลี่ยนเป็นนุ่งผ้าถุง สวมเสื้อไม่มีแขน แต่ผู้ชายคงสวมเสื้อคอปิดกระดุม 5 เม็ด นุ่งผ้าม่วงโจงกระเบนเหมือนเดิม แต่สมัยนี้นิยมสวมกางเกงแพรจีนแพรหลายมากขึ้น จนเป็นแฟชั่นแบบต่างๆไปทั้งผู้หญิงและผู้ชาย แต่ผู้หญิงตามชนบท ยังคงนุ่งโจงกระเบนไม่เปลี่ยนแปลง

ความขัดแย้งทางด้านการแต่งกายและการรณรงค์ให้เป็นไปตามพระราชนิยม การไว้ทรงผม การนุ่งผ้า รวมถึงชงหญิงพินด้า มีให้เห็นในรัชกาลที่ 6 ในปี พ.ศ. 2463 ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทย รายวัน วันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2565 มีบทความชักชวนให้ นุ่งผ้าขึ้น อย่าตัดจริตนุ่งกระโปรงแบบฝรั่ง พระราชินีในอนาคตคือ พระวรกัญญาพทานก็ทรงนำทางนุ่งผ้าขึ้นแล้ว (อเนก นาวิกมูล. 2547: 125)

ในรัชสมัยรัชกาลที่ 6 เป็นช่วงเวลาที่องค์พระมหากษัตริย์และขุนนางรุ่นใหม่ที่ได้รับการศึกษาจากตะวันตกเข้าบริหารประเทศ จึงมีผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น พระองค์ทรงเป็นผู้นำให้เกิดค่านิยมอย่างใหม่ในการแต่งกายของสตรีตามแนวพระราชนิยม ซึ่งปรากฏในพระราชนิพนธ์หลายเรื่อง ที่ชัดเจนที่สุดคือบทพระราชนิพนธ์เรื่อง “เครื่องหมายแห่ง

ความเจริญรุ่งเรืองคือสภาพแห่งสตรี ” ในบทพระราชนิพนธ์เรื่องนี้นอกเหนือจากพระราชดำริเกี่ยวกับสถานภาพของสตรีแล้ว ยังทรงชี้ให้เห็นว่าการแต่งกายอย่างถูกต้องของสตรีจะเป็นเครื่องหมายที่แสดงว่าสยามเข้าสู่ความเป็นอารยะประเทศ ทรงแสดงพระราชนิมิตว่าผู้หญิงควร “นุ่งซิ่น พันขาว เก้ามวย” (สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา. 2542: 65)

1.2 สมัยหลังการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการแต่งกายของไทย ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 7 เป็นประเพณีวัฒนธรรมการแต่งกายที่สอดคล้องกับการปกครองระบอบประชาธิปไตย หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองใน สมัย ปี พ .ศ. 2475 ได้มีการเปลี่ยนแปลงประเพณีวัฒนธรรมการแต่งกายที่สอดคล้องกับการปกครองระบอบใหม่ ในช่วงเวลานั้น จอมพล ป . พิบูลสงคราม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ในอดีต ประเพณีไทย ผู้หญิงมักจะเชื่อฟังและคล้อยตามฝ่ายชายเสมอ ถึงกับมีคำพังเพยที่ว่า ชายเปรียบเสมือนช้างเท้าหน้า หญิง เป็นช้างเท้าหลัง เมื่อเวลาออกเรือน มักจะได้รับการอบรมสั่งสอนให้เคารพและเชื่อฟังสามี ในช่วงนั้น ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากความเชื่อที่ว่านั่น คือ ยกย่องผู้หญิงที่มีความสามารถและให้มีฐานะเท่าเทียมผู้ชาย โดยมีจุดมุ่งหมายให้ผู้หญิงมีสิทธิและมีความสำคัญในการสร้าง ชาติทางวัฒนธรรมด้วย ทั้งนี้ได้มีการประกาศให้สตรีไทยทุกคน ใฝ่ผมยาวตามประเพณีนิยมในสมัยโบราณของไทย หรือตามสมัยนิยม ในขณะที่นั้น เลิกการใช้ผ้าโจงกระเบน ไม่ใช้ผ้าคาดอกผืนเดียวปกปิดท่อนบน ให้เปลี่ยนเป็นการนุ่งผ้าถุงและใช้เสื้อแทน ต่อมา ก็ต้องสวมหมวก นุ่งกระโปรง สวมรองเท้า มีโฆษณาทางวิทยุ โดยใช้เสียงผู้ชายยกย่องและให้เกียรติผู้หญิง ในวันที่ 14 กรกฎาคม 2485 มีการพระราชทานยศแก่ท่านผู้หญิงละเอียด พิบูลสงคราม เป็นพันโทเหล่าทหารปืนใหญ่ เป็นนายทหารพิเศษประจำกองทัพ และเป็นราชองครักษ์พิเศษ มีการจัดตั้งกองทหารหญิงตั้งเป็นโรงเรียน นนายร้อยหญิง โรงเรียนนายสิบหญิง เป็นการยกย่องและตอกย้ำความตั้งใจและแสดงถึงการยอมรับว่าหญิงมีฐานะเท่าเทียมชาย และต่อมามี สำนักวัฒนธรรมฝ่ายหญิง ที่อยู่ในสาขาหนึ่งของสภาวัฒนธรรมแห่งชาติ เป็นช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลงในการมีโอกาสแสดงบทบาทของสังคมที่มีมากขึ้นของผู้หญิงชาวไทย ที่หลังจากนั้นสภาวัฒนธรรมแห่งชาติสาขาต่างๆ ได้วางระเบียบทางด้านวัฒนธรรมในด้านต่างๆ ที่ได้รับความสนใจในสมัยนั้นที่รวมถึงประเพณีการแต่งกาย เช่น การจัดพิธีสมรส การแต่งกายของคู่บ่าวสาวพิธีการในเวลาประกอบพิธีสมรส การจัดพิธีศพ การแต่งกายไปงานศพ ประเพณี การวางบัตรชื่อ ระเบียบการแสดงความเคารพในเวลาปกติ ในงานรัฐพิธี และพระราชพิธี การเคารพธงชาติ เพลงชาติ และสรรเสริญพระบารมี

นอกจากนี้ ในรัฐบาล จอมพล ป. พิบูลสงคราม โดยสภาวัฒนธรรม แห่งชาติ ยังทำหน้าที่พิจารณาเครื่องแต่งกายของไทย ในโอกาสต่างๆ วางระเบียบการแต่งกายของสตรีแบบ “เต็มยศ” “ครึ่งยศ” กำหนดเครื่องแต่งกายผู้ประกอบการอาชีพบางอาชีพ เช่น ช่างตัดผม หญิงตัดผม คนเดินโต๊ะจำหน่ายอาหาร

สรุปในช่วงเวลาดังกล่าว เป็นช่วงเวลาแห่งการสร้างวัฒนธรรมชาติร่วมสมัย ที่เป็นแบบแผนแบบวัฒนธรรมบังคับ วัฒนธรรมการแต่งกาย เหตุในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงครามนั้นถึงแต่งกายแบบสากลให้เป็นที่นิยมในหมู่ราชการอยู่แล้ว ส่วนการนุ่งผ้าม่วงเสื้อราชประแตนที่เริ่มเสื่อมความนิยม เป็นเพราะการนุ่งผ้าม่วงมีความยุ่งยากสิ้นเปลืองและอาศัยเพียงการนุ่งกางเกงแพรดอกสีต่างๆ เมื่อเวลาออกนอกบ้าน จอมพล ป. พิบูลสงคราม เห็นควรสร้างระเบียบในการแต่งกายของชาติขึ้นมาเพื่อมิให้แต่งตามอำเภอใจตามสะดวกสบาย โดยไม่คำนึงถึงเกียรติของชาติและทำให้ชาวต่างประเทศดูหมิ่นได้ จึงเริ่มชักชวนให้ เลิกนุ่งกางเกงแพรโดยอ้างว่าเป็นวัฒนธรรมของจีน หลังจากที่ชายไทยหันมานิยมสวมชุดสากลแล้ว จึงได้ขอร้องให้สตรีไทยเลิกนุ่งโจงกระแบนเปลี่ยนมาเป็นนุ่งผ้าถุง สวมหมวก สวมรองเท้า ต่อมาใน พ.ศ. 2484 จึงมีประกาศกระทรวงมหาดไทย ให้คำแนะนำในการแต่งกายของประชาชนไทย เป็นการปฏิรูปวัฒนธรรมว่าด้วยการแต่งกายของคนไทยที่มากับ “รัฐนิยม” ฉบับที่ 10 ซึ่งประกาศเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2484 และได้รับแรงกระตุ้นจากคำปราศรัยและบทความต่างๆ ของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ที่เผยแพร่ ตลอดจนการโฆษณาชักชวนอย่างเข้มข้นและต่อเนื่องโดยรายการสนทนา นายมัน ชูชาติ และนายคง รักไทย (วิจิตวงศ์ ณ ป้อมเพชร. 2551: 83)

การแต่งกายเป็นระเบียบเรียบร้อยและสุภาพนั้น เป็น การเชิดชูวัฒนธรรมและเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างชาติวัฒนาถาวร รัฐบาลจึงขอให้ชาวไทยทั้งชายหญิงร่วมมือกันส่งเสริมและปฏิบัติตามรัฐนิยมโดยเคร่งครัด

ภายหลังเมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ เสด็จเสวยราชสมบัติสืบต่อมา หลังจากรัชกาลที่ 8 ได้เสด็จสวรรคต การแต่งกายในระยะแรกเป็นการต่อเนื่องมาจากรัชกาลก่อน คือ ชายสวมกางเกง เสื้อเชิ้ต หญิงนุ่งกระโปรง หรือนุ่งผ้าถุง เสื้อแบบต่างๆ หรือเสื้อเชิ้ต การแต่งตัวของผู้ชายไม่เปลี่ยนอะไรมากนักตลอดเวลา 10 ปีนับจากนั้น นับเป็นชุดที่เป็นมาตรฐานสำหรับคนทั่วไปอย่างแท้จริง แฝ ซิ่นที่เข้ามาก็เป็นเพียงรัดรูปเข้าหรือขยายออก ส่วนผู้หญิงก็ปรับเปลี่ยนและได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศที่ชัดเจนกว่าผู้ชาย กระโปรงนิลดูกระโปรง 4 ซิ่น 6 ซิ่น 8 ซิ่น รวมถึงกระโปรงสุ่มไก่ เริ่มรัฐบาลสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ในช่วงปี พ.ศ. 2500 – 2506 ได้มีการฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของชาติหลายอย่าง เช่น พิธีเฉลิมพระชนพรรษา พิธีพระราชพิธีมงคลจรดพระคณเฑาะว์แรกนาขวัญ พระราชพิธีดำเนินทอดผ้าพระกฐิน

โดยกระบวนการพยุหยาตราทางชลมารค จึงมีการกำหนดเครื่องแบบพระราชพิธีใหม่ๆขึ้นมาในยุคนี้ ทั้งนี้ในระหว่างช่วงเวลาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงขึ้นครองราชย์และอภิเษกสมรส การเสด็จไปเจริญสัมพันธไมตรีกับต่างประเทศ คือ ในอเมริกาและยุโรป สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ทรงนำเครื่องแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยเพื่อเป็นการเผยแพร่ความเป็นไทย โดย อาจารย์สมศรี สุกุมลนันทน์ เป็นผู้คิดค้นจากประวัติศาสตร์ แล้วดัดแปลงให้เข้ากับสมัยนิยม เป็น “เครื่องแต่งกายชุดพระราชานิยมของไทย” ชุดไทยเรือนต้น ชุดไทยจิตรลดา ชุดไทยอัมรินทร์ ชุดไทยบรมพิมาน ชุดไทยจักรี ชุดไทยจักรพรรดิ ชุดไทยดุสิต ชุดไทยศิวาลัย สืบมาจนถึงทุกวันนี้

เครื่องแต่งกายของคนไทยหรือแฟชั่นเครื่องแต่งกาย มีการพัฒนาและร่วมสมัยที่ชัดเจน ในช่วงของการพัฒนาประเทศ หลังจาก พ.ศ.2500 เป็นต้นไป การเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างรวดเร็วจากเศรษฐกิจและเทคโนโลยี ที่ได้รับอิทธิพลจากภาพยนตร์ทั้งภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศ อิทธิพลจากการสื่อสารที่พัฒนา การเห็นการได้ยิน และการตามอย่างของคนเมืองหลวงปฏิบัติ ที่สำหรับคนในประเทศไทยที่ถือว่าเมืองหลวงเป็นผู้นำทางด้านแฟชั่น เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้การแพร่ขยายแฟชั่น ในประเทศไทยเกิดขึ้น หลากหลาย หลายต่อหลายแบบ

ทรงออร์หลอน ไม่ปรากฏว่าได้คำนี้มาจากไหน ในสมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ที่เป็นทรงขาเล็บ เสื้อพอง ได้รับอิทธิพลจากภาพยนตร์ ร็อคแอนด์โรล และวัยรุ่นไทยตามอย่างบ้าคลั่ง เทียวเตร่อย่างเหมือนคนไม่มีงานทำ ในที่สุดก็ทำให้รัฐบาลสั่งกวาดล้างโดยมีเครื่องแต่งกายแบบนั้นเป็นเหตุ โดยมีเหตุผลว่า การแต่งกายหรือเครื่องแต่งกายแบบนั้นเป็นการแต่งกายของพวกเขา อันธพาล มีการอ้างอิงไว้ว่า มีการกวาดล้างและจับกุมบริเวณท้องที่พระราชวัง (ต่าบล) ได้ตัววัยรุ่นแบบนี้มากถึง 100 คน เป็นนักเรียนเสีย 36 คนนอกนั้นเป็นพวกไม่มีงานทำตำรวจต้องอบรมให้แต่งกายแบบสุภาพชนทั่วไป แล้วปล่อยตัวกลับไป ต่อมารูปแบบการแต่งกายแบบนี้ก็เบือและเลิกไปตามวงจรของแฟชั่น

หลังรัฐประหาร พ.ศ. 2501 รัฐบาลของจอมพลสฤษดิ์ เริ่มจัดการอันธพาลอย่างเฉียบขาด เพราะถือว่า กลุ่มอันธพาลเป็นกลุ่มคนที่บ่อนทำลายสังคม และเป็นภัยกับประชาชนทั่วไป หากจัดการกับอันธพาลได้แล้วก็จะนำมาซึ่งความผาสุกของคนภายในชาติ

มินิสเกิด ประมาณ ปี พ.ศ. 2511 ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศ และเป็นที่ยอมรับมากในประเทศไทย เป็นกระโปรงสั้นเหนือเข่า ที่เรียกในสมัยนั้นว่า กระโปรงมินิ นุงมินิ ที่ให้ความตื่นตื้นให้กับผู้คนตามถนนเป็นอย่างมาก ทั้งกรุงเทพฯ นิยมกันอย่างมาก ทั้งคนทำงานวัยรุ่น ช่างราชการ และมีหลายระดับ จนถึงระดับสั้นจนน่าตกใจ ในช่วงนั้นสมัยนั้นผู้สวมใส่ไม่รู้สึกละอายใจ แต่เมื่อเวลาผ่านไปผู้ที่เคยสวมใส่ในสมัยนั้นกลับตกใจว่าหากจะให้ใส่ตอนนี้คงไม่ได้แล้ว ในสมัยที่มินิสเกิดนี้ มีกระโปรงที่สั้นกว่ากระโปรงมินิ คือ ไมโครสเกิร์ต ที่สั้นจนแทบจะเห็นกางเกงใน เป็นที่ นิยม

ในกลุ่มนักแสดง นักร้องลูกทุ่ง และที่เรียกว่าหางเครื่องในสมัยนั้น ภายหลังจากที่กระโปรงมินินิยมกันมานานหลายปี สำนักรัฐมนตรีก็ออกกฎข้อบังคับออกมาว่าด้วยการแต่งกายของข้าราชการชายหญิง มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2516 ที่สรุปได้ว่า ห้ามข้าราชการ สตรีนุ่งกระโปรงเลยเข้าขึ้นไป ส่วนข้าราชการชายนั้นห้ามไว้ผมยาวจนปิดตีนผม ซึ่งก็หมายถึงผมอึปี้ที่กำลังแพร่หลายในหมู่ผู้ชาย (พวงผกา คุโรวาท. 2535: 125)

กระโปรงมินิมีอายุประมาณ 6 ปี แม้จน พ.ศ. 2517 ก็ยังมีอยู่ แล้วไม่นานก็หมดไป กลายเป็นกระโปรงแบบเรียบๆสุภาพ ทำนองกระมิดี้อีกจนถึงปัจจุบัน (กระโปรงชนิดบานกลมอย่างนิวลุค ไม่ค่อยมีใส่ ถ้าไม่นุ่งกระโปรงปัจจุบันก็สวมกางเกง) นับว่ากระโปรงมินิ มีอายุยาวนาน และมีชื่อเสียงมาก ไปพร้อมกับรองเท้าสนทนาๆสูงๆ ที่ทำด้วยไม้เนื้อเบา บางแบบสูง 3-4 นิ้ว และมากกว่านั้น และน่าหวาดเสียวสำหรับผู้คนที่พบเห็น รองเท้าแบบนี้ เรียกกันในวงกว้างว่า “ตึก” หรือ “เตารีด” ตามรูปทรงรูปร่าง รองเท้าแบบนี้ลดความนิยมไปพร้อมกับกระโปรงมินิ

ผมอึปี้ ช่วงประมาณ ปี พ.ศ. 2513 เป็นทรงผมที่ได้รับอิทธิพลในต่างประเทศโดยตรง เป็นชื่อของกลุ่มชนชาวตะวันตกร่วมสมัยที่ รักอิสระ ความคิดแปลกแยก รวมกลุ่มเพื่อการเสพดนตรี การแต่งกายที่ประดิษฐ์คิดค้นด้วยตัวเอง ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ปล่อยผมยาวแบบธรรมชาติ ชอบศิลปะ รวมถึงการมั่วสุมการสูบบุหรี่ด้วย เรียกกลุ่มนี้ของตะวันตก ว่าเป็นกลุ่มบูบผาชน การแพร่หลายในประเทศไทยเริ่มจากกลุ่มของ นักดนตรีและนักร้อง นักเที่ยวตามไนท์คลับ จนแพร่หลายไปในกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ไว้ผมยาวเกินที่ผู้ปกครองในสมัยนั้นจะรับได้ แรกๆนั้นเกิดการต่อต้านและเชิงรังเกียจ ว่าดูเป็นทรงผมที่ดูรุงรัง แต่ทรงผมอึปี้ก็เริ่มพัฒนาและอยู่เรื่อยมาจนดูเรียบร้อยขึ้นและดูจนชินตาสุภาพขึ้น

เตีปนักรบ และม้อดบัดทิต ไม่ชัดเจนเรื่องที่มา ในช่วง หลัง ปี พ.ศ. 2513 แต่ทั้งชื่อและทรงก็เป็นกางเกงแบบตะวันตก ลักษณะเตีป เป็นกางเกงขาลีบ เรียว เป็นที่นิยมในกลุ่มของนักเรียนช่างกลหรืออาชีวศึกษาหรือวัยรุ่นที่ออกนอกวง ห้าวๆ ลักษณะของกางเกงม้อด เป็นกางเกงลีบตรงหัวเข่าแล้วบานออกไปจนคลุมเท้าเหมือนขาม้า นิยมในกลุ่มนักเรียนนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัย หรือพวกที่ทำงาน ที่อาจจะดูสุภาพกว่าแบบแรก ช่วงนี้เป็นช่วงยุคแห่งการโฆษณาของการตัดเสื้อผ้า ที่มีอยู่อย่างแพร่หลาย

การสร้างเครื่องแต่งกายหรือ พัฒนาการของเครื่องแต่งกายของไทย ที่บ่งบอกถึงความ เป็นไทยเองและยอมรับกันโดยทั่วไปและชัดเจนขึ้นในยุคหลังนี้ ได้แก่ ชุดพระราชทาน ในปี พ.ศ. 2522 หลังจากทีในช่วง ปี พ.ศ. 2516 ที่จอมพลถนอม กิตติขจร ประกาศให้ข้าราชการแต่ชุดซาฟารีไปทำงานได้ แต่กลับไม่เป็นที่ยอมรับ เกิดการต่อต้าน ทั้ง ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช ทั้งบทความและข้อเขียนปรากฏในหนังสือพิมพ์รายวัน ที่ไม่เห็นด้วยว่าเสื้อแบบซาฟารีเป็นรูปแบบของฝรั่ง พวกกล้า

เมืองขึ้น จนเปลี่ยนมาเป็นเสื้อ แบบพ้อขุนรามคำแหงที่คล้ายเสื้อม่อฮ่อม โดยแจ้งไว้ว่าเป็นเสื้อที่จอมพลถนอม กิตติขจร นายกรัฐมนตรีสมัยนั้นนำแบบมาจากกรมศิลปากรโดยตรง แต่เสื้อทั้งสองแบบก็ไม่ใช่ที่นิยมทั้งประชาชนและข้าราชการ และล้มเลิกไป จนถึงชุดพระราชทาน ที่ประชาชนยอมรับว่าเป็นชุดที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ไทย และเป็นที่น่าสนใจ

ชุดพระราชทานเผยแพร่จริงจ้ังในปี 2522 โดยพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ในวันที่ 22 กรกฎาคม 2522 ขณะนั้นเป็นรัฐมนตรีกระทรวงกลาโหมในรัฐบาลพลเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ ครั้งนั้นพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ได้ใส่ไปเป็นประธานเปิดงานฉลองครบรอบ 60 ปี ของวงเวียน 22 กรกฎาคม เมื่อพวกหนังสือพิมพ์เห็นก็พากันแปลกตา และในวันพุธ 25 เดือนเดียวกัน ท่านผู้นี้ ก็สวมชุดดังกล่าวเข้าไปในสภา ก็พลอยให้ ส.ส. ตื่นเต้นประหลาดใจกันไปตามๆกัน นับจากนั้นหนังสือพิมพ์ก็ลงข่าวเรื่องเสื้อแบบใหม่กันเกรียวกราว และกลายเป็นสัญลักษณ์ของพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ไปเลย เมื่อใครเขียนการ์ตูนก็ต้องเขียนให้ท่านสวมชุดพระราชทานติดตัวเสมอไป

พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ได้เปิดเผยถึงที่มาของเสื้อพระราชทาน (เก็บความจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันศุกร์ที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2522) ว่าเกิดจากการไปเยือนประเทศในอาเซียน ชาติอื่นๆ ต่างมีชุดเป็นของตัวเอง เช่นชาวมีเสื้อบาติก ฟิลิปปินส์มีเสื้อบาลอง แต่สำหรับประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศเก่าแก่กลับไม่มีเสื้อประจำชาติกล่าวกันอย่างง่าย ๆ ก็คือทำให้กระอักกระอ่วนใจ หรือเป็นปมด้อยอย่างหนึ่งก็ว่าได้ เมื่อพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ กลับมาเมืองไทยแล้ว จึงได้นำความเข้ากราบบังคมทูลปรึกษาสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ที่สุดสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ก็ทรงพระราชทานเสื้อให้ตัวหนึ่ง เป็นฉลองพระองค์ที่สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ใช้เป็นประจำ พร้อมทั้งพระราชทานแบบเสื้อให้ด้วย

จากจุดนี้เองที่พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ได้นำมาเผยแพร่ และเป็นที่น่าสนใจ เป็นที่พอใจของทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ ส.ส. พ้อคำ ประชาชน นับเป็นการค้นหาที่ลงตัวเป็นครั้งแรกที่มีผู้ยอมรับโดยพร้อมเพรียงกัน ที่น่าสังเกตคือ เสื้อพระราชทานนี้ เกิดขึ้นหลังจากที่ฝ่ายหญิงมีชุดประจำชาติไปแล้วถึง 19 ปี (พวงผกา คุโรวาท. 2535: 127)

ชุดพระราชทานมีลักษณะคล้ายเสื้อพระราชประแตนในรัชกาลที่ 6 ผิดตรงการใช้วัสดุ และส่วนปลีกย้อยคือ แทนที่จะใช้ผ้าเนื้อหนา สีขาว แบบฝรั่ง ก็หันมาใช้ผ้าทอพื้นเมืองแทน จึงมีสีดั่งดงาม คอเสื้อตั้ง แขนสั้นหรือยาว มีกระเป๋าล่าง 2 ใบเจาะหรือกั้นปากกระเป๋าดังตามแบบเสื้อชายกระดุม 5 เม็ด อาจจะใช้ผ้าตกแต่งให้ดูเด่นขึ้นก็ได้ สวมแล้วเคียนเอวด้วยผ้าขาวม้าใช้งาน ล้างองก็คงเป็นฝ่ายและแขนสั้น ส่วนโอกาสพิเศษใช้แขนยาว วัสดุที่ใช้ก็คงจะเป็นผ้าไหมที่หาได้ว่า มีใช้ล้างองหรือปกติ สำหรับกางเกงก็เป็นแบบสากลตามสมัยนิยม

จากการศึกษา วิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย ผู้วิจัยสรุปได้ เป็น ตารางเพื่อให้เห็นภาพรวม เปรียบเทียบถึงเหตุการณ์ที่เกิดจาก สังคม การเมืองเมือง และ เศรษฐกิจ ไว้เป็นตารางได้ ดังนี้

1.3 ตารางเปรียบเทียบ ช่วงเวลา เหตุการณ์ กับการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกาย ของไทย

| ช่วงเวลา | เหตุการณ์ | การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกาย |
|----------------|--|--|
| พ.ศ. 2325-2394 | รัชกาลที่ 1-3 นโยบายต่าง ๆ เจริญรอยตามแบบอย่างสมัย อยุธยาตอนปลายแทบทุกประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน สมัยรัชกาลที่ 1 ซึ่งเป็นช่วงเวลาของการสร้าง เมืองใหม่ ได้เลียนแบบสมัยเมื่อครั้งกรุงศรีอยุธยารุ่งเรือง จึงได้ วางรากฐานขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ตามสมัย อยุธยาเป็นหลัก | การแต่งกายในสมัยนี้ยังคงยึดแบบอยุธยาตอนปลาย เช่นกัน ในราชสำนักสตรีนุ่งผ้ายกหรือผ้าลายทอง ห่มสไบเฉียง ด้วยผ้าปักหรือผ้าแพรที่ทับเหมือนอัครกสิบ ผมตัดไว้เชิงสั้น (เนื่องด้วยใน สมัยอยุธยาตอนปลายเกิดสงคราม หญิงต้องตัด ผมสั้นเพื่อปลอมตัวเป็นชาย สะดวกในการหนีภัยจากพม่า) ชายนุ่งผ้าม่วงโจงกระเบนสีต่าง ๆ สวมเสื้อคอปิดผ่าอก แขน ยาว แต่โดยปกติไม่นิยมสวมเสื้อการแต่งกายของขุนนางใน สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นจะสวมเสื้อเข้าเฝ้าในฤดูหนาวเท่านั้น ราษฎรทั่วไป สตรีนุ่งโจงกระเบน สวมเสื้อรัดรูป ผ่าอก แขนกระบอก ตามปกติเมื่ออยู่กับบ้านนิยมห่มผ้าแถบ สตรีสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นไว้ผมเปีย คือ ไว้ผมยาว เฉพาะบนกลางศีรษะ ครั้นผมรอบศีรษะเป็นรอยจันเห็นขอบ ชัดเจน (คล้ายผมทรงมหาดไทย ของผู้ชายต่างถิ่นที่ผู้หญิง ไม่ โกนรอบกลางศีรษะอย่างผู้ชาย) ปลอยจอนที่ข้างหูยาวลงมา แล้วยกขึ้นทัดหู เรียกว่า "จอนหู" บางครั้งใช้จอนหูเกี่ยวดอกไม้ ให้ห้อยอยู่ ข้างหูเรียกว่า "ผมทัด" ก็มีที่เรียกว่า "ผมเปีย" นั้น เพราะมองเห็นเชิงผมเป็นขอบอย่างถนัดชัดเจน ชายแต่งแบบเดียวกับสมัยอยุธยา คือ นุ่งผ้าโจงกระเบน ไม่สวมเสื้อไว้ผมทรง "มหาดไทย" ซึ่งชาวบ้านเรียกกันว่า "ทรง หลักแจว" คือ โคนผมรอบศีรษะไว้ผมเฉพาะกลางศีรษะ ยาว ประมาณ 4 ซ.ม. แล้วหวีแต่งเรื้อนผมตามแต่จะเห็นงาม ผมมหาดไทยมี 2 อย่าง คือ มหาดไทยโกนและมหาดไทยตัด มหาดไทยโกนนั้นใช้โกนผมข้าง ๆ ให้เกลี้ยงเหลือไว้แต่ ตอนกลางเป็นรูปกลมแต่แบนดังแปรง ส่วนมหาดไทยตัด คือ ตัดข้างให้เตียนแทนที่จะโกน และถอน ผมที่อยู่รอบๆ ตอนบนออกให้เห็นเป็นรอย เรียกว่า ไรผม ตอน แล้วยังไม่เรียบร้อยดีก็ใช้มีโกนกันไรผมอีกที่ เด็กชายและหญิง ไว้ผมจุกจนอายุ 11 หรือ 13 ปี จึงโกนจุก แล้วไว้ผมตามแบบ ของผู้ใหญ่ต่อมา |
| พ.ศ. 2394-2411 | รัชกาลที่ 4 ระยะนี้เป็นช่วงของการเปิดประเทศติดต่อกับ ชาวตะวันตก ซึ่งกำลังแสวงหาอาณานิคม พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมองเห็น | การไว้ผมของชายในสมัยนั้น ยังคงไว้ทรงมหาดไทยอยู่ เมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดให้ส่งทูต ไปยุโรป ให้คณะทูตเลิกไว้ผมมหาดไทยเปลี่ยนเป็นไว้ผมทั้ง ศีรษะและตัดยาวอย่างฝรั่ง แต่เมื่อคณะทูตกลับมาถึง |

| | | |
|----------------|--|---|
| | <p>แนวความคิดของชาวตะวันตกจึงทรงดำเนินนโยบายทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนปรับปรุงเปลี่ยนแปลงขนบธรรมเนียมประเพณีบางอย่างให้สอดคล้องกับแนวนโยบายของต่างประเทศ ยกปัญหาเหล่านี้ขึ้นมาอ้างเพื่อแทรกแซงกิจการภายในของประเทศ ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดให้ข้าราชการสวมเสื้อเข้าเฝ้าเป็นครั้งแรกปรากฏในพระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 4 ว่า</p> <p>"เวลาวันหนึ่ง ข้าราชการเข้าเฝ้าที่พลับพลาโรงแสงพร้อมกัน ครั้งนั้นยังไม่มียกธรรมเนียมที่จะสวมเสื้อเข้าเฝ้า จึงดำรัสว่าดูคนที่ไม่สวมเสื้อเหมือนเปลือยกาย ร่างกายจะเป็นเกลื่อนกลาดก็ดี หรือเหงื่อออกมาก็ดี โสโครกนักประเทศอื่น ๆ ที่เป็นประเทศใหญ่เขาก็สวมเสื้อหมดทุกภาษาเว้นเสียแต่ล่าวาชาวป่าที่ไม่ได้บริโภคผ้าผืนเป็นมนุษย์ อย่างต่างประเทศสยามนี่ก็เป็นประเทศใหญ่ ข้าราชการธรรมเนียมมากอยู่แล้ว ไม่ควรจะถือเอาอย่างโบราณที่เป็นชาวป่ามาแต่ก่อน ขอท่านทั้งหลายจงสวมเสื้อเข้ามาในที่เฝ้าจงทุกคน ตั้งแต่นั้นมา ข้าและขุนนางก็สวมเสื้ออย่างน้อยเข้าเฝ้าทุกคน ครั้นนานมาเห็นว่า เสื้ออย่างน้อยนั้นจะคาดผ้ากราบก็ได้ จึงยกย้ายทำเป็นเสื้อกระบอกเหมือนเสื้อباب๋า (เสื้อผ้าอก คอแหลมตัน ไม่มีปกแขนยาว ตรง) บุตรจีนที่เมืองปัตตาเวียก็เป็นธรรมเนียมติดมาจนทุกวันนี้..."</p> <p>พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงโปรดให้ออกหมายประกาศในปี พ.ศ. 2409 ห้ามไม่ให้เอาเครื่องประดับทองเงินแต่งกายให้เด็กที่ยังไม่รู้จักรับผิดชอบ และประกาศห้ามไม่ให้แต่งตัวเด็กด้วยเครื่องประดับและปล่อยให้ยิวโดยลำพัง หากเด็กได้รับอันตรายถึงตายด้วยเหตุนี้จากคนร้ายจะได้รับโทษแล้ว ผู้นำเครื่องประดับ มาแต่งให้ก็จะมีความผิดด้วย</p> | <p>กรุงเทพฯก็ตัดผมมหาดไทยตามเดิม</p> <p>อย่างไรก็ตาม เราต้องยอมรับว่ารัชกาลที่ 4 เริ่มการใช้ผมสมัยใหม่แบบฝรั่ง ดังปรากฏหลักฐานจากพระบรมฉายาลักษณ์ของพระองค์และพระราชโอรส ซึ่งเริ่มมีผู้ปฏิบัติตามกันต่อมา สตรีในราชสำนัก นุ่มผ้าจีบลายทอง ห่มสไบปักใช้เครื่องประดับต่าง ๆ เช่น ทับทรวง (เครื่องประดับอก) พานูรัด (เครื่องประดับแขนหรือทองต้นแขน) สะอึ่ง (สายรัดเอว) สร้อยสังวาล (สร้อยยาวใช้คล้องสะพายแล่งที่เรียกว่าสร้อยตัว) ตุ่มหูเพชร แหวนเพชร ฯลฯ และยังคงไว้ผมปักเหมือนรัชกาลต้น ๆ</p> <p>ราษฎรทั่วไป สตรีนิยมสวมเสื้อคอกลม ปีกคอ แขนยาว ทรงกระบอก รัดรูป นุ่งผ้าลายโจงกระเบนทับเสื้อคาดแพรหรือห่มสไบเฉียงทับตัวเสื้ออีกทีหนึ่ง สวมกำไลที่ข้อเท้า (การสวมกำไลข้อเท้านี้เป็นประเพณีเก่าแก่ของไทยว่า ผู้สวมกำไลข้อเท้าเป็นหญิงที่ยังไม่ได้แต่งงาน) ไม่สวมรองเท้า บางพวกนิยมห่มสไบจีบ ส่วนผมยังคงไว้ปกถนนโรมัน ไว้เล็บ ผัดหน้า ตามปกติเมื่ออยู่กับบ้านก็ห่มผ้าแถบ ถ้าทำงานกลางแจ้งจะสวมเสื้อแขนกระบอก แขนสไบยาวถึงข้อมือ ผ่าอก ติดกระดุม บางที่เมื่อทำงานที่ต้องยกแขนขึ้น-ลงก็ห่มตะแบงมาน เช่นเดียวกับสมัยก่อน ส่วนการห่มผ้าแถบ(คาดอก) ยังคงมีเรื่อยมาจนกระทั่งคนรุ่นเก่าหมดไป และภายหลังเห็นว่าไม่สุภาพ การห่มผ้าแถบจึงหมดไปจนที่สุด</p> <p>เด็กยังนิยมไว้ผมจุก ถ้าเป็นเด็กหญิงใส่เสื้อคอกลมระบายลูกไม้ที่คอ แขน ฯลฯ หากเป็นผู้มีฐานะ บรรดาพ่อแม่ญาติผู้ใหญ่มักมีเครื่องประดับทองเงินแต่งตัวให้เด็ก เป็นเหตุให้เด็กถูกลักพาตัวอยู่เนื่อง ๆ เพราะคนร้ายต้องการชิงเครื่องประดับกรณีดังกล่าวนี้มีมาแต่สมัยรัชกาลก่อน ๆ แม้จะลงโทษถึงขั้นประหารชีวิตก็ตาม คนร้ายก็ยังไม่เกรงพระราชอาญา</p> |
| พ.ศ. 2411-2453 | <p>รัชกาลที่ 5</p> <p>ในรัชกาลนี้ไทยได้มีการติดต่อกับชาวต่างประเทศมากขึ้น แม้พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจะได้ทรงแก้ไขขนบธรรมเนียมประเพณีบางอย่างแล้วก็ตาม แต่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก โดยเฉพาะเรื่องการแต่งกาย ทั้งที่พระองค์โปรดให้มีการประกาศสวมเสื้อเข้าเฝ้า แต่ในเวลาปกตินี้แล้ว</p> <p>การที่ไม่นิยมสวมเสื้อเพราะเสื้อผ้าหยาบมีราคาแพงและทำความสะอาดลำบากเนื่องจากไม่มีสบู่ใช้ อย่างไรก็ตาม การทำความสะอาดต้องใช้ที่เฝ้ามาละลายน้ำซึ่งเรียกว่า ด่าง และใช้น้ำนี้มาซักผ้า น้ำด่างนี้ยังกัดเสื้อผ้าให้เปื่อย ขาดง่าย ไม่ดีเหมือนใช้สบู่อย่างสมัยต่อมา ระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 สบู่หยาบ จึงได้มีผลิตภัณฑ์ใหม่คือ ผงซักฟอกเข้ามาแทนที่และเป็นที่ยอมรับใช้กันเรื่อยมาจนกระทั่งปัจจุบัน</p> | <p>บรรดาขุนนาง เจ้านาย และเสนาบดียังนุ่งผ้าผืนเดียว ไม่สวมเสื้อ ด้วยยึดถือประเพณีเดิม อย่างเคร่งครัด โดยไม่คำนึงว่าล้าสมัยหรือผิดถูกอย่างไร "ข้อนี้พึงเห็นได้ในหนังสือเก่า คำสรรเสริญของพระเจ้าแผ่นดิน มักกล่าวว่า "รักษาโบราณราชประเพณีมั่นคง" หรือ "ทรงประพฤติตามโบราณราชประเพณีในคำกลอนเรื่องพระไชยสุริยาของสุนทรภู่ ก็กล่าวถึงพวกเข้าเฝ้าเจ้าเมืองสาววัดตี "ตัดจริดผัดโบราณบ้านเมืองจึงเป็นอันตราย" ดังเช่น เซอร์ จอห์น เบาริง ราชทูตอังกฤษเล่าเรื่องที่เขาเข้ามากรุงเทพฯ ภายหลังก่ออีก 3 ปีว่าเมื่อ ไปหาสมเด็จพระเจ้าพระยาฯ องค์ใหญ่ครั้งแรก จัดรับอย่างเต็มยศ เห็นสมเด็จพระยาองค์ใหญ่แต่งตัวนุ่งจีบ คาดเข็มขัดแพรแต่ตัวเปล่าไม่สวมเสื้อความที่กล่าวสอให้เห็นต่อไปอีกว่าขุนนางผู้น้อยซึ่งเป็นบริวารอยู่ในที่นั้นก็คงไม่สวมเสื้อเหมือนกันทั้งนั้น เพราะถือว่าต้องสวมเสื้อในเวลาเข้าเฝ้า เวลาอื่นยังมีเสริภาพที่จะรับแขกหรือไปไหนตัวเปล่าได้เหมือนอย่างเดิม"</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงตระหนักดีว่า การแต่งกายดังกล่าวย่อมเป็นที่ดูหมิ่นเหยียดหยามของชาวต่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในกรุงเทพฯ และเป็นเวลาที่เสด็จประพาสต่างประเทศ (สิงคโปร์และชวา) เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.2413</p> <p>เครื่องแต่งกายของชายไทยในสมัยต้นรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวนี้ได้ปรับปรุงตามแบบประเพณีนิยมสากลของชาวตะวันตกเป็นครั้งแรก แต่หลังจากเสด็จประพาสอินเดีย-พม่า ในปี พ.ศ. 2414</p> | <p>มีพระราชดำริที่จะเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายตามแบบฝรั่ง เพื่อแสดงความเป็นอารยประเทศ ทรงกำหนดรูปแบบทหารและพลเรือนฝ่ายทหารมีทั้งเครื่องแบบเต็มยศและเครื่องแบบปกติ ฝ่ายพลเรือนมีแต่เครื่องแบบเต็มยศเท่านั้น เครื่องแบบของฝ่ายพลเรือนเป็นเสื้อแพรสีกรมท่า บักทองที่คอและข้อมือ ในเวลาปกติใช้เสื้อคอเปิด ผูกผ้าผูกคออย่างฝรั่ง ทั้งฝ่ายทหารและพลเรือนนุ่งผ้าม่วงสีกรมท่า และกำหนดให้สวมถุงเท้า รองเท้าด้วย สำหรับผ้าม่วงสีกรมท่านั้นใช้เป็นเครื่องแบบและนุ่งในเวลาที่มีการงานแต่ครั้งนั้น</p> <p>มีพระราชดำริว่า การสวมเสื้อนอกแบบฝรั่งซึ่งต้องมีเสื้อเชิ้ต สวมข้างในแล้วยังมีผ้าผูกคออีกด้วยนั้น ไม่เหมาะสมกับอากาศร้อน โปรดให้ตัดแปลงเป็นเสื้อนอกสีชาวกอปิดติดกระดุมตลอดคอ 5 เม็ด เรียกว่า "เสื้อราชปะแตน" (Raj Pattern)"ต่อมาเรียกเพี้ยนไปเป็น "เสื้อราชปะแตน" ซึ่งแปลว่า "แบบหลวง" คงนุ่งผ้าม่วงสีกรมท่าเหมือนเดิม</p> <p>การแต่งกายของชายทั่วไป ยังคงนิยมแต่งกายตามสบายเช่นเดียวกับสมัยรัชกาลก่อน ๆ คือ นุ่งผ้าลอมพวย มีผ้าขาวม้าหรือผ้าอะไรก็ได้แต่ปะ คกลมุไหลหรือคาดพุง ซึ่งคงจะเป็นประเพณีการแต่งกายของคนไทยตามปกติมาแต่โบราณ และคาดพุง ไม่นิยมใช้ผ้าแต่ปะ การนุ่งลอมพวย คือ การเอาผ้าทั้งผืนนั้นมาโอบหลังกะให้ชายผ้าข้างหน้าเท่ากัน แล้วขมวดชายพก ค่อนข้างใหญ่เหน็บแน่นติดตัว แล้วทั้งชายห้อยลงไปข้างหน้า การนุ่งผ้าลอมพวยนี้ บางคนชอบนุ่งได้สะคือ ชายพกที่ค่อนข้างใหญ่นี้เพื่อเก็บกล่องหรือหีบบุหรีที่ตนชอบ ส่วนผ้าคาดพุงไม่ว่าจะเป็นผ้าขาวม้าหรือผ้าสำนหรือผ้าอะไรผูกเป็น โบริ่งนกระทก ไว้ข้างหน้า ทั้งชายผ้าลงมาเล็กน้อย</p> <p>ผู้ชายบางคนแต่งตัวแบบนักเลงโต กล่าวคือ นุ่งกางเกงขั้นใน คาดกระเป๋าคาด ที่เอวทับกางเกงใน นุ่งผ้าโล่งทับนอก (โล่งไหมตัวใหญ่ ๆ หรือผ้าตาโง่งหรือตาโง่งที่พวกต้องชูนำมาขายหน้าเทศกาลพระพุทธรูปทอมาทสระบุรี) นุ่งเสร็จมักจะหยิบผ้าถุงตองสะโทกทั้งสองข้างยกขึ้นไปเล็กน้อย ไปเหน็บ ไว้ที่เอว เรียกว่า "นุ่งหยักรัง" มีผ้าขาวม้าหรือผ้าอะไรพันคอ ชายหนึ่งอยู่ข้างหน้า ตวัดอีกชายหนึ่งไปข้างหลัง หากจะซื้อของก็เลิกผ้าโล่งขึ้นหยิบเงินในกระเป๋าคาด ในสมัยนั้นถือเป็นของธรรมดา การนุ่งผ้าลอมพวยนี้คงจะมีอยู่เพียงปลายรัชกาลที่ 5 และคงจะมีบ้างประปรายในรัชกาลที่ 6 แต่ก็ได้หมดไปทีเดียว ยังมีอยู่เรื่อยมาแม้กระทั่งปัจจุบัน</p> <p>การไว้ผมของชายไทยสมัยรัชกาลที่ 5 ไว้ผมยาวอย่างฝรั่ง มีทั้งหัวแสกและหัวเสีย เลิกไว้ผมมหาดไทย</p> <p>พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเป็นผู้ให้การไว้ผมยาวทั้งศีรษะ ทั้งมีพระบรมราชานุญาตให้ข้าราชการบริพารไว้ผมยาวได้ตามแบบฝรั่งตั้งแต่นั้นมา เพราะเห็นว่าสวยงามกว่าทรงผมมหาดไทย แม้จะโปรดให้เลิกไว้ผมมหาดไทยแล้วก็ตาม ยังมีข้าราชการผู้ใหญ่บางท่านนิยมไว้ผมทรงมหาดไทยอยู่ ดังเช่นสมเด็จพระยาบรมมหาศรีสุริยวงศ์ ได้ให้ช่างตัดผมสั้นรอบศีรษะ ไว้ข้างบนยาวคล้ายทรงผมมหาดไทย เรียกว่า "ผมรองทรง"</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|--|---|
| | <p>เครื่องแต่งกาย หรือ ชุดไทย ของสตรีไทยในสมัยนี้ได้ดัดแปลงแก้ไขหลายครั้ง แต่เดิมในราชสำนักยังคงนุ่งผ้าจีบ ห่มสไบแพรเฉียงแนบกับตัวเปล่า ต่อมาในปี พ.ศ.2416 งานพระราชพิธีบรมราชาภิเษกครั้งหลังโปรดให้เปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายใหม่</p> <p>ในปี พ.ศ. 2439 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดให้ทหารนุ่งกางเกงขวยวแทนผ้าม่วงโจงกระเบนสีกรมท่า</p> <p>ในปี พ.ศ.2440 หลังจากเสด็จกลับจากยุโรปได้ทรงนำแบบอย่างการแต่งกายของชาวยุโรปมาดัดแปลงให้เหมาะสมกับภูมิอากาศของเมืองไทย</p> <p>พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดให้เลิกสวมปีกไว้ผมยาวแทน โดยให้เจ้าคุณพระประยูรวงศ์ (แพ) เมื่อครั้งยังเป็นเจ้าจอมมารดาแพ พระสนมเอก เป็นผู้นำคนแรกด้วยการไว้ผมยาวประป่า</p> | <p>งานพระราชพิธีบรมราชาภิเษกครั้งหลังโปรดให้เปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายใหม่ ให้สตรีนุ่งผ้ายกจีบ ห่มคาดหรือห่มสไบปักเฉพาะเวลาเต็มยศใหญ่เท่านั้น ในโอกาสทั่วไปนุ่งผ้าโจงกระเบนสวมเสื้อพอดิตัว ผ่าอก คอกกลมหรือคอตั้งเตี้ย ๆ ปลายแขนแคบยาวถึงข้อมือ ชายเสื้อยาวเพียงเอว เรียกว่า "เสื้อกระบอก" แล้วห่มแพรจีบตามขวางสไบเฉียงทับบนเสื้ออีกชั้นหนึ่ง แพรจีบที่ใช้ห่มสไบเฉียงทับเสื้อนี้ ต่อมาได้วิวัฒนาการเป็นแพรสะพายซึ่งใช้แพรชนิดที่จีบตามขวางเอวนั้นมาจีบตามยาวอีกครั้งหนึ่ง จนเหลือเป็นผืนแคบครึ่งให้เหมาะแล้ว สะพายมาบนบ่าซ้าย รวบชายแพรทั้ง 2 ซ้างเข้าด้วยกัน ทางด้านขวาของเอวคล้าย ๆ สวมสายสะพาย และสวมรองเท้าบู๊ตโดยมีถุงเท้าหุ้มตลอดน่องด้วย</p> <p>ในสมัยนี้นิยมสวมหมวกแบบยุโรปหรือหมวกหางนกยูง ถือไม้เท้า ซึ่งมักจะใช้คล้องแขนจึงเรียกว่า "ไม้ถือ" ต่อมา เป็นผลให้ประชาชนเริ่มนิยมนุ่งกางเกงขวยวและสวมหมวกกะโล่กันขึ้นบ้างในตอนปลายรัชกาล</p> <p>สตรีในครั้งนั้นจึงเริ่มใช้เสื้อตัดตามแบบยุโรป สวมถุงเท้า แต่ยังคงนุ่งโจงกระเบนและสะพายแพรอยู่ แบบเสื้อที่นิยมกันมากในสมัยนี้ก็คือ เสื้อแขนพองแบบฝรั่ง คอตั้ง แขนยาว ตันแขนพองคล้ายขาหมูแฮม จึงเรียกว่า "เสื้อหมูแฮม" มีผ้าห่มหรือแพรสไบเฉียงแล้วแต่โอกาส ทับตัวเสื้ออีกทีหนึ่ง</p> <p>ปลายรัชกาลที่ 5 สตรีนุ่งโจงกระเบนกันเกือบทั้งหมด แต่ตัวเสื้อนิยมใช้ผ้าแพร โห่ ผ้าลูกไม้ ตัดแบบชาวตะวันตก คอตั้งสูง แขนยาว พูพองหรือระบายลูกไม้เป็นชั้น ๆ รอบแขนเสื้อ บางทีเอวเสื้อจีบเข้ารูป บางทีคาดเข็มขัด สวมถุงเท้ายาว รองเท้าส้นสูง</p> <p>หญิงชาวบ้านทั่วไปยังคงนุ่งโจงกระเบนเป็นประจำและห่มผ้าแถบอยู่กับบ้านเช่นเคย ไม่นุ่งจีบ ยกเว้นคนชั้นสูงจะมีงานมงคลอะไรใหญ่เป็นพิเศษก็อาจแต่งบ้างบางราย (การนุ่งจีบมักจะนุ่งแต่คนชั้นสูงเท่านั้น)</p> <p>พวกเจ้านายฝ่ายในและหม่อมห้ามได้ทำตาม แต่บางคนไว้ผมตัดทรงดอกกระพุ่ม จึงได้แพร่หลายสู่ประชาชน ต่อมาทำให้ไว้ผมยาวประป่าบ้าง ไว้ผมทรงดอกกระพุ่มบ้าง แต่ส่วนใหญ่นิยมผมทรงดอกกระพุ่ม สตรีสมัยนั้นเริ่มใช้เครื่องสำอางอย่างชาวตะวันตกบ้าง นิยมใช้เครื่องประดับสร้อยข้อมือ สร้อยคอ สร้อยตัว (สร้อยเฉลียงป่า) แหวน กำไล ใสดูมหูบ้าง แต่มักไม่ค่อยใส่กัน เข็มขัดทอง เงิน นาก ถ้าเป็นคนชั้นสูงที่นุ่งจีบจะต้อง ใช้เข็มขัดคาด ก็มักจะใช้เข็มขัดทองทำหุ้ม ลวดลายงดงามลงยาประดับเพชรพลอย การใช้เครื่องประดับของสตรีนั้นแตกต่างกัน ถ้าเป็นภรรยา</p> |
|--|--|---|

| | | |
|----------------------|--|---|
| | | <p>บุตรหลานข้าราชการขุนนาง เวลาอยู่กับบ้านมักไม่ค่อยแต่งเครื่องประดับ จะมีแต่บ้างเป็นพวกสร้อยข้อมือเล็ก ๆ สร้อยคอสายเล็ก ๆ ใส่แหวนบ้าง ตุ้มหูไม่ค่อยใส่กัน แต่ถ้าเป็นหญิงชาวสวน นิยมใส่สร้อยข้อมือ สร้อยคอเส้นโตๆ ใส่แหวนเป็นประจำ ตุ้มหูมีใส่บ้างแต่ไม่นิยมกัน ถ้าเปรียบกับสมัยปัจจุบันก็คล้าย ๆ กับตู้ทองเคลื่อนที่ และเป็นธรรมเนียมสืบทอดมาจนปัจจุบัน ที่ชาวชนบทบางคน หรือผู้ที่มีความคิดอยากจะแต่งเพื่อโอ้อวด หรือ แสดงถึงความเป็นผู้มีฐานะยังคงนิยมแต่งอยู่ก็มี</p> <p>เด็กหญิงในสมัยนี้ นุ่งโจงกระเบนเช่นเดียวกับผู้ใหญ่ ไม่สวมเสื้อเวลาออกงานจึงสวมเสื้อคอติดลูกไม้ที่เรียกว่า เสื้อคอกระเช้า เวลาแต่งตัวเต็มทีนุ่งโจงกระเบน สวมเสื้อแขนยาวคอปิดแต่งด้วยผ้าลูกไม้ผิงงาม สวมถุงเท้า รองเท้า เจ้านายที่ทรงพระเยาว์ ทรงฉลองพระองค์แขนยาว พองและทรงเครื่องประดับมาก ยังคงนิยมไว้ผมจุก เมื่อตัดจุกแล้วจึงเริ่มไว้ผมยาว</p> |
| <p>พ.ศ.2453-2468</p> | <p>รัชกาลที่ 6</p> <p>ในสมัยนี้ การติดต่อกับประเทศตะวันตกได้สืบเนื่องมาจากรัชกาลก่อน ๆ ความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ จึงค่อนข้างไปทางตะวันตกมากขึ้น ขุนวิจิตรมาตรา (สง่า กาญจนาคพันธุ์) ได้บรรยายถึงความเจริญในยุคนี้ ใน 80 ปี ในชีวิตข้าพเจ้า ตอนหนึ่งว่า "ว่าถึงความเจริญของบ้านเมืองทั่วไป เริ่มเป็น สมัยใหม่ขึ้นตั้งแต่เริ่มรัชสมัยสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ ถนนหนทางส่วนมากเรียบร้อยขึ้นและบางสายเริ่มลาดยางแอสฟัลต์ เรือยนต์ที่เคยมีตามถนนทั่วไป กลายเป็นตึกแถว 2 ชั้น 3 ชั้น บ้านไทยกลายเป็นบ้านตึกทรวดทรงค่อนข้างฝรั่ง ร้านค้ามีมาก รถยนต์มีมากขึ้น รถไฟ รถราง รถม้า รถเจ็ดยังคงใช้กันมากทั่วไป ผู้คนพลเมืองหนาตาขึ้น ถนนไม่โล่ง ๆ เหมือนข้าพเจ้าเป็นเด็ก"</p> <p>ในปี พ.ศ.2463 เมื่อครั้งที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ ทรงอภิเษกสมรส</p> | <p>เมื่อได้ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงบ้านเมืองไปตามอารยประเทศในด้านต่าง ๆ แล้วในด้านการแต่งกายก็ได้มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่อีกครั้งหนึ่ง โดยเฉพาะการแต่งกายของสตรีระยะแรกยังคงนุ่งผ้าโจงกระเบน เสื้อยังนิยมใช้ลูกไม้ประดับอยู่ คอเล็กกว่าเดิม แขนยาวเสมอข้อศอกแต่แขนเสื้อไม่พองเหมือนแบบสมัยรัชกาลที่ 5 มีผ้าคาดเอวสีดำ มีผ้าสไบพาดไหล่รอบตอนหัวไหล่ติดด้วยเข็มกลัดรูปดอกไม้</p> <p>สาวผ้าสไบดังกล่าวรอบไว้ตรงข้างลำตัว สวมถุงเท้ายาวถุงน่อง รองเท้าส้นสูง ต่อมาเริ่มนุ่งขึ้นตามพระราชนิยมในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ (ตามปกติผ้าขึ้นใช้กันทางภาคเหนือและภาคอีสาน ซึ่งนุ่งกันเป็นประจำ แม้เป็นผ้าขึ้นด้าน แต่ในกรุงเทพฯ ไม่นิยมนุ่งกันเลย จะนุ่งกันแต่โจงกระเบนเมื่อเริ่มนุ่งผ้าขึ้นนั้น ผ้าขึ้นจะเป็นพวกขึ้นใหม่และขึ้นเชิงทอด้วยเส้นเงิน (เส้นทอง) เกิดเสื้อแบบใหม่ ๆ สำหรับใส่เข้าชุดกับผ้าขึ้นขึ้น การสะพายแพรไม่เป็นที่นิยมกันต่อไป นอกจากสตรีผู้มีบรรดาศักดิ์จะแต่งกายเต็มยศ ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์จุลจอมเกล้า ยังคงใช้แพรปักตราจุลจอมเกล้าสะพายอยู่เหมือนเดิม (การสะพายแพรยกเลิกในรัชกาลที่ 7)</p> <p>โปรดให้สตรีในราชสำนักไว้ผมยาวเกล้าผมวยหรือไว้ผมบิ๊อบตามแบบตะวันตก ซึ่งสมัยนั้นใช้เครื่องประดับคาดรอบศีรษะด้วย การแต่งกายตามพระราชนิยมจึงได้แพร่หลายออกสู่ประชาชน สตรีไทยจึงนิยมไว้ผมยาวกันอย่างแพร่หลาย</p> <p>แต่บางคนก็นิยมตัดสั้นแบบที่เรียกว่า ทรงซิงเกิ้ล ยกเว้นคนแก่ยังนิยมนุ่งโจงกระเบน และไว้ผมทรงดอกกระพุ่มและผมทัดต่อไปตามเดิม ในระยะแรกการแต่งกายไม่นิยมใช้เครื่องประดับมากนัก ต่อมานิยมเครื่องประดับที่เลียนแบบตะวันตก เครื่องสำอางนิยมใช้ของตะวันตกกันมากขึ้น</p> <p>ส่วนทางด้านกรแต่งกายของชายนั้น ข้าราชการยังคงนุ่งผ้าม่วงโจงกระเบนสวมเสื้อราชปะแตน ตัดผมแบบยุโรป สวมถุงเท้า รองเท้าเช่นเดียวกับรัชกาลที่ 5 ในระยะต่อมาจึง</p> |

| | | |
|---------------------------|---|---|
| | | <p>นิยมกางเกงแพรสี เรียกว่า "กางเกงจีน" ยังคงใส่เสื้อคอกลม ผ้าขาวบาง ถ้าจะออกนอกบ้านก็จะสวมเสื้อทับอีกชั้นหนึ่งและสวมหมวกเพื่อเป็นการสุภาพ</p> |
| <p>พ.ศ. 2468-ปัจจุบัน</p> | <p>รัชกาลที่ 7 - ปัจจุบัน</p> <p>ในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 การแต่งกายคล้ายชาวตะวันตกมากขึ้น</p> <p>ในราวปี พ.ศ. 2474 กระแสดสตรีไทยปฏิวัติเครื่องแต่งกายให้ทัดเทียมกับชาวยุโรปอีก เริ่มใช้การออกแบบ</p> <p>หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ได้มีการเปลี่ยนแปลงประเพณี วัฒนธรรมบางอย่างให้สอดคล้องกันการปกครองระบบใหม่และให้เหมาะสมกับกาลสมัย ทั้งยังไม่เป็นที่ถูกดูหมิ่นจากชาวต่างประเทศที่เข้ามาติดต่อในประเทศอีกด้วย</p> | <p>จีนที่นุ่งยาวเปลี่ยนเป็นผ้าถุงสำเร็จ กล่าวคือ เย็บผ้าถุงให้พอดีกับเอวโดยไม่ต้องคาดเข็มขัด สวมเสื้อหลวม ไม่เข้ารูป ตัวยาว แขนสั้นหรือไม่มีแขนตกแต่งด้วยโบและระบายเหมือนฝรั่ง เลิกสะพายแพรปักใส่สายสร้อยและตุ้มหู ยาวแบบต่าง ๆ สวมกำไล ส่วนผมปลอยยาวแต่ไม่ประบ่า และเริ่มนิยมตัดเป็นลอน ทั้งนี้เพราะคนไทยในช่วงนี้ได้มีโอกาสไปศึกษาต่างประเทศมากขึ้น จึงนำเอาอารยธรรมการแต่งกายเข้ามาด้วย ประกอบกับภาพยนตร์ฝรั่งโดยเฉพาะภาพยนตร์อเมริกันกำลังเฟื่องฟูมากในสมัยต้นรัชกาลที่ 7 และได้เจริญขึ้นเป็นลำดับ จนสามารถมีอิทธิพลในด้านนำแฟชั่นมาสู่ประชาชนคนไทยด้วยการที่สตรีหันมานุ่งกระโปรงกันบ้างประปราย แต่นุ่งกันในเฉพาะบางพวกบางกลุ่มเท่านั้น เช่น ในวงสังคมชั้นสูง พวกข้าราชการหรือผู้ที่ชอบแต่งตามแฟชั่น</p> <p>จากถุงสำเร็จซึ่งปฏิวัติมาจากผ้าจีน ก็ได้เปลี่ยนเป็นกระโปรง 4 ตะเข็บ 6 ตะเข็บ มีผู้เล่ากันว่าข้าราชการหญิงในกรมศิลปากรเป็นผู้ออกแบบตัดใช้ก่อนคนอื่น ๆ แล้วหลังจากนั้นเครื่องแต่งกายของสตรีไทยก็ได้วิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงมาโดยลำดับ"</p> <p>ส่วนการแต่งกายของชายที่เป็นข้าราชการ ตลอดจนคนในสังคมชั้นสูงโดยทั่วไป ยังนิยมนุ่งผ้าม่วงใจกระบะ สวมเสื้อราชปะแตน สวมถุงเท้า รองเท้า สวมหมวกสักหลาดมีปีกหรือหมวกกะลา ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายปกติ</p> <p>สำหรับไปในงานพิธีหรืองานราชการโดยทั่วไป เมื่อเดินทางไปต่างประเทศจึงจะใส่เสื้อคอแบะ ผู้คนไท นุ่งกางเกงแบบชาว ตะวันตก ส่วนราษฎรทั่วไปยังคงนุ่งใจกระบะหรือสวมกางเกงแพร สวมเสื้อธรรมดา และไม่นิยมสวมรองเท้าอยู่ต่อไปตามเดิม</p> <p>ในการแต่งกาย รัฐบาลเห็นว่าการนุ่งผ้าม่วงใจกระบะ สวมเสื้อราชปะแตนอัน เป็น เครื่องแต่งกายตามปกติหรือในงานพิธีของข้าราชการและสุภาพบุรุษโดยทั่วไปไปนั้นลำสมัย จึงประกาศให้นุ่งกางเกงขายาวแทน แต่ยังไม่เป็นบังคับทีเดียว ยังผ่อนผันให้นุ่งผ้าม่วงได้บ้าง</p> <p>โดยให้เลิกนุ่งผ้าม่วงใจกระบะโดยเด็ดขาด กำหนดเครื่องแบบการแต่งกาย ข้าราชการให้เป็นไปตามแบบสากล ราษฎรทั่วไปเมื่อเห็นข้าราชการนุ่งกางเกงขายาวแทนผ้าม่วงก็ทำตามอย่างกัน ขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งนิยมแต่งแบบสากลกันมาจนปัจจุบัน ในระยะนี้ไม่นิยมสวมหมวก จนกระทั่งถูกบังคับให้สวมใน สมัยรัฐบาลจอมพล ป.พิบูลย์สงคราม เมื่อรัฐบาลชุดนี้หมดอำนาจ การบังคับให้สวมหมวกก็ล้มเลิกไปโดยปริยาย</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>ปี พ.ศ. 2487 ได้ตราพระราชบัญญัติการ แต่งกายข้าราชการพลเรือน</p> <p>รัฐบาลจอมพล ป.พิบูลย์สงคราม (พ.ศ.2481-2487) ได้มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรมอย่างขนานใหญ่ เป็นจุดของการสร้างชาติในด้านต่าง ๆ ได้มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีไทยมากมาย หลายอย่าง โดยพยายามให้วัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างชาติ</p> <p>การแต่งกายแบบสากลเป็นที่นิยมในหมู่ข้าราชการ อยู่แล้ว การนุ่งผ้าม่วงกำลังเสื่อมความนิยม เพราะยุ่งยากสิ้นเปลืองและไม่สะดวก ประกาศชี้แจงให้คำนึงถึงเกียรติของชาติ ไม่แต่งกายตามสบาย และชักชวนให้เลิกนุ่งกางเกงแพร โดยอ้างว่าเป็นวัฒนธรรมของจีน</p> | <p>การแต่งกายได้พัฒนาและเปลี่ยนแปลงไป ตามลำดับ มีการออกพระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกาและประกาศต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องการแต่งกายของไทยหลาย ฉบับตลอดจนคำแนะนำในด้านการแต่งกายรวมทั้งการประกาศห้ามผู้แต่งกายไม่สมควรปรากฏตัวในที่สาธารณะ ดังเช่น ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยรัฐนิยมฉบับที่ 10 เรื่องการแต่งกาย ของประชาชนชาวไทย ความว่า "ชนชาติไทยไม่พึงปรากฏตัวในที่ชุมชนหรือสาธารณสถานในเขตเทศบาล โดยไม่แต่งกายให้เรียบร้อย เช่น นุ่งแต่กางเกงขั้นใน หรือไม่สวมเสื้อ หรือนุ่งผ้าล่อยชาย เป็นต้น การแต่งกายที่ถือว่าเรียบร้อยนั้นควรแต่งเครื่องแบบตามลัทธิหรือโอกาส หรือแต่งกายตามแบบสากลนิยม หรือแต่งตามประเพณีนิยมในทำนองสุภาพ</p> <p>พระราชกฤษฎีกากำหนดวัฒนธรรมซึ่งประชาชนชาวไทย จักต้องปฏิบัติตาม พุทธศักราช 2484 และพระราชกฤษฎีกากำหนดวัฒนธรรมแห่งชาติ พุทธศักราช 2485 ความว่า "ชาวไทยจักต้องรักษาเกียรติของประเทศชาติในที่สาธารณสถาน หรือที่ปรากฏแก่สาธารณชนภายในเขตเทศบาล ห้ามมิให้แต่งกายในที่สาธารณะที่ทำให้เกียรติของประเทศชาติเสื่อมเสียไป เช่น นุ่งผ้าหยักขี้ นุ่งแต่กางเกงขั้น นุ่งกางเกงชนิดสำหรับใส่นอน นุ่งผ้าขาวม้าหรือไม่สวมเสื้อ หรือสตรีสวมแต่เสื้อขั้นใน หรือมีแต่ผ้าคาดอก เป็นต้น แต่การแต่งกายตามความนิยมอันสุภาพ ณ สถานที่ตากอากาศ สถานที่อาบน้ำ หรือเพื่อเล่นกีฬา หรือตามความจำเป็นในการประกอบกิจการนั้นให้แต่งตามควรแก่เวลาและสถานที่" แม้ว่าจะมีการนุ่งกระโปรงกันบ้างประปราย แต่ส่วนมากก็ยังนิยมนุ่งโจงกระเบนกันอยู่ รัฐบาลจึงได้วิงวอนให้สตรีไทยเปลี่ยนแปลงการแต่งกายให้สมกับเป็นอารยประเทศ โดยให้สตรีไทยทุกคนไว้ผมยาวตามประเพณีนิยมสมัยโบราณ หรือตามสมัยนิยมในขณะนั้น เลิกนุ่งผ้าโจงกระเบน และเลิกใช้ผ้าคาดอก หรือเปลือยกายท่อนบน ให้เปลี่ยนมาใช้ผ้าถุงอย่างสมัยโบราณหรือสมัยนิยมขณะนั้นและใส่เสื้อแทน ต่อมาได้ขอร้องให้สตรีไทยสวมหมวก นุ่งกระโปรงและสวมรองเท้า</p> <p>ข้าราชการ และประชาชนโดยทั่วไปยังคงนิยมนุ่งกางเกงแพรดอกสีต่าง ๆ ออกนอกบ้านอยู่ จึงได้ รัฐบาลได้พยายามชี้ให้ประชาชนเห็นว่าการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย จะมีส่วนช่วยรัฐบาลในการส่งเสริม วัฒนธรรมและสร้างชาติ "ด้วยการแต่งกายเป็นระเบียบเรียบร้อยและสุภาพนั้นย่อมเป็นการเชิดชูวัฒนธรรมและเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างชาติให้วัฒนาถาวร ฉะนั้นจึงควรที่ประชากรไทยผู้รักชาติจะร่วมใจกันส่งเสริมและปฏิบัติตามรัฐนิยมและประกาศของทางราชการ โดยเคร่งครัด ทั้งยังได้กำหนดเครื่องแต่งกาย เพื่อเป็นแนวทางให้ประชาชนปฏิบัติตามนี้โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เครื่องแต่งกายธรรมดา ได้แก่ เครื่องแต่งกายซึ่งตามปกติใช้ที่ชุมชนหรือสาธารณสถาน |
|--|--|---|

| | | |
|--|---|---|
| | <p>ยุคฟื้นฟู “ชุดไทยพระราชนิยม” สมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช การแต่งกายแบบไทยของสตรีได้วิวัฒนาการขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง ตามพระราชนิยมของสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ เป็นแบบฉบับของเครื่องแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยที่รู้จักกันทั่วโลก ในนาม ชุดไทยพระราชนิยม</p> | <p>2. เครื่องแต่งกายตามโอกาส ได้แก่ เครื่องแต่งกายซึ่งใช้ในการกีฬาหรือสังคมตามควรแก่กาลเทศะ</p> <p>3. เครื่องแต่งกายทำงาน</p> <p>ก. ทำงานทั่วไป ได้แก่ เครื่องแต่งกายซึ่งใช้เพื่อประกอบงานอาชีพตามปกติ</p> <p>ข. ทำงานเฉพาะ ได้แก่ เครื่องแต่งกายซึ่งใช้เพื่อประกอบงานอาชีพบางชนิดโดยให้มีลักษณะเหมาะสมแก่สถานที่และการทำงานนั้น ๆ ทั้งนี้ รวมถึงเครื่องแบบซึ่งทางราชการหรือองค์การอาชีพนั้น ๆ ได้กำหนดไว้ นอกจากนั้นยังได้กำหนดลักษณะหมวกของสตรีไทยว่าควรเป็น</p> <p>หมวกที่อาจทำด้วยฟาง ฝ้าย แพร สักหลาด ไบลานหรือไม้สานก็ได้ และไม่ควรใช้หมวกที่ทำด้วยวัสดุแวววาวในเวลาเช้าหรือกลางวัน</p> <p>สีของหมวกควรกลมกลืนกับสีของเสื้อผ้า ลักษณะของหมวกต้องไม่มีลักษณะเป็นหมวกชายหาคด หมวกใส่นอน หมวกผู้ชายหรือสายรัด</p> <p>คางอย่างเด็ก ๆ ส่วนกระเป๋าทือ ของสตรีนั้นควรให้เข้าชุดกับเสื้อผ้า หรือรองเท้า หรือหมวก หรือเข็มขัด เป็นต้น ไม่ควรให้ใช้วัสดุแวววาวหรือมีสีเงิน สีทอง ยกเว้นในงานชาติตรีสโมสร งานพระราชพิธี เป็นต้น</p> <p>สรุปแล้วในสมัยนี้เครื่องแต่งกายของชายควรประกอบด้วย หมวก เสื้อชั้นนอกคอกเปิดหรือคอกปิด ถ้าเป็นคอกเปิดต้องใส่เสื้อชั้นในคอกปกมีผ้าผูกคอเงื่อนกะลาสีหรือเงื่อนหูกระต่าย กางเกงขายาวแบบสากล สวมรองเท้า ถูงเท้า (จะใช้หรือไม่ใช้ก็ได้) ใส่เสื้อ นุ่งผ้าถุงหรือกระโปรงซึ่งอาจจะเป็นชั้นเดียวกันหรือ 2 ชั้นแยกจากกันก็ได้ แต่ในระยะแรกยังคงนิยม นุ่งผ้าถุงกันอยู่เป็นส่วนใหญ่ ต่อมาเมื่อรัฐบาลได้ขอร้องให้นุ่งกระโปรง ประกอบกับอิทธิพลจากตะวันตกในหลาย ๆ ด้านที่นำแฟชั่นต่าง ๆ เข้ามาทำให้สตรีไทยหันไปนิยมนุ่งกระโปรง ตามอย่างสากลกันมากขึ้นดังที่เห็นอยู่ในปัจจุบันเรื่องการสวมหมวกและนุ่ง กระโปรงภายหลังเป็นเรื่องบังคับ ผู้ใดฝ่าฝืนต้องถูกปรับ ในช่วงนั้นสตรีชาวบ้านทั่วไปเริ่มหันมานุ่งผ้าถุงหรือกระโปรงกันอย่างแพร่หลายและสวมหมวกกันทั่วทั้งเมือง” โดยทั่วไปนิยมแต่งกายแบบสากลกันแทบทั้งสิ้น แต่ยังมีสิ่งซึ่งแสดงออกแบบไทยเหลืออยู่บ้าง เช่น การนุ่งชิ้น นุ่งผ้าถุง โดยเฉพาะการนุ่งโจงกระเบน ของคนสูงอายุหรือคนในชนบท ยังพบเห็นอยู่บ้างในสังคมปัจจุบัน สตรีสูงอายุบางคนยังคงนุ่งผ้าโจงกระเบน สวมเสื้อแขนกระบอก และหมวกผ้าสไบอยู่ก็เหมือนกัน</p> <p>เครื่องแต่งกายตามพระราชนิยมของสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ที่ได้ชื่อว่าเป็นแบบฉบับของเครื่องแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยที่รู้จักกันทั่วโลก ในนาม ชุดไทยพระราชนิยม ซึ่งมีแบบต่าง ๆ ดังนี้</p> |
|--|---|---|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>1. ไทยเรียดต้น ใช้ผ้าฝ้ายหรือผ้าไหมมีลายริ้วตามขวางหรือตามยาว หรือใช้ผ้าเกลี้ยงมีเชิงขึ้นยาวจรดข้อเท้า ป้ายหน้า เสื้อใช้ผ้าสีตามริ้วขึ้นหรือเชิงขึ้นจะตัดกับขึ้น หรือสีเดียวกันก็ได้ เสื้อคนละท่อนกับขึ้น แขนสามส่วน กว้างพอสบาย ผ่าอกกระดุม 5 เม็ด คอกลมตื้น ไม่มีขอบดั่งที่คอ เครื่องประดับตามสมควร ใช้ในโอกาสปกติ (เป็นชุดไทยแบบลำลอง) และต้องการความสบาย เช่น งานกรฐินเที่ยวเรือ งานทำบุญวันสำคัญทางศาสนา ข้อสำคัญต้องเลือกผ้าที่ใช้ตัดให้เหมาะกับเวลาและสถานที่</p> <p>2. ไทยจิตรลดา ใช้ผ้าไหมเกลี้ยงมีเชิง หรือผ้าทอยกดอกทั้งตัวก็ได้ ตัดเป็นขึ้นยาว ป้ายหน้าเสื้อคนละท่อนกับขึ้น คอกลมมีคอตั้งน้อย ๆ ผ่าอก แขนยาว ใช้ในโอกาสพิเศษ เช่น งานพระราชพิธีต่าง ๆ หรืองานที่ผู้ชายแต่งเต็มยศ เช่น รับประมุขของประเทศที่มาเยือนเป็นทางการที่สนามบินดอนเมือง ไม่ต้องประดับเครื่องราชอิสริยาภรณ์ แต่เนื้อผ้าควรงดงามให้มากนักเหมาะสมกับโอกาสที่แต่ง</p> <p>3. ไทยอมรินทร์ แบบเหมือนไทยจิตรลดาต่างกันที่ใช้ผ้าและเครื่องประดับหรูหรากว่าไทยจิตรลดาเพราะเป็นชุดพิธีตอนค่ำ ใช้ผ้ายกไหมที่มีทองแกมหรือยกทองทั้งตัว เสื้อคนละท่อนกับขึ้น ไม่มีเข็มขัด ผู้มีอายุจะใช้คอกลมกว้าง ๆ ไม่มีขอบตั้งแขนสามส่วนก็ได้ เพราะความสวยงามอยู่ที่เนื้อผ้าและเครื่องประดับ ที่จะใช้ให้เหมาะสมกับงานเลี้ยงรับรอง รับเสด็จ ไปดูละครตอนค่ำ และเฉพาะในงานพระราชพิธีสวนสนาม ในวันเฉลิมพระชนมพรรษา ประดับเครื่องราชอิสริยาภรณ์ หรือใช้ในโอกาสพิเศษที่กำหนดให้แต่งกายเต็มยศหรือครึ่งยศ เช่น ในงานพระราชพิธี หรืองานสโมสรสันนิบาต</p> <p>4. ไทยบรมพิมาน คือชุดไทยพิธีตอนค่ำ ใช้ผ้ายกไหมหรือยกทองมีเชิง หรือยกทองทั้งตัวก็ได้ตัดติดกันกับเสื้อขึ้นจีบหน้ามีชายพก ยาวจรดข้อเท้า ใช้เข็มขัดไทยคาด เสื้อคอกลม ปกตั้ง ผ่าด้านหลังหรือด้านหน้าก็ได้ แขนยาว ใช้เครื่องประดับงดงามพอสมควร เหมาะสำหรับงานพิธีเต็มยศและครึ่งยศ เช่นงานอุทยานสโมสร งานพระราชทานเลี้ยงอาหารอย่างเป็นทางการ หรือเป็นชุดเจ้าสาว</p> <p>5. ไทยจักรี หรือชุดไทยสไบ นุ่งผ้ามีเชิงหรือยกทั้งตัว ยกจีบข้างหน้า มีชายพก ใช้เข็มขัดไทยคาด ท่อนบนเป็นสไบจะเย็บติดกับขึ้นเป็นท่อนเดียวกัน หรือจะมีสไบห่ม ต่างหากก็ได้ เปิดข้างหนึ่ง ชายสไบคลุมไหล่ ทั้งชายด้านหลังยาวตามที่เห็นสมควร (ความสวยงามอยู่ที่เนื้อผ้า การเย็บและรูปทรงของผู้สวม) ใช้เครื่องประดับให้งดงามตามโอกาสในเวลากลางคืน ชุดนี้ใช้ในโอกาสพิเศษที่กำหนดให้แต่งกายเต็มยศสำหรับอากาศที่ไม่เย็น</p> <p>6. ไทยจักรพรรดิ ใช้ขึ้นไหมหรือยกทองจีบหน้ามีชายพก เอวจีบ ใช้เข็มขัดไทยคาด ห่มแพรจีบแบบไทย สีสัดกับผ้านุ่งเป็นชั้นที่หนึ่งก่อน แล้วจึงใช้สไบอีกชั้นหนึ่ง (มีสร้อยตัวด้วย) ใช้ในโอกาสพิเศษที่กำหนดให้แต่งกายแบบเต็มยศ เช่นเดียวกับชุดไทยจักรี</p> <p>7. ไทยดุสิต ใช้ผ้ายกไหมหรือยกทอง จีบหน้ามีชาย</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|---|---|
| | <p>กำเนิดชุดพระราชทาน ผู้ที่แต่งเป็นคนแรก คือ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์</p> | <p>พก จีบเวว ใช้เข็มขัดไทยคาด เช่นเดียวกับไทยจักรพรรดิ ต่างกันที่ตัวเสื้อคือใช้เสื้อคอกว้าง (คอด้านหน้าและหลัง คว้าง ต่ำเล็กน้อย ไม่มีแขน เป็นเสื้อผ่าหลัง และปักเป็นลวดลายด้วยไหม่มุ่ก ลูกบิดหรือเลื่อมใช้ในงานพระราชพิธีที่กำหนดให้แต่งกายเต็มยศ บางท่านเรียกการแต่งกายชุดนี้ว่าชุดไทยสุโขทัย</p> <p>8. ไทยคิวาลัย ใช้ฉิ้นใหม่หรือยกทอง มีชายพก ตัวเสื้อใช้ผ้าสีทองเหมือนสีเนื้อ แขนยาว คอกลม มีขอบตั้ง ผ่าหลัง เย็บติดกับผ้าขึ้นคล้ายแบบไทยบรมพิมานแต่หม่ผ้า ปักลายไทยแบบไทยจักรพรรดิ โดยไม่ต้องมีแพรจีบรองพื้นก่อนใช้ในโอกาสพิเศษที่กำหนดให้แต่งกายเต็มยศ</p> <p>9. ไทยประยุกต์ เป็นชุดที่ดัดแปลงมาจากชุดไทยจักรี นิยมใส่กันมาก ใช้ฝ้ายกมี่เชิงหรือยกทั้งตัว ฉิ้นจับหน้านางมีชายพก คาดเข็มขัดไทย ท่อนบนเป็นเสื้อคอกลม คอกว้างหรือคอแหลม ไม่มีแขนเหมือนกับเสื้อราตรีปกติ ตัวเสื้อนิยมปักเลื่อม ลูกบิด ตกแต่งให้สวยงามตามใจชอบ ใช้ในงานตรัสโมสรหรือสำหรับเจ้าสาวสวมตอนเลี้ยงกลางคืนก็ได้</p> <p>ได้มีการคิดค้นแบบเสื้อของชายไทยขึ้นเรียกว่า ชุดพระราชทาน ผู้ที่แต่งเป็นคนแรก คือ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ (ขณะนั้นดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม) ลักษณะเป็นเสื้อคอตั้งเหมือนเสื้อราชปะแตน ไม่มีปก ตัวเสื้อเข้ารูปเล็กน้อย ผ่าอกตลอด มีสากกว้างพอประมาณ 3.5 ซม. ติดกระดุม 5 เม็ด ขลิบรอบคอ สาบอก ขอบแขน และปากกระเป๋ามีกระเป๋ายูด้านใน 2 ใบ (ด้านล่าง) กระเป๋านางจะมีหรือไม่มีก็ได้ ถ้ามีให้เป็นกระเป๋าละข้างข้างซ้าย 1 กระเป๋ายูด้านซ้ายหรือด้านขวาขึ้นดั่งเส้นรอยตัดต่อมีหรือไม่มีก็ได้ ถ้ามีให้เดินจักรทับตะเข็บ แบบเสื้อจะเป็นแขนสั้นหรือแขนยาวก็ได้ แต่ใช้ในโอกาสต่างกัน กล่าวคือ พระราชทานแขนสั้นเสื้อใช้สีเรียบจาง หรือมีลวดลายสุภาพ ใช้ในโอกาสธรรมดาทั่วไปปฏิบัติงาน หรือในพิธีการเวลากลางวัน ส่วนชุดแขนยาว เสื้อใช้สีเรียบจาง หรือมีลวดลายสุภาพ ใช้ในพิธีเวลากลางวันและอาจใช้สีเข้มในพิธีการเวลากลางคืน ถ้ามีผ้าคาดเอวด้วย ใสและใช้ในพิธีที่สำคัญมาก ๆ ถ้าไปในงานศพจะใช้เสื้อสีขาวแขนสั้นหรือแขนยาวก็ได้ กางเกงสีดำ หรือจะเป็นสีขาวทั้งชุดหรือสีดำทั้งชุดก็ได้</p> <p>เสื้อชุดพระราชทานนี้ใช้ควบคู่กับกางเกงแบบสากลนิยม สีสุภาพหรือสีเดียวกับเสื้อ โดยให้ใช้แทนชุดสากลนิยม หรือเสริมเพิ่มเติมจากชุดสากลนิยมได้ทุกโอกาส แต่มีข้เป็นการทดแทนชุดสากลนิยมโดยสิ้นเชิง เสื้อชุดไทยพระราชทานน้มนั้นในวงการแฟชั่นชายยุคสมัยรัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ อย่างมาก จากนั้นก็คลี่คลายมาแต่งสากลนิยมแบบฝรั่งทั้งในหมู่ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่และนักธุรกิจ ขณะที่ชุดไทยพระราชทานน้มนั้นขณะที่ชุดไทยพระราชทานน้มนั้นยังเป็นชุดประจำชาติที่สตรีทั่วไปนิยมสวมในงานรัฐพิธีและโอกาสสำคัญต่าง ๆ อยู่ การแต่งกายตั้งแต่ต้นรัตนโกสินทร์ถึงปัจจุบัน ไม่สามารถระบุให้ชัดเจนได้ว่ามีมาตรฐานอย่างไร เพราะได้มีการวิวัฒนาการผสมผสานระหว่างของเก่ากับของใหม่เข้าด้วยกันมาโดยตลอด ส่วนในปัจจุบันคนรุ่นใหม่ก็รับเอาสิ่งใหม่ ๆ มาใช้คนรุ่นเก่าหรือผู้มีอายุยังคงแต่งและใช้แบบเดิม ซึ่งมืออยู่เป็นส่วนใหญ่</p> |
|--|---|---|

2. วิจัยนิพนธ์เกี่ยวกับเครื่องแต่งกายไทย

จากข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัย วิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย ที่สรุปได้ว่า มีวิวัฒนาการมาโดยลำดับ มีการปรับปรุงพัฒนา เปลี่ยนแปลงเรื่อยมาเป็นช่วงเวลา ทั้งนี้ก็เป็นไปตามสภาวะแวดล้อม ภาวะเศรษฐกิจของโลก สังคมภายในภายนอกประเทศ การเมืองการปกครอง เทคโนโลยี รวมถึงความก้าวหน้า ทางด้านการออกแบบ เครื่องแต่งกายของไทยมีวิวัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญๆ ในช่วงเวลาที่อยู่ในประวัติศาสตร์ของไทย โดยมีวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องและศึกษาเกี่ยวกับการแต่งกายของไทยปรากฏในประเทศไทย ดังนี้

ณัฐปิยะ อิศระสงคราม . การเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของคนไทย รัชสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ.2411-2453). (2545) ผลงานวิจัยชิ้นนี้ การศึกษาการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของคนไทย รัชสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พ .ศ. 2411-2453 โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งที่ตีพิมพ์และยังไม่ได้ตีพิมพ์ ภาพเขียน ภาพถ่าย จากการศึกษา พบว่ารูปแบบการแต่งกายของชนชั้นสูง และสามัญชนมิได้แตกต่างกันมากนัก คือ ผู้ชายเวลาปกติไม่นิยมสวมเสื้อ นุ่งโจงกระเบนหรือนุ่งหยักครั้ง ผู้หญิงนุ่งโจงกระเบนหรือผ้าซิ่นและห่มสไบ และชนชั้นมีความแตกต่างด้านคุณภาพของผ้าและความงาม เครื่องประดับต่าง เพื่อเป็นการบ่งบอกถึงชนชั้นและฐานะ ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว องค์พระมหากษัตริย์ให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงการแต่งกาย ที่ถือว่าเป็นสัญลักษณ์ที่เป็นรูปธรรมที่แสดงถึงความเจริญก้าวหน้าของประเทศตามแบบตะวันตก เครื่องแต่งกายเป็นการผสมผสานเครื่องแต่งกายแบบตะวันตกและแบบเดิมๆ เครื่องแต่งกายของคนไทยในสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีส่วนเกี่ยวข้องกับแนวความคิดเรื่องความก้าวหน้าของสังคม โดยเฉพาะสามัญชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯจากการดำเนินการของรัฐ การแต่งกายทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมหลายด้าน เช่น ความนิยม ผ้าตัดเสื้อและเครื่องประดับจากตะวันตก ในหมู่ชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง และสามัญชน และทำให้เกิดกรรมทอผ้าเสื่อมลง นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายยังทำให้เกิดอาชีพใหม่ คือช่างเย็บผ้า การบริโภคสินค้าตะวันตกทำให้ชนชั้นสูงและชนชั้นกลางบางส่วนเริ่มเป็นหนี้จากการซื้อของด้วยเงินเชื่อที่ห้างของชาวตะวันตก

สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา . การแต่งกายสตรีกับหัตถกรรมทอผ้า ในสมัยรัตนโกสินทร์ (2536) ผลงานวิจัยนี้ มุ่งเน้นการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับการแต่งกายสตรีไทยในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์ที่ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ที่ การปรับเปลี่ยนดังกล่าวเป็นผลกระทบของ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง รวมถึงความคาดหวังของสังคมต่อบทบาทของสตรี การปรับเปลี่ยนการแต่งกายสตรีที่อยู่ในความสนใจของผู้ใช้ในแต่ละช่วงเวลา และได้พยายามชักจูงให้เข้าไปในแนวทางที่พึงประสงค์

อาทิติย์ ธงอิน เนตร (2526) เครื่องแต่งกายของคนไทยสมัยรัชกาลที่ 4 จากภาพจิตรกรรมฝาผนัง ผลงานวิจัยนี้ มุ่งเน้นศึกษาเรื่องเครื่องแต่งกายในสมัยรัชกาลที่ 4 โดยศึกษาค้นคว้า จากภาพจิตรกรรมฝาผนังในวัดสมัยรัชกาลที่ 4 ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ทั้งหมด 10 วัด เป็นการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ เปรียบรูปแบบเครื่องแต่งกายโดยละเอียดจากจิตรกรรมฝาผนังในวัดที่เปลี่ยนแปลงและพัฒนาการจากอดีต รวมถึงอิทธิพลจากต่างชาติด้วย โดยแยกการศึกษาเป็น 3 ชั้นชั้น คือ กษัตริย์ ชั้นชั้นสูงและสามัญชน การศึกษาพบว่า เครื่องแต่งกายในสมัยรัชกาลที่ 4 ว่าเครื่องแต่งกาย ของไทยมีวิวัฒนาการมีรูปแบบที่ได้รับอิทธิพลจากเครื่องแต่งกายในสมัยอดีต และแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลจากต่างชาติเช่น โรมัน เปอร์เซีย อินเดียเซีย พม่า จีน ญี่ปุ่น เป็นต้น

นิติ กสิโกศล การพัฒนาอุตสาหกรรมไหมไทยในภาคอีสาน รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2444-2455), (2536) ผลงานวิจัยชิ้นนี้ มุ่งเน้นศึกษาสาเหตุที่รัฐบาลที่มีนโยบายส่งเสริมการเลี้ยงไหมในภาคอีสาน ทำไมการเลี้ยงไหมของราษฎรชาวอีสานไม่พัฒนาเป็นอาชีพและผลิตเป็นสินค้าได้ บทบาทผู้ชำนาญการไหมชาวญี่ปุ่นที่รัฐบาลจ้างเข้ามาสำรวจและพัฒนาการทำไหม ปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมการเลี้ยงไหม จนกระทั่งยกเลิกกองช่างไหม จากการศึกษาพบว่า สาเหตุที่การทำไหมของราษฎรชาวอีสานไม่พัฒนาจนเป็นสินค้า เพราะพันธุ์ไหมไม่ดี การปลูกหม่อนและการเลี้ยงไหมขาดการเอาใจใส่ดูแล และไม่ปฏิบัติตามหลักวิชา ตัวไหมมีโรคละราษฎรไม่รู้จักรักษาในการป้องกัน รวมทั้งเครื่องสาวไหมเป็นแบบโบราณทำให้เส้นไหมที่ได้ไม่มีคุณภาพ ผู้ชำนาญการไหมชาวญี่ปุ่นได้ช่วยอบรมสั่งสอนและแนะนำหลักวิชาการเลี้ยงไหม เช่น การปลูกหม่อนพันธุ์ดี การปรับปรุงพันธุ์ไหม วิธีการเลี้ยงไหม วิธีสาวไหม และการทอผ้าให้ดีขึ้น

สรุปจากผลงานวิทยานิพนธ์ในประเทศไทยที่ การศึกษาการแต่งกายของไทย ทั้งที่เริ่มสมัยรัตนโกสินทร์สมัยใหม่จนถึงปัจจุบัน เป็นการศึกษาที่ศึกษาเอกสารและรวบรวม ซึ่งเป็นเพียงลำดับการเปลี่ยนแปลงทางด้านการแต่งกายของไทยตามลำดับเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ และเป็นการศึกษาเชิงการเรียบเรียงประวัติศาสตร์การแต่งกายของไทยเบื้องต้นเท่านั้น ยังไม่มีการศึกษาถึงเครื่องแต่งกายของไทยร่วมสมัย รวมไปถึงไม่ได้ทำการศึกษาการและวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงว่ามีเบื้องหน้าและเบื้องหลังอย่างไร และใครเป็นผู้มีอิทธิพลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญรวมถึงมีผลต่อวงการแฟชั่นไทยและสังคมไทยอย่างไรในปัจจุบัน

3. แนวคิดและทฤษฎี

3.1 แนวคิดและทฤษฎีแฟชั่น

การนิยามคำว่าแฟชั่นในมุมมองของแต่ละคนอาจแตกต่างกันออกไป มีผู้ให้นิยามเกี่ยวกับแฟชั่นไว้มากมาย เช่น แฟชั่นไม่ใช่เพียงแค่เรื่องราวเกี่ยวกับเสื้อผ้า แต่ยังหมายรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถแสดงออกถึงการใช้ชีวิตแบบร่วมสมัย ไม่ว่าจะป็นรถยนต์ ตู้เย็น ไปจนถึงอิทธิพลจากโทรทัศน์และนิตยสาร การคมนาคมขนส่งที่ง่ายและรวดเร็วทำให้แฟชั่นกลายเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของชีวิตในยุคที่เจริญแล้ว

นอกจากนี้ แฟชั่นยังหมายถึงรูปแบบลั กษณะของการนำเสนอหรือแนวความคิดที่โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับของคนหมู่มากในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Troxell. 1978: 128) ซึ่งสอดคล้องกับ ดาร์กี, สปูเน่ และ กรีนวาลด์ (Drake, Spooone และ Greenwald) ที่อธิบายว่า แฟชั่น คือ ลักษณะการแสดงออกหรือการกระทำที่ได้รับการยอมรับ เป็นอย่างดีจากกลุ่มบุคคล แฟชั่นครอบคลุมไปถึงกิจกรรมต่างๆ ในการดำเนินชีวิต เช่น การแต่งกาย การรับประทานอาหาร การเรียนและการสอน ซึ่งกิจกรรมต่างๆดังกล่าว ปรากฏให้เห็นโดยทั่วไปจนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า แฟชั่นเป็นได้ทั้ง พฤติกรรม เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับสิ่งของ กิจกรรม การดำเนินชีวิต หรือแม้แต่แนวคิด ที่กำลังเป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับจากคนหมู่มากในสังคม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

แต่หากกล่าวถึงความหมายของคำว่า แฟชั่นสำหรับคนทั่วไปหรือที่คนส่วนใหญ่มักนึกถึง แฟชั่นจะหมายถึงเสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกายต่างๆ โดยแฟชั่นเป็นเสมือนช่องทางหนึ่งที่ทำให้บุคคลสามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง ไม่ว่าจะป็นความต้องการทางอารมณ์ หรือการแสดงออกทางพฤติกรรมต่างๆ บุคคลสามารถพัฒนาความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง (Identity) ทั้งในด้านรูปลักษณ์ภายนอกทางร่างกาย ความรู้สึกต่างๆ การรับรู้เกี่ยวกับตัวเอง (Self concept) หรือ ภาพลักษณ์ของตนเอง (Self image) รวมทั้ง สร้างความประทับใจให้กับผู้อื่นเมื่อ ยามพบเห็นได้โดยผ่านการสวมใส่เครื่องแต่งกายหรือการใช้ สินค้าแฟชั่นต่างๆ ในสังคมสมัยใหม่ เช่นในปัจจุบันนี้ แฟชั่นเข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของคนในสังคมมากขึ้น โดยสังเกตได้จากการเปลี่ยนเครื่องแต่งกายที่แตกต่างกันไปในแต่ละกิจกรรมหรือแต่ละสถานการณ์ เช่น ชุดไปเที่ยว ชุดทำงาน ชุดกีฬา ชุดราตรี ฯลฯ (อัญชัน สันติไชยกุล. 2547: 83)

ทัศนัย เศรษฐสุเสรี (2552: ออนไลน์) กล่าวไว้ใน ศาสตร์ของแฟชั่น มิติทางสังคมวิทยา Fashionsophy: แฟชั่นศาสตร์ในฐานะสังคมศาสตร์ กับเรื่องราวการศึกษาแฟชั่น ไว้ว่า

ดังนั้น ประเด็นการศึกษาเรื่อง แฟชั่น (Fashion) เป็นประเด็นของการทำวิจัยก่อนที่จะ ออกแบบ (Design) เป็นเรื่องของคนใส่เสื้อผ้า ไม่ใช่ที่ตัวเสื้อผ้าอย่างเดียว . แฟชั่น คือการศึกษา เรื่องคน ความเป็นคนต้องผ่านพฤติกรรม ผ่านปฏิบัติการของชีวิต ผ่านกิจกรรมที่ทับซ้อนหลากหลาย เรากำลังพูดถึงคนที่ใส่เสื้อผ้าที่แตกต่างกันในกิจกรรมนั้นๆ เรากำลังพูดถึงการศึกษากลุ่มคน ศึกษา พื้นที่ๆ หนึ่ง หรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งซึ่งมีคนเข้าไปอยู่ร่วมกันในช่วงเวลาหนึ่ง จึงจะเข้าใจพื้นที่ ตรงนั้นว่ามีความหมายอย่างไร คนๆ นั้นหรือคนกลุ่มกลุ่มนั้นมีความเข้าใจต่อโลกและตัวเองอย่างไร มีความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ผ่านกิจกรรมนั้นๆ อย่างไร กิจกรรมนั้นมีเทศกาลอะไรบ้าง มีเพลงอะไร มีดนตรีประเภทไหน มีการละเล่นอย่างไร มีการกิน มีการอยู่ชนิดใด ? ฯลฯ และเขาใส่เสื้อผ้ากัน อย่างไร?

อะไรอีกที่จะต้องศึกษา เพื่อที่จะเข้าใจคนและกิจกรรมของคนเหล่านั้น มีสิ่งแวดล้อม , วิถีชีวิต, ในวิถีชีวิตมีทั้งมองเห็นได้ และมองเห็นไม่ได้ก็ และยังมียุคอื่นๆ ที่ต้องศึกษา เช่น โครงสร้างทางชนชั้น, โครงสร้างทางสถานะทางสังคม เช่น การงาน , ระดับของการศึกษา, ความเข้าใจต่อโลก รอบตัว, เพศ, สิ่งที่ไม่มองเห็นเหล่านี้ต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วน อย่างมีพลวัตด้วย เพราะสิ่งต่างๆ เคลื่อนย้ายเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ อย่างรวดเร็วในโลกปัจจุบัน

เราเข้าใจว่า เสื้อผ้ามารับใช้ความต้องการทางกายภาพ ปกปิดร่างกาย ทำให้ร่างกายอบอุ่น ในทางกลับกันเสื้อผ้าเปิดเผยสิ่งที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใต้ร่างกายของผู้สวมใส่ด้วย . เสื้อผ้านั้นเป็น เช่นเดียวกับการออกแบบอื่นๆ ที่กำหนดกิจกรรมชีวิตของบุคคลด้วย เช่น เราไปห้องประชุมซึ่งเต็มไปด้วยเก้าอี้ เราจะนั่งพื้นหรือนั่งเก้าอี้ เนื่องจากเราถูกฝึกให้นั่งเก้าอี้จนชิน

การออกแบบสิ่งอื่นๆ รอบตัวเรา หรือสิ่งของที่เรานำมาใช้ นอกจากบ่งบอกถึงความเป็นยุคสมัย บ่งบอกถึงความต้องการพื้นฐานของชีวิตร่วมสมัยแล้ว สิ่งเหล่านี้ยังกำหนดกิจกรรมของชีวิตพื้นฐานอีกด้วย. การใส่เสื้อผ้าสไตล์หนึ่งกำหนดกิจกรรมชีวิตของเราให้ดำเนินไปในรูปแบบหนึ่งๆ การกำหนดเหล่านั้นทำให้รูปทรง หรือทำให้ชีวิตในกิจกรรมนั้นแตกต่างกันไป เช่น ในสังคมสมัยวิคตอเรียน (Victorian) นึกถึงงานของ เชคสเปียร์(Shakespeare) นึกถึงเสื้อผ้าในรูปแบบดั้งเดิม (Costume) วิถีการใส่เสื้อผ้าเหล่านั้นบอกถึงกิจกรรมในยุคสมัยนั้น ตัดสินด้วยความรู้สึกของคนปัจจุบัน เราอาจคิดว่าใส่ชุดพวกนั้นแล้วมันเดินลำบาก แต่เขาไม่มีอุดมคติเรื่องความลำบากเหมือนเรา เขารู้สึกว่ามันเป็นราคาที่ต้องจ่าย เสื้อผ้านอกจากบ่งบอกลักษณะ อุปนิสัยของคน ของสังคม ยังบ่งบอกถึงรูปแบบของอัตลักษณ์ที่บุคคลอยากครอบครอง และหมายถึงอัตลักษณ์ของการแต่งตัวในสังคมนั้นๆ ด้วย

วิธีการใส่เสื้อผ้ากำหนดกิจกรรมในยุคหนึ่งๆ บ่งบอกถึงเวลาในช่วงนั้นๆ เรามักจะมองข้าม เงื่อนไขเหล่านี้ เพราะมันเป็นจุดซีวะของสิ่งที่มองเห็นได้ยาก ต้องใช้การวิเคราะห์ให้มุมมองอย่างลึกซึ้ง สัญลักษณ์ที่มองเห็นและไม่เห็นเหล่านี้ จะทำให้เราเข้าใจว่า เสื้อผ้าคืออะไร แฟชั่นคืออะไร?

แฟชั่น จัดเป็นกระบวนการที่มีความสลับซับซ้อนมาก ในระดับมหภาค (Macro) แฟชั่นถือเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อคนจำนวนมากในสังคมพร้อมๆกัน แต่ในอีกมุมมองหนึ่งอาจมองว่าแฟชั่นส่งผลกระทบต่อคนเพียงแคในระดับจุลภาค (Micro) กล่าวคือส่งผลในระดับบุคคลเท่านั้น ดังนั้นในการทำการศึกษเกี่ยวกับแฟชั่น สามารถศึกษาได้จากหลายแง่มุมซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 4 มุมมองหลักดังนี้ คือ (กาญจนา แก้วเทพ. 2541: 2135)

1. มุมมองทางด้านเศรษฐศาสตร์ แฟชั่นจากมุมมองทางด้านเศรษฐศาสตร์ มีลักษณะ 2 ด้านที่ขัดแย้งกันเอง คือ ในด้านหนึ่งแฟชั่นแต่ละชนิดจะมีอายุเพียงชั่วระยะเวลาสั้นๆ แฟชั่นชุดเดิมจำเป็นต้องเลิกทางให้กับแฟชั่นชุดใหม่ อยู่เสมอ แต่ในอีกด้านหนึ่ง แฟชั่นนั้นก็กลับเป็นสิ่งที่มีความอายุเป็นอมตะฝังอยู่ในประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ รวมทั้งยังมีพลังอยู่ในโครงสร้างทางสังคมด้วย โดยจะเห็นได้จากการที่เราแต่งตัวตามแฟชั่นเพราะความชื่นชอบ ไปจนกระทั่งการถูกผลักดันให้ต้องแต่งตัว ตามแฟชั่นต่างๆที่ไม่ชอบ แต่เป็นเพราะในท้องตลาดมีแต่แฟชั่นแบบนี้แบบเดียวเท่านั้น เนื่องจากกำลังเป็นที่นิยมนอกจากนี้ กาญจนา แก้วเทพ ยังอธิบายเพิ่มเติมว่า สินค้าแฟชั่นโดยเฉพาะเครื่องแต่งกาย นับเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในการผลิตสำหรับระบบอุตสาหกรรมแบบทุนนิยม เนื่องจากคุณสมบัติเฉพาะตัวของสินค้าประเภทนี้ คือ ลักษณะความคงทนของสินค้า หากเปรียบเทียบกับสินค้าตู้เย็นหรือเครื่องปรับอากาศแล้ว เสื้อผ้าเป็นสินค้าที่มีอายุการใช้งานสั้นกว่ามาก ทำให้ต้องซื้อใหม่อยู่เสมอ ที่สำคัญไปกว่านั้นคือ การเปลี่ยนเสื้อผ้าแบบใหม่ของคนใน ยุคปัจจุบันไม่ได้เกิดจากอายุการใช้งานที่หมดสภาพแล้วเป็นหลัก แต่เป็นเพราะอิทธิพลของแฟชั่นที่เป็นสัญญาณบ่งบอกว่า “ชุดเก่านั้นเซยแล้ว ล้าสมัยแล้ว” จำเป็นต้องซื้อชุดใหม่เพื่อให้ทันสมัย ทำให้ผู้ผลิตสามารถผลิต สินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ออกวางจำหน่ายได้บ่อยครั้ง

2. มุมมองทางด้านสังคมและสุนทรียศาสตร์ (Socio-Aesthetic) แฟชั่นมิใช่เพียงการคิดประดิษฐ์ (Invention) เครื่องแต่งกายขึ้นมาเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการคิดประดิษฐ์สร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ (Innovation) โดยใช้รูปแบบของเสื้อผ้าหรือสินค้าต่างๆเป็นพื้นฐาน จึงทำให้แฟชั่นมีมิติที่เกี่ยวข้องกับด้านสุนทรียศาสตร์หรือความงาม (Aesthetic) เจือปนอยู่ด้วย โดยการออกแบบให้มีลักษณะที่สวยงามโดดเด่น ส่วนทางด้านสังคมศาสตร์ (Sociology) แฟชั่นนับเป็นสิ่งที่สะท้อนสังคมได้เป็นอย่างดี เช่น

- ชนชั้น (Class) เมื่อศึกษาถึงต้นกำเนิดของแฟชั่นใน ยุโรปจะพบว่า ความเป็นมาของแฟชั่นจะถูกผูกติดหรือเป็นเรื่องของชนชั้นสูง ราชวงศ์และเจ้านายเท่านั้น เช่นเดียวกับเมื่อศึกษาเรื่อง “แบบของการตัดเย็บชั้นสูง” (Haute couture) จะพบว่า วิธีการตัดเย็บแบบนี้เป็นการตัดเย็บด้วยมือ (Hand-made) และมีการออกแบบมาเฉพาะสำหรับ แต่ละบุคคลเท่านั้น ในขณะที่การตัด

เย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปครั้งละจำนวนมาก (Mass production, Ready to wear, Pret a porter) จะเป็นเสื้อผ้าธรรมดาทั่วไปที่ตัดเย็บด้วยเครื่องจักร มีลักษณะการออกแบบที่เหมือนกัน หรือเรียกว่า“เสื้อไหล” นั่นเอง

- เพศ (Gender) ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจากมุมมองทางด้านจิตวิทยาเครื่องแต่งกาย มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดความสนใจทางเพศ ด้วยสาเหตุนี้ ในประวัติการแต่งกาย จึงเป็นเวลายาวนานมาแล้วที่การแต่งกายของเพศชายและหญิงจะต้องแตกต่างกันอย่างชัดเจน ใหู้รู้ว่าใครเป็นชายใครเป็นหญิง จนเมื่อมาถึงกลาง ศตวรรษที่ 20 ได้เริ่มเกิดแฟชั่นแบบใหม่ คือ วิธีการแต่งกายที่ไม่ระบุเพศ (Non-gender) เป็นเครื่องแต่งกายที่ใส่ได้ทั้งสองเพศ (Unisex) เช่น เสื้อยืด และนับวันผู้หญิงก็จะมีวิธีการแต่งกายที่คล้ายคลึงกับผู้ชายมากขึ้น เช่น การใส่กางเกง คาด เข็มขัด ใส่รองเท้าหุ้มส้น สวมเสื้อแจ็กเก็ต เป็นต้น แต่จะสังเกตได้ว่า ในอดีตการศึกษาเรื่องแฟชั่น จะมุ่งเน้นไปที่การศึกษาเกี่ยวกับผู้หญิงเป็นหลัก แต่ในปัจจุบัน ความคิดที่ว่าแฟชั่นเป็นเรื่องของผู้หญิงเท่านั้นเริ่มเบาบางลง เช่น ในปัจจุบันมีการผลิตน้ำหอมสำหรับเพศชาย รวมทั้งการตั้งชื่อของน้ำหอมสำหรับผู้ชายก็จะแสดงถึงอำนาจและความแข็งแกร่ง เป็นต้น

- แฟชั่นเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม วัฒนธรรมมีส่วนสำคัญที่ทำให้บุคคลเข้าใจ หรือตีความหมายสิ่งต่างๆในโลกนี้แตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งแฟชั่นก็เป็นวัฒนธรรมในอีกรูปแบบหนึ่งโดยเป็นการบ่งบอกถึง วัฒนธรรมผ่านมาทางตัวสินค้าต่างๆ เช่น เสื้อผ้าที่มีทั้งชุดสำหรับงานกลางคืน ชุดสำหรับเล่นกีฬา ชุดลำลองสำหรับอยู่บ้าน หรือ ชุดที่ดูเป็นทางการสำหรับสวมใส่ไปทำงาน เป็นต้น

- การสะท้อนค่านิยมทางสังคม(Social values) เช่น ในช่วงยุคกลางจะนิยมผู้หญิงร่างท้วมอวบ ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการให้ผู้หญิงท้องเพื่อเพิ่มจำนวนประชากร หรือ ในช่วง ค.ศ.1970-1979 จะนิยมชุดที่เน้นไปที่หน้าอกผู้หญิง เนื่องจากค่านิยมในการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ต่อมาในช่วงปี ค.ศ. 1980-1989 ชุดที่เน้นไปที่หน้าอกกลับเสื่อมความนิยมลงเนื่องมาจากผู้หญิงเริ่มทำงานนอกบ้าน ค่านิยมจึงเปลี่ยนไปเน้นที่การทำงานมากกว่าการเลี้ยงลูกอยู่กับบ้าน เป็นต้น

3. มุมมองทางด้านสัญวิทยา (Semiology) สัญวิทยา (Semiology) เป็นมุมมองที่สนใจเกี่ยวกับเรื่อง “ความหมาย” (Meaning) ที่มากับสิ่งของ วัตถุ คำพูด การกระทำ ฯลฯ ดังนั้นเมื่อแฟชั่นประกอบไปด้วยทั้งเครื่องแต่งกายและวิธีการแต่งกาย จึงย่อมมีความหมายต่างๆที่มาร่วมกับเครื่องแต่งกายหรือวิธีการแต่งกายนั้นๆ เช่น การแต่งกายแบบ Flashback ซึ่งเป็นการแต่งกายแบบย้อนยุคเหมือนในสมัยก่อน มีความหมายถึงการแสดงอาการหวนหวาหรือชื่นชมในอดีต ดังตาราง

ตาราง: แสดงตัวอย่างแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายและความหมายของแฟชั่นแบบต่างๆ

(กาญจนา แก้วเทพ. 2541: 240)

| ชื่อแฟชั่น | วิธีการแต่งกาย | ความหมาย |
|------------|--|--|
| Barbaric | เอาผ้าห่อๆตัวรวมกัน ไม่เรียบร้อย | ชื่นชมความเป็นธรรมชาติ ความดิบ ไม่ปรุงแต่ง |
| Mystic | แต่งกายแบบยุคกรีก แต่งหน้าแบบลึกลับ | แสดงอำนาจของพลังลึกลับ เหนือธรรมชาติ |
| Cocoon | ใช้สีโทนอ่อนโยน ดูเบาๆ | ให้ความอบอุ่นแก่ผู้ที่พบเห็น |
| Rustic | แต่งกายแบบชาวบ้านนอกทุ่งกระโปรงยาว ใส่เสื้อลายสก๊อต | แสดงความเซย เซ่อๆซ้าๆ แต่ ไร้เดียงสาหรือน่าเอ็นดู |
| Excentric | แต่งชุดแบบนักบินอวกาศ ใช้วัสดุสมัยใหม่ | แสดงการต่อต้านหนึ่งแรงดึงดูด ทุกอย่าง |
| Flashback | ย้อนกลับไปนิยมชุดในสมัยก่อน(ย้อนยุค) | แสดงอาการหวนหาหรือชื่นชม ในอดีต |

ความหมายของเครื่องแต่งกายและการแต่งกายได้เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละสถานการณ์ ตัวอย่างเช่น สังคมไทยโบราณ ประชาชนทั่วไปไม่มีวิธีการเปลี่ยนเครื่องแต่งกายในแต่ละวัน จะใส่เสื้อชุดเดียวกันตลอดวัน โดยที่เสื้อผ้าไม่ได้บ่งบอกความหมายใด แต่ในปัจจุบัน คนไทยมีการเปลี่ยนเครื่องแต่งกายอยู่ตลอดวัน เช่น หากอยู่บ้านก็จะใส่ชุดลำลอง กลางวันหากจะออกไปทานอาหารนอกบ้านหรือต้องออกไปทำงานก็ต้องเปลี่ยนชุดเพื่อให้ดูสุภาพมากขึ้น เมื่อไปเล่นกีฬา ก็จะเปลี่ยนใส่ชุดกีฬา กลางคืนก็จะเปลี่ยนใส่ชุดนอน เป็นต้นนอกจากนี้ยังสามารถเกิดความหมายจากตัววัสดุที่นำมาใช้เป็นเครื่องแต่งกายได้อีกด้วยเช่น การใช้หนังสัตว์มาประกอบในเครื่องแต่งกายต่างๆ ในอดีตการใช้หนังสัตว์เพียงเพื่อให้ เกิดความทนทาน แต่ในปัจจุบัน เมื่อมีดาราฮอลลีวูดนำชุดหนังสัตว์มาใส่ ความหมายของหนังสัตว์นั้นก็เปลี่ยนไปกลายเป็นเกี่ยวกับธรรมชาติ หรือชุดหนังรัดรูปที่แสดงถึงความเซ็กซี่ เป็นต้น

แฟชั่นเดินทางผ่านร้อนผ่านหนาวท่ามกลางกระแสสังคม เศรษฐกิจ การเมือง กระทั่งเป็นผู้นำในกระแสนิยมในยุคสมัยใหม่ จวบจนยุคหลังสมัยใหม่ ที่เป็นยุคที่แยกขาดจากยุคสมัยใหม่โดยสิ้นเชิง เป็นยุคที่เทคโนโลยีใหม่ๆเกิดขึ้น ก่อให้เกิดความสามารถในการผลิตซ้ำทั้งสินค้าที่เป็นวัตถุและสินค้าเชิงวัฒนธรรมที่ แฟชั่นเป็นได้ทั้งสองอย่าง และการที่มีความสามารถ ธิใน

การผลิตซ้ำอย่างไม่จำกัดนี้เอง จึงเกิดสังคมแบบ “ล้าความจริง” ที่เต็มไปด้วยสิ่งจำลอง จนเราไม่สามารถที่จะแยกระหว่างของจริงกับสิ่งจำลองได้ แฟชั่น กับสิ่งที่เรียกว่า สิ่งจำลอง มีความสัมพันธ์กัน และเกิดขึ้นครั้งแรกในยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการ (Renaissance) คือหลังจากยุคกลาง (ศักราช) เป็นครั้งแรกที่ปรากฏสิ่งจำลอง เช่น แฟชั่นขึ้น โดยที่ก่อนหน้านี้ สัตว์จะมีการแบ่งลำดับชั้นที่ตายตัว เราสามารถดูได้จากเครื่องแต่งกาย(สัตว์ชนิดหนึ่ง) ว่าคนๆนั้นอยู่ในชนชั้นใด การกำเนิดของแนวคิดประชาธิปไตยในยุคนี้ ทำให้การแต่งกายเลียนแบบชนชั้นสูงเกิดขึ้นเป็นครั้งแรก (จันทน์ เจริญศรี. 2545: 27)

สัญวิทยา กับการวิเคราะห์วัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกาย โรแลนด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) ได้ชื่อว่าเป็นนักสัญวิทยา ที่มีวิธีการหาความรู้ พุดในสิ่งที่เรารู้ๆกันอยู่ แล้วแต่นำมาพูดใหม่ใน ภาษาที่ยากแก่การเข้าใจ ในหนังสือที่ชื่อว่า สัญวิทยา : โครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษารัฐศาสตร์ ของ ไชรัตน์ เจริญสินโอฟาร์ ยกตัวอย่างการวิเคราะห์อธิบายเรื่องเกี่ยวกับรองเท้าบูท ที่เป็นสินค้าแฟชั่น (2545: 123-124)

The New York Times ชื่อ มายา ไพนส์ (Maya Pines) ถามบรรดานักสัญวิทยาหรือผู้ที่ถูกมองว่าเป็นนักสัญวิทยาว่า : ทำไมชาวนิวยอร์กที่มีชื่อเสียงและฐานะดี จึงนิยมสวมรองเท้าบูทแบบคาวบอยในชีวิตประจำวันทั้งที่อยู๋ในเมืองใหญ่ไม่ใช่ชนบท /ทุ่งนา ...โกดซิด (Godzih) ในฐานะนักสัญวิทยาผู้หนึ่ง ได้ชี้ให้เห็นอย่างแหลมคมในรูปแบบและลีลาของสัญวิทยาว่าจริงๆแล้วเรามีความจำเป็นต้องแยกระหว่างสัญวิทยาในฐานะที่เป็นสาขาวิชาการแขนงหนึ่งซึ่งมีความยุ่งยากและสลับซับซ้อนมาก กับนักสัญวิทยาซึ่งมีหน้าที่เพียงนำบางส่วนขององค์ความรู้ชุดนี้มาใช้ และก็ใช้แตกต่างกันไปตามความสามารถของ นักสัญวิทยาของแต่ละคน สำหรับคำถามดังกล่าวข้างต้นโกดซิดเห็นว่าตัวบริศนาอยู่ที่สิ่งเรียกว่า “รองเท้าบูท ” เอง เนื่องจากฐานะที่เป็นสัญยะ (sign) ความหมายของรองเท้าบูทที่ไม่คงที่ แต่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อันเป็นผลมาจากลักษณะการถูกกำหนดให้เป็น (arbitrariness) ระหว่างรูปสัญญะกับความหมายของสัญญะนั้นเอง ตัวอย่างเช่นในยุคแรกเริ่มความหมายของรองเท้าบูทอยู่ที่ประโยชน์ในเชิงใช้สอย (use values) สำหรับบรรดาคนเลี้ยงวัว ที่ต้องใช้ชีวิตอยู่บนหลังม้าเป็นเวลายาวนาน หมดยุคของคนเลี้ยงวัว นอกจากรองเท้าบูทแล้ว บรรดาเครื่องแต่งกายส่วนอื่นๆของคนเลี้ยงวัวไม่ว่าจะเป็นหมวก เสื้อผ้า เข็มขัดต่างๆก็กลายเป็นสัญลักษณ์ของการใช้ชีวิตแบบหนึ่งของคนอเมริกันในแถบตะวันตกและตะวันตกเฉียงใต้ ในยุคต่อมารองเท้าบูทถูกเชื่อมโยงเข้ากับคนขับรถบรรทุกขนส่งสินค้าข้ามมลรัฐ หรือที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในนามของ “คาวบอยทางหลวง” หรือคาวบอยในเมือง ไม่ต่างจากคาวบอยในอดีตที่ท่องเที่ยวไปในทุ่งหญ้ากว้างเพียงแต่คาวบอยในยุคใหม่ท่องเที่ยวบนทางหลวงสายต่างๆของประเทศสหรัฐอเมริกา ต่อมารองเท้าบูทก็เป็นที่ยอมรับของบรรดานักธุรกิจอุตสาหกรรมเกี่ยวกับน้ำมันและพลังงานอย่างมลรัฐเท็กซัส เพื่อ ប់บอถึง “พลังงาน”

ของผู้สวมใส่ จนมาถึงภาพยนตร์หลายเรื่องที่พูดถึงชีวิตความบอยยุคใหม่ในเมือง (Midnight Cowboy , Urban Cowboy) และส่งต่อมาถึงความนิยมสวมใส่รองเท้าบูทของคนนิวยอร์กฐานะดี อันเป็นที่มาของคำถาม จะเห็นได้ว่าในฐานะที่เป็นสัญลักษณ์ รองเท้าบูทมีความยุ่งยากซับซ้อนมาก มีความหมายหลากหลายและขัดแย้งกันเองด้วย ในวันนี้มีความยากแก่การเข้าใจของรองเท้าบูท จึงเป็นปัญหาที่โกซิดเรียกว่า “วิกฤติของความหมาย” มากกว่า กล่าวคือ ระบบความหมายแบบที่ดำรงอยู่ไม่สามารถอธิบายหรือช่วยให้เราเข้าใจรองเท้าบูทได้อีกต่อไป เนื่องจาก รองเท้าบูทในโลกปัจจุบันมิได้เป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมการบริโภคสินค้าในแบบที่ดำรงอยู่ที่ชุมมูลค่าการใช้สอยอย่างที่คุณถามคำถามใช้เป็นฐานในการตั้งคำถาม ทำให้มีความจำเป็นต้องมองหาระบบความหมายชุดใหม่เพื่อทำความเข้าใจรองเท้าบูทนั้น คือ ต้อหารหัสชุดใหม่เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์การนิยมสวมรองเท้าบูทของคนชั้นสูงในนิวยอร์ก เนื่องจากรหัสชุดเดิมไม่สามารถถอดรหัสได้อีกต่อไป หากพูดในภาษาของ เลวี- สโตรส รองเท้าบูทก็คือตัวอย่างของ “สัญลักษณ์ที่ล่องลอย” แบบหนึ่ง เป็นรูปสัญลักษณ์ที่ความหมายสัญลักษณ์แบบเดิมไม่มีความหมายอีกต่อไป ทำให้ต้องหาความหมายสัญลักษณ์ใหม่มาเกาะเกี่ยว การนิยมสวมรองเท้าบูทของคนนิวยอร์กเป็นสิ่งที่เราไม่รู้มาก่อน ทำให้ต้องมองหาระบบการสร้างความหมายชุดใหม่มาทำความเข้าใจ รองเท้าบูทมิได้มีประโยชน์ใช้สอยอีกต่อไป แต่การบริโภครองเท้าบูทของคนนิวยอร์กเป็นการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ เป็นการบริโภคความหมาย/ความคิดเกี่ยวกับรองเท้าบูทมากกว่าตัววัตถุที่เป็นรองเท้าบูทถูกเปลี่ยนสถานะการมิใช้สอยแคบๆสู่สถานะของการเป็นสัญลักษณ์ และทำให้เป็นต้องใช้วิธีการแบบสัญวิทยาามาทำความเข้าใจ

4. มุมมองทางด้านจิตวิทยา อธิบายว่า มีปัจจัยทางด้านจิตวิทยาจำนวนมากที่สามารถใช้อธิบายถึงสาเหตุที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่างๆตามแฟชั่น ได้แก่

- สาเหตุที่มาจากความต้องการให้ตนเองสอดคล้องกับสังคม (Conformity) เช่น วัยรุ่นมักเลือกแต่งตัวตามแบบแฟชั่นที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น เพื่อให้รู้สึกว่าคุณเข้ากลุ่มได้กับเพื่อนๆ ไม่ดูเป็นคนเซยตกยุค เป็นต้น
- ต้องการหาความแปลกใหม่ (Variety-seeking) เช่น บุคคลอาจเกิดความเบื่อหน่ายหากจะต้องใส่เสื้อผ้าแบบเดิมซ้ำกันทุกวัน ดังนั้นจึงต้องการเสื้อผ้าแบบใหม่เพื่อให้รู้สึกว่าคุณซ้ำซากจำเจ เป็นการหาความแปลกใหม่ให้กับชีวิต เป็นต้น
- ความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล (Personal creativity) เช่น คนที่ต้องการให้ตัวเองดูมีเอกลักษณ์ในการแต่งตัว ไม่อยากที่จะแต่งตัวตามแฟชั่นเพราะรู้สึกว่าคุณไม่แตกต่าง แต่ก็ไม่อยากที่จะแตกต่างมากเกินไป จึงอาจดัดแปลงโดยเลือกชุดที่ยังอยู่ในแฟชั่น และเป็นชุดที่สามารถสะท้อนความเป็นตัวเองออกมาได้ด้วย เป็นต้น

- เพื่อดึงดูดความสนใจทางเพศ (Sexual attraction) ทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบแฟชั่น เสื้อผ้าได้กล่าวไว้ว่า ส่วนต่างๆของร่างกายมนุษย์ที่เป็นตัวกระตุ้นทางเพศโดยเฉพาะร่างกายของเพศหญิง มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นเสื้อผ้า เช่น ในยุควิกตอเรีย (Victorian era) จะนิยมชุดที่โชว์ช่วงไหล่ของผู้หญิง ในช่วง ค.ศ. 1930 -1939 นิยมชุดที่โชว์ด้านหลังของผู้หญิง ส่วนแฟชั่นร่วมสมัย (Contemporary fashion) จะเน้นไปที่ช่วงลำตัว เป็นต้น การมีความรู้และความเข้าใจถึงหลักพื้นฐานของแฟชั่น (Fundamentals of fashion) นับเป็นสิ่งจำเป็นในการให้ได้มาซึ่งความสำเร็จในทุกสายงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทางแฟชั่น ดังนั้นผู้ต้องการศึกษาเกี่ยวกับแฟชั่น ควรที่จะมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับแฟชั่น เพื่อที่จะได้เข้าใจในหลักการพื้นฐานต่างๆและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสายงานของตนเองได้ต่อไป ปาโนนาต (Paul Nystrom; citing Troxell. 1978)

หลักการพื้นฐานของแฟชั่น (Principles of fashion)

หลักการทั้ง 5 ประการนี้เป็นพื้นฐานสำคัญที่ผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับแฟชั่นจะต้องรู้และเข้าใจได้แก่ (Troxell. 1978)

1. ผู้บริโภคเป็นผู้กำหนดแฟชั่นโดยการรับ (Acceptance) หรือปฏิเสธ (Rejection) แฟชั่นนั้นๆ จริงอยู่ที่ว่านักออกแบบ (Designer) เป็นผู้ออกแบบเสื้อผ้าหรือสินค้าแฟชั่นต่างๆโดยการออกแบบแต่ละครั้งจะตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่าออกแบบลักษณะไหนที่น่าจะเป็นที่สนใจสำหรับผู้บริโภค แต่คนที่จะเป็นผู้ตัดสินใจว่าเสื้อผ้าแบบไหนหรือสินค้าลักษณะไหนที่จะเป็นที่ต้องการคือตัวผู้บริโภค หรือผู้ที่เป็นผู้ซื้อนั่นเอง ผู้บริโภคเป็นคนที่กำหนดว่าสินค้าใดที่ยังอยู่ในกระแสความนิยม และสินค้าใดเป็นสินค้าที่เซยตกยุคสมัยไปแล้ว โดยการเลือกที่จะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้านั้น

2. แฟชั่นไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคา ราคาของสินค้าไม่ได้เป็นตัวบอกว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าแฟชั่นที่กำลังเป็นที่นิยมหรือไม่ จริงอยู่ที่ว่ามีตราสินค้าแฟชั่นจำนวนมากที่มีราคาแพง เช่น กระเป๋าหลุยส์วิตตอง ซึ่งมีราคาเฉลี่ยใบละไม่ต่ำกว่าหนึ่งหมื่นบาท แต่ไม่นานนักกระเป๋าแบบเดียวกันนี้ก็ จะมีการผลิตเลียนแบบออกมาวางขายตามตลาดทั่วไปในราคาใบละไม่กี่ร้อยบาท ถึงแม้ว่า ราคาลักษณะวัสดุที่ใช้ ชื่อตราสินค้า คุณภาพของสินค้าและการผลิตจะแตกต่างกัน แต่สินค้าทั้งสองราคานี้ก็จัดเป็นสินค้าแฟชั่นที่กำลังได้รับความนิยมเช่นกัน อันเป็นผลมาจากรูปทรงลักษณะการออกแบบที่เหมือนกันนั่นเอง

3. แฟชั่นมีการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไปกล่าวคือการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นส่วนใหญ่จะเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ยึดแบบเดิมของตัวสินค้าเป็นพื้นฐาน เช่น จากกระโปรงยาวเป็นกระโปรงสั้น จากกางเกงขากระบอกเป็นขาม้า นักออกแบบส่วนใหญ่เข้าใจและยอมรับ หลักการนี้เนื่องจากเข้าใจว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าโดยเฉพาะเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายต่างๆโดยดูจากเครื่องแต่งกายเดิมที่มีอยู่ เพื่อให้สามารถนำมาสวมใส่ร่วมกันได้

4. การส่งเสริมการขายไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทิศทางของแฟชั่นได้ ความพยายามของผู้ผลิตสินค้าหรือนักการตลาดในการจัดการส่งเสริมการขายไม่สามารถเป็นตัวกำหนดว่าผู้บริโภคจะซื้อสินค้าจนทำให้สินค้านั้นกลายเป็นสินค้าแฟชั่นที่ได้รับความนิยม เช่น กระโปรงที่สั้นเกินไป ถึงแม้จะมีการลดราคาแต่ก็ไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค เนื่องจากความสั้นที่มากเกินไปในทำนองเดียวกัน การลดราคาหรือการส่งเสริมการขายก็ไม่สามารถทำให้สินค้าที่เสื่อมความนิยมไปแล้วกลับมามีชีวิตกลายเป็นสินค้าแฟชั่นที่ได้รับความนิยมได้ นั่นจึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ร้านเสื้อผ้าต่างๆ มักจะรีบลดราคาและระบายเสื้อแบบเก่าออกไป เพื่อที่จะเตรียมนำเสื้อแบบใหม่ที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคเข้ามาแทนที่

5. แฟชั่นจะเสื่อมความนิยมและตายไปในที่สุดเมื่อเกินความพอดี เช่น กระโปรงสุ่มที่เป็นที่นิยมในช่วงศตวรรษที่ 18 เสื่อมความนิยมและตายไปในที่สุด เนื่องจากมีเส้นผ่าศูนย์กลางของกระโปรงที่ยาวเกินไปถึงแปดฟุต ทำให้เกิดความลำบากในการเคลื่อนไหวของผู้สวมใส่ หรือกระโปรงสั้นในช่วงปี ค.ศ. 1960-1969 ที่สั้นเกินไปจนทำให้ดูไม่เหมาะสมที่จะสวมใส่ เป็นต้น

3.2 ทฤษฎีการเผยแพร่แฟชั่น

ทฤษฎีการเผยแพร่แฟชั่น พยายามอธิบาย ว่าแฟชั่นแพร่ขยายผ่านการสื่อสารส่วนบุคคลและผ่านเครือข่ายสถาบันได้อย่างไรโดยแสดงการยอมรับว่าปรากฏการณ์แฟชั่นเป็นสิ่งที่คลุมเครือ ไม่สามารถทำนายได้ ดังที่ ฮอร์น และ หลุยส์ กิลว (Horn and Lois Gurl) ได้อธิบายไว้ว่า (Horn; & Lois Gurl. 1975: 2)

เมื่อพฤติกรรมงานทางด้านเสื้อผ้าได้แสดงออกมาให้เห็นในงานแฟชั่น พฤติกรรมนั้นยังเป็นที่ตามปกติและสามารถทำนายแฟชั่นในช่วงเวลาใดๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แฟชั่นไม่ใช่เป็นเรื่องตามอำเภอใจและไร้จุดหมาย แฟชั่นสะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างทางวัฒนธรรมของในเวลานั้น งานแฟชั่นค่อยๆ เติบโตและเป็นหนทางที่ก้าวไปข้างหน้า มีการยอมรับในจุดที่สูงที่สุดและค่อยๆ วนกลับมา และแฟชั่นมีแนวโน้มควบคู่กับเหตุการณ์ต่างๆ และเป็นประวัติศาสตร์

การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายนอกเหนือจาก จะเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง รวมถึงในความเข้มแข็งและความอ่อนแอในแต่ละวัฒนธรรมแล้ว ยังมีเบื้องหน้าเบื้องหลังและบุคคลในวงการของแฟชั่นเองที่สร้างอิทธิพลซึ่งนำทางมากมาย ที่มีบทบาทอย่างมากที่ สื่อทางด้านแฟชั่น นักเขียนและนักข่าวด้านแฟชั่นสามารถแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม (Kawamura. 2004: 50) นักข่าวและบรรณาธิการ ทั้งสองกลุ่มนี้มีส่วนสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจรูปแบบแฟชั่น พวกเขาสามารถตี ความความคิดของดีไซเนอร์สู่ที่สาธารณะโดยไม่ต้องอาศัยวิชาชีพแฟชั่น และทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างได้ ทางเลือกของพวกเขาเป็นความหมายที่ยิ่งใหญ่ต่อดีไซเนอร์และผู้บริโภคแฟชั่นเช่นกัน (Kawamura. 2005: 80)

ในการเปลี่ยนแปลงทางด้านแฟชั่นมีปัจจัยหลายอย่างในการพัฒนารูปแบบในเฉพาะตัวสินค้าแฟชั่นเอง หรือการพัฒนาวงการแฟชั่นเองที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ มากมาย ระบบแฟชั่นทำให้เกิดพรมแดนสัญลักษณ์ระหว่างว่าอะไรคือแฟชั่นและอะไรไม่ใช่แฟชั่น และกำหนดว่ารสนิยมสุนทรียภาพที่ยอมรับกันได้คืออะไร รวมถึงนักออกแบบ และอาชีพ อื่นที่ปรากฏในงานแฟชั่น ผู้ซึ่งเป็นตัวแทนของงานแฟชั่น บุคคลในวงการทั้งทางตรงและทางอ้อม ที่ผ่านการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นของผู้ที่มีอิทธิพลในแฟชั่นก่อนที่พวกเขาจะเผยแพร่ผลงานไปสู่สาธารณชน และเป็นที่ยอมรับ

ในบริบทของการยอมรับงานแฟชั่น คือการสร้างความแปลกใหม่ และเป็นผู้นำนวัตกรรมการออกแบบ ความคิดเห็นการเป็นผู้นำเป็นเรื่องที่ยิ่งใหญ่มากกว่าวัฒนธรรมที่เน้นการสืบทอด ทฤษฎีการเผยแพร่ของงานแฟชั่นแสวงหาคำอธิบายว่างานแฟชั่นได้รับการยอมรับจากผู้คนต่างๆ ในระบบสังคมอย่างไร ระบบสังคม นักเรียนจากโรงเรียน กลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มอื่นๆ ผู้ที่มีการปฏิสัมพันธ์กันปฏิริยาแต่ละคนสามารถได้รับและยอมรับผ่านการสื่อสารผ่านข้อมูลจากผู้ที่มีอิทธิพลเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ เช่น รูปแบบของแฟชั่นใหม่ๆ ซึ่งสามารถขยายวงกว้างได้

ดังที่ แคตซ์ และลาซาร์เฟลด์ (Katz and Lazarsfeld) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารไม่เป็นทางการระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อสถานการณ์ในแต่ละวัน จากการศึกษาเขาได้แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลการพูดคุยส่วนบุคคลมีประสิทธิภาพมากที่สุด จากการสื่อสารเรื่องสถานการณ์แฟชั่นต่างๆ ปฏิริยาของเพื่อนๆ คนรู้จัก หรือพนักงานขายนำเสนอทรงผมหรือเสื้อผ้า และในกรณีต่างๆ สุภาพสตรีสร้างอิทธิพลให้แก่สุภาพสตรีด้วยตัวเอง การยอมรับและการชื่นชม จะช่วยให้เกิดพฤติกรรมแบบเดียวกัน การไม่ยอมรับหรือการดูถูกเหยียดหยามจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงด้านการแต่งกาย ในวิธีการนี้เป็นการเผยแพร่แฟชั่น ที่สามารถให้คำอธิบายจากมุมมองส่วนบุคคลไป ในวงกว้าง ทำยที่สุดนวัตกรรมใหม่ก็ได้รับการเผยแพร่ไปสู่สมาชิกของสังคม และที่สำคัญกว่านั้นคือ กลายเป็นการยอมรับ (Kawamura. 2005:75)

3.2.1 ทฤษฎีด้านสังคมวิทยาในการเผยแพร่งานแฟชั่น

การศึกษาชี้ให้เห็นว่าทฤษฎีเน้นเรื่องการกระจายของงาน ความคิด หรือกา รมปฏิบัติ มากกว่าการยอมรับในตัวบุคคล กลุ่ม หรือความร่วมมือกับกลุ่มต่างๆ ซึ่งช่อนอยู่ในช่องทางของการสื่อสารในโครงสร้างทางสังคม เช่น เครือข่าย ชุมชนหรือชนชั้นต่างๆ และค่านิยมทางสังคม หรือวัฒนธรรม (Katz, Levin; & Hamilton. 1963: 147)

ทฤษฎีสังคมวิทยาของการเผยแพร่แฟชั่น เป็นการเผยแพร่แบบสังคมวิทยาใน 2 รูปแบบ เป็นสิ่งที่นำมาปรับใช้โดยทั่วไป เช่น ทฤษฎีของ ซิมเมล (Simmel) ที่ว่า รูปแบบใหม่เป็นการยอมรับในขั้นแรกจากกลุ่มชนชั้นสูง และเป็นกลุ่มคนทำงานในระดับต่อมา กระบวนการทางสังคมเน้นในการลอกเลียนแบบเป็นโรคติดต่อทางสังคม และการสร้างทำให้เกิดความแตกต่าง การศึกษาจากประสบการณ์และตามความคิดเห็นทั่วไปว่า สื่อสารมวลชนทำให้เกิดการเผยแพร่จากส่วนกลางไปสู่ความคิดของพวกเขา เขาใช้แนวคิดของการลอกเลียนแบบเพื่อเป็นพื้นฐานทฤษฎีต่างๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งทฤษฎีการเผยแพร่ เขากล่าวเกี่ยวกับทิศทางการไหลเวียนจากชนชั้นระดับสูงมาสู่ชนชั้นระดับล่าง ซึ่งเรียกว่า กระบวนการความนิยมจากบนสู่ล่าง (trickle down process) (Katz, Levin; & Hamilton. 1963: 147)

ประการที่สอง ทางเลือกของรูปแบบจากระดับบนสู่ระดับล่าง (Top-down) และรูปแบบจากระดับล่างสู่ระดับบน (Bottom-up) ซึ่งรูปแบบต่างๆ ที่ได้จะปรากฏขึ้นกับกลุ่มสถานะต่ำกว่าและได้รับการยอมรับในช่วงเวลาต่อมาในกลุ่มสถานะสูง ทั้งสองรูปแบบนี้เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในงานแฟชั่นเฉพาะ และกระบวนการของ “การอิมิตัวทางสังคม” ในรูปแบบของแฟชั่นหรือแฟชั่นกลายเป็นสิ่งที่มีมากเกินไปในที่สุด (Sproule, 1985) รูปแบบที่สอง ผู้สร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ได้ปรากฏออกมาจากชุมชนที่อยู่ในเมืองซึ่งเป็นสถานที่ของการเติบโตของนวัตกรรมใหม่ๆ เช่น เพลงที่เป็นที่นิยมและศิลปะต่างๆ การที่จะให้เผยแพร่ไปสู่ผู้ชมกลุ่มใหญ่ นวัตกรรมจะต้องได้รับการค้นพบและสนับสนุน ตามที่ Crane ได้กล่าว ผู้สร้างมีแนวโน้มที่จะเป็นองค์กรเล็กๆ ซึ่งก่อตั้งโดยบุคคลต่างๆ ที่เป็นเจ้าของชุมชนในนวัตกรรมที่ได้มีการคิดค้นขึ้น หากว่ารูปแบบหรืองานแฟชั่นโชว์ของการทำให้เป็นที่นิยม องค์กรใหญ่ๆ จะเริ่มผลิตในงานของตนเองและทำการตลาดกันอย่างดุเดือด (Crane. 1999: 16)

การใส่เสื้อผ้าเป็นการศึกษาทางสังคม ไม่ใช่แค่การ ออกแบบเสื้อผ้าด้วยเทคโนโลยีต่างๆ แล้วขาย แต่เบื้องหลังการผลิตเสื้อผ้านั้น มีความซับซ้อนในเนื้อหาและความหมายทางสังคมและวัฒนธรรม ประเด็นที่เปิดอยู่ คือ การศึกษาแฟชั่นในสังคมวิทยา (Fashion Study as Social Study) ในวงการสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา เราไม่เชื่อว่า ทุกอย่างจะมีความหมายเชิงเดียว อย่างเช่น พื้นที่ๆ หนึ่ง มีความหมายอีกอย่างหนึ่ง หรือว่าบุคคลๆ หนึ่งมีความหมายหลายอย่าง เราเชื่อว่าพื้นที่ๆ หนึ่ง นอกจากมีความหมายในบริบทเฉพาะ ยังมีควา มหมายอื่นๆ ที่ซ่อนอยู่ภายใต้ผิวหน้า มันเป็นชั้น(layer)ของความหมายที่อาจไม่ถูกกล่าวถึง ขณะเดียวกันในบริบทของการใช้พื้นที่นั้นๆ ก็มีความหมายมากมายไปหมด ทุกอย่างมีความหมายที่ซับซ้อนอยู่ในตัวเองเสมอ

ฉะนั้น นักสังคมวิทยาและนักมานุษยวิทยาศึกษาเรื่อง แฟชั่น ก็มักจะมองแฟชั่น ให้อยู่ยากและซับซ้อน เพราะทุกอย่างมันประกอบไปด้วยชั้นของความหมายในมิติต่างๆ ทั้ง การใช้, การผลิต, ตลอดจนรวมทั้งความเข้าใจในชั้นต่างๆ ของชีวิตทางสังคม- วัฒนธรรม และการศึกษาเรื่อง แฟชั่นควรจะพิจารณาความหมายที่ซับซ้อนเหล่านี้ (ทัศนัย เศรษฐสุเสวี. 2552: ออนไลน์)

3.2.2 ผู้นำที่มีอิทธิพลของการเผยแพร่แฟชั่น

การศึกษาผู้นำที่มีอิทธิพลของการเผยแพร่แฟชั่น ในบริบทของการยอมรับงานแฟชั่น เครื่องแต่งกาย การสร้างความแปลกใหม่และความคิดเห็นของการเป็นผู้นำมีความเกี่ยวข้องกัน อย่างสูง นอกจากนี้ในสังคมที่เน้นในเรื่องของการเปลี่ยนแปลง การทับซ้อนของนวัตกรรม และความคิดเห็นของการเป็นผู้นำที่เป็นเรื่องที่ยิ่งใหญ่มากกว่าวัฒนธรรมที่เน้นการสืบทอด ทฤษฎีการเผยแพร่ของงานแฟชั่นแสวงหาคำอธิบายที่ว่างงานแฟชั่นได้รับการยอมรับจากผู้คนต่างๆ ในระบบสังคมอย่างไร ระบบสังคมที่ว่าอาจจะเป็นในบริเวณที่พักของเมือง ที่เริ่มจากนักเรียนจากโรงเรียน สู้กลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มอื่นๆ ผู้ที่มีการปฏิสัมพันธ์กันโดยปกติทั่วไป ปฏิบัติการแต่ละคนสามารถได้รับการพิจารณาว่าเป็นการกระทำของการสื่อสารผ่านข้อมูลและมีอิทธิพลเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ เช่น รูปแบบของเสื้อผ้าในรูปแบบใหม่ๆ ซึ่งสามารถแพร่ขยายวงกว้างได้

ตามที่ แคธ และ ปอล ลาซาร์เฟลด์ (Katz; & Paul Lazarsfeld. n.d.) ได้กล่าวไว้ การสื่อสารไม่เป็นทางการระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อสถานการณ์ในแต่ละวัน และจากการศึกษา พวกเขาได้แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลการพูดคุยส่วนบุคคลมี ประสิทธิภาพมากที่สุด จากการสื่อสารเรื่องสถานการณ์แฟชั่น สิ่งต่างๆ คือ ปฏิบัติการของเพื่อนๆ คนรู้จัก หรือพนักงานขายที่แสดงให้เห็น ทรงผมหรือชุด และในกรณีต่างๆ สุภาพสตรีสร้างอิทธิพลให้แก่สุภาพสตรีด้วยตนเอง การยอมรับและการชื่นชม จะช่วยให้เกิดพฤติกรรมแบบเดียวกัน การไม่ยอมรับหรือการดูถูกเหยียดหยามจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงด้านการแต่งกาย ในวิธีการนี้ การเผยแพร่แฟชั่นสามารถให้ คำอธิบายจากมุมมองส่วนบุคคลในวงกว้าง ทำได้ดีที่สุด ความรอบรู้ของนวัตกรรมใหม่ได้รับการเผยแพร่ไปสู่สมาชิกของสังคมของแหล่งข้อมูลภายนอก และการสื่อสาร ระหว่างบุคคลในระบบ ถัดจากนั้นนวัตกรรมเป็นเรื่องที่รับรู้ในฐานะว่าเป็นแฟชั่น และที่สำคัญกว่านั้นคือ การยอมรับ (Kawamura. 2005: 75)

ผู้ที่ซึ่งมีอิทธิพลทางการเผยแพร่ ในระบบแฟชั่นได้สร้างความหมายใหม่ทาง วัฒนธรรม และนวัตกรรมนี้ได้รับการ รับรองจากผู้นำซึ่งได้ช่วยทำให้ความหมายใหม่ทาง วัฒนธรรมนี้เป็นรูปเป็นร่าง และช่วยกลั่นกรองความหมายทางวัฒนธรรมนี้ให้คงอยู่ ทั้งยัง สนับสนุนการปฏิรูปประเภทวัฒนธรรมและหลักการต่างๆ ผู้นำกลุ่มนี้และกลุ่มบุคคลต่างๆ คือ

แหล่งที่มาของความหมายเพื่อมวลชน และพวกเขาได้สร้าง และส่งทอดความหมายทาง สัญลักษณ์ ซึ่งได้เกิดการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมประเภทต่าง และหลักการทางวัฒนธรรม บุคคล กลุ่มนี้ยังสามารถแทรกซึมได้ในนวัตกรรมทางวัฒนธรรม รูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยมและทัศนคติ ที่พวกเขาได้ส่งทอดไปยังกลุ่มได้ปกครองที่ได้กระทำตามอย่างกลุ่มหัวห นำ (McCracken. 1988: 80) ดังนั้น เพื่อทำความเข้าใจในเรื่องการเผยแพร่งานแฟชั่น อันดับแรก เราจำต้องพิจารณาบทบาทจากกลุ่มสังคมที่ได้เชื่อมโยงกับการเผยแพร่ ไม่ใช่เรื่องน่าแปลกอะไรที่ใครจะเป็นผู้มีบทบาท สิ่งสำคัญอยู่ที่บทบาทนั้นถูกนำมาใช้อย่างไร

ในสังคมชั้นสูงของคริสต์ศตวรรษที่ 17 และ 18 ในทวีปยุโรป ผู้นำแฟชั่นนั้นเป็นสมาชิกของราชวงศ์ ตูโชว์ของพวกเขาเป็นทองพระโรงช่างฝีมือที่ดีที่สุดได้ถูกเรียกให้ประดิษฐ์ ประดอบชุดหรูหราฟูฟ่า ซึ่งสมาชิกราชวงศ์สามารถเดินเฉิดฉายกันในทองพระโรงฝรั่งเศส ในฐานะเจ้าของโรงละคร สมาชิกราชวงศ์จะมอบเสื้อผ้าของพระองค์แก่นักแสดงที่ถูกใจ ทำให้โรงละครเป็นยานขับเคลื่อนงานแฟชั่น นโยบายนี้ได้ดำเนินต่อไปในฝรั่งเศส จนกระทั่งมีการปฏิวัติฝรั่งเศส เมื่อนักแสดงหญิงได้เริ่มสร้างสรรค์ชุดแสดงบนเวทีด้วยตนเอง นี่จึงเป็นยุคเสื่อมของงานแฟชั่นและจนกระทั่งปี 1875 ถึงปี 1918 โรงละครกลับมาเป็นศูนย์กลางของแรงบันดาลใจแฟชั่นอีกครั้ง งานแฟชั่นเริ่มปรากฏขึ้นในเวทีการแต่งตัวและทรงผมต่างๆ ได้สร้างชื่อแก่นักแสดงหญิงผู้ที่ได้สวมใส่ (Kawamura. 2005: 76)

3.2.3 การเผยแพร่แฟชั่นด้วยรูปแบบทางสถาบัน

ในช่วงปี 1960 และปี 1970 เมื่องานแฟชั่นมีแพร่หลายขึ้น และได้มีการกาใช้นางแบบเพื่อนำเสนอผลงานแฟชั่น การเผยแพร่รูปแบบได้ถูกสร้างจากกรอบความคิดที่ไม่เป็นกระบวนการและทางการ แต่ทุกวันนี้การเผยแพร่แฟชั่นกลับเป็นเรื่องที่มีการจัดการกันสูงมาก และมีการจัดการที่ เป็นระบบการผลิตทางวัฒนธรรม ที่ตั้งใจที่จะเผยแพร่แฟชั่นให้ได้มากที่สุด (Crane. 1999: 15) สอดคล้องกับคำกล่าวของ โซโรกิน (Sorokin) การเผยแพร่ไม่ได้จำกัดการลอกเลียนแบบจงใจ “คุณค่าที่ถูกบังคับให้เกิดขึ้น แต่คุณค่าอื่นๆ ได้ขยายอิทธิพลก่อนที่คนทั่วไป มีความคิดของค่านิยมเหล่านี้... (พวกเขา) ต้องการดีไซเนอร์ เพราะว่าพวกเขาได้สื่อสารกับดีไซเนอร์ หรือเพราะว่าพวกเขาได้ถูกบังคับ... ดังนั้น เขาไม่สามารถอ้างได้ว่าการยอมรับค่านิยมนี้ คือความปรารถนาภายในที่จะต้องมีมาก่อนที่จะมีการยอมรับจากพวกเขา (Sorokin. 1941: 634)

แหล่งที่มาของการเผยแพร่แฟชั่นเคยเป็นระบบศูนย์กลางอำนาจอย่างมาก เริ่มต้นครั้งแรกที่ปารีสผู้สร้างนวัตกรรมเป็นของชุมชน ซึ่งสามารถเข้าใจกรอบความคิดของ เบคเกอร์ (Becker) ในเรื่องศิลปะโลก การรวมกลุ่มของบุคคลต่างๆ และองค์กรต่างๆ เกี่ยวข้องกับการผลิต การประเมิน และกา รเผยแพร่ของรูปแบบเฉพาะทางวัฒนธรรม (1982) โลกแฟชั่นประกอบไป

ด้วยดีไซเนอร์ นักประชาสัมพันธ์ เจ้าของร้านแฟชั่นและร้านแฟชั่นประจำท้องถิ่น อันเป็นส่วนประกอบของบุคคลที่มีการรับรู้ด้านแฟชั่น ความคิดเห็นของผู้นำ รวมถึงบรรณาธิการของนิตยสารผู้นำด้านแฟชั่นและผู้บริโภค งานแฟชั่นชั้นสูงที่เห็นได้ชัด เช่น สุภาพสตรีในสังคมชั้นสูง และ นักร้องยอดนิยม (Crane. 1999: 16) การรับรู้ของนวัตกรรมแฟชั่นได้รับการกระตุ้นและเผยแพร่โดยนิตยสารแฟชั่นในแต่ละช่วงเวลา

มีมุมมองหนึ่งที่ว่าระบบศูนย์กลางแฟชั่นได้เข้ามาแทนที่ระบบอื่นๆ และตามที่ เค รนด์ ไดอาน่า (Crane Dianna) ได้กล่าวไว้ว่า (Crane. 1999: 13)

แฟชั่นดีไซเนอร์ในหลายๆ ประเทศออกแบบเพื่อกลุ่มคนเล็กๆ ของตลาดโลก ทิศทางแฟชั่นถูกกำหนด โดยผู้ทำนายอนาคต บรรณาธิการด้านแฟชั่น และผู้ขายในแผนกขายสินค้า การผลิตสินค้าเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการผลักดันจากผู้บริโภค โดยทิศทางตลาดเริ่มต้นจากกลุ่มสังคมหลายๆกลุ่ม รวมไปถึงวัฒนธรรมของกลุ่มวัยรุ่นในเมือง และในที่สุด งานแฟชั่นส่งผ่านจากแหล่งที่มาต่างๆ และได้เผยแพร่ไปในหลายๆ ที่ตามที่สาธารณะต่างๆ

ในเวลาเดียวกัน ความแตกต่างระหว่างการผลิตและการบริโภคค่อยๆกลายเป็นสิ่งที่พวามัวมากขึ้น การเผยแพร่งานแฟชั่นกลายเป็นเรื่องยากยิ่งขึ้นที่จะศึกษา เพราะว่าการสร้างสรรค์งานแฟชั่นนั้นเน้นจุดศูนย์กลางน้อยลง มีการเผยแพร่กระจายงานแฟชั่นที่มากขึ้นและระบบแฟชั่นที่ซับซ้อนเป็นสิ่งจำเป็นในการทำนายพัฒนาการด้านแฟชั่น

3.2.4 อิทธิพลการตัดสินใจทางสุนทรียภาพของแฟชั่น

ยูนิยะ คาวามูระ (Yuniya Kawamura) กล่าวถึง การเผยแพร่ผลงานแฟชั่นผ่านนิตยสารเป็นกระบวนการหนึ่ง ที่ส่งผลและมีอิทธิพลทางการตัดสินใจสุนทรียภาพและรสนิยมทางด้านแฟชั่นไว้ ดังนี้ (Kawamura. 2005: 79)

มีการตีพิมพ์บทความเกี่ยวกับแฟชั่นอย่างต่อเนื่องในระดับชาติและระดับท้องถิ่น เช่นเดียวกับนิตยสารผู้หญิง ทั้งๆ ที่มีการกล่าวถึงในสื่อต่างๆ มากมาย แฟชั่นเป็นสิ่งที่หรรษาและถูกพิจารณาว่าไม่มีสาระ ไม่น่าสนใจและเป็นเรื่องสนุกสนาน เรื่องแฟชั่นที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ของผู้หญิง และในนิตยสารผู้หญิง และเป็นที่ยอมรับกันว่าผู้หญิงนั้นสนใจงานแฟชั่นมากกว่าผู้ชาย (Rouse 1989) อย่างไรก็ตาม การเขียนงานแฟชั่นในสื่อสิ่งพิมพ์นั้นมีความสำคัญเพื่อการเผยแพร่แฟชั่นและเพื่อให้ดีไซเนอร์ได้เป็นที่รู้จักและกลายเป็นที่รู้จักก้องโลก พวกเขาจำเป็นต้องเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มคนซึ่งมีอำนาจในการสร้างอิทธิพล ดังเช่น บรรณาธิการจากนิตยสารชื่อดัง การเป็นที่ยอมรับจากพวกเขาจะทำให้ดีไซเนอร์มีชื่อเสียงและยืนยันอิทธิพลของดีไซเนอร์เอง...

...แนวคิดใหม่ในการออกแบบแฟชั่น หรือความพยายามในการสร้างสรรค์งานในสาขาใดๆ ก็ตามเป็นเรื่องใหม่และรูปแบบใหม่ที่ดึงดูดความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในวัฒนธรรมที่ซึ่งผู้คนมีแนวโน้มที่จะเชื่อว่าทุกสิ่งใหม่เป็นเรื่องน่าชื่นชม นักออกแบบเสื้อผ้าที่สร้างสรรค์และรูปแบบผลงานการออกแบบของเขาได้รับการรายงานและเผยแพร่ผลงานอย่างกว้างขวางในสื่อมวลชนต่างๆ ที่มีการคุยกัน การเริ่มขึ้นในจุดยืนทางสังคมของแต่ละบุคคล และ / หรือสิ่งที่ดึงดูดความสนใจในงานพิมพ์หรืองานแสดงผลงานในงานแฟชั่นโชว์ในบางครั้ง เป็นมืออาชีพหรือไม่ เป็นแฟชั่นขั้นสูงระดับโลกหรือไม่ สุภาพสตรีที่ทักไปหรือผู้คนสนทนากับความเชื่อในการยอมรับในรายการต่างๆ รายงานจากความเชื่อนี้เป็นที่ยอมรับว่าเป็นผลงานที่ “เหนือกว่า” และนิตยสารเป็นหนึ่งในสื่อที่ยอมรับว่าเป็นแหล่งรายงานข้อมูล

งานแฟชั่นเป็นรสนิยมของการบีบบังคับอันยิ่งใหญ่ และอิทธิพลของงานแฟชั่นไปไกลกว่ารสนิยมส่วนบุคคล แนวคิดของแฟชั่นในอดีตอิทธิพลนี้หล่อหลอมแนวความคิดของเราว่าอะไรเป็นสิ่งสวยงาม ในการวิเคราะห์ด้านรสนิยมและโครงสร้างทางสังคม บัวร์เดอว์ (Bourdieu) ได้นำเสนอการศึกษาจากประสบการณ์ด้านอุปนิสัยการบริโภคและทฤษฎีการตีความหมาย ซึ่งมองว่าในงานเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายหรือการสื่อสารด้านแฟชั่น และการเป็นตัวแทนของการกำหนดทิศทางต่างๆ ไปในรูปแบบการดำเนินชีวิต จากการสำรวจประชากรฝรั่งเศส เขาได้พบความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด ในเสื้อผ้าที่สวมใส่และธรรมชาติของการสร้างสรรค์รวมถึงกระบวนการตัดเย็บ / แฟชั่นระหว่างระดับชั้นต่างๆ และกลุ่มหลายสาขาอาชีพ สุนทรียะและความงามไม่ใช่เรื่องสำคัญสำหรับชนชั้นทำงาน เนื่องจากว่าพวกเขาถูกมองว่าเป็นเจ้าหน้าที่ แต่ในชนชั้นกลางกลับเป็นกรณีตรงข้าม เสื้อผ้าเป็นวิธีทางเดียวที่จะแสดงให้เห็นรสนิยมอันดี ความคิดของความสุขงามได้ครอบงำ บัวร์เดอว์ อ่านความแตกต่างด้านประวัติศาสตร์ ว่าเป็นการแสดงออกให้เห็นถึงการมีอยู่ด้านรสนิยมของพื้นฐานอันแตกต่าง ชนชั้นกลางปฏิเสธตั้งแต่เริ่มแรกถึงหน้าที่ของวัตถุศิลปะและงานแฟชั่น คุณลักษณะที่เปรียบเทียบเป็นสิ่งเชื่อมโยงจากแนวคิดจากกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ในรสนิยมของบุคคลในเรื่องเสื้อผ้า และความปรารถนาที่จะถูกมองในฐานะว่าเป็นแฟชั่นซึ่งสร้างจากหน่วยงานสถาบัน (Bell, 1976: 89)

ในระบบแฟชั่นส่วนใหญ่ได้ตัดสินใจด้านความงามอยู่บ่อยๆ การตัดสินใจทำให้เกิดชื่อเสียงแก่ดีไซเนอร์และงานผลงานของเขา คุณค่าของของแฟชั่นเกิดขึ้นจากความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ที่เกิดจากผู้คนที่ร่วมอยู่ในระบบแฟชั่น และผู้มีส่วนร่วมที่ต้องการควบคุมช่องทางการแบ่งปันปันส่วนจนกลายมามีอิทธิพล จนทำให้ผู้คนต่างๆ ได้แสวงหาผลงานแฟชั่นเพราะว่าพวกเขาถูกทำให้เชื่อว่างานแฟชั่นเป็นสิ่งที่ดีกว่าและให้ความสุขยามมากกว่า บุคคลที่อยู่ในระบบแฟชั่นและตัดสินใจแฟชั่นรวมถึงนักเขียนและนักข่าวที่นำเสนอแฟชั่น

นักเขียนและนักข่าวด้านแฟชั่นสามารถแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม นักข่าวและบรรณาธิการ ทั้งสองกลุ่มนี้มีส่วนสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจรูปแบบแฟชั่น พวกเขาสามารถตีความความคิดของดีไซเนอร์สู่ที่สาธารณะโดยไม่ต้องอาศัยวิชาชีพแฟชั่น และทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างได้ ทางเล็ ออกของพวกเขาเป็นความหมายที่ยิ่งใหญ่ต่อดีไซเนอร์และผู้ซื้อเช่นกัน ผู้รักษาแฟชั่นคล้ายกันในการให้เกียรติกับผู้รักษาแฟชั่นเช่นเดียวกับผลงานศิลปะของโลก เบคเกอร์ (Becker) และผลงานงานดนตรี เฮิร์ท (Hirsch) เป็นความรับผิดชอบที่จะสังเกตนวัตกรรมและตัดสินใจอะไรใช่หรือไม่ใช่งานแฟชั่น หรือสิ่งที่ไม่ใช่เก็บได้นาน หรือสิ่งที่มีวงจรชีวิตสั้นๆ และเป็นสิ่งที่มีความอดทน หลังจากที่พวกเขาได้สำเร็จกระบวนการของการเลือกสรรและการประเมิน พวกเขาได้เข้าไปมีส่วนในกระบวนการเผยแพร่ในสิ่งที่พวกเขาได้เลือกตัวเลือกที่เขาได้รู้จัก นักหนังสือพิมพ์และบรรณาธิการเป็นผู้รักษาและนำเสนอแฟชั่น อีกทั้งพวกเขาได้คอยตรวจสอบเรื่องความสุนทรีย์ สังคมและนวัตกรรมใหม่ดังที่พวกเขาได้สร้างขึ้น พร้อมทั้งตัดสินใจว่าเป็นสิ่งสำคัญและเรื่องอื่นๆ เป็นเรื่องเล็กๆ น้อยๆ พวกเขาเองก็มีความพร้อมๆไปกับนักบริโภคนิยมอื่นๆ ที่มีพลังในการค้นพบดีไซเนอร์หน้าใหม่ที่น่าสนใจ แฟชั่นมีอิทธิพลที่สำคัญยิ่งในสิ่งที่เราได้สวมใส่และสิ่งที่พวกเราได้คิด ผู้บริโภคได้รับรายงานที่เป็นทางเลือกจากเสื้อผ้าที่นำมาสมัย สีของรูปทรงที่นำอยู่ในแฟชั่น รูปร่าง หน้าตา และผู้คนที่น่าแฟชั่น (Kawamura. 2005: 80)

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ นิตยสารมีหน้าที่ที่สำคัญที่ตอบคำถามต่างๆ เพราะพวกเขาได้รับการยอมรับจากอุตสาหกรรมแฟชั่น นิตยสารต่างๆนี้ ได้ปรากฏขึ้นก่อนและหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 1 นับตั้งแต่มีการใช้โอกาสนี้ในการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น เทคนิคการถ่ายภาพและการวาดภาพ (Brennkmeier. 1963: 82) ศิลปะการถ่ายภาพแฟชั่นเริ่มเมื่อศตวรรษที่ 1920 ได้พิสูจน์มากกว่าหลายปีอย่างหนักแน่นมั่นคง และสามารถนำมาใช้ว่าเป็นการบันทึกผ่านสิ่งที่ได้เห็นและมีความสำคัญ ในเวลาเดียวกัน ได้มีการกระตุ้นการส่งเสริมแฟชั่น ปัจจุบันนี้ ศิลปะการถ่ายภาพแฟชั่นกลายเป็นหนึ่งในข้อมูล เพื่อประชาสัมพันธ์ที่สำคัญมากที่สุดอันพบเห็นได้ในงานนิตยสารและหนังสือพิมพ์ต่างๆ (Kawamura. 2005: 80)

3.2.5 อิทธิพลและเป็นตัวแปรสำคัญการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบต่อแฟชั่นของ ยูนิยะ คาวามูระ (Yuniya Kawamura)

ยูนิยะ คาวามูระ สรุปเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการเผยแพร่แฟชั่น ที่สามารถเป็นอิทธิพลและเป็นตัวแปรสำคัญการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบต่อแฟชั่นไว้ในหนังสือ Fashion-Ology An Introduction to Fashion Studies. โดยผู้วิจัย สรุปไว้ได้ดังนี้

1. นักเขียน หรือผู้สื่อข่าวแฟชั่น (Fashion Journalists)
2. บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น (Fashion Magazine Editors)
3. นางแบบ และแฟชั่นโชว์ (Fashion Doll to Fashion Show)
4. เทคโนโลยีการผลิตและความก้าวหน้าทางการผลิต (Technological Influences on Fashion)
5. การสื่อสารสื่อโฆษณาแฟชั่น (Fashion Advertising)

1. นักเขียน หรือผู้สื่อข่าวแฟชั่น (Fashion Journalists)

นักข่าวจะเขียนข่าวแฟชั่นทุกวันเพื่อให้งานแฟชั่นเข้าถึงคนทุกกลุ่ม โดยปกติ นักข่าวแฟชั่นจะเป็นแค่ผู้รายงานไม่ได้วิเคราะห์ ทั้งที่สถาปนิก ช่างสี นักเขียนและนักดนตรี ต่างคาดหวังว่าผลงานของตนจะได้รับการวิเคราะห์ด้วยการ วิพากษ์วิจารณ์ แต่ไม่ใช่เกิดกับดีไซเนอร์หรือนักออกแบบแฟชั่นเพียงเพื่อที่จะสร้างตำนาน เพราะว่าแฟชั่นมีช่วงอายุจำกัดสำหรับมาตรฐานของการเปรียบเทียบที่ได้ถูกสร้างขึ้นมา มีการวิจารณ์อย่างก้าวร้าวอยู่บ่อยๆ มากกว่าการนำมาเป็นกฎเกณฑ์ในการวิจารณ์ สิ่งนี้ได้สร้างบรรยากาศแตกต่างไปจากการวิจารณ์ผลงานศิลปะอื่น ๆ กับการเขียนรายงานข่าว รวมถึงการรับผิดชอบต่อปริมาณงานเขียนเกี่ยวกับแฟชั่น

หนึ่งในข้อโต้แย้งในการรายงานสื่อมวลชน คือ ข้อขัดแย้งระหว่างแผนกโฆษณาและบทบรรณาธิการ เพราะว่าสื่อมวลชนได้รับการสนับสนุนหลักจากการลงทุนโฆษณา มากกว่าการเป็นสมาชิก จึงเป็นเรื่องยากสำหรับนักข่าวที่จะรายงานแฟชั่นใหม่ๆ อย่างเป็นกลาง ดีไซเนอร์หรือนักออกแบบกลายเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จากการรายงาน ซึ่งสามารถสร้างชื่อเสียงและเงินโฆษณาที่จัดหามาจะช่วยให้นิตยสารดำเนินงานต่อไปได้ การพึ่งพาอาศัยกันและกัน ไม่ สามารถช่วยให้การรายงานแฟชั่นไม่เอนเอียงหรือตรงไปตรงมา

2. บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น (Fashion Magazine Editors)

บรรณาธิการด้านนิตยสารแฟชั่น ที่ซึ่งกฎเกณฑ์ของนักเขียนได้รวมเข้าไปกับกฎเกณฑ์ของผู้ค้าขาย / สไตลิสต์ ในขณะที่เดียวกัน หน้าที่หลักของนักหนังสือพิมพ์ คือ การรายงานแฟชั่น บรรณาธิการแฟชั่นจะต้องติดต่อกับร้านเสื้อผ้าโดยตรงและติดต่อผู้ผลิตทางอ้อม พวกเขามีบทบาทสำคัญในการผลิตงานแฟชั่นในฐานะว่าเป็นภาพลักษณ์ และสานต่อสร้างความเชื่อในเรื่องแฟชั่น แฟชั่นจึงเป็นการจำลองภาพในทางที่ต้องการและมีคุณค่าทางสังคม บรรณาธิการแฟชั่นและผู้ขายจากทั้งร้านค้าปลีก (Store) และร้านขายส่งมีการปฏิสัมพันธ์กัน เพื่อให้ให้นักเขียนเป็นตัวแทนต้องการจะบอกกล่าวแก่ผู้อ่านของเขาในแฟชั่นใหม่ที่เขาสามารถพบได้ และนักเขียนรู้ว่างานนิตยสารจะหล่อหลอมความคิดสาธารณะและสามารถช่วยขายสินค้าได้ นี่คือการร่วมมือระหว่างสื่อและการตลาด

บรรณาธิการแฟชั่นที่ดีสามารถเป็นแกนที่จะหมุนโคจรไปกับเครื่องมืออันซับซ้อนทั้งหมดของการนำเสนอความคิด ส่วนต่างๆของสิ่งที่จะต้องเชื่อมโยงกันอย่างระมัดระวัง ถ้าจะต้องให้ประสบความสำเร็จ ครั้งหนึ่งการตัดสินใจจะต้องเกิดขึ้นเพื่อส่งเสริมเส้นทางบางเส้นทาง เพื่อให้เกิดความใกล้ชิดกันและให้เห็นด้วยกับการเชื่อมโยง เพื่อที่ว่าจะได้ผลิตสินค้าที่ต้องการได้ตรงเวลา ผู้จัดการโฆษณาขององค์กรต่างๆ รวมถึงร้านค้าปลีก ได้จัดงานประชาสัมพันธน์และใช้เนื้อหาหน้ากระดาษของบรรณาธิการ ผู้ซื้อเห็นด้วยกับการใช้สินค้าที่ พอเหมาะในการสนับสนุนงานโฆษณา ผู้ผลิตส่งงานในวันที่กำหนด และจัดตู้โชว์เพื่อนำเสนอความคิดเห็นใหม่ๆ ในการขยายหน้านิตยสาร ส่วนต่างๆ ปรากฏขึ้นพร้อมกัน ดังนั้น การเลือกสรรของบรรณาธิการที่มาจากห้องเสื้อในปารีสจะส่งผลให้เกิด การนำเสนอ (Displays) การขายเสื้อผ้า และเกิดการสนับสนุนงานแฟชั่นใหม่ๆขึ้น

อย่างไรก็ตาม บรรณาธิการแฟชั่น มีอาวุธที่มีอำนาจ นั่นก็คือ ความเงียบและพื้นที่ของบรรณาธิการ ที่สามารถมองผ่านงานคอลเลคชั่นในงานที่คิดว่าไม่ดี และบรรณาธิการสามารถเพิ่มเนื้อที่สำหรับผลงานที่คิดว่าดี ด้วยการจัดให้เป็นลำดับแรกและตามความชอบพอ น้อยนักที่บรรณาธิการจะมองข้ามนักโฆษณา ความต้องการรายได้การโฆษณาขึ้นอยู่กับงานโฆษณาทางกระดาษที่ปรากฏในนิตยสาร

3. หุ่นแฟชั่น และแฟชั่นโชว์ (Fashion Doll to Fashion Show)

3.1 หุ่นแฟชั่น

ครั้งหนึ่งได้มีการนำเสนอรูปแบบใหม่ๆ แก่ลูกค้า ด้วยภาพร่างและแสดงวัตถุดิบ หรือถ้าหากเป็นชุดที่ทำสำเร็จ รูปแบบเสื้อผ้านี้จะสวมใส่อยู่บนหุ่นจำลอง ก่อนที่จะมีการคิดใช้หุ่นที่มีขนาดจริง หุ่นแฟชั่น (Fashion Doll) หรือหุ่นลองเสื้อ (Mannequins) ที่ถูกเรียกกัน มีการใช้กันอย่างแพร่หลายในองค์ความรู้ด้านแฟชั่นใหม่ๆ หุ่นแฟชั่นได้รับการกล่าวว่าเป็นวิธีแรกของการนำเสนอรูปแบบชุดใหม่ๆ จึงกลายเป็นสิ่งที่พึงปฏิบัติกันในปีคริสต์ซึ่งแสดงชุดออกมาบนตู้ตากสองข้าง “La Grande Pandora” (เลข กรองด์ แพนโดร่า) ตู้ตากที่ได้รับการยึดจากศิระระสู่ปลายทำในแต่ละครั้งเมื่องานแฟชั่นเปลี่ยนไป ตู้ตากที่ตัวเล็กกว่า คือ “La Petite Pandora” (เลข เปอติ แพนโดร่า) ได้สวมชุดชั้นในได้อย่างเหมาะสม เมื่อต้นปี 1391 พระเจ้าชาร์ลส์ที่ 5 แห่งประเทศฝรั่งเศส ได้ส่งตู้ตากเต็มตัวที่สวมชุดรูปแบบใหม่เท่าขนาดพระราชินี (Diehl. 1976: 1)

ตู้ตากแฟชั่นฝรั่งเศสเป็นที่นิยม ในศตวรรษที่ 17 และ 18 และสืบทอดไปยังหลายๆ ที่ทั้งในประเทศในทวีปยุโรป และไกลสุดถึงประเทศรัสเซีย โดยช่างทำหมวก ช่างตัดผ้า และช่างทำผม ตู้ตากแฟชั่นเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งออกแฟชั่นใหม่ๆของฝรั่งเศส รวมทั้งเมืองหลวงของประเทศต่างๆในทวีปยุโรป ผลงานแฟชั่นใหม่ๆจะปรากฏและขึ้นอยู่กัตู้ตากจากประเทศฝรั่งเศส

โรส เบอ์ทิน (Rose Bertin) ช่างตัดเสื้อที่มีชื่อเสียงชาวฝรั่งเศสในยุคนั้น ได้ใช้ตุ๊กตาในการโฆษณาเช่นกัน เธอได้ตัดเย็บเสื้อผ้าพระนางมารีอังตัวเนตทั้งชุดและจำลองรูปแบบในงานของเธอ

ผู้หญิงได้เลือกโครงสร้างหรือรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นจากตุ๊กตาแฟชั่น เพื่อที่เธอจะเลือกผลิตและตัดเสื้อผ้าในร้านตัดเสื้อ ความนิยมในงานตุ๊กตาแฟชั่นดำเนินมาจนถึงศตวรรษที่ 19 งานสิ่งพิมพ์ค่อยๆมาแทนที่งานแฟชั่นตุ๊กตา สำหรับการเลือกรูปแบบแฟชั่น และในเวลาต่อมาก็คือนิตยสารแฟชั่น (Diehl. 1976: 2)

3.2 งานแฟชั่นโชว์

งานแฟชั่นโชว์ คืออะไร จากคำนิยาม งานแสดงแฟชั่นเป็นการนำเสนอสินค้าบนนางแบบที่มีชีวิต งานแสดงโชว์ที่ดีจะนำเสนองานเดี่ยวหรืองานอื่นๆ หลายๆงานเกี่ยวกับแฟชั่น ในขณะที่งานแสดงเดี่ยวและงานเฉ พาะจะสนับสนุนหรือแสดงให้เห็นข้อคิดเห็นต่างๆ แต่ละงานจะต้องน่าเชื่อถือได้ และได้รับการตอบรับของลูกค้าควบคู่ไปด้วย (Diehl 1976:16) งานแสดงแฟชั่นดังที่เรามีกันอยู่ในทุกวันนี้เริ่มที่ประเทศฝรั่งเศสหลังจากการก่อตั้งสถาบันแฟชั่น

นางแบบที่มีชีวิต เกิดจากการริเริ่มของช่างตัดผ้าชาวอังกฤษในประเทศฝรั่งเศส ชาร์ลส์ เวิร์ธ (Charles Worth) เมื่อเขาได้เปิดห้องเสื้อของเขาเองในปี 1858 เขาไม่ได้แค่เพียงทำการปฏิวัติผลงานเสื้อผ้าโดยการออกแบบเพื่อรูปแบบของผู้หญิงและแสดงบุคลิกส่วนตัว แต่เขายังได้ใช้ภรรยาของเขา มาเป็นนางแบบในงานของเขา เนื่องจาก ชาร์ลส์ ประสบความสำเร็จในการว่าจ้างนางแบบในการแสดงผลงานของเขาสู่ผู้บริโภค จากนางแบบต่างๆเดินในห้องหรือเดินเฉิดฉายบนเวที ตั้งแต่ปี 1990 เริ่มมีการใช้นางแบบที่มีชีวิตที่แสดงงานแฟชั่นแก่ลูกค้าเป็นการส่วนตัวในงานเลี้ยงพิเศษและงานสังคม และเผยแพร่ รวมทั้งทำให้เกิดสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้น (Diehl. 1976: 7) ในปี 1911 แม้แต่ในประเทศสหรัฐอเมริกาเอง ก็มีการใช้นางแบบที่มีชีวิต เนื่องจากการส่งเสริมแฟชั่นเป็นปกติเพื่อผู้ค้าปลีกและผู้ผลิต

การริเริ่มของ ชาร์ลส์ เวิร์ธ ได้ทำคุณอันยิ่งใหญ่ในการพัฒนาให้เกิดแฟชั่นโชว์ ปอยเรต์เองก็ได้ขยายงานของเขา ปอยเรต์ ได้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างของผู้หญิงโดยสิ้นเชิงและในกระบวนการผลิต เขาได้พัฒนาเทคนิคให้แตกต่างในการนำเสนอสู่สาธารณะ เขาท่องเที่ยวไปในรัฐอิสระที่หรรษาต่างๆ ทั้งในประเทศรัสเซียและประเทศอื่นๆ ได้สร้างรูปลักษณ์ภายนอกส่วนตัวและได้แสดงงานแฟชั่นที่ประสบความสำเร็จอย่างถล่มทลาย เขา เป็นคนแรกของศตวรรษที่ให้นางแบบเดินแบบเป็นขบวน ในการแสดงงานแฟชั่นแต่ละชิ้นจากงานล่าสุดของเขาอันส่งผลอันยิ่งใหญ่จากอาชีพของเขา เขาทำให้ผลิตเพลินในงานปาร์ตี้ใหญ่ ชุดราตรีในงานออกแบบต่างๆ มีสีสันสดใสมากมายและรวมถึงการได้ขึ้นปกหนังสือ

ห้องเสื้อของ พาคควิน (Paquin) ได้นำเสนองานแฟชั่นโชว์ด้วยเช่นกัน แต่อนุรักษ์นิยมมากกว่า ปอยเรต์ แต่ว่า พาคควิน เขาให้นางแบบเดินแบบในสนามแข่ง และรอบปฐมทัศน์ของการแสดงโอเปร่า พาคควิน ได้แสดงรูปในช่วงสุดท้ายของการเปิดตัวของเขาเอง ในงานโชว์หนึ่งงานเขาจะมีนางแบบประมาณยี่สิบชีวิตแต่งชุดเดรสสีขาวยาว พาทู (Patou) ก็ได้รับอิทธิพลการแสดงเช่นนี้ในพื้นที่ต่างๆ เขาได้นำเสนอในงานเลี้ยงกลางคืนซึ่งมุ่งเน้นที่กลุ่มที่ปารีสและเน้นในกลุ่มเสื้ออย่างมากมาย

งานแฟชั่นโชว์เป็นเครื่องมือในการขายตรงแก่ลูกค้าด้วยจุดประสงค์ในพื้นฐานเดียว ก็คือการขายสินค้า การแสดงนี้จะต้องมีคุณค่าในการให้ความรื่นรมย์ เพื่อดึงความสนใจจากผู้ชม เหตุผลอื่นนอกจากนี้ คือการสร้างความสัมพันธ์ต่อผู้คนสาธารณะ

เสื้อผ้าจะขายผ่าน “สินค้า” งานแฟชั่นจะต้องสร้างขึ้น และสนับสนุนให้ร้านขายปลีกได้เก็บสินค้าไว้ขาย นี่คือการชักชวนในงานเสื้อสิ่งพิมพ์ แฟชั่น และให้เกิดความต้องการ ซึ่งผู้บริโภคจะไปร้านค้าที่ตนชอบและซื้องานแฟชั่นนั้นๆ ความเชื่อถือพื้นฐานในสินค้าแฟชั่นจะนำไปสู่การที่ร้านค้าปลีกนั้นมีความสำคัญเพราะว่า ผู้บริโภคจะต้องสามารถมองและรู้สึก ลองสวมใส่เสื้อผ้าที่ขายในร้านค้า ในทางกลับกันการขายจะไม่เกิดขึ้นถ้าสินค้านั้นไม่เข้าถึงผู้บริโภค เสื้อผ้าถูกนำมาเป็นสินค้าและเป็นการตลาดในฐานะที่เป็นแฟชั่น เพื่อตอบสนองความต้องการทางการตลาด วิธีการทางการตลาดต้องมีลักษณะเฉพาะและสินค้าใหม่ๆจะถูกสร้างสรรค์เพื่อสร้างความพอใจตามความต้องการ หรือสินค้าที่มีอยู่จะต้องมีการจัดวางอีกครั้งหรือทำการตลาดซ้ำในแนวทางการของความต้องการ

การโฆษณาของผู้บริโภคมุ่งเน้นในเรื่องของความปรารถนาในการสร้างสรรค์เพื่องานแฟชั่น ในขณะที่การสร้างงานเสื้อผ้านั้นเพื่อสนองความต้องการ การนำเสนอแฟชั่นเป็นส่วนประกอบของการขายเสื้อผ้า เสื้อผ้าเป็นพื้นฐาน ความต้องการของมนุษย์ ในขณะที่การนำเสนอแฟชั่นไม่ใช่ นี่เป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้เสื้อผ้าแตกต่างไปจากงานแฟชั่น คำอธิบายงานแฟชั่นอย่างน่าเชื่อถือ ต้องเกิดจากนักข่าวและบรรณาธิการที่ต้องก้าวไปเป็นเบื้องหลังของงานเสื้อผ้าพร้อมกับการรวมเครื่องประดับต่างๆ และควมสวยงาม ที่ได้รวมเข้าไปในพื้นที่งานเขียนของพวกเขา ซึ่งจะต้องเขียนโดยรวมว่าเป็นงาน “แฟชั่น” และในการนำเสนอเรื่องราวแฟชั่น พวกเขาต้องรวมส่วนประกอบของเรื่องราวดีๆ และเรื่องน่าสนใจ

งานแฟชั่นโชว์มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการเผยแพร่ผลงานแฟชั่น ยุทธวิธีที่แฟชั่นมืออาชีพของชาวฝรั่งเศสใช้คือ การให้ปารีสเป็นศูนย์กลางแฟชั่น เพื่อรักษาให้ห้องเสื้อชั้นสูงด้วยแบรนด์อันพิเศษของความเป็นสุดยอดที่ปารีส การผลิตซ้ำของงานแฟชั่นฝรั่งเศสและการออกแบบเป็นสิ่งที่ต้องเกิดขึ้นในอันดับต่อมาในห้องเสื้อชั้นสูง ในทางกลับกัน สำหรับข้อตกลง

ในการซื้อ จะต้องมีการชำระเงินล่วงหน้าในฐานะว่าเป็นตัวขาเข้า ผู้จัดซื้อร่วมงานคอลเลคชั่นเพื่อเลือกผลงานการออกแบบในการผลิตสินค้า สมาคมห้องเสื้อชั้นสูงชาวปารีส (La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne) เป็นองค์กรการออกแบบเสื้อผ้าที่ได้ก่อตั้งขึ้นในปี 1911 เป็นฝ่ายรับผิดชอบในการกำหนดเวลาการแสดงผลและตั้งกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่จะนำไปสู่การโฆษณาและการผลิตซ้ำ การถ่ายรูปและภาพร่างการออกแบบเป็นเรื่องที่ปิดกั้นสำหรับผู้ผลิตจำนวนมาก การเข้าถึงจะขึ้นอยู่กับแหล่งผลงานที่ตีพิมพ์ รวมไปถึงนิตยสารในการทำนายวงการแฟชั่นที่ นิตยสารแฟชั่นเหล่านั้นได้ถ่ายทอด ตัวอย่าง ผลงานงานคอลเลคชั่นในปารีสสู่ผู้ชมทั่วโลก (Mendes Valerie And Amy de la Haye. 1999: 139)

4. เทคโนโลยีการผลิตและความก้าวหน้าทางการผลิต (Technological Influences on Fashion)

สิ่งนี้เป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องจดจำว่าเสื้อผ้าแฟชั่นกลายเป็นเรื่องสำคัญอย่างกว้างขวาง เนื่องจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีในการผลิตเสื้อผ้า งานแฟชั่นเป็นเรื่องเท่าเทียมกันใน ความรวดเร็วภายหลังจากการคิดค้นการเย็บและการเย็บปักถักร้อย ที่ช่วยทำให้เกิดการจัดการได้ อย่างยอดเยี่ยมด้วยเทคโนโลยี เดอ มาร์ลี ได อาน่า (De Marly Diana) อธิบายว่า (De Marly Diana. 1980:23)

ชาร์ลส์ แฟรดอริก เวิร์ด (Charles Frederick Worth) จะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากปราศจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีในการผลิตในอดีต ดังเช่น อัตราของการผลิตชุดนานาชาติเป็น สิ่งที่เกิดขึ้นจากการเริ่มต้นของรถไฟ เรือจักรไอน้ำและระบบการส่งโทรเลข เช่นเดียวกัน ห้องเสื้อของ เวิร์ด ไม่สามารถผลิตชุดราตรีนับร้อยๆ ได้ต่อสัปดาห์ หากปราศจากเครื่องเย็บผ้าในการเย็บตะเข็บ การทำงานให้เสร็จสิ้นด้วยมือ ในปี 1871 เขามีลูกน้อง 1200 คนซึ่งทำหน้าที่ต่างกันไป ซ่างผ้า มากมาย และเทคนิคต่างๆ ของเขาคือช่างผ้าผู้หญิง

การพัฒนาทางเทคนิคได้เริ่มเป็นปฏิภิกิริยาถูกใช้ผ่านกระบวนการอุตสาหกรรมที่มีการ เชื่อมโยงระหว่างกัน เช่น ขนแกะอย่างเดียวไม่สามารถกลายเป็นแฟชั่นได้ ตั้งแต่มีระบบการ ทำงานให้เคลื่อนด้วยระบบปฏิบัติการหรืออย่างละเอียดอันทำให้เกิดอุตสาหกรรมด้วยขนสัตว์แบบ นุ่ม รูปแบบเสื้อชั้นในที่เป็นการถักให้พอเหมาะกะกับตัว และถุงน่องบางๆ ที่ตามมาเป็นการคิดริเริ่ม ของเครื่องจักรถักนิตตั้งที่เหมาะสมและทันสมัย

นอกจากนี้ สังคมสมัยใหม่ยังทำให้เกิดความต้องการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมาก วิธีการส่งสินค้าและการกระจายสินค้าจะเกิดขึ้นเท่าที่สามารถจะเป็นไปได้ ในการจัดหางานหลายๆ ชั้นของรูปแบบผลงานใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปริมาณที่มากและราคาต่ำ เพื่อที่ว่าสุภาพสตรีชนชั้นกลางในกลุ่มเมืองต่างจังหวัดสามารถสวมใส่งานในแบบเดียวกันกับที่เรียกว่าผู้นำแฟชั่น

5. การสื่อสารสื่อโฆษณาแฟชั่น (Fashion Advertising)

ความคิดเกี่ยวกับแฟชั่นการเผยแพร่ผ่านทางผู้คนโดยวิธีการที่ได้จัดเตรียมข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่มีเป็นจำนวนมาก หน้าที่หนึ่งของข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ่านการโฆษณาจะกระตุ้นความปรารถนาเพื่องานประเภทเดียวกัน ในเวลาใกล้เคียงของกลุ่มคนจำนวนมากทำให้เกิดความเชื่อระหว่างผู้บริโภคด้วยกัน ในยุคของเทคโนโลยีและยุคอุตสาหกรรมที่เราอยู่นั้น เกิดความเป็นไปได้ของอิทธิพลในผู้คนมากมาย มอร์ตัน โรเบิร์ต (Merton Robert) ได้ให้คำนิยามกับข้อมูลประชาสัมพันธ์ว่าเป็น “สิ่งใดก็ตามและเป็นกลุ่มสัญลักษณ์ในสิ่งที่มีอิทธิพลในด้านความคิดเห็นความเชื่อหรือการกระทำในเรื่องนี้ๆ โดยผ่านชุมชนที่ได้แย้งกัน” (Merton Robert . 1957: 265)

บุคคลนั้นเป็นความคาดหวังสำหรับสิ่งที่พวกเขาควรมี การกระทำหรือความคล้อยคลึงความเหมาะสมในโครงสร้างกลุ่ม เพราะว่าเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความอ่อนไหวง่ายต่อข้อมูลประชาสัมพันธ์ทั้งหมด พวกเขาได้อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสารประจำ งานโฆษณาและหนังสือที่ค้นพบว่าแนวโน้มแฟชั่นในขณะนี้คืออะไร พวกเขาจะสวมใส่สิ่งที่คนอื่น ๆ อยากจะดูและจะเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับพวกเขาที่จะรู้ว่าสิ่งใดที่เป็นเรื่องทันสมัย และการดำเนินชีวิตใดที่จะเหมาะสมกับกรอบของชีวิตในสังคม

จุดประสงค์ของการโฆษณาต้องการทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก ในความหมายที่กว้างขึ้นคือสิ่งที่ช่วยให้ชนะความเฉื่อยและกระตุ้นให้ผู้คนที่ได้กระทำตาม การทำงานโฆษณาเป็นวิธีทางที่เป็นไปได้ของการส่งความหมายโดยผู้บริโภคด้วยกรอบของการโฆษณา งานโฆษณาสร้างให้ได้ภาพความเชื่อแฟชั่นในแนวคิด และงานโฆษณาต้องเป็นสิ่งน่าดึงดูดและน่าปรารถนาเพื่อให้ผู้บริโภคต้องการร่วมสมัยตาม

มิลเลอร์สัน โจนส์ (Millerson Jon. n.d.) กล่าวไว้ว่า เพื่อให้ยิ่งใหญ่กว่า สินค้าด้านแฟชั่นทั้งหมดมีแนวโน้มสูงขึ้น นั่นคือ สินค้าเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง หรือนอกเหนือจากความเป็นจริงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ และสังคมได้ทำให้ผู้คนปรารถนาที่จะซื้อและตั้งใจสวมใส่งานแฟชั่นใหม่ๆ ที่ตรงข้ามกับแฟชั่นในอดีต ผู้บริโภคเอนเอียงไปตามการโฆษณาในที่ใดก็ได้ บางคนอาจเปลี่ยนแปลงได้กะทันหันจากแบรนด์หนึ่งไปสู่อีกแบรนด์หนึ่งเพียงเพราะมีสิ่งแตกต่างเพียงเล็กน้อย แม้ผู้คนจะรู้สึกแตกต่างเพียงเล็กน้อยก็ตาม (Millerson Jon. 1985: 102)

สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเหตุว่าทำไมแนวคิดของการลงทุนโฆษณาแบรนด์ระดับโลก ถ้าผู้บริโภคสามารถจำแบรนด์ได้ ในที่ใดก็ตาม นั่นสามารถทำให้บริษัทประสบความสำเร็จทางการเงินได้ หรือแก็ดไซเนอร์ได้ ชื่อแบรนด์ในงานแฟชั่นจะเป็นตัวแทนของนักออกแบบหรือดีไซเนอร์ ผู้ผลิต หรือร้านค้า หรือนักข่าวแฟชั่นและบรรณาธิการได้มีข่าวรายงานตลอดโดยการนำเสนอผลงาน ออกแบบล่าสุด จุดประสงค์ของการใช้แบรนด์เพื่อ เป็นการสร้างตลาด แบรนด์เป็นสัญลักษณ์หรือ สัญลักษณ์ในการแสดงสินค้าเพื่อให้นักโฆษณาสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ในความต้องการที่ สร้างสรรค์ขึ้นมา ผ่านทางชื่อแบรนด์ผู้ผลิตสร้างความหวังให้เกิดชื่อเสียงแก่สินค้าของตนเอง สร้างความแตกต่างจากสิ่งอื่นๆ ในความรู้สึกของผู้บริโภค และสร้างราคาที่ลงแข่งขันโดยการสร้าง ลูกค้ำที่มีระดับ ชื่อแบรนด์จะช่วยให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ หรือไม่ซื้ออีกเลยเมื่อไม่พอใจ บริษัทแฟชั่นจะต้องเน้นแนวทางด้านการออกแบบ ที่แบรนด์สินค้าแฟชั่นจะบอกได้ด้วยรูปแบบ งานออกแบบและประเภทของเสื้อผ้า จะทำให้ กิดการนำเสนอผลงานที่มีคุณภาพเหมาะสมกับ ราคา ตราบเท่าที่นักออกแบบยังดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ที่ได้นำเสนอไป แบรนด์ก็เป็นสิ่งหนึ่ง สำหรับผู้ผลิตเพื่อการใช้ชื่อแบรนด์เป็นรูปแบบของโฆษณาที่ดึงดูด

ในอดีตก่อนที่จะมาเป็นสินค้าแฟชั่นจริงๆ จะต้องสร้างแบรนด์ให้ได้ เป็น เรื่องจริงที่ว่าได้ มีการสร้างชื่อหรือวลี ในความหมายเพื่อแฟชั่น แบรนด์เป็นวิธีการแรกๆ ของการบรรยายถึง รูปแบบใหม่ที่นักออกแบบหรือผู้นำแฟชั่นนำเสนอ หากรูปแบบนี้กลายเป็นแฟชั่นอย่าง กว้างขวาง แบรนด์ก็จะกลายเป็นที่รู้จักของผู้คน มีการพูดถึงแบรนด์นั้นๆ อย่างรวดเร็ว วข่าม พรมแดนและกลายเป็นสัญลักษณ์ในเวลาอันรวดเร็ว แบรนด์นั้นทำให้เกิดชุดยูนิฟอร์มอันเป็นที่ พอออกพอใจ อันเป็นสิ่งสำคัญของการยอมรับรูปแบบโดยทั่วไป การศึกษาด้านสังคมวิทยาใน ผลกระทบของสัญลักษณ์พฤติกรรมโดยรวม แสดงให้เห็นว่า สัญลักษณ์นั้นได้กระตุ้นความรู้สึก ต่อสิ่ง นั้น และเป็นเงื่อนไขสำคัญเพื่อเป็นสิ่งแสดงถึงแฟชั่นประจำกลุ่ม แบรนด์แฟชั่นหลายๆ อย่าง เช่น คริสเตียน ดิออร์ (Christian Dior) เป็นการสนับสนุนแนวความคิดที่ว่า ไม่สามารถที่ สร้างความคิดบนแฟชั่นถ้าไม่สามารถสร้างแบรนด์ได้ งานแฟชั่นคือ งานการสร้างแบรนด์และการ จัดงานต้องการให้เป็นไปตาม “แฟชั่น” แบรนด์นั้นสามารถเป็นสโลแกนที่สะกดความรู้สึกผู้คน รอบๆ และเหตุการณ์ต่างๆ เน้นความสนใจในการโฆษณา ชื่อที่แน่นอน จำได้ง่าย เป็นเรื่อง ที่ ต้องการสำหรับผลผลิตใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจในขณะการนำเสนอ

4. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

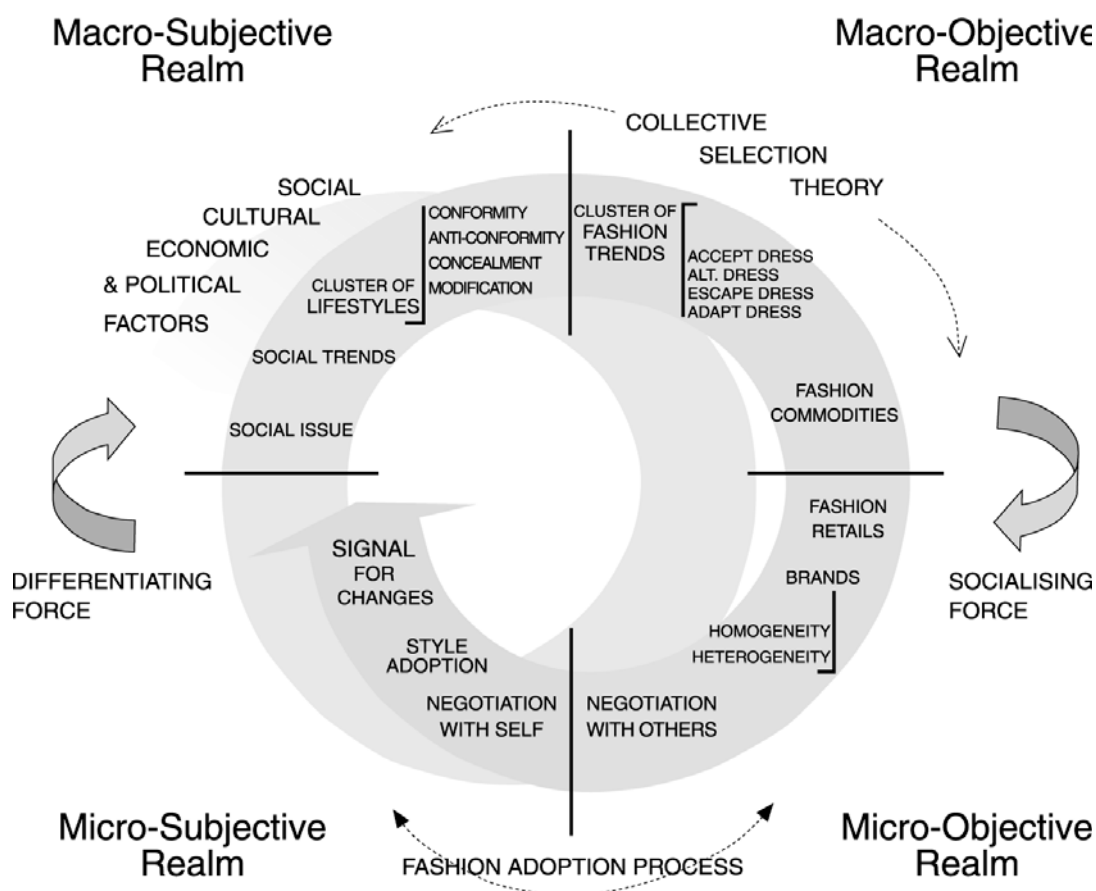
4.1 Toward a conceptual Model for the Apparel Industry in Thailand Focused on Domestic Fashion Origination. United Kingdom

Toward a conceptual Model for the Apparel Industry in Thailand Focused on Domestic Fashion Origination. เป็นผลงานวิทยานิพนธ์ ในระดับ ปริญญาเอก สาขาวิชาการออกแบบแฟชั่น ของสถาบัน Central Saint Martins College of Art and Design :The University of Art London โดยทำการศึกษา โครงสร้างของต้นแบบความคิดของกระบวนการออกแบบแฟชั่นไทย ของ อโนทัย ชลชาติภิญโญ (Anothai Cholachatpinyo. 2004)

เป็นการศึกษาด้านแบบความคิดของกระบวนการออกแบบแฟชั่นไทย เพื่ออธิบายถึงระบบแฟชั่นไทย ที่วิเคราะห์เปรียบเทียบระบบแฟชั่นตะวันตก จาก โครงสร้างของต้นแบบกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นตะวันตก วัฒนธรรมตะวันตกมีอิทธิพลอย่างเด่นชัดมายาวนานในเรื่องรูปแบบแฟชั่น และถูกนำเข้ามาในประเทศไทยมีผลมาจากไม่มีรูปแบบแฟชั่นทางเลือกหรือกล่าวอีกนัยคือ การรับทั้งวัฒนธรรมตะวันตกและรูปแบบแฟชั่นทางตะวันตกมาใช้ทั้งหมด โดยไม่มีการประยุกต์ การยอมรับและการปิดซ่อนเร้น หรือเฉยเมยต่อการเผยแพร่วัฒนธรรมแฟชั่นเป็นการตอบสนองของหลักทางสังคมที่นำสังคมไทยไปสู่การยอมรับอิทธิพลแฟชั่นที่ถู้นำเข้ามา โดยกล่าวสรุปสั้นๆ ไว้ว่า

แฟชั่นไทยเปลี่ยนแปลงไปทางหรือไปตามทิศทางตะวันตกในแฟชั่น แต่การแก้ไขดัดแปลงภายในแตกต่างกัน และต้นแบบกระบวนการการปฏิรูปแฟชั่นสำหรับสังคมตะวันตกก็ไม่สามารถอธิบายได้อย่างแม่นยำถึงกลไกของกระบวนการการปฏิรูปแฟชั่นในประเทศไทย ดังนั้นความจำเป็นคือ การก่อสร้างต้นแบบกระบวนการการปฏิรูปแฟชั่นสำหรับระบบแฟชั่นไทย

อโนทัย อธิบาย โครงสร้างของต้นแบบกระบวนการการปฏิรูปแฟชั่นของไทย โดยการเปรียบเทียบจาก โครงสร้างของต้นแบบกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นตะวันตก (แผนภาพที่ 3.1.1) ที่ต้นแบบได้ถูกสร้างขึ้นโดยการใช้กลุ่มพื้นฐาน 4 กลุ่มที่มีความเหมือนกัน ซึ่งได้ประยุกต์ใช้ในโครงสร้างของต้นแบบกระบวนการออกแบบแฟชั่นตะวันตก ที่แบ่งได้เป็น ด้านกระบวนการที่จับต้องได้ (Objective) และด้านการรับรู้ความรู้สึก (Subjective) ได้แก่ ปัจเจกวิสัยระดับมหภาค ปัจเจกวิสัยระดับจุลภาค วัตถุวิสัยระดับมหภาค วัตถุวิสัยระดับจุลภาค ตามลำดับ โดยได้สรุปจากผลการวิจัย ไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 2 แผนภาพ โครงสร้างของต้นแบบกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นตะวันตก

The Fashion Transformation Process Model

1. วัตถุประสงค์ระดับมหภาค (Macro-Objective Realm)

กระบวนการออกแบบแฟชั่นไทย เริ่มต้นจากระดับวัตถุประสงค์ระดับมหภาค เนื่องจาก การศึกษาทางประวัติศาสตร์สรุปให้เห็นว่า การรับเอาแฟชั่นและวัฒนธรรมระดับสูงของตะวันตก เข้ามาของไทย ซึ่งความพร้อมของสังคมไทยในการรับเอามาใช้ ในช่วงเวลาไม่สามารถจะคิด ปฏิเสธการรับแฟชั่นและวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาโดยไม่มี การเปลี่ยนแปลงได้จากแรงกดดัน โดยทางประวัติศาสตร์ การรับสินค้าของจากอารยธรรมตะวันตกเข้ามานั้น ถูกมองว่าเป็นกลไก เพื่อการต่อต้านการล่าอาณานิคม โดยเฉพาะ ในยุคสมัยขงรัชกาลที่ 4, 5, 6 และนายกรัฐมนตรี จอมพล ป. พิบูลสงคราม พระราชกฤษฎีกา ไม่ว่าจะด้วยโฆษณาชวนเชื่อหรือโดยกฎหมาย ทำให้ รูปลักษณะของตะวันตกดูถูกต้องเหมาะสมและละทิ้งรูปแบบไทยดั้งเดิมไป ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของ ผลกระทบใหม่ทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นกับคนไทย แตกต่างกับต้นแบบแฟชั่นตะวันตก ร่วมสมัย ที่กระบวนการเริ่มต้นที่ระดับปัจเจกวัตถุประสงค์จุลภาคซึ่งเป็นสัญญาณของปัจเจกบุคคล ในแต่ละบุคคลสำหรับความต้องการในอนาคต

ซึ่งในส่วนวัตถุดิบระดับมหภาคนี้เป็นขั้นที่สามในต้นแบบแฟชั่นตะวันตกร่วมสมัย ที่ในกระบวนการแฟชั่นตะวันตก ขั้นนี้ ซัพพลายเออร์แฟชั่น (Suppliers) ทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของสังคมอย่างลึกซึ้งและแปลการตอบสนองทางสังคมที่หลากหลายออกมาเป็นแนวคิดในเรื่องแนวโน้มของแฟชั่นสำหรับกระบวนการแปรรูปสินค้าผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการ แต่เนื่องด้วยแนวทางการใช้ชีวิต ของกลุ่มต่างๆถูกตีความหมายและถูกกำหนดโดยผู้จัดหาสินค้า ชาวตะวันตกไปเสรีจลัน ผู้ผลิตและผู้นำเข้าสินค้าแฟชั่นไทยไม่จำเป็นต้องพิจารณาขั้นที่ 1 และขั้นที่ 2 ในตัวแบบทางตะวันตก กระบวนการถูกทำให้เป็นจริงโดยเกิดจากแนวโน้มและสินค้าที่รับเอามาใช้ กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การนำเอาเรื่องแนวโน้มแฟชั่นสู่ประเทศไทยนั้นไม่ตอบสนองต่อผู้บริโภคภายในประเทศ สินค้าแฟชั่นได้รับการทำให้เป็นที่รู้จักด้วยแนวคิดที่เป็นรูปธรรมของรูปแบบแฟชั่น เพราะ ซัพพลายเออร์ชาวไทยในตัวอย่างนี้ไม่ใช่ผู้ผลิตแต่เป็นผู้นำเข้า พวกเขาไม่จำเป็นต้องตีความ หมายความสำคัญทางสัญลักษณ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิตในโลกยุคใหม่ ในขณะที่เดียวกันผู้จัดส่งสินค้ารายอื่นที่เป็นผู้ผลิตด้วยกลับไม่ได้ตระหนักถึงการริเริ่มความสำคัญทางสัญลักษณ์ กระบวนการที่ นักออกแบบไทยได้บรรยายแนวคิดที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ผ่านสินค้าแฟชั่นว่าเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อแนวคิดที่ซ่อนอยู่นั้นว่าสามารถละเลยได้ ในความจริงแล้วนักออกแบบชื่อดังชาวไทยได้รับแรงบันดาลใจจากรูปแบบและรูปทรงของสินค้าสำเร็จรูปแฟชั่นร่วมสมัย เพียงเพื่อที่จะทำให้การออกแบบมีความหลากหลายแตกต่างออกไปตามกลุ่มตลาดของพวกเขา

อโนทัย กล่าวถึง โบดิริลลาร์ด (1980) ที่กล่าวถึงแฟชั่นว่าเป็นแรงผลักดันสู่สัญลักษณ์แห่งการริเริ่ม ... การผลิตแห่งความหมายที่ไร้เหตุผลและต่อเนื่องอย่างชัดเจน เป็นไปในเชิงแรงผลักดันทางความหมาย และเปรียบเทียบว่าในทางกลับกัน แฟชั่นในบริบทไทยถูกกล่าวว่าเป็นแรงผลักดันทางรูปทรงและรูปแบบที่มีความนิยม โดยการใช้เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ในกระบวนการออกแบบ รูปทรงและรูปแบบที่นิยมถูกพบในสินค้าแฟชั่นที่แตกต่างกันในตลาดสินค้าของไทย กล่าวในอีกนัยหนึ่งคือ ผู้บริโภคชาวไทยมักจะตอบรับสินค้า รูปแบบ รูปทรงที่เป็นที่นิยม โดยไม่คำนึงถึงตลาดซึ่งแบ่งเป็นประเภทหมวดหมู่ หรือความสำคัญของคุณค่าทางสังคมตะวันตก

การขาดซึ่งการตอบสนองขั้นเบื้องต้นโดยการออกแบบแฟชั่นต่อการดำเนินชีวิตและประเด็นทางสังคมภายในประเทศ ได้เกิดขึ้นในเวลาเดียวกันกับทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเพื่อส่งออก การละทิ้งอุปทานความต้องการภายในประเทศเพื่อตลาดระดับสูงได้ขยายตัวกว้างขึ้น ไม่เพียงแค่ช่องว่างระหว่างตลาดระดับสูงและระดับล่าง หากแต่คุณค่าทางแฟชั่นที่ออกแบบโดยนักออกแบบภายในประเทศอีกด้วย การพัฒนาอุปทานแฟชั่นภายในประเทศที่

มีความสม่ำเสมอทำให้ความสามารถทางแฟชั่นของผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีความสำคัญเพียงเล็กน้อย ผลกระทบคือ ซัพพลายเออร์และนักออกแบบแฟชั่นชาวไทยมักจะตามแฟชั่นตะวันตกเป็นต้นแบบ ซึ่งสามารถพบได้ในรูปแบบที่หลากหลายรวมไปถึงสไตล์ ซึ่งทำให้เกิดความแตกต่างในด้านการออกแบบดั้งเดิมที่นำเข้ามา เช่น ลีนค้ำ ล้อเลียน ลอกเลียนแบบ และปลอม

ผู้ประสบปัญหาในกระบวนการแพร่กระจายภายในนี้ ไม่ใช่เพียงแค่ผู้นำเข้าแฟชั่นระดับสูงแต่รวมถึง ซัพพลายเออร์ชั้นนำของไทยด้วย ตัวอย่างเช่น จิม ทอมป์สัน บริษัทผู้ผลิตและค้าปลีกด้านผ้าไหมไทยที่มีชื่อเสียงมากที่สุด เนื่องจากโรงงานย้อมสีและพิมพ์ในประเทศไทยมีจำนวนจำกัด โรงงานพิมพ์ในแบบเดียวกัน ลายพิมพ์มากมายของ จิม ทอมป์สัน ถูกลอกเลียนแบบโดย ซัพพลายเออร์ สินค้าตลาดล่าง ผู้ซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบสีเล็กน้อย บางครั้งก็ใช้แม่พิมพ์แบบเดียวกัน

นิสัยการลอกเลียนแบบเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องมายาวนานเพื่อจะได้ขายสินค้าได้อย่างแน่นอน แต่มันสะท้อนมุมมองหลักๆสองประเด็นในเรื่องของความสอดคล้องทางตลาด ประเด็นแรก เพราะว่าตลาดมีศักยภาพในพัฒนาเติบโตได้ ผู้ผลิตรู้สึกว่าจะไม่มีความจำเป็นที่จะพัฒนาตลาดในอนาคต ดังนั้นไม่ค่อยคำนึงถึงการปรับตัวหรือปรับปรุงประสิทธิภาพ คุณภาพ และการออกแบบ ให้ดีขึ้น ประเด็นที่สอง ยังขาดการวิจัยและพัฒนาโดยเฉพาะประสิทธิภาพการออกแบบภายในองค์กรในส่วนของภาคธุรกิจ เป็นเรื่องที่ไม่ดีสำหรับอุตสาหกรรมในประเทศไทยที่สินค้าแฟชั่นขายได้โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพการออกแบบ ข้อมูลการออกแบบที่ถูกมองว่าเป็นการตีความของความหมายทางสังคม ก็ไม่ใช่ส่วนสำคัญในตลาดที่เน้นความต้องการไปที่รูปแบบและรูปทรงวัตถุ

2. วัตถุวิสัยระดับจุลภาค (Micro-Objective Realm)

ในเรื่อง อุตสาหกรรมแฟชั่นของไทย ที่ถูกขับเคลื่อนด้วยเรื่องของรูปแบบและรูปทรงที่ตอบรับกับรสนิยมโดยการจัดหาเสื้อผ้าที่คล้ายคลึงกับเสื้อผ้าที่ประสบความสำเร็จด้านการขาย เป็นสิ่งที่สำคัญยิ่งของนโยบายที่เน้นการตลาดและถูกขับเคลื่อนโดยทิศทางสมัยนิยมในเวลานั้น โดยแท้จริงแล้วบริษัทเหล่านี้จ้างนักออกแบบให้ทำแบบนี้ด้วยเช่นกัน เพื่อที่จะปรับแนวคิดหรือสไตล์แบรนด์ของบริษัท เพื่อให้เหมาะสมกับทิศทางความนิยมแฟชั่นมากกว่าที่จะริเริ่มแฟชั่นเพื่อเป็นผู้นำตลาด โครงสร้างของการค้าปลีกในประเทศไทยสามารถพบได้ในสองระบบที่มีพอกัน ความแตกต่างของสองระบบนี้คือระดับคุณค่าของยี่ห้อ ระดับแรกและโครงสร้างหลัก ซึ่งนำตลาดระดับสูงไปสู่การนำเข้าแฟชั่นระดับสูง ในระดับนี้จะอิงตามการนำเข้า ไฮด์สตรีทแฟชั่น (High-Street) สูงควบคู่กับยี่ห้อชั้นนำของไทย ในทางตรงข้ามกัน ตลาดระดับล่างจะแชร์ส่วนแบ่งกับผู้ผลิตไทยภายในประเทศ โครงสร้างการค้าปลีกชั้นนำทิศทางนโยบายแบรนด์ที่เหมาะสม มีการตั้งเป้าหมายตลาดอย่างเจาะจง และมีความพยายามผนวกกับแนวคิดยี่ห้อที่นำเข้ามา

กระบวนการแฟชั่นที่เน้นด้านการตลาดเป็นสำคัญ สามารถเป็นตัวอย่างได้ในประเทศไทย โดยแผงขายของจำนวนมหาศาลที่พบโดยมากใน ตลาดนัดในกรุงเทพฯ ที่ขายเสื้อผ้าแฟชั่นที่ผลิตในประเทศ ที่ไม่มีการสร้างสรรค์และปรับปรุงอะไรใหม่ๆ ระบบค้าปลีกที่เท่าเทียมกันนี้รวมถึงธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กซึ่งตั้งเป้าหมายรับรองสินค้าแฟชั่นทุกระดับไม่ว่าจะเป็นสินค้า ที่ผลิตในประเทศหรือต่างประเทศ ผู้บริโภคแฟชั่นชาวไทยที่มีรายได้น้อยมีกำลังซื้อสินค้าแฟชั่นรุ่นใหม่ล่าสุด มีมุมมองต่อสินค้าในแง่ของราคาที่สามารถซื้อได้ โดยไม่ต้องสนใจที่คุณค่าของยี่ห้อ (สินค้าเลียนแบบหรือปลอม) นโยบายด้านการค้าคือการขายสินค้าที่หายากและอยู่ในแฟชั่นที่กำลังเป็นที่นิยมได้เร็ว ราคาต่ำ ที่ไม่มีทั่วไปในประเทศ แผงขายของเหล่านี้สามารถจัดหาสินค้าแฟชั่นเพื่อตอบสนองความต้องการได้ในเวลาเดียวกันสินค้ามียี่ห้อของต่างประเทศ ได้ในเวลาอันรวดเร็ว

ระบบค้าปลีกเป็นตัวที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าแฟชั่นที่ไม่วางจำหน่ายในร้านค้าที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ที่เป็นสินค้าแฟชั่นที่ถูกเลียนแบบและมีความคล้ายคลึงกับสินค้าของแท้มากในราคาที่สมเหตุสมผล และระบบแบบนี้ผู้บริโภคสามารถทำตัวเหมือนเป็น ผู้คิดค้นสร้างสรรค์แฟชั่น ผู้บริโภคเหล่านี้มีความแตกต่างจากผู้บริโภคชาวตะวันตกที่ใช้สินค้า ดังนั้นพวกเขาจะใช้สินค้าที่เขามีกำลังเพียงพอที่จะซื้อได้ เพียงเพื่อแสดงความเป็นผู้นำด้านการตลาดแฟชั่น โดยผ่านการบริโภคที่รวดเร็ว

การรับรู้แฟชั่นในการตอบสนองของไทยไม่ได้ให้ความสำคัญมากนักกับแนวคิดที่สำคัญของสินค้าและแบรนด์ แต่ผู้บริโภคชาวไทยซื้อเครื่องนุ่งห่มแฟชั่นเพราะเป็นสินค้าแฟชั่นที่ใหม่กว่าทันสมัยกว่า สดกว่า และมีความนิยมระดับสากลมากกว่าแบบก่อนๆ โดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสมของสไตล์ ของแต่ละบุคคล หรือของตัวเอง ยังมีเพื่อนหรือคนอื่นๆ ซื้อมากเท่าไร ยิ่งเป็นแรงกระตุ้นในการผลิตสินค้ามากขึ้นเท่านั้น

อโนทัย ชลชาติภิญโญ กล่าวถึงความจงรักภักดีต่อแบรนด์ในประเทศไทย ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา โดยกล่าวว่า ความจงรักภักดีต่อแบรนด์ในประเทศไทย ยังมีความอ่อนแอกว่าสิ่งกระตุ้นด้านแฟชั่นอื่นๆ ความภักดีต่อแบรนด์ของ หลุยส์ วิตตอง (Louis Vuitton) ลดลงอย่างน่าสังเกตเมื่อ คิลลิง (Kipling) คว้าความนิยมอย่างขีดสุด ในกรณีของหลุยส์ วิตตอง สนับสนุนมุมมองของความเหนือกว่าในแง่ของแรงกระตุ้นทางสถานะในรูปแบบการบริโภคของไทย เมื่อ หลุยส์ วิตตอง หนึ่งในกระเป๋าที่มีราคาแพงที่สุด ได้กลายเป็นสินค้าที่ทุกคนต้องมี โดยเฉพาะนิสิตนักศึกษาหญิง ผู้ที่มีไว้ครอบครองจะถูกมองว่าเป็นคนในระดับสูงและรสนิยมดี การเปลี่ยนรสนิยมจาก กระเป๋าหลุยส์ วิตตอง เป็น คิลลิง เป็นตัวอย่างที่สะท้อนถึงความไม่แน่นอนด้านการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ด้านแฟชั่นในพฤติกรรมกรซื้อแฟชั่นไทย

ซึ่งในส่วนวัตถุดิบระดับจุลภาค ในกระบวนการแพ้นของไทย ในขั้นนี้ นี้ตรงกับวัตถุดิบระดับจุลภาค ในกระบวนการแพ้นของตะวันตก ที่แตกต่างกัน ขั้นตอนจัดอยู่ในประเภทการต่อรองกับผู้อื่น ในขั้นนี้ แบรินด์แพ้นให้ความหมายด้านสัญลักษณ์ผ่านการรณรงค์โฆษณาในแต่ละครั้ง เป็นการนำเสนอแนะนำวิถีชีวิตแนวคิดในการดำเนินชีวิต ผ่านการใช้สินค้าของพวกเขา ผู้บริโภคจะตกลงปลงใจกับสินค้าในแง่การเลือกสิ่งที่ยังบอกได้ถึง สถานภาพ บทบาท ความสนใจประเด็นของสังคม และบทบาทของการสื่อสารของพวกเขาได้มากที่สุด เพื่อให้เหมาะสมกับตำแหน่งฐานะทางสังคม

นิสัยการซื้อสินค้าของคนไทยไม่ได้เน้นในตัวบทบาททางการสื่อสารและประเด็นทางสังคมที่มาควบคู่กับสินค้าแพ้นหากแต่สนใจกับรูปลักษณ์ที่ดีที่มีรสนิยมและสะท้อนสถานภาพมากกว่าเป็นสิ่งแรก ในบริบทนี้ ระดับกระบวนการทางแพ้นที่เท่าเทียมกันในประเทศไทยยังขาดส่วนหลักของกลไกด้านสัญลักษณ์ที่ระบุถึงความคิด จากจุดเริ่มต้นแรกๆ ในเวลาเดียวกัน ในด้านความต้องการ ผู้บริโภคชาวไทยไม่สามารถเรียกหรือบ่งบอบทบาทด้านสัญลักษณ์จากสถานภาพและภาพลักษณ์ได้มากนัก สิ่งนี้บอกได้ว่า เป็นการต่อรองกับสถานภาพมากกว่าการต่อรองกับผู้อื่น และถูกจัดประเภทว่าเป็นกระบวนการด้านปัญหาสังคมเพียงอย่างเดียว ถึงแม้ว่าประเด็นระดับโลกที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มแพ้นหรือแพ้นเทรนด์นำเข้าจะเป็นประเด็นรองของการตอบสนอง การตระหนักด้านสัญลักษณ์ที่ระบุถึงความคิด หรือผลกระทบในตัวเลือก และยังสนับสนุนสินค้าแพ้นเหล่านี้ด้วย ระดับการต่อรองกับสินค้าแพ้นนี้มีเป็นประเด็นที่ใหญ่กว่าประเด็นในประเทศที่ถูกตัดออกไป คนไทยจึงกำลังตกลงต่อรองอย่างมองไม่เห็นกับผู้อื่น ซึ่งในลักษณะนี้หมายถึงประเด็นของโลก ที่ประกอบไปด้วยระดับชนชั้นและสถานภาพในโลก

3. ปัจเจกวิสัยระดับมหภาค (Macro-Subjective Realm)

อโนทัย ชลชาติภิญโญ. กล่าวถึงตัวแบบกระบวนการเปลี่ยนแปลงการออกแบบแพ้นไว้ว่า ในส่วนนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องวัตถุดิบ (สิ่งที่จับต้องได้) กับปัจเจกวิสัย (สิ่งที่เป็นความรู้สึก) และความแตกต่างด้านอื่นๆที่เริ่มปรากฏเห็น ตามอย่างกระบวนการออกแบบแพ้นของตะวันตก ขั้นที่จะกล่าวดังต่อไปนี้ เป็นขั้นการเจรจาต่อรองกับตนเอง ซึ่งอยู่ในระดับปัจเจกวิสัยระดับจุลภาค มันเป็นขั้นปัจเจกวิสัยที่พูดถึงความไม่แน่ใจ การตัดสินใจเกิดขึ้นได้ทั้งในระดับสังคมในวง กว้าง และตัวบุคคล ผู้คนพบทางออกกว่าจะทำเช่นใดที่จะตอบสนองต่อสิ่งใหม่ที่สังคมสนใจ ชาวตะวันตกนั้นมีความเป็นอิสระจากอิทธิพลของสังคมในด้านความคิดและการปฏิบัติตน แต่ในทางกลับกัน บุคลิกลักษณะเฉพาะของคนไทยเองขึ้นอยู่กับอำนาจทางสังคม หรือกล่าวได้อีก

นัยหนึ่งว่า ปัจเจกวิสัยของคนไทยนั้นอยู่ภายใต้อิทธิพลทางสังคม คนไทยเองคำนึงถึงกรอบทางวัฒนธรรมและระเบียบของสังคมมากกว่า และจะไม่ประพฤติตนออกจากรอบและระเบียบนั้นๆ ในประเด็นนี้เอง กระบวนการออกแบบแฟชั่นในประเทศไทยได้เปลี่ยนจากวัตถุวิสัยระดับมหภาคไปเป็นปัจเจกวิสัยระดับจุลภาคซึ่งต่างจากกระบวนการออกแบบแฟชั่นของทางตะวันตกที่เปลี่ยนจากวัตถุวิสัยระดับจุลภาคไปเป็นปัจเจกวิสัยระดับมหภาค

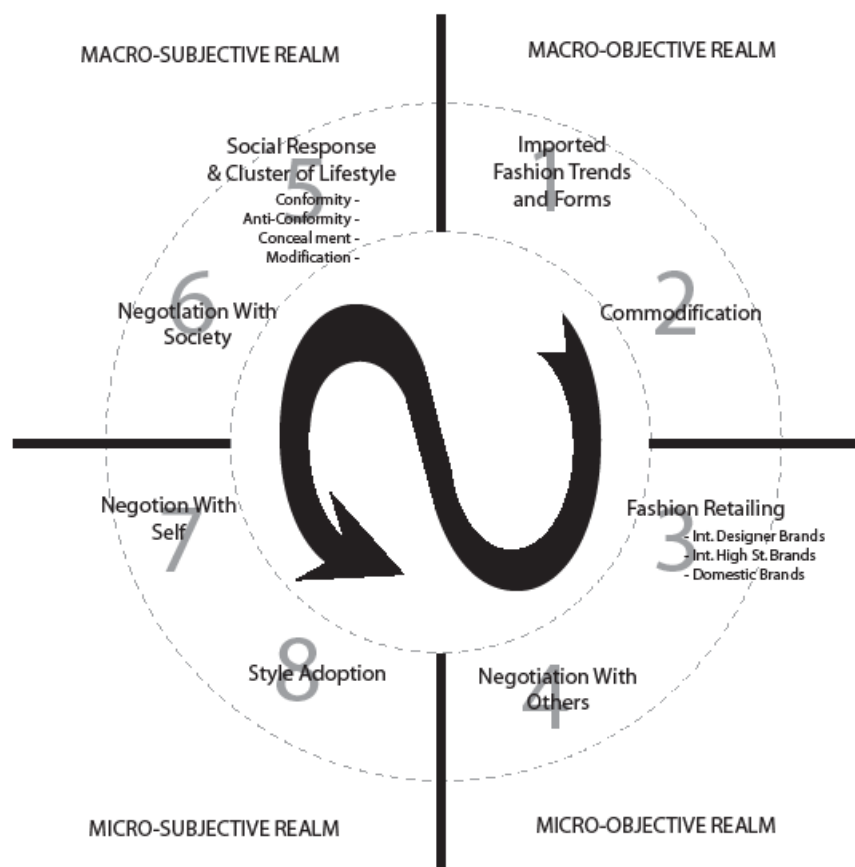
สรุปได้ว่า สังคมไทยเป็นสังคมที่เป็นไปตามความคิดเห็นส่วนใหญ่ของสังคม ซึ่งจะตอบสนองต่อความไม่แน่ใจทางสังคมอันเกิดขึ้นจากแนวโน้มใหม่ของแฟชั่น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า กระแสการตอบรับทางสังคมหรือที่เรียกกันว่า “แนวโน้มทางสังคม” เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มจากต่างชาติที่กำลังเข้ามา คนไทยตอบสนองต่อความไม่แน่ใจทางวัฒนธรรมในหลายรูปแบบ ซึ่งสัมพันธ์กับการตอบสนองหลักที่มีความเป็นไปได้ 4 รูปแบบ แนวโน้มทางสังคม มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งหมายรวมไปถึง การปรับตัวหรือการยอมรับ (Conformity) การต่อต้านการปรับตัวหรือไม่ยอมรับ (Anti-Conformity) การปิดบังหรือการเฉยเมย (Concealment) การเปลี่ยนแปลงแก้ไข (Modification) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับตัวแบบของตะวันตก รูปแบบการดำเนินชีวิตดังที่กล่าวมานี้พัฒนาขึ้นจากปฏิกิริยาตอบสนองของสังคมและเป็นตัวชี้แนะหรือปูแนวทางให้กับคนไทยแต่ละคนเลือกการปฏิบัติตามแต่สิ่งที่เหมาะสม

4. ปัจเจกวิสัยระดับจุลภาค (Micro-Subjective Realm)

อโนทัย ชลชาติภิญโญ. สรุปและวิเคราะห์ กระบวนการรับรู้เจรจาต่อรองกับตนเองของคนไทยนั้นประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ การเจรจาต่อรองกับอำนาจทางสังคม การเจรจาต่อรองกับผู้อื่นและการเจรจาต่อรองกับตนเอง กระบวนการต่อรองนี้ได้เปลี่ยนจาก ปัจเจกวิสัยระดับมหภาคซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินวิถีชีวิต และรสนิยมที่ถู กกำหนดไว้ รูปแบบที่ได้รับการชื่นชมและอื่นๆ ไปเป็นปัจเจกวิสัยระดับจุลภาค ในขั้นนี้ ตัวแบบของกระบวนการออกแบบแฟชั่นทางตะวันตก กล่าวถึงความไม่แน่ใจของมนุษย์นั้นเกิดขึ้นและต้องการการต่อรองเมื่อต้องตัดสินใจโดยผ่านแนวโน้มทางจิตวิทยา 2 ด้านได้แก่ ความแตกต่าง (Differentiating Force) และความเป็นสังคมนิยม (Socializing Force) คนไทยแต่ละคนเผชิญต่อสถานการณ์ที่ไม่แน่ใจน้อยกว่า เพราะสังคมได้กำหนดสิ่งที่เหมาะสมในเรื่องของจุดมุ่งหมาย แรงจูงใจและความต้องการไว้แล้ว หน้าที่เพียงอย่างเดียวที่แต่ละบุคคลนั้นต้องทำก็คือการเลือกสินค้าน้ำที่มีอยู่ให้เข้ากับรสนิยมความชอบของแต่ละบุคคล

ในประเทศไทย อโนทัย ชลชาติภิญโญ ได้สรุปถึง กลุ่มผู้บุกเบิกแฟชั่นของไทย นั้นทำหน้าทีที่เสมือนผู้นำทางแฟชั่นที่ตื่นตัวมากกว่าที่จะเป็นผู้บุกเบิกและเปลี่ยนแปลงในด้านการริเริ่มสร้างสรรค์และพวกเขาเองก็คือกลุ่ม คนกลุ่มแรกที่แสดงปฏิกิริยาต่างๆต่อประเด็นทางสังคม และการได้ใช้แฟชั่นใหม่ๆก่อนใครของกลุ่มคนเหล่านี้นำมาซึ่งกระบวนการออกแบบเสื้อผ้าในฐานะที่เป็นผู้ริเริ่มการนำมาใช้ อำนาจในการทำให้แตกต่างของพวกเขา นั้นเป็นเพียงแค่การทำให้รูปลักษณ์ของเขาต่างจากแฟชั่นแบบก่อน แทนที่กลุ่มผู้บุกเบิกและเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยจะทำหน้าที่ให้สัญญาณสำหรับการเปลี่ยนแปลงใหม่หรือประเด็นใหม่ ผู้บุกเบิกแฟชั่นกลับไม่สามารถแสดงให้เห็นแนวทางความรู้สึกของสังคมที่จะดำเนินต่อไปในอนาคตได้ เพราะว่าวิถีที่กลุ่มคนเหล่านี้ตอบสนองต่อแฟชั่นได้ถูกกำหนดโดย สังคมและการนำแฟชั่นมาใช้ของพวกเขา นั้นเกี่ยวกับเรื่องความรวดเร็วในการหยิบนำเข้ามาใช้และระดับการใช้เท่านั้นเท่านั้น และไม่ได้ตอบสนองเกี่ยวกับประเด็นทางสังคมภายในประเทศได้อีกด้วย กระบวนการออกแบบแฟชั่นจึงถึงจุดสิ้นสุดและกระบวนการใหม่ก็เริ่มขึ้นอีกครั้งในชั้น วัตถุประสงค์ระดับมหภาค (Macro Objective Realm) ด้วยสินค้าใหม่ที่มีภาพลักษณ์ของตะวันตก สถานการณ์นี้ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของแฟชั่น (สินค้า) ในตลาดของไทย โดยไม่คำนึงถึงคอลเล็คชั่นของฤดูต่างๆตามวัฒนธรรมแฟชั่นทางตะวันตก

ผลงานวิทยานิพนธ์ ของ อโนทัย ชลชาติภิญโญ วิเคราะห์ทฤษฎีพื้นฐานทางด้านแฟชั่นที่สรุปได้ว่าสังคมไทยอาจจะไม่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตกอย่างสมบูรณ์ ประเทศไทยในฐานะเป็นกลุ่มย่อยของระบบแฟชั่นตะวันตกมีความแตกต่างในแง่ที่ว่าลักษณะภาพลักษณ์ของสินค้าเลียนแบบแฟชั่นตะวันตก แต่บทบาทในการทำการเป็นการตอบสนองที่ความเป็นไปได้ จากการตอบสนองที่หลากหลาย 4 รูปแบบด้วยกัน และ แฟชั่นไทยเปลี่ยนแปลงไปทางหรือไปตามทิศทางตะวันตกในแฟชั่น แต่การแก้ไข ดัดแปลงภายในแตกต่างกัน ต้นแบบกระบวนการการปฏิรูปแฟชั่นสำหรับสังคมตะวันตกไม่สามารถอธิบายได้อย่างแม่นยำถึงกลไกของกระบวนการ การปฏิรูปแฟชั่นในประเทศไทย การก่อร่างสร้างต้นแบบกระบวนการการปฏิรูปแฟชั่นสำหรับระบบแฟชั่นไทย มีลักษณะเฉพาะและสรุป จากข้อมูลข้างต้นที่เปรียบเทียบไว้ ได้สรุปไว้เป็นแผนภาพกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย ดังนี้

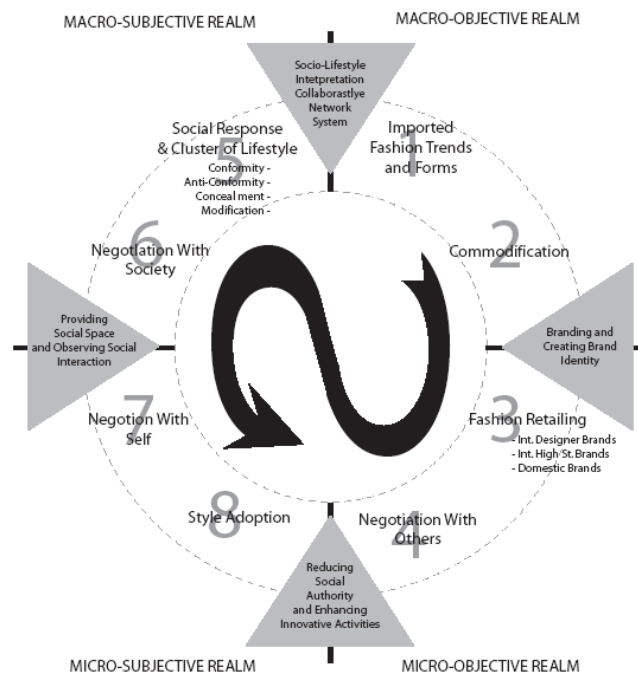


ภาพประกอบ 3 แผนภาพ กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย
(Thai Fashion Chang Process)

กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย แสดงให้เห็นถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยซึ่งมีทั้งหมด 8 ขั้นตอน เริ่มจากวัตถุดิบระดับมหภาคไปยังวัตถุดิบระดับจุลภาค และเปลี่ยนไปเป็นปัจเจกวิสัยระดับมหภาคและท้ายสุดจบลงที่ปัจเจกวิสัยระดับจุลภาค โดยที่ในผลงานการวิจัย ในส่วนสุดท้าย ได้ทำการวิเคราะห์เพื่อนำเสนอกลยุทธ์

จุดมุ่งหมายหลักของวิทยานิพนธ์คือการสร้างต้นแบบแนวความคิดสำหรับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นไปที่ต้นกำเนิดภายในประเทศ การเกิดขึ้นของแฟชั่นภายในประเทศนั้นต้องคำนึงถึงสิ่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 6 อย่างดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้นด้วย ในขณะเดียวกัน การศึกษาเชิงประจักษ์นั้นแสดงให้เห็นว่าระบบแฟชั่นของไทยขาดนวัตกรรมจากผู้บริโภคเองหรือไม่ก็จากผู้จัดหา เนื่องจากทั้งสองฝ่ายนั้นไม่ให้ความสนใจในแฟชั่นตะวันตก สินค้ารวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาด ในขณะที่ ต้นแบบของกระบวนการแปลความหมายทางแฟชั่นได้แนะนำการขยายตัวของแฟชั่นไทยและการเลือกรับเอามาใช้ยังขาดกระบวนการของสัตวศาสตร์ที่สมบูรณ์และกระบวนการของไทยเองเริ่มจากวัตถุดิบ

ผลงานวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้ได้วิเคราะห์สรุปเป็นรูปแบบ ที่จะนำกลยุทธ์เข้าไปพัฒนาและทำให้เกิดเขตของสัญศาสตร์ให้ได้มากที่สุด ในกระบวนการออกแบบแฟชั่นของไทยโดย อโนทัย ใต้ สรุป และอธิบายและเชื่อมโยงไปยังบทบาทของสิ่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเข้ากับกิจกรรมซึ่งจะนำไปสู่การทำ ให้เกิดนวัตกรรมและพัฒนาวัตกรรรมรวมถึงปฏิสัมพันธ์ของสัญลักษณ์ทางแฟชั่นอย่างแท้จริง ดังแผนภาพ



ภาพประกอบ 4 แผนภาพ ตัวแบบกระบวนการออกแบบแฟชั่นในไทยกับกลยุทธ์
(The Thai Fashion Process Model with Strategies)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

การดำเนินการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) ในการศึกษาและวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ ชนิดการพัฒนาการเพื่อดูความก้าวหน้าของการเปลี่ยนแปลงจากเหตุการณ์ หรือปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งภายในช่วงเวลาที่กำหนด (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2535: 22-24) ในกรอบ ปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) ปรากฏการณ์วิทยาที่สนใจ อาจเป็นประสบการณ์ระดับสังคม ในที่นี้หมายถึง การศึกษาผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยร่วมสมัย โดยกำหนดช่วงเวลาที่ศึกษา คือเริ่มตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นไปจนถึงปัจจุบัน ในปี พ.ศ.2516 ถือกำเนิดนิตยสาร “ลลนา” ซึ่งนับได้ว่าเป็นนิตยสารผู้หญิงแฟชั่นเต็มรูปแบบฉบับแรกของไทย ที่ให้ความสำคัญกับการจัดรูปเล่มและภาพประกอบในแนวอันเป็นแบบฉบับของนิตยสารผู้หญิงในปัจจุบัน เป็นการเริ่มต้นอาชีพอื่นๆที่ปรากฏในงานแฟชั่น ของบุคคลที่มีอาชีพในวงการแฟชั่น ของไทย ทั้งทางตรงและทางอ้อม ตามแนวทางของยูนิยะ คาวามูระ (Yuniya Kawamura) ดังนี้ อิทธิพลที่ส่งผลต่อการเผยแพร่แฟชั่น 1. นักเขียน หรือผู้สื่อข่าวแฟชั่น (Fashion Journalists) 2.บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น (Fashion Magazine Editors) 3.นางแบบ และแฟชั่นโชว์ (Fashion Doll to Fashion Show) 4.เทคโนโลยีการผลิตและความก้าวหน้าทางการผลิต Technological Influences on Fashion) 5.การสื่อสารสื่อโฆษณาแฟชั่น (Fashion Advertising) ที่กล่าวถึง อิทธิพลและเป็นตัวแปรสำคัญการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบต่อแฟชั่น

โดย ทำการ ศึกษาจากกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยในช่วงเวลาที่กำหนด ประกอบกับต้นแบบ กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย (Thai Fashion Chang Process) ในการเปลี่ยนแปลงจากขั้นหนึ่งสู่อีกขั้นหนึ่ง มีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดที่เป็นผู้มีอำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย (แฟชั่นไทยร่วมสมัย) ที่สำคัญในแต่ละช่วงเวลาและมีความสัมพันธ์เชิงอำนาจในรูปแบบใด ที่ส่งผลถึงแฟชั่นไทยในปัจจุบันในด้าน รูปแบบและวิธีการสร้างความหมายใหม่ของวงการแฟชั่นไทย อย่างไรก็ตาม โดยการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ และการลงภาคสนาม ผู้วิจัยมีแนวทางในการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัย ในประเด็น

แฟชั่นไทยร่วมสมัย

- กระบวนการสร้างและกำเนิดแฟชั่นไทยร่วมสมัย
- ปรัชญาการณที่สำคัญใด ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย
- บุคคลใดหรือกลุ่มบุคคลใด ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย

แนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การดำเนินการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลชั้นต้น (Primary Sources) ข้อมูลชั้นรอง (Secondary Sources) และภาคสนามโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Key information) ร่วมด้วยการสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ในกิจกรรมทางด้านแฟชั่นร่วมสมัยของไทย นำมาเป็นแนวทางการวิเคราะห์ผลการวิจัยในขั้นสุดท้ายในเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ตามขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า โดยแบ่งขั้นตอนการทำงานการศึกษาดังนี้

1. ขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลแบ่งเป็นแหล่งข้อมูล 2 ลักษณะ คือ ข้อมูลชั้นต้น (Primary Sources) และข้อมูลชั้นรอง (Secondary Sources) ดังนี้

1.1 ข้อมูลชั้นรอง (Primary Sources) ผู้วิจัยทำการศึกษาจากเอกสารทางประวัติศาสตร์ เอกสารสิ่งพิมพ์ เอกสารวิชาการ ตำรา ผลงานวิทยานิพนธ์ ผลงานวิจัย บทความ และสื่ออื่นๆที่เกี่ยวข้อง

1.2 ข้อมูลชั้นต้น (Secondary Sources) ผู้วิจัยทำการศึกษาโดยวิธีการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยอาศัยวิธีการทางการลงพื้นที่ติดตามการทำงานของกลุ่มบุคคลในวงการแฟชั่น ในกิจกรรมอันเกี่ยวข้องกับวงการแฟชั่นไทย เช่น วิธีการออกแบบ กระบวนการทำงาน แฟชั่นโชว์ แฟชั่นวีค (Thailand Fashion Week) ถ่ายแบบ และการปรากฏตัวต่อสื่อทั้งทางตรงและทางอ้อม การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในวงการแฟชั่น เป็นต้น อาศัยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และไม่มีส่วนร่วม สัมภาษณ์กำหนดประเด็นคำถามจากแนวคิดข้างต้นในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key information) โดยผู้วิจัยได้คำนึงถึงการที่ไม่กว้างล้าเข้าไปในพื้นที่ ที่ผู้เล่าเห็นชอบอย่างแน่ชัดที่จะทิ้งไว้เป็นเบื้องหลัง โดยให้อิสระในความเป็นเจ้าของความคิดและประสบการณ์ โดยการสังเกตจากการรับฟังว่า ผู้ให้ข้อมูลได้พูดและแสดงออกอย่างไร ที่จะนำไปสู่แนวคิดที่มีอยู่ทั่วไป เพราะว่าผู้วิจัยจะไม่สามารถได้ยินและแปลความ แบ่งเป็นกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. สัมภาษณ์รับฟังการเล่าเรื่อง จากนักออกแบบเครื่องแต่งกายไทยร่วมสมัย ที่อยู่ในวงการแฟชั่น ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยกับเหตุการณ์ หรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในวงการแฟชั่นไทยในสังคมไทยในช่วงเวลานั้น ที่มีความสัมพันธ์ถึงข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์กับการดำเนินชีวิตในแต่ละช่วงเวลาในวงการแฟชั่นของตัวนักออกแบบ โดยสัมภาษณ์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัว ประสบการณ์ทำงาน บทบาทของนักออกแบบในวงการแฟชั่นไทย รวมถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับวงการแฟชั่นของไทย ในประเด็น

- กระบวนการสร้างและกำเนิดแฟชั่นไทยร่วมสมัย
- ปรากฏการณ์ที่สำคัญใด ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย
- บุคคลใดหรือกลุ่มบุคคลใด ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย โดยแบ่งตามช่วงเวลาดังนี้

1.1 เป็นนักออกแบบเครื่องแต่งกายของไทย ไม่น้อยกว่า 30 ปี

1.2 เป็นนักออกแบบเครื่องแต่งกายของไทย ไม่น้อยกว่า 15 ปี

1.3 เป็นนักออกแบบเครื่องแต่งกายของไทยร่วมสมัยปัจจุบันในระดับสากล

2. สัมภาษณ์เพื่อการเก็บข้อมูล จากบุคคลที่อยู่ในวงการแฟชั่นที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย ในเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในวงการแฟชั่นไทยที่มีความสัมพันธ์ถึงข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ ในประเด็น ในประเด็น

- กระบวนการสร้างและกำเนิดแฟชั่นไทยร่วมสมัย
- ปรากฏการณ์ที่สำคัญใด ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย
- บุคคลใดหรือกลุ่มบุคคลใด ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย

โดยใช้แนวทางในเรื่องของอิทธิพลเผยแพร่งานแฟชั่นที่สร้างอิทธิพลและการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบแฟชั่นที่ส่งผลกระทบต่อวงการเปลี่ยนแปลงแฟชั่น แบ่งเป็นกลุ่มบุคคลในวงการแฟชั่น ดังนี้

2.1 นักเขียน หรือกลุ่มผู้สื่อข่าวแฟชั่น บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น

2.2 นางแบบ และกลุ่มผู้จัดการแฟชั่น ไซเบอร์สื่อสารสื่อโฆษณาแฟชั่น

2. ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) ในการศึกษาและวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะบรรยาย ข้อเท็จจริง (Reality) ปรัชญาการณวิทยา (Phenomenology) โดยนำแนวคิดหรือทฤษฎีหลักนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ที่ได้แก่

ศึกษาวิเคราะห์ ต้นแบบ กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย (Thai Fashion Chang Process) ของ อโนทัย ชลชาติภิญโญ กำหนดช่วงเวลาที่ศึกษา เริ่ม ต้นจาก ปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นไปจนถึงปัจจุบัน ในปี พ.ศ.2516 ถือกำเนิดนิตยสาร “ลลนา” ซึ่งนับได้ว่าเป็น นิตยสารผู้หญิงแฟชั่นเต็มรูปแบบฉบับแรกของไทย ลำดับเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ในการเปลี่ยนแปลงวงการแฟชั่นของไทย โดยจัดกลุ่ม ในเรื่องของอิทธิพลเผยแพร่แฟชั่นที่สร้าง อิทธิพลและการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบแฟชั่นที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงแฟชั่น ที่ปรากฏจากการสัมภาษณ์ ของกลุ่มบุคคล ใน 2 กลุ่ม

เพื่อเปรียบเทียบกับแนวทาง ของยูนิยะ คาวามูระ (Yuniya Kawamura) 5 กลุ่มบุคคล และ กำหนดบทบาทลงใน ต้นแบบ กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่น ไทย 8 ขั้นตอน ด้วยการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลขั้นต้น (Primary Sources) และข้อมูลขั้นรอง (Secondary Sources) ตาม กระบวนการขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูลที่กล่าวไว้ข้างต้น โดยมีกิจกรรมการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงคุณภาพรูปแบบ ปฏิสัมพันธ์ ดังนี้ (นิสา ชูโต, 2545: 144-146)

1. การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) หมายถึง “กระบวนการเลือกค้นหาจุดที่น่าสนใจทำให้เข้าใจง่าย โดยสรุปย่อ ปรับข้อมูลดิบ ” การลดทอนข้อมูลเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบ การวิเคราะห์เพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นพวก เป็นประเภท เป็นรูปแบบ หาจุดสนใจและปรับลด หาข้อมูลใหม่จนกระทั่งได้ผลสรุปและพิสูจน์บทสรุปเป็นที่น่าพอใจ

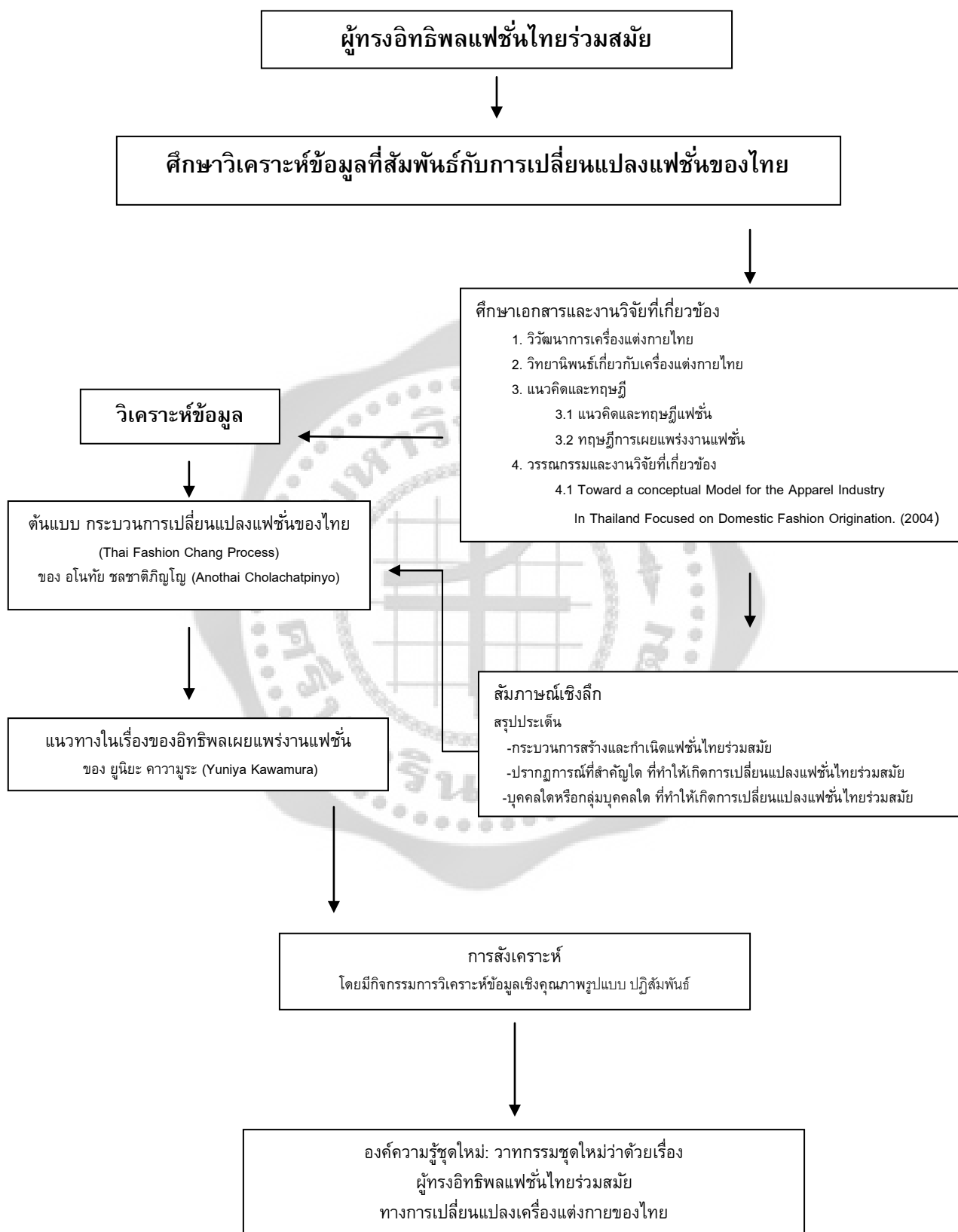
2. การแสดงข้อมูล (Data Display) หมายถึง “กระบวนการวิเคราะห์การจัดการเลือก ค้นคว้าตัวอย่างข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการสรุปคำพูด คำสัมภาษณ์ หรือเอกสาร การสังเกตจดบันทึก ฯลฯ” นำมาแสดงหลักฐานข้อมูลสรุปชั่วคราว เสนอไว้เพื่อแสดงให้เห็นและก่อให้เกิดความ เข้าใจว่า เกิดอะไรขึ้น ทำไม อย่างไร อันนำไปสู่การวิเคราะห์และสรุปผลต่อไป ในวิจัยฉบับนี้ใช้ การแสดงข้อมูลเชิงคุณภาพโดยทำในรูปแบบการเขียนเล่าเรื่อง (Narrative Text) เรียบเรียงตาม ช่วงเวลาและเหตุการณ์ (Time Consequence)

3. การสร้างข้อสรุปและยืนยันข้อมูล (Conclusion and Verification) หมายถึง “การสังเคราะห์ข้อสรุปย่อๆ ในช่วงแรกๆ เข้าด้วยกันเป็นบทสรุป และตรวจสอบยืนยันผลสรุปการวิจัยในช่วงสุดท้าย” โดยจะมองถึง ความหมาย ความคล้ายคลึง ความแตกต่าง ตรวจสอบบทสรุปให้นำเชื่อถือเพื่อยืนยันผลสรุปการวิจัยด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation)

การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการตรวจสอบสามเส้าวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บข้อมูลต่างๆ กันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการ ชักถาม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารอื่นๆ ประกอบด้วย นอกจากนี้เพื่อการตรวจสอบให้แน่ใจว่า การวิเคราะห์และการเก็บรวบรวมข้อมูลของเรานั้นถูกต้องหรือไม่อย่างไร ใช้วิธีการถกเถียงและซักถามผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ โดยทบทวนว่า ข้อมูล และการตีความหมายของเขานั้น ที่ยังตรงตามที่ให้ข้อมูลยึดถือเป็นแบบอยู่หรือไม่แล้วจึงทำการแก้ไขปรับปรุง (สุภางค์ จันทวานิช. 2531: 129) และใช้การนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์



ผังกรอบความคิดในการออกแบบการวิจัย



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในระดับ ศิลปกรรมศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขา ศิลปวัฒนธรรมวิจัย เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย ในการศึกษาในครั้งนี้ มีคำถามหลัก ในประเด็นที่ว่า

บุคคลหรือคนกลุ่มใดที่เป็นผู้มีอำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ย ยนแปลงเครื่องแต่งกาย ของไทย (แฟชั่นไทยร่วมสมัย) ที่สำคัญในแต่ละช่วงเวลาและมีความสัมพันธ์เชิงอำนาจในรูปแบบใด ที่ส่งผลถึงแฟชั่นไทยในปัจจุบันในด้านรูปแบบและวิธีการสร้างความหมายใหม่ ให้กับแฟชั่น ของไทยอย่างไร ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาว่า บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด เป็นผู้มีที่อำนาจหรืออิทธิพลทางการ เปลี่ยนแปลงแฟชั่น ใน กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย (Thai Fashion Change Process) บุคคลในวงการแฟชั่น เช่น นักออกแบบ บรรณาธิการหนังสือแฟชั่น แฟชั่นวีค (Fashion Week) นางแบบ เป็นต้น
2. เพื่อศึกษาว่า ผู้มีที่อำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่น ใน กระบวนการ เปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย (Thai Fashion Change Process) มีความสัมพันธ์เชิงอำนาจของผู้ ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในรูปแบบใด และทำให้เกิดปรากฏการณ์ทางการเปลี่ยนแปลง แฟชั่นของไทยอย่างไร

โดยผู้วิจัยทำการจัดแบ่งการวิเคราะห์ ออกเป็น 2 หัวข้อ

1. การศึกษาวิเคราะห์วิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทย
 - 1.1 สมัยการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไทยช่วงรัตนโกสินทร์สมัยใหม่
 - 1.2 สมัยการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง
2. การศึกษาวิเคราะห์แฟชั่นไทยร่วมสมัย
 - 2.1 ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย : กำเนิดแฟชั่นไทยร่วมสมัย
 - 2.1.1 สังคมไทยกับการกำเนิดแฟชั่นไทยร่วมสมัย
 - 2.1.2 กำเนิดนักออกแบบแฟชั่นไทยร่วมสมัย
 - 2.1.3 กำเนิดวงการแฟชั่นไทย

2.2 ผู้ทรงอิทธิพลแพชชั่นไทยร่วมสมัย : แพชชั่นไทยร่วมสมัยสู่ความเป็นสากล

2.2.1 ความทันสมัยของ สยามสแควร์และศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์

2.2.2 ความเป็นสากลของแพชชั่นไทยและแพชชั่นวีค

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อวิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาศิลปะและวัฒนธรรมวิจัย ในเรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลแพชชั่นไทยร่วมสมัย โดยเริ่มต้นจากการศึกษา เรื่องวิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายของไทย เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น

จากการศึกษา เรื่องวิวัฒนาการเครื่องแต่งกายของไทย บทสรุปจาก การวิเคราะห์ในแบบเดิมๆ อาจกล่าวได้ว่า วิวัฒนาการเครื่องแต่งกายของไทย มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม สภาพเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลง ทางการเมืองการปกครองของ ไทยเป็นหลัก โดยมีกลุ่มคนชั้นสูงที่เป็นกระแสหลักที่มีอิทธิพลในการบริหารประเทศ และสามารถเปลี่ยนแปลง สังคมได้เป็นผู้เริ่มต้น แต่การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำ การศึกษาวิวัฒนาการเครื่องแต่งกายของวิจัย เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลแพชชั่นไทยร่วมสมัย จากปรากฏการณ์เปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยจากเหตุการณ์ทางสังคม โดยผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาเป็น 2 ยุคสมัย ได้ดังนี้ 1.สมัยการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไทยรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ และ 2. สมัยการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง

1. การศึกษาวิเคราะห์วิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทย

1.1 สมัยการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไทยช่วงรัตนโกสินทร์สมัยใหม่

ผู้วิจัยเริ่มทำการศึกษการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไทยช่วงรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ จากการวิเคราะห์ สังคมไทย และการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย ในช่วงเวลา รัตนโกสินทร์สมัยใหม่ โดยการวิเคราะห์จากรายงานวิจัยของ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา ในผลงานวิจัยเรื่อง การแต่งกายสตรีกับหัตถกรรมทอผ้าในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์ (2542) ที่กล่าวถึงสังคมไทยในสมัยรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ ไว้เป็น 2 ช่วงสมัย คือ สังคมจารีตสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น และสังคมไทยสมัยปฏิรูป โดยผู้วิจัย ได้ทำการ สรุปเรื่องราวของสังคมไทยสมัย การเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไทยช่วงรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ ไว้ดังนี้

1.1.1 สังคมไทยสมัยสังคมจารีตรัตนโกสินทร์ตอนต้นกับการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทย

สังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ปี พ.ศ. 2335-2394 มีลักษณะเป็นสังคมแบบจารีตแนวประเพณีนิยม ภายหลังจากเหตุการณ์การเสียกรุงศรีอยุธยาผ่านพ้นไปในเวลาหนึ่ง การเริ่มต้นวางรากฐานด้านต่างๆในสมัยธนบุรี ช่วย ทำให้ผู้คนมีขวัญและกำลังใจดีขึ้น ภาวะทางเศรษฐกิจจะดีขึ้น และมีปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ พระมหา กษัตริย์ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ทรงมีความพร้อมในการดำเนินพระราชบรมราชาบายสร้างกรุงเทพฯ ตามแบบกรุงเก่า เพื่อบำรุงขวัญและกำลังใจของอาณาประชาราษฎร์ให้เหมือนเมื่อครั้งบ้านเมืองยังดี ทรงโปรดเกล้าฯให้สร้างพระบรมมหาราชวัง ตลอดจนวัดอาราม ด้วยลักษณะทางสถาปัตยกรรมและศิลปกรรม ที่สืบทอดมาจากกรุงศรีอยุธยา มีการฟื้นฟูพระราชพิธีและขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ทั้งการรวบรวมวรรณคดี บทละคร และงานด้านศิลปะอื่นๆของสมัยกรุงเก่า ให้เกิดขึ้นใหม่ในรูปแบบผสมผสาน รูปแบบของลักษณะสังคมไทย ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ในผลงานวิจัยเรื่อง การแต่งกายสตรีกับหัตถกรรมทอผ้าในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์ ของ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา กล่าวไว้อย่างสรุป ว่า (2542: 9) สังคมไทยในช่วงเวลานี้ก็เป็นไปในทำนองเดียวกับปลายสมัยอยุธยา กล่าวคือ ยังคงยึดถือ “พระไอยการตำแหน่งนา ยพลเรือนและนายทหารหัวเมือง” ซึ่งบัญญัติขึ้นตั้งแต่สมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถแห่งกรุงศรีอยุธยา เป็นข้อกำหนดในการจัดระเบียบความสัมพันธ์ทางสังคม โดยแบ่งบุคคลในสังคมออกเป็นสองระดับ กล่าวคือ ระดับ มุลนาย ได้แก่พระมหากษัตริย์ เจ้านาย และขุนนางที่มีศักดินาตั้งแต่ 400 ขึ้นไป ทำหน้าที่ควบคุมกำลังคนในสังกัดของตน ซึ่งจะมีจำนวนมากหรือน้อยลดหลั่นตามฐานะ ให้ปฏิบัติตนในกรอบของกฎหมาย ขณะเดียวกันมุลนายก็ต้องให้ ความคุ้มครองแก่คนในสังกัดของตนในด้านการศาลและอื่นๆตามที่กฎหมายระบุไว้ ระดับสามัญชนได้แก่ ไพร่ และ ทาส ไพร่ คือ ราษฎรสามัญที่ทำหน้าที่เป็นแรงงานในการผลิตและเป็นแ รงงานเกณฑ์ทำงานโยธาให้แก่รัฐและ มุลนายของตน ส่วนทาสนั้นเป็นสมบัติของนายเงิน ซึ่งอาจซื้อขายโอนให้แก่ผู้อื่นได้ เช่นเดียวกับทรัพย์สินสมบัติอื่น

แต่สังคมไทยในช่วงสังคมจารีตรัตนโกสินทร์ตอนต้นนี้ ก็ยังมีบางช่วงบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปจนส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและรสนิยมใหม่ ผ่านกลุ่มชนชั้นสูงสู่การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยในเวลาต่อมา ก็คือ การนิยมบ ริโภคผ้าที่มาจากต่างประเทศเพื่อการแต่งกาย เกิดขึ้นจากการที่ประเทศไทยมีการขยายตัวค้าขายกับต่างประเทศมากขึ้น จากนโยบายของการบริหารประเทศ โดยมีการเพิ่มปริมาณการค้ากับอาณาจักรต่างๆโดยรอบ เช่น จีน อินเดีย เวียดนาม กัมพูชา และหัวเมืองมลายู ดังที่ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา

อ้างถึงพระราชพงศาวดารในช่วงเวลานั้นที่ได้บันทึกไว้ในผลงานวิจัย ไว้ว่า “มีเรือสำเภาจากไทย บรรทุกสินค้าต่างๆออกไปขายเมืองจีนทุกๆปี บางลำก็ขายแต่สินค้า บางทีก็ขายทั้งสินค้าและเรือด้วยกัน ได้กำไรในการค้าสำเภาเป็นอันมาก ” (2542: 10) การขยายตัวทางการค้าดังกล่าวทำให้เกิดความนิยมในการบริโภคผ้าจากต่างประเทศเพื่อการแต่งกายของชนชั้นสูง และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยในเวลาต่อมา

สรุปได้ว่า สังคมไทยในสังคมจารีตสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นเชื่อมโยงกับการแต่งกายของสตรีไทยได้ ดังนี้ รูปแบบการแต่งกายของสตรีชั้นสูงและสตรีสามัญชนมิได้แตกต่างกันมากนัก สตรีชั้นสูงจึงเน้นความสำคัญของการแต่งกาย ในด้านคุณภาพและความสวยงามของผ้า ตลอดจนเครื่องประดับอันสูงค่า เริ่มมีความหลากหลายและรับความทันสมัยจากต่างประเทศมากขึ้น จากการบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะผ้าสำหรับการแต่งกาย สตรีสามัญทั่วไป การแต่งกายเป็นไปตามภาระหน้าที่หลายหลากประการที่ต้องแต่งกายให้เหมาะสมกับการทำงาน เมื่อมีงานในเทศกาลต่างๆหรือเมื่อไปวัด สตรีสามัญจึงจะต้องแต่งกายพิถีพิถันกว่าปกติ โดยใช้ผ้าที่ทอด้วยตนเอง เป็นพิเศษ เพราะการทอผ้าถือเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญอย่างหนึ่งของสตรีในสมัยนั้น โดยได้รับการถ่ายทอดจากมารดาหรือญาติผู้ใหญ่

1.1.2 สังคมไทยสมัยปฏิรูปกับการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทย

สังคมไทยสมัยปฏิรูป เริ่มต้นขึ้นหลังสมัยสังคมจารีตสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การแต่งกายในช่วงรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ใน สังคมไทยสมัยปฏิรูป เริ่มต้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และพระมหากษัตริย์พระองค์ต่อมาในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ในช่วงก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ในปี พ.ศ. 2475 ที่ประเทศไทย ในช่วงเวลานั้นเรียกกันว่า “สยาม” อยู่ในช่วงเวลาของปฏิรูปประเทศให้ทันสมัย มีการยกระบบไพร่และระบบทาส จัดตั้งระบบศาลตามแบบตะวันตก ปฏิรูปการปกครอง การศึกษา กฎหมาย ตลอดจนการปรับปรุงการคมนาคม ส่วนในด้านเศรษฐกิจ สยามได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับตลาดโลกมากขึ้น เมื่อกรุงเทพฯ ได้กลายเป็นศูนย์กลางทางการค้าของประเทศ จากการเปิดประเทศตามสนธิสัญญาเบาริงตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2398 ทำให้สยามมีการติดต่อค้าขายกับประเทศตะวันตกมากขึ้น การส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว พร้อมกับสินค้าจากตะวันตก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าบริโภค ที่ล้นไหลเข้ามาในตลาดของประเทศอย่างต่อเนื่อง

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของไทย ในช่วงเวลานี้ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางสังคมไทยด้วย โดยทำให้แบ่งกลุ่มคนในสังคมออกได้ชัด เป็น 3 กลุ่ม คือ คนชั้นสูง ได้แก่เจ้านาย และขุนนางระดับสูง คนชั้นกลาง ได้แก่ข้าราชการระดับกลางลงไป ตลอดจนเจ้านายและลูกจ้างของธุรกิจใหม่ๆ รวมทั้งนักหนังสือพิมพ์ คนชั้นล่าง ได้แก่ ผู้ค้าหาบเร่ คนรับใช้ในบ้านและลูกจ้างแรงงานรายวัน (สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา. 2542: 53)

จากการสรุปชนชั้นทางสังคมของ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา ในที่กล่าวไว้ข้างต้น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม ไทยที่สำคัญที่สุดในสมัยนี้ ก็คือ การเกิดคนชั้นกลาง ทั้งนี้ เนื่องจากความคิดเห็นของคนชั้นกลางที่มีการศึกษาเป็นแรงสนับสนุนสำคัญต่อการริเริ่มการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของคนชั้นสูง และมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมบางประการด้วย การเกิดคนชั้นกลาง จึงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงสังคมของประเทศได้โดยตรงในช่วงเวลานี้

ในเรื่องของการแต่งกายในสังคมไทยระยะเริ่มสมัยใหม่ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา ให้เหตุผลการศึกษาและการแบ่งการพิจารณาให้เป็น 2 กลุ่มตามโครงสร้างสังคมที่เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ได้แก่ การแต่งกายของสตรีชั้นสูงและสตรีชั้นกลางระดับสูงจนถึงระดับกลางกลุ่มหนึ่ง การแต่งกายของสตรีสามัญชนซึ่งหมายถึงคนชั้นกลางระดับล่าง ตลอดจนสตรีที่ใช้แรงงานและเกษตรกรอีกกลุ่มหนึ่ง

ผลของการเกิดคนชั้นกลาง ทำให้ได้ลักษณะทางภูมิปัญญาที่สำคัญของสังคมไทยที่สามารถบอกได้ถึง การเริ่มต้นความสมัยใหม่ เช่น เกิด การยอมรับในหมู่ปัญญาชน ในแนวคิดเรื่องความก้าวหน้าของสังคม ซึ่งได้แก่ความเชื่อที่ว่า ควรมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสังคมไทยในด้านต่างๆ นำประเทศไปสู่ความ “ศิวิไลซ์” ทัดเทียมอารยประเทศ โดยมีความเจริญก้าวหน้าของประเทศตะวันตกเป็นแบบอย่างที่สำคัญ

การเริ่มต้นความคุ้นเคยต่อวิถีชีวิตแบบตะวันตก ทำให้คนชั้นสูงและชั้นกลางในสมัยนี้ให้ความสำคัญกับการตกแต่งที่อยู่อาศัยมากกว่า คนในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ชาวตะวันตกร่วมสมัยคนหนึ่งได้บันทึกไว้ว่า บ้านของคนชั้นสูงในสมัยนั้นแบ่งเป็นสองส่วน ส่วนหนึ่งตกแต่งแบบไทยและอีกส่วนหนึ่งตกแต่งแบบตะวันตก (สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา .2542: 54) ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว สตรีชั้นสูงเริ่มมีบทบาทในการสมาคมตามอย่างสตรีตะวันตก บทบาทดังกล่าวมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป เริ่มตั้งแต่การต้อนรับมิชชันนารีและแขกเมืองชาวตะวันตก การตามเสด็จไปเยือนต่างประเทศ ตลอดจนไปทำหน้าที่ในต่างประเทศในฐานะภรรยาทูต จนกระทั่งในเวลาต่อมา ถึงในการสมาคมในหมู่คนไทยด้วยกัน สตรีชั้นสูงรวมถึงชั้นกลางก็ยังถูกคาดหวังให้มีส่วนร่วมรวมอยู่ด้วย

วิเคราะห์ได้ว่าผู้ชายในสมัยปฏิรูปประเทศยอมรับบทบาทด้านนี้ของสตรี เพราะเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ของความทันสมัยของบิดาหรือสามีที่ยินยอมให้ ลูกสาวหรือภรรยาของตนมีบทบาทด้านนี้ ขณะเดียวกันบทบาทการสมาคมของสตรีก็เป็นเพียงเรื่องของมารยาทสังคม ดังนั้นบทบาทของสตรีชั้นสูงและชั้นกลางในการสมาคมต้อนรับแขก จนกลายเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความ “ศิวิไลซ์” ของครอบครัวและสังคมไทยโดยรวม จึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนการแต่งกายของสตรี เพื่อให้เหมาะสมกับบทบาทดังกล่าว ดังนั้น การแต่งกายของสตรีจึงนับเป็นสัญลักษณ์ที่เห็นชัดเจนและเป็นรูปธรรมของความเจริญก้าวหน้าของสังคม ไทยตามแบบประเทศตะวันตก ในขณะเดียวกันการแต่งกายก็ปรับเปลี่ยนในรูปแบบค่อยเป็นค่อยไป เพื่อให้เกิดความผสมผสานกับวัฒนธรรมการแต่งกายแบบเดิม ทั้งนี้ก็เพื่อรักษาลักษณะเฉพาะบางประการของการแต่งกายแบบจารีตไว้ด้วย

แต่อย่างไรก็ตามสังคมไทยสมัยปฏิรูปใน สมัยการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไทยช่วงรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกาย ก็ยังคงได้รับอิทธิพลที่ เริ่มต้นมาจากในราชสำนักก่อน แล้วจึงแพร่หลายมาสู่กลุ่มอื่นๆทั่วไป โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างทีละเล็กละน้อย เป็นค่อยไป จะสังเกตเห็นได้ว่า บรรดาผู้ใกล้ชิดในราชสำนักที่เรียกกันว่า คนชั้นสูง จะเป็นผู้นำในการแต่งกายในสมัยนั้นอย่างชัดเจน การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยจะเปลี่ยนแปลงไปตามการกำหนดนโยบายของสถาบันกษัตริย์ โดยมีการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการแต่งกาย จนกลายเป็นการแต่งกายของไทยในช่วงเวลาหนึ่งที่มีเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับ ในเวลาต่อมา

ช่วงที่มีอิทธิพล ทาง การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกาย มากที่สุดในประวัติศาสตร์ของการแต่งกายไทย คือ สมัยรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ทรงมีการสืบทอดการกำหนดนโยบายจาก รัชกาลที่ 4 พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ทรงมองเห็นแนวความคิดของชาวตะวันตกที่เป็นกระแสหลัก โดยมีการดำเนินนโยบายทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ของประเทศไทยเพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของโลก ตลอดจนปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ขนบธรรมเนียมประเพณีบางอย่างให้สอดคล้องกับแนวนโยบายของต่างประเทศ ที่นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงการแต่งกาย ในการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของไทยในครั้งนี้ มีเบื้องหน้าเบื้องหลังจากกระแสของการเมืองและการปกครอง ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนการเปิดประเทศติดต่อกับชาวตะวันตกที่กำลังแสวงหาอาณานิคมและช่วงชิงอำนาจทั้ง ทางด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมืองการปกครอง เป็นกระแสหลัก โดยการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายในครั้งนี้มีผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นชนชั้นสูงในราชสำนัก

จุดเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการแต่งกายที่ชัดเจนของไทย เริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2414 ในช่วงที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จกลับจากการประพาสสิงคโปร์ อันเป็นการเสด็จประพาสต่างประเทศ เป็นครั้งแรก ท่านได้ทรงปรับปรุงประเพณีการไว้ผม และการแต่งกายของคนไทยให้เป็นไปตาม รูปแบบสากลนิยม คือ โปรดฯให้ผู้ชายไทยในราชสำนักเลิกไว้ผมทรงมหาดไทยไว้ผมตัดยาวตามแบบอย่างฝรั่ง การเสด็จประพาสสิงคโปร์ในครั้งนั้น โปรดฯให้เจ้านายและผู้เสด็จ ตามประพาส สวมเสื้อนอกคอปิด มีเสื้อเชิ้ตข้างใน แล้วผูกผ้าผูกคอ สวมถุงน่องรองเท้าแบบฝรั่ง แต่ยังคงให้มุ่งใจกระเบนผ้าม่วงสีกรมท่า (สีน้ำเงินแก่) ทั้งทหารและพลเรือน ในครั้งนั้นนับว่า เป็นจุดเปลี่ยนแปลง และต้นแบบของรูปแบบเครื่องแต่งกายไทยสำหรับเจ้านายให้เป็นไปตามประเพณีนิยมของชาวตะวันตกเป็นครั้งแรก และถือว่าเป็นที่นิยม เพราะหลังจากการเสด็จประพาสอินเดียและพม่าในครั้งต่อมา โปรดฯให้แก้ไขแบบการแต่งกายตั้งแต่ครั้งเสด็จสิงคโปร์ เพื่อมากำหนด ให้เป็น “ยูนิฟอร์ม” (Uniform) โดยทรงให้ช่างออกแบบดัดแปลงจากเสื้อนอกของฝรั่งสำหรับเจ้านายและขุนนางเมื่อเข้าเฝ้า ที่เรียกว่า ราชแปดแตง (Raj Pattern) แปลว่า เสื้อแบบหลวง ภายหลังเรียกว่า ราชปะแตน โดยมีเจ้าพระยาภาสกรวงศ์ (พร บุญนาคน) เวลานั้นยังเป็นนายราชฉัตยานุหารว่าที่เป็นหมื่นศรีสรรักษ์ ราชเลขานุการ เป็นผู้อาสาคิดชื่อถวาย เขาถามคือ คือ คำว่า ราช บวกกับภาษาอังกฤษ คือคำว่า แพทเทิน (Pattern) และสวมหมวกอย่างยุโรปหรือหมวกหางนกยูง ครั้งเมื่อเสด็จประพาสอินเดีย

ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ก็ได้เกิดผู้นำการแต่งกายของสตรีในราชสำนัก ที่เรียกได้ว่าเริ่มมีผู้นำทางด้านกรแต่งกายที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายในเวลาต่อมาของไทย ในปี พ.ศ. 2439 เป็นครั้งแรกที่โปรดฯให้ผู้หญิงเลิกไว้ผมเปีย จากเจ้าคุณพระประยูรวงศ์ (แพ บุญนาคน) พระสนมเอก ครั้งนั้นรัชกาลที่ 5 จะทรงชักชวนอย่างไรไม่ทราบ ที่สุดเจ้าประยูรวงศ์ก็ทูลรับอาสาเป็นผู้นำ แรกๆคงมีผู้ค่อนข้างอดหรือไม่กล้าเอาอย่าง แต่เมื่อรู้ว่าเป็นพระราชนิยมก็ทำตามอย่าง (อเนก นาวิกมูล. 2547: 75) และเจ้าคุณพระประยูรวงศ์ก็ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นผู้นำการแต่งการสตรีในสมัยนั้น เป็นผู้นำการแต่งตัว (Leader of Fashion) ของนางในอยู่นาน คงเป็นเพราะใกล้ชิดพระเจ้าอยู่หัว อาจทูลปรึกษาหารือพระราชนิยมได้ผิดกับผู้อื่น ท่านออกแบบอย่างใด คนอื่นก็ทำตามโดยไม่รังเกียจ (สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา 2542:61) ผู้ชายเริ่มนุ่งกางเกงเป็นเครื่องแบบของทหาร จากการมีพระราชโองการให้ข้าราชการฝ่ายทหารทุกกรมกอง แต่งเครื่องแบบนุ่งกางเกงอย่างทหารยุโรป แทนนุ่งโจงกระเบนแบบเก่า

ในปี พ.ศ.2439 ผู้หญิงเริ่ม สวมรองเท้าส้นสูง สีรองเท้าสีรับเดียวกับโจงกระเบน เครื่องประดับเลียนแบบยุโรป ผมทรงดอกกระพุ่ม โปรดฯฉลองพระองค์แบบตะวันตกล้วน จากการเริ่มต้น สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ ที่เป็นผู้นำและมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง

ต้นแบบรูปแบบเครื่องแต่งกายที่เป็นสากลตะวันตกเกิดขึ้นนับตั้งแต่นั้น หลังจากนั้นไม่นานผู้หญิงไทยเริ่มหันไปนิยมแบบเสื้อของอังกฤษ คือ เสื้อคอตั้งแขนยาว ต้นแขนพองคล้ายขาหมูแฮม แต่ก็ยังคงมีผ้าห่มเป็นแพรแบบสไบเฉียง ส่วนการนุ่งผ้ายกหมัดลาด ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายตามเกียรติยศของฝ่ายในที่มีมาแต่โบราณยังคงใช้สำหรับเวลาแต่งกายเต็มยศใหม่

ในปี พ.ศ. 2441 การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยถูกกำหนด และกวดขันการแต่งกายให้ดูเรียบร้อยสมกับคำว่า ศิวีไลซ์ ลงไปสู่ราษฎรทั่วไปโดยการมีพระราชโองการของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยผ่าน ราชเลขาธิการ ดังที่ว่า มีพระราชบรมราชโองการดำรัสสั่งว่าในเวลารับเค้ารอพดู รินั้น ได้พบกับหญิงเปลือยผ้าห่มและเด็กเปลือยผ้าห่มตามทางไปมาเรื่อยๆ ย่อมเป็นที่เสียมเสียดพระเกียรติยศเป็นอันมาก การที่จะรับเจ้าเฮนรีกรูเยอร์มันครั้งนี้ขอให้ดีขึ้น ต่อมาในช่วงปลาย รัชกาลที่ 5 ผู้หญิงไทยเลิกนุ่งจีบ เปลี่ยนมานุ่งโจงกระเบนหมด เจ้านายฝ่ายในทรง ภูษา ฉลองพระองค์ แบบฝรั่ง คอตั้งสูง แขนยาวมีลูกไม้ตกแต่งเป็นระบายหลายชั้น สวมถุงเท้ามีลายปัก ส่วนผู้ชาย นิยมนุ่งกางเกงแบบตะวันตกมากขึ้น สวมหมวกกระโถ (สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา. 2542: 72)

ความทันสมัยในสมัยแรกเริ่ม ในสมัยนี้จากความคุ้นเคยต่อวิถีชีวิตแบบตะวันตก ของคนชั้นสูงและชั้นกลาง ที่แตกต่างจากสังคมในสมัยจารีตในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นที่คุ้นเคยเฉพาะชนชั้นสูงเท่านั้น อาจเกิดจากเป็นช่วงเวลาของการ ปฏิวัติอุตสาหกรรมที่ทำให้ มีสินค้าจากตะวันตกมีความหลากหลายมากขึ้นที่ครอบคลุมทั้ง เครื่องแต่งตัว เครื่องใช้เครื่องเรือน จำนวน ผู้บริโภคสินค้า ในไทย ขยายวงกว้างขึ้น มิได้จำกัดแต่เฉพาะคนชั้นสูงบางกลุ่มเหมือนที่ผ่านมา เนื่องจากการ โฆษณาส່ว่นหนึ่ง ในหนังสือพิมพ์ที่มีมากขึ้น ทำให้กลายเป็นสื่อหนึ่งที่จะเข้าถึงคนชั้นสูงและคนชั้นกลางที่มีการศึกษาได้ง่าย และยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง กับคนกลุ่มอื่นๆ ในเวลาต่อมา

ใน สมัย รัชกาลที่ 6 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์ทรงเป็นพระมหากษัตริย์พระองค์แรกที่ได้ทรงศึกษาในต่างประเทศ รวมถึงขุนนางรุ่นใหม่ที่ได้รับการศึกษาจากตะวันตกเข้าบริหารประเทศ ผลจากการ ที่ทรงศึกษาในต่างประเทศตั้งแต่ท รงพระเยาว์ พระองค์ทรงพยายามทำให้บ้านเมืองไทยเจริญขึ้นในด้านการปกครองบริหารแผ่นดิน ซึ่งคนไทยขณะนั้นยังตามไม่ทัน การเปลี่ยนแปลงการแต่งกายยังมิได้รับอิทธิพลจากการบริหารแผ่นดินมากนัก แต่พระองค์ทรง กลับเป็นผู้นำให้เกิดค่านิยมอย่างใหม่ในการแต่งกายของสตรีตามแนวพระราชานิยม แนวความคิดนี้ยังถูกสนับสนุนในบทความอื่นๆ ที่เป็นการบอกถึงการเปลี่ยนแปลงและรณรงค์ค่านิยมการแต่งกายจากการบริหารแผ่นดิน โดยใช้สื่ออื่นๆ เป็นครั้งแรกทางด้านการแต่งกาย สื่อที่ใช้คือหน้าหนังสือพิมพ์ไทย หนังสือพิมพ์รายวัน เมื่อวันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2465

เผยแพร่วาทกรรมโดยการรณรงค์ให้ปฏิบัติตามพระราชนิยม โดยยกตัวอย่างว่ามีเจ้านายชั้นสูง พระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าวัลลภาเทวี (พระนามของพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าวัลลภาเทวี ขณะทรงเป็นพระคู่หมั้น) เป็นตัวอย่างในการนำการเปลี่ยนแปลง คือ ทรงนำทางการทงผ้าขึ้นเป็นบุคคลแรกๆ ไว้ว่า พระวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าวัลลภาเทวีทรงนำทางนุ่งผ้าขึ้นแล้ว (อเนก นาวิกมูล . 2547: 125)

การใช้สื่อในการนำเสนอด้านการแต่งกายทำให้คนชั้นสูงและคนชั้นกลางที่มีการศึกษาเป็นตัวขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย คนชั้นสูงและคนชั้นกลางถือว่าเป็นต้นแบบสำหรับการใช้ชีวิตและการบริโภคแบบทันสมัยในยุคหนึ่ง ดังที่ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา กล่าวถึง อิทธิพลคนชั้นสูงและคนชั้นกลางที่มีการศึกษา ที่มีโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ซึ่งกล่าวว่า คนชั้นสูงและคนชั้นกลางที่มีการศึกษา ได้ทำให้สินค้าบริโภครวมถึงการดำเนินวิถีชีวิตของเหล่าเหล่านั้นมีความน่าสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายและเรื่องการแต่งกาย โดยกล่าวไว้ว่า (สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา. 2542: 78)

...โฆษณาในหนังสือพิมพ์ซึ่งกล่าวแล้วว่า กลายเป็นสื่อสำคัญของคนชั้นสูงและคนชั้นกลางที่มีการศึกษา ได้ทำให้สินค้าเหล่านั้นมีความน่าสนใจมากขึ้น ในด้านเครื่องแต่งตัวนั้น คนชั้นสูงและชั้นกลางนิยมอย่างสูงจากชาวสยามที่มีฐานะมั่นคง ดังที่สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรส พระเจ้าน้องเธอในรัชกาลที่ 5 ทรงเล่าว่า "...จะตัดเสื้อตามร้านเจ๊ก ก็เป็นของที่เรียกว่าไม่ได้แก้ตัว ผักก็เป็นของมีตาขตั้งสวมอายุเขก ตัดที่ห้างฝรั่งเสียเงินมากกว่า จึงเป็นการที่ปรารถนา ก่อนโดยความเต็มใจ"

ในระยะแรกความนิยมในความเป็นตะวันตกจากความนิยมในการสวมเสื้อที่แตกต่างของหมู่สตรีชั้นสูงและชั้นกลาง ตลอดจนสามัญชนบางส่วนที่มีฐานะ นิยมในร้านตัดเสื้อของชาวตะวันตก ที่นิยม มาเปิดร้านในกรุงเทพฯ ในย่านที่เรียกได้ว่าหากผู้ใดต้องการตัดเสื้อผ้าที่ทันสมัยก็ต้องไปที่ย่านนั้น ห้างนั้น เช่น ห้างแรมแซย์ ห้างแบดแมนและห้างยอน แซมสัน และร้านตัดเสื้อผ้าของชาวจีน ในย่านถนน บำรุงเมือง เพ็ญนครพาหุรัด และเจริญกรุง และภายหลังมีห้างของคนไทย เช่น ห้างเจริญกิจนาวิสยาม ถนนตะนาว ห้างแรมแซย์ อาจได้เปรียบทางด้านชื่อเสียง เพราะเป็นห้างโปรดของ สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความทันสมัยที่เป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของไทย ที่คนชั้นสูงและคนชั้นกลางเป็นผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของความทันสมัย ดังที่ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา กล่าวไว้ (2542: 73)

“...สำหรับห้างชาวตะวันตกนี่ถือเป็นร้านตัดเสื้อชั้นนำสำหรับผู้ที่มีฐานะมันคง หากผู้ใดต้องการตัดเครื่องเสื้อผ้าที่ทันสมัยก็ต้องไปที่ห้างเหล่านี้ ซึ่งรับตัดเสื้อผ้าทั้ง ของบุรุษและสตรี ดังเช่น สมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ โปรดเกล้าฯ ให้ห้างฝรั่ง เช่น ห้างแรมเซย์ตัดฉลองพระองค์ สำหรับงานสำคัญ”

ความนิยมความเป็นตะวันตก หรือที่เปรียบได้กับความทันสมัย ในช่วงเวลาของสังคมปฏิรูปของไทย ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น แต่ในต้นรัชกาลที่ 6 รูปแบบการแต่งกายของ สตรีไทยแม้จะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมจากการบริโภคสินค้าจากต่างประเทศอย่างหลากหลายมากขึ้น รวมถึงความนิยมการตัดเสื้อผ้า แต่ การสวมใส่เสื้อผ้า ก็ยังเป็นการแสดงออกในรูปแบบกรอบเดิมๆ ที่เป็นไปในลักษณะการสวมใส่ที่เป็นเครื่องหมายบอกยศหรือบอกตำแหน่งในสังคม ที่ยังไม่ใช่เพื่อความสวยงามพอที่จะบอกได้ว่ามา จากอิทธิพลของแฟชั่น เท้าใหร่นัก ถึงแม้ สตรีเริ่มแต่งผมเป็นผมมวยผมเป็นคลื่นๆ นุ่งผ้าขึ้นรูปแบบ แฟชั่นกระโปรงแคบ ยังมีนุ่งผ้าม่วงคล้ายรัชกาลที่ 5 อยู่ด้วย เพราะสตรี ที่ได้รับบรรดาศักดิ์เป็นคุณหญิงจะได้รับพระราชทานแพร ที่เป็นเครื่องบอกยศ การแต่งกายโดยรวม ก็ยังคงนุ่งโจงกระเบนอยู่ทั้งในราชสำนักตลอดจนข้าราชการและประชาชน แต่เจ้านายฝ่ายในและสุภาพสตรีชั้นสูงทรงเครื่องประดับและประดับอาภรณ์ต่างๆมากขึ้น ที่ทั้งจากที่สั่งทำและจากการนำเข้ามาจากต่างประเทศ

สรุปว่า สังคมไทยในสมัยปฏิรูปอันเป็นระยะเริ่มความสมัยใหม่นั้น มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ รวมทั้งการแต่งกาย ด้วย ปัญญาชนไทยรวมทั้งองค์พระมหากษัตริย์ให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของสตรี เพราะถือ ว่าเป็นสัญลักษณ์ที่เป็นรูปธรรมของความเจริญก้าวหน้าของประเทศตามแบบตะวันตก เครื่องแต่งกายสมัยใหม่ของสตรีไทยในสมัยนี้จึงเน้นการผสมผสานระหว่างเครื่องแต่งกายตะวันตกและแบบเดิม ที่เป็นผลของการเกิดขึ้นชั้นกลางในสังคม ที่ทำให้มีลักษณะทางภูมิปัญญาที่สำคัญของสังคมไทย ในเป็นความสมัยใหม่ ที่เชื่อว่าการพัฒนาสังคมไทยในด้านต่างๆ จะนำไปสู่ความ “ศิวิไลซ์” ทัดเทียมนาอารยประเทศ โดยมีความเจริญก้าวหน้าของประเทศตะวันตกเป็นแบบอย่างที่สำคัญ อย่างไรก็ตามการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก็ยังไม่ได้เป็นการเอาอย่างตะวันตกโดยละทิ้งลักษณะความเป็นไทย เป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงที่เป็นการผสมผสานสิ่งใหม่เข้ากับ ความเป็นไทย ที่ไม่ขัดกับรากฐานที่สำคัญของสังคมไทย โดยมีรัฐเป็นผู้ควบคุมอย่างไม่เป็นทางการ อาจเรียกได้ว่าเป็นช่วงเวลาของจุดเริ่มต้นของความทันสมัยของไทย ในรูปแบบผสมผสาน สำหรับสตรีสามัญนั้น โดยทั่วไปยังคงนุ่งผ้าหมสไบ เช่นในสมัย รัตนโกสินทร์ตอนต้น อย่างไรก็ตาม การแต่งกายของสามัญชนก็มีส่วนเกี่ยวพันกับแนวความคิดเรื่องความก้าวหน้าของสังคม โดยเฉพาะสามัญชนที่

อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ทั้งนี้เพราะรัฐได้พยายามดำเนินการให้สามัญชนสวมเสื้อ เพื่อแสดงความ สิบ วิไลซ์ ของพระนครแห่งนี้ การแต่งกายแบบใหม่ทำให้เกิดความนิยมผ้าตัดเสื้อ ผ้าลูกไม้และ เครื่องประดับสตรีจากยุโรป ในหมู่สตรีชั้นสูงและชั้นกลาง และแม้แต่สามัญชนบางส่วน ก็เริ่มนิยม ซื่อผ้าจากตะวันตก โดยเห็นว่าสะดวกกว่าทอผ้าใช้เอง ในรัชกาลที่ 7 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้า เจ้าอยู่หัว ผู้หญิงเริ่มเปลี่ยนเป็นนุ่งผ้าถุง สวมเสื้อไม่มีแขน แต่ผู้ชายคงสวมเสื้อคอปกกระดุม 5 เม็ด นุ่งผ้าม่วงโจงกระเบนเหมือนเดิม แต่สมัยนี้นิยมสวมกางเกงแพรจีนแพรหลายมากขึ้น จนเป็น แพร่ชั้นแบบทั่วๆไปทั้งผู้หญิงและผู้ชาย แต่ผู้หญิงตามชนบท ยังคงนุ่งโจงกระเบนไม่เปลี่ยนแปลง รัชกาลที่ 7 ทรงเสวยราชย์ต่อจากรัชกาลที่ 6 ใน ปี พ.ศ. 2481 ถึง ปี พ.ศ. 2475 ประเทศไทยมีการ เปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบบ รัฐธรรมนูญ มีนายกรัฐมนตรี เป็นฝ่ายบริหาร มีเหตุทำให้ ผู้หญิงไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยการเปลี่ยนแปลงนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสรุปไว้ ในยุคถัดมา

1.2 สมัยการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง

ผู้วิจัยเริ่มทำการศึกษา สมัยการ การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยหลังเปลี่ยนแปลง การปกครอง จากการศึกษาวิเคราะห์สังคมไทยและการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยในช่วงเวลา สังคมสมัยสร้างชาติ โดย ทำการวิเคราะห์จากรายงานวิจัยของ สุวดี ธนประดี ทวีพัฒนา ใน ผลงานวิจัยเรื่อง การแต่งกายสตรีกับทัศนคติทอผ้าในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์ ที่กล่าวถึง สังคมไทยในสมัยสร้างชาติ กับ รายงานการวิจัย เรื่อง ประมวลหลักฐาน การเปลี่ยนแปลงทาง วัฒนธรรมสมัยประชาธิปไตย ของ ส . พลายน้อย จากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม แห่งชาติ โดยผู้วิจัย สรุปเรื่องราวของสังคมไทยสมัยการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยหลัง เปลี่ยนแปลงการปกครอง ไว้ดังนี้

เมื่อสิ้นสมัยรัชกาลที่ 6 รัชกาลที่ 7 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเสวยราชย์ ต่อใน ปี พ.ศ. 2468 จวบจนใน ปี พ.ศ. 2475 รัชกาลที่ 7 ทรงตัดสินพระราชนิพนธ์ครั้งสำคัญ เมื่อ ครั้งการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงการปกครองได้เกิดขึ้น ทรงยินยอมที่จะเป็นพระมหากษัตริย์ภายใต้ รัฐธรรมนูญตามการปกครองในระบอบประชาธิปไตย เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2475 ทั้ง ๆ ที่ พระองค์ก็ยัง ทรงมีกองทัพที่จงรักภักดี และสนับสนุนเพียงพอ ที่จะต่อสู้กับ คณะราษฎร ผู้ก่อการ เปลี่ยนแปลงการปกครอง ในครั้งนั้น ได้ ประเทศไทย เปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบบ รัฐธรรมนูญและมีนายกรัฐมนตรีเป็นฝ่ายบริหาร ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา รัชกาลที่ 7 ทรงสละ ราชสมบัติเมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2477 รัชกาลที่ 8 พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันท มหิดล เสด็จขึ้นทรงราชย์ต่อจากนั้น

หลังจากนั้นไม่นาน ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2481 จอมพล ป. พิบูลสงครามเข้าดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีคนที่ 3 ในสมัยกา รปกครองตามระบอบประชาธิปไตย ในครั้งนั้น นายกรัฐมนตรีคนที่ 3 ก็ได้แถลงต่อประชาชนชาวไทยอย่างชัดแจ้งว่า นโยบายสำคัญของรัฐบาลก็คือ การนำประเทศเข้าสู่ความเป็นอารยะ จึงกล่าวได้ว่า สังคมไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2481 จนถึงช่วงเวลาสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็น “สมัยสร้างชาติ” โดยมีรัฐบาล ที่มี จอมพล ป. เป็นผู้นำ และมีเป้าหมายสำคัญ คือ การยกฐานะของไทยให้เจริญรุ่งเรืองทัดเทียมอารยประเทศ ที่มีประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยรัฐนิยมการใช้ชื่อ ประเทศ ประชาชนและสัญชาติ โดยให้ใช้ว่า “ไทย” เป็นการเริ่มต้นเข้าสู่เป้าหมายสำคัญ (ส. พลายน้อย . 2537:11) จอมพล ป. พิบูลสงครามได้ให้คำจำกัดความของการสร้างชาติ ในการกล่าวปราศรัยในโอกาสเฉลิมฉลองวันชาติ ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดให้ตรงกับวันที่ 24 มิถุนายน อันเป็นวันเปลี่ยนแปลงการปกครองมาสู่ระบอบประชาธิปไตย ในคำปราศรัยดังกล่าว มีความตอนหนึ่งว่า (สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา. 2542: 95)

...คำว่าสร้างชาติเป็นคำสั้น อันได้ละความหมายไว้ให้เข้าใจมากกว่าตัวอักษร 2 พยางค์ที่ปรากฏอยู่ เพราะฉะนั้นจึงอาจมีผู้เถียงว่าชาติมีมานานแล้ว เหตุใดจึงต้องมาสร้างกันให้เกิดอะไรมาอีก แท้จริงความหมายของการสร้างนั้นมีว่าชาติไทยมีอยู่แล้ว แต่สถานะบางอย่างของชาติยังไม่ขึ้นถึงขั้นระดับ สัมกับความต้องการของประชาชาติไทย เราจำเป็นต้องพร้อมใจกันสร้างเพิ่มเติมให้ดีขึ้นกว่าเดิม ช่วยปรับปรุงไปจนกว่าทุกคนพอใจ หรืออย่างน้อยก็ได้ระดับเสมออารยประเทศ...

นโยบายการสร้างชาติของรัฐบาล จอมพล.ป. รัฐบาลได้วางแนวปฏิบัติที่สำคัญ ประการ คือ การสร้างความสมบูรณ์ในทางเศรษฐกิจ การสร้างความเป็นปึกแผ่นของชาติ และการสร้างวัฒนธรรมอันดีงาม นโยบายสร้างชาติและการดำเนินการของรัฐบาลในเรื่องที่ว่าด้วยวัฒนธรรมสร้างชาติ รัฐบาลจอมพล ป. มีเป้าหมายที่จะยกระดับความเป็นอยู่ของชาวไทย วางแบบแผนวิถีชีวิตและค่านิยมทางวัฒนธรรมที่คิดว่าเหมาะสม พร้อมทั้งจัดค่านิยมและวิถีการดำเนินชีวิตของชาวไทยที่ไม่เหมาะสมให้หมดไป โดยมีความเชื่อที่ว่า จะเป็นการนำไปให้สังคมไทยมีความเจริญรุ่งเรืองทัดเทียมอารยประเทศได้จากนโยบายนี้

จากการวิเคราะห์ ผู้วิจัยเห็นได้ว่า การนำประเทศไทยไปสู่อารยประเทศด้วยการนำของรัฐบาลสมัยสร้างชาตินั้น ดำเนินการเช่นเดียวกับผู้ปกครองประเทศในสมัยสมบูรณาญาสิทธิราชย์ แต่ดูจะชัดเจนและมีอำนาจในการดำเนินการในการแสดงออกทางนโยบายมากกว่า ทั้งนี้อาจมีปัจจัยสำคัญมาจากการที่ จอมพล ป. เป็นสมาชิกชั้นนำผู้หนึ่งของคณะราษฎร ซึ่งได้ทำการเปลี่ยนแปลงการปกครองประเทศมาสู่ระบอบประชาธิปไตย ตั้งแต่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2475 จอมพล ป. และปัญญาชนฝ่ายรัฐบาลกลุ่มหนึ่ง จึงมีความคิดว่า ผู้นำรุ่นใหม่มีภาระหน้าที่ในการ

สร้างเอกลักษณ์ใหม่อันเหมาะสมให้แก่ชาติ ด้วยการขจัดวัฒนธรรมเดิมที่ล้าหลังบางประการและสร้างวัฒนธรรมใหม่อันเป็นสากลนิยม ที่น่าจะเป็นรูปธรรมการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน เริ่มจากพลเมืองของรัฐต้องเริ่มต้นจากมีวัฒนธรรมดี ศิลธรรมดี มีอานามัยดี มีการแต่งกายดี นโยบายเริ่มแรกนี้มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงสังคม และวิถีชีวิตของคนไทยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยในเวลาต่อมาอีกครั้งอย่างชัดเจน ดังที่จะกล่าวต่อไป

แนวทางในการสร้างชาติทางวัฒนธรรม ของรัฐบาลจอมพล ป . ได้ประกาศรัฐนิยมเป็นหลักการและหลักปฏิบัติ รัฐนิยมรวมทั้งสิ้นมี 12 ฉบับ โดยฉบับแรกประกาศในเดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. 2482 และฉบับอื่นๆตามมาเป็นระยะๆ ตั้งแต่ ว่าด้วยรัฐนิยมการใช้ชื่อของประเทศ ประชาชนและสัญชาติ การป้องกันภัยที่จะเกิดแก่ชาติ การเรียกชื่อชาวไทย การเคารพธงชาติ เพลงชาติและเพลงสรรเสริญพระบารมี การให้ชาวไทยพยายามใช้เครื่องอุปโภคบริโภคที่มีกำเนิดหรือทำขึ้นในประเทศไทย ทำนองเพลงชาติ ชักชวนชาวไทยร่วมกันสร้างชาติ เนื้อเพลงสรรเสริญพระบารมี ภาษาและหนังสือหน้าที่พลเมืองดี กิจกรรมประจำวันวันของคนไทย การช่วยเหลือคุ้มครองเด็ก คนชราหรือคนทุพพลภาพ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา (2542: 95) สรุปเรื่องประกาศรัฐนิยม ของรัฐบาลสมัยสร้างชาติว่า เป็นการอธิบายความหมายของ “รัฐนิยม” ว่า “คือการปฏิบัติให้เป็นประเพณีนิยมที่ดีประจำชาติ เพื่อให้อนุชนคนไทยเรายึดถือเป็นหลักปฏิบัติ รัฐนิยมนี้มีลักษณะละเอียดคล้ายคลึงกับจรรยาบรรณของอารยชนจะพึงปฏิบัติตนเอง ” มีหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการแต่งกายของไทย ใน รัฐนิยมฉบับที่ 10 เรื่อง “การแต่งกายของประชาชนชาวไทย ” ซึ่งประกาศในวันที่ 15 มกราคม ปี พ.ศ. 2484 ไว้ดังนี้ (ส. พลายน้อย. 2537: 27-28)

...ด้วยรัฐบาลสังเกตเห็นว่า การแต่งกายของประชาชนชาวไทยในสาธารณสถาน หรือที่ชุมชนยังไม่สุภาพเรียบร้อยสมกับวัฒนธรรมของชาติไทย คณะรัฐมนตรีจึงได้ลงมติเป็นเอกฉันท์ให้ประกาศเป็นรัฐนิยมไว้ดังต่อไปนี้

1. ประชาชนชาวไทยไม่พึงปรากฏตัวในที่ชุมชน หรือสาธารณสถาน ในเขตเทศบาลโดยไม่แต่งกายให้เรียบร้อย เช่น นุ่งแต่กางเกงชั้นใน หรือไม่สวมเสื้อหรือนุ่งผ้าลวยชาย เป็นต้น
2. การแต่งกายที่ถือว่าเรียบร้อยสำหรับประชาชนชาวไทยมีดังต่อไปนี้
 - ก. แต่งเครื่องแบบตามสิทธิและโอกาสที่แต่งได้
 - ข. แต่งตามแบบสากลนิยมในทำนองที่สุภาพ
 - ค. แต่งตามประเพณีนิยมในทำนองที่สุภาพ...

ในเวลาต่อมารัฐบาลได้จัดตั้งสภาวัฒนธรรมแห่งชาติ ขึ้นเมื่อ วันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2485 เพื่อให้บรรล่วัตถุประสงค์ในการสร้างวัฒนธรรมที่เหมาะสมและเป็นองค์หลักในการปรับปรุงทะนุบำรุง และเผยแพร่วัฒนธรรมอันเหมาะสมไปสู่ประชาชน ที่เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายสร้างชาติ ในขณะที่อำนาจทางการเมืองและการทหารของจอมพล ป . พิบูลสงคราม มีความเหนียวแน่น รัฐบาลก็มีเสียงข้างมากในสภา ในปี พ .ศ. 2484 ประเทศไทยเข้าสู่สงครามโลกครั้งที่ 2 ตั้งแต่วันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2484 เป็นต้นมา อำนาจทางการเมืองและทางการทหารของจอมพล ป . กลับมีอำนาจสูงชันจากข้ออ้างสภาวะสงครามที่เป็นเหตุผลในการเข้าสู่ตำแหน่งสำคัญๆทั้งหมด ตั้งแต่ ตำแหน่งนายกรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมและผู้บังคับบัญชาการทหารสูงสุด ซึ่งถือว่าเป็นการรวมอำนาจสูงสุดไว้กับผู้มีตำแหน่งในการบริหารประเทศแต่เพียงผู้เดียว รวมถึงการสื่อสารและการเผยแพร่ข่าวสารที่สำคัญของประเทศอีกด้วย

รัฐบาลในช่วงเวลานั้นให้ความสำคัญกับการสื่อสารและสื่อสารมวลชน ในการเผยแพร่นโยบายสร้างชาติผ่านทางวิทยุกระจายเสียง ซึ่งเป็นสื่อมวลชนใหม่และร่วมสมัยที่สุด วิทยุกระจายเสียงเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ที่จำเป็นอย่างยิ่งในการเผยแพร่ นโยบายของรัฐบาล เพราะสามารถสื่อสารไปถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางรวดเร็วและถึงในทุกครัวเรือน ภายใต้การควบคุมดูแลของรัฐบาล จอมพล ป.

การควบคุมและดูแลการสื่อสารมวลชนอย่างเบ็ดเสร็จของรัฐบาล จอมพล ป . ทั้งหมดนี้ รวมไปถึงหนังสือพิมพ์อันเป็นสื่อมวลชนสำคัญด้วย รัฐบาลมีการควบคุมหนังสือพิมพ์ ที่เคยวิพากษ์วิจารณ์นโยบายของรัฐบาลทั้งหมด โดยรัฐบาลสมัยสร้างชาติใช้วิธีการออกพระราชบัญญัติการพิมพ์และให้สิทธิพิเศษในการซื้อกระดาษจากโรงงานของรัฐแก่หนังสือพิมพ์ที่สนับสนุนรัฐบาล ในภาวะที่ราคาในท้องตลาดทั่วไปสูงมากในช่วงสงคราม เป็นแรงจูงใจ และทุกสำ นักพิมพ์จำต้องอยู่ในภาวะจำยอม คือการตีพิมพ์คำขวัญ “เชื่อผู้นำ ชาติพ้นภัย ” หรือคำขวัญอื่นๆ ที่มีเนื้อหาสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์แทบทุกฉบับเป็นประจำทุกวัน

ในนโยบายการสร้างชาติของรัฐ ต่อมาได้กำหนดบทบาทของบุรุษและสตรี โดยใช้วิธีการยกย่องและให้เกียรติสตรี ที่สำคัญการกำหนดบทบาทในครั้งนี้ทำให้เกิดบรรยากาศด้านการแต่งกายของสตรีตามมามากขึ้น โดยมีการกำหนดบทบาทของบุรุษและสตรี คือ บุรุษต้องมีหน้าที่ทำงานในอาชีพของตนอย่างขยันขันแข็ง ทั้งยังมีภาระหน้าที่ในการป้องกันชาติให้พ้นจากการรุกรานของศัตรู มีการเปรียบ เปรียบว่าบุรุษเป็น “รั้วของชาติ ” ในขณะที่สตรีต้องทำหน้าที่ในบ้านเรือนของตนให้ดีที่สุด ทั้งการเป็นเมีย แม่ และแม่เรือน รวมทั้งจะต้องตกแต่งร่างกายให้มีความงดงามสดชื่นเหมาะสมกับการเป็น “ดอกไม้ของชาติ ” ทั้งนี้เพื่อให้บุรุษเกิดกำลังใจในการ

ทำงานหนัก เป็นการกำหนด ดบทบาทที่ได้ผลในทางไปกลับ และส่งผลต่อการดำเนินนโยบาย การจัดระเบียบความสวยงามของการแต่งกายที่มุ่งไปสู่ความเป็นอารยชนของรัฐบาลได้อีกด้วย มีการส่งเสริมกันอย่างต่อเนื่อง มีการโฆษณาทางวิทยุที่รัฐบาลเป็นผู้ควบคุม โดยใช้เสียงผู้ชาย ยกย่องและให้เกียรติสตรี โดยการสร้างภาพตัวแทนของผู้หญิง จากผู้ หญิงที่เป็นที่รู้จักกันได้ในวง กว้าง โดยมีพิธีการพระราชทานยศแก่ท่านผู้หญิงละเอียด พิบูลสงคราม ภริยาใน จอมพล ป. พิบูลสงคราม ในวันที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2485 เป็นพันโทเหล่าทหารปืนใหญ่ เป็นนายทหาร พิเศษประจำกองทัพ และเป็นราชองครักษ์พิเศษ มีการจัดตั้งกองทหารหญิงตั้งเป็นโรงเรียนนาย ร้อยหญิง โรงเรียนนายสิบหญิง เป็นการยกย่องและตอกย้ำความตั้งใจแสดงถึงการยอมรับว่า หญิงมีฐานะเท่าเทียมชาย ภายหลังมีการก่อตั้งสำนักวัฒนธรรมฝ่ายหญิง ที่อยู่ในสาขาหนึ่งของ สภาวัฒนธรรมแห่งชาติ

ในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงครามนั้น การแต่งกายเริ่มมีความเป็นสากลมากขึ้น จากการ ขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาล ที่ได้แนะนำให้ประชาชนแต่งกายแบบสากลอย่างเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตามแม้การ แต่งกายแบบสากลเป็นที่นิยมในหมู่ราชการอยู่แล้ว แต่การนุ่งผ้าม่วงเสื้อ ราชประแตน ก็เริ่มจะเสื่อมความนิยม เป็นเพราะการนุ่งผ้าม่วงมีคว ามยุ่งยาก และสิ้นเปลือง มี เพียงการนุ่งกางเกงแพรดอกสีต่างๆเมื่อเวลาออกนอกบ้านเท่านั้น และแลดูไม่เข้ากัน จอมพล ป. พิบูลสงคราม จึงเห็นว่าควรสร้างระเบียบในการแต่งกายขึ้นมา โดยเฉพาะข้าราชการ เพื่อมิให้ แต่งกายอย่าง ตามอำเภอใจ ตามความสะดวกสบาย โดยอ้างว่า การแต่งกายแบบดังกล่าว ไม่ คำนึ่งถึงเกียรติของชาติและอาจทำให้ชาวต่างประเทศดูหมิ่นได้ จึงเริ่มชักชวนให้ เลิกนุ่งกางเกง แพร อ้างเหตุผลว่า เป็นรูปแบบ วัฒนธรรมของจีน มีเริ่มต้นชักชวนจากข้าราชการก่อน ต่อมา ภายหลังจากที่ ผู้ชายไทยหันมานิยมสวมชุดสากลแล้ว จึงได้ขอร้องให้สตรีไทย เลิกนุ่งโจงกระเบน เปลี่ยนมาเป็นนุ่งผ้าถุง สวมหมวก สวมรองเท้า โดยสร้างแรงกระตุ้นจากคำปราศรัยและบทความ ต่างๆ ของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ที่เผยแพร่ ตลอดจนการโฆษณาชักชวนอย่างเข้มข้นและ ต่อเนื่องมีรายการสนทนา นายมั่น ชูชาติ และนายคง รักไทย เป็นหลักในการเผยแพร่ (วิจิตรวงศ์ ณ ป้อมเพชร์. 2551: 83)

การเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของไทยกับนโยบายในการส่งเสริมของรัฐบาลสมัย จอมพล ป. พิบูลสงคราม มีทั้งผู้สนับสนุนและงุนงงของประชาชนที่อาจจะเดียดร้อน เพราะการ เปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจเข้าล่วงไปถึงการเปลี่ยนแปลงที่เป็นวิถีชีวิตประจำวัน ของประชาชน โดยตรงด้วย ดังประกาศที่ให้สตรีไทยทุกคน ไว้ผมยาวตามประเพณีนิยมในสมัยโบราณของไทย หรือตามสมัยนิยมในขณะนั้น เลิกการใช้ผ้าโจงกระเบน ไม่ใช้ผ้าคาดอกผืนเดียวปกปิดท่อนบน ให้เปลี่ยนเป็นการนุ่งผ้าถุงและใช้เสื้อแทน ต่อมา ก็ต้องสวมหมวก นุ่งกระโปรง สวมรองเท้า ซึ่งต้องใช้ทุนทรัพย์ค่อนข้างมาก จึงดูไม่เป็นที่ยอมรับนักกับประชาชนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์และ ตามมาด้วยความไม่เข้าใจของประชาชน

จากความไม่เข้าใจของประชาชนของการปฏิรูปการแต่งกายของคนไทยในครั้งนั้น ผู้นำประเทศ จอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้บันทึกเหตุผลที่แจ่มแจ้งเพื่อความเข้าใจ ผ่านหนังสือพิมพ์ ว่าเป็นเหตุผลทางการกีดกันวัฒนธรรมต่างชาติ โดยไม่ยอมให้วัฒนธรรมญี่ปุ่นเข้ามาเผยแพร่ในเมืองไทย ที่น่าจะเป็นทิศทางนโยบายในทางบวก แต่ก็ยังมีคนไม่เข้าใจอยู่มาก โดยกล่าวไว้ว่า (ส. พลายน้อย. 2537: 46)

...ในเรื่องการแต่งกายของคนไทย ผมเกรงจะมีคนแต่งอย่างญี่ปุ่น จึงได้ชักชวนให้ชายแต่งกายแบบสากลทั่วไป ให้หญิงแต่งอย่างชาวตะวันตก ...ได้มีประกาศให้ถือว่าซัออนและส้อมเป็นเครื่องใช้ประจำชาติ ทั้งนี้เพื่อกันมิให้ไทยหันไปนิยมใช้ตะเกียบอย่างญี่ปุ่น...

การสวมหมวก เป็นเรื่องที่ถูกเอิกเกริกกันมากที่สุด ในนโยบายของการปฏิรูปการแต่งกายของคนไทย เป็นเรื่องของที่จะเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการแต่งกาย ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงเชิงการบังคับ เริ่มต้นจากการบังคับการสวมหมวกเมื่อออกจากบ้าน ใช้วิธีการชักชวนประชาชนให้ปฏิบัติในต้นปี พ.ศ. 2484 โดยสืบเนื่องจากการกำหนดแบบแผนให้แต่งกายตามแบบชาวตะวันตกของรัฐบาล ที่อ้างถึงเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมของชาติและสุขอนามัย ในระยะแรกผู้คนคงยังไม่ปฏิบัติจนต้องออกหนังสือเวียนเพื่อเริ่มต้นกับกลุ่มข้าราชการเป็นกลุ่มแรก ก่อน ต่อมาจึง กล่าวคำวิวอนกับ ผู้หญิงไทย ในเรื่อง การสวมหมวกและการแต่งกาย โดยยกถึงคุณงามความดีในหน้าที่ของผู้หญิงไทยในการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายและความสำคัญของผู้หญิงไทยที่เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างชาติ โดยกล่าวไว้ดังนี้ (ส. พลายน้อย.2537:46-47)

...ณ บัดนี้ ข้าพเจ้าเห็นว่า ถึงสมัยอันควรแล้วที่จะขอวิวอนพี่น้องสตรีชาว ไทยทุกวัยอีกวาระหนึ่ง หลังจากที่ข้าพเจ้าได้เคยวิวอนให้การปรับปรุงการแต่งกายเดิมมาเป็นนุ่งถุง และไว้ผมยาวตามสากลนิยม ท่านสตรีไทยก็ได้ปรับปรุงมาด้วยดีเป็นการพร้อมเพียงกัน ซึ่งพวกเราทุกคนตลอดจนนานาชาติต่างได้และเห็นคุณงามความดีและความเป็นเอกฉันท์ของสตรีไทยอย่า จะหาเปรียบได้ยาก ถ้านักประวัติศาสตร์มีลำเอียงแล้ว ท่านสตรีไทยทุกวันนี้จะต้องได้มีนามจารึกลงประวัติศาสตร์ไว้อย่างแน่นอน ว่า สตรีไทยยุค พ.ศ. 2483-2488 นั้นได้ร่วมมือกันปรับปรุงการแต่งกายสำเร็จเรียบร้อยโดยพร้อมเพียงกันทั้งรวดเร็วเป็นการปฏิบัติชอบ ช่วยส่งเสริม วัฒนธรรมให้รุ่งเรือง นับเป็นกึ่งหนึ่งของการสร้างชาติให้ดีเด่น เป็นที่น่าสรรเสริญยิ่งนัก แม้สิ่งยากถึงปานนี้ท่านสตรีไทยทั้งหลายก็ทำได้ คงเหลืออีกเพียงสิ่งเดียวเท่านั้น ที่จะทำให้การแต่งกายของท่านสมบูรณ์ทุกประการ ซึ่งข้าพเจ้าจะได้ขอรับรองในโอกาสนี้ ข้าพเจ้า ก็หวังว่า ท่านสตรีไทยจะปฏิบัติได้โดยไม่ขัดข้องใดๆกัน สิ่งนั้นคือ การสวมหมวกเพื่อส่งเสริมการสร้างชาติของท่านในหน้าที่ของผู้หญิงไทยให้เด่นยิ่งขึ้น เป็นความจริงแท้ที่ว่า ถ้าสตรีท่านไทยได้สวมหมวกแล้ว ทั้งโลกตลอดจนพวกเราเองย่อมจะแลเห็นชัดว่าสตรีไทยปฏิบัติชอบกระทำสิ่งที่เป็นครีแก่ชาติโดยครบถ้วนบริบูรณ์ ...

ส พลายน้อย กล่าวถึงการสร้างวัฒนธรรมของการสวมหมวกในสมัยจอมพล ป . พิบูลสงคราม นั้นว่า เป็นแค่ความฝันเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่เมื่อตื่นขึ้นมาแล้วก็ไม่พบสิ่งนั้น (ส. พลายน้อย . 2537 : 49) ตามความเชื่อของรัฐบาล ที่ว่าการสวม หมวกของประชาชนสมัยนั้นจะส่งผลถึงประโยชน์ในการที่ทำให้ชาวต่างชาตินับถือในความเป็นระเบียบและความสามัคคี ยกย่องให้การสวมหมวกเป็นเกราะคุ้มกันเอกราช เพราะท้ายที่สุดก็เป็นเพียงการปฏิบัติในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น จอมพล ป . เขียนบทความในนามปากกา “สามัคคีไทย” เผยแพร่ถึงความมั่นใจการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายและการสวมหมวกจะพาชาติไทยเป็นมหาอำนาจ ดังบทความตอนหนึ่งที่เขียนสนับสนุนไว้ (สามัคคีไทย. 2486: 9-12)

... ถ้าพี่น้องชาวไทยได้ช่วยผู้นำของท่านโดยสวมหมวกกันพร้อมเพียง หญิงก็สวมหมวกทุกคน โดยเรียบร้อยด้วย สวยด้วยประกอบกับกระ ะโปรงก็เมาะเจาะดี จะแลไปทางใดก็พบชายแต่งตัวดี มีหมวก เสื้อนอก กางเกง รองเท้า หญิงก็มีหมวก กระโปรงรองเท้า ดั่งนี้แล้ว ท่านจะนึกใหม่ว่า ญี่ปุ่นมหาสมุทรของไทยเราจะชมเชยเราเพียงใด และจะยกย่องชาติไทยให้เป็นชาติตัวอย่างในมหาเอเซียนี้เพียงใด ทั้งชาวเอเซียทั่วไปก็จะนับถือคนไทยมากเพียงใด เชื่อว่าญี่ปุ่นอาจยอมให้ไทยเราเป็นชาติตัวอย่างในการแต่งกายในการสวมหมวกแก่ชาติอื่น ๆ ก็ได้ ... ถ้าเราเป็นอย่างนี้ท่านเชื่อหรือไม่ว่าหมวกหรือถ้าจะพูดให้หมดก็คือการแต่งกายให้ถูกต้องตามวัฒนธรรมนั้นเป็นการช่วยชาติให้สูงเด่นยิ่ง อาจถึงกับผดุงเอกราชของชาติได้เป็นอย่างดีด้วย ... ไม่ซีดไฟก้านเดียวอาจเผาบ้านเมืองให้วอดวายได้ฉันใด หมวกใบเดียวหรือการแต่งกายของชาติ ถ้าละเว้นหรือขาดตกบกพร่องก็อาจทำให้ชาติแตกสลายได้ฉันนั้น ในทางตรงกันข้ามหมวกใบเดียวก็อาจทำให้ไทยเป็นมหาอำนาจได้ในโลกคับขันนี้ ถ้าพี่น้องทุกคน ทั้งหญิงชายได้สวมหมวกกันเป็นที่เรียบร้อยตามคำของพิบูลสงคราม

นอกจากนี้ ในรัฐบาล จอมพล ป . พิบูลสงคราม โดยสภาวัฒนธรรม แห่งชาติ ที่นับว่ามีอำนาจทางการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายที่สำคัญที่สุดในช่วงเวลานั้น ด้วย เริ่มต้นจากทำหน้าที่พิจารณาเครื่องแต่งกายของไทย ในโอกาสต่างๆ วางระเบียบการแต่งกายของสตรีแบบ “เต็มยศ” “ครึ่งยศ” กำหนดเครื่องแต่งกายผู้ประกอบอาชีพบางอาชีพ เช่น ช่างตัดผม หญิงตัดผม คนเดินโต๊ะจำหน่ายอาหาร

ในปี พ.ศ. 2489 เกิดสงครามโลกขึ้น (ระหว่างเยอรมันกับฝรั่งเศส) มีอนุสาวรีย์ที่เป็นอนุสรณ์สงครามโลกครั้งที่ 1 คือ อนุสาวรีย์ทหารอาสา หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สัญลักษณ์ของผู้หญิงไทยที่ถูกสร้าง จากการแต่งกายใน ชุดแบบฝรั่ง คือ มีหมวก ถุงมือ ถุงเท้า ในก่อนหน้านั้นก็เปลี่ยนแปลงอีกครั้ง ที่ ต่อมาภายหลังเมื่อ ญี่ปุ่นแพ้สงคราม ประกอบกับช่วงเวลากอมพล ป . พิบูลสงคราม หมุดอำนาจจึงเลิกการใส่หมวก และกลับมาแต่งตามสบายแบบสากลเป็นหลัก

การสร้างวัฒนธรรมสร้างชาติในสมัยจอมพล ป . พิบูลสงครามนั้น มีการสะสมความรุนแรงและการไม่เห็นด้วยจนถึงการต่อต้านอยู่อย่างเรื่อยๆมาเป็นเวลานาน จนกลายเป็นปัญหาทางการเมืองภายใน จนกระทั่ง 16 กันยายน พ .ศ. 2500 คณะทหารโดยการนำของ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นหัวหน้านำทำการยึดอำนาจในการปกครองประเทศ เป็นช่วงเดียวกันที่ได้ทำการยุบกระทรวงวัฒนธรรม โดยไม่ทราบเหตุผล มีเพียงการบันทึกในหนังสืออนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพศาสตราจารย์นายแพทย์หลวงวิเชียรแพทยาคม (เถียร) อดีตปลัดกระทรวงวัฒนธรรม เมื่อ ป พ .ศ. 2520 โดย ส . พลายน้อย สรุปไว้ตอนหนึ่งว่า (2537: 341) การยุบเลิกกระทรวงวัฒนธรรมและสภาวัฒนธรรมแห่งชาติในครั้งนั้น ว่ากันว่าคณะผู้ยึดอำนาจไม่พอใจในสภาวัฒนธรรมแห่งชาติ โดยเฉพาะสำนักวัฒนธรรมฝ่ายหญิง ซึ่งกล่าวกันว่าเข้าไปยุ่งกับเรื่องราวของผัวๆเมียๆในครอบครัวเขามากเกินไป โดยเฉพาะครอบครัวของนายทหารในครั้งนั้น

สรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง เกิดจากเหตุการณ์หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองได้มีการเปลี่ยนแปลงประเพณีวัฒนธรรมการแต่งกายให้สอดคล้องกับการปกครองระบอบใหม่ ของ จอมพล ป . พิบูลสงคราม ผู้นำประเทศ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ไทยและภาพลักษณ์ของความทันสมัย ที่เป็นแนวคิดของชนชั้นผู้นำเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงสังคมและศิลปวัฒนธรรมในหลายๆด้านของประเทศ ที่สำคัญส่งผลต่อนโยบายในการใช้ศิลปกรรมเพื่อพัฒนาสังคมในด้านต่างๆโดยเฉพาะ การใช้สัญลักษณ์การยกย่องผู้หญิงและวัฒนธรรม ในการแต่งกายเป็นส่วนหนึ่งเพื่อ ผลประโยชน์ทางการเมืองการปกครอง มีการสร้างโอกาสแสดงบทบาท ทางสังคมที่มีมากขึ้นของผู้หญิงไทย โดยสร้างความเชื่อที่ว่า ผู้หญิงมีความสามารถและมีฐานะเท่าเทียมผู้ชาย ผู้หญิงมีสิทธิ เท่าเทียม ผู้ชายที่มีความสำคัญในการสร้างชาติและวัฒนธรรมอีกด้วย นับเป็นช่วงเวลาของการสร้างวัฒนธรรมร่วมสมัย ที่เป็นแบบแผนแบบวัฒนธรรมบังคับของประเทศไทยช่วงเวลานี้

ผลของนโยบายการสร้างชาติ และหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการแต่งกายของไทย ใน รัฐนิยมฉบับที่ 10 เรื่อง “การแต่งกายของประชาชนชาวไทย ” ที่เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล คือ รัฐบาลได้แนะนำให้ประชาชนแต่งกายแบบสากลอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อเป็นการสร้างชาติเพื่อนำสังคมไทยเข้าสู่การเป็นอารยะ รวมถึงนโยบายในส่วนของการยกย่องสตรีเป็น “ดอกไม้ของชาติ” ที่ควรแต่งกายให้สวยงามเพื่อจะช่วยให้บุรุษในฐานะ “รั้วของชาติ” มีความสุขและมีกำลังใจในการทำงาน เมื่อพิจารณาปฏิกริยาของสตรีต่อแนวคิดดังกล่าว จะเห็นได้ว่าสตรีสามัญชนซึ่งถูกคาดหวังให้ทำมาหากินเลี้ยงครอบครัวเช่นเดียวกับบุรุษมาโดยตลอดนั้น ไม่อาจปฏิเสธตนให้สอดคล้องกับแนวคิด “ดอกไม้ของชาติ” ได้อย่างสมบูรณ์ ดังเช่น สตรีชั้นสูงและชั้นกลาง ทำให้ใน

ช่วงเวลานี้ เป็นช่วงเวลาที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของสตรีไทยอย่างมากที่สุด เป็นวัฒนธรรมการแต่งกายที่สอดคล้องกับระบบการปกครองเป็นหลัก ผสมผสานกับความนิยมวัฒนธรรมตะวันตกของคนกรุงเทพฯที่เป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยในครั้งนี้ ได้ถูกกำหนดโดยผู้มีอำนาจรัฐ ที่เป็นศูนย์กลางการเผยแพร่แนวความคิด จากเดิมที่ศูนย์กลางการเปลี่ยนแปลง และการเผยแพร่ คือราชสำนัก โดยมีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงวัฒนธรรม รมให้เจริญทัดเทียมกับชาวโลก ชาวตะวันตกเช่นเดียวกัน ที่มีกลไกการสร้างเงื่อนไขทางวัฒนธรรมใหม่ ที่ส่งผลทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไปจากการดำเนินชีวิตตามครรลองเดิมในระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ และเพื่อให้เกิดการยอมรับอำนาจทางการเมืองของรัฐในระบบการปกครองใหม่อีกด้วย

2. การศึกษาวิเคราะห์แฟชั่นไทยร่วมสมัย

จากการศึกษาวิวัฒนาการการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทย เพื่อการวิจัย เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย ที่ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาเป็น 2 ยุคสมัย คือ 1. สมัยการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายไทยรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ และ 2. สมัยการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายไทยหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และสรุปไว้ในเบื้องต้นดังที่กล่าวไว้แล้ว ทำให้ได้เห็นถึงภาพรวมทางการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยที่ผ่านมา ว่าสอดคล้องกับบุคคลหรือคนกลุ่มใดที่เป็นผู้มีอำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย และที่สำคัญในช่วงเวลา ที่ผ่านมานั้น ผู้ทรงอิทธิพลมีความสัมพันธ์ กันเชิงอำนาจในรูปแบบใด และส่งผลถึงแฟชั่นไทยในปัจจุบันในด้านรูปแบบและวิธีการสร้างความหมายใหม่ให้กับแฟชั่นของไทยอย่างไรมาแล้วนั้น ในหัวข้อถัดมาผู้วิจัยได้ ทำการศึกษาและวิเคราะห์การ เปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย เพื่อที่จะได้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัยในแต่ละช่วงเวลา ว่ามี บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด เป็นผู้มีอำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นทำให้เกิดปรากฏการณ์ทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยอย่างไร

ผู้วิจัยเริ่มทำการศึกษาและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัยจากการวิเคราะห์สังคมไทยและการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยในช่วงเวลา ที่เรียกได้ว่าเป็นช่วงเวลาของแฟชั่นไทยร่วมสมัย โดยการวิเคราะห์จากรายงานวิจัยของ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา ในผลงานวิจัย เรื่องการแต่งกายสตรีกับทัศนคติทอผ้าในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์ ที่กล่าวไว้ ถึงสังคมไทยในสมัยแฟชั่นใหม่สมัยพัฒนา โดยให้คำจำกัดความช่วงเวลาของ แฟชั่นใหม่สมัยพัฒนา ไว้ว่า เป็นช่วงเวลาของ การที่สังคมไทยเข้าสู่ สมัยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตามแนวทางการคิดทางเศรษฐกิจ

ของฝ่ายโลกเสรี มีการวางแผนพัฒนาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตั้งแต่ พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา เน้นการลงทุนและอุตสาหกรรม ที่เรียกได้ว่าเป็นสังคมไทยที่ได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากตะวันตกมากยิ่งขึ้นและชัดเจน สอดคล้องกับการวางขอบเขตในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยที่กำหนดไว้ โดยกำหนดช่วงเวลาที่ศึกษา คือเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นไปจนถึงปัจจุบัน ในปี พ.ศ.2516 ซ้ำกว่าที่ สุวดี กำหนดไว้ 6 ปี การกำหนดปี พ.ศ. 2516 เป็นตัวกำหนดขอบเขตในการศึกษา คือ การถือกำเนิดนิตยสาร “ลลนา” เป็นนิตยสารผู้หญิงแพชั่นเต็มรูปแบบฉบับแรกของไทย ที่ให้ความสำคัญกับการจัดรูปเล่มและภาพประกอบในแนวอันเป็นแบบฉบับของนิตยสารผู้หญิงในปัจจุบัน เป็นการเริ่มต้นอาชีพอื่นๆที่ปรากฏในงานแพชั่น ของบุคคลที่มีอาชีพในวงการแพชั่นของไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม

2.1 ผู้ทรงอิทธิพลแพชั่นไทยร่วมสมัย : กำเนิดแพชั่นไทยร่วมสมัย

2.1.1 สังคมไทยกับการกำเนิดแพชั่นไทยร่วมสมัย

สังคมไทยในสมัยหลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองล่วงเลยจนมาถึง เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลงในปี พ.ศ. 2488 สังคมไทยได้รับอิทธิพลด้านต่างๆจากประเทศมหาอำนาจฝ่ายสัมพันธมิตรซึ่งเป็นฝ่ายชนะสงคราม โดยเห็นได้ชัดเจนตั้งแต่ต้นทศวรรษ 2500 เป็นต้นมา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ จากรายงานวิจัยของ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา ในผลงานวิจัยเรื่อง การแต่งกายสตรีกับหัตถกรรมทอผ้าในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์ ที่กล่าวไว้ถึงสังคมไทยในสมัยแพชั่นใหม่สมัยพัฒนา ไว้ดังนี้

สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา สรุป ไว้ว่า สังคมไทยในยุคนี้ ว่าเป็น ยุคสังคมสมัยพัฒนา สังคมสมัยพัฒนา คือ สังคมในช่วงเวลาที่ประเทศไทยเข้าสู่สมัยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ตามแนวคิดทางเศรษฐกิจของฝ่ายโลกเสรีในช่วงหลังสงครามโลก มี จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ หัวหน้าคณะปฏิวัติ ซึ่งเป็นผู้ผลักดันการพัฒนาประเทศในลักษณะดังกล่าว จอมพลสฤษดิ์ ได้กล่าวคำปราศรัยต่อประชาชนภายหลังการปฏิวัติในปี พ.ศ. 2501 มีใจความว่า วัตถุประสงค์หลักของคณะปฏิวัติก็คือการเข้ามาพัฒนาประเทศ จอมพลสฤษดิ์ เน้นไว้ว่า...งานสำคัญของเราในระยะปฏิวัตินี้คือ งานพัฒนา ที่ได้แก่ งานพัฒนาการเศรษฐกิจ การศึกษา การปกครองและทุกสิ่งอย่าง... (สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา. 2542: 137) การเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงของนโยบายในระดับผู้นำของประเทศ ที่ส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมไทยในเวลาต่อมาของยุคสมัยนั้น ผู้วิจัยสรุป ไว้ดังนี้

รูปแบบการปกครองของรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ เป็นแบบเผด็จการทหาร ซึ่งให้อำนาจสูงสุดแก่นายกรัฐมนตรี ตามความในมาตรา 17 แห่งธรรมนูญการปกครองราชอาณาจักร พุทธศักราช 2502 การพัฒนาประเทศในช่วงแรก ดำเนินไปตลอดระยะเวลาที่จอมพลสฤษดิ์ ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี สืบเนื่องไปใน ถึงสมัยของนายกรัฐมนตรีคนต่อมา คือ จอมพลถนอม กิตติขจร ที่เป็นการพัฒนาภายใต้กรอบของแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับหนึ่ง (พ.ศ. 2504 ถึง พ.ศ. 2509) และแผนพัฒนาฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2509 ถึง พ.ศ. 2514) ในฉบับที่ 2 เพิ่มเติมชื่อเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเพื่อ ให้ครอบคลุมงานทางด้านสังคมด้วย แผนพัฒนาฉบับนี้ ยังคงยึดแนวทางตามแผนฯ คือการพัฒนาก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศและการลงทุนในอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า มีการรวมเอาแนวคิดด้านการพัฒนาสังคมควบคู่กันไปด้วย มุ่งให้ผลของการพัฒนาออกไปสู่พื้นที่ชนบทที่ห่างไกล มีการทุ่มงบประมาณเพื่อการลงทุนในส่วนภูมิภาคถึงร้อยละ 75-80 นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนมากขึ้น และจัดตั้งคณะกรรมการต่าง ๆ ขึ้นเพื่อทำหน้าที่ยกร่างกลยุทธ์การพัฒนารายสาขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาอุตสาหกรรมการค้าและบริการที่ส่งเสริมมากขึ้น (การพัฒนาเศรษฐกิจของไทย. ม.ป.ป. ออนไลน์)

โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า แผนพัฒนาทั้งสองฉบับ มีความคล้ายคลึง กันตรงที่เน้นที่การสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ ดังเช่น ถนน ไฟฟ้า การชลประทาน ระบบการสื่อสาร การพัฒนาการศึกษาและสาธารณสุข ตลอดจนการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยมุ่งส่งเสริมบทบาทเอกชนในการลงทุนด้านอุตสาหกรรม รัฐบาลได้สร้างความมั่นใจให้นักลงทุนโดยประกาศนโยบายว่าจะไม่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมประเภทเดียวกับที่สนับสนุนให้เอกชนดำเนินการและไม่โอนกิจการอุตสาหกรรมของเอกชนมาเป็นของรัฐ รัฐบาลเน้นส่งเสริมการผลิตอุตสาหกรรมในประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้า แต่หลังจากนั้น 4 ปี รัฐบาลประกาศกฎหมายส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรม ทั้งทุนจากต่างประเทศและทุนในประเทศ มีการจัดตั้งคณะส่งเสริมการลงทุนรวมทั้งประกาศพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมใน พ.ศ. 2505 ซึ่งเอื้อประโยชน์แก่ผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมที่รัฐส่งเสริม

สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา สรุป การดำเนินการของรัฐบาล ในช่วงการส่งเสริมด้านอุตสาหกรรมของรัฐบาล ไว้ว่า ทำให้อุตสาหกรรมประกอบและผลิตยางรถยนต์ ยารักษาโรค ปั่นด้ายและการทอผ้า ผลิตกระดาษ ผลิตแก้วและกระจก ขยายตัวอย่างมาก จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นจากจำนวน 16,500 โรงงานใน พ.ศ. 2503 เป็น 38,393 โรงงาน ใน พ.ศ. 2508 และ เป็น 41,212 โรง ใน พ.ศ. 2509 เศรษฐกิจเติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก แต่โครงการต่างๆที่

รัฐบาลดำเนินการเพื่อพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะการสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจด้านต่าง ๆ นั้น รัฐบาลไม่สามารถกระทำได้ตามลำพัง ทั้งนี้เพราะเงินออมในประเทศและบุคลากรของไทยยังไม่เพียงพอที่จะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาเงินช่วยเหลือและกู้เงิน ตลอดจนความร่วมมือด้านอื่น ๆ จากต่างประเทศ และจากความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกาที่มีมาตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้อเมริกาเป็นประเทศที่ให้ความช่วยเหลือแก่ไทย รวมทั้งยังมีบทบาทสูงต่อการกำหนดนโยบายวางแผนและพัฒนาเศรษฐกิจของไทย (2542: 138)

หลังจากนั้น โครงการพัฒนาของไทย ก็ได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนทั้งในด้านเงินทุนและบุคลากรจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นส่วนใหญ่ในเวลาต่อมา เริ่มมีผู้เชี่ยวชาญพิเศษเข้ามาประจำยังกรุงเทพฯ และกระจายไปที่อื่นๆ อีกทั้งรัฐบาลและเอกชนชาวอเมริกันยังมอบทุนเพื่อให้บุคลากรของไทยเดินทางไปฝึกอบรมและศึกษาต่อในสหรัฐอเมริกา เหตุการณ์นี้ทำให้เกิดความหลังไหลของความทันสมัยจากโลกตะวันตก โดยเฉพาะความทันสมัยของสังคมอเมริกาเริ่มเข้ามาในไทยอย่างต่อเนื่องตั้งแต่นั้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนทางสังคมของไทยในหลายด้านในเวลาต่อมา

ความทันสมัยของสังคมอเมริกาที่เริ่มเข้ามาในไทยอย่างต่อเนื่องนั้น ประกอบกับในช่วงเวลาเดียวกันนี้ การเกิดเหตุการณ์สภาพสงครามเย็น ซึ่งเป็นอีกเหตุการณ์หนึ่งที่ส่งผลทำให้ความทันสมัยของสังคมอเมริกาเข้ามาสู่ไทยด้วยอีกทางหนึ่ง เริ่มจากการเกิดเหตุการณ์สภาพสงครามเย็น ที่ได้ก่อตัวขึ้นหลังสงครามระหว่างค่ายเสรีประชาธิปไตยอันมีสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำ กับค่ายคอมมิวนิสต์ที่มีสหภาพโซเวียตรัสเซียเป็นผู้นำ เหตุการณ์นั้นผลักดันให้ไทยมีความใกล้ชิดกับสหรัฐอเมริกามากขึ้นไปอีกขั้น เหตุการณ์สงครามเย็นลูกกลมเข้ามาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในทศวรรษที่ 2500 เป็นต้นมา สถานการณ์คุกคามของคอมมิวนิสต์ในประเทศเพื่อนบ้านลูกกลมมาขึ้นจนเริ่มส่งผลถึงไทย จนถึงเหตุการณ์พรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทยได้เข้าไปเคลื่อนไหวในชนบท รวมทั้งได้จัดตั้งวิทยุเสียงประชาชนแห่งประเทศไทย ทำการกระจายเสียงโจมตีรัฐบาลและเผยแพร่อุดมการณ์คอมมิวนิสต์

เหตุการณ์การแทรกแซงของคอมมิวนิสต์ ทำให้ไทยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับสหรัฐอเมริกา มากขึ้นไปอีกขั้น ของการรับความช่วยเหลือทั้งการพัฒนาประเทศและการทหาร ใน พ.ศ. 2505 มีการลงนามในข้อตกลงระหว่างประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีข้อตกลงใจความสำคัญว่า สหรัฐอเมริกาจะช่วยปกป้องไทยให้พ้นจากการรุกรานของคอมมิวนิสต์ จากนั้นรัฐบาลอเมริกันได้ส่งทหารมาประจำการในเมืองไทย ตามฐานทัพที่ได้รับ อนุญาตจากรัฐบาลไทยให้ตั้งขึ้นที่นครพนม นครราชสีมา อุตรดิตถ์ เป็นต้น (สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา 2542: 139)

ในปี พ.ศ. 2504 นับเป็นปีแรกที่รัฐบาลสหรัฐฯ ส่งกำลังทหารนาวิกโยธินจำนวน 10,000 คน เข้ามาประจำการในประเทศไทย โดยประจำอยู่ในฐานทัพของตนในจังหวัดอุดรธานี เป็นที่แรก โดยในปีถัดมา มีการส่งกำลังทหารมาเพิ่มอีก 5,000 คน จากนั้นกำลังทหารของสหรัฐฯ ก็หมุนเวียน เข้ามาประจำในประเทศไทย โดยตลอดจนถึงปี 2517 มีทหารอเมริกันในประเทศไทยรวม 49,000 คน ในขณะที่ทั้งภูมิภาคนี้มีทหารอเมริกันรวม 230,000 คน

การที่สหรัฐอเมริกาได้รับการอนุญาตให้ตั้งฐานทัพในประเทศในครั้งนั้น ส่งผลทำให้มี ชาวอเมริกันที่เข้ามาพำนักในประเทศไทยมากมาย ทั้งนักลงทุน ผู้เชี่ยวชาญ และทหาร สิ่งที่เป็น ผลตามมา คือการได้นำวัฒนธรรมการบริโภคของตนเข้ามาด้วย รูปแบบของวิถีชีวิตอเมริกัน การ อยู่อาศัย อาหารการกิน เครื่องอุปโภคบริโภคต่างๆ รวมทั้งชาวไทยที่ได้รับทุนสนับสนุนในการไป ฝึกอบรมและศึกษาในสหรัฐอเมริกาและประเทศตะวันตกอื่นๆก็กลับมา และนำวัฒนธรรม ดังกล่าวเข้ามาด้วย

ขณะเดียวกันจากการปกครองแบบศูนย์รวม ซึ่งสืบเนื่องมาตั้งแต่สมัยปฏิรูปประเทศ รวมทั้งจากการเน้นการพัฒนาในเมืองหลวง ทำให้คนไทยในภูมิภาคต่างยึดแบบแผนการดำเนิน ชีวิตของคนในกรุงเทพฯ เป็นมาตรฐาน นอกจากนี้ การเกิดสื่อต่างๆ เช่น หนังสือ วิทยุ โทรทัศน์ โรงภาพยนตร์ เป็นสื่อบันเทิงรูปแบบใหม่ที่เข้าไปแทนที่ความบันเทิงแบบพื้นบ้าน และยังเป็นตัว ถ่ายทอดความเจริญจากเมืองหลวงให้ชาวต่างจังหวัดรับรู้ สำหรับโทรทัศน์นั้น เริ่มออกอากาศ ครั้งแรกใน ปี พ.ศ. 2497 ได้แก่สถานีไทยทีวี ช่อง 4 จนถึง ปี พ.ศ. 2511 มีสถานีโทรทัศน์ 4 สถานี ด้วยกัน ด้วยเหตุนี้ วัฒนธรรมตะวันตกรวมทั้งการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าตามแบบตะวันตก จึงเผยแพร่ จากกรุงเทพฯ ไปสู่ภูมิภาค โดยเฉพาะหัวเมืองใหญ่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว (สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา. 2542: 140)

ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ทำให้ชาวไทยโดยทั่วไปเกิดความนิยมวัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้น ทั้ง ยังอยู่ในภาวะที่เศรษฐกิจกำลังเฟื่องฟู ทำให้มีกำลังซื้อสินค้าจากต่างประเทศ รูปแบบการดำเนิน ชีวิตของคนไทยจึงใกล้เคียงกับชาวตะวันตกมากขึ้น ลักษณะเช่นนี้เป็นสาเหตุให้อิทธิพลทางด้าน ต่างๆ รวมทั้งด้านสังคมและวัฒนธรรมจากประเทศตะวันตก โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้น อย่างรวดเร็วในสังคมไทย

สอดคล้องกับ บทความ ในหนังสือ สมุดภาพ วิวัฒนาการการแต่งกายสมัยกรุง รัตนโกสินทร์ โดยกองจดหมายเหตุแห่งชาติ กรมศิลปากร จัดพิมพ์เนื่องในโอกาสสมโภชกรุง รัตนโกสินทร์ 200 ปี พุทธศักราช 2525 ได้สรุปการแต่งกายแบบสากลนิยม โดยสรุป ว่า การแต่ง กายสากลนิยม นับเป็นการแต่งกายรูปแบบแฟชั่นร่วมสมัยที่เป็นการได้รับอิทธิพลจากประเทศ ตะวันตก เนื่องจากมีการติดต่อกันระหว่างประเทศมากขึ้นและเนื่องจากอิทธิพลของหนังสือ

ภาพยนตร์ การแสดงแฟชั่นโชว์ต่างๆ เป็นต้น ทำให้วงการแฟชั่นของไทยทันสมัยรวดเร็วหน้ามาก ผู้ นำแฟชั่นต่างๆมักเป็นพวกดาราดาราภาพยนตร์ ดาราทีวี พวกนางแบบและนายแบบ ซึ่งผิดกับสมัยก่อนที่แฟชั่นมักแพร่หลายมาจากบุคคลในราชสำนัก หรือกลุ่มคนชั้นสูง และศูนย์รวมแฟชั่นคือ กรุงเทพฯ และแพร่ไปสู่ต่างเมืองโดยเฉพาะเมืองใหญ่ๆ (2525: 117)

จากเหตุข้างต้นทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของคนไทยเป็นไปใน รูปแบบสากลมากขึ้น โดยยึดตามศูนย์กลางของการเผยแพร่ของความทันสมัย คือ กรุงเทพมหานคร ที่เป็นเมืองหลวงของประเทศ เป็นหลักมาตามลำดับ แต่อีกส่วนหนึ่ง ก็ คือ การเติบโตทางอุตสาหกรรมของประเทศ ที่มีการ เกิดขึ้นของ โรงงานอุตสาหกรรม มากขึ้นที่ทำให้ผู้หญิงในครอบครัว สังคม ระดับล่างหลังไหลเข้ามาเป็นกรรมกร ในโรงงานอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมสิ่งทอ เพราะผู้หญิงให้ความคุ้นเคยกับการ ปั่นด้าย ทอผ้า และฟอกย้อม มาโดยตลอด สรุปได้ว่า จากการที่สังคมเปิดกว้างรับสตรีชั้นสูงและชั้นกลางออกมา ทำงานนอกบ้านมากขึ้นจากการพัฒนาเศรษฐกิจจากสังคมอุตสาหกรรมของไทย จึงทำให้ผู้หญิงมีโอกาสแต่งกายในลักษณะต่างๆออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น โดยทั้งนี้เครื่องแต่งกาย ส่วนมากจะได้รับอิทธิพลจากรูปแบบเสื้อผ้าใหม่ๆที่เป็นที่นิยมในสมัยนั้น นิยมเรียกทับศัพท์กันว่า “แฟชั่น” มีความนิยมทั้งของตะวันตกและญี่ปุ่น ที่ผ่าน ตาจาก ภาพยนตร์และหนังสือแบบเสื้อ เป็นต้น นับเป็นจุดเริ่มต้นของการกำเนิด ค่านิยมแฟชั่นร่วมสมัยของไทย ขึ้นในกลุ่มของคนที่อยู่ในศูนย์กลางของความทันสมัย คือ กรุงเทพฯ และทำให้การพัฒนาการของแฟชั่นไทยในเวลาต่อมา

จากบทสรุปที่ผู้วิจัย วิเคราะห์จาก รายงานวิจัยของ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา ในผลงานวิจัยเรื่องการแต่งกายสตรีกับหัตถกรรมทอผ้าในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์ ไว้ในเรื่องสังคมไทยกับการกำเนิด แฟชั่นไทยร่วมสมัย ไปแล้วในเบื้องต้น ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงสภาพสังคมไทยในช้ วงเวลาการกำเนิดแฟชั่นไทยร่วมสมัยในลักษณะภาพรวม ที่จะทำให้ผู้วิจัย ทำการศึกษาในช่วงเวลาถัดมาได้ง่ายขึ้น ผู้วิจัย ได้เริ่มทำการศึกษา ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย ในเรื่องต่อมาก็คือ เรื่องกำเนิดนักร้องแบบแฟชั่นไทยร่วมสมัย โดยผู้วิจัย เริ่มการศึกษา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 เป็นต้นไปจนถึงปัจจุบัน โดยในปี พ.ศ.2516 เป็นปีที่ถือกำเนิดนิตยสาร “ลลนา” ซึ่งนับได้ว่าเป็นนิตยสารผู้หญิงแฟชั่นเต็มรูปแบบฉบับแรกของไทย ที่ให้ความสำคัญกับการจัดรูปเล่มและภาพประกอบในแนว ทางอันเป็นแบบฉบับของนิตยสารผู้หญิงในปัจจุบัน และเป็นการเริ่มต้นอาชีพอื่นๆที่ปรากฏในงานแฟชั่น ของบุคคลที่มีอาชีพในวงการแฟชั่นของไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมถึงจุด เริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของไทย ที่ได้รับอิทธิพลจากรูปแบบเสื้อผ้าใหม่ๆที่นิยมเรียกนิยมนิยมเรียกทับศัพท์ว่า “แฟชั่น” ทั้งของตะวันตกและญี่ปุ่น ผ่าน ภาพยนตร์และหนังสือแบบเสื้อ ของการกำเนิดแฟชั่นไทยร่วมสมัย ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง

ทางสังคมไทย ที่เริ่มต้นขึ้นในช่วง พ.ศ. 2500 จนถึงช่วงเวลาที่มีการผสมกลมกลืนเปลี่ยนเป็นรูปแบบสากล ในแบบปัจจุบัน ทั้งนี้มีวิวัฒนาการเครื่องแต่งกายตามลักษณะร่วมสมัยเรื่อยมา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ ตามลำดับ ปรัชญาการณของการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย ไว้ได้ดังนี้

1.1.2 กำเนิดนักร้องแบบแฟชั่นไทยร่วมสมัย

ก่อนหน้า ปี พ.ศ. 2516 วงการแฟชั่นของประเทศไทย เริ่มมีความเป็นแฟชั่น ที่ร่วมสมัยมากขึ้น เห็นได้จากปรากฏการณ์และการกำเนิด บุคคลากรในวงการแฟชั่นสมัยใหม่ในด้านต่างๆ ของไทยเกิดขึ้น โดยในระยะแรกอาจยังไม่ปรากฏผู้ที่เรียกได้ว่าเป็นนักร้องแบบเสื้อผ้า ได้อย่างเต็มปากมากนัก เพราะความเป็นนักร้องแบบเสื้อผ้าของไทยในระยะแรกนั้น คือ ร้านตัดเสื้อที่มีเจ้าของกิจการเป็นผู้ดูแลทั้งการปรับเปลี่ยนรูปแบบเสื้อผ้า ออกแบบ ทำแบบตัดแพทเทิร์นรวมถึงตัดเย็บเองด้วย ที่มีชื่อเสียงปรากฏทั้งชื่อของร้านตัดเสื้อเอง และตัวของเจ้าของกิจการที่เป็นทั้งนักร้องแบบและเป็นผู้ตัดเย็บ ในประเทศไทยในยุคแรก ก็คือ ร้านเสื้อกรแก้ว ของคุณหญิงอุไร ลือบำรุง จากการสรุปของ ชูติพันธ์ ฉายประกายแก้ว ที่กล่าวถึงเส้นทางการเปลี่ยนแปลงและวิวัฒนาการเครื่องแต่งกาย รวมถึงความชัดเจน ในเรื่องผู้คนและสังคมในวงการแฟชั่นร่วมสมัยของไทย ที่เป็นจุดเริ่มต้นของวงการแฟชั่นไทยร่วมสมัย ที่มีบุคคลที่มีตัวตนทางการออกแบบเครื่องแต่งกายที่มีอิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยอย่างชัดเจน เกิดขึ้น โดยกล่าว สรุปถึงการกำเนิดและวิวัฒนาการของ นักร้องแบบเสื้อผ้าในยุคแรกๆของเมืองไทย ไว้ดังนี้ (ชูติพันธ์ ฉายประกายแก้ว. 2551: 396-403)

...ตีไซเนอร์สมัยนั้น ก็คือ ร้านตัดเสื้อของคนจีนในฮ่องกง ซึ่งเป็นแหล่งแวะพักก่อนที่ จะขึ้นต่อเรือไปยังยุโรป คุณไซเล่าว่า (สมชัย แก้วทอง) “การตัดเสื้อผ้าของคนไทยเริ่มจากคนจีนก่อน รวมถึงเจ้านายหรือเศรษฐีสมัยก่อน การเดินทางสมัยก่อนจะไปโดยทางเรือ และทำเรือแห่งแรกที่แวะก็คือ เกาะฮ่องกง เจ้านายหรือเศรษฐีสมัยก่อนจะอยู่ที่นั่นเป็นสัปดาห์เพื่อตัด เสื้อผ้า มายุค ร.8 ซึ่งเปลี่ยนพาหนะในการเดินทางเป็นเครื่องบิน ก็จะมีทางเลือกอยู่ 2 ทางคือ ตัดเสื้อในเมืองไทย หรือไปตัดที่ยุโรป ร้านเทลอร์ที่เปิดบริการในประเทศไทยช่วงแรกๆ มักเป็นร้านของคนจีน โดยฝรั่งเป็นคนสั่งพวก ลูกไม้ผ้าแพรพรรณต่างๆเข้ามา”

จากนั้นตีไซเนอร์รุ่นต่อมาจึงเริ่มเปลี่ยนมาเป็นร้านของคนจีนในไทย และที่โด่งดังมากในยุคที่กรุงเทพฯ ยังมีรถรางวิ่งอยู่ ก็คือ “ร้านเฟมิน่า” แถววังบูรพา “ถือเป็นต้นฉบับของแฟชั่นในเมืองไทย คิดว่าเจ้าของน่าจะเป็นคนฮ่องกง คือถ้าสืบไปสมัยคุณย่าคุณยายวัย 80-90 ถ้าพูดถึงร้านแฟมิน่าก็รู้จักกันดี จำได้ว่าเวลาคุณแม่มากรุงเทพฯ ก็จะมาตัดเสื้อที่ร้านนี้”

แต่สำหรับร้านเสื้อที่ถือว่าเป็นต้นฉบับแห่งแฟชั่นในไทยและมีชื่อเสียงมากที่สุดเลยก็คือร้านเสื้อกรแก้ว ของคุณหญิงอุไร ลือบำรุง คุณไข่มุกว่า “เมื่อครั้งที่ สมเด็จพระราชินีเสด็จประพาสทั่วโลก คุณหญิงอุไรก็เป็นคนเย็บชุดไทยถวาย สำหรับเสื้อผ้าแบบยุโรปทรงให้ปีแอร์ บัลแมง ทำ ภายหลังบัลแมงเสียชีวิตก็ยังทรงให้มีสเตอร์อิริค มอร์เทนเซน ทำถวาย จนกระทั่งมีสเตอร์มอร์เทนเซนเสียชีวิต ก็เลยไม่ทราบว่าจะลองพระองค์ของสมเด็จพระราชินีทรงให้ใครทำถวาย”

คุณหญิงอุไร ลือบำรุง เป็นเจ้าของร้านเสื้อกรแก้ว ที่เป็นต้นฉบับแห่งแฟชั่นไทยในยุคเริ่มต้นของการเป็นช่างเสื้อกึ่งนักออกแบบ คือ เป็นเจ้าของร้านเสื้อที่เน้นความสามารถทางด้านการตัดเย็บของร้านตัดเสื้อ จนมีชื่อเสียงทางด้านการตัดเย็บและความประณีตทางด้านงานช่างเป็นหลัก ร้านเสื้อกรแก้วมีชื่อเสียงทางด้านการตัดเย็บเสื้อผ้าจากกลุ่มคนชั้นสูง รวมถึงกลุ่มคนในราชสำนัก จากการมีชื่อเสียงและการเป็นร้านเสื้อในกลุ่มคนชั้นสูงทำให้ในเวลาต่อมา คุณหญิงอุไร ลือบำรุง ได้เป็นผู้ออกแบบตัดเย็บชุดไทยพระราชานิยม จากพระราชดำริของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ในครั้งที่ตามเสด็จเสด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ที่ว่าสตรีไทยไม่มีแบบแผนของการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจน จึงได้พระราชทานให้ คุณหญิงอุไร ลือบำรุง และ ท่านผู้หญิงมณีรัตน์ บุนนาค รับผิดชอบ ออกแบบตัดเย็บ ชุดไทยพระราชานิยมเป็นแบบแผน และเผยแพร่ให้ใช้ตั้งแต่นั้นอยู่จนถึงปัจจุบัน ถึง 9 รูปแบบด้วยกัน

ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ ที่มาของความทันสมัย หรือความเป็นต้นฉบับของวิถีแฟชั่น ของคนร่วมสมัยแห่งยุคของไทย ก็เริ่มจะมีวิถีชีวิตในลักษณะที่มีความเป็นตัวของตัวเอง เริ่มมีการแยกแยะแบ่งแยกสิ่งไหนเก่าสิ่งไหนใหม่ อย่างไรที่เรียกว่า ล้าสมัย อย่างไรที่เรียกว่า ทันสมัย ดังที่ ภัทราวดี มีชูชน (ภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ . นามสกุลเก่าในยุคนั้น) สาวสังคมที่เรียกได้ว่าเป็นต้นแบบแห่งความทันสมัยในยุคนั้น กล่าวถึงบรรยากาศของความทันสมัยในยุคนั้น ให้กับผู้วิจัย ไว้ว่า (ภัทราวดี มีชูชน. 2552: สัมภาษณ์)

...ก็ต้องไปซื้อรองเท้าที่ร้าน พลาทู แล้วทำผมร้านแอนนา เทียวที่ ร้านคาเฟ่แถวพัฒนาพงศ์ไปเดินรำ แต่งตัวสวยทำผม ชุดเดินรำก็ต้องเป็นเดรสปัก กลางวันและกลางคืนใส่ไม่เหมือนกัน รองเท้าก็ต้องคนละคู่ แล้วมีร้านอิมพอร์ตเสื้อผ้ามาจำไม่ได้แล้ว แต่ถ้าจะเป็นแบบคุณนายไทย ๆ แบบผ้าไหมก็ต้องไป สตาร์ออฟสยาม หรรษา หรือถ้าตัดเสื้อก็ต้องคุณวราชาติ และท่านไกรสิน ซื้อเสื้อสมัยใหม่ก็ต้องร้านแพคตอรี เด็ก ๆ ถ้าชอบแบบชาวบ้านทั่วไป ก็ไป นิวซิตี หรือ ร้านรินทร์ เป็นร้านที่น่าเทรนด์ คนนำเทรนด์รุ่นแรกก็คุณพัทธศรี ต่อมาก็เป็นดิฉัน รุ่นต่อไปก็เยอะเยาะ เพราะเมื่อก่อนไม่มีแมกกาซีน มีแต่เซยๆ เป็นนางงามใส่ชุดแต่งงาน ชุดยาว...”

เมื่อกรุงเทพฯกลายเป็นต้นแบบของ ความทันสมัย ของประเทศไทยอย่างชัดเจนขึ้น วิธีชีวิตของคนรุ่นใหม่ในเมืองที่ถูกเรียกว่าเป็น นครศูนย์กลางแห่งความทันสมัย ก็เริ่มมีผู้นำ ที่เป็น หัวก้าวหน้าของความทันสมัย โดยเฉพาะผู้นำหัวก้าวหน้า ของวงการแฟชั่น ไทย สมชาย แก้วทอง กล่าวไว้ในบทความของ ชุตติพันธ์ ฉายประกายแก้ว ถึงการกำเนิดนักร้องแบบ หัวก้าวหน้าใน วงการแฟชั่นไทย ที่เรียกได้ว่าเป็นนักร้องแบบเสื้อผ้านักใหม่ได้อย่างเต็มรูปแบบของวงการแฟชั่น ไทยในยุคแรก ไว้ว่า ยุคคาบเกี่ยวต่อจากกรแก้วก็มีดีไซเนอร์หน้าใหม่ๆ เกิดขึ้นให้คนต้องตั้งใน ฝีมือนัก อาทิ ม.จ. ไกรสิงห์ วุฒิชัย อดีตผู้ออกแบบฉลองพระองค์ให้สมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณีฯ ติดตามด้วย คุณวรชาติ ชาทะโส ภณ ผู้โด่งดังในยุคนั้น แล้วหลังจากนั้นก็เป็คุณเล็ก ภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ (ชุตติพันธ์ ฉายประกายแก้ว, 2551: 396-403)

ในช่วงเวลานี้ต่อจากร้านกรแก้ว ของคุณหญิงอุไร ลือบำรุง ที่เป็นตำนานร้านเสื้อยุค แรก ก็มาถึงช่วงเวลาที่กล่าวได้ว่าเริ่มมีนักร้องแบบเสื้อผ้านักอย่างชัดเจนเกิดขึ้น เริ่มต้นจากการมี นักร้องแบบหน้าใหม่ที่มากฝีมือนัก เช่น ม .จ. ไกรสิงห์ วุฒิชัย อดีตผู้ออกแบบฉลองพระองค์ให้ สมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณีฯ ติดตามด้วย คุณวรชาติ ชาทะโสภณ ผู้ที่โด่งดังและมีชื่อเสียง ด้านการออกแบบเสื้อผ้าไปสู่ต่างประเทศ ในยุคนั้น หลังจากนั้นก็จะเป็นนักร้องแบบรุ่นใหม่ หัว ก้าวหน้าอย่าง ภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ ที่เรียกได้ว่าเป็นนักร้องแบบเสื้อผ้านักได้อย่างเต็มปาก ชัดเจน ที่สุด ในเวลาต่อมา

สรุปได้ว่า เป็นเพราะในช่วง เวลาก่อนหน้านั้น ในวงการแฟชั่นของประเทศไทย ยังไม่มี นักร้องแบบ เสื้อผ้าที่ชัดเจนนัก มี เพียงผู้ที่รับตัดเสื้อและแนะนำรูปแบบกึ่งการออกแบบ หรือที่ เรียกกันในอดีต ว่า ช่างตัดเสื้อ เท่านั้น ส่วนมากช่างเสื้อกึ่งนักร้องแบบเหล่านี้ มีแหล่งกำเนิดที่ สำคัญมาจาก โรงเรียนสอนตัดเสื้อ ที่มีอยู่มากมายในกรุงเทพฯ และเมืองใหญ่ๆ ที่เปิดเป็นทั้ง โรงเรียนสอนออกแบบแล ะตัดเย็บรวมถึงรับตัดเสื้อด้วย โดยส่วนมาก จะเปิดเป็นห้องเสื้อเพียง อย่างเดียวก่อนบางแห่งก็รับสอนด้จนถึงการเปิดเป็นโรงเรียนสอนตัดเสื้อเต็มรูปแบบได้ในบางแห่ง โรงเรียนสอนตัดเสื้อที่มีชื่อเสียงในยุคนั้น ก็คือ โรงเรียนสอนตัดเสื้อพรศรี และโรงเรียนสอนตัดเสื้อ ระพี

ช่างเสื้อกึ่งนักร้องแบบ ในยุคนั้นส่วนมากจะใช้วิธีการที่เรียกว่า ก๊อปปี คือ เปิดหนังสือ ลอกเลียนแบบ รูปแบบเสื้อผ้านแนะนำมาตัดเย็บ ให้ลูกค้า หรือตัดเย็บรูปแบบเสื้อผ้าน ตามที่ลูกค้า เลือกลงในหนังสือหรือนิตยสาร แต่ฝีมือนักตัดเย็บนั้นเรียกได้ว่าซึ้นเย็บมทั้งสิ้น เพราะช่างเสื้อสมัย นั้นจะ การันตรี ฝีมือนักด้วยชื่อเสียงของการเป็น นักเรียนจาก โรงเรียนสอนตัดเสื้อ ดังนั้นผลผลิต ทั้งหมดที่เรียกว่าเป็นจุดกำเนิดของนักร้องแบบในยุคนี้ จึงเป็โรงเรียนสอนตัดเสื้อที่เฟื่องฟูมากใน ยุคนี้ แต่ก็ยังไม่สามารถเรียกได้อย่างเต็ม ภาคภูมินักว่าเป็นนักร้องแบบ เพราะมีความโดดเด่น ทางด้านการตัดเย็บเฉพาะตนมากกว่าด้านการออกแบบเป็นหลัก โดยผู้วิจัยขอสรุปเรียกว่าเป็ นช่างเสื้อกึ่งนักร้องแบบ

พรศรี ชูตินทรานนท์ เจ้าของโรงเรียนสอนตัดเสื้อพรศรี เล่าให้เห็นความเฟื่องฟูของโรงเรียนสอนตัดเสื้อที่ผ ลิตนักเรียนที่เป็นต้นกำเนิดนักร้องแบบในยุคนั้น และการทำงานในรูปแบบของโรงเรียนสอนตัดเสื้อ ที่เธอเรียกผลผลิตจากที่นี่ว่า เป็น ช่างเสื้อกึ่งนักร้องแบบ ที่สอดคล้องกับที่ผู้วิจัยสรุปไว้ในข้างต้น ไว้ว่า (ชุตินันท์ ฉายประกายแก้ว. 2551: 397)

“...ดิฉันกลับจากเรียนที่ฝรั่งเศส แล้วกลับมาทำร้านเล็กๆก่อน จนตอนหลังค่อยๆขยายเป็นตึก 9 ชั้น ซึ่งเป็นตึกที่โก้ทีเดียวในนั้นมีทั้งโรงเรียน หอพัก แล้วก็ร้านเสื้อ ในร้านจะมีห้องแฟชั่นโชว์ โดยเฉพาะ...เป็นห้องโก้เลยนะ ปูพรมทั้งห้อง ตกแต่งสวยงามมาก มีแคตวอล์กสำหรับให้นางแบบเดินแบบ แก้อัท่าสัทอง ซึ่งเราเอาแบบมาจากคริสเตียน ดิออร์ ...การทำงานของนักร้องแบบยุคนั้น โดยมากจะเป็นการถือปี่แบบจากเมืองนอกเสียเป็นส่วนใหญ่ ...ตอนนั้นผู้หญิงยังไม่รู้จักการใส่บราเซียร์กันเลย แล้วเผอิญมีคนเอาบราเซียร์กับชุดชั้นในมาจากเมืองนอกมาจ้างตัด ดิฉันก็จัดแจงถือปี่เขา แบบที่เราได้มาจากนิตยสารไวก์ ...”

ช่างเสื้อในยุคนี้ถือว่า การถือ ปี่รูปแบบเสื้อผ้าในหนังสือ นั้น เป็นการบริการลูกค้า ตามที่ลูกค้าต้องการ อีกทั้งลูกค้าเหล่านี้จะเป็นลูกค้าที่ค่อนข้างอยู่ในระดับที่มีเงิน ได้ไปต่างประเทศเห็นรูปแบบและนำหนังสือหรือแคตตาล็อกจากต่างประเทศมาเป็นตัวอย่างให้ดูรูปแบบ และให้ช่างเสื้อเป็นผู้แนะนำและตัดแปลง ดังที่ บวรพร สุทธิวานิช ลูกสาวของ ลำยองศ์ บุญยรัตพันธุ์ เจ้าของโรงเรียนสอนตัดเสื้อระพี อีกหนึ่งโรงเรียนสอนตัดเสื้อที่มีชื่อ ในยุคนั้น กล่าวสนับสนุนข้อสรุปข้างต้น โดยกล่าวไว้ว่า (ชุตินันท์ ฉายประกายแก้ว. 2551: 398)

“ในยุคนั้นยังไม่มีการออกแบบเสื้อผ้าเป็นเรื่องเป็นราวเหมือนสมัยนี้ แต่งงานจะประณีต ตอนนั้นคนยังไม่รู้จักซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปใส่ ยังต้องสั่งตัดเพื่อให้เหมาะสมกับรูปร่าง และเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง...”

...เวลามีลูกค้ามากก็จะใช้การเปิดแคตตาล็อกจากต่างประเทศ คือ พวกคุณหญิงคุณนายที่มาเป็นลูกค้า หรือถ้ามีใครไปต่างประเทศก็จะเอาแคตตาล็อกมาให้ เขาก็จะสั่งว่าตัดโน้นให้เขาอะ ตัดนี้ให้เขาอะ อาจจะเปลี่ยนแปลงบ้างนิดหน่อย เพราะแบบพวกนั้นเป็นของฝรั่ง บางแบบจะใส่ไม่ได้ เพราะผู้หญิงบ้านเราตัวไม่สูง”

เรียกได้ว่า โรงเรียนสอนตัดเสื้อในยุคนี้ เป็น พื้นที่ที่ผลิตช่างเสื้อกึ่งนักร้องแบบ ของวงการแฟชั่นของไทยในช่วงเวลาหนึ่ง ที่เน้นไปที่ความสามารถของช่างเสื้อที่มีทักษะทางด้านการตัดเย็บมากกว่าด้านการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆให้กับลูกค้า แต่ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ ก็มีบุคคลที่เรียกได้ว่า เป็นบุคคลที่สร้างความแปลกใหม่ให้กับวงการแฟชั่นและความทันสมัยของไทย เกิด

ขึ้นมา เช่น ภทราวดี ศรีไตรรัตน์ เธอเป็นความแปลกใหม่ของคนรุ่นใหม่ ที่ไม่ได้มีฐานการเรียนรู้ในแบบรูปแบบโรงเรียนสอนตัดเสื้อ แต่กลับนำเสนอตัวตนในวงการแฟชั่นของไทยได้ ความแปลกใหม่และการยอมรับนี้ทำให้เกิดแนวคิดร่วมสมัยที่ส่งอิทธิพลและสร้างแรงบันดาลใจต่อบุคคลในวงการแฟชั่นในรุ่นต่อมา รวมถึงการสร้างแนวทางใหม่ๆในกับวงการแฟชั่น ในช่วงเวลานี้มีบุคคลที่สร้างความแปลกใหม่ให้กับแฟชั่นไทยมาบ้างแล้ว สม.จ. ไกรสิงห์ วุฒิชัย ที่ถือว่าเป็นนักออกแบบรุ่นแรกของเมืองไทย ผู้ปลุกวงการแฟชั่นให้คึกคัก ที่ออกแบบทั้งเสื้อผ้าและเครื่องประดับอันโดดเด่น ด้วยการนำผ้าไทยมาออกแบบตัดเย็บในแนวร่วมสมัย (ภาณิศ ภาวภิรมย์ขวัญ, 2551: 153)



ภาพประกอบ 5 สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ทอดพระเนตรการแสดงเครื่องแต่งกายของ หม่อมเจ้าไกรสิงห์ วุฒิชัย นักออกแบบร่วมสมัย ร่วมกับมูลนิธิช่วยนักเรียนที่ขาดแคลนในพระบรมราชินูปถัมภ์ ที่จัดขึ้น เพื่อหารายได้โดยเสด็จพระราชกุศล

ม.จ. ไกรสิงห์ วุฒิชัย เป็นนักออกแบบอีกคนหนึ่งที่เรา ยกได้ว่า นำผลงานออกแบบเสื้อผ้าของไทยสู่สากลเป็นคนแรกๆ เมื่อครั้งผลงานการออกแบบเสื้อผ้า ที่ได้รับแรงบันดาลใจ มาจากเสื้อผ้าชาวเขาและได้ไปแสดงแฟชั่นโชว์ที่ประเทศฮ่องกง ในปี พ .ศ. 2517 และประสบผลสำเร็จเป็นที่ชื่นชมของคนที่นี่ ในครั้งนั้นมีการเขียนลง หนังสือพิมพ์บ้านเมือง โดย ภทราวดี ศรีไตรรัตน์ นางแบบที่เข้าร่วมเดินแบบในครั้งนั้น เขียนเล่าไว้ว่า แฟชั่นโชว์เริ่ม 9.30 น. ตรงเวลาएं ระบุว่า ชาวเขาได้รับความสนใจมากพอๆกับเสื้อผ้าชุดต่างๆของ ม.จ. ไกรสิงห์ ผู้ชมปรบมือกันลั่นทุกครั้ง ที่นางแบบออกเดินโชว์ ...ได้รับคำชมเชยจากแขกที่มาในงานอย่างมากมาย ทางโรงแรมบอกว่า ตั้งแต่จัดรายการแฟชั่นโชว์มาก็มีครั้งนี้ที่ผู้ชมสนุกสนานและตื่นเต้นมากถึงขนาดนี้ (หนังสือพิมพ์

บ้านเมือง. 6 กุมภาพันธ์ 2517: ไม่ปรากฏเลขหน้า) ม.จ.ไกรสิงห์ วุฒิชัย ยังเป็นผู้นำแนวทางในการนำเสนอผลงานการออกแบบด้วยรูปแบบ แฟชั่นโชว์ ที่นับได้ว่าเป็นคนแรกที่จัดแฟชั่นโชว์ในรูปแบบที่ใกล้เคียงตะวันตกมากที่สุด และร่วมสมัยที่สุดในสมัยนั้น ดังบทความที่กล่าวถึง ความเป็นผู้สร้างปรากฏการณ์ในกับแฟชั่นของไทยด้านการเริ่มต้นของการมีแฟชั่นโชว์ในช่วงแรกของประเทศไทย ของ ม.จ.ไกรสิงห์ วุฒิชัย ไว้ดังนี้ (เมื่อนางแบบ “ วัยเอื้อะ ” ยืด แคตวอลก์ ผู้จัดการรายวัน 16 ธันวาคม 2548: ออนไลน์)

คนที่ให้กำเนิดการเดินแบบในเมืองไทยจริงๆ นั้นน่าจะเป็น หม่อมเจ้าไกรสิงห์ วุฒิไกร เจ้าของห้องเสื้อ ไกรสิงห์ ที่ได้รับการยกย่องสมัยเมื่อ 40 กว่าปีก่อนว่าเป็นดีไซเนอร์ไทยที่ทําเสื้อชั้นสูงแบบโอริตดู เพราะตัดชุดวิวาห์ได้งดงามเร็ดหรูมาก หม่อมเจ้าไกรสิงห์ มาโด่งดังระเบิดจริงๆ เพราะเป็นผู้ที่ตัดชุดให้ อภิสรา หงสกุล แต่งไปประกวดนางงามจักรวาลจนได้ครองตำแหน่งสาวงามที่สวยงามที่สุด ในจักรวาลมาครอบครอง และทุกครั้งที่มีหม่อม เจ้าไกรสิงห์ทําเสื้อผ้าขึ้นมา นั้นจะมีการชักชวนบรรดาสาวๆ ที่มีดีกรีเป็นถึงนักเรียนนอกมาเดินแบบให้ ซึ่งสเปกของเจ้าของห้องเสื้อผู้นี้คือต้องเป็นสาว แต่งตัวเรียบร้อยจัดจ้านและมีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง และอีกเหตุผลที่สำคัญนอกเหนือจากบุคลิกภาพแล้ว ผู้ที่คลุกคลีอยู่กับวงการแฟชั่นคนหนึ่งบอกเล่าเหตุผลให้ฟังว่า

“เมื่อก่อนนั้นเวลาเชิญนางแบบพวกนี้ไปเดินแบบ ท่านไกรสิงห์จะเตรียมเฉพาะเสื้อผ้าที่จะต้องสวมใส่ตอนเดินแบบให้เท่านั้น แอ็กเซสเซอร์อื่นๆ นางแบบจะต้องเป็นคนหามาเอง ไม่ว่าจะเป็นเครื่องประดับพวกเครื่องเพชร รองเท้า กระเป๋า ถุงน่อง หรือแม้แต่เสื้อชั้นในที่สาวนักเรียนนอกจะเลือกสวมใส่ซึ่งเป็นชุดชั้นในยี่ห้อนอกอย่าง ฮอลลีวูด วาชาเลท เป็นต้น ซึ่งชุดชั้นในพวกนี้ใส่แล้วจะช่วยให้เสื้อผ้าที่สวมใส่ดูดีขึ้น”

แม้จะเริ่มปรากฏการณ์การนำสาว ๆ มาเดินแบบเสื้อผ้าบนแคตวอลก์ แต่ในยุคนี้ยังไม่ถือว่าเป็นยกระดับขึ้นเป็นอาชีพนางแบบ เพราะนางแบบเหล่านั้นจะไม่ได้ “ค่าตัว” เป็นเรื่องเป็นราว อย่างมากจะได้เป็นเสื้อผ้าที่ตัวเองสวมใส่ขณะเดินแบบ ดังนั้น ใครที่จะมาเดินแบบจะต้องได้รับเชิญจากเจ้าของห้องเสื้อเท่านั้น ซึ่งโดยมากจะเรียกว่า “นางแบบกิตติมศักดิ์” เพราะส่วนมากจะเป็นลูกหลานของบรรดาผู้มีสิบลูก ในยุคนั้นบรรดาสาว ๆ ที่จะมีโอกาสได้สวมใส่ชุดของหม่อมเจ้าไกรสิงห์ขึ้นแคตวอลก์ อาทิ พัฒศรี บุนนาค, ม.ล.เทพินธุ์ เทวกุล, บุษบา โภคินวงศ์ เป็นต้น...

...ซึ่งหลายครั้งที่หม่อมเจ้าไกรสิงห์หลงพบบรรดาสาวนางแบบกิตติมศักดิ์ เหล่านี้ไปเดินแบบโชว์เสื้อผ้ากันถึงเมืองนอกทีเดียว จึงทำให้กลายเป็นกระแสที่บรรดาสาวๆ ในยุคนั้นใฝ่ฝันอยากที่จะได้สวมชุดของหม่อมเจ้าไกรสิงห์บนแคตวอลก์บ้าง แต่ก็ใช่ว่าจะมีเพียงสาวนักเรียนนอกเท่านั้นที่มีสิทธิ์เป็นนางแบบกิตติมศักดิ์ของหม่อมเจ้าไกรสิงห์ ในยุคหลังๆ ถ้าเจ้าของห้องเสื้อผู้นี้ถูกใจสาวไหนก็จะเอ่ยปากชักชวน ไม่ว่าจะเป็นโฉมฉาย ฉัตรวิไล นางเอกสาวหน้าตาถูกครึ่ง ในยุคนั้นก็มีโอกาสเดินบนแคตวอลก์เช่นกัน ส่วนนางแบบรุ่นสุดท้ายที่หม่อมเจ้าไกรสิงห์ชักนำมาสัมผัสชีวิตบนแคตวอลก์ คือ เจ็บบ-พิจิตรา บุญยรัตพันธ์ ดีไซเนอร์ชื่อดัง ซึ่งตอนนั้นยังเป็นนักเรียนนอกที่ปารีสอยู่

หลังจาก ม.จ.ไกรสิงห์ วุฒิชัย ก็เริ่มต้นยุคของ ภัทราวดี มีชูธน ที่นับได้ว่าเป็นต้นแบบของการเป็นนักร้องแบบรุ่นใหม่ในยุคแรกของวงการเพลงไทยร่วมสมัย ที่มีวิธีการสร้างตัวตนการเป็นนักร้องแบบเสื้อผ้าที่แตกต่างวิธีการเดิมๆของการสร้างตัวตนในวงการช่างเสื้อหรือวงการแฟชั่นที่ใช้เรียกกันในยุคนั้น

ภัทราวดี มีการสร้างตัวตน การเป็นนักร้องแบบของ วงการแฟชั่น ไทย ในยุคนั้น ที่แตกต่างออกไปจากช่างเสื้อกึ่งนักร้องแบบที่มีอยู่ จนเกิดการยอมรับและเรียกว่าเป็น นักร้องแบบ ได้อย่างเต็มปาก โดยเริ่มต้นจากการเป็นนางแบบ ภัทราวดี เป็นนางแบบที่โดดเด่นมากในสมัยนั้น ด้วยความเปรี้ยว เฉียวจากบุคลิก และรูปร่างหน้าตาที่เก๋ ต่างจากนางแบบในสมัยนั้นทั่วไป มีความทันสมัยในตัวเองอย่างล้นเหลือเต็มปรี่ จนต้องถูกถ่ายทอดออกมา และแสดงออกจนทำให้เกิดร้านเสื้อผ้าเป็นของตัวเอง โดยมีความคิดที่ว่าเราจะใส่อะไรก็ตัดเสื้อผ้าออกมาแบบนั้น ร้านเสื้อผ้าของภัทราวดี เป็นที่กล่าวขวัญอย่างไม่ขาดปาก เป็นเพราะความ แปลก เก๋ นำสมัยไม่เหมือนใครในยุคนั้น



ภาพประกอบ 6 ภัทราวดี มีชูธน กับเหล่านางแบบในงานที่ประเทศฮ่องกง ของ ม.จ.ไกรสิงห์ วุฒิชัย

สมชัย แก้วทอง นักออกแบบรุ่นใหญ่ของวงการแฟชั่นเมืองไทยในปัจจุบัน ถือว่า ภัทราวดี มีชูธน เป็นบรมครูของวงการแฟชั่นสมัยใหม่ของไทย เป็นบุคคลแรกๆที่ลุกขึ้นมาทำอะไรได้ทันสมัย ปฏิวัติทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นวงการแฟชั่น วงการละครเวที หรือกระทั่งละครทีวี เรียกได้ว่าเป็น นักออกแบบเสื้อผ้า ของไทยในยุคแรกได้อย่างเต็มปาก และยัง ส่งผลให้เกิดความสมัยใหม่ในวงการแฟชั่นในทุกวันนี้ อีกด้วย ดังเขาที่กล่าวไว้ดังนี้ (นิตยสาร Volume. 2551: 396-403)

“ถ้าจะเรียกให้เต็มปากเต็มคำว่ามีไฮเนอร์จริงๆก็ต้องยกให้คุณเล็ก ” คุณไขให้เหตุผล “เพราะคุณเล็กเป็นผู้หญิง เธอจะรู้ว่าผู้หญิงชอบอะไร แต่งตัวอย่างไรจึงจะดูโมเดิร์น ตอนที่คุณเล็กเข้ามา นางแบบจะต้องผอม ไม่มีหน้าอกที่เขาเรียกว่าอกไข่ดาว”

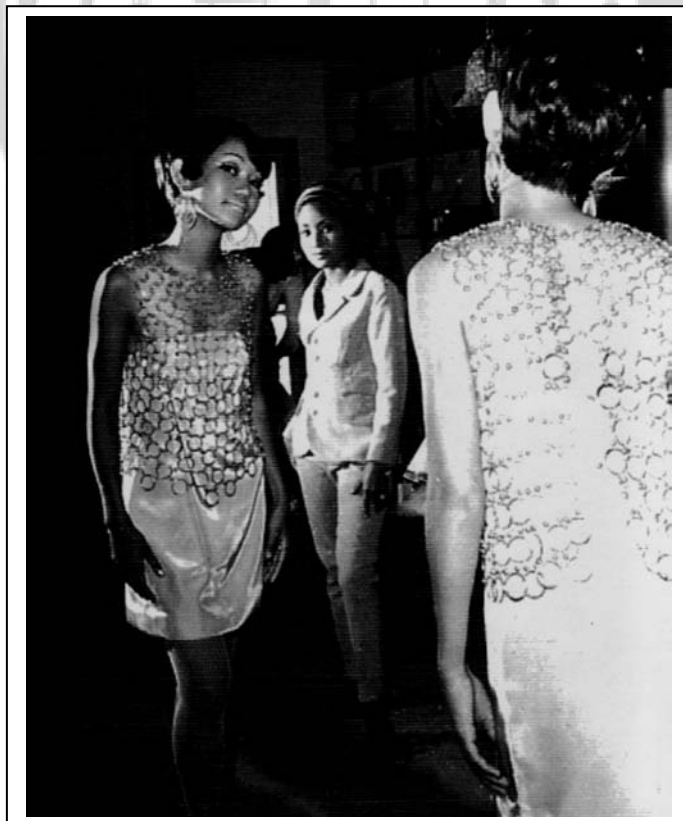
“แล้วพอคุณเล็กเลิกไปก็เป็นพวกผมที่เข้ามา ผมกับคุณเล็กเข้ามาในวงการไล่เลยกัน แต่ผมถือว่าคุณเล็กเป็นบรมครูทางแฟชั่นสมัยใหม่ เพราะตอนนั้นยังไม่มีใครลุกขึ้นมาทำอะไรได้หรือหาเท่า คุณเล็กปฏิบัติทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นวงการแฟชั่น วงการละครเวที หรือกระทั่งละครทีวี คือถ้าประเทศไทยไม่มีคุณเล็ก เราก็คงไม่มีความสมัยใหม่เหมือนทุกวันนี้”

สมชัย แก้วทอง ยังให้สัมภาษณ์ไว้ใน นิตยสารฮาร์เปอร์ บาร์ซา (Harper's Bazaar) ประเทศไทย ถึงความเริ่มต้นความคึกคัก ที่ นิตยสารของวงการแฟชั่นในเมืองไทย ว่า มีร้านเสื้อผ้ามากมาย แต่ที่โดดเด่นที่สุด และเป็นแบบอย่างให้กับนักออกแบบรุ่นถัดๆมา ก็คือ ภัทราวดี มีชูธน และเป็นบุคคลที่เป็นแรงบันดาลใจ ให้กับ สมชัย แก้วทอง ที่นอกเหนือจากความชื่นชอบทางด้านการออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้าของตนเองเป็นทุนเดิมของการ ที่จะเข้ามาสู่วงการแฟชั่น จน ปัจจุบัน สมชัย แก้วทองได้รับการยกย่องว่าเป็นรุ่นใหญ่แห่งวงการแฟชั่นเมืองไทย (พิมพ์ไฉน บุญจาง. 2553: 265)

ในนิตยสารดิฉัน คอลัมน์แฟชั่นในมุขศิลป์ บทความเรื่อง ตำนานไทย R-T-W กล่าวถึงผู้บุกเบิกวงการแฟชั่นของไทย ในด้านเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในห้องเสื้อหรือที่เรียกกันว่า บูติก ในสมัย นั้นว่า ที่ทันสมัยและร่วมสมัยที่สุดในยุคแรกๆเป็นของ ภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ ที่ประสบความสำเร็จแม้จะทำงานทางด้าน การออกแบบและเป็นเจ้าของบูติกชั้นนำร่วมสมัยเพียงแค่ 4 ปี แต่ก็นับเป็นฮีโร่ และที่สำคัญนับเป็น การเปลี่ยนแปลงวงการแฟชั่นของไทย มาจนถึงทุกวันนี้ สนับสนุนคำกล่าวของ สมชัย แก้วทอง ในก่อนหน้านั้น โดยสรุปไว้ดังนี้ (เพชร. 2551: 227-228)

...บุติกเด่นของคนดังทำแฟชั่นที่นำหน้าในยุคนั้น คือ ร้านเดอะแฟคทอรี (The Factory) ของ คุณเล็ก (ภัทราวดี มีชูธน) เป็นเจ้าของ เธอเป็นทั้งนักออกแบบ นางแบบ นักร้อง นักแสดงและดารา หนึ่ง...สาวตลอดกาลผู้นี้ คือผู้สร้างตำนาน เพียงด้วยพรสวรรค์สารพัดบทบาท แม้จะอยู่ในกิจการ แฟชั่นเพียงแค่ 4 ปี ...

จากข้อมูลข้างต้น ภัทราวดี มีชูธน ถือว่าเป็นนักปฏิวัติวงการแฟชั่นแห่งยุค 70 ของไทย หากเทียบเป็น ปี พ.ศ. ในช่วงเวลา ปี พ.ศ. 2510-2520 เทียบได้กับยุค 70 ในประวัติศาสตร์แฟชั่น ตะวันตกร่วมสมัย ภัทราวดี เป็นนักออกแบบเสื้อผ้าหัวก้าวหน้ารุ่นแรกของวงการแฟชั่นไทยร่วมสมัย เป็นต้นแบบของการกำเนิดนักออกแบบเสื้อผ้าที่ร่วมสมัยของไทย จากการนำเสนอรูปแบบที่นอกกรอบแบบแผนเดิมๆของวงการช่างเสื้อ หรือช่างเย็บ กึ่งนักออกแบบของไทย ที่ยังเป็นที่ยอมรับในวงการแฟชั่นอยู่ในขณะนั้น ภัทราวดี ปฏิวัติทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นวงการแฟชั่น วงการละครเวที หรือกระทั่งละครทีวี ทุกสิ่งหลอมรวมจนเป็นตัวเธอ แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นผลงานการออกแบบ จนกลายเป็นต้นกำเนิดนักออกแบบเสื้อผ้ายุคแรกของไทย ที่เกิดจากตัวตนจนเรียกได้ว่าเป็นผู้สร้างตำนาน ในวงการแฟชั่นของไทย ที่เปรียบด้วยพรสวรรค์สารพัดบทบาท แม้จะอยู่ใน วงการแฟชั่นเพียงแค่ระยะเวลา 4 ปี แต่กลับส่งผลให้เกิดความสมัยใหม่ในวงการแฟชั่นในทุกวันนี้



ภาพประกอบ 7 ภัทราวดี มีชูธน กับการเป็นนางแบบ

ภัทราวดี มีชูธน มีความเป็นมาและการสร้างตัวตน ดังนี้ เธอเป็นบุตรสาวคนสุดท้องของ คุณหญิงสุภัทรา สิงหลกะ ธิดาของพระยาราชมนตรีและคุณหญิงบุญปั้น ตามเสด็จเจ้าดารารัศมีมาจากเชียงใหม่ในสมัยรัชกาลที่ 5 กับนายสะอาด มีชูธน วิศวกรนักเรียน ทุนพระราชทานของ พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 ภัทราวดี เกิดเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2491 ได้รับการศึกษาจากโรงเรียนราชินี ได้รับการฝึกสอนศิลปะรำไทยและขับร้องเพลงไทยจาก ครูเล็ก วังบ้านหม้อ (ครูเล็ก กฤษกร ณ อยุธยา) และเรียนต่อจบไฮสกูล (High School) จากประเทศอังกฤษที่ ได้สัมผัสกับศิลปะการแสดง การร้องเพลงแบบตะวันตกจากที่นั่น และเริ่มสนใจศิลปะการแสดงอย่างจริงจัง โดยไปเรียนศิลปะการแสดงที่ พาซาดีน่าเพลย์เฮาส์ (Pasadena Playhouse) ประเทศสหรัฐอเมริกา ตามคำแนะนำของ อาจารย์สไตน์ พันธุโกมล (ผู้ก่อตั้งภาควิชาศิลปะการละคร คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และผู้ก่อตั้งโรงเรียนการแสดงไทยที่วีซีช่อง 3) เธอเรียนภาคค่ำด้านการออกแบบเสื้อผ้าและด้านการเดินแบบ รวมถึงการแต่งหน้าควบคู่ไปด้วย ตามคำแนะนำของ พัฒศรี บุญนาค ที่แนะนำว่า งานนางแบบในเมืองไทยเพิ่ง เริ่มต้น ยังขาดบุคลากรด้านนี้โดยตรง ถ้าหนูเล็กไปร่ำเรียนจนเป็นผู้เชี่ยวชาญเมื่อกลับมากรุงเทพฯ ย่อมมีงานให้ทำอย่างแน่นอน (ภาวนิศา ภูภิรมย์ขวัญ. 2551: 124) ในเวลาก่อนหน้านั้น ภัทราวดี เป็นนางแบบเป็นงานอดิเรกจากคำชักชวนของ พัฒศรี บุญนาค ไปถ่ายแบบให้กับหนังสือ อพิมพ์บางกอกโพสต์ เป็นงานแรก หลังจากเรียนจบก็กลับมาประกอบอาชีพนางแบบและนี้ ก่อแบบเสื้อผ้าจนได้รับความสำเร็จ กระทั่งได้รับคำชักชวนจาก ลาวัลย์ฉวี สิริสิงห์ ให้แสดงละครโทรทัศน์ และได้รับเลือกให้แสดงภาพยนตร์เรื่อง “ไม่มีสวรรค์สำหรับคุณ” สร้างโดย เบญจมิตร กำกับกา รแสดงโดยมีปริญญา ลีละศร แสดงกับ นาถ ภูวนัย, ภาวนา ชนะจิต และ สุพรรณ บูรณพิมพ์ ศิลปินที่เธอเลื่อมใสศรัทธาและเป็นแม่แบบในการแสดง และได้รับพระราชทานรางวัลตุ๊กตาของนักแสดงนำยอดเยี่ยมจากภาพยนตร์เรื่องแรก “ไม่มีสวรรค์สำหรับคุณ” นับเป็นนักแสดงหน้าใหม่ไฟแรงที่มีสไตล์การแสดงผิดจากนักแสดงต่างๆ ที่ได้รับความนิยมในยุคนั้น ต่อมาเธอได้ สร้างวิวัฒนาการรูปแบบของภาพยนตร์ไทย โดยเขียนบทภาพยนตร์เรื่อง “นางสาว มะลิวัลย์” ร่วมกับเริงศิริ ลิ้มอักษร ผู้กำกับในยุคนั้น แสดงเป็นนางเอกที่มีความเป็นตัวของตัวเองจนเป็นปัญหากับสังคม ผลงานครั้งนั้นนับเป็นการปฏิวัติการเขียนบท และการนำความคิดใหม่ๆ เข้ามาใช้ในภาพยนตร์ไทย (sinjai_miri. 2548: ออนไลน์)

การเริ่มต้นการสะสมแรงบันดาลใจและการสร้างตัวตนในด้านการออกแบบแฟชั่น ในบรรยากาศของความรุ่มรวยในยุคนั้น ภัทราวดี ได้รับคำแนะนำและแรงบันดาลใจจาก พัฒศรี บุญนาค บุคคลที่ไม่ใช่แค่ให้คำแนะนำด้านการศึกษาและอาชีพเพียงอย่างเดียว พัฒศรี ยังเป็นบุคคลหนึ่งที่เป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้ ภัทราวดี นำความเป็นตัวตนจากการที่มีรสนิยมที่ดีเป็น

ทุนเดิมติดตัวประ กอบกับความสร้างสรรค์ด้านการออกแบบที่ได้ศึกษาและประสบการณ์ในต่างประเทศ ได้มีการ ผสมกลมกลืนจนเป็นตัวตน ของตัวเธอ ได้ โดย ภัทราวดี เล่าให้กับผู้วิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังนี้ (ภัทราวดี มีชูธน. 2552: สัมภาษณ์)

...พี่พัมศรี บุณนาค เป็นครูคนแรกของดิฉัน พาเข้า และแนะนำให้รู้จักดีไซน์เนอร์ที่เป็นเด็กๆ พวกชาแนล เนี่ยไม่ได้ พอโตหน่อยเป็นเมียทูตก็พาไปซื้อกระเป๋าแฮนด์เมด คือเธอก็จะรู้อายุช่วยควรวใส่ ดีไซน์เนอร์ไหน จัดของใส่กระเป๋ายังไง วิธีการของ แกเป็นครู นิ่งนิ่งๆ แกสวยตลอดเวลา ตอนนั้น แก่แล้ว ทุกอย่างก็แก่เล็กลงอย่างแ หวน ที่แก่เล็กลงแต่ละอันมันเป็นดีไซน์ นี่คือแม่แบบ ตามแกไม่ทัน เพราะว่าทุกอย่างแก่เนี้ยบ บางทีก็ใส่หม้อมนะกับสร้อยที่เป็นสไตล์เพ่ๆ รองเท้าแตะก็เพ่ๆ แกบอกซื้อที่ตลาดเขาก็ไปซื้อบ้าง แกเป็นนางแบบตลอดเวลาทั้งชีวิต อย่างเสื้อ อีเซ่ มียาเกะ แกก็บอกเลิกต้องใส่แล้วก็พาไปซื้อไปเลือก บอกว่าซื้อต้องดีไซน์ ไม่งั้นจะซื้อไปทำไม ซื้อสมอง มีไม่ใช่ว่ามีอะไรก็นั่งไป...

...พี่พัมศรี ค่ะ ที่ถือเป็นแรงบันดาลใจสำหรับดิฉัน และดิฉันตอนเด็กๆ พี่เลี้ยงเย็บเสื้อผ้าให้ใส่ แค่ว่าทำได้ทุกอย่างเย็บเสื้อ บักสะตัง ทำดอกไม้ ทำกับข้าว แม่จะตัดเสื้อผ้าสวยดี พอดีเสื้อผ้า แม่ก็จะเย็บเสื้อผ้าให้ใส่ มีกระดุมทุกสี หรือไม้ก็ซื้อ ตลาดสมัยนั้นก็ไม่มีต้องตัด นอกจากเสื้อนักเรียน จนจะไปเมืองนอกแม่ตัดชุดผ้าไหมให้ จนกลับมาแม่ทะเลาะคุณวราชาติ ตัดให้ ก็มีอะไรให้ใส่ก็ใส่ไม่เรื่องมาก ตอนนั้นเพิ่งเรียนมหาลัยได้ครึ่งปี แล้วก็ประท้วงไม่เรียน เราตัดเสื้อผ้าสวย เป็นคนไทยคนเดียวในเมือง สมัยนั้นเวลาไปไหนก็โดนฟ้องว่ากินเหล้า แต่ดิฉันไม่กินนะ มีอีกจรรยาขากันเยอะ เราไม่ชิน เลยไม่เรียนกลับบ้านแล้วมาทำงาน ปีหนึ่งเลยจนมาเจอคุณพัมศรี และอาจารย์สไตน์ ท่านก็บอกให้ไปเรียน เลยกลับไปเรียน ตอน นั้นคุณวราชาติเป็นคนแต่งตัวให้ พอไปเรียนกลับมาตอนนั้นก็แต่งตัวให้ตัวเอง ก็สนุก...

ภัทราวดี มีชูธน เริ่มต้นการเป็นนักออกแบบและดำเนินธุรกิจด้านแฟชั่น จากที่เป็นนักออกแบบให้กับร้านรินท์ ที่เป็นร้านเสื้อที่มีชื่อในยุคนั้น มีชื่อในการตัดเย็บเสื้อผ้า มองตา กูร์ ซึ่งเธอได้รู้ถึงการงานการออกแบบในธุรกิจแฟชั่นก็จากการ เริ่มต้นทำงานที่นี่ จนกระทั่งเปิดร้านเสื้อผ้าเป็นของตัวเองร้านแรก อยู่ที่ย่านสยามสแควร์บริเวณโรงพยาบาลนครลิโด หนึ่งในโรงพยาบาลนครลิโด ในยุคแรกของย่านสยามสแควร์ที่เรียกว่าเป็นแหล่งทันสมัยในยุคนั้น ที่มี 3 โรงพยาบาล คือ โรงพยาบาลสยาม โรงพยาบาลนครลิโด โรงพยาบาลสกาลา โรงพยาบาลนครลิโด เปิดเมื่อวันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2511 แล้วต่อมาก็เริ่มมีการทำเป็นร้านค้าเล็กๆ เพื่อให้คนรุ่นใหม่ที่มีทุนน้อย อยากเริ่มทำงานใหม่ ด้วยการเริ่มต้นจากการเปิดให้เช่าร้านเล็กๆ (อรวิภา จินตนาวัน. 2546: 75)

เดอะแฟคตอรี (The Factory) เป็นร้านเสื้อร้านแรกของภัทราวดี มีชูธน และนับว่าเป็นร้านเสื้อแก่ๆร้านแรกๆในยุคแรกของโรงภาพยนตร์ลิโด ในย่านสยามสแควร์ ที่โดดเด่นทั้งการตกแต่งร้านที่เรียกว่าแปลกใหม่และทันสมัย ดังที่ ภาวนิศา ภูวภิรม ยัชวัญ สรุปลงไว้ในหนังสือความคิด ชีวิต ตัวตน ภัทราวดี เด็กหญิง ณ ริมน้ำ. ไร่ดั่งนี้ (2551: 163-164)

ร้านเสื้อร้านแรกในชีวิตของเธออยู่ที่ย่านสยามสแควร์ บริเวณโรงภาพยนตร์ลิโด ตรง ล็อบบี้ชั้นล่าง คูหาที่สามจากปากซอย ตอนนั้นสยามสแควร์เพิ่งสร้างเสร็จใหม่ๆร้านของเธอจึงนับเป็นร้านแรกๆที่ร่วมบุกเบิกย่านสยามสแควร์ให้กลายเป็นแหล่งแฟชั่นที่ยืนยงคงกระพันมาถึงปัจจุบัน ตัวร้านออกแบบโดย คุณปีเตอร์ บุนนาค ซึ่งออกแบบจากโครงห้องแถวเปลือยๆ คือ ไม่มีฝ้าเพดานเปิดให้เห็นหลังคาสูงซึ่งมีท่อน้ำใหญ่บ้างเล็กบ้าง ตกแต่งเลื้อยไปมา พื้นปูนขัดมันอย่างที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันนี้ คุณปีเตอร์ใช้วิธีทาสีผนังเป็นสีดำแล้วทาทอเป็นสี ส้ม แดง เหลือง ตัดกัน และใช้ทอเหล่านั้นเป็นที่แขวนโชว์เสื้อไปเสียเลย มีเฟอร์นิเจอร์เพียงชิ้นเดียว คือ เก้าอี้แบบสถานีรถไฟสำหรับลูกค้านั่งรอที่กลางร้าน นับว่าเป็นการออกแบบที่ใหม่และกล้าหาญมากสำหรับเมื่อสามสิบปีก่อน เมื่อเห็นร้าน ภัทราวดี ตัดสินใจตั้งชื่อร้านได้ทันทีว่า The Factory

ร้านเดอะแฟคตอรี ของภัทราวดี มีชูธน เป็นร้านเสื้อผ้าที่มีความโดดเด่น แตกต่างทั้งรูปลักษณะการตกแต่งและเสื้อผ้าที่ภัทราวดีออกแบบ การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อ วางขายในร้านแห่งนี้ เธอมีความคิดที่ว่า เราจะใส่อะไรก็ตัดเสื้อผ้าออกมาแบบนั้น สินค้าจะเน้นไปที่เสื้อผ้าสำเร็จรูปและรับสั่งตัดด้วยตามขนาดรูปร่างของลูกค้าหากลูกค้าต้องการ เนื่องด้วยที่เธอจะตัดเสื้อผ้าในร้านที่เป็นขนาดของตัวเอง แ ละใส่เสื้อผ้าเหล่านั้นเดินไปเดินมาทำงานอยู่ในร้าน เป็นฟรีเซ็นเตอร์ด้วยตัวเอง เสื้อผ้าของร้านนี้จะตัดเย็บเพียงตัวและสองตัว ถ้าลูกค้าใส่ได้พอดีก็ซื้อไปเลย แต่ถ้ารูปร่างไม่พอดีก็สามารถสั่งตัดแบบเดียวกันโดยวัดขนาด และลูกค้าส่วนมากก็จะเป็นนักเรียนนอก หัวสมัยใหม่ ที่ต้องการความแปลกใหม่

ภัทราวดี มีชูธน เล่าถึงเรื่องนี้ให้ผู้วิจัยฟังไว้ว่า “สมัยนั้นยังเปิดไม่กี่แถว เป็นตึกแถว พอมีร้านคนก็ฮือฮา ร้านก็แปลก โดยมากมาดู มันเปรียบกว่าร้านทั่วไป ก็จะมีนักเรียนนอก คนหัวก้าวหน้า เป็นลูกค้ากระหีบมือในช่วงแรก ดิฉันจะเป็นนางแบบอยู่ในร้าน ใส่ชุดอะไร วันนั้นจะแบบนั้นขายได้หมด แต่ก่อนผมมสูงใส่ไรได้หมด คนก็ทักบางทำผม ทำไมเหมือนคุณ ดิฉันก็สอนก็เลยกลายเป็นมีลูกศิษย์ เรียนแต่หน้า เป็นเรื่องเป็นราว” (ภัทราวดี มีชูธน. 2552: สัมภาษณ์)

แนวทางในด้านการออกแบบของ ภัทราวดี ของรั้ว นเดอะแพคตอรี เป็นที่กล่าวขวัญ และ ถือว่าเป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่คุณนั้นกล่าวถึง ในแนวทางที่มีความแตกต่าง โดยยังผสมผสานรูปแบบของความเป็นไทย ไว้ด้วย ดังที่ ภาณิศ ภาณิกรมย์ขวัญ บันทึกรไว้ว่า แนวทางการออกแบบของ ภัทราวดี มีแรงบันดาลใจมาจากชุดไทยโบราณอย่าง เสื้อคอกระเช้า และ ตะเบงมาน เธอเป็นผู้นำเสื้อสายเดี่ยวมาใส่เป็นรุ่นแรกก็ว่าได้ เพราะในสมัยนั้นนิยมกางเกงขาบานมาก ยาวครอบรอบเท้าสันตึกสูงปรี๊ด กระโปรงก็นิยมแบบยาว้วยบานมากอีกเช่นกัน เมื่อขึ้นล่างเยอะแล้ว ขึ้นบนก็ควรจะน้อย จะได้สมดุลกัน เสื้อตัวบนจึงตัดแปะ ลงมาจากคอกระเช้าหรือตะเบงมาน ด้วยความเป็นสาวสายเดี่ยวยุคบุกเบิก ภัทราวดี ออกจะแปลกใจกับปฏิกิริยาที่สังคมมีต่อสาวสายเดี่ยวยุคจิตตอล เพราะแฟชั่นก็คือแฟชั่น มาแล้วเดี๋ยวก็ไป เธอเองก็เคยเป็นสาวเปรี้ยวจัดชนิดขึ้นสมอง แต่ก็เติบโตเรียนรู้มาเป็นผู้ใหญ่ และเลิกใส่ เสื้อผ้าเหล่านั้นตามความไม่อำนวยของวัย (2551: 168)

ภัทราวดี ยังกล่าว เพิ่มเติม ในเรื่องนี้ ที่แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจและมุมมองทางด้านแฟชั่นของเธอ กับผู้วิจัยไว้ ว่า “...เสื้อสายเดี่ยว ที่เปิดหน้าเปิดหลังเหมาะสำหรับคนผอม ที่ไม่มีหน้าอกสมัยก่อนเขาใส่อย่างมึก าลเทศะ คนที่มีเนื้อหนังหน้อย ก็จะไม่หลีกเลียงและก็จะใส่เฉพาะยามเย็น หรือปาร์ตี้เพื่อนฝูง ถ้าเป็นงานสำคัญ หรือเป็นทางการอยู่กับผู้ใหญ่ก็แต่งตัวเรียบร้อยเลยไม่มีใครรู้สึกไม่ดีกับเสื้อสายเดี่ยว...” (ภัทราวดี มีชูธน. 2552: สัมภาษณ์)

รูปแบบเสื้อที่ ภัทราวดี มีชูธน ออกแบบกลายเป็นแนวทางหนึ่งในวงการแฟชั่น ที่ขยายวงกว้างไปสู่วงการอื่นที่ทำให้เป็นความแปลกใหม่และเป็นปรากฏการณ์ความทันสมัยในยุคนั้นไปด้วย อีกทั้งยังมีกรกล่าวถึงในหนังสือพิมพ์อย่างแพร่หลายเกี่ยวกับรูปแบบเสื้อที่เธอเรียกว่า ตะเบงมาน จากรูปแบบที่เธอนำเสนอเป็นที่ขัดแย้งกับสังคมไทย จากการที่มีการจับปรับ 100 บาทกับผู้หญิงที่ใส่เสื้อผ่าเปิดหลัง หรือที่เรียกว่า “เสื้อผูกเอี่ยม” รูปแบบ ที่กำลังเป็นที่นิยมในสมัยนั้นในที่สาธารณะ ตำรวจ จับปรับผู้ที่ใส่เสื้อผ่าเสื้อผูกเอี่ยมโดย สรุปว่าเป็นการแต่งตัวแบบไปเปลือย ภัทราวดี มีชูธน ได้ แสดงความคิดเห็นในฐานะนักออกแบบและสุดยอดนางแบบ ในความเป็นผู้นำแฟชั่นของเธอในสมัยนั้น ไว้ในหนังสือพิมพ์ บางกอกเวิลด์ ที่สรุปได้ว่า ผู้หญิงในยุคนั้น ในความคิดของเธอ ควรมีสติเสรีภาพทางการแต่งกาย ตราบใดที่เธอยังไม่แก้ผ้า ก็ไม่มีข้อกำหนดใดในการมาปิดกั้นการแสดงออกของการแต่งกาย โดยเธอแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างทางความคิดของการ เป็นผู้นำในวงการแฟชั่น ในช่วงเวลานั้น ไว้ใน หนังสือพิมพ์บางกอกเวิลด์ วันจันทร์ที่ 9 เมษายน ไว้ว่า (2516: 9)

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ที่ตำรวจจับผู้หญิงที่แต่งกายชุดเปลือยหลังเปลือยท้อง ไม่ใส่ยกทรง ตามข่าวใน นสพ. เพราะตนเองไม่คิดว่า การแต่งชุดที่ว่าเป็นเรื่องอนาจารหรือโป๊แต่อย่างใด ไม่ได้แก้ผ้า ไม่ได้เปิดอก เปิดก้น จะว่าเขาแต่งตัวอนาจารได้อย่างไร พร้อมกันนั้นเธอก็บอกว่าอยากรู้เหมือนกันว่ามีกฎหมายข้อไหนที่ห้ามไม่ให้ผู้ หญิงแต่งชุดเปิดหลัง- เปิดสะดือ แฟชั่นแบบเสื้อ ซึ่งวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงเรื่อยไป การแต่งกายควรมีเสรีภาพของแต่ละคนที่จะแต่งยังไงก็ได้ ใครจะไม่ได้ “ยกให้เป็นเรื่องของเขา ไม่ได้เรื่องที่คนอื่นจะมาคอยจำกัด บังคับว่า จะต้องแต่งอย่างนั้นอย่างนี้ และที่ ตำรวจจับแถมยังปรับอีกด้วยนั้น รู้สึกจะเกินเหตุไป ความจริงเพียงว่ากล่าวตักเตือนก็พอแล้ว”

ในทวรษณะของนักออกแบบ ภัทราวดี กล่าวว่า เสื้อเปิดหลัง เปิดท้อง ไม่ถือว่ามี โยงชุดตะเบงมาน เครื่องแต่งกายไทยแท้ๆก็ยิ่งเปลือยหลัง เปลือยสะดือ เช่นกัน เราคิดว่าโป๊ น่าจะคิดว่าของเราทะมัดทะแมงน่าดูเสียอีก ซึ่งน่าจะนำมาเป็นแบบอย่าง ด้วยการออกแบบชุดตะเบงมานเป็นแฟชั่น ทุกวันนี้เราก็เห็นคนนุ่งชุดอาบน้ำ “บิกินี” จะมาคิดว่าชุดเปิดหลังเปิดสะดือโป๊ไปได้ ความจริงเมืองไทยเป็นเมืองร้อน การแต่งตัวแบบนี้เย็นสบายเสียอีก ข้อสำคัญขอให้คนแต่งให้เหมาะสมกับรูปร่างก็แล้วกัน ..

ภัทราวดี มีชูธน เล่าให้ผู้วิจัยฟังในเรื่องนี้ที่แสดงให้เห็นถึงความคิด แตกต่าง ของความเป็นบุคคลในวงการแฟชั่นที่มีแนวความคิดที่แปลกใหม่ ต่อไปอีกว่า (ภัทราวดี มีชูธน . 2552 : สัมภาษณ์)

“...อย่างเสื้อตะเบงมานเปิดหลังก็จะมีขายที่ร้าน ที่ร้านเราเป็นแบบคล้องคอ ตอนนั้นลงหนังสือพิมพ์ด้วย เวลาเรามีแฟชั่นโชว์ก็จะลง ไม่ได้ลงเหมือนสมัยนั้นนะ ไม่มีพูดถึงโป๊เลย ไม่มีการคอมเมนต์ แคเป็นข่าวว่า ภัทราวดีมีแฟชั่นโชว์ที่นั่นที่นี้ สมัยนั้นไม่มีการวิจารณ์ มันก็มีหลายรูปแบบ เคยไปเดินแฟชั่นโชว์งานนางสาวไทย คนก็ตะโกนว่าเราว่ากระเทย คือ คนไม่เคยเห็นแบบเรา แล้วก็ตกใจ คนที่เขากล้าหน่อยในสมัยนั้นก็ชอบ มีบางคนชอบแบบนี้แต่เอาแบบไม่เปิดหลัง เราก็ต้องตัดให้ใหม่ ที่กล้าจริงๆคือพวกนางแบบ คนทั่วไปเค้าไม่เอาด้วย เป็นคนที่ไม่สนใจ คือเราอยากจะทำนางแบบบอกว่าบ้าง คือในตอนนั้นมีคนถามว่า รูปแบบตะเบงมานโป๊หรือไม่โป๊ ไซ้ เพราะตอนเล่นหนังเรื่องนางสาวมะลิวรรณ ก็เอาไปใส่ในหนัง ก็ฮือฮา ดาราที่ไม่ใส่ สมัยเพชราก็ไม่ใส่นี่ จะมีแต่นางแบบแหละ ถือว่าเป็นปรากฏการณ์หัวก้าวหน้าไหม มันเป็นเรื่องเริ่มการดีไซน์มากกว่า ไม่ ไซ้เราเปิดแคตตาลอค แล้วมาก้อปปี เราต้องมาดีไซน์ อย่างตะเบงมาน มันเป็นเรื่องใหม่ของการดีไซน์ เราต้องพัฒนา...”

ความทันสมัยของ ภัทราวดี มีชูธน ในเวลานั้น เป็นไปในรูปแบบของคนรุ่นใหม่หัวก้าวหน้า ที่มีประสบการณ์มาจากต่างประเทศ โดยไม่ได้กังวลกับอาชีพดั้งเดิมของวงตระกูล หรือความคาดหวังของครอบครัว ก่อนหน้าที่ ภัทราวดี จะเดินทางเข้าสู่อาชีพนางแบบและนักออกแบบเสื้อผ้า เธอกล่าวกับผู้วิจัยว่า “ เราเห็นคุณวรชาติ ก็ตระกูลเก่าก็ทำ แกมีความสุข เห็นคุณพัศศรี คุณหญิงจ้อย มาเดินแบบ มันก็เป็นตัวอย่าง เราก็ไม่เห็นมีปัญหา พวกรุ่นใหญ่ จักรพรรดิ เขาก็ยังทำได้เลย เพียงแต่เราชอบ เราเรียนหลายอย่าง ดีไซน์เสื้อผ้า นางแบบ การแสดง ทั้ง 3 อย่างมันไม่ใช่อาชีพของประเทศนี้เลย แต่คิดว่ามันสามารถเลี้ยงเราได้ กลับมาก็จ้างช่างคนหนึ่ง ตัดเสื้อตัวเองใส่ แม้ก็เห็นเต่งตัวชะวับชะวาบ แม้ก็ไปเปิดร้านที่ สยามให้ ร้านเดอะแพคตอรี่ ” (ภัทราวดี มีชูธน. 2552: สัมภาษณ์)

ความสำเร็จในอาชีพนักออกแบบเสื้อผ้าของ ภัทราวดี มีชูธน ประสบความสำเร็จอย่างสูง จนถึงขนาดต้องเปิดร้านอีกหนึ่งร้าน ชื่อร้านซัมดีดิฟเฟอเรนท (Something Different) ที่ศูนย์การค้าเพลินจิต ทรออาเขต ปัจจุบันทุบทิ้งไปแล้ว ร้านแห่งนี้เป็นที่ พัฒศรี บุญนาค นางแบบและนักออกแบบเครื่องประดับ คนที่เป็นแรงบันดาลใจให้กับภัทราวดี มอบให้เธอดูแลกิจการต่อเนื่องจาก พัฒศรี บุญนาค ต้องไปใช้ชีวิตต่างประเทศ ความสำเร็จต่อมาทำให้เธอต้องเปิดร้านที่ 3 คือร้านที่ชื่อโอจี (O.G.) มาจากชื่อเต็มว่า ออริจินอล (Original) ที่ศูนย์การค้าเฉลิมโลก ร้านเสื้อผ้าของภัทราวดี นับเป็นร้านเสื้อผ้าที่มีความทันสมัยในยุคนั้นเป็นอย่างมาก วัดได้จากความนิยมในหมู่ของ ดารานักแสดง กลุ่มผู้คนที่ทำงานในวงการบันเทิง รวมถึงคุณนายกลุ่มไฮโซแถวหน้า ของเมืองไทยในสมัยนั้น ความนิยมในผลงานออกแบบของภัทราวดี ทำให้มีการจัดแฟชั่นโชว์อยู่บ่อยครั้ง และประสบความสำเร็จในทุกครั้ง ที่มีความแปลกใหม่ในการนำเสนอที่นอกเหนือจากรูปแบบเสื้อผ้า ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของตัวเองที่ในส่วนลึกในช่วงนั้นเต็มเปี่ยมไปด้วย ความเป็นศิลปินด้านการแสดงอย่างล้นเหลือที่รอคอยการเปิดตัว แต่ความที่เธอมีความสามารถในทั้ง 2 สิ่ง ทั้งความสามารถในการออกแบบเสื้อผ้า และการแสดง รูปแบบแฟชั่นโชว์ที่เธอจัดขึ้นจึงเป็นที่กล่าวขวัญ เหมือนได้ชมการแสดงในรูปแบบต่างๆ พร้อมกับการดูผลงานการออกแบบ เสื้อผ้า ที่ทำให้เสื้อผ้าในคอลเลคชั่นที่ทำการโชว์แต่ละครั้งไม่พอขาย ดังที่ ภาวนิศา ภูวภิรมย์ขวัญ สรุปไว้ว่า (2551: 169)

...การแสดงแบบเสื้อผ้า หรือแฟชั่นโชว์ของดีไซเนอร์ในนาม ภัทราวดี ก็เป็นที่เลื่องลือ มีการแสดงที่โรงแรมชั้นนำต่างๆ เช่น ไฮเรียนเต็ล ในลักษณะการรับประทานน้ำชายามบ่ายพร้อมชมแฟชั่นโชว์ ขายตัวราคาสามร้อยบาท จัดว่าเป็นงานสังคมที่ผู้คนนิยมชมชอบมากัน เพราะแฟชั่นโชว์เจ้านี้มีลีลาแปลกแหวกแนว เหมือนได้มาชมการแสดงสดรูปแบบต่างๆ ควบคู่ไปกับการดูเสื้อ แฟชั่นโชว์แต่ละครั้งทำให้ทางร้านได้ลูกค้าจำนวนไม่น้อยที่ตามมาสั่งตัดที่ร้าน เพราะชุดที่นำไปใส่โชว์มีแค่แบบละชุดจึงไม่พอขายหลังโชว์เลิก และการไปที่ร้านก็จะได้พบกับดีไซเนอร์ ทำให้ได้พูดคุยถึงความต้องการและขอคำแนะนำอย่างชัดเจน สัมกับความต้องการของลูกค้า...

ภัทราวดี มีชูธน จัดแฟชั่นโชว์เพื่อการประชาสัมพันธ์เสื้อผ้าของเธอ ในรูปแบบต่างๆ จนเป็นที่พูดถึงในวงกว้าง และเป็นความเก๋ ความทันสมัยสำหรับยุคนั้น ต้องเดินซื้อเสื้อผ้าที่ร้านร้านเดอะแพคทอรีของเธอ ดูละครที่เอยูเอ และชมแฟชั่นโชว์ ของนักร้องแบบที่อยู่ในกระแสช่วงนั้น เช่นนักร้องแบบในกลุ่มหัวก้าวหน้า อย่าง จิ่ง เริงศิริ ลิมอักษร โดย ภัทราวดี มีชูธน เค้าให้ผู้วิจัยฟังไว้ว่า “ความทันสมัย ก็ต้องที่ร้านเดอะแพคทอรีใครมาขอปิ้งที่นี้ก็จะดูเก๋ อย่างดูละครก็ต้องเอยูเอ ถึงจะมีรสนิยม ยิ่งทำได้ไปเล่นก็จะเก๋มาก ดูแฟชั่นโชว์ ของจิ่ง เริงศิริ จะทำเสื้อผู้ชาย เรายังเป็นแค่ยงค์ดีไซเนอร์ แฟชั่นโชว์มีเดินแบบแล้วมีร้องเพลงด้วย มีดนตรีอยู่ข้างหลัง บางทีก็มีเล่นสเก็ต บางทีก็ตกเวทีก็สนุกคะ คนจะมาดูโชว์ นางแบบจะต้องเต้นได้รำได้ ร้องเพลง ต้องฝึกฝน จัดแฟชั่นโชว์ก็ต้องที่ ไฮเรียนเต็ล หรือ อย่างร้าน ซัมติง ดิฟเฟอเรนท์ ที่ศูนย์การค้า พาเลสนิจิตราเขต ดิฉันก็จัดหน้าร้าน ตื่นเต้น ดิฉันจะทำอะไรไม่เหมือนใคร เขาทำแล้วเราจะทำทำไมภัทราวดี มีชูธน 2552: สัมภาษณ์)

เพราะเป็นนักร้องแบบหัวก้าวหน้า เธอเล็งเห็นความสำคัญและความต้องการของโลกแฟชั่นครบวงจร ภัทราวดี มีแนวความคิดที่แตกต่าง เธอจัดแฟชั่นโชว์คอลเลคชั่นใหม่ทุกๆ 3 เดือน ครั้งละ 40 ชุด ที่ลานหน้าร้าน ซัมติง ดิฟเฟอเรนท์ ในศูนย์การค้า พาเลสนิจิตราเขต และทำแฟชั่นโชว์ขายบัตร 200-300 บาทที่โรงแรมไฮเรียนเต็ล

สมชาย แก้วทอง ในปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2553) ที่ถูกเรียกและเป็นบุคคลที่ได้รับการยกย่องจากสื่อต่างๆมากมาย รวมถึงบุคลากรในวงการแฟชั่นแห่งยุค ว่าเป็น “บรมครูของวงการแฟชั่นไทย” ในหนังสือพิมพ์ TFE journal ได้กล่าวไว้ว่า สมชายแก้วทองเป็นหนึ่งในห้าของนักร้องแบบของไทยที่ยังทำงานอยู่จนถึงปัจจุบันในนาม “นักร้องแบบผู้เป็นตำนานแห่งวงการแฟชั่นไทย” (มานิตย์ มณีพันธ์กุล. ฉบับที่ 1, ตุลาคม 2553: 4) ในงานไทยแลนด์แฟชั่นไอส์ปรี ปี พ.ศ. 2553 สมชาย แก้วทอง เป็นหนึ่งนักร้องแบบที่เป็นผลจากการสะสมประสบการณ์มาอย่างยาวนานร่วม 40 กว่าปี ที่นับได้ว่าเป็นผลผลิตจากการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัยในระยะแรก หลังจากที่มิ้นท์บุกเบิกไว้อย่าง ภัทราวดี มีชูธน เป็นแบบอย่าง โดยกล่าวไว้ในนิตยสาร ฮาเปอร์ บาซา (Harper's Bazaar) ประเทศไทย ว่า (พิมพ์ไฉ่ บุญจง. 2553: 265)

...ช่วงที่มีโรงหนังสยาม...บรรยากาศแวดวงแฟชั่นของไทยเริ่มคึกคัก มีร้านเสื้อชื่อดังหลายแห่ง รวมทั้งแบรนด์แฟชั่น คนตื่นตัวทางแฟชั่น นก้นมาก ยิ่งกลุ่มที่กลับมาจากเมืองนอกเป็นกลุ่มที่ฮือฮามาก เรามีเพื่อนเป็นนางแบบชื่อนิตยา อ่างแก้ว (บุรณศิริปิน) และตอนนั้นก็มีความรัก ภัทราวดี ดังมาก ๆ เปิดร้าน ชัมดิง ดิฟเฟอเรนท์ (Something Different) เป็นร้านแฟชั่นสมัยใหม่และสอนเดินแบบ จัดแฟชั่นรูปร่างแบบสมัยใหม่ ถือเป็นคนที่เราชื่นชมและอยากทำงานได้อย่างเขา...

สมชาย แก้วทอง เริ่มต้นการทำงานเสื้อผ้า ในช่วงเวลาเริ่มต้นของวงการแฟชั่นไทย หลังจากที่มีผู้บุกเบิกไว้อย่าง ภัทราวดี มีชูธน โดยสมชาย แก้วทอง เป็นที่รู้จัก ในนาม “ไข่มุกติก” เมื่อ ปี พ.ศ. 2511 ที่ร้านแรกของเขาบนชั้น 2 ของโรงหนังสยาม สมชาย แก้วทอง เติบโตจากจังหวัดปัตตานี จากตระกูลขุนหมื่น รัตนภิรมย์ ผู้เป็นปู่ จากผู้ใหญ่บ้าน ตำบลตรัง อำเภอมาอ จังหวัดปัตตานี แต่ช่วงที่สมชาย แก้วทอง เกิดครอบครัวพ่อแม่ก็เริ่มลำบาก พ่อรับราชการเป็นปลัดอำเภออยู่ที่ อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี และย้ายมาอยู่ที่ อำเภอโคโพธิ์ จบมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่นั่น ก็เข้าเรียนที่ต่อที่โรงเรียนเพาะช่าง ที่กรุงเทพฯ เพราะชื่นชอบศิลปะและจากคำแนะนำของอาจารย์ที่โรงเรียนในสมัยนั้นที่ให้การส่งเสริม เขาชื่นชอบการตัดเสื้อ ที่ได้จากสภาพแวดล้อมในครอบครัว ที่จะตัดเสื้อผ้าใส่เอง ทำของแต่งบ้านเอง ที่แม่และพี่สาวจะช่วยกันทำเองทั้งหมด และเริ่มชอบที่จะตัดเสื้อผ้าให้พี่สาวและรับตัดเสื้อไปด้วย จบจนเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีในคณะจิตรกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร แต่เขาก็ต้องลาออกในปีที่ 3 เนื่องจากชอบการออกแบบและตัดเสื้อมากกว่าจึงมุ่งมั่นไปกับการเปิดร้านเสื้อเพื่อให้ได้เป็นรูปเป็นร่างมากกว่าตั้งแต่ตอนนั้น เป็นต้นมา ด้วยความที่เขารักและคลุกคลีกับงานทางด้านเสื้อผ้ามาตั้งแต่ยังเด็กๆ ทำให้งานที่เขาทำจนทุกวันนี้ กลายเป็นงานที่มีคุณค่าทั้งกับตัวผู้สร้างและตัวผู้สวมใส่เป็นอย่างดี สมชาย แก้วทอง กล่าวถึงจุดเริ่มต้นความเป็นตัวตนของเขา ไว้ว่า (Designer Directory. 2552: ออนไลน์)

“หลังจากพี่ชายต้องไปอยู่โรงเรียนประจำที่ จ.ยะลา บ้านผมก็เหลือแค่พี่สาว 2 คน แล้วก็แม่ ซึ่งผมสนิทกับแม่มาก เมื่อก่อนที่บ้านผมจะคลุกคลีกับเรื่องของการเย็บ ปัก ถัก ร้อย ไม่ว่าจะเป็นการถักเสื้อกันหนาว ถักโครเชต์ ถักผ้าคลุมไหล่ ทำให้ผมซึมซับกับเรื่องราวของงานประดิษฐ์ตั้งแต่นั้นมา และด้วยความที่ผมมีพื้นฐานด้านวาดเขียนอยู่แล้ว ก็เลยทำให้เราสนใจงานทางด้านศิลปะมากขึ้น อย่างตอนที่เรียนมัธยมที่ จังหวัดยะลา อาจารย์ที่สอนวิชาศิลปะมักจะจัดกิจกรรมบ่อย อย่างจัดให้พี่จักรยานไปเขียนรูปนอกเมือง เราก็ได้ประสบการณ์ทางด้านการวาดรูปจากตรงนี้ด้วย”

“พอจบมัธยม ผมก็มาเรียนเพาะช่างที่กรุงเทพฯ มีโอกาสได้มาเดินแถวๆ พาหุรัดบ่อยเข้า เห็นเสื้อผ้าหลากหลายแบบก็ทำให้ชอบเข้าไปใหญ่ เลยเป็นแนวทางทำให้เราเลือกที่จะทำอาชีพตัดเสื้ออย่างไม่ต้องลังเลอะไรเลย พอจบ ปี 3 ที่เพาะช่าง ผมก็สอบเข้ามหาวิทยาลัยศิลปากรได้ เรียนอยู่ที่นั่นจนกระทั่งปี 3 เราก็ค้นพบตัวเองว่าเราพร้อมที่จะทำงานแล้ว ก็เลยออกมาเปิดร้านตัวเสื้อเลย เพราะรู้ว่ามันใช่สำหรับเราแล้ว คือการที่เราเลือกจะทำอาชีพตัดเย็บเสื้อผ้ามันรู้สึกว่ามีอะไรดึงดูดเรา มาตั้งแต่เด็ก จนพอเราโตอายุประมาณ 22 ปี เราก็คิดว่าปริญญาไม่มีความหมายสำหรับเราอีกต่อไป

สมชาย แก้วทอง ใช้เวลาในขณะที่เรียนที่โรงเรียนเพาะช่าง เรียนรู้ในสิ่งที่ตัวเองชื่นชอบ คือ งานเสื้อผ้า เพราะการเรียนที่โรงเรียนเพาะช่างต้องเดินผ่านพาหุรัด ที่เป็นสถานที่ขายผ้าแห่งใหญ่ของกรุงเทพฯ ทำให้เขาได้เห็นได้สัมผัสผ้าหลากหลายชนิดนำมาตัดเสื้อผ้าให้กับตัวเองและพี่สาวรวมถึงญาติๆได้ใส่ รวมไปถึงเพื่อนๆที่มาขอให้ตัดเสื้อผ้าให้ สิ่งนั้นกลายเป็นรายได้ให้กับเขา และทำให้เขาได้ใช้งานตัดเสื้อของเขาเลี้ยงตัวเองในช่วงชีวิตนั้นสำหรับการเรียนและช่วยเหลือครอบครัวได้บ้างในช่วงเวลาที่ครอบครัวลำบาก สมชาย แก้วทอง ไม่ได้รู้สึกน้อยเนื้อต่ำใจอย่างใดจากการถูกลดคุณค่าตัดเสื้อนี้จากเพื่อนๆของพี่สาว แต่กลับทำให้เขากลับคิดว่าเขา โชคดีเสียอีกที่ได้ทำมาหากินได้ดีกว่าคนอื่นๆในครอบครัวจนช่วยเหลือและตอบแทนบุญคุณให้กับครอบครัวของเขา สมชาย แก้วทอง เล่าให้ฟังถึงช่วงชีวิตนี้ไว้ใน บทความ สมชาย แก้วทอง โลกนี้มีแต่คนโชคดีกับโชคร้าย ในนิตยสาร VOLOME ไว้ว่า (อรสา อินทรมุตร. 2552: 129)

...ช่วงนั้นเริ่มมีเพื่อนๆของพี่มาให้ตัดเสื้อ จึงมีรายได้ตั้งแต่ตอนเรียนหนังสือแล้วเท่ากับช่วยแบ่งเบาภาระของครอบครัวทางหนึ่ง เพราะทางบ้านเรายากจน พี่ชายกับพี่สาวคนโตต้องเรียนแค่อนุริญญาเพื่อออกมาทำงานส่งน้องเรียน พี่สาวทั้งสองคนมีพระคุณกับผมมาก เปรียบเท่ากับแม่คนที่สองก็ว่าได้ มีเพื่อพี่สาวคนหนึ่งเคยพูดว่า “บ้านนี้จนจะตาย เพิ่งลืมตาอ้าปากได้ก็ตอนน้องชายมารับจ้างเย็บเสื้อผ้า” ฟังดูแล้วต้องรู้จักเจียมตัวมาก ไม่รู้ว่าเป็นคำชมหรือพูดดูถูกดูแคลนกันแน่ ...แต่ก็เป็นพลังอันยิ่งใหญ่ที่เป็นกำลังผลักดันให้เราไม่ยอมแพ้การที่จะต้องเผชิญกับปัญหา...เกิดมาจนหรือร่ำรวยไม่สำคัญเท่ากับความอบอุ่นที่เราได้จากครอบครัวที่หลอมรวมเป็นเข้าชีวิตให้เราในวันนี้ ...ผม โชคดีที่ทำมาหากินได้ดีกว่าคนอื่นๆในครอบครัว และคนที่ต้องตอบแทนบุญคุณ เราจะกินอิ่มคนเดียวได้อย่างไรถ้าคนในครอบครัวยังอดอยาก...

สมชาย แก้วทอง อาจเป็นช่างเสื้อรุ่นใหม่ในสมัยนั้น ที่ไม่ได้มีความรู้โดยการเรียนมา ทางด้านการตัดเย็บหรือเรียนมาทางการออกแบบมาก่อน เขาเองอาศัยความชอบ ความถนัด และได้ทักษะจากการวาดรูปที่มีอยู่เป็นแรงกระตุ้นประกบกับแรงผลักดันทางการดำเนินชีวิตของครอบครัว ๑ วจจนถึงการเลือกอาชีพของเขาที่เริ่มต้นเร็วกว่าผู้อื่น “การที่เราทำงานมาตั้งแต่อายุ 22 ปี แล้วไม่มีความรู้พื้นฐานด้านการตัดเย็บเสื้อผ้า และไม่เคยมั้ได้เรียนที่ไหนมาก่อน มีแต่พื้นฐานทางด้านวาดเขียนก็เป็นอะไรที่ช่วยได้เยอะมากทุกอย่างที่เราเรียนมาทั้งหมดสามารถนำมาช่วยทำงานให้สายอาชีพนี้ได้ ที่ผ่านมามีความชอบ ความถนัด มาช่วยเป็นแรงผลักดันให้เกิดเป็นประสบการณ์ที่มีค่าสำหรับเรียนรู้ต่อ (Designer Directory. 2552 ออนไลน์)

การเริ่มต้นร้านเสื้อ ร้านแรกของสมชาย แก้วทอง ในนาม “ไข่มุกติก” ที่ชั้น 2 ของ โรงหนังสยาม พื้นที่ในสมัยนั้น ที่ถือว่าตรงจุด เพราะนับว่าเป็นแหล่งแฟชั่นชั้นนำของกรุงเทพฯ ร้านเสื้อไข่มุกติก ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี จากที่นั่น ในขณะที่อายุเพียง 22 ปี หากใครๆ ใน สมัยนั้นได้เปิดร้านเสื้อผ้าที่สยาม ได้แต่งตัวเฉิดฉายเดินบนถนนแฟชั่นที่นี้ก็ถือว่าอินเทรนด์ เป็น พื้นที่ของความร่วมสมัย ร้านแรกของ ไข่มุกติก ที่โรงหนังสยามเปิดได้เพียง 3 ปีก็ประสบความสำเร็จจนต้องย้ายไปที่สยามเซ็นเตอร์ สมชาย แก้วทอง เล่าถึงการทำงานในยุคเริ่มต้น ไว้ว่า (อรสา อินทรูปตร. 2552: 129)

...ผมไปดูหนังกับพี่สาวที่เรียนอยู่เพาะช่างด้วยกัน ชื่อ พี่หนูเอก เราสนิทสนมกันรักกันเป็นที่ นื่อง พอเรียนเพาะช่างจบพี่หนูเอกมาทำงานเป็นครูอยู่โรงเรียนสตรีแห่งหนึ่ง แล้วตอนนั้นบ้านที่เรา เช่าอยู่เจ้าของบ้านเค้าจะเอาคืน เราเลยออกตระเวนหาบ้านเช่ากัน หาแล้วยังไม่เจอบ้านที่ถูกใจเลย แวะมาดูหนังที่โรงหนัง สยาม ไปเจอร้านว่างให้เช่าอยู่จึงกดกริ่งเรียก ปราบกกว่าเด็กที่เปิดประตู ออกมาเป็นลูกศิษย์ของพี่หนูเอกพอดี ก็เลยขอเช่าได้ในราคา 3,000 บาท ซึ่งราคานี้ถือว่าเป็นราคาที่ดี ค่อนข้างสูงนะในสมัยนั้น ...ร้านตรงนั้นทำเลดีมาก และตรงข้ามโรงหนังสยามเป็นโรงแรมสยาม อินเตอร์คอนติเนนตัล (ที่ตั้งสยามพารากอนในปัจจุบัน) นักท่องเที่ยวที่มาพักในโรงแรมนี้มักจะเข้ามา ดูหนังด้วย ก่อนหนังฉายร้านเราจึงได้มีโอกาสโชว์เสื้อผ้าให้คนที่มาคอยดูหนังได้แวะดูสินค้า ทุกคน จึงพูดถึงร้านเราปากต่อปากอย่างรวดเร็ว

แรกเริ่มที่เปิดร้านใช้ชื่อว่าร้าน “เจิม” ซึ่งเป็นชื่อคุณแม่...ผมเอาชื่อมาพิมพ์ลงบนผ้า เอามาตัด กางเกง ตัดเสื้อ แม่บอกว่า “คนอื่นใส่คงไม่เป็นไร แต่แม่ว่าถ้าลูกเอาชื่อแม่มาทำกางเกงนุ่งเองอาจไม่ เป็นมงคลกับตัวลูกกรรมัง เพราะฉะนั้นลูกอย่าทำอย่างนี้เลยดีกว่า ” ...เลยลำบากใจที่ต้องใช้ชื่อแม่ ต่อไป ใช้ชื่อร้าน “เจิม” อยู่ประมาณ 2 ปี จึงเปลี่ยนชื่อร้านเป็น “ไข่มุกติก” ซึ่ง “ไข่มุก” เป็นชื่อเล่นสำหรับเด็กผู้ชายหรือน้องคนสุดท้องในบักซี่ได้ ก็เลยเอาชื่อนี้มาเป็นชื่อร้านจนถึงวันนี้...



ภาพประกอบ 8 สมชาย แก้วทอง กับผลงานไข่มุกติก ในปี พ.ศ. 2520 ที่เริ่มเป็นนักออกแบบรุ่นใหม่
 ชั้นแนวหน้าของไทย ร่วมกันวางแบบนายแบบยุคนั้น ลินดา คำธัญเจริญของอาจ นิระมล
 ช่อทิพย์ จงคติกิจ และ ดวงตา นันทขว้าง

สมชาย แก้วทอง เริ่มต้นการทำเสื้อผ้าและทำแฟชั่นโชว์ โดยทำเสื้อผ้าในเชิงธุรกิจโดยใช้
 นางแบบคนไทยเดินบนแคทวอล์คตามแบบฉบับสากล ครั้งนั้นแฟชั่นโชว์ชุดแรกของเขาได้แรง
 บันดาลใจมาจากภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง เดอะ เกรท แกสปี (The Great Gatsby) ซึ่งกำลังได้รับความ
 นิยมอย่างมากและกลายมาเป็นเอกลักษณ์ตั้งแต่นั้นมา จากการผสมผสานการออกแบบ
 งานจากการใช้ลูกไม้รวมถึงการใช้ผ้าไหมไทยมาดัดแปลง ึ่งให้ดูร่วมสมัย การใช้งานดีเทลในงาน
 ฝีมือแฟชั่นชั้นสูง ไปสู่ชุดชุดแต่งงานที่กลายเป็นสิ่งปรารถนาสูงสุดของสาวไทยเกือบทุกคนใน
 ปัจจุบัน และผลจากการเดินแฟชั่นโชว์คอลเลคชั่นดังกล่าว ในช่วงเวลานั้นทำให้เสื้อผ้าของเขา
 ขายหมดเกลี้ยงในเวลาอันรวดเร็ว ส่งผลให้ชื่อเสียงของ สม ชาย แก้วทอง ในนาม “ไข่มุกติก” โด่งดัง
 เป็นพลุดอก จนต้องจัดงานแฟชั่นโชว์ของตัวเองตามมาอีกหลายงาน สมชาย แก้วทอง สรุป
 ผลงานตัวเองไว้ใน หนังสือ Scream Bangkok Fashion Now & Tomorrow ไว้ว่า “ ผมเริ่ม
 ทำงานด้วยสไตล์แบบฮิปปี บนเสื้อเบลลาซ์ประดับระบายลูกไม้ แฟชั่นโชว์ แรกของผมเรียกว่า โชว์
 1920 โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากหนังดังอย่าง เดอะ เกรท แกสปี (The Great Gatsby) และ
 ตั้งแต่นั้นมา สไตล์แบบ แกสปีก็กลายมาเป็นเอกลักษณ์ในงานของผม ” (Haritya Chainuvati,
 Paothong Thongchua, Salisa Pinkayan. 2005: 83)

สมชาย แก้วทอง ยังเป็น ผู้ที่เปิดเส้นทางให้เกิดอาชีพนางแบบขึ้นมาอย่างเป็นทางการ เพราะเขาจะจ่ายค่าตัวให้นางแบบทุกคนที่มาเดินแบบเสียให้ จนเรียกได้ว่า คุณไข คือ มือปั้น นางแบบอาชีพเข้าสู่วงการแฟชั่นจำนวนมากอย่างแท้จริงในยุคแฟชั่นร่วมสมัยของไทย ชื่อของ “ไขบุญติก” เป็นที่กล่าวขวัญ ในระยะเวลาไม่นานหลังจากเปิดร้านได้เพียงสามเดือน และจัดแฟชั่นโชว์ที่กลายเป็นที่ฮือฮาพร้อมๆกับสร้างประวัติศาสตร์ให้กับวงการแฟชั่นด้วยการทำให้นางแบบอาชีพ โดยมี วรชาติ ซาตะโสภณ มาช่วยดูแลด้านนี้ให้จนวาระสุดท้ายที่จากไป นางแบบในยุคแรกๆเป็นเพื่อนๆน้องๆจนถึง หลานๆ สมชาย แก้วทอง เป็นคนแรกที่จ่ายค่าตัวนางแบบและต่อสู้เรื่องสิทธิและรายได้ของนางแบบในยุคแรกๆ (พิมพ์ไผ่ บุญจาง . 2553: 265) สมชาย แก้วทอง กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ว่า (อรสา อินทรรูป . 2552: 130)

... สมัยก่อนเราจัดแฟชั่นโชว์ตามในโรงแรมระดับห้าดาว ขายบัตรรับประทานอาหารเที่ยงพร้อมแฟชั่นโชว์ นางแบบก็เอาเพื่อนฝูง น้องเพื่อนบ้างลูกค้าบ้างมาเดินแบบ ... หลังจากนั้นเริ่มมีความรู้สึกที่นางแบบสามารถทำเป็นอาชีพได้ ผมเป็นคนแรกๆที่ให้ค่าตัวนางแบบ เริ่มต้นที่ 1,000 บาท ทุกคนได้เท่ากันหมด ซึ่ง 3,000 บาทนี่ตั้ง 8 ถึง 10 ชุดนะ สมัยก่อนใช้นางแบบ 10 คน คนละ 10 ชุด รวมก็ 100 ชุด เดินกันจนเบื่อเลยละ ตอนหลังค่าตัวนางแบบพัฒนาขึ้นตามฐานเศรษฐกิจของกรุงเทพฯ เป็นคนละ 10,000 บาท ดาราอาจจะได้ 15,000 ถึง 20,000 บาท ยิ่งนางแบบโฆษณา ยิ่งรายได้ดีมาก...

...การคัดเลือกนางแบบของผมในสมัยนั้นส่วนมากไม่ได้พิจารณาจากรูปร่างแต่ดูจากบุคลิกมากกว่า แต่งตัวเป็น เดินแล้วดูสง่างาม เป็นตัวของตัวเอง รุ่นแรกๆจะเป็นเพื่อนทั้งหมด อย่างแฉ่ว วงศวิภา, จันทรจวง เกดอง, จีรพันธ์ ศรีไกรวิน, ศิวพร บุญเกียรติ ที่ตอนนั้นเพิ่งจบจากมาแตร์ สวาย สดใส และดังมาก...รุ่นต่อมาเป็น ดวงตา นันทกวี, เลื่อมประภัสสร นันทกวี, พูนลาภ เรืองสุข รุ่นที่สาม ก็จะเป็นเพ็ญพร ไพฑูรย์, ดวงตา ตุงคะมณี, นวลปรางค์ ตรีชิต, รุ่งนภา กิตติวัฒน์, ลินดา คำธัญเจริญ, ศันสนีย์ เสถียรสุด (แม่ชีศันสนีย์ ในปัจจุบัน) และดวงสมร แก้ววงศ์ คนนี้สวยและสูงมาก ๆ น่าเสียดายเธอเสียชีวิตด้วยโรคเบาหวาน...

ไขบุญติก ของสมชาย แก้วทอง ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี จากบุติกแรกที่โรงแรมสยาม 3 ปีถัดมาภายในเวลาอันรวดเร็วจากอิทธิพลการเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วของวงการแฟชั่น ไขบุญติก ตอบสนองลูกค้าทั้งในระดับสูงโดยมีร้านสวย ยหรูสำหรับลูกค้าที่ต้องการสั่งตัดชุดหรู ที่นอกเหนือจากการซื้อแฟชั่นเสื้อผ้าสำเร็จรูปพร้อมใส่ (Ready-to-Wear) และเขายังรับฝากขายผลงานการออกแบบของนักออกแบบรุ่นน้องๆอีกด้วย ที่แสดงถึงความสำ เร็จและเป็นปรมาจารย์และต้นแบบ ของโลกแฟชั่นเมืองไทย (เพชร. 2551: 226)

สรุปได้ว่า แพชั่นร่วมสมัยของไทย เริ่มต้นจาก โรงเรียนสอนตัดเสื้อ ที่เป็นพื้นที่ที่ผลิตช่างเสื้อกึ่งนักร้องแบบ ของวงการแฟชั่นของไทย ในช่วงเวลาหนึ่ง ที่เน้นไปที่ความสามารถของช่างเสื้อที่มีทักษะทางการตัดเย็บมากกว่าด้านการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ แต่ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ ก็มีบุคคลที่เรียกได้ว่า เป็นบุคคลที่สร้างความแปลกใหม่ให้กับวงการแฟชั่นและความทันสมัยของไทย เกิดขึ้นมา อย่างหลากหลาย แต่ที่โดดเด่นมากที่สุด ก็คือ ภัทราวดี ศรีไตรรัตน์

ภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ เธอเป็นความแปลกใหม่ของคนรุ่นใหม่ ที่โดดเด่นกว่าใคร ในเวลานั้น ที่เรียกได้อย่างเต็มปากว่าเป็นนักร้องแบบหัวก้าวหน้าในรุ่นแรกของประเทศไทย ที่ไม่ได้มีฐานการเรียนในแบบรูปแบบ ของโรงเรียนสอนตัดเสื้อ ที่ใช้ชื่อเสียงของโรงเรียนสอนตัดเสื้อเป็นฐานในการสร้างตัวตนในแฟชั่นไทย แต่ ภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ กลับใช้ความเป็น ตัวตนและลักษณะเฉพาะของตัวเองเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างตัวตนในแฟชั่นไทย ที่ประสบความสำเร็จและยอมรับ ความแปลกใหม่และการยอมรับนี้ ทำให้เกิดแนวคิดร่วมสมัยที่ส่งอิทธิพลและสร้างแรงบันดาลใจต่อบุคคลในวงการแฟชั่นในรุ่นต่อมา รวมถึงการสร้างแนวทางใหม่ๆ ให้กับวงการแฟชั่นในช่วงเวลาต่อมาด้วย

2.1.3 กำเนิดวงการแฟชั่นไทย

หลัง ปี พ.ศ. 2510 เป็นต้นมา เป็นช่วงเวลาที่กล่าวได้ว่า ในวงการแฟชั่นของไทย เริ่มมีนักร้องแบบเสื้อผ่ารุ่นใหม่กำเนิดขึ้น ท้าวงการแฟชั่นของประเทศไทย มีความน่าตื่นเต้น ที่มีสิ่งแปลกใหม่เกิดขึ้น โดยมีการเกิดขึ้นพร้อมๆกัน ทั้งนักร้องแบบหัวก้าวหน้าที่หลากหลาย นางแบบที่แหกกฎเกณฑ์มาตรฐานของประเทศไทย และการนำเสนอรูปแบบแฟชั่นโชว์ที่น่าตื่นเต้น พร้อมกันนั้นวงการแฟชั่นของประเทศไทย ก็พร้อมเปิด รับการกำเนิดรูปแบบสื่อทางด้านแฟชั่นอีกหนึ่งรูปแบบ คือนิตยสารแฟชั่น ที่ภายหลังทำให้เกิดอาชีพของผู้คนที่อยู่ในแวดวงแฟชั่นเกิดขึ้นมากมายในหลากหลายแขนง ตั้งแต่ ช่างแต่งหน้า ช่างภาพ ผู้จัดการเรื่องการถ่ายภาพแฟชั่น ฝายศิลป์ของนิตยสาร เป็นต้น จนเกิดเป็นสังคมของบุคคลที่มีอาชีพในแวดวงแฟชั่นของไทยในช่วงเวลาต่อมา การเกิดขึ้นของสื่อที่ มีความชัดเจนในรูปแบบสื่อของแฟชั่นไทย ในครั้งแรกในช่วงเวลานั้น ตั้งแต่ก่อนปี พ .ศ. 2516 ครั้งนั้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงการแฟชั่นของไทย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทย จากผลของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของการได้รับสื่อแฟชั่นในรูปแบบนิตยสารแฟชั่นดี มีรูปแบบ ปราบกฏการณ์นี้ทำให้ผู้วิจัยได้เริ่มต้น การศึกษาการกำเนิดวงการแฟชั่นไทยร่วมสมัยได้จากช่วงเวลาของจุดกำเนิดนิตยสารแฟชั่นไทย เป็นช่วงเวลาแรกเริ่มจากปรากฏการณ์กำเนิดนิตยสารแฟชั่นไทยร่วมสมัย ไว้ดังนี้

นิตยสารสตรีของไทย กำเนิดและมีวิวัฒนาการมาอย่างยาวนาน และแบ่งเป็นยุคสมัย โดยสรุปจากผลงานการวิจัย เรื่อง 100 ปี นิตยสารสตรีไทย (พ.ศ. 2431-2531) โดย อุษลวรรณ ปีติพัฒน์ ไข่มุข และอวยพร พาณิช เบ็ นยุคสมัยไว้ เป็น 5 ยุคสมัย ยุคที่ 1 ยุคการปลุกสำนึกในด้านการเฝ้าหาความรู้และสิทธิของสตรีไทย (พ.ศ. 2431-2475), ยุคที่ 2 ยุคมืดของนิตยสารสตรี (มิถุนายน 2475-2489), ยุคที่ 3 ยุคตื่นตัวของนิตยสารสตรี (พ.ศ. 2490-2500), ยุคที่ 4 ยุคนวนิยายพาฝัน (พ.ศ. 2501-2516), ยุคที่ 5 ยุคข่าวสารและความหลากหลายของนิตยสารสตรี (พ.ศ. 2516-2531) ตั้งแต่ยุคที่ 3 ที่เป็นยุคตื่นตัวของนิตยสารสตรี เริ่มเน้นไปที่ความบันเทิงและแม่บ้าน การเรียนที่เป็นการนำเสนอความทันสมัยเรื่องราวแฟชั่นแบบกลายเป็น โดยที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ นิตยสารสตรีสาร สกุลไทย กุ ลสตรี เดลิเมล์วันจันทร์ และตามมาด้วยยุคที่ 4 ยุคนวนิยายพาฝัน (พ.ศ. 2501-2516) ที่นิตยสารสตรีของไทยเน้นไปที่เรื่องราวของนวนิยาย ที่ตกอยู่ในยุคการเมืองที่เรียกว่าเผด็จการ นิตยสารในยุคนี้ ได้แก่ ขวัญเรือน ดรุณี สตรีไทย คุณหญิง

แต่ในรายงานวิจัยของ สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา ในเรื่อง การแต่งกายสตรีกับทัศนคติของผ้าในสังคมไทยสมัยรัตนโกสินทร์ ได้สรุปเรื่องการกำเนิดนิตยสารของไทยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยในช่วงเวลาหลังจากสงครามโลกครั้งที่สองเป็นต้นมา โดยสรุปไว้ว่า ในช่วงเวลาหลังสงครามโลก มีนิตยสารสำหรับสตรีออก กมาหลายฉบับซึ่งอาจแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม กลุ่มที่หนึ่งเน้นนวนิยาย ขณะที่กลุ่มที่สองมีทั้งเรื่องอ่านเล่นและความรู้สำหรับผู้หญิงในประเด็นต่างๆ นิตยสารกลุ่มนี้ ดังเช่น สตรีสาร กุลสตรี แม่ศรีเรือน เป็นต้น มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลบ้านเรือน การทำอาหารและการเย็บปัก ถักร้อย ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประพฤติปฏิบัติตน สำหรับหญิงที่ทำงานนอกบ้านรวมทั้งการแต่งกายที่เหมาะสม ตลอดจนแนะนำแฟชั่นใหม่จากต่างประเทศ (2542: 142)

การกำเนิดนิตยสารสตรีที่แพร่หลายของไทยทำให้การเปลี่ยนแปลงการดำเนินวิถีชีวิตของคนไทย เกิดการแต่งกายตามแบบเสื้อตา มสมัยนิยมจากตะวันตก ดังนั้นนิตยสารแฟชั่นของไทยจึงนับได้ว่าที่สื่อทางด้านแฟชั่นหนึ่งที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของไทยในเวลาต่อมาและเป็นที่ยอมรับกันได้อย่างรวดเร็ว ดังที่บทความหนังสือพิมพ์บทความหนึ่ง ได้กล่าวถึงการรับอิทธิพลแบบเสื้อจากตะวัน ตกที่เปลี่ยนแปลงได้ไปตามกระแสของสื่อในนิตยสารแฟชั่นไว้ว่า ตั้งแต่ระยะเริ่มสมัยใหม่เป็นต้นมานั้น ส่วนใหญ่สังคมไทยจะได้รับอิทธิพลการแต่งกายจากอังกฤษและฝรั่งเศส แต่ในสมัยแฟชั่นร่วมสมัยนี้ได้รับอิทธิพลจากสหรัฐอเมริกา ตามกระแสในนิตยสารแฟชั่น(สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา. 2542: 142) มีบทความสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยที่ตามกระแสตะวันตกเป็นไปอย่างรวดเร็วในช่วงเวลานี้ เป็นไปตามอิทธิพลของหนังสือ นิตยสารแฟชั่น ที่เรียกได้ว่าเป็นผู้แนะนำความทันสมัย ทั้งรูปแบบเสื้อผ้า

การดำเนินชีวิต ภาพยนตร์ เพลง งานสั ้งคม โดยบทความนั้น กล่าวถึง การแต่งกายของผู้หญิงไทยที่แต่งตามกระแสตะวันตกเพียงอย่างเดียวและอย่างรวดเร็ว โดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสมเพียงแค่ว่าทันสมัยจากการได้อ่านจากนิตยสารแฟชั่นเท่านั้น ไว้ดังนี้ (สตรีสาร.2501 ฉบับกรกฎาคม ปีที่ 11 ฉบับที่ 251: 58-59)

...ผู้หญิงคนไหนไม่ได้ดูหนังสือแบบเสื้อหรือไม่ได้ไป “งาน” หรือดูภาพยนตร์สัก 6 เดือน ก็จะล้ำสมัยเอาเสียทีเดียว เพราะการแต่งกายของผู้หญิงไทยนั้นเดินตามรอยฝรั่งติดๆ อย่างไม่มีจังหวะเลย พอเห็นอลิซาเบธ เทย์เลอร์ ในภาพยนตร์เรื่อง วิไอพี (VIP) ไว้ผมเกล้าสูงแล้วปล่อ ยยาวเคลีย ต้นคอ ผู้หญิงในกรุงเทพฯ ก็เป็น อลิซาเบธ กันกร้อทั้งๆที่คอกก็ไม่ยาวพอที่จะมีผมเคลีย...

โดยที่ในปลายของยุคนี้ ในวงการนิตยสารของไทย ก็กำเนินความแปลกใหม่ และเป็นปรากฏการณ์หนึ่งของประวัติศาสตร์นิตยสารของไทย และวงการแฟชั่นของไทย คือการกำเนิดนิตยสารที่เรียกว่า นิตยสารแฟชั่นเต็มรูปแบบ คือ นิตยสาร ลลนา ที่มีแนวคิด ว่า “ลลนานิตยสารเพื่อความทันสมัยของคนหนุ่มสาวยุคปัจจุบัน” นิตยสาร ลลนา จัดอยู่ในกลุ่มของนิตยสาร กลุ่มที่สร้างสตรีให้ทันโลกทันสมัย ที่เป็นนิตยสารแฟชั่น ที่อยู่ในปลาย ปี พ .ศ. 2516 ที่เป็นเล่มโดดเด่น นอกจากนั้นก็ยังมี นิตยสารสาวสยาม นิตยสารสตรีสยาม นิตยสารลลนาโดดเด่นเพราะมีคอลัมน์อื่นๆที่เสริมความทันสมัยให้กับผู้หญิง โดยมีนวนิยายเพียงไม่ถึง 40 เปอร์เซ็นต์ นิตยสารลลนาเป็นนิตยสารที่น่าสนใจมากในช่วงท้ายยุค พ .ศ. 2516 เนื่องจากมีความผิดแผกจากนิตยสารอื่นๆ ตั้งแต่หน้าปก การจัดรูปเล่มและเนื้อหา หน้าปก เป็นรูปผู้หญิงสาวที่แต่งกายทันสมัย เน้นเฉพาะส่วนใบหน้าส่วนบนสุดมีชื่อ ลลนา และมีคำว่า “ประชากร” ตัวจิวอยู่ข้างท้ายด้านขวาของปก เป็นคำโปรยบอกเรื่องราวภายในเล่ม ...ซึ่งนิตยสารอื่นๆในยุคเดียวกันไม่มีเล่มใดจัดหน้าปก เช่นนี้ ที่จริงการขึ้นคำโปรยที่หน้าปกปรากฏใน “สตรีไทย (2507)” มาแล้ว แต่ลงเป็นกรอบเล็กๆในภาพ มีใช้ลงพิมพ์ทับภาพ เช่น ลลนา



ภาพประกอบ 9 นิตยสารลลนา ฉบับที่ 1 ปี พ.ศ. 2516

นิตยสารลลนา ออกเป็นรายปักษ์ จัดทำโดย สุวรรณี สุคนธา เป็นบรรณาธิการ ภายใต้การอำนวยการของ บุรินทร์ วงศ์สงวน แห่ง บีอาร์ จัดได้ว่าเป็นนิตยสารทันโลก ทันสมัย มีทั้งเรื่องสั้นและนวนิยาย การประดิษฐ์ แม่บ้านการเรือน และที่โดดเด่นมีทั้งแฟชั่นทั้งไทยและต่างประเทศ ลลนาให้เนื้อที่กับภาพถ่ายแฟชั่นค่อนข้างมาก เช่น แฟชั่นแบบเสื้อ 6 หน้าแฟชั่นรอบโลกถึง 20 หน้า แบบผม การแต่งหน้า วิธีพรมน้ำหอม การฝึกโยคะเพื่อความงาม คอลัมน์สวยอย่างถูกวิธี สอนการแต่งหน้า การนั่งที่ถูกต้อง เรื่องการแต่งหน้าได้บทความจาก ศศิวิมล ซึ่งใช้ภาษาละเมียด ละไมดีมาก... ลลนา นำแนวทางนิตยสารตะวันตกมาประยุกต์ ผู้หญิง! นลลนา ดูเก่งกล้า รอบรู้ (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะไมซิด. ม.ป.ป.; อ้างอิงจาก บุษกร พรมสะอาด. 2543: 57-60)

นิตยสารลลนา ถือว่าเป็นนิตยสาร ที่เป็นปรากฏการณ์หนึ่งของวงการแฟชั่นของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2514 สองปีก่อนหน้ากำเนิดนิตยสารลลนา มีนิตยสาร บีอาร์ ได้ปูแนวทางนิตยสารแนวทางทันสมัยและเน้นไปที่ความทันสมัยแฟชั่นเป็นหลักมาก่อนหน้านั้นแล้ว โดย บุรินทร์ วงศ์สงวน เป็นบรรณาธิการ ที่ต่อมา บุรินทร์ เป็นผู้อำนวยการให้กับนิตยสารลลนา

นิตยสารปีอาร์ เป็นนิตยสารที่มีรูปแบบ เป็นแบบสมัยใหม่และได้รับอิทธิพลมาจากนิตยสารต่างประเทศทั้งในยุโรปและอเมริกา นิตยสารปีอาร์ มีวงจำหน่ายบ้างและหยุดวงจำหน่ายบ้างสลับกันไปและต่อมาได้หยุดกิจการไปในที่สุด จึงสรุปได้ว่านิตยสารลลนามีแนวความคิดที่มาจากนิตยสารปีอาร์ โดยมีผู้ก่อตั้งคนเดียวกัน ต่อมานิตยสารลลนาประสบความสำเร็จ และเป็นต้นแบบแรงบันดาลใจให้กับวงการแฟชั่นในช่วงเวลาถัดมา

นิตยสารลลนา ถือเป็นแรงบันดาลใจให้กับวงการแฟชั่นในช่วงเวลานั้นเป็นอย่างมาก บทความเรื่อง “วัยเอ๊าะ” ยืด แคตวอลค์ ในผู้จัดการ รายวัน ที่สรุปไว้ว่า อิทธิพลหนึ่งที่ทำให้เกิดนางแบบและส่งอิทธิพลถึงความแปลกใหม่และทันสมัย ให้กับสังคมไทย คือนิตยสาร และนิตยสารที่ยุคแรกๆ นั้น ก็คือ นิตยสารลลนา โดยสรุปไว้ดังนี้ (ผู้จัดการรายวัน. 2552: ออนไลน์)

...นิตยสารผู้หญิงถือเป็นเส้นทางหลักในการแจ้งเกิดนางแบบบนแคตวอลค์มาไม่น้อยยิ่งในยุคก่อนที่มีนิตยสารผู้หญิงเพียงไม่กี่ฉบับนั้นถือเป็นสื่อที่ใครต่อใคร ก็จับตามองสาวที่มาขึ้นปก อย่างนิตยสารสกุลไทยที่มักจะนำสาวสวยลูกผู้ดีมีสกุลมาขึ้นปก แต่คนที่ทำให้พื้นที่หน้าปกของนิตยสารกลายเป็นยอดฮิต คือ บุรินทร์ วงศ์สงวน ซึ่งตอนนั้นเป็นบรรณาธิการนิตยสารปีอาร์ บุรินทร์มักมองหาสาวนักเรียนนอกที่เก๋ๆ มาขึ้นปกและเมื่อไปได้ อดตาดีไซเนอร์ห้องเสื้อ เธอเหล่านั้นก็จะถูกดึงตัวไปเดินแบบต่อจากนั้น นางแบบและนายแบบที่ได้เกิดจากปกของนิตยสารปีอาร์คือ พิสมัย จันทบุษยา และโยธิน ณ นคร เป็นต้น...

...ต่อจากนั้นก็เป็ยุคของนิตยสารลลนา และดิฉัน ซึ่งซบเคียวกันแข่งขันหานางแบบมาขึ้นปกอย่างไม่มีใครยอมกัน ลลนา ในยุคของสุวรรณี สุคนธา เป็นบรรณาธิการจะให้ความสำคัญกับเรื่องแฟชั่นมาก และกล้าที่จะฉีกแนววงการแฟชั่น ดังนั้น ลลนาจึงสร้างนางแบบที่มีความแปลกใหม่อยู่เสมอ นางแบบที่แจ้งเกิดบนปกนิตยสารลลนา อาทิ เพ็ญพักตร์ ศิริกุล ซึ่งตอนนั้นยังเป็นดารา เล็กๆ อยู่ รุ่งนภา กิตติวัฒน์, อรณา ควรตระกูล, เปรมิกา สุจริตกุล เป็นต้น

นิตยสารลลนา ยังเป็นหนึ่งในผู้ที่สร้างตัวตนของบุคลากรในวงการแฟชั่นของประเทศไทยและกลายเป็นกลุ่มคนในแวดวงแฟชั่นของไทย ในยุคถัดมา และเป็นนิตยสารฉบับแรกๆ ที่ให้โอกาสกับคนรุ่นใหม่ในวงการแฟชั่นของไทยในยุคนั้น อีกด้วย เมนาท นันทกว้าง (ดวงตา นันทกว้าง) เจ้าของและนักออกแบบ ร้านเสื้อโซดา นักออกแบบรุ่นใหม่ใหญ่ของประเทศไทย และเป็นลูกสาวของ สุวรรณี สุคนธา บรรณาธิการนิตยสารลลนา ได้เล่าถึงการทำงานของนิตยสารลลนาในยุคเริ่มต้น ที่เธอคลุกคลีอยู่กับแม่ ที่เป็นบรรณาธิการนิตยสารลลนา ตั้งแต่สิบกว่าขวบจนเรียนมหาวิทยาลัย เธอก็ใช้เวลาอยู่กับออฟฟิศนิตยสารลลนาในตลอดเวลาหลังเลิกเรียน ที่เป็นหนึ่งในคุณูปการของวงการแฟชั่นที่เป็นพื้นที่หนึ่งในยุคนั้นสำหรับเด็กรุ่นใหม่ที่ยากทำอะไรแปลกใหม่

ให้กับวงการแฟชั่นของไทย ที่เริ่มต้นมาจากเมเนทกับเพื่อนสนิท ที่ทำให้เกิดกลุ่มของแวดวงวงการแฟชั่นในยุคแรกๆของประเทศไทยอีกด้วย แม่ของเธอที่เป็นบรรณารักษ์ได้ให้โอกาสในการทำงาน โดยเมเนท นั้นทกว้าง ให้สัมภาษณ์ไว้กับ เอกชยา ในบทความ เมเนท นั้นทกว้าง เด็กผู้หญิงตัวเล็กๆผมเห็นเธอกระโดดออกมาจากดวงตา (ม.ป.ป.: 145-146)

...ห้องทำงานเล็กมาก มีอยู่ 2 ห้อง อยู่ชั้นบนของโรงพิมพ์ ...ห้องทำงานนอกจากมีคุณแม่ซึ่งเป็นบรรณารักษ์แล้ว ก็มีเลขาฯ การเงิน คนทวงต้นฉบับ ฝ่ายสมาชิก ใช้คนเดียวทั้งหมด มีพิชญ์ อักษรและผู้ช่วยบรรณารักษ์ ส่วนอีกห้องหนึ่งมีขนาดเท่ากัน เป็นห้องอาร์ตเวิร์ก ดิฉันเรียนจบมากี่มาช่วยแะอาร์ตเวิร์ก และหน้าที่หลักคือช่วยทำแฟชั่น...

...ทำเองหมดทั้งแต่งหน้า ทำผม ไม่เคยเรียนหรือทพคะ แต่อาศัยพื้นฐานการเป็นนักเรียนศิลปะ ดิฉันทำผมนางแบบเอง ทำสไตลิ่งเอง ยืมเสื้อผ้า ชั้บรรับ- ส่งนางแบบ ชื้อข้าวแจกทีม งาน... นัดนางแบบแล้วไม่เจอตัวก็ต้องวิ่งลงไปโทรตามผู้สธารณะทำเองคนเดียวหมด...

...แม้การทำงานของเธอ จะค่อนข้างเหนื่อยหนัก ทุกๆวัน แต่ก็ถือเป็นคุณูปการต่อวงการแฟชั่นเมืองไทยไม่น้อย จะเห็นได้จากมีนั้กออกแบบแจ้งเกิด ส่วนใหญ่เป็นเดอะแก๊งเพื่อนๆของเธอเอง อาทิ คุณป๋อง-องอาจ นิรมล , คุณป๋อม-ธีรพันธ์ วรรณรัตน์ , คุณจ๋อม-ศิริชัย ทหรานนท์ , คุณพิจิตรา บุญรัตน์ , คุณตัว กิรติ ชลสิทธิ์ , คุณโหน่ง-ปริญญา มุสิกมาศ ฯลฯ หลายคนเป็นหัวกระทิของวงการแฟชั่นบ้านเราตราบนานเท่านานนี้

กิรติ ชลสิทธิ์ นั้กออกแบบคนหนึ่งที่เกิดขึ้นจากอิทธิพลของนิตยสารลลนา ที่เรียกได้ว่าเป็นหนึ่งใน เดอะแก๊ง ของเมเนท ผู้ที่มีโอกาสและส่งเสริมไอเดียที่แปลกใหม่ รวมกลุ่มของเพื่อนๆกลายเป็นผู้ทรงอิทธิพล เก่ ทั้สมัยในวงการแฟชั่นของ ไทยกลุ่มแรกๆแห่ง ยุค และอาจสรุปได้ว่านิตยสารลลนา เป็นต้นกำเนิดให้กับนั้กออกแบบรุ่นใหม่อย่าง กิรติ ชลสิทธิ์ ที่กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้กับผู้วิจัย ไว้ว่า (กิรติ ชลสิทธิ์. 2552: สัมภาษณ์)

... แม่พีกับคุณสุวรรณี (บรรณารักษนิตยสารลลนา) เป็นบัดดี้กันตกเย็นก็มานัน้คุยกันเล่นไต่กัน คุณสุวรรณีเค้าก็เห็นพีมาตั้งแต่เด็ก เลยคุยเคยกันมาวันหนึ่งก็บอกแม่ว่าขอน้ำสุวรรณีลงหนังสือลลนา น้ำสุวรรณีบอกว่าได้อยากทำอะไรก็ได้ พีก็เลยทำ จำได้ว่าเดินไปซื้อผ้าเองที่พาหุรัตน์ สรุบได้ลง 2 ปกติดกันเลย เป็นลลนา สุลาวัลย์ กับอีกคนเป็นลูกสาวคุณเปี้ยก โปรสเตอร์ ตอนนั้นที่ทำเลื่อก็เรียนไปด้วย ยุคนั้นเป็นการสื่อสารทางโทรศัพท์เพราะลงอะไรไปลูกค้าก็จะโทรมา ...จริงๆตอนนั้นเราทำไปเล่นๆเท่านั้น แต่ก็ทำกระโปรงหรือเสื้อผ้าแปลกให้เพื่อนอยู่เรื่อยๆทำไปเค้าก็กล้าใส่ จนเรียนจบธรรมศาสตร์...จนไปเรียนต่อที่ฝรั่งเศส ซึ่งเค้าเล่าเรียนแพงมากคิดว่าไม่น่าจะได้เรียนในตอนแรกแต่สรุปครอบครัวก็สนับสนุน ต้องเรียนสามปี พีเรียนปีครึ่งก็จบแล้วแต่อยู่จนหกปี สี่ปีหลักก็เที่ยวและนั่งๆนอนๆ แล้วก็กลับมาเมืองไทย กลับมาครั้งหลังกลับมาจัดแฟชั่นโชว์ให้กับโรงเรียนสอนตัดเลื่อดวงใจของคุณแม่ ที่โรงแรมดุสิตธานี

... และทำไมให้ได้ขึ้นปกผลงานใน สมัยก่อน จริงๆอาจเพราะความสนิทสนม ทำงานอย่าง สนุกสนาน ทุกวันอาทิตย์ก็ไปอยู่บ้านคุณสุวรรณ...และก่อนไปเมืองนอกแม่พี่ ก็ถ่ายลงหนังสือ สกุล ไทย สาวสวย ขวัญเรือน มันมีแค่นี้ จนถึงคุณสุวรรณนี่ เป็นคนที่นิตยสารสมัยใหม่ พวกคุณสุวรรณนี่ ค่อนข้างไปทางยุโรป ที่เริ่มจากหนังสือบีอาร์ พี่ยังเคยได้ถ่ายตั้งสามสี่เล่ม...

...ในยุคนั้นดีไซเนอร์คนไหนได้ลงผลงาน ถือว่าเป็นเยี่ยม เพราะเป็นอะไรที่ใกล้เคียงเมืองนอก ที่สุด หน้าที่แตงน้อย ไม่ใส่ขนตาปลอม ในสมัยนั้นก็คงต้องเป็นลลนาถึงแม้จะมีแฟชั่นแค่แปดหน้า เก้าหน้าเท่านั้นเอง และค่อนข้างแพง ในสมัยนั้น และน่าแปลกหากเสื้อผ้าเราได้ลงปก แม้อำชายหนังสือ จะพูดว่าพอเสื้อผ้าคุณตัวได้ลงปกหนังสือขายดีจังเลย สมัยนั้นพอลงหนังสือปุ๊บก็มีคนถามชุดราคา เท่าไหร่ มีทั้งของจริงของปลอม บางทีเห็นเสื้อผ้าเหมือนกันแต่จำได้ว่าตัดให้คนนี่คนเดียวที่ลงหนังสือ

แฟชั่นของไทย ที่ถูกถ่ายทอดผ่านทางนิตยสารลลนา เริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 ทั้ง ผลงานการถ่ายภาพแฟชั่น บทความแฟชั่น บทความสัมภาษณ์ ของวงการแฟชั่นทั้งในประเทศและ ต่างประเทศในช่วงนั้น แม้วงการแฟชั่นของไทยจะดู เล็กดูแคบ เป็นคนกันเอง กลุ่มเล็กๆ เสียเป็น ส่วนใหญ่ แต่ก็ยังเรียกได้ว่าเป็ นเวทีหนึ่งสำหรับคนรุ่นใหม่ที่ได้นำเสนอสิ่งแปลกใหม่ในวงการ แฟชั่นของไทยในช่วง เวลานั้น นักออกแบบ เช่น อองอาจ นิรมล , ธีรพันธ์ วรรณรัตน์ , ศิริชัย ทหรานนท์ พิจิตรา บุญยรัตพันธุ์ กิรติ ชลสิทธิ์, ปริญา มุสิกมาศนางแบบ เช่นเพ็ญพักตร์ ศิริกุล รุ่งนภา กิตติวัฒน์, อรรภา ควรตระกูล , เปรมิกา สุจริตกุล เป็นต้น ทั้งหมด ได้นำเสนอผลงานของ ตัวเองผ่านนิตยสารลลนา เผยแพร่ผลงาน ที่เปรียบเสมือน เป็นการเปิดประตูบานใหญ่ให้เดินออก สูโลกกว้าง ได้เห็นหนทางความก้าวหน้า หนทางที่จะเดินเข้าสู่วงการแฟชั่นของไทยได้ จนถึง ปัจจุบัน นิตยสา รลลนา ยังเป็นหนึ่งในแรงบันดาลใจให้กับนักออกแบบในรุ่นหลังๆถัดมา ที่ได้ สะสมสร้างแรงบันดาลใจจากบุคคลในวงการแฟชั่นในรุ่นนั้นที่ได้เรียนรู้ผ่านจากนิตยสารลลนา



ภาพประกอบ 10 ความแปลกใหม่ของแฟชั่น ใน นิตยสารลลนา โดย พิจิตรา บุญยรัตพันธุ์

ชนะชัย จริยะธนา นักออกแบบที่อยู่ในวงการแฟชั่นของไทยมาแล้วกว่า 20 ปี ที่เป็นทั้งนักออกแบบและผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลภาพลักษณ์โดยรวมของศิลปิน ของบริษัทแกรมมี่ ค่ายเพลงใหญ่ของเมืองไทย เริ่มจากการเป็นเจ้าของร้านเสื้อ Time's End ที่เป็นตำนานของสยามเซ็นเตอร์ จวบจนมาเฟื่องฟูอีกครั้งกับร้านเสื้อทเวนตีเซเวนไฟว์เดย์ (27 Friday) และทเวนตีเซเวนโนแวมเบอร์ (27 November) ที่ได้ชื่อมาจากตัวเองทั้งหมด จากวันเกิดของตัวเอง คือ วันศุกร์ที่ 27 เดือนพฤศจิกายน จนประสบความสำเร็จเป็นแบรนด์เสื้อผ้า ของคนรุ่นใหม่ร่วมสมัยแห่งยุคปัจจุบัน ชนะชัย กล่าวถึงแรงบันดาลใจแรก จากความอยากรู้อยากเห็นวงการแฟชั่นและชื่นชอบนักออกแบบของไทยที่เป็นต้นแบบแรงบันดาลใจผ่านจากนิตยสารลลนาเป็นอันดับแรก โดยเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า (ชนะชัย จริยะธนา. 2552: สัมภาษณ์)

...ผมจะเห็นพวกพี่กบ (ดวงตา นันทกว้าง) พี่ไข่ (สมชาย แก้วทอง) เกิดมาตอนนั้นสิทธิ์ยังเด็ก เป็นนักเรียนเซนต์คาเบรียลธรรมดา อยากรู้เรื่องแพชั่น เป็นแค่เด็กเที่ยว แต่เห็นหนังสือลลนา ก่อนเลยเท่าที่จำได้ เห็นอาร์มตรงนั้นมาเป็นตัวตั้ง เห็นแล้วก็ชอบ อันนั้นเป็นแรงบันดาลใจแรก จากการเปิดหนังสือลลนาแล้ว เห็นพี่กบ พี่เจี๊ยบ (พิจิตรา บุญรัตพันธุ์) นุ่น นี๋ นัน นางแบบคือ พี่โต๊ะ นวล จรรย์ จำวงศ์ไทย อาร์มตรงนั้น คาแรคเตอร์คุณนั้น เห็นพี่โหม่ง อันนั้นนะเป็นแรงบันดาลใจเลย เป็นการจุดประกายเริ่มต้นในตัวเรา นั่นคือยุคหนึ่งที่เราศรัทธา ที่เราเห็นมาก มากที่สุด...อย่างยุคแรกที่บอกว่าเป็นพี่กบ เห็นในหนังสือลลนา คิดว่าพวกนั้นเค้าเกิดมาจากอะไร อย่างพี่กบเป็นลูกสาวเจ้าของหนังสือ มันก็จะง่าย ตรงนั้นเค้าจะเป็นกลุ่มเป็นก้อน แพชั่นในยุคนั้นยังไม่อะไรมากมาย แค่คนทำเสื้อ ตรงนั้นจะเป็นกลุ่มคนที่ไม่ไปเรียนมาอย่างไม่มี อะไร ก็จะมีพี่กบ พี่ปอง (องอาจ นิรมล) พี่ตัว (กิตติชลสิทธิ์) ที่จบมาจากฝรั่งเศส พี่เจี๊ยบ พี่ปอม ธีรพันธ์ซึ่งจบมาจากตรงนั้น ก็ทำเสื้อขึ้นมา แล้วก็มีหนังสือแพชั่นที่เพิ่งจะเข้ามา กลุ่มนั้นจะเป็นกลุ่มที่ปอบที่สุด และเป็นแรงบันดาลใจได้ในยุคนั้น...

นิตยสารสตรีหรือนิตยสารผู้หญิงในประเทศไทยส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในวงการแฟชั่นในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในประเทศแบบค่อยเป็นค่อยไปดังที่ ผลงานการวิจัยเรื่อง 100 ปี นิตยสารสตรีไทย (พ.ศ. 2431-2531) สรุปไว้ข้างต้น นิตยสารลลนา เป็นแรงบันดาลใจในหนึ่งที่ทำให้กำเนิดนักออกแบบรุ่นใหม่ ๆ ในรุ่นถัดมา เมนาท นันทกว้าง หรือดวงตา นันทกว้าง เป็นนักออกแบบคนหนึ่งที่เป็นผลผลิตหนึ่งของประสบการณ์นิตยสารลลนา

เมนาท นันทกว้าง เป็นบุคคลที่เป็นแรงบันดาลใจหนึ่งให้กับวงการแฟชั่นไทย ดังที่นักออกแบบในรุ่นถัดมา ชนะชัย จรรย์ธนา นักออกแบบที่อยู่ในวงการแฟชั่นของไทยมาแล้วกว่า 20 ปี กล่าวไว้ในข้างต้น เมนาท นันทกว้าง เริ่มต้นงานในวงการแฟชั่นของไทย จาก นิตยสารลลนา ซึ่งถือว่าเป็นนิตยสารเบรียวกว่าที่สุดในยุคนั้น เมนาท นันทกว้าง เริ่ม ด้วยการเป็นสไตลิสต์ และช่างแต่งหน้าไปพร้อมๆกัน เนื่องจากยุคนั้นไม่ค่อยมีใครมาจ้างงานอาชีพนี้มากนัก นอกจากคนในวงการภาพยนตร์ ในสมัยนั้นไม่มีการจ่ายค่าตัวนางแบบแต่จะเป็นการเชิญสาวสวยลูกผู้ดี นักเรียนนอกมาถ่ายแบบ เป็นแบบกิตติมศักดิ์ และลลนาก็เป็นนิตยสารเล่มแรกที่ใช้นางแบบที่ไม่ใช่ลูกผู้ดี หรือคนดัง

การทำงานและการนำเสนอของนิตยสารลลนา แตกต่าง และตรงกันข้ามกับนิตยสารที่มีอยู่ในยุคสมัยนั้นมากมายที่มุ่งเน้นไปที่ความเป็นนิตยสารครอบครัว อย่างนิตยสารขวัญเรือน พนิดา ชอวณศิขสา บรรณาธิการอำนวยการ นิตยสารขวัญเรือน ผู้ก่อตั้งนิตยสารขวัญเรือนมายาวนาน ออกจำหน่ายก่อนนิตยสารลลนา 5 ปี เล่าถึงเรื่องการทำงานนิตยสารขวัญเรือน ในการนำเสนอภาพถ่ายแฟชั่นในยุคนั้นไว้ว่า นางแบบที่มาถ่ายปกและแฟชั่นให้เราสมัยนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นนางงาม คนดัง หรือไม่ก็เป็นนักศึกษาที่หน้าตาสวยๆที่เป็นดาวมหาวิทยาลัย , ผู้เชิญพระ

เกี่ยว, ตรีเมเยอร์งานฟุตบอลประจำปีมหาวิ ทาลัย...คุณกรรณิกา ธรรมเกษร สมัยนั้นยังเป็น นักศึกษาปี 1 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ก็เคยมาเป็นปกให้นิตยสารขวัญเรือน ...ภาพปกในสมัย นั้นจะนิยมนางงามหรือนิสิตนักศึกษามากกว่าดารานางแบบ ...และการถ่ายปกในสมัยนั้นไม่มีการจ่ายค่าตัว เรียกได้ว่าเชิญมาเป็นเกียรติ คือผู้ที่ ได้รับเชิญให้ขึ้นปกในสมัยนั้นถือกันว่าได้รับเกียรติอย่างยิ่ง น้อยคนนักที่จะได้รับเชิญ ด้วยนิตยสารยังมีน้อยฉบับ (ชุดิมา ศรีทอง. 2552:118)

เมนาท นันทกว้าง นับได้ว่าเป็นผู้เปลี่ยนแปลงวงการแฟชั่นของไทย จากสิ่งที่เธอ มองเห็นในสิ่งที่ใกล้ตัวที่สุดคือ นิตยสาร เธอเป็นคนแรกๆในวงการแฟชั่นไทยที่มองเห็น ความเอื้อ อำนวยความสะดวกแพร่ผลงานทางด้านแฟชั่นผ่านสื่อ นิตยสาร และต้องร่วมสมัย การเปลี่ยนแปลงใน วงการแฟชั่นไทยเกิดขึ้นหลังจากเธอกลับจากประเทศอิตาลี ที่ไปใช้ชีวิตอยู่มา 9 เดือน เพราะ สุวรรณี สุคนธา บรรณาธิการนิตยสารลลนา ผู้ เป็นแม่ของเธอป่วยเป็นอัมพาตที่มือขวา เขียน หนังสือไม่ได้ เธอเสียสละให้น้องได้เรียน หลังจากเรียนที่อิตาลีไปได้เพียง 1 ปี เพราะคิดว่าผู้เป็น แม่ไม่สามารถส่งลูกเรียนในต่างประเทศได้ทั้ง 2 คน เธอจึงเป็นผู้กลับมาช่วยงานที่นิตยสารลลนา ผลจากการกลับมาทำงานในครั้งนั้น ส่งผลทำให้กำเนิดร้านเสื้อ ไชดา ป็อบ ขึ้นจากการมองเห็น ช่องว่างของวงการแฟชั่นในสมัยนั้นที่ขาดความเป็นจริงร่วมสมัย ไม่มีอะไรที่เกี่ยวข้องกับชีวิตร่วม สมัยของเธอเองเลย การกำเนิดร้านเสื้อ ไชดา ป็อบ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงการทำงานแฟชั่นผ่าน สื่อในนิตยสารลลนาในครั้งนั้น เมนาท นันทกว้าง น่าจะเรียกได้ว่าเป็นตัวแทนของคนร่วมสมัย แห่งยุคที่ค้นหาความแปลกใหม่และเป็นจริง ดงที่เธอเล่าไว้ใน คอลัมน์ ขยับปากในตอน หากคุณรู้ ว่ามีนัดกับ ดวงตา นันทกว้าง คุณจะทำอะไรก่อน เรื่องโดย พจมาน (พจมาน. ม.ป.ป.: 174)

...สมัยนั้นแม้กาสิโนมี แต่สกุลไทย ขวัญเรือน บางกอก ซึ่งเป็นนิยายล้วน นางแบบก็เป็น นางงาม แล้วก็ลูกผู้ดีที่สวยอวบ ใส่ชุดมิดชิด ผ้าไหม มัดหมี่ ถู่ง่องรองเท่าเพียบ รองพื้นหนาเดอะ ไม่เห็นผิวจริง...

...แล้วแฟชั่นก็ไม่มีอะไรเกี่ยวกับเราเลย ไม่เกี่ยวกับชีวิตจริง ไม่มีการใส่เสื้อยืดกับ สเก็ตชูต ชุดก็ ชุดแข็งๆบ้าง ชุดไทยบ้าง ร้านที่จะเอาเสื้อผ้ามาถ่ายลงหนังสือก็น้อย จำได้ว่าเวลาจะยืมเสื้อผ้ามา ถ่ายลำบากมากเพราะจะคิดกันคนละแบบกับสมัยนี้ เมื่อก่อนเขาจะคิดว่าการเอาเสื้อผ้าไปถ่ายนี้ เรา ต้องเสียตังค์ให้เขา จะหวงเสื้อมาก ...เพราะเสียงบ่นนี้แหละคะ ร้านเสื้อร้านแรกใช้ชื่อว่า ไชดา ป็อบ จึงถือกำเนิดขึ้นในเวลาเพียงครึ่งชั่วโมง ...ผ่านไปที่ยายม พอดีพี่แป้ว (พูนลาภ เรืองสุข) นางแบบ ลลนา บอกรับร้านจะแข่ง ก็เลยขอตังค์แม่ แม่ก็พาไปกู้แบงก์แล้วก็ค้าประกันให้หาแสนบาท พอเปิด ร้านก็ได้โฆษณาฟรี เพราะทำกับแม่ไม่ได้รับเงินเดือนเลย ขอเป็นหน้าโฆษณาแทน นางแบบที่ถ่ายก็ เป็นคนกันเองทั้งนั้น เสื้อก็เก๋ โฆษณาก็เก๋ เปิดร้านเพียงเดือนแรกยอดก็พุ่งกระชูด ด้วยคอนเซ็ปต์ที่ แรงและชัดเจน

เมนาท นันทกว้าง เป็นนักออกแบบที่ไม่อยากเรียกตัวเองว่าเป็นนักออกแบบมากนัก แต่คนในวงการมักพูดถึงเธอว่าเป็นบุคคลที่ทำให้เกิดแนวทางการแต่งตัวให้กับวงการแฟชั่นหรือแนวทางการแต่งตัวให้กับคนไทยในช่วงเวลาอันยาวนานและน่าจดจำ เมนาท นันทกว้าง เริ่มจากร้านเสื้อโซดาป๊อป (SODA POP) ที่เรียกกันติดปากว่า ร้านเสื้อ โซดา ที่โด่งดังยาวนานนับทศวรรษ และต่อมาก็มี กายโซดา (GUY'S SODA), โซดา รีมิกซ์ (SODA Remix), โซดา อันเดอร์กราว (SODA UNDERGROUND) เติบโต เปลี่ยนแปลงในหลายช่วงเวลาอย่างยาวนาน ในนิตยสารดิฉัน คอลัมน์แฟชั่นในมุมนิตยสาร บทความเรื่อง ตำนานไทย R-T-W สรุปลักษณะของ เมนาทไว้ว่า ความเป็นศิลปินนักออกแบบ ของเธอ เกิด จาก นิตยสารลลนา ซึ่งเป็นตำนานของนิตยสารสตรีของคุณแม่ (นามปากกา สุวรรณี สุคนธา . ที่โด่งดัง) เป็นแรงผลักดัน แนะนำหนุนบรรดานักออกแบบเจ้าของบูติก นำเสนอเรื่องราวแพร่ภาพแฟชั่นและนางแบบ ทำให้เธอในฐานะ หัวหน้าฝ่ายศิลป์ (Art Director) และ สไตลิสต์ (Stylist) ด้วยเยาว์ เข้าสู่วงการแฟชั่นเริ่มจากมุมนิตยสารพอกพูนประสบการณ์ คุณภพใช้วิจารณ์งานทำงานแบบง่าย ๆ เจ็บ คม ชัดลึก ทำให้เราทิ้งและตกอยู่ใต้พลังศิลปิน ที่น่านับถือและเลื่อมใสศรัทธาและสุทธิยะของเธอ (เพชร.2551:227) เธอเป็นนักออกแบบที่เป็นผู้เริ่มต้นเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Ready to Wear) คนแรกๆ ของเมืองไทยยาวนานมากกว่า 20 กว่าปี ความเป็นอิสระจากนายทุนเพราะเธอดูแลร้านเสื้อและผลงานเสื้อของเธอด้วยตัวเอง รวมทั้งสิ่งที่ได้สะสมประสบการณ์จากการทำงาน และครอบครัว ผลงานของ เมนาท จึงออกมาในฐานะศิลปิน ดังที่ มานิต ศรีวานิชภูมิ กล่าว ไว้ ในสยามรัฐสุดสัปดาห์วิจารณ์ บทความเรื่อง หัวใจโซดา ไว้ว่า (มานิต ศรีวานิชภูมิ. 2550: 34)

เสื้อผ้าที่ก๊อบมันมีวิญญาณในฐานะศิลปิน มันเจ๋งมาก มันสะทอนตัวตน ของตัวเธอ ผมว่าแฟชั่นเนี่ยเป็นความลุ่มหลง (Obsession) มันจำเป็นต้องมี ไม่อย่างนั้นจะเฉื่อย จืดๆ ผมพูดยืนยันในความเป็นศิลปินของก๊อบ และเห็นว่าความเป็นศิลปินของเธอนั้นก็ได้ด้อยหรือต่ำด้อยไปกว่าจิตรกรหรือนักเขียนเพียงเพราะเธอใช้เสื้อผ้าเป็นสื่อ อย่างที่ก๊อบนี่เขาถือเป็น “ศิลปิน-ดีไซเนอร์” ไม่ใช่ “ดีไซเนอร์-ดีไซเนอร์” คือเอาชีวิตเข้าไปอยู่ในงานออกแบบ และมีศิลปินไม่กี่ คนที่ประสบความสำเร็จทางการตลาดขนาดนี้ โดยไม่ต้องต่อรองกับวิญญาณศิลปินของตัวเอง

เมนาท นันทกว้าง เริ่มต้นจาก ด้วยเสื้อยืด (T-Shirt) เสื้อยืดของโซดา ป๊อป ไม่ได้ดูยืดหยุ่น ราคาถูก แต่ดูดีมีคุณภาพ ที่เป็นเนื้อผ้าอย่างดี ลวดลายพิมพ์เข้าร่วมสมัย ที่เกิดจากฝีมือการออกแบบลวดลายของเธอเอง ความพิเศษแปลกใหม่ ทำให้เสื้อยืดโซดา ป๊อป ที่ออกสู่ตลาดในครั้งแรก ถึงกับทำให้คนหันกลับมาใส่เสื้อยืด โดยเฉพาะเสื้อยืดของเธอจนเต็มบ้านเต็มเมือง ถ้าใครไม่มีเสื้อยืดของโซดาใส่ละก็ถือว่าเชย เธอเล่าไว้ใน คอลัมน์ Trend Setter. นิตยสารอิมเมจ. ให้ฟังถึงช่วงเริ่มต้น ไว้ว่า (ม.ป.ป: 41)

...ไปอิตาลีก็ดีนะ เกิดแรงบัลดาลใจกลับมาเมืองไทยก็มาทำเสื้อยืด เพราะสมัยนั้นเมืองไทยมีแต่เสื้อยืดผ้าโพลีเอสเตอร์ เราก็เริ่มต้นด้วย เสื้อยืด ค่ะ ทำเสื้อยืดพิมพ์ลายผลไม้ แดงโมสับประรด ... สมัยนั้น ปี 79 ปลายยุค 70 ฮิตเสื้อตัวเล็กๆ ไชดา ก็ทำเสื้อใหญ่ยักษ์ให้แตกต่างกับชาวบ้าน ถึงตอนนั้นจะเข้ายุค 80 แล้ว แต่ปีเก็ดยุค 80 สุดๆเพราะแฟชั่นยุคนั้นมันส์สนนนะ ยุคดิสโก้ ทาตาเยอะๆ แต่ก็คือเป็นยุคที่ดีสำหรับพีนะ เป็น 10 ปีแรกที่ ไชดา เริ่มต้น เราได้สะสมประสบการณ์...

หลังจากนั้นไม่นานร้านเสื้อ ไชดา ป๊อป ไม่นานชื่อเสียงความเก๋ เบิร์ยว ซ่า ของเสื้อร้านแห่งนี้ก็เป็นที่กล่าวขวัญ จนเป็นแรงขับเคลื่อนและจุดประกายให้รุ่นพี่รุ่นน้องที่คลุกคลีอยู่กับความร่วมมือ เกิดแรงบันดาลใจออกแบบ เครื่องประดับ กระเป๋า รองเท้า เข้ามาแสดงความเป็นนักออกแบบรุ่นใหม่อย่างมากมาย จากการดูแลและคัดเลือกของเธอประกอบกับความสนิทสนมและรู้สึกดีต่อกันและกันเป็นอย่างดี จนกำเนิดเป็นนักออกแบบรุ่นใหม่ๆต่อมาได้อีก การส่งเสริมการทำงานซึ่งกันและของนักออกแบบรุ่นต่อรุ่น ผลงานการออกแบบในการฝากขายในรุ่นแรกของร้านเสื้อ ไชดา ป๊อป ส่งผลในรุ่นต่อมา

ศิริชัย ทหรานนท์ เจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าเธียร์เตอร์ (Theatre) เป็นนักออกแบบในรุ่นถัดมาที่ได้ใช้โอกาสนี้ จากการฝากขายผลงานการออกแบบ เครื่องประดับ ที่ส่งผล การได้เข้ามาในวงการนี้ เพราะทำให้เขารู้จักกับผู้คนมากมาย ทั้งดีไซเนอร์ นางแบบ ช่างแต่งหน้า ช่างทำผม จึงไม่ใช่เรื่องยากที่ทำให้เกิดห้องเสื้อ เธียร์เตอร์ ขึ้นมา จนเป็นนักออกแบบที่โด่งดังและประสบความสำเร็จ ณ ปัจจุบัน ศิริชัย ทหรานนท์ เล่าให้ฟังถึงการ ทำงานก่อนที่จะเข้าวงการและมีชื่อเสียงจนถึงทุกวันนี้ ที่เกิดจากอิทธิพล การสนับสนุนทั้ง และส่งเสริม รวมถึงการสร้างตัวตนในวงการแฟชั่นของไทย จากการที่เขาได้มีประสบการณ์กับนักออกแบบแถวหน้าในขณะนั้นและได้รับโอกาสการให้ช่องทางในการนำผลงานการออกแบบฝากขายในร้านที่มีชื่อเสียงที่สุดในขณะนั้นด้วย ไว้ดังนี้ (15 ปี Theatre. 2542: ออนไลน์)

ศิริชัยเล่าว่า เธียร์เตอร์ (Theatre) เกิดจากการที่เขามีโอกาสได้เข้าไปคลุกคลีอยู่ในวงการแฟชั่นแถวหน้าของเมืองไทย ตั้งแต่สมัยยังเรียนอยู่ที่เพาะช่าง เขาได้ติดตามเพื่อนเข้าไปช่วยงานสมชาย แก้วทอง เจ้าของแบรนด์ "ไซบูติก" ที่มีชื่อเสียงมากในขณะนั้น โดยเขาทำหน้าที่เป็นคนทำเครื่องประดับที่ใช้ในการเดินแฟชั่นของไซบูติก ซึ่งเขาคิดว่า เป็นความโชคดี ของเขาที่ได้เข้ามาในวงการนี้ เพราะทำให้เขารู้จักกับผู้คนมากมาย ทั้งดีไซเนอร์ นางแบบ ช่างแต่งหน้า ช่างทำผม จึงไม่ใช่เรื่องยากที่ทำให้เกิด เธียร์เตอร์ (Theatre) ขึ้นมา แต่ในวันนั้นเขาไม่เคยคิดว่าจะต้องอยู่ในวงการนี้มาจวบจนทุกวันนี้ ระหว่างที่เขาช่วยงานไซบูติกอยู่ได้ประมาณ 2-3 ปี เขาก็เรียนจบ และว่างงานอยู่ประมาณ 8 เดือน ดวงตา นันทขวิ้ง เจ้าของร้านเสื้อผ้า "ไชดา" สาขาแรกที่สยามเซ็นเตอร์ ได้รับเขาเข้าทำงาน โดยให้ดูแลในส่วนของหน้าร้านที่ ึงหมด ขณะเดียวกันเขาก็รับจ้างทำเครื่องประดับฝากขายควบคู่ไปด้วยหลังจากทำงานเก็บหอมรอมริบได้เงินก้อนหนึ่ง เขาก็เริ่มคิดอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเอง และธุรกิจที่เขาเลือกที่จะทำกลับเป็น "เสื้อผ้า" ไม่ใช่ "เครื่องประดับ" ที่คนในวงการแฟชั่นสมัยนั้นรู้จักฝีมือของเขาดี

สรุปได้ว่า ช่วงเวลาหลังจากเวลาหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา คำว่า “แฟชั่น” ได้เข้ามามีบทบาทกับสังคมไทย จากการได้รับอิทธิพลจากทั้งโลกตะวันตกและตะวันออก จากการปกครองแบบศูนย์รวม ซึ่งสืบเนื่องมาตั้งแต่สมัยปฏิรูปประเทศ รวมทั้งจากการเน้นการพัฒนาในเมืองหลวง ทำให้คนไทยในภูมิภาคต่างยึดแบบแผนการดำเนินชีวิตของคนในกรุงเทพฯ เป็นมาตรฐาน ที่ผ่านจากสื่อต่างๆ เช่น หนังสือ วิทยุ โทรทัศน์ โรงภาพยนตร์ เป็นสื่อบันเทิงรูปแบบใหม่ที่เข้าไปแทนที่ความบันเทิงแบบพื้นบ้าน ที่ผ่านทางการสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อทางด้านแฟชั่นโดยตรง คือ หนังสือแบบเสื้อ และนิตยสารแฟชั่น ที่ทำให้วงการแฟชั่นไทยในช่วงเวลานี้พัฒนาและก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ผู้นำแฟชั่น มิได้จำกัดเฉพาะบุคคลในกลุ่มคนชั้นสูงในราชสำนักหรือครอบครัวชั้นสูงในระดับผู้บริหารประเทศอีกต่อไป แต่แพร่กระจายไปจนถึง ดาราภาพยนตร์ ดาราโทรทัศน์ นางแบบ นักออกแบบ เป็นต้น ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเครื่องแต่งกายของไทยร่วมสมัยรูปแบบสากลอย่างรวดเร็ว จาก ปี พ .ศ. 2516 หลังจากการกำเนิดรูปแบบนิตยสารแฟชั่นในนามนิตยสารลลนา ที่โดดเด่นมีทั้งแฟชั่นทั้งไทยและต่างประเทศ ลลนาเน้นเนื้อหาและภาพถ่ายแฟชั่น นำแนวทางนิตยสารตะวันตกมาประยุกต์ ทำให้เริ่มมีกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในแวดวงแฟชั่นเกิดขึ้นมากมายในหลากหลายแขนง ตั้งแต่ ช่างแต่งหน้า ช่างภาพ ผู้จัดการเรื่องการถ่ายภาพแฟชั่น ฝ่ายศิลป์ของนิตยสาร เป็นต้น นิตยสารลลนาเป็นจุดเริ่มต้นของวงการแฟชั่นไทยร่วมสมัย เกิดเป็นสังคม ของบุคคลที่มีอาชีพ และอิทธิพล ในแวดวงแฟชั่นของไทยในช่วงเวลาต่อมา และกลายเป็นต้นแบบของกลุ่มบุคคล และต้นแบบของตัวบุคคล เป็นแรงบันดาลใจให้กับวงการแฟชั่นไทยในรุ่นถัดมาอีกด้วย

2.2 ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย : แฟชั่นไทยร่วมสมัยสู่ความเป็นสากล

2.2.1 ความทันสมัยของสยามสแควร์และศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์

ในระบบอุตสาหกรรมแฟชั่น การทำการตลาดในธุรกิจหนึ่งๆ นั้น ต้องอาศัยคนกลางระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โดยประเภทของคนกลางที่มีความสำคัญอย่างมากก็คือ พ่อค้าปลีก ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจค้าปลีก ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมประสานทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน ซึ่งหนึ่งในธุรกิจค้าปลีกที่มีบทบาทสำคัญในโครงสร้างการตลาดโลก นั่นคือ “ศูนย์การค้า” (Shopping Center) ภาคธุรกิจค้าปลีก จัดว่าเป็นภาคธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ ธุรกิจค้าปลีกในสหรัฐอเมริกาเพียงประเทศเดียวที่สามารถทำรายได้สูงถึง 2,200,000 ล้านดอลลาร์ในแต่ละปี (เท่ากับ 30 เปอร์เซ็นต์ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ) ก่อให้เกิดการจ้างงานในสหรัฐอเมริกา 25 ล้านคน เมื่อพิจารณาทั่วโลกแล้ว คาดว่ามูลค่าธุรกิจค้าปลีกวัดจากรายได้ของธุรกิจนี้อาจจะสูงถึง 7,000,000 ล้านดอลลาร์ต่อปี (เดือนเด่น นุเรมรัมย์. 2549: 3)

ส่วนในประเทศไทย สรุปจากรายงานเศรษฐกิจและการเงิน เดือนกรกฎาคม ปี พ .ศ. 2549 ของธนาคารแห่งประเทศไทย ระบุว่าภาวะเศรษฐกิจรายสาขาของภาคการค้าปลีก ...โดยมีดัชนีมูลค่าค้าส่งและค้าปลีกของประเทศไทยในช่วงเดือนกรกฎาคม ของปี พ .ศ. 2548 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับดัชนีมูลค่าค้าส่งและค้าปลีกเดือนกรกฎาคมของปี พ.ศ. 2547 ซึ่งการค้าปลีกในประเทศไทยที่สำคัญและสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทย มาอย่างยาวนาน ก็คือ ธุรกิจศูนย์การค้า จุดกำเนิดเริ่มต้นของศูนย์การค้าในประเทศไทยนั้น มีวิวัฒนาการค้าปลีก ที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและวิธีการดำเนินการกิจการ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวงการแฟชั่นของไทยในแต่ละยุคสมัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิวัฒนาการของศูนย์การค้าที่ถือว่าเป็นการค้าปลีก โดยสามารถแบ่งพัฒนาการของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยได้เป็น 6 ยุคสมัย จากรายงานการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารการตลาดของศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ สยามดิสคัฟเวอร์เซ็นเตอร์และสยามพารากอน ของ เดือนเด่น นุระมรัมย์ (2549: 3-6) ไว้ได้ดังนี้

1. ยุคค้าปลีกดั้งเดิม (Traditional Trade Ere) การค้าปลีกดั้งเดิมที่เกิดขึ้นในตลาดสด หรือการค้าขายในลักษณะตึกแถว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการค้าจำหน่ายสินค้าประเภทสดๆ โดยทำการค้าที่สำคัญในอดีตอยู่ที่บริเวณย่านพาหุรัด บางลำภู และเยาวราช ครั้งต่อมาเมื่อเกิดเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาสู่ระบอบประชาธิปไตย ในปี พ.ศ. 2475 ธุรกิจปลีกของไทยจึงเริ่มเข้าสู่ลักษณะการค้าปลีกขนาดใหญ่ ในรูปแบบของห้างสรรพสินค้า อาทิ ห้างใต้ฟ้า ห้างแมวดำในย่านเยาวราช และห้างไนติงเกลโอลิมปิก ที่บริเวณวังบูรพา

2. ยุคห้างสรรพสินค้า (Department Store Era) เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2507 เป็นยุคที่การค้าปลีกพยายามเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนในเมืองให้เข้ามาจับจ่ายในห้างสรรพสินค้า โดยห้างสรรพสินค้าไทยได้มารู ธุรกิจข้ามชาติจากประเทศญี่ปุ่น ถือเป็นห้างสรรพสินค้าแห่งแรกที่นำเทคโนโลยีสมัยใหม่จากต่างประเทศเข้ามาใช้เป็นอาคารแห่งแรกของประเทศไทยที่มีบันไดเลื่อน เครื่องปรับอากาศ ซึ่งเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถสร้างความดึงดูดใจให้กลุ่มผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

ในขณะเดียวกันห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาสีลม ก็เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2511 ซึ่งก่อตั้งและดำเนินกิจการโดยกลุ่มธุรกิจของตระกูลจิราธิวัฒน์ ก็ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น เนื่องจากมีความหลากหลายของสินค้า ทั้งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย หนังสือ เครื่องสำอาง โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่ผู้บริโภคชั้นสูง รวมถึงการตั้งบริษัทเซ็นทรัลเทรดดิ้ง เพื่อนำสินค้าจากต่างประเทศมาจำหน่าย และขยายกิจการด้วยการเปิดห้างสรรพสินค้าในมุมเมืองต่างๆมากขึ้น

ต่อมาในระหว่างปี พ .ศ. 2515-2530 จึงเริ่มมีนักลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นเข้ามาลงทุนดำเนินกิจการของ ห้างคางะฮะ , ห้างโซโก้ , ห้างโตคิว , ห้างเยฮัน , โดยใช้ประสบการณ์จากการบริหารงานในประเทศญี่ปุ่นสร้างทำเลทองหลายจุดกลายเป็นแหล่งช้อปปิ้ง อาทิ ย่านราประสงค์ รัชดาภิเษก ประกอบกับรัฐบาลในยุคนั้นให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชน จึงเป็นผลให้ธุรกิจห้างสรรพสินค้ามีพัฒนาการขยายตัวมากขึ้นเป็นลำดับ

3. ยุคศูนย์การค้า (One Stop Shopping Era) เริ่มมีการนำวิถีกลยุทธ์แบบตะวันตกมาใช้ วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทย โดยพบว่าผู้บริโภคของคนไทย โดยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการซื้อสินค้า แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องการพักผ่อนและได้รับความสะดวกสบาย ส่งผลให้ห้างสรรพสินค้า แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องการพักผ่อนและได้รับความสะดวกสบายส่งผลให้ห้างสรรพสินค้าในยุคนั้นปรับรูปแบบธุรกิจเปลี่ยนเป็นศูนย์การค้าฯ ในลักษณะของ“วัน สต๊อป ช้อปปีง” ที่รวมทุกอย่างทุกอย่างไว้ในสถานที่เดียวกัน ทั้งห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน โรงภาพยนตร์ สวนสนุก และศูนย์อาหาร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในสถานที่เพียงแห่งเดียว

4. ยุคแตกตัว (Segmentation Era) ยุคแห่งต้นกำเนิดของธุรกิจค้าปลีกแบบใหม่ เช่น ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) ที่เน้นการให้บริการที่สะดวกใกล้บ้าน ดิสคานต์ (Discount Store) ที่เน้นเรื่องของสินค้าราคาถูก โดยร้านค้าเหล่านี้มักจะแยกตัวออกไปเปิดเป็นเอกเทศ (Stand Alone) ไม่ได้อิงอยู่กับศูนย์การค้าเดิม โดยอาศัยต้นแบบจากร้านค้าปลีกสมัยนิยมในตะวันตก เช่น การดำเนินกิจการของ เซเว่น อีเลฟเว่น , แม็คโคร , โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ , บิ๊กซี , คาร์ฟู , ท็อปส์ ซูเปอร์มาเก็ต , วัตสัน , พาวเวอร์บาย และซูเปอร์สปอร์ต เป็นต้น

5. ยุคถดถอย (พ.ศ. 2540-2542) ในช่วงเศรษฐกิจฟองสบู่แตกระหว่างปี พ.ศ. 2540 ธุรกิจต่างๆได้รับผลกระทบทั้งระบบ ไม่เว้นแต่ธุรกิจค้าปลีก ส่งผลกระทบทั้งระบบ ไม่เว้นแม้แต่ธุรกิจค้าปลีก ส่งผลให้กลุ่มนักลงทุนต่างชาตินำเงินเข้ามาลงทุนซื้อกิจการหรือซื้อหุ้นส่วนใหญ่ในกิจการ ค้าปลีกของไทย อาทิ การที่กลุ่มเทสโก้ เข้ามาถือหุ้นในโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ และเปลี่ยนชื่อเป็น เทสโก้ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ เป็นต้น

6. ยุคปัจจุบัน (พ.ศ. 2543 – ปัจจุบัน) ในวัฏจักรการดำเนินธุรกิจเมื่อมีช่วงที่เพื่อ ึงฟู ย่อมต้องมีช่วงตกต่ำดังเช่น ร้านค้าปลีกขนาดเล็กและศูนย์การค้าสมัยที่ต้องปิดกิจการลง โดยที่บางส่วนพยายามปรับปรุงแนวทางการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ของตลาด ซึ่งผู้บริโภคเริ่มกลับมาใช้จ่ายอีกครั้งภายหลังยุคเศรษฐกิจฟองสบู่ ส่งผลให้ศูนย์การค้าปรับบริการและประเภทสินค้าเพื่อยกระดับศูนย์การค้า ให้มีมาตรฐานเทียบเท่าศูนย์การค้าในระบบสากล

จากการศึกษาวิวัฒนาการศูนย์การค้าในประเทศไทย จากรายงานการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารการตลาดของศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ สยามดิสคัฟเวอร์เซ็นเตอร์และสยามพารากอน ของ เตือนเด่น นุเรมรัมย์ สรุปได้ในเบื้องต้น ว่า จากวิวัฒนาการของศูนย์การค้าของประเทศไทย สรุปได้ว่า ศูนย์การค้าเป็น ศูนย์กลางของแฟชั่นในประเทศไทยที่สำคัญ ศูนย์การค้าในประเทศไทยถือเป็นแม่เหล็กสำคัญที่ผลักดันให้ประเทศไทยมีจุดขายต่อนักท่องเที่ยวหลากหลายเพิ่มขึ้น เป็นกลไกสำคัญทางเศรษฐศาสตร์อย่างหนึ่งในนโยบายของรัฐในหลายยุคสมัย อีกทั้งศูนย์การค้ายังมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ในการมีวิวัฒนาการและบทบาทในฐานะความเป็นศูนย์กลางของแฟชั่นและการจับจ่าย และคงไม่มีแหล่งช้อปปิ้งใดที่มีเอกลักษณ์และความโดดเด่นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งศูนย์การค้า สยามเซ็นเตอร์ สยามดิสคัฟเวอร์ เซ็นเตอร์ และสยามพารากอน (เตือนเด่น นุเรมรัมย์. 2549: 8)

ผู้วิจัยจึงเริ่มทำการศึกษาเรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย จากความทันสมัยของสยามสแควร์และศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ จากข้อมูลของการกำเนิดศูนย์การค้าในเบื้องต้น โดยทำการศึกษาจากจุดเริ่มต้นของการกำเนิดในอาณาจักรของความเป็นศูนย์การค้าที่เป็นตำนานทางด้านแฟชั่น และวิวัฒนาการจนถึงปัจจุบัน ไว้ได้ดังนี้



ภาพประกอบ 11 ห้างสรรพสินค้าไทยไดมารู ปี พ.ศ. 2507

ศูนย์กลางของศูนย์กลางการค้าในทุกๆด้าน ดั้งเดิมที่เกิดขึ้นในตลาดสด หรือการค้าขายในสวนที่เป็นลักษณะตึกแถว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการจำหน่ายสินค้าประเภทสะดวกซื้อทุกประเภทในยุคแรกความทันสมัยอยู่ที่บริเวณย่านพาหุรัด บางลำภู และเยาวราช หลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง ในปี พ.ศ. 2475 การค้าขายเริ่มเปลี่ยนแปลงเป็นในรูปแบบของห้างสรรพสินค้า ตามนโยบายทางเศรษฐกิจ อาทิ ห้างใต้ฟ้า ห้างแมวดำในย่านเยาวราช และห้างไนติงเกลโอลิมปิกที่บริเวณวังบูรพา ปัจจุบันยังเปิดอยู่มาอย่างยาวนาน ห้างแห่งนี้เป็นที่รู้จัก เริ่มมาาก่อนตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2473 โดยมี นิตี นิยมวานิช เป็นผู้ก่อตั้ง จากแค่เป็นร้านขายของเล็กๆ ก็ขยายจนเป็นห้างใหญ่ ใกล้เคียง กับศาลาเฉลิมกรุง โดยได้เปิดตัวเป็นทางการเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2509 มีสินค้านำเข้าจากต่างประเทศที่สร้างความตื่นตาตื่นใจให้วัยรุ่นยุคนั้นอยู่เสมอ ที่นับว่าเป็นศูนย์กลางของ

ความทันสมัยในช่วงเวลาหนึ่ง ห้างนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ด้วยการโฆษณาทางโทรทัศน์ และจัดกิจกรรมการประกวดต่างๆ อีกด้วย ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องใหม่ที่แปลกใหม่ในยุคนั้น สามารถเรียกความสนใจและดึงดูดผู้คนได้อยู่หมัด ภายใต้อิทธิพลแห่ง “คลังแห่งเครื่องกีฬา ราชาเครื่องดนตรี ราชินี เครื่องสำอาง”

ปี พ.ศ. 2507 เป็นยุคที่การค้าปลีกพยายามเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนในเมืองให้เข้ามาจับจ่ายในห้างสรรพสินค้า โดยห้างสรรพสินค้าไทยโดมารู ธุรกิจข้ามชาติจากประเทศญี่ปุ่น ถือเป็นห้างสรรพสินค้าแห่งแรกที่นำเทคโนโลยีสมัยใหม่จากต่างประเทศเข้ามาใช้เป็นอาคารแห่งแรกของประเทศไทยที่มีบันไดเลื่อน เครื่องปรับอากาศ จากห้างโดมารู ที่เป็นห้างสรรพสินค้าเก่าแก่ของญี่ปุ่น ที่ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2321 ในประเทศญี่ปุ่นโดยเอส ชิโมนูรา จนเข้ามาในประเทศไทยเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2507 ในนามบริษัทไทยโดมารู จำกัด มีทุนจดทะเบียน 25 ล้านบาท เปิดเป็นห้างสรรพสินค้า "ไทยโดมารู" ขึ้น ภายในศูนย์การค้าราชดำริอาเขต ซึ่งเป็นย่านการค้าแห่งใหม่ที่ขยายออกมาจากย่านวังบูรพา และถือเป็นย่านการค้าที่ทันสมัยที่สุดในยุคนั้น ในวงการเมือง ห้างไทยโดมารู ถือเป็นพื้นที่เป้าหมาย ที่ขบวนการนิสิตนักศึกษา ใช้เป็นจุดรวมใจต่อต้านสินค้าจากต่างประเทศในช่วง ปี พ.ศ. 2516 ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้น ก่อนขยายตัวไปเป็นการเรียกร้องประชาธิปไตย และจบลงด้วยเหตุการณ์ 6 ตุลา 16 ในวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 ห้างไทยโดมารู และพื้นที่ศูนย์การค้าราชดำริอาเขต นับเป็นพื้นที่ ที่ทันสมัยที่สุดในยุคนั้น เป็นพื้นที่สร้างการเปลี่ยนแปลงและศูนย์กลางของความทันสมัยและแฟชั่นในยุคนั้น

2.1.1 สยามสแควร์

ความเฟื่องฟูของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า ประกอบกับ ในช่วง ทศวรรษที่ 2510 เป็นต้นมาสังคมไทยเข้าสู่ยุคสมัยของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตามแนวคิดกระแสเศรษฐกิจของฝ่ายโลกเสรี ที่เกิดจากการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2504 โดยเริ่มแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่ส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่ทำให้สังคมไทยได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนในเมืองในการจับจ่าย ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบจากการปรับ บปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบของห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าที่เฟื่องฟูเกิดขึ้นด้วย ต่อมาในปี พ .ศ. 2508 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้มอบหมายให้บริษัท เซาท์อีสเอเชียก่อสร้าง เข้ามาพัฒนาที่ดิน 63 ไร่ ให้เป็นศูนย์การค้าเชิงราบ พื้นที่เปิดโล่ง พื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบด้วยอาคารพาณิชย์สูง 3-4 ชั้น ชั้นล่างเป็นร้านค้า ส่วนชั้นบนเป็นที่อยู่อาศัย ตอนนั้นมีศูนย์การค้าย่านราชประสงค์ ย่านวังบูรพา เกิดขึ้นมาแล้ว ผู้คนมักไปรวมตัวกันที่นั่น เมื่อสยามสแควร์เปิดตัวบรรดาร้านรวงเริ่มขยายขยายมายังสยามสแควร์ ที่ภายหลังสยามสแควร์กลายเป็นย่านทันสมัยในสมัยนั้นจนถึงปัจจุบัน

หากถือกำเนิดจริงๆ สยามสแควร์เริ่มได้รับการพัฒนาหลังจากเริ่มดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จเมื่อ ปี พ.ศ. 2507 จุดกำเนิดการพัฒนาที่ดินย่านสยามสแควร์เริ่มขึ้นเมื่อ มีการเกิดขึ้นของ โรงภาพยนตร์ ที่ได้ดึงดูดผู้คนและนำความทันสมัย ตามมา ในรายงานวิจัยเรื่อง กระบวนการสื่อสารในการสร้างกระแสนิยมในย่านสยามสแควร์ ของ อรวีภา จินตนาวัน ได้สรุปยุคของวิวัฒนาการความนิยม ที่เรียกได้ว่าเป็นผู้นำของความร่วมสมัยและทันสมัย ซึ่งในส่วนของกระแสนิยมใน 6 ยุคสมัย มียุคสมัยของความเป็นศูนย์กลางของแพชชั่นของไทยในบางช่วงเวลาอย่างชัดเจน ดังนี้ (2546: 97)

ยุคที่ 1 ยุคเริ่มต้นของโรงภาพยนตร์ – แหล่งรวมความบันเทิงในย่านสยามสแควร์

ยุคที่ 2 การแปรสภาพเป็นแหล่งของกิน

ยุคที่ 3 การเป็นแหล่งแฟชั่น

ยุคที่ 4 การเป็นแหล่งเรียนรู้

ยุคที่ 5 สยามสแควร์ชบเซา – การปรับปรุงฟื้นฟูสยามสแควร์

สยามสแควร์ชบเซาเกิดขึ้นจากสาเหตุหลัก 3 ประการ คือ

- สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของไทยเริ่มเข้าสู่สภาวะตกต่ำ
- ผลจากการก่อสร้างรถไฟฟ้าลอยฟ้า ทำให้เกิดการจราจรติดขัด
- มีการเกิดขึ้นของห้างสรรพสินค้าหลายแห่งกระจายอยู่ทั่วกรุงเทพฯ

ยุคที่ 6 เซ็นเตอร์พ้อยท์ – การกลับมาเป็นแหล่งของความทันสมัย

การเป็นแหล่งรวมตัวและจุดนัดพบของวัยรุ่น แหล่งรวมแฟชั่นทันสมัย

การเป็นแหล่งรวมของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ทันสมัยจากทั้งในและ

ต่างประเทศ

การเป็นแหล่งรวมตัวของสินค้าและบริการทุกประเภท

เป็นแหล่งพื้นที่เปิดตัวของธุรกิจทั้งชาวจีนและชาวประจําที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม

จากยุคสมัยทางการเปลี่ยนแปลงศูนย์กลางของความทันสมัยของกรุงเทพฯ ในพื้นที่สยามสแควร์ จาก 6 ยุคสมัยของ อรวีภา จินตนาวัน ผู้วิจัยสรุปได้ว่า สยามสแควร์เป็นพื้นที่ศูนย์กลางเป็นความทันสมัยและกระแสนิยม ของหนุ่มสาวร่วมสมัยผู้ชื่นชอบความร่วมสมัยรักแฟชั่น ความทันสมัยและกระแสนิยมของแฟชั่นที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นตัวแทนแห่งความทันสมัยของสยามสแควร์นั้น อรวรรณวรรณ บัณฑิตกุล กล่าวไว้ว่า ความทันสมัยและกระแสนิยมในย่านสยามสแควร์ เกิดจากกา รเกิดขึ้นของโรงภาพยนตร์ขนาดใหญ่ 3 โรง ได้แก่ โรงภาพยนตร์

สยาม โรงภาพยนตร์สกาลา และโรงภาพยนตร์ลิโด คือความหรรษาที่สุดในยุคเริ่มต้นของสยามสแควร์ ก่อนจะมาถึงยุคนัดพบกันที่บันได 15 ชั้นของศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ บนถนนพระรามที่ 1 ยิ่งมาที่ศูนย์การค้าขนาดมหึมา มาบุญครอง บนถนนพญาไทย กระแสของผู้คนก็หลังไหลล้นหลามในย่านนี้มากขึ้น เมื่อผสมผสานเข้ากับแนวความคิดของศูนย์การค้าแบบแนวราบในคอนเซ็ปต์เอาท์ดอร์และอินดอร์ ช้อปปิง (Outdoor & Indoor Shopping) (2545: 56)

จากยุคที่ 1 ยุคเริ่มต้นของโรงภาพยนตร์ – แหล่งรวมความบันเทิงในย่านสยามสแควร์ จนมาถึง ยุคที่ 2 การแปรสภาพเป็นแหล่งของกิน ในช่วง 12 ปีแรกในประมาณ ปี พ.ศ. 2510 ถึง ปี พ.ศ. 2522 มีความทันสมัยที่หลากหลายเกิดขึ้น แต่ที่เป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงและเติบโตจนเป็นแหล่งนัดพบก็คือร้านอาหาร จนถึงในช่วงปลายปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา สิ่งที่เกิดขึ้นคือการเข้ามากิจการร้านเสื้อผ้าบูติก เกิดการรวมตัวของร้านขายเสื้อผ้ามากมายหลายประเภทตามความสมัยนิยมในสมัยนั้น จนทำให้สยามสแควร์เริ่มเป็นย่านทดลองของการเป็นแหล่งแฟชั่น และกลายเป็นยุค 3 การเป็นแหล่งแฟชั่นของสยามสแควร์

การเป็นแหล่งแฟชั่นในย่าน สยามสแควร์ที่เห็นชัดเจน ประกอบไปด้วย เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เครื่องประดับทุกประเภท ตลอดจนการแต่งตัวโดยจะรวมไปถึงการกระทำอะไรเพิ่มเติมกับร่างกายตั้งแต่หัวจรดเท้า เช่น การโกนสีผม การจะสละดี๊ เจาะลิ้น การเจาะหู การเพ้นท์ การสัก เป็นต้น แฟชั่นกับสยามสแควร์กลายเป็นของคู่กันมาตั้งแต่ไหนแต่ไร ไม่ว่าจะแนวโน้มแฟชั่นจะหมุนไปทางใดหรือความนิยมของกระแสแฟชั่นจะหลากหลายสไตล์เพียงใด สยามสแควร์คือ แหล่งที่เทรนด์ของความนิยมและความทันสมัยของวัยรุ่นไทยทุกยุค (อรวิภา จินตนาวัน. 2546: 78)

การเกิดขึ้นของความบันเทิงแฟชั่นในสยาม สแควร์ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากกระแสนิยมของความเป็นแฟชั่นบูติกของไทย จากฝั่งตรงข้ามของศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ ในช่วง ปี พ.ศ. 2523 – 2532 ในระยะเวลา 10 ปี กระแสแบรนด์เสื้อผ้าของไทยสามารถควบคุมตลาดแฟชั่นไว้ได้ จากพื้นที่กระแสความนิยม ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ ที่ กลายเป็นแหล่งสุดฮิตของวัยรุ่นในด้านแฟชั่น มีเสื้อผ้าหลากหลายแบรนด์ เช่น สล็อตแมชชีน (Slot Machine), พันช์ (Punch), โซดา (Soda) และเกรย์ฮาว์ (Greyhound) เป็นต้น ดังที่ อรุณี อัจฉริยะกุลวิสุทธิ. ตำแหน่งผู้จัดการสื่อสาร (Communication Manager British Council) กล่าวถึงการเป็นแหล่งแฟชั่นของสยามสแควร์ ไว้จากการสัมภาษณ์กับ อรุณี จินตนาวัน. ไว้ว่า (อรวิภา จินตนาวัน. 2545: 79)

...เมื่อพูดถึงสยามสแควร์ มักจะนึกถึงความเก่าแก่ของความเป็นแหล่งแฟชั่นที่ใช้เวลาสะสมชื่อเสียงมาเป็นเวลานาน ในครั้งแรกที่จำได้เริ่มจากสมัยประมาณ ปี พ.ศ. 2525 ที่เริ่มมีแบรนด์ของคนไทยเข้ามา เช่น โซดา (Soda) และเกรย์ฮาว์ (Greyhound) แล้วแบรนด์พวกนี้ก็ได้รับความนิยมเพราะมีเอกลักษณ์ เข้ามาตอนนั้นก็ยังเป็นนักเรียนนักศึกษาอยู่เลยหลังเลิกเรียนก็จะแวะมาเดินเล่นเพื่อดูเสื้อผ้าที่นี้ ซึ่งในสมัยนั้นเสื้อผ้าที่นี้ก็ดูอินเทรนด์ที่สุดแล้วนะ...

กระแสความนิยมในการเป็นแหล่งแฟชั่นของสยามสแควร์เกิดขึ้นมาอย่างยาวนาน จนมาถึงยุคสมัยยุคที่ 4 การเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีความหลากหลายและเป็นศูนย์รวมของโรงเรียนกวดวิชา เริ่มต้นความแปลกตาออกไปของบรรยาการผู้คน ที่เริ่มต้นของการเข้ามาเปิดโรงเรียนกวดวิชาในพื้นที่สยามสแควร์ ในช่วง ปี พ.ศ. 2534 เหตุผลเพราะ เป็นศูนย์กลางของเมือง การเดินทางสะดวก จนมาถึงในยุคที่ 5 สยามสแควร์ซบเซาเพราะการปรับปรุงฟื้นฟูสยามสแควร์ พร้อมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของไทยเริ่มเข้าสู่สภาวะตกต่ำ ผลจากการก่อสร้างรถไฟฟ้าทำให้เกิดการจราจรติดขัด มีการเกิดขึ้นของห้างสรรพสินค้าหลายแห่งกระจายอยู่ทั่วกรุงเทพฯ และได้รับความนิยมมากกว่าเนื่องจากใกล้บ้าน จนมาถึงยุคที่ 6 ความทันสมัยของเซ็นเตอร์พ้อยท์และการกลับมาเป็นแหล่งของความทันสมัยอีกครั้ง

ความทันสมัยของ เซ็นเตอร์พ้อยท์ นับเป็นการกลับมาของความทันสมัยของสยามสแควร์หลังจากยุคซบเซาผ่านไป เริ่มต้นจากบริษัทพรไพลินดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด ได้เข้ามาพัฒนาพื้นที่ส่วนหนึ่งใจกลางย่านสยามสแควร์ จากพื้นที่ซึ่งเคยเป็นจุดพักขยะ และลาดจอดรถให้กลายเป็น “โครงการ เดอะเซ็นเตอร์พ้อยท์ ออฟ สยามสแควร์” ในปลายปี พ.ศ. 2541 โดยเน้นไปที่ความเป็นศูนย์กลางความบันเทิงของวัยรุ่น ที่มีกิจกรรมที่หลากหลายสอดคล้องกับวิถีชีวิตของวัยรุ่นร่วมสมัย ที่เป็นทั้งแหล่งการเรียนรู้ ทั้งทางด้านภาษา ดนตรี ศิลปะ กีฬา และแฟชั่น จากการเปิดตัวได้เพียง 1 ปี กระแสของเซ็นเตอร์พ้อยท์ สยามสแควร์ กลายเป็นกระแสนิยมและเป็นตัวแทนแห่งความทันสมัย และวิถีชีวิตของวัยรุ่นร่วมสมัยกับแฟชั่นได้เป็นอย่างดี จากการรวมตัวของรวมกลุ่มวัยรุ่นนำเสนอความเป็นตัวตนและการแสดงออกทางความคิดโดยอาศัยพื้นที่ของเซ็นเตอร์พ้อยท์ สยามสแควร์ เป็นศูนย์กลาง ผ่านทางการแสดงออกที่หลากหลาย โดยบางกลุ่มก็ผ่านทางแฟชั่น จนเกิดเป็นกระแสสังคม ที่เป็นอิทธิพลหลักของกระแสนิยมทางด้านรูปแบบแฟชั่นของเด็กวัยรุ่นไทยในช่วงเวลาหนึ่ง เช่นกระแสการวิพากษ์วิจารณ์เรื่องแฟชั่นกับการแต่งตัวด้วยเสื้อสายเดี่ยวและเกาะอก

การเกิดขึ้นจากกระแสความนิยมแฟชั่นที่เกิดจากการวิพากษ์วิจารณ์ในแง่ลบของพื้นที่เซ็นเตอร์พ้อยท์ นับได้ว่าเป็นเปลี่ยนแปลงทางสังคมไทยที่เกิดจากอิทธิพลกระแสความนิยมทางด้านแฟชั่นของไทยในช่วงเวลาหนึ่งด้วย ที่เรียกได้ว่าเป็นศูนย์รวมของแฟชั่นที่ทันสมัยในทุกประเภท ก็คือที่ สยามสแควร์ เพราะที่นี้เป็นศูนย์รวมของกิจกรรมทั้งหมดของวัยรุ่น ทั้งมาเรียนพิเศษ มาจับจ่ายซื้อของ มาดูภาพยนตร์ มากินอาหาร สิ่งก็ตามมา คือ ความนิยมแต่งตัวเพื่อมาอวด มาประชันกัน จนทำให้ เซ็นเตอร์พ้อยท์ กลายเป็นที่รู้จักในฐานะ ศูนย์รวมแฟชั่นที่ทันสมัยที่สุดของวัยรุ่น ดังบทความ ในหนังสืออมิตชนสุสัปดาห์ ที่เขียนถึงเรื่องนี้ไว้ว่า (มติชนสุดสัปดาห์. 2543: 15)

...เซ็นเตอร์พ้อยท์ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็วและกลายเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของวัยรุ่นที่ดังเปรี้ยงปร้าง เป็นตัวแทนของความทันสมัย ...เซ็นเตอร์พ้อยท์ สยามสแควร์ไม่ได้เป็นเพียงแค่สถานที่ชุมนุมของวัยรุ่นประเภท “สายเดี่ยว เกาะอก เพียงอย่างเดียวแต่ยังเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และแหล่งพบปะของวัยรุ่นที่ทันสมัยที่สุดในเมืองไทย ณ ลานกว้างแห่งนี้ คือ สถานที่ที่วัยรุ่นเป็นอิสระ สามารถปลดปล่อย อะไรต่อมิอะไรออกมาทางการแต่งตัวและการแสดงออก วัยรุ่นที่ไปเดินเซ็นเตอร์พ้อยท์สามารถแต่งกายได้ตามใจปรารถนาไม่ว่าแฟชั่นที่สวมใส่จะทันสมัย นำสมัย หรือหลุดโลกแค่ไหน จึงเปรียบได้กับอาณาจักรวัยรุ่นที่ไร้ขีดจำกัด...

...เซ็นเตอร์พ้อยท์กลายเป็นศูนย์กลางของแฟชั่นทุกรูปแบบ แฟชั่นทันสมัยอย่าง “สายเดี่ยว เกาะอก” ก็ถือกำเนิดที่นี่ ยังไม่รวมแฟชั่นรองเท้าสันตึก หรือการโกกอสีผมแบบ เจ็บ- เจ็บ แดง เขียว เหลือง ฟ่ำ ม่วง ถือเป็นแฟชั่นสีผมแบบธรรมดา หากยังจำกันได้เมื่อปีก่อนมีเรื่องราวฮือฮาของแฟชั่น โมเดิร์นแฮปปี้ ที่ส่งตรงจากประเทศญี่ปุ่นมาลงจอดที่เฉพาะเซ็นเตอร์พ้อยท์แห่งเดียว เป็นแฟชั่นที่หลุดโลกออกอวกาศ เพราะมีการย้อมสีผมละสารพัดเจาะ ทั้งเจาะหู เจาะจมูก เจาะคิ้ว เจาะสะดือ ส่วนหูนั้นไม่ต้องพูดถึง ทะลวงกันเป็นสิบๆ รู้อย่างต่างหูกันเป็นพรวน เสื้อผ้าที่แต่งก็สุดฤทธิ์สุดเดช...เซ็นเตอร์พ้อยท์จึงเปรียบเสมือน “แคตวอร์ค” หรือเวทีแฟชั่นขนาดใหญ่ของวัยรุ่นที่เปิดโอกาสให้แต่งตัวเดินประชันโฉมในเครื่องแต่งกายอิสระตามที่ใจต้องการ...

หลังจากการก่อสร้างรถลอยฟ้าบีทีเอส เสร็จสิ้น ในปี พ.ศ. 2542 ทำให้ส่งผลถึงความนิยมในสยามสแควร์ได้รับความนิยมในตัวพื้นที่มากขึ้นไปอีก จากการเดินทางที่สะดวกสบายมากขึ้นและการปรับการดำเนินวิถีชีวิตของคนไทยใหม่อีกครั้งหนึ่งสำหรับคนในเมือง บีทีเอส นับว่าเป็นระบบการขนส่งมวลชนที่ทันสมัยที่สุด ดังนั้นจึงทำให้พื้นที่สยามสแควร์กลายเป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัย รวมถึงแหล่งรวมของเทคโนโลยีและนวัตกรรมของความทันสมัย ที่หมายถึง ทั้งแนวคิดหรือสิ่งของใหม่ๆ ที่แสดงออกถึงความสมัยใหม่ทันสมัยที่ยังไม่เคยปรากฏที่ไหนในประเทศไทยก็มาใช้พื้นที่สยามสแควร์เป็นที่นำเสนอและทดลองกับคนรุ่นใหม่ร่วมสมัยเป็นที่แรก เช่น ในยุคของเทคโนโลยี ของ ตู้ถ่ายสติ๊กเกอร์ ชานมไข่มุก แฟชั่นการสักแบบใหม่ ที่นำเสนอจวบใหญ่รูปแบบเชคเกอร์สกรีน เป็นต้น โยฮัน มุ่งงาม หัวหน้าร้านทำผมร้านนีโอแฮร์สไตลิสต์ (NEO Hair Stylist.) กล่าวไว้ในการสัมภาษณ์ของ อรวิภา จินตนาวัน ไว้ว่า “เราจะเห็นถึงความแตกต่างของที่ย่าน สยามสแควร์กับที่อื่นว่า เมื่อมีสิ่งแปลกใหม่ที่ เป็นนวัตกรรมอะไรสักอย่าง จะเริ่มเข้ามาที่สยามสแควร์ก่อนที่อื่นจะมีอยู่เสมอ” (2545: 93)

สยามสแควร์ หรือที่ทุกคนเรียกติดปากว่าไป สยาม ที่เกี่ยวข้องกับ การเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยนั้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า สยามสแควร์ในยุคแรกๆ ไม่ใช่เป็นที่ทันสมัยหรือแหล่งของวัยรุ่นหรือคนรุ่นใหม่อย่างชัดเจนนัก เป็นเพียงแค่แหล่งแสดงสินค้าและนิทรรศการเท่านั้น ต่อมาก็เริ่มความทันสมัยและกระแสนิยมรูปแบบความบันเทิง ที่เกิดจากการเกิดขึ้นของโรงภาพยนตร์

ขนาดใหญ่ 3 โรง ได้แก่ โรงภาพยนตร์สยาม โรงภาพยนตร์สกาลา และโรงภาพยนตร์ลิโด นั่นคือ ความหรรษาและร่วมสมัยที่สุดในยุคเริ่มต้นของสยามสแควร์ ที่เป็นการเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่เข้าการค้าเงินวิถีชีวิตในรูปแบบวัฒนธรรมตะวันตก ตาม กระแสนิยมตะวันตก ความทันสมัยในรูปแบบสื่ออื่นๆ ทั้ง ร้านอาหาร ร้านเสื้อผ้า และร้านค้าแห่ง ความทันสมัย รวมถึงแหล่งความรู้และนวัตกรรมใหม่

ในส่วนของการเกี่ยวของระหว่างสยามสแควร์กับการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทย สยามสแควร์นับว่าเป็น พื้นที่แรกๆที่เป็นจุดเริ่มต้นของนักออกแบบร่วมสมัยของไทย เช่น ภัทราวดี มีชูธน นักออกแบบที่เป็นตำนานของความทันสมัยสำหรับยุคนั้น ผู้คนแก่ๆต้องเดินซื้อเสื้อผ้าที่ ร้านเดอะแพคทอรี่ ของเธอ ที่สยามสแควร์ ในโรงหนังลิโด และต่อมา สมชาย แก้วทอง นัก ออกแบบบรมครูของเมืองไทย ในนาม “ไข่มุกติก” เมื่อ ปี พ.ศ. 2511 ก็มีร้านแรกของเขาบนชั้น 2 ของโรงหนังสยาม ที่เป็นตำนาน สยามสแควร์เป็นศูนย์รวมของวัยรุ่นมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จนมีหนังเรื่อง สยามสแควร์ เกิดขึ้นในปี 2527 โดยใช้ฉากและเนื้อหาของสยามสแควร์เป็นตัว ดำเนินเรื่อง นำแสดงโดย อนุสรณ์ จันทวัชร์ ภัทราวดีที่ฉายภาพ ตัวแทนของวัยรุ่นสมัยนั้นได้เป็น อย่างดี และล่าสุดในปี พ.ศ. 2552 ภาพยนตร์เรื่อง รักแห่งสยาม ภาพยนตร์บอกเล่ารัก ในแบบ ต่าง ๆ ก็ นำเสนอภาพตัวแทนความเป็นวัยรุ่นร่วมสมัยของปัจจุบันในพื้นที่สยามสแควร์ด้วย เช่นกัน จึงเป็นเครื่องยืนยันของการเป็นพื้นที่ร่วมสมัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ชื่อเสียงของ สยามสแควร์ยังมีชื่อในเรื่อง ของแฟชั่น ที่นี้มีร้านค้าเสื้อผ้ามากถึงกว่า 150 ร้าน มีทั้งเสื้อผ้าราคา ถูกและแบรนด์เนมจากต่างประเทศ และยังมีร้านตัดชุดวิวาห์กว่า 20-30 ร้าน แหล่ง รวมวัยรุ่นที่นี่ ยังเป็นแหล่งรวมของแมวมอง โมเดลลิ่ง บรรดาวัยรุ่นที่มีฝันอยากเป็นดารา นักร้อง ก็มักมาเดิน เล่นที่นี้เพื่อว่า จะมีแมวมองชักชวนเข้าสู่วงการ ไม่ว่าดาราวัยรุ่นยอดนิยม ในอดีตดาราวัยรุ่น เช่น มอส ปฏิภาณ ปฐวิภาณต์, เต๋า สมชาย เข็มกลัด, โบ-จอยซ์ แห่ง วงไทรอัมพ์ส คิงดอม ต่างแจ้ง เกิดมา จากสถานที่แห่งนี้ (อรุณรัตน์ บัณฑิตกุล. 2545: ออนไลน์)

พื้นที่ความเป็นไปของสยามสแควร์ที่แสดงให้เห็นว่าเป็นบริเวณพื้นที่ส่วนหนึ่งของ ย่านธุรกิจการค้าที่สำคัญของกรุงเทพฯ ในระยะที่ผ่านมากการเติบโตของชุมชนเมืองของกรุงเทพฯ สยามสแควร์เป็นส่วนหนึ่งของศูนย์กลางเมืองของการเติบโตนั้น ทั้งความหนาแน่นการใช้พื้นที่ และอำนาจทางเศรษฐกิจที่มีสูง สภาพแวดล้อมของศูนย์กลาง ภารกิจเมือง ร่วมกับพื้นที่ สนับสนุนอีกหลากหลายแห่ง เช่น ย่านธุรกิจ สีลม ศูนย์การค้าย่านราชประสงค์ เป็นต้น ที่สร้าง ปัจจัยของคุณค่าพื้นที่และที่สำคัญเป็นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลงสังคมร่วมสมัย ที่ เกี่ยวเนื่องกับความทันสมัย สยามสแควร์เป็นสัญลักษณ์ของความแปลก กิใหม่ ทันสมัย เป็นศูนย์ รวมความปัจจัยทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นร่วมสมัยของไทยในอดีตจนถึงปัจจุบัน

2.1.2 ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์

ความเป็นมาของอาณาจักรศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์นั้น เริ่มต้นขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2508 เมื่อบริษัทสยามพิวรรธน์ จำกัด ซึ่งในขณะนั้นใช้ชื่อ บริษัท บางกอกอินเตอร์ คอนติเนนตอล โฮเต็ลส จำกัด (BIHC) ได้พัฒนาโครงการที่จะสร้างให้พื้นที่ใจกลางเมืองบริเวณถนนพระรามที่ 1 บนเนื้อที่กว่า 113,288 ตารางเมตร ให้กลายเป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่เพื่อรองรับการเติบโตของใจกลางพื้นที่ธุรกิจ โดยมีการทำสัญญาขอเช่า ช่วงที่ดินจากทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี เพื่อประกอบกิจการศูนย์การค้าและโรงแรมในระยะแรกของการดำเนินกิจการ (เดือนเด่น นุเรมรัมย์. 2549: 8)

โดยพลเอกเฉลิมชัย จารุวัตร ที่ได้รับความเห็นชอบให้สร้างศูนย์การค้าระดับนานาชาติตามรูปแบบและมาตรฐานในสหรัฐอเมริกา เพื่อให้เคียงคู่กับโรงแรมสยามอินเตอร์คอนติเนนตัลและเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน และเริ่มเปิดเป็นศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์หรือสยามเซ็นเตอร์ ในปี พ.ศ. 2516 (อนุสรณ์เนื่องในงานพระราชทานเพลิงศพ พลเอก เฉลิมชัย จารุวัตร . 2552: 183)



ภาพประกอบ 12 ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์หรือสยามเซ็นเตอร์ ในปี พ.ศ. 2516

ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้าในประเทศไทยในขณะนั้นหรือที่ เกิดก่อนหน้าสยามเซ็นเตอร์ ก็ทยอยเกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่องและมากมาย เช่น ก่อนหน้าที่มีห้างสรรพสินค้าไทยโดมมารุ ธุรกิจข้ามชาติจากประเทศญี่ปุ่น ถือเป็นห้างสรรพสินค้าแห่งแรกที่นำ บ้านเคลื่อน เครื่องปรับอากาศ ที่เป็นที่ตื่นเต็นแปลกใหม่สำหรับคนไทย ในศูนย์การค้าคำวารีอาเขต

ที่รวมของความทันสมัยไว้ จนถึงในปี พ .ศ. 2511 ห้างเซ็นทรัล สาขาสีลม ก็เปิดให้บริการ โดย
 ใช้งบลงทุนสร้างเป็นตึก 9 ชั้น เปิดเป็นห้างสรรพสินค้าติดเครื่องปรับอากาศแห่งแรกในย่านนี้ แต่
 สาขาสีลมเพิ่งเปิดให้บริการเพียงปีเดียว แต่ภายหลัง และผลประกอบการยังขาดทุนและยังผู้
 ความทันสมัยในย่านราชดำริได้ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ได้มีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นมาอีก 8
 สาขา สาขาที่น่ากล่าวถึง เพราะถือเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญทางธุรกิจของกลุ่มนี้ มีอยู่ 2 สาขา
 คือ ที่สาขาชิดลม และโครงการเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว สาขาชิดลม เปิดในปี 2516 พร้อมกับ
 สยามเซ็นเตอร์ เป็นสาขาที่ 5 ถือเป็นป้อมปราการสำคัญ เพราะเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของ
 เซ็นทรัลกรุ๊ป และเซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น (CRC) ซึ่งเป็นบริษัทแกนนำของกลุ่มค้าปลีก และ
 กลายเป็นย้ายการดำเนินงานในย่านราชประสงค์ในเวลาต่อมา ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยขอ
 ทำการศึกษาในเรื่องอิทธิพลของ สยามเซ็นเตอร์ เพราะสยามเซ็นเตอร์ นับเป็นศูนย์การค้าร่วม
 สมัย ที่เปิดทำการมายาวนานกว่า 30 ปี ซึ่งในขณะที่ยังคงความเป็นผู้นำทางด้านศูนย์รวมแฟชั่น
 ชำนาญทั้งในและต่างประเทศได้

สยามเซ็นเตอร์เป็นตำนานของความทันสมัยแห่งยุค ยุคนัดพกันที่บันได 15 ชั้นของ
 ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ จากความเป็นมาของการก่อสร้างเพิ่มเติมอาคารใน ส่วนที่ 2 ในอาคาร
 รูปแบบที่ทันสมัย ด้านหน้าติดถนนพระราม 1 มีบันไดกว้างและสูงจากถนนคล้ายส่วนล่างของ
 บันไดสถาปัตยกรรมของสเปน (Spanish Steps) ของกรุงโรม ประเทศอิตาลี จากการออกแบบ
 โดยฝีมือ ของ หลุย เบอริเกอร์ (Louis Berger) สถาปนิกชาวอเมริกัน ที่ภายหลังกลายเป็นแหล่ง
 นัดพบ และประชันการแต่งตัวของเหล่าวัยรุ่น จนกลายเป็นพื้นที่แสดงออกทางด้านแฟชั่นและ
 จุดนัดพบแห่งยุค

ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ เรียกได้ว่า เป็นขวัญใจวัยรุ่นแน่นอนแทบจะทุกยุคทุกสมัย หากเทียบในยุคสมัยของปีศาจ สยามเซ็นเตอร์ก็เริ่มต้นเผยโฉมให้กับวัยรุ่นไทยตั้งแต่ในต้นของยุค 70 เป็นต้นมา ชฎาทิพ จุตระกูล กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด ผู้รับช่วงในรุ่นที่ 2 ในการบริหารศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ และคลุกคลีเห็นวิวัฒนาการของศูนย์การค้าที่เป็นตำนานแห่งวงการแฟชั่นไทยตั้งแต่แรกเริ่ม จากคุณพ่อของเธอ พลเอก เฉลิมชัย จารุวัตร ช่วง 10 ปีหลังจากนั้น ชฎาทิพ จุตระกูล เธอคือผู้ร่วมปลุกปั้น ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ให้เป็นพื้นที่ของวงการแฟชั่นไทยในนามพีเอ็นไอของ นักออกแบบไทย หรือที่เรียกกันว่า ไทยดีไซเนอร์ (Thai Designer) และฝ่าวิกฤติในเหตุการณ์ต่างๆ ร่วมกับผู้เช่าศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์มาตั้งแต่ปี 2529 เช่น เหตุการณ์ อดค่าเงินบาทเมื่อปี 2529 เกิดไฟไหม้ในศูนย์การค้าเมื่อปี 2538 วิกฤติการเงินในปี 2540 พร้อมๆ กับการบูรณาการเชื่อมโครงการ รถไฟฟ้าบีทีเอส ที่ทำให้ธุรกิจภายในนั้นชะงักงันถึง 3 ปี โดยเริ่มงานในฝ่ายส่งเสริมการขายและการตลาดของศูนย์การค้าก่อนจะก้าวขึ้นมา เป็นกรรมการผู้จัดการในอีก 10 ปีต่อมา ชฎาทิพ ได้เล่าถึงบรรยากาศแรกเริ่มของการเริ่มต้นการเป็นศูนย์การค้าของวงการแฟชั่น จากการสัมภาษณ์ กับผู้วิจัย ไว้ว่า (ชฎาทิพ จุตระกูล. 2553: สัมภาษณ์)

...ในตอนที่เราเข้ามาทำตัวสยามเซ็นเตอร์ที่คุณพ่อทำไว้ก่อนนั้น มันเป็นศูนย์การค้าที่นับว่าเป็นแห่งแรกจริงๆ ศูนย์การค้าที่อายุใกล้เคียงกัน บางแห่งก็ถูกทุบทิ้ง บางแห่งก็เลิกกิจการไปแล้วในตอนนี้อะไรบางอย่างก็สร้างใหม่ขึ้นมา หรือสร้างเป็นอย่างอื่น นับว่าเป็นจุดแรกๆของ โมเดิร์นเทรด (modern trade) ในกรุงเทพฯ ฉะนั้นผู้ผลิตเสื้อผ้าไทยสมัยก่อน ก็มาจากคนที่ผลิตขายส่งหรือว่าผลิตแบบเป็นแบรนด์หลายที่ เช่น ประตูน้ำ ซึ่งคำว่า บูติก (boutique) คำว่า ช็อป (shop) ที่แสดงแบรนด์อิมเมจมันยังไม่มี อาจจะเพราะมันไม่มีสถานที่ ดั้งนั้น พอมันเกิดสถานที่ หรือมันคือ ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ มันก็เริ่มเก๋ ก็นับว่าเป็นที่ๆ ทุกอย่างที่เป็นความใหม่ของกรุงเทพฯ ในสมัยนั้น และมันกลายเป็นพื้นที่แรกๆที่สร้างความเป็นแบรนด์เกิดขึ้นที่นี่ และมันได้เกิดขึ้นที่นี่ ทุกคนจะได้เจอบรรยากาศที่แปลกมากเลย คือ ตั้งตั้งใจแต่งตัวมานะ สมัยก่อนไม่สามารถจะน็อกเอาท์จากบ้านมา แล้วเป็นอย่างนั้นได้ ทุกคนตั้งใจมาสวย มาหล่อ มาอัปเดต อัปเดตเทรนด์ มันก็มีสิ่งหลายๆประการ เกิดขึ้นในสยามเซ็นเตอร์ แต่ก่อนที่จะเป็น นักออกแบบเก๋ๆของไทยจะเข้ามา นั่นก็คือร้านอาหารเก่าๆ พวกบริษัทแอร์ไลน์ ซึ่งเค้ามาขายพวกทัวร์ต่างๆ ก็มีธนาคาร เทสแมนฮัตตันแบงก์ที่ดูหรูในสมัยนั้นมาก และมีร้านเครื่องประดับขนาดใหญ่เกิดขึ้นหลายๆร้าน เพราะฉะนั้น ประกอบการเสื้อผ้า เค้าก็เล็งเห็นแล้วว่า ในยุคนั้นเมืองไทยยังไม่มีร้านบูติก ก็เลยตั้งใจมาเปิดกัน เพราะฉะนั้นก็เท่ากับเป็นยุคแรกของผู้ประกอบการด้านผ้าก่อน ไม่ใช่เกิดเพราะว่าตัวเองเป็นดีไซเนอร์ไม่ใช่ เป็นผู้ประกอบการผลิตผ้าทั้งหลายเข้ามาก่อนแล้ว เค้าก็เริ่มตัดเย็บเสื้อผ้าขึ้นเป็นเทรนด์แฟชั่นจริงๆ ซึ่งแต่ละคนก็ทำส่งออกนอก ทำขายส่งในประเทศ ก็เลยหาพื้นที่เพื่อที่จะพัฒนาและพื้นที่ค้าขายให้ดูดีขึ้น หลังจาก นั้นไม่นานจึงเกิดนักออกแบบไทยในนาม ไทยดีไซเนอร์ (Thai Designer) จริงๆขึ้นที่นี่

จากจุดเริ่มต้นของศูนย์การค้า สยามเซ็นเตอร์ ที่เริ่มเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อ ปี พ.ศ. 2516 ที่ในช่วงแรก นับว่าเป็นศูนย์รวมของความทันสมัย เริ่มต้นจาก ร้านอาหารเก่าๆ บริษัทแอร์ไลน์ ซีขายทัวร์เที่ยวในที่ต่างๆทั่วโลก การเข้ามาเปิดของธนาคาร เทสแมนฮัตตันแบ็งค์ ที่ดูหรูหราทันสมัย ร้านเครื่องประดับขนาดใหญ่หรูหราที่ไว้รองรับนักท่องเที่ยวจากโรงแรม สยามอินเตอร์คอนติเนนตัล จึงเกิดเป็นสังคมนิยมที่แสนจะทันสมัยในช่วงแรกก่อน ในระยะต่อมามีลักษณะการเปิดพื้นที่ที่แสนเก๋ละร่วมสมัยของศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ก็กลายเป็นพื้นที่ค้าขายของนักธุรกิจเจ้าของโรงงาน ผลิตเสื้อผ้าที่ผลิตขายส่งทั้งในและต่างประเทศ หรือเจ้าของธุรกิจโรงงานผลิตผ้าผืนที่ล้ำเพ็ง หรือ ประตูน้ำ ได้ใช้พื้นที่ของสยามเซ็นเตอร์ในการพัฒนาสินค้า ให้เกิดเป็นแบรนด์สินค้าแฟชั่น ในรูปแบบลักษณะร้าน บูติก แฟชั่นเสื้อผ้าร่วมสมัย ที่รวมตัวมาอยู่ที่นี่ก่อนจะ พัฒนามาเป็นแหล่งรวมนักออกแบบแฟชั่นของไทยร่วมสมัยในระยะเวลาคือต่อมา ในบทความเรื่อง ตำนานไทย R-T-W ในคอลัมน์ แฟชั่นในมุขศิลป์ ในนิตยสารดิฉัน โดย เพชร ได้เขียนถึงแบรนด์เสื้อผ้าที่อาศัยพื้นที่ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์สร้างผลงานและสร้างธุรกิจแฟชั่นเป็นเจ้าของร้านบูติกในยุคบุกเบิก ที่มีความสำคัญและสร้างบทบาทต่อวงการแฟชั่นไทยไว้ (2551: 222-229) โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสรุปไว้ได้ดังนี้

จากบทความเรื่อง ตำนานไทย R-T-W ของ เพชร ได้ข้อมูลจากการให้ข้อมูลจากปากคำเจ้าของร้านบูติกกลุ่มบุกเบิกต้นๆในศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ ได้มาเกือบ 10 ร้านแรกๆ ที่อาจจะอยู่ในศูนย์การค้าใน 3 แห่งที่ร่วมสมัยกันกับสยามเซ็นเตอร์ แต่ที่ร่วมสมัยและโดดเด่นส่วนมากจะอยู่ในสยามเซ็นเตอร์ชั้น 3 เป็นส่วนมาก ที่เริ่มต้นจากร้าน ปอมเม่ (Pomme) และ บัส สต๊อป (Bus Stop) บนชั้น 3 และ ยัสपाल (Jaspal) บนชั้น 2 ของสยามเซ็นเตอร์ เป็น 3 ร้านแรกที่เปิดปลายปี พ.ศ. 2515 ก่อนศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์จะเปิดเป็นทางการ ปอมเม่ (Pomme) เป็นร้านบูติกของชนากานต์ (ป้อม) อมาตยกุล และ บัส สต๊อป (Bus Stop) หนึ่งส่วนของชนากานต์ กับกฤติกา (ติม) กรลักษณะ เป็นหุ้นส่วนที่เจอกันบนเครื่องบิน เจ้าของร้านบูติก ปอมเม่ (Pomme) ชนากานต์ เป็นนักออกแบบที่จบจากต่างประเทศที่เรียนทางด้านศิลปะและแฟชั่นด้านการออกแบบผ้าที่ ประเทศฝรั่งเศส และ กฤติกา ก็เรียนที่ ฝรั่งเศสเช่นเดียวกัน

แนวทางบูติก บัส สต๊อป (Bus Stop) จะออกเป็นแนวทางเสื้อผ้าสไตล์อังกฤษ สำหรับวัยรุ่น เธอทั้งออกแบบ ผลิต และรวมถึงเป็นนางแบบเองด้วย ความนิยมในยุคนั้นวัยรุ่นแย่งกันเลือกซื้ออย่างสนุกสนาน ราคา กระโปรง กางเกง เสื้อ ขึ้น ละ 300 บาท นับว่าเป็นเสื้อผ้าที่แพงสำหรับสมัยนั้น ทำได้ต่อเนื่อง 10ปีกว่าก็ปิดตัวไป ส่วน Pomme ชนากานต์ มีทั้งเสื้อผ้าที่ออกแบบเอง และขายผสมกับเสื้อผ้านำเข้า แบรนด์ต่างประเทศที่ร่วมสมัยในสมัยนั้น เป็นร้านที่ขายสาว ๆ วัยทำงาน ร้านตกแต่งด้วยต้นแอปเปิ้ลสีเขียวสด มีลูกสีแดงบนกิ่งบ้าง กำลังร่วงบ้าง ชวนมอง สะดุดตาเรียกร้องความสนใจ เช่นเดียวกับสินค้าสไตล์ฝรั่งเศส

ยัสपाल (Jaspa) เริ่มต้นที่ชั้น 2 สยามเซ็นเตอร์ เริ่มจากการขายสินค้า เสื้อผ้าและของตกแต่งบ้านเล็กๆ ที่นำเข้ามาจากอินเดีย โดย วิสุทธิ์ สิงห์สัจจเทศ เป็นเจ้าของดูแลร้านของครอบครัว ที่มีพื้นฐานการนำเข้าผ้าปูที่นอนแคนนอน และผ้านำเข้าจากอินเดีย และมีร้านใหญ่ที่ลำเพ็ง หลังจากนั้น 4 ปี จึงได้เริ่มต้นทำเสื้อผ้าผู้ชายครบวงจรขาย จากการเริ่มต้นที่สยามเซ็นเตอร์ปัจจุบัน ยัสपाल เป็นแบรนด์เสื้อผ้าที่ขยายสาขาไปทั่วประเทศไทย กว่า 20 สาขาและมีสินค้าในเครือ ยัสपाल กรุป (Jaspal Group) กว่า 79 แห่งทั่วประเทศไทย หากนับความยาวนานบริษัทยัสपाल มีความยาวนานของครอบครัวนักธุรกิจชาวอินเดียในประเทศไทย ที่สืบทอดยาวนานมากกว่า 100 ปี กว่า 4 ชั่วอายุ ยัสपाल มาจากชื่อปู่ของ วิเศษ สิงห์สัจจเทศ ผู้บริหารรุ่นปัจจุบัน ยัสपाल ในปัจจุบันเป็นแบรนด์เสื้อผ้า ที่เติบโตมาอย่างยาวนานพร้อมกับบริษัทยัสपाल ที่มีแนวทางของแบรนด์ ให้โกอินเตอร์ โดยการเลือกนำเสนอด้วยการโฆษณาโดยใช้เฉพาะนางแบบอินเตอร์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกเท่านั้น (อรรถการ สัตยพาณิชย์. 2551:171-173)

มินต์ (MINT) อีกหนึ่งบูติกที่อยู่เคียงข้างร้าน บัส สต๊อป (Bus Stop) บนชั้น 3 เจ้าของคือ พรทิพย์ วีรพร จากนักข่าวหน้าสังคมและผู้หญิง ของหนังสือพิมพ์บางกอกโพ สต์ และผู้ที่เผยแพร่ข่าวแฟชั่นให้บรรดาร้านบูติกของสยามเซ็นเตอร์อีกด้วย มินต์ (MINT) โดดเด่นเสื้อยืดที่นักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากรนำมาฝากขาย ด้วยลวดลายและพิมพ์ด้วยมือจึงเปรียบเหมือนสวมใส่งานศิลปะ รวมทั้งเครื่องประดับฝากขายออกแบบด้วยผู้รักแฟชั่นรุ่นใหม่ ๆ จึงหลากหลายน่าสนใจ

พีพี (PP) อีกหนึ่งบูติกของ พวงเพชร ภาธรรัตน เริ่มต้นเปิดร้านในปี 2516 พร้อมกับสยามเซ็นเตอร์เปิดอย่างเป็นทางการ เธอเป็นนักออกแบบที่ศึกษาศิลปะ จิตรกรรมและภาพพิมพ์จากสหรัฐอเมริกา และทดลองเป็นศิลปินแสดงผลงานทั้งในและต่างประเทศ เป็นอาจารย์พิเศษที่มหาวิทยาลัยศิลปากรและจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รูปแบบเสื้อผ้าเป็นการผสมผสานวัฒนธรรมเสื้อผ้านานาชาติ เช่น กางเกงจากโมริออคโค กางเกงเล ถูกดัดแปลงมาเป็นชุดกระโจมอกไร้สาย กางเกงมัดปลาย เป็นต้น การผสมผสานวัฒนธรรมทำให้ขายดีจนต้องเปิดร้านพีพี อีส (PP East) เป็นแนวเสื้อผ้าที่ได้อิทธิพลจากหลายเผ่าพันธุ์ แนวทางเสื้อผ้าชั้นสูง (Culture Clothes) ที่ลูกค้าทั้งไทยและต่างประเทศ เช่นชาวอิตาลี ชาวฝรั่งเศส นำซื้อไปขายต่อที่โรมและปารีส

ไช่ (KAI) หรือ ไช่บูติ ย้ายจากร้านที่ โรงหนังสยาม มาอยู่บนชั้น 3 ที่สยามเซ็นเตอร์ เป็นร้านที่นั่งสบายๆ สำหรับลูกค้าที่ต้องการสั่งตัดชุดหรูหรา นอกเหนือจากการซื้อเสื้อผู้สำเร็จรูปพร้อมใส่ ในร้านยังรับงานที่ฝากขายจากนักออกแบบรุ่นน้องๆ อีกด้วย ที่ภายหลัง ไช่บูติกมีขายได้ไปถึง 8 ศูนย์การค้าทั่วกรุงเทพฯ ในช่วงเวลาหลังจากนั้น ปัจจุบัน ไช่บูติก ที่มี สมชาย แก้วทอง เป็นทั้งเจ้าของร้านและนักออกแบบของร้านเสื้อ ไช่ และเขาก็ได้รับการยกย่องให้เป็นปรมาจารย์ด้านการออกแบบเสื้อผ้าของวงการแฟชั่นไทย ที่ถือว่าต้นกำเนิดของเขาก็มาจากศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์เช่นกัน

โดมอน (DOMON) เปิดร้านแรกในสยามเซ็นเตอร์ ในปี พ.ศ. 2523 ในขณะที่เสื้อผ้าผู้ชายยังไม่มีความนิยมหรือหวือหวามากนัก ดอมอนเป็นบุติกผู้ชายร้านแรกๆที่ทั้งสั่งเสื้อผ้านำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น และออกแบบผลิตเอง โดยมี บุญศักดิ์ วัฒนหฤทัย เป็นเจ้าของและดูแลเองทั้งหมดที่พัฒนาจากครอบครัวที่บางลำพูที่ขายข้าวสารเป็นสินค้าหลัก และเริ่มกิจการขายเสื้อผ้าจนเป็นผู้ผลิตเอง เริ่มร้านขายเสื้อผ้า คือ ร้าน ชาชูยะ ที่บางลำพู จนไปเปิดร้านแรกที่สยามเซ็นเตอร์ โดมอนเปิดตัวที่นั่นและประสบความสำเร็จ ตั้งแต่การโปรโมทแฟชั่นเสื้อผ้าผู้ชายในรูปแบบใหญ่ ม่ๆ แฟชั่นโชว์ที่หวือหวา ธุรกิจเพื่อพู่จนเปิด สาขาในสยามเซ็นเตอร์ถึง 6 สาขา และไปในศูนย์การค้าชั้นนำอื่นๆ ไม่ต่ำกว่า 10 สาขา และมีการประกวดหนุ่มหล่อที่เป็นตำนาน อย่างโดมอนแมน จนกระทั่งปิดตัวไปในที่สุด

หากไล่เรียงจำนวนแบรนด์ในพื้นที่ของสยามเซ็นเตอร์ ใช้ เป็นพื้นที่แสดงตัวตนของนักออกแบบและแบรนด์แฟชั่น ในพื้นที่ที่ทรงพลังเช่นสยามเซ็นเตอร์ผ่านมากกว่า 30 ปี คงนับจำนวนไม่ถ้วน แต่หากนับจำนวนแบรนด์ที่ไม่เคยห่างหายจากสยามเซ็นเตอร์เลยตั้งแต่เปิดตัวผลงานของตัวเองที่นี้ และกลายเป็นแบรนด์อยู่ในกระแสของวงการแฟชั่นไทยอยู่ ตลอดมา ซึ่งมีอยู่จำนวน 5 แบนด์ที่ยาวนาน คือ 1. เกรฮาวด์ (Greyhound) ปี พ.ศ. 2523 2. โซดา (SODA) ปี พ.ศ. 2523 3. ฟลายนาว (Flynow) ปี พ.ศ. 2526 4. อนุรักษ์ เอเอ็นอาร์ (ann) ปี พ.ศ. 2528 5. เธียเตอร์ (Theatre) ปี พ.ศ. 2528

เกรฮาวด์ (Greyhound) เกรฮาวด์ ถือกำเนิดขึ้นในปี 2523 จากความรู้สึกอยากนำเสนอเสื้อผ้าลำลองสำหรับคนหนุ่มรุ่นใหม่ โดยสะท้อนไลฟ์สไตล์คนเมืองของกลุ่มเพื่อน 4 คน โดยมี ภาณุ อิงคะวัต ครีเอทีฟ ไดเรกเตอร์ เป็นผู้ก่อตั้งแบรนด์เกรฮาวด์ ที่มีสไตล์และความชอบเหมือนๆ กัน เน้นที่กางเกงยีนส์และ เสื้อคอตัดต่อนง่าย ๆ พิมพ์ลายกราฟฟิคดีไซน์เก๋ ด้วยทิศทางของแบรนด์ที่ชัดเจนคือ “เราขายสไตล์ ไม่ใช่แฟชั่น” เริ่มต้นในปี 2523 ที่สยามเซ็นเตอร์ รูปแบบบุติกเก๋ เรียบง่ายแต่ร่วมสมัย จากเสื้อผ้าลำลองสำหรับคนหนุ่มรุ่นใหม่ ในชื่อแบรนด์ “เกรฮาวด์” สุนัขล่าเนื้อที่แสดงออกถึงความปราดเปรียว ไม่หยุดนิ่ง สะท้อนไลฟ์สไตล์คนเมืองรุ่นใหม่ในสมัยนั้น ความแตกต่างตั้งแต่แรกในพื้นที่สยามเซ็นเตอร์ทำให้ เกรฮาวด์ ดูโดดเด่น ภาณุ กล่าวในเรื่องนี้ไว้ว่า “วันแรกที่เปิดตัวเกรฮาวด์ ตอนนั้นในตลาดมีแต่เสื้อผ้าสไตล์ดีพาร์ตเมนต์สตรีแนวคุณหนู หวานแหววหรือคุณหญิงคุณนาย จนกระทั่งเราเอาเสื้อผ้าแนวจิ๊กโก๋ เท่ๆ ชรั่มๆ เข้ามา เราจึงกลายเป็นคนรุ่นใหม่ในสมัยนั้นที่กล้าทำอะไรใหม่ๆ ให้ตลาดแฟชั่นเมืองไทย” (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ . 2552 :ออนไลน์) จากนั้น จึงเพิ่มไลน์เสื้อผ้าผู้หญิง ในปี 2533 มีทั้งเสื้อผ้า เครื่องหนัง และแอ็กเซสซอรีต่างๆ และต่อมาในปี 2545 ได้มีแบรนด์น้องใหม่ที่แอบกวนๆ สนุกสนาน และมีดีไซน์แปลกใหม่สไตล์ทดลอง เพิ่มขึ้นอีกหนึ่งแบรนด์คือ “เพลย์ฮาวด์” (Playhound) จับกลุ่ม

ลูกค้าอายุ 20-28 ปี ที่มีไลฟ์สไตล์ชื่นชอบความทันสมัย ความเรียบง่าย สนุกสนานในลักษณะของสตรีทแฟชั่น นอกจากนี้ยังได้รับการคัดเลือกจาก บริษัท ฟัน คาเรคเตอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ประเทศไทย (Fun Characters International (Thailand)) เจ้าของลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูนต่างๆ ของดิสนีย์ในประเทศไทย ให้ผลิตสินค้าแฟชั่นเสื้อผ้าภายใต้การออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ กษณ์สไตล์เกรฮาร์ด จึงขยายแบรนด์เสื้อผ้าเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งแบรนด์ โดยใช้ชื่อแบรนด์ "ฮาวด์แอนด์เฟรนด์" (Hound & Friends) แต่ไม่ใช่เพียงแฟชั่นเสื้อผ้าเท่านั้น หากเอ่ยถึง เกรฮาร์ด คาเฟ่ ร้านอาหารในเครือเกรฮาร์ดก็ยังเป็นร้านอาหารที่ครองใจลูกค้าทุกเพศทุกวัย บางคนถึงกับมีอาหารจานโปรดสั่งได้แบบไม่ต้องดูเมนูเลยเสียด้วยซ้ำ เพราะความเอาใจใส่ในรายละเอียดของการตกแต่งร้าน เมนูอาหารที่ไม่เพียงแค่อร่อยลิ้น แต่มีดีไซน์ มีเรื่องราว และแม้กระทั่งเสื้อผ้าพนักงานเสิร์ฟก็ยังชวนให้มองไม่รู้เบื่อ เกรฮาร์ด คาเฟ่จึงไม่ได้เป็นเพียงร้านอาหาร แต่เป็นสถานที่แองก์เอาท์แห่งหนึ่งที่ทำให้ความรู้สึกผูกพันกันกับไลฟ์สไตล์คน เมือง (หนังสือพิมพ์เดลินิวส์. ย้อนรอยเกรฮาร์ด 30 ปีที่ยิ่งใหญ่. ฉบับวันพุธ ที่ 1 ธันวาคม 2553) เกรฮาร์ด จึงยื่นหยัดเป็นแบรนด์ชั้นนำทั้งด้านแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ครองใจวัย รุ่นทุกยุคทุกสมัย

Soda (โซดา) นักออกแบบร่วมสมัยที่ต้องพูดถึงอีกคน ที่ประสบความสำเร็จอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบัน และยังยึดหยัดร้านเสื้ออยู่ที่สยามเซ็นเตอร์ จนกลายเป็นตำนานแห่งสยามเซ็นเตอร์ คือ ดวงตา นันทกว้าง เจ้าของร้าน Soda (โซดา) กว่า 25 ปี เธอไม่ได้เป็นเจ้าของบูติกยูคนุกเบิก แต่เพราะนิตยสาร ลลนา ที่เป็นตำนานของนิตยสารแฟชั่นของวงการแฟชั่นไทย ของ สุวรรณี สุคนธา แม่ของเธอ เป็นแรงผลักดันและให้โอกาสในการทำงานทางด้านแฟชั่นกับเธอ แนะนำรวมทั้งสนับสนุนนักออกแบบและกลุ่มเพื่อหัวสมัยใหม่ ได้นำเสนอแนวร่วมสมัยผ่านสื่อด้านแฟชั่นในนิตยสาร ทำให้เธอเองในฐานะหัวหน้าฝ่ายศิลป์และสไตลิสต์ ก้าวเข้าสู่วงการแฟชั่นของไทย โดยใช้พื้นที่ของสยามเซ็นเตอร์แสดงตัวตนไปพร้อมกับนิตยสารลลนา บูติกโซดาของ ดวงตา เป็นที่รู้จักจาก เสื้อยืด เสื้อยืดโซดา หาใช่เป็นเสื้อยืดธรรมดา แต่กลับเป็นเสื้อยืด เนื้อดี มีการออกแบบลวดลายพิมพ์ด้วยฝีมือของเธอเอง ความพิเศษและแตกต่างทำให้คนเมืองทั้งเมืองใส่เสื้อยืดของโซดา ที่โดดเด่นร้านบูติกของเธอให้ความสำคัญกับการตกแต่งร้านจนกลายเป็นเอกลักษณ์คู่กับสยามเซ็นเตอร์

ฟลายนาว (Flynow) ก่อตั้งขึ้นโดย สมชัย ส่งวัฒนา ที่มีความตั้งใจด้านการตลาดที่จะทำให้ ฟลายนาว มีชื่อในต่างประเทศ ด้วยความศรัทธาแรงกล้านี้เอง ทำให้ "สมชัย ส่งวัฒนา" กล้าที่จะกระโดดออกมาเพื่อสร้าง "ฟลาย นาว" ให้เป็นแบรนด์ที่ยิ่งใหญ่ระดับอินเตอร์เนชั่นแนลให้ได้ จน เมื่อ 2537 สมชัยตัดสินใจส่งขำัญญ ภัคดีสุข ที่เป็นนักออกแบบของแบรนด์ เริ่มกันมาตั้งแต่แรก จากการเป็นนักออกแบบรุ่นใหม่ในปี พ .ศ. 2528 การันตรีรางวัลของการประกวด

นิตยสารเปรียว นิตยสารร่วมสมัยใน ยุคนั้น ไปอยู่ในลอนดอน ดินแดนใหม่ของโลกแฟชั่น เพื่อศึกษาทิศทางแฟชั่นรสนิยมการบริโภคในตลาดแฟชั่นโลก อีกประมาณ 2 ปีต่อมา ฟลายนาว บาย ชำนาญ (Flynow by Chamnan) ในกรุงลอนดอน ก็ได้ร่วมแสดงผลงานในงาน ลอนดอนแฟชั่นวีค (LONDON Fashion Week) จุดยืนของ ฟลายนาว ที่ผ่านมา คือการสร้างมูลค่าเพิ่มของตัวสินค้า ด้วยการให้ความสำคัญในเรื่องดีไซน์ โดยดีไซเนอร์คนไทย ในความคิดที่เป็นเอกลักษณ์ และความ "ธรรมดาที่ไม่ธรรมดา" ส่วนแนวโน้มของเนื้อผ้าจะใช้ที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยมากขึ้น ฟลายนาว ของกับสยามเซ็นเตอร์มาตลอด ด้วยการปรับตัวตลอดระยะเวลาเกือบ 30 ปี ในช่วง 20 หลัง ก็เปิดเป็น ฟลายนาว ทรี (Flynow III) ในตอนเปิดร้าน ฟลายนาว ทรี ที่ชั้น 3 สยามเซ็นเตอร์ ถือการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของ ฟลายนาว ในช่วง 20 ปีก่อนหน้านั้น เพราะฉีกจากความเรียบ มินิมัล มาเป็นความโดดเด่นด้วย ปัจจุบัน ฟลายนาว ทรี ในสยามเซ็นเตอร์เป็นกล่าวถึงและสุดตาในเรื่องของการตกแต่งหน้าร้าน ส่วนแบรนด์ ฟลายนาว ก็กลายเป็นชั้นสูงที่ทุกคนติดตามรอคอยดูในแต่ละคอลเลคชั่น ในแฟชั่นวีคของเมืองไทยตลอดมา

เธียเตอร์ (Theatre) ศิริชัย ทหรานนท์ หรือ จ่อม เริ่มต้นแบรนด์เธียเตอร์เมื่อปี 2527 ด้วยหัวใจรักในศิลปะและการออกแบบ ในระหว่างเรียนด้านการออกแบบลวดลายผ้า ที่วิทยาลัยเพาะช่าง เขาก็สนุกกับการทดลองเทคนิคต่าง ๆ เพื่อทำเครื่องประดับ ในแฟชั่นโชว์อยู่จากความสนิทสนมกับนักออกแบบร่วมสมัยในสมัยนั้นอย่างคุณไช สมชาย แก้วทอง และร่วมทำงานหน้าร้านไซดา ป๊อป ของ ดวงตา นันทขว้าง เก็บเกี่ยวประสบการณ์ และ แรงผลักดันสร้างแบรนด์ที่ตัวเองในที่สุด ศิริชัย ให้สัมภาษณ์ไว้กับ นิตยสาร VOLUME ในบทความ ร้อยใจ นักออกแบบ ไว้ว่า (2551:248) “ตอนเปิดร้านเธียเตอร์ ผมอายุ 25 ปีพอดี เป็นจังหวะที่ลงตัว เพราะมีคนมาเสนอพื้นที่เช่าร้าน เริ่มต้นจากห้องเล็กๆ ที่ศึกษาอุทิศระ งานในช่วงแรกยังไม่มีระบบระเบียบเหมือนสมัยนี้ เพียงแต่ทราบว่ายากจะ นำเสนอเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่มีเรื่องราว เปี่ยมไปด้วยความพิถีพิถัน เป็นสินค้าพร้อมสวมใส่ ขณะเดียวกันก็มีลูกเล่นที่พลิกแพลงได้” หัวใจของเขาไม่ใช่แค่รักในการออกแบบ แต่ยังเพิ่มเติมความละเอียดลออในชิ้นงาน ด้วยการเติมกลิ่นไอของแรงผลักดันที่ได้รับมาจากการเดินทางทุกทวีป จากหลายเมืองในโลก และแม้ว่าวงการแฟชั่นยุคนั้นจะไม่หวือหวามากนัก แต่การเปิดเธียเตอร์ร้านแรกที่ซาอุอิศระก็ได้รับการต้อนรับอย่างดี กระทั่ง 8 ปีผ่านไป ก็ขยายไลน์สู่กลุ่มวัยรุ่นที่สยามเซ็นเตอร์ “ลูกค้าที่ซาอุอิศระเป็นกลุ่มเอ็กซ์คลูซีฟมาก เลยมองหว่าเราควรจะมีเธียเตอร์ในศูนย์การค้าที่มีความหลากหลาย เลือกสยามเซ็นเตอร์ แม้ว่าการแข่งขันในช่วงนั้นมีบ้าง แต่ถือว่าคู่แข่งน้อยกว่ายุคนี้มาก” (VOLUME. 2551: 248) เธียเตอร์มีลูกค้ามากมายตั้งแต่เริ่มต้น ถ้าเป็นแฟชั่นนิสตาในยุคนั้น ทุกคนก็จะรู้จัก และ เธียเตอร์ก็กลายเป็นแบรนด์รุ่นใหญ่ในยุคปัจจุบันของสยามเซ็นเตอร์ไปแล้ว

อนูรักษ์ เอเอ็นอาร์ (anr) เป็นเสื้อผ้าของนักออกแบบที่ชื่อ อนูรักษ์ ตั้งสมบูรณ ชื่อ เอเอ็นอาร์ (ANR) เป็นชื่อย่อของเขาเอง ที่พัฒนามาจากการปรับเปลี่ยนและขยายของแบรนด์ แอนรดอนูรักษ์ (ANURAK) จนกลายเป็นเอเอ็นอาร์(anr) ในปัจจุบัน แอนรดอนูรักษ์(anr) เป็นสัญลักษณ์ของสยามเซ็นเตอร์มาอย่างยาวนาน จากปี พ.ศ. 2528 ที่แบรนด์ของเขาได้เปิดตัว ในระหว่างที่ในวงการแฟชั่นของไทย แอนรดอนูรักษ์ได้ถูกปรับเปลี่ยนแบรนด์ไปตามกระแสทั้งเศรษฐกิจและกระแสความนิยม แต่แบรนด์เอเอ็นอาร์(anr) ก็ยังอยู่ในกระแสความนิยมของแฟชั่นไทยได้ แม้ไม่เติบโตอย่างหวือหวาก็ตาม

ชฎาทิพ จูตระกูล กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด ได้สรุปช่วงเวลาของแบรนด์ไทยที่ เข้ามาใช้พื้นที่ของสยามเซ็นเตอร์ในการแสดงตัวตนทางธุรกิจแฟชั่นของสยามเซ็นเตอร์ไว้สามช่วงเวลา โดยผู้วิจัย ได้ทำการสรุปจากการสัมภาษณ์ ไว้ได้ดังนี้ (ชฎาทิพ จูตระกูล . 2553: สัมภาษณ์)

ช่วงเวลาที่ 1 ยุคเริ่มต้นสยามเซ็นเตอร์ ศูนย์รวมของความทันสมัย เริ่มต้นจากร้านอาหารเก่า บริษัทแอร์ไลน์ ที่ขายทัวร์เที่ยวในที่ต่างๆ ทั่วโลก การเข้ามาเปิดของธนาคาร เทสแมนฮัตตันแบงก์ ที่ดูหรูหราทันสมัย ร้านเครื่องประดับขนาดใหญ่หรูหรา และต้นฉบับความเป็นบูติคในยุคแรก ปอมเม่(Pomme), บัส สตอป(Bus Stop), ยัสपाल (Jaspal), ไซบูติก เป็นต้น

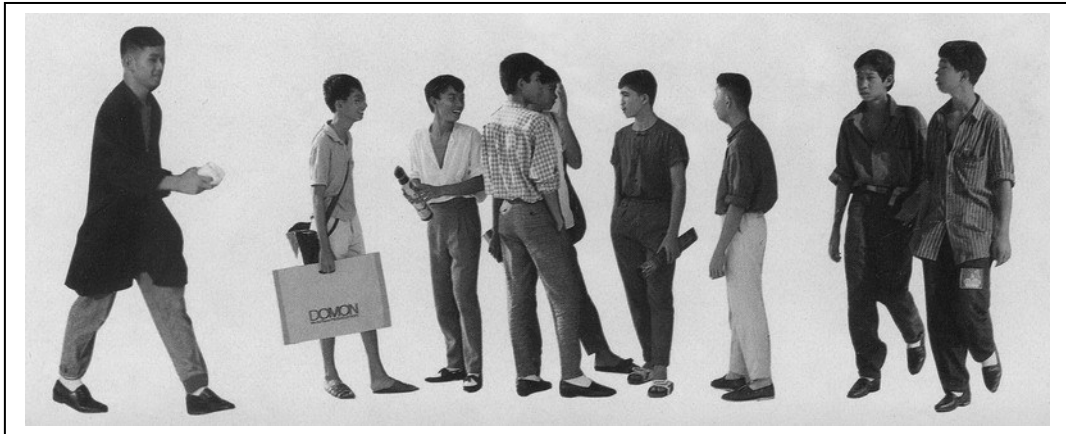
ช่วงเวลาที่ 2 ยุคความรุ่งเรืองของผู้ประกอบการ ธุรกิจผ้าและศิลป์ สล็อต แมทชีน (Slot Machine), พังซ์ (Punch), โมสซิโน (Mosino), เลย์ เอาท์ (Lay Out), โดมอน (DOMON), โซดา(Soda) และเกรย์ฮาว (Greyhound) เป็นต้น

ช่วงเวลาที่ 3 ยุคนักออกแบบรุ่นใหม่ไทย (Thai Designer) ที่สลับปรับเปลี่ยนไปตามกระแสอยู่ตลอดเวลา

สยามเซ็นเตอร์ นับได้ว่าเป็นพื้นที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของการค้าในระบบอุตสาหกรรมแฟชั่นในเมืองไทย บรรยากาศของกระแสวิถีชีวิตที่กดดันเพื่อการนำเสนอผลงานทางด้านการออกแบบ เริ่มต้นจากพื้นที่ที่ทุกคนมั่นใจว่ามีพื้นที่ในการนำเสนอตัวตนของตัวเองแล้วเป็นที่ แรกๆในยุคนั้น และในความนิยมของสยามเซ็นเตอร์ ในมุมมองของ ชฎาทิพ จูตระกูล กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด เล่าถึงบรรยากาศของความรุ่งเรืองแปลกใหม่ของความคึกคักของผู้ประกอบการธุรกิจแฟชั่นในยุคแรกๆของสยามเซ็นเตอร์ ไว้ให้กับผู้วิจัย ดังนี้

...สยามเซ็นเตอร์ได้ขึ้นมาจาก การเปลี่ยนแปลงของแฟชั่น มีอยู่ช่วงหนึ่งแฟชั่นรองเท้าสั้น เชียง ซึ่งมันเป็นसानๆ และมันก็กลับมาฮิตอีก แต่รองเท้าสั้นเชียงขนาดบีบ ตกและขาหักเนี่ยะ จะมีร้านหนึ่งทำทั้งรองเท้าและกระเป๋า จำได้ว่ามีกระเป๋าसानไปใหญ่ๆ ซึ่งใครอยากจะทำรองเท้าหรือ กระเป๋าไปใหญ่ๆเนี่ยะ ต้องรอดัดนะ รอเป็นเดือน มีคนมาเข้าคิวยาวมาก นั่นคือความนิยมของ แฟชั่น จนไปถึงบุคลากรทางด้าน วงการแฟชั่น เช่นเกี่ยวกับพวกร้านทำผมที่เป็นเหมือนดีไซเนอร์ สไตลิสต์ร้านทำผมทั้งหลาย ใครต่อใครนี่ก็ออกมัย ยุคแบบนั้นนะ ทุกคน จะต้องมาเปิดที่นี่ รวมถึง เสื้อผ้าด้วย มันก็เลยเป็นแหล่งศูนย์รวมของคนทำแฟชั่นของกรุงเทพฯที่แท้จริงแห่งแรก แล้วก็ จะต้องบอกว่า ทุกๆท่านในวงการแฟชั่นนี้แหละ ที่ทำให้สยามเซ็นเตอร์เกิด ไม่ใช่เราทำให้เค้าเกิด ห้องมันไม่พอ ใช้อินสมัยนั้นฮอตมาก ฮอตขนาดที่เรียกว่าใครอยากได้ห้องต้องมาแข่งต่อกัน เราไม่ได้ แข่งห้อง เราให้เช่าระยะสั้น แต่แข่งต่อกันหลายสิบล้านในสมัยนั้น มันเป็นเรื่องที่น่าประหลาดใจมาก เลย ร้านอาหารต่างๆ ที่เป็นเทรนด์ก็เกิดขึ้น ดังนั้นเมื่อเทรนด์เซคเตอร์ของกรุงเทพฯมารวมอยู่ที่นี้ ... ฉะนั้น สิ่งก็ตามมาก็คือ เมื่อมีคนสวย คนหล่อ มารวมตัวอยู่ที่นี้ วงการบันเทิงก็ตามมา เราพูดกันได้เลยว่า พวกมีพรสวรรค์ทางด้านที่จะเป็นศิลปินได้ ไม่ว่าจะ เป็นนายแบบ นางแบบ นักร้อง หรืออะไร ก็ตามที่มีชื่อของไทย ล้วนแล้วแต่ถูกค้นพบที่สยามเซ็นเตอร์

...ยุคที่สองนี่จริงๆก็คือ พี่กบ ไซดา พี่จ๋อม พี่กบนี่เริ่มเข้ามาเป็นยุคที่สอง ก็คือ ผู้ใหญ่ ของ ไทยดีไซเนอร์ (thai designer) ในปัจจุบัน ยุคแรกผู้ประกอบการนี้มาจาก ร้านผ้าที่มาจากประตูน้ำ มาจากโรงงานผลิตขายส่ง โดมอน , เลย์เฮ้าท์, ออกซิเจน เป็นกลุ่มแรก พอยุคที่สอง จะเป็นพวก จบศิลป์กรและ มาตั้งแต่พี่กบ ไซดา แต่พี่ไซ่ ก็ มาก่อน ในช่วงแรก ไซดา แล้วก็ มี เกรฮาวด์ (Greyhound) มาต่อมา แต่ยุคนั้นพอเกิด ไทยดีไซเนอร์ ตรงนี้ปุ๊บ ก็เกิดซาญอสิระ เพราะสยาม เซ็นเตอร์มันเต็มๆ มาก เพราะเช่าเท่าไรก็เช่าไม่ได้ เค้าก็ไปบานอยู่ที่ซาญอสิระอีกกลุ่มเล็กๆ กลุ่ม หนึ่งเหมือนกัน แต่ว่าอยู่ไปอยู่มา แป้มก็ไปรวมได้ จนมาอยู่ด้วยกันหมด เพราะฉะนั้นนี่ก็คือว่าเป็น ยุคที่สองจริงๆ ซึ่งอยู่กันมายาวนานมากในสมัยนั้น ...ถ้าจะพูดว่าอดีตของคนกรุงเทพฯเนี่ยะ ส่วน ใหญ่ไม่มีใครไม่มีอดีตที่นี่ จะมีก็มีแปลกๆ แป้มเคยทำเรื่องที่แบบว่า ให้คนเข้ามาประกวดกัน บาง คนก็มาพบรัก ที่นี่ บอกเลิกที่นี่ คลอดลูกที่นี่ อย่าใครมาฆ่าตัวตายที่นี่แล้วกัน เพราะถือว่าเป็น สถานที่แบบที่ๆ มีความสุข



ภาพประกอบ 14 บรรยายการแต่ตัวของวัยรุ่น จากสื่อแบรนด์ไทยที่สยามเซ็นเตอร์

ความทันสมัยและร่วมสมัยของสยามเซ็นเตอร์ นับเป็นแรงบัลดาลหนึ่งให้กับนักออกแบบในรุ่นถัดมา ชนะชัย จริยะธนา นักออกแบบรุ่นใหม่แบรนด์ทีเช่เวน โนแวมเบอร์ (27 Nov.) มีร้านอยู่ที่สยามเซ็นเตอร์ ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน ซึ่งเขาก็เริ่มต้นร้านเสื้อผ้าของเขาเองในสยามเซ็นเตอร์ ปิดบ้างเปิดบ้างตามสภาพสังคมและเศรษฐกิจจนถึงปัจจุบัน ชนะชัย เป็นหนึ่งของนักออกแบบไทย ที่เติบโตมาจากการสะสมประสบการณ์แห่งความทันสมัยของสยามเซ็นเตอร์ จากการเป็นวัยรุ่นในช่วงเวลาของสยามเซ็นเตอร์ในยุคแรกจนถึงยุคที่สอง โดยเล่าบรรยากาศของสยามเซ็นเตอร์ในความเป็นศูนย์รวมของแฟชั่นของไทย ให้ผู้วิจัยฟัง ไว้ว่า (ชฎาทิพ จุตระกูล . 2553: สัมภาษณ์)

... สมัยก่อน บรรยายาก็สนุก เด็ก ๆ ก็จะไปเดินสยามเซ็นเตอร์ ซึ่งเป็นศูนย์รวมความทันสมัยอยู่แล้ว และห้างไทยไดมารู ก็มีแค่สองใจพยนี้ แค่นั้นเอง ...ทุกคนก็จะไปเดินร้าน โชดา, เกียรติฮาว ซึ่งอยู่ติดกัน อารมณ์ก็ประมาณนั้น ถ้าเราเข้า โชดา, เกียรติฮาว กว่าเราได้เสื้อผ้าหนึ่งมา ต้องเก็บเงินซื้อแพงมาก ถ้าเทียบแล้วก็เหมือนกับเด็กยุคนี้ แต่ยุคนี้ยังมีสิทธิ์เลือกสยามแสดควร์ แต่สมัยก่อนไม่มี ตลาดแฟชั่นยังไม่เข้ามา ไม่ว่าจะหนังสือ เรายังไม่รู้จักแบรนด์ต่างประเทศหรืออะไรก็ได้แต่รู้ว่า อันนี้เก๋ เบรี่ยว แค่นั้น อารมณ์นั้น อยากฟังเพลง ดูหนัง ตามอรรถภาพของตลาดแฟชั่นทั่วไป เห็นแต่ละอย่างก็ดู คนรักแฟชั่น คนรักคนชอบจะแต่ง สมัยก่อนกรุงเทพฯ คนที่แต่งตัวไม่มีไม่เหมือนสมัยนี้ อย่างร้านพีไซ์ ทำเสื้อยืด ก็พิมพ์ Kai แค่นั้น เราก็จะอยากได้ ก็จะมีคาเรเตอร์ตรงนั้นเป็นตัวตั้ง ...มันจะมีเชคกลางวัน หลังจากนั้นก็มีโดมอนเข้ามา มีนู่น นี่ นั่นเข้ามาเยอะมาก มีร้านเปิดเยอะมาก มี แบนด์แพคซิโน (PACCINO) แบนด์โดมอน (DOMON) มีความแต่งตัว มีความเป็นสตรีทแวร์ (street wear) ทำให้เด็กขี้แต่งตัวมาก...ก็อย่างโดมอน อะไรแบบนี้ ก็

จะเป็นตลาดญี่ปุ่น เขาซื้อมาเลย แคนไปซื้อ แล้วก็มาก๊อบในบ้านเรา เราก็ไม่รู้ นู่น นี่นั่น เบี้ยวนะ เพราะอะไรเราถึงไม่รู้ เราเองก็ไมรู้นะ คนที่ใส่ คนที่ไม่รู้หรือคนแค่ว่าคนในแบรนด์ แต่เค้าไม่รู้หรือว่า เมืองนอกมีมัย มีจริงแท้แค่ไหน มันเริ่มมีสองกลุ่ม ทั้งนักลงทุนเอง กับคนรุ่นใหม่ นักศึกษาจบใหม่อยากทกรทำร้าน 2 กลุ่มไม่แยกมาก เด็กจะซื้อทั้งสองอย่าง อย่างแบรนด์ไทย จะต้องฮิต จะต้องเก้ จะต้องซื้อมาก่อน ใส่ชื่อร้านนี้แล้วเบี้ยว ใส่เสื้อที่กบ ใส่เสื้อเกรย์ฮาว ถ้าคิดไม่ออกต้องใส่ เสื้อแบรนด์โซดา ก่อน ยังไงมันเป็นตัวสร้างตัวตน นี่เสื้อโซดา นะ เดินไปเบี้ยวคน จำได้ และต้องมาซื้อที่นี่...

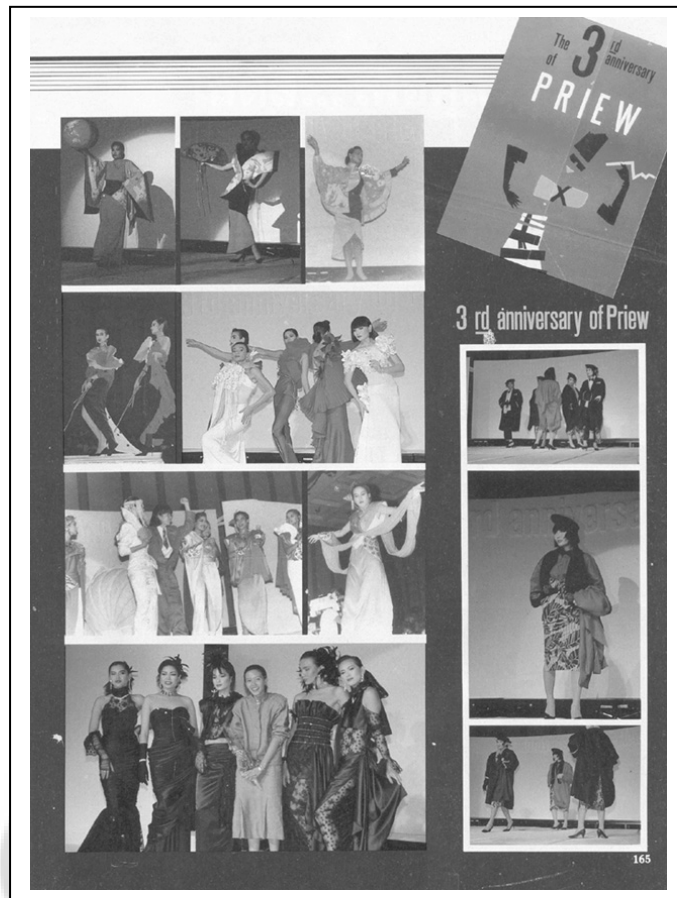
สยามเซ็นเตอร์ยังเป็นแหล่งกำเนิดอาชีพอื่น ๆ ในวงการแฟชั่นของไทย รวมถึงบุคลากรด้านแฟชั่นในช่วงเวลานั้นอีกด้วย ร้านค้าบูติกในสยามเซ็นเตอร์ในยุคแรกต่างคนต่างจะประชาสัมพันธ์ร้านค้าของตัวเอง ทุกร้านจะคิดค้นกลยุทธ์ในการจัดการประชาสัมพันธ์เอง จนมาถึงยุคหนึ่งที่มีการแข่งขันทางห้างสรรพสินค้าสูงขึ้น เนื่องจากมีห้างเกิดขึ้น ทั้งมาบุญครอง ศูนย์การค้าย่านราชดำริ รวมถึงการกำเนิดแหล่งแฟชั่นที่เรียกกันว่า เป็นพื้นที่ไฮแฟชั่นของคนกรุงเทพฯ คือ ชาญ อีสระ ทาวเวอร์ ใน ปี พ.ศ. 2528 "ชาญ อีสระ ทาวเวอร์ 1" ได้ผงาดขึ้นบนถนนพระราม 4 ได้สร้างภาพลักษณ์ที่สำคัญให้กับ วงการแฟชั่นของไทย ร้านเสื้อผ้าในลักษณะไฮแฟชั่น เริ่มต้นเกิดขึ้นที่นี่ นักออกแบบรุ่นใหม่ ๆ ที่ม องหาพื้นที่ทางธุรกิจแฟชั่น มาเริ่มต้นที่นี่ เพราะชาญอีสระ ทาวเวอร์ 1 เป็นอาคารสำนักงาน และศูนย์การค้าสูง 22 ชั้น ที่ก่อสร้างเสร็จเป็นโครงการอาคารชุดสำนักงาน และศูนย์การค้าเพื่อขาย ให้เช่า เป็นโครงการแรกๆ บนถนนพระราม 4 เป็นตึกที่ทันสมัยมากในเวลานั้น ร้านหู้ แบรินด์ต่างๆ เกิดขึ้นครั้งแรกที่ตึกแห่งนี้ เช่น ร้านไซบูติก, ร้านอุไรริสา, และ ศิริชัย ทหรานนท์ ร้านเธียร์เตอร์ (Theatre) (อรวรรณ บัณฑิตกุล . อดีต "ยุคทอง" ของกลุ่มชาญอีสระ . 2546: ออนไลน์) แต่ความรุ่งเรืองก็อยู่ได้เพียงไม่นานเพราะในปลายปี พ.ศ. 2529 เหตุการณ์ อดค่าเงินบาท ทำให้ความหือหवालดน้อยลงร้านค้าทางด้านสินค้าแฟชั่นทยอยปิดตัวลงไป แต่ในภายหลังร้านค้าบ้างร้านที่ยังคงดำเนินธุรกิจแฟชั่นได้จากความนิยม เช่น ร้านเธียร์เตอร์ (Theatre) ทยอยมาเปิดร้านที่สยามเซ็นเตอร์อีกครั้ง จากไอดีเดียว การรวมตัวร้านเสื้อผ้าของไทยดีไซเนอร์ กลับมารวมตัวกันที่สยามเซ็นเตอร์ ของ ชฎาทิพ จุตระกูล หลังจากนั้น สยามเซ็นเตอร์ด้วยการนำของ ชฎาทิพ จุตระกูล กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด ที่เข้ามาทำในยุคนั้น มอง ต่อไปอีกว่า สยามเซ็นเตอร์ ต้องมีแผนการขายแฟชั่นด้วยกิจกรรมบันเทิง จากจุดนั้นทำให้ในส่วนของสยามเซ็นเตอร์มีกิจกรรมเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการจัดแฟชั่นโชว์ในศูนย์ คอนเสิร์ต กิจกรรมอื่นๆ ทำให้ทั้งวงการนายแบบ นางแบบ ออกแกโนเซอร์ เกิดขึ้นใหม่มากมายเป็นทำให้เกิดอาชีพในวงการแฟชั่นเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดการประกวดนักออกแบบรุ่นใหม่ ที่อาจจะจะเป็นศูนย์การค้าที่เดียวที่สนับสนุนนักออกแบบรุ่นใหม่

ใหม่ให้กับวงการแฟชั่นเมืองไทย ที่ในช่วงเวลานั้นมีเพียงการจัดและสนับสนุนการประกวดกัน อย่างต่อเนื่องมาก่อนเช่น นิตยสารเบรียว ชฎาทิพ จูตระกูล เลาให้ผู้วิจัยฟังถึงบรรยากาศของ วงการแฟชั่นที่ได้ผลจากการจัดกิจกรรมของสยามเซ็นเตอร์ ในยุคนั้น ไว้ว่า

...ยุคที่แม่ (ชฎาทิพ จูตระกูล) เป็นคนเข้ามาเนี่ยะ คือเป็นยุคที่แม่เข้ามาในเจอนเรชั่นที่สอง ก็คือตอนนั้นเนี่ยะ โชตา , เกรฮาร์ด เปิดแล้ว และยังมีชาบูอิสระอยู่ เพราะฉะนั้นแม่เนี่ยะ เป็นยุคที่สอง เป็นคนไปโดยทั้งหมดจากชาบูอิสระหลังจากชาบูอิสระเริ่มไม่นิยม เข้ามาโปะไว้ตรงนี้ และก็ในช่วงแรกของศูนย์ ไม่ต้องทำกิจกรรมส่งเสริมการขายเลย ร้านค้าทำกันเอง คนก็แน่น ร้านอาหาร ร้านไอศกรีม ก็ไอ้โห เก่มาก และก็จะมีบางร้านค้าก็มีนักร้อง แจ้ ดนุพล ร้องเพลงอยู่ คำก็เกิดที่นี่ มณีบุษ ก็ร้องเพลงอยู่ที่นี้ ตอนนั้นยังเป็นเด็กอยู่เลย จุดที่แม่มาเนี่ยะ ก็คือมันเป็นจุดที่เราเริ่มมีการแข่งขัน ก็ตอนนั้นราชดำริอาเขตก็มา มี และก็มีการประกวดเกิดขึ้นตรงข้าม เพราะฉะนั้นแม่เข้ามาถึงจุดแข่งขันพอดีเนี่ยะ คุณพ่อก็บอกว่า เฮ้ย ทำอะไรก็ได้ ที่ตอกย้ำว่าเราเป็นจุดกำเนิดของแฟชั่น เพราะฉะนั้นแม่ก็เป็นคนที่เริ่มทำกา รส่งเสริมการขายแฟชั่นเอ็นเตอร์เทนเมนต์ (Fashion Entertainment) เพราะฉะนั้นกิจกรรมที่มันเกิดขึ้นในยุคนั้น ไม่ว่าจะมาเป็นเราเป็นที่แรกที่จัดแฟชั่นโชว์ในศูนย์การค้าเต็มรูปแบบ ทั้งวงการนายแบบ นางแบบ ออแกไนเซอร์ เกิดเป็นดอกเห็ดเลย เพราะว่าร้านค้านี้จะต้องจัดแฟชั่นโชว์ทุกเดือน และคอนเสิร์ต ที่สมัยก่อนสยามเซ็นเตอร์ ด้านหลังนั้นเป็นลานจอดรถ แปลกมาก แฟชั่นโชว์เดินบนตึก แต่ลานจอดรถข้างหลังเนี่ยะเป็นวงดนตรี ไอ้โห วงทั้งหลายก็เกิดขึ้นในสมัยนั้น แล้วก็เวทีเล่นเลย เล่นมันในสยามนี่ มีตั้งแต่ชมพู พรุติ ปุ้ยฝ่าย มีตั้งแต่ร็อกไปจนถึงร็อกอัลสไปร์ ที่ลานจอดรถ

...กลายเป็นสังคมของการรวมตัวของคนร่วมสมัยทุกกลุ่ม แม่เลยต้องคิดใหม่เราไม่สามารถเป็นสถานที่ให้เช่าอย่างเดียวแล้ว มันเป็นมากกว่านั้นแล้ว เพราะไซไซมันเกิดแล้ว เราต้องพัฒนาต่อไป เพื่อความยั่งยืนของวงการแฟชั่น เราควรเป็นส่วนหนึ่งนอกเหนือจากเป็นเวที เป็นคนสร้างกิจกรรมให้กระตุ้นให้เกิดแฟชั่นนิสต์บ้างเนี่ยะ เราก็ควรที่จะทำอะไรที่เป็นการส่งเสริมบุคลากรทางด้านแฟชั่น เพราะฉะนั้นแม่ก็เริ่มการประกวด ยังค์ ดีไซเนอร์ (young designer) ซึ่งสมัยนั้น คณะกรรมการคือ โรงเรียน แดงดีไซน์ สมัยนั้นไม่มีโรงเรียน มาทุกอาจารย์ ทุกโรงเรียนสอนตัดเสื้อ เราก็ประกวด จำได้ว่า เป็นอะไรที่ตื่นเต้นมาก เพราะว่ารอบแรกที่ประกวด ทุกคนตะลึง เด็กเนี่ยะแห่มาสัมภาษณ์เนี่ยะเป็นพัน แล้วส่งเป็นภาพสเก็ตช์มาก่อน และ เป็นแฟชั่นโลกแตก ปีแรกเป็นโลกแตกจริงๆ เป็นชุดแบบ โลกแตก เพราะฉะนั้นเราเนี่ยะจัดประกวด สยามเซ็นเตอร์ ยังค์ ดีไซเนอร์ (siam center young designer) มาเป็นเวลานานมากๆ จำไม่ได้แล้วว่ากี่ปี แล้วก็คนที่มาประกวดเนี่ยะ เราก็เริ่มบอกว่า นักออกแบบไทย ที่เป็นร้านค้าทั้งหมดมา ใครอยากได้ดีไซเนอร์ก็มารับจากเวทีประกวดนี้ ได้ เพราะฉะนั้นคนที่มาประกวดกับเรา มาจนวันนี้มาเป็นเจ้าของร้านในสยามเซ็นเตอร์นี้เยอะมาก คือตั้งแต่แรกเริ่มเป็นเด็กนักเรียน แล้วไปทำงานในร้านต่างๆ จนมาเป็นเจ้าของร้านเองแล้ว เช่น ใก้ กู๊ดมิกซ์เซอร์ (ชัชชน สวันตรัจจ์) นักออกแบบที่มีชื่อเสียงของร้านกู๊ดมิกซ์ เซอร์ (Good Mixer) บนสยามเซ็นเตอร์ในปัจจุบัน) เป็นต้น

การที่สยามเซ็นเตอร์ ได้เปิดพื้นที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าเพื่อสร้างบรรยากาศให้เกิดเป็นสังคมแห่งคนรุ่นใหม่ ทำให้เกิดบรรยากาศใหม่ของคนรุ่นใหม่ ในขณะที่เดียวกันความตั้งใจในการเปิดพื้นที่ทางด้านความสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่ในด้านการออกแบบแฟชั่นจากสื่ออื่นๆก็เกิดขึ้นในระยะเวลาพร้อมๆกันเช่นกัน การเกิดขึ้นของนิตยสารแฟชั่นวัยรุ่นที่สนับสนุนแฟชั่นการแต่งตัวของวัยรุ่นของแบรนด์ในสยามเซ็นเตอร์ เช่น นิตยสารเพื่อวัยรุ่นอย่าง นิตยสารเธอกับฉัน นิตยสารแพรว ที่จัดการประกวดหนุ่มสาวแพรว เพื่อสนับสนุนความสามารถของหนุ่มสาวรุ่นใหม่ และนิตยสารเปรี้ยว นิตยสารแฟชั่นตามแนวทางนิตยสารลลนาที่เกิดขึ้นก่อนหน้า แต่ใหม่สดกว่าด้วยแฟชั่นที่ก้าวล้ำกว่า ในปี พ.ศ. 2526 นิตยสารเปรี้ยวจัดโครงการประกวดนักออกแบบโดยใช้ชื่อว่า เดอะ เบส ยังค์ ดีไซเนอร์ (The best young designer) คณะกรรมการผู้ตัดสินหลายท่านเป็นนักออกแบบชั้นนำของไทยในยุคนั้น หรือไม่กี่เป็นผู้ที่คร่ำหวอดอยู่ในวงการผ้าหรือการออกแบบ เช่น กীরติ ชลสิทธิ์, อองอาจ นิรมล, ปริญญา มุสิกมาศ, ดวงตา นันทขว้าง, วรชาติ ชาตะโสภณ เป็นต้น ผู้ที่ชนะการประกวด เดอะ เบส ยังค์ ดีไซเนอร์ (The best young designer) ประจำปี 1985 ครั้งนี้คือ อ้อย อินทิรา ทัพวงศ์ เป็นนักศึกษาคณะมัณฑนศิลป์ คุณสมชาย แก้วทอง ไซบูติก ให้เกียรติตัดเย็บชุดที่เธอออกแบบให้ และขึ้นปกเปรี้ยวฉบับนี้ โดยมีภควดี ภัคเกษม หรืออ่อม นางแบบที่มีชื่อเสียงที่สุดสมัยนั้น เป็นแบบขึ้นปก อินทิรา ทัพวงศ์ ผู้ชนะแรกนี้ ก็ได้เข้าทำงานกับแบรนด์เสื้อ ยัสपाल (Jaspal) ในเวลาต่อมา ในครั้งนั้นมีนักออกแบบรุ่นใหม่ที่ร่วมรุ่นแล้วประสบความสำเร็จ จากการเปิดพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่ในครั้งนี้ คือ ชำนาญ ภัคดีสุข ที่ต่อมาเป็นนักออกแบบรุ่นใหม่ให้กับแบรนด์ ฟลายนาว (Flynow) และ ชัยชน สวันตร์จจ์ เจ้าของและนักออกแบบแบรนด์ กู๊ดมิกซ์เซอร์ (Good Mixer) นักออกแบบรุ่นใหม่จะได้รับการสนับสนุนถ่ายแบบชุดของพวกเขาลงนิตยสารเปรี้ยวทั้งหมด จึงทำให้เกิดบรรยากาศทางด้านความเป็นแฟชั่นอย่างมากมายในยุคนั้น



ภาพประกอบ 15 การประกวด เดอะ เบล ยังค์ ดีไซเนอร์ (The best young designer)

นิตยสารเบรียว ปี พ.ศ. 2526

ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ นับเป็นศูนย์การค้าที่ร่วมสมัยตลอดระยะเวลากว่า 30 ปี และยังคงรักษาความเป็นผู้นำทางด้านศูนย์รวมแฟชั่นชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ ที่สำคัญที่สุดเป็นศูนย์รวมนักออกแบบไทยในนาม ไทยดีไซเนอร์มากที่สุดและเป็นตำนานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ชฎาทิพ จูตระกูล สรุปรูปยุคของของธุรกิจแฟชั่นและนักออกแบบแฟชั่นของไทย ในนาม ไทยดีไซเนอร์ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ธุรกิจแฟชั่นกลุ่มแบรนด์ไทย ได้แก่ ยัสपाल (Jaspal), เอทูแซด (AIIZ), พีน่าเฮาส์ (Pena House) และ เกรย์ฮาว (Greyhound) เป็นต้น และธุรกิจแฟชั่นกลุ่มไทยดีไซเนอร์ เธียร์เตอร์ (Theatre) , เอเอ็นอาร์ (anr), กู๊ดมิกซ์เซอร์ (Good Mixer) และ ไทมส์เอ็น (Time End) ที่ปิดไปและภายหลังเปิดเป็น ทเว็นตีเซเว่น โนเวลเบอริ (27 Nov.) เป็นต้น แบรนด์ที่กล่าวถึงปัจจุบันเติบโตอยู่ในวงการแฟชั่นของไทย โดย ชฎาทิพ จูตระกูล กล่าวสรุปไว้ดังนี้ (ชฎาทิพ จูตระกูล. 2553: สัมภาษณ์)

...แฟชั่นในเจนเนอเรชั่นที่ 2 ก็เลยแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งคือ ส่วนของไทยดีไซเนอร์ (Thai designer) อีกส่วนหนึ่งก็คือพวก แบรินด์ อาทิเช่น ยัสपाल (Jaspal) หรือเป็นพวกเทรนด์แบรินด์จริงๆ เอพูแซด (AIIZ) หรือว่าในเครือของ รากาเซ่ (Ragazze) เครื่องหนัง และก็จะจะมี พีน่า เฮาส์ (Pena House) ทั้งหมดเนี่ยะ พวกเนี่ยะก็เกิดขึ้น ก็เป็นไทยแบรินด์เหมือนกัน แต่ไม่ใช่ ไทยดีไซเนอร์ (thai designer) และก็ไม่ใช่ว่าพวกที่เข้ามายุคแรก มีคนเดียวที่เข้ามาตั้งแต่เปิดประตูคือ ยัสपाल (Jaspal) ซึ่งเค้าเข้ามาแบบธุรกิจขายผ้า คือคุณพ่อ เค้าขายผ้าอยู่พาหุรัด และเค้าก็เริ่มมาทำ ยังจำได้ว่า วันที่ร้าน ยัสपाल (Jaspal) เปิด แป๋มใส่ชุดนิสิตจุฬา มาเปิดร้าน ยังเรียนไม่จบมาเปิดร้าน และเค้าเองก็เริ่มพัฒนาขึ้น แดกไลน์มาเป็น สมัยก่อนก็จะมีร้านชื่อ จีป (Jeep) มี ยัสपाल (Jaspal) และก็มี 3-4 ชื่อนะ และเค้าก็เปลี่ยนไปเรื่อยๆ เพราะฉะนั้นใน 39 ปีที่ผ่านมาทุกคนก็เจริญเติบโตกับเรานะ มันมีคนที่ไม่เจริญเติบโต และก็ค่อยๆ ถอยหายไป ก็เป็นธรรมดา และก็มีคนที่กลับมาอีก เพราะฉะนั้นในวงจร 39 ปีเนี่ยะ มันเป็นเรื่องที่เราเห็นวงจรแฟชั่นทั้งหมด และก็สมัยก่อนรัฐบาลไม่เคย ใ้ที่ว่าโปรเจกต์กรุงเทพเมืองแฟชั่นในเมือง มันไม่เคยมีใครพัฒนา และก็ ไทยดีไซเนอร์ (Thai designer) ที่อยู่กับเรานะ เราพยายามอย่างมากเลยที่จะช่วยกันศึกษา เค้าให้ทำงานแบบมีระบบ ดังนั้น คนที่มีระบบที่ดีอย่าง เกรย์ฮาว (Greyhound) หรือโซดา (Soda) หรืออะไรพวกเนี่ยะ เขาจะสามารถบริหารจัดการทั้งทางเรื่องการเงินและการต่อรายได้

สยามเซ็นเตอร์ฝ่าวิกฤติในเหตุการณ์ต่างๆตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและการปกครอง ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ ในปี พ .ศ. 2529 เหตุการณ์ ลดค่าเงินบาท ทำให้ความหวือหวาลดน้อยลงร้านค้าทางด้านสินค้าแฟชั่นทยอยปิดตัวลงไป จนเจียบเหงาทั้งศูนย์การค้า เกิดไฟไหม้ในศูนย์การค้าเมื่อปี 2538 ที่ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้า ย้ายที่เกิดร้านไปตามห้างสรรพสินค้าตามชานเมืองที่เกิดขึ้นในเวลาต่อมา และวิกฤติการเงินอีกครั้งในปี พ .ศ. 2540 กับการเริ่มต้นออกเสาะเข็มโครงการ รถไฟฟ้าบีทีเอส ที่ทำให้ธุรกิจในวันนั้นชะงักงันถึง 3 ปีเพราะเดินทางลำบากจนกระทั่งเหตุการณ์ทางการเมืองหลากหลายเหตุการณ์ วิกฤติหนักจากการชุมนุมของกลุ่ม นปช . บริเวณแยกราชประสงค์ ซึ่งทำให้หลายศูนย์การค้าในวันนั้นต้องปิดให้บริการเป็นเวลานานกว่า 1 เดือน อย่างไรก็ตามสยามเซ็นเตอร์ก็นับว่าเป็นต้นกำเนิดของพื้นที่แรกๆ ของการนำเสนอนักออกแบบในนามไทยดีไซเนอร์ ที่ปัจจุบันรวมตัวอยู่ที่นั่นมากที่สุดและนับว่าเป็นแบรินด์นักออกแบบไทยในระดับที่มีชื่อเสียงของเมืองไทย บนพื้นที่ชั้น 3 เช่น เบคกิ้งโซดา (Baking Soda) , ฟลายนาว ทรี (Flynow III), เธียร์เตอร์ (Theatre), เซนาด้า (Senada) , มันชู (Munchu's) , Kloset, ทูบ แกลเลอรี (Tube Gallery) , เอเอ็นอาร์ (anr), เกรย์ฮาว ออริจินอล (Greyhound Original) , เพลฮาว (Playhound) , กู๊ดมิคซ์เซอร์ (Good Mixer), ทเว็นตีเซเว่น ฟายเดย์ (27 Friday) , ทเว็นตีเซเว่น โนเวมเบอร์ (27 Nov.) , เฮด ควอเตอร์ (Head Quarter) , สิงห์ไลฟ์ (Singha life), ทิพยพงษ์ ภูสนพงษ์ (Tipayaphong poosanaphong) , โอลิซานอ (Olanor) ,

แทงโก้ (Tango) , ซากะ ลอนดอน (Shaka London) , ดัส (Duet) , เพนคินเลอร์ (Painkiller) , วันเดอร์ อะนาโตมี (Wonder Anatomie) , ดัส ทิว ดอน (Dusk till Dawn) , คลอเซ็ท (Kloset), เอบี นอลมอล (AB – Normal) , คูเรเท็ด บาย เอก ทองประเสริฐ (Curated by Ek-Thongprasert) เป็นต้น สยามเซ็นเตอร์นับได้ว่ามีวิวัฒนาการและส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลาของวงการแฟชั่นไทยต่อเนื่องตลอดมาจนปัจจุบัน

2.2.2 ความเป็นสากลจากการสร้างธุรกิจแฟชั่นและแฟชั่นวีค

การเข้าสู่ความเป็นอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยในรูปแบบสากล ผู้วิจัยทำการศึกษาและเริ่มต้นจากการศึกษาโดยสรุป ว่าเริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 จากเหตุการณ์ของการ เริ่มต้นที่มีการนำเข้านิตยสารแฟชั่นหัวสากลฉบับแรก ใน ประเทศไทย คือ นิตยสารแอล ประเทศไทย นิตยสารแอล (Elle) เป็นนิตยสารผู้หญิงที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากประเทศฝรั่งเศส ที่มีความหมายจากภาษาฝรั่งเศสว่า “She” หรือ ผู้หญิง ในประเทศไทยนิตยสารแอล เป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัทฮาเซท ฟิลิปาคีเพรส จำกัด (Hachatte Fillipacchi Press, S.A) จากประเทศฝรั่งเศส และบริษัท โฟสต์ พัลลิซซิ่ง จำกัด (มหาชน) ร่วมทุนกันในนามของบริษัทฮาเซท ฟิลิปาคีโฟสต์ จำกัด-ประเทศไทย (Hachatte Fillipacchi Post Ltd.) เมื่อ ปี พ.ศ. 2537 และเปิดตัวนิตยสารแอลแฟชั่น โดยเนื้อหาจะเน้นไปที่เรื่องความงามและแฟชั่น ในภาษาไทย และในช่วงเวลานั้นการเข้ามาของนิตยสาร แอล จึงเป็นความแปลกใหม่และทันสมัย เพราะตลาดนิตยสารผู้หญิงของไทยยังไม่มีหนังสือเกี่ยวกับแฟชั่นที่ชัดเจน ใน บทนำของบรรณาธิการ ของนิตยสารแอล ฉบับแรกนั้น กัญญา สปินเลอร์ บรรณาธิการ ได้กล่าวถึงปรัชญาและแนวทางของนิตยสาร แอล ของประเทศไทย ไว้ว่า “คือพื้นฐานและมาตรฐานของการเป็นนิตยสารแฟชั่น และความงามของโลกในระดับตะวันตก” ซึ่งนับว่าเป็นการเริ่มต้นของการสร้างมาตรฐานสากลในกับผู้รักแฟชั่นและวงการแฟชั่นของไทยในระดับสากล ที่ลักษณะเฉพาะของ แอล จะแสดงให้เห็นคนรักแฟชั่นและความงาม เห็นว่าอะไรเป็นอะไร และควรเป็นอย่างไร ไม่ใช่ต้องเป็นอย่างไร (เพ็ญพักตร์ ศิริไตรรัตน์ . 2552:99) ใน ปี พ.ศ. 2542 การเริ่มต้นการจัดงานครั้งแรกของ งาน แอล บางกอก แฟชั่นวีค (ELLE Bangkok Fashion Week) โดยเป็นการจัดงานแฟชั่นโชว์ที่เป็นการรวมตัวผลงานการออกแบบของนักออกแบบไทย ในรูปแบบมาตรฐานสากลร่วม สมัย และเป็นพื้นที่อีกหนึ่งพื้นที่ของการเริ่มต้นขับเคลื่อนและวิวัฒนาการแฟชั่นไทยในช่วงระยะเวลาที่ต่อไปจนถึงปัจจุบัน

งาน แอล บางกอก แฟชั่นวีค (ELLE Bangkok Fashion Week) ได้ถูกจัดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2542 เพื่อเฉลิมฉลองเนื่องในโอกาสครบรอบ 4 ปีของนิตยสาร แอลประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อที่จะผลักดันนักออกแบบไทยให้มีโอกาสแสดงฝีมือให้คนไทยได้เห็นความสามารถ พร้อมสนับสนุนให้นักออกแบบไทยได้ก้าวเข้าสู่เวทีระดับสากลอย่างเต็มภาคภูมิ โดยงาน แอล บางกอก แฟชั่นวีค ในปีแรกนั้นได้จัดขึ้น ณ พื้นที่ระหว่าง ศูนย์การค้าเกษร และ โรงแรมอินเตอร์คอนติ เนลล์ โดยนิตยสารแอล ประเทศไทย ได้จัดสร้างเดินทึ่สีขาว อันเป็นเอกลักษณ์พร้อมเครื่องปรับอากาศ ระบบเสียง ระบบไฟ และเวทีขนาดมาตรฐาน เพื่อให้แต่ละนักออกแบบได้ทำแฟชั่นโชว์ ได้ตามแนวคิดที่ต้อ งการ ในปี พ .ศ. 2543 – 2547 แอล บางกอก แฟชั่นวีค ได้ย้ายสถานที่จัดงานมายังห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ซิดลม ในปี พ .ศ. 2548 แอล บางกอก แฟชั่นวีค ได้เปลี่ยนชื่อเป็น แอล แฟชั่นวีค (ELLE Fashion Week) ด้วยเหตุผลเพื่อลดความสับสนกับงานของรัฐบาลในขณะนั้นที่ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทย ในโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City) และย้ายสถานที่มาเป็น การจัดงานที่ เซ็นทรัลเวิลด์ มาจนถึงปัจจุบันนี้ กุลวิทย์ เลาสุขศรี และ นิษฐิศา ศุภสวัสดิ์กุล . สัมภาษณ์ไว้กับ ศิราพร อิมสุขวิริยะกุล . ในรายงานวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า แอล แฟชั่นวีค และ บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล แฟชั่นวีค ในวัตถุประสงค์การจัดงานแฟชั่นโชว์ ในงาน แอล แฟชั่นวีค ไว้ว่า (กุลวิทย์ เลาสุขศรี. 2551: 63)

กุลวิทย์ เลาสุขศรี บรรณาธิการบริหาร นิตยสารแอล ประเทศไทย กล่าวไว้ว่า เพราะตลอดมาในบ้านเรายังไม่มียหน่วยงานใดเป็นศูนย์กลางทำแฟชั่นอย่างเป็นทางการ ... ในเมื่อไม่มีหน่วยงานใดจัดเวทีคุณภาพได้ ก็ต้องเป็นหน้าที่ของเอกชน เราทำงานนี้ไม่ได้แข่งขันกับใคร จุดประสงค์ไม่ได้โปรโมตอะไร ทำเพื่อนักออกแบบไทย นี่เป็นเรื่องสำคัญที่เป็นจุดยืนในการทำงานตลอดมา

นิษฐิศา ศุภสวัสดิ์กุล. หัวหน้าฝ่ายการตลาด นิตยสารแอล กล่าวไว้ว่า สำหรับ แอลแฟชั่นวีค เราคิดว่าเรามีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการทำ ซึ่งก็คือว่าเรา ต้องการให้ แอลแฟชั่นวีค เป็นเวทีกลางที่ให้ได้นักออกแบบมีที่แสดงผลงาน มีที่ที่เค้าสามารถแสดงควา มั่งรู้สึกได้ เป็นเครื่องมือทางการตลาดให้นักออกแบบ ให้เค้าขายของได้ในอนาคต...



ภาพประกอบ 16 เต็นท์ชาวเอกลักษณะงานแอลแฟชั่นวีค หน้าเซ็นทรัลเวิลด์ ปี พ.ศ. 2552

ในบทความ ดีไซน์เนอร์ไทย บนเส้นทางที่ไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ โดยชุดิพันธ์ ฉายประกายแก้ว . ได้เขียนถึง แฟชั่นวีค ในประเทศไทยที่ใน 10 ปีที่ผ่านมาว่า เวทีหนึ่งที่ตั้งเป็นเวทีสำคัญของวงการแฟชั่นที่คนทุกแขนงกล่าวขวัญถึงคงหนีไม่พ้นแฟชั่นวีค ที่เริ่มโดยนิตยสารแอลประเทศไทย ที่สรุปอย่างง่าย ๆ ว่า แฟชั่นวีคเป็นเวทีสำหรับการโชว์ผลงานให้ขายเฮอร์จา กทั่วโลก คนในวงการแฟชั่น รวมทั้งคนทั่วไปได้ประจักษ์แก่สายตา แต่ก่อนหน้าที่แฟชั่นวีคจะถือกำเนิดในเมืองไทย โดย สมชัย แก้วทอง นักออกแบบรุ่นใหญ่สัมภาษณ์ ไว้ในบทความนี้สนับสนุนว่าการจัดแฟชั่นวีคของ แอล แฟชั่นวีค เป็นเหตุการณ์เริ่มต้นความเป็นมาตรฐานสากลของแฟชั่นโชว์ที่ทำให้เกิดความตื่นตัวและคึกคักในวงการแฟชั่นไทยตั้งแต่นั้น ไว้ว่า

...การมีแฟชั่นวีคเกิดขึ้นมาถือว่าดี การทำแฟชั่นโชว์ในสมัยที่ผมเปิดร้านใหม่ๆต้องใช้เงินเยอะมาก ประมาณ 5 แสนถึงล้านบาท แล้วโชว์แค่ครึ่งชั่วโมงก็จบแล้ว แต่การมีแฟชั่นวีคเกิดขึ้นมาก็ดีเพราะไหนจะต้องจัดเวที ไหนจะต้องมีแสงสีเสียงอยู่แล้ว แทนที่จะโชว์แค่โชว์เดี่ยวก็เอานักออกแบบทั่วทั้งประเทศมารวมกลุ่มกัน แล้วจัดเป็นวีคไปเลย ทำให้วงการแฟชั่นในเมืองไทยคึกคักขึ้น แล้วแต่ละปีผู้จัดเค้าก็จะคัดสรร ใครที่ผลงานไม่ดีก็ไม่ให้แสดงต่อ เค้าก็พยายามเอาคน เก่งเข้ามา...

แก้ม มลลิกา เรื่องกฤตยา เจ้าของนักบริหารที่เริ่มมาเป็นนักออกแบบ จากร้านเล็กๆ ในสยามแควร์ จนมาเติบโตบนสยามเซ็นเตอร์ศูนย์รวมแฟชั่นร่วมสมัยของไทย เพียงไม่กี่ปี ชื่อของแบรนด์ คลอสเซ็ท เรด คาร์เพ็ท (Kloset Red Carpet) ก็ผงาดบนถนนแฟชั่นโลก ของเมืองไทย ที่เกิดจากการตอบสนองของความชอบส่วนตัว ก็ส่งผลให้ แบรนด์ คลอสเซ็ท (Kloset) เข้าไปติดอันดับต้นๆ ของเสื้อผ้าที่เน้นงานฝีมือ สไตลมิคซ์แอนด์แมทซ์สำหรับสาว ๆ ในไทย พร้อมดันแบรนด์ คลอสเซ็ท เรด คาร์เพ็ท เจาะตลาดอินเตอร์ซึ่งวันนี้มีจำหน่ายใน 16 ประเทศ ลูกค้ำกว่า 40 รายทั่วโลก อาทิ ฝรั่งเศส อิตาลี อเมริกา (Kloset Red Carpet พรอมแดงสู่ถนนแฟชั่นโลก . 2552:ออนไลน์) ให้สัมภาษณ์กับผู้วิจัยว่า เป็นพื้นที่หนึ่งที่ทำให้แบรนด์ของเธอมีโอกาสให้คนได้เห็นความเป็นแบรนด์ และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงการธุรกิจแฟชั่นของไทย โดยเธอได้กล่าวไว้ดังนี้ (มลลิกา เรื่องกฤตยา. 2552: สัมภาษณ์)

... แอลแฟชั่นวีค บอกตรงๆ ว่าเราก็ไม่ได้ประจบเขานะว่า เลยแต่เขาก็เป็นของเขา แอลแฟชั่นวีค ก็เป็นเวทีที่สร้าง สร้างนักออกแบบ จริงๆ คือ แก้มเชื่อว่า เราก็เชื่อว่าเราก็มีศักยภาพในแบรนด์ของเรา ในความสามารถของเรา แต่ว่า แอลแฟชั่นวีค เขาก็เป็นเหมือนเป็นตัวสนับสนุนและมีอิทธิพลพอที่จะให้คนเห็นเรามากขึ้นนะ ลองคิดดูถ้าเรามีเสื้อผ้าที่สวยงามแต่ไม่สามารถจะไปบอกให้คนเห็นว่า เฮ้ย นี่มันคือแบรนด์อะไร หรือว่าเราลงหนังสืออย่างเดียวแล้วคนไม่อ่าน แต่ดูโพลของแอล แฟชั่นวีค สิมันมีผลนะ มันมีผลให้คนเริ่มเข้าใจแบรนด์ เข้าใจเสื้อผ้าของเรา จำชื่อเราได้ มีผลจริงๆ แก้มว่านะ...

เมทนี กิ่งโพยม นางแบบที่มีชื่อเสียงของเมืองไทย ที่เป็นซูเปอร์โมเดลบนแคตวอล์กและอยู่ในวงการแฟชั่นมากกว่า 20 ปี เล่าถึงจุดเปลี่ยนแปลงของวงการแฟชั่นไทย เพราะเกิดจากกระแสนิยมของ แอล แฟชั่นวีค ที่ทำให้วงการแฟชั่นของไทยกลายเป็นสนใจของบุคคลทั่วไป และกลายเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจอื่นๆ โดย เมทนี กิ่งโพยม ให้สัมภาษณ์ กับผู้วิจัย ไว้ดังนี้ (เมทนี กิ่งโพยม 2552: สัมภาษณ์)

...ถ้าให้นึกถึงอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงการแฟชั่นในเมืองไทย เกิด อาจจะบอกว่า เป็นเพราะ แอล แฟชั่นวีค ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการที่ทำให้คนธรรมดาเข้ามาสนใจวงการแฟชั่น ที่ไม่ใช่เฉพาะคนที่อยู่ในวงการแฟชั่น ไม่ใช่แค่นักออกแบบ หรือคนที่ทำงานในวงการนี้เท่านั้น มันเป็นที่สนใจของคนทั่วไป นักศึกษาที่สนใจจะเรียนทางด้านนี้มาติดตามข่าวมาดูมาอะไรต่างๆ ทำให้คนข้างนอกสนใจ แล้วก็เปลี่ยนมุมมองของสื่อไทยด้วยจากที่ จะมีสื่อสนใจเฉพาะหนังสือ แมกาซีนแฟชั่น มาดูเท่านั้น กลายเป็นทุกสื่อสนใจ มีทั้งหนังสือ พิมพ์ มีไทยรัฐ ออกมาลงหน้าหนึ่ง มีข่าวสด มีสยามบันเทิง แทบจะทุกวงการมารอคอยดูแฟชั่นโชว์ด้วย ซึ่งกลายเป็นว่า แอล แฟชั่นวีค ที่น่าจะกลายเป็นจุดเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นในเมืองไทย...

กุลวิทย์ เลาสุขศรี บรรณาธิการบริหาร นิตยสารแอล และเป็นทีมที่ริเริ่มงาน แพลชั่นวีค ให้สัมภาษณ์ ไว้กับนิตยสาร aday ในคอลัมน์ “a day with a view” ถึงการจัดงานแอล แพลชั่นวีค ในครั้งแรกว่าไม่คิดว่าประสบความสำเร็จจนถึงทุกวันนี้และไม่คิดว่าจะเป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้วงการแฟชั่นและธุรกิจแฟชั่นไทยพัฒนาขึ้นได้ ในขณะที่ช่วงเวลานั้นยังไม่ มีความชัดเจนอะไรมาก ไว้ดังนี้ (มานิตย์ มณีพันธกุล และ จิราภรณ์ วิหวา. 2552: 99)

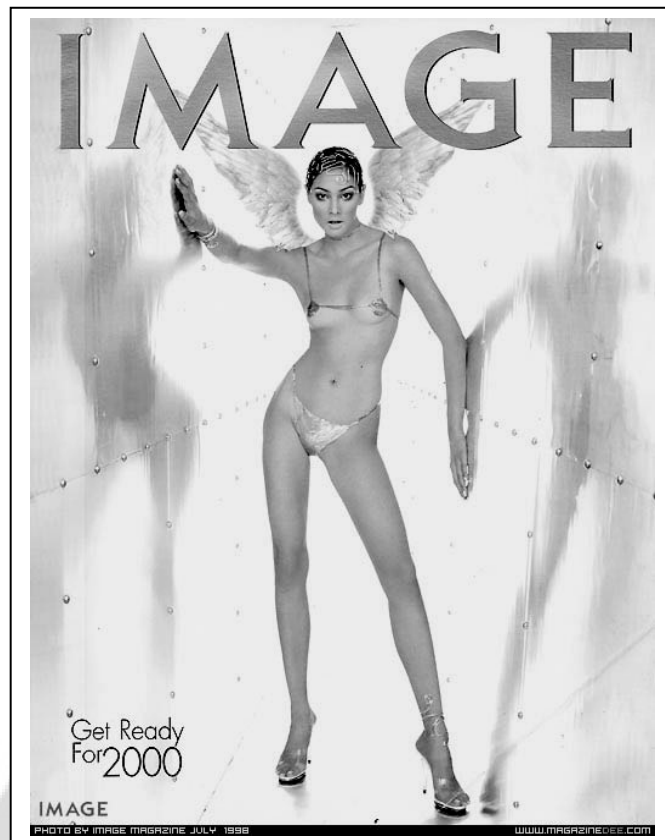
... หนึ่ง ความสามารถ ของคนไทย ผมเองว่ามีแน่ ความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบที่ต้อง ฝ่าฟันทั้งกับตัววัตถุดิบที่จำกัด และธุรกิจในช่วงฟองสบู่แตก มันเป็นช่วงที่เราต้องช่วยกัน และ ด้วย ความที่เราเดินทางไปต่างประเทศเราก็ได้เห็นความสำคัญของแฟชั่นวีค เราน่าจะให้เห็น ความสำคัญของการรวมกลุ่มนักออกแบบ ซึ่งสามารถยกระดับนักออกแบบไทยให้ทัดเทียมกับนัก ออกแบบต่างประเทศได้ เราพูดถึงนักออกแบบระดับเอเชียก่อน ย้อนกลับไปตอน แอล แพลชั่นวีค ครั้งแรกในปี 1999 จนวันนี้ ผมยังไม่คิดเลยว่า แฟชั่นวีคที่ทำในครั้งนั้น จะประสบความสำเร็จจน วันนี้ และเป็นสิ่งที่ทำให้วงการแฟชั่นเมืองไทยและธุรกิจแฟชั่นเมืองไทยพัฒนาขึ้น

จุดเปลี่ยนแปลงของวงการแฟชั่นไทย ที่เกิดจากกระแสนิยมของ แอล แพลชั่นวีค นั้น ไม่ใช่เกิดการเปลี่ยนแปลงเฉพาะความสนใจของผู้คนเท่านั้น ยังเกิดการเปลี่ยนแปลงไปยังวงกร นางแบบ ช่างหน้า ช่างผมหรือผู้ที่อยู่ในวงการแฟชั่นอีกด้วย สิ่งหนึ่งที่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ ชัดเจนสำหรับอาชีพนางแบบของ เธอ ก็คือการนำเสนอรูปแบบแฟชั่นโชว์ของนักออกแบบในงาน แอล แพลชั่นวีค ที่ปรับเปลี่ยนให้ดูใกล้เคียงกับมาตรฐานสากลตามตะวันตกมากที่สุด ทั้งแสง สี เสียง และรูปแบบการเดินที่วิพากษ์วิจารณ์กันมากที่สุดคือ การโนบรา (ไม่ใช่ยกทรง) ในการ เดินแบบเพื่อสร้างมาตรฐานสากล ในงาน แอล แพลชั่นวีค โดย เมทนี กิ่งโพยม ให้สัมภาษณ์ กับ ผู้วิจัย ไว้ดังนี้ (เมทนี กิ่งโพยม 2552: สัมภาษณ์)

... เกิดได้เดินแบบมาก่อนหน้ามีแอลแฟชั่นวีค ที่ก่อนหน้านั้นก็มีเดินแบบในแบบตามห้าง ก่อนลัวก็มาเป็นแอลแฟชั่นวีค เกิดได้เดินมาทั้งหมด 10 ปี ตั้งแต่ปีแรกเลย แล้วรู้สึกได้ถึงความเป็น ชูเปอร์โมเดลของเราเอง คือได้เป็นพินา เล่หรือได้เปิดทั้งหมดเลย ใน 10 ปี ... จริงๆการที่บอกว่า แอลเป็นตัวบอกได้ถึงความเป็นสากลนั้น ก็เพราะในแต่ละปีนั้นคนจะคอยดูว่านักออกแบบจะ นำเสนออะไร แอลแฟชั่นวีคจะเป็นงานแรกที่นักออกแบบทำเสื้อโชว์แล้วนางแบบเดินโนบรา แล้ว เกิดจะเป็นคนแรกๆที่น้อยคนที่จะไม่ปะส ดิกเกอร์เพราะเรารู้สึกว่าเราอินเตอร์ ในเมื่อผลงานของ เรากำลังจะได้ไปฉายใน เอฟทีวี (FTV) เกิดคิดว่าเราเป็นโปรเฟสเนลเราต้องทำได้ ... แต่ก็มีอยู่ ช่วงหนึ่งที่กระทรวงวัฒนธรรมเข้ามาบอกว่านางแบบจงใจให้เสื้อหลุด แล้วถ้ามีใครเดินให้เห็น หัวนมนี้จะปรับ 500 บาทจริงๆเราไม่ได้มาทำในที่สาธารณะเราอยู่ในเต้นที่คลุมมากก็ต้องมีบัตรเชิดู คิดว่านั่นเป็นช่วงการเปลี่ยนแปลงทางความคิดกัน

แต่การนำเสนอแฟชั่นโชว์ในรูปแบบสากลก็ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างหนัก ในปัญหาของการเปิดเผยหน้าอก หรือหลุด (เห็นหัวนม) ในงานแฟชั่นโชว์ ที่มีกฎวิพากษ์วิจารณ์ในแง่ลบเสมอ รวมถึงในงาน แอล แฟชั่นวีค ในช่วงเวลาหนึ่งด้วย ทางออกของปรากฏการณ์นี้ ควรมีการประณิประนอมเพื่อให้แฟชั่นไทยก้าวสู่เวทีระดับโลก โดยใน โพสต์ทูเดย์ หนังสือพิมพ์รายวัน ได้สรุปถึงเรื่องนี้ไว้ว่า สื่ออย่างหลงประเด็น ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นเพราะ สังคมยังไม่เข้าใจว่านักออกแบบต้องการนำเสนออะไร และแฟชั่นโชว์จัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อะไร โดยมากแฟชั่นในลักษณะนี้จะจัดขึ้นเป็นการเฉพาะ สำหรับคนในแวดวงแฟชั่นเท่านั้น ซึ่งคนเหล่านี้จะมีความรู้ความเข้าใจ แต่เมื่อภาพเผยแพร่ออกไปสู่สาธารณชนตามหนังสือพิมพ์รายวัน และนำเสนออย่างผิดวัตถุประสงค์ ทำให้สังคมเกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนและกลายเป็นปัญหาที่หาทางแก้ไม่ได้ (กองบรรณาธิการ. 2546:1)

ในช่วงเวลาเดียวกันที่วงการแฟชั่นไทยพร้อมใจกันก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลของความเป็นแฟชั่น ก็มีหลากหลายเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้คนทั่วไปนึกถึง แฟชั่น ทั้งแฟชั่นวีคที่มีมาตรฐานวงการแฟชั่นก็เริ่มสนุก เปิดเผย กล้าหาญ ไปพร้อมๆกับความรับผิดชอบของนางแบบที่เป็นตัวแทนของความหมายของคำว่าสากลมากขึ้น ที่เป็นการเปิดสู่ช่วงเวลาใหม่ของวงการแฟชั่นไทยในช่วงเวลานั้น กับการถ่ายแบบลงปกนิตยสารอิมเมจ ใน ในชุดมิ เลเนียม ตัวแทนของผู้หญิงปี 2000 ของ เมทนี กิ่งโพยม ในปี พ.ศ. 2543 ฉบับ เดือนกรกฎาคม ภาพหือหาวเป็นฝีมือถ่ายภาพของ อมาตย์ นิมิตรภาคย์ เป็นงานที่ถือเป็นผลตอบรับที่แรงที่สุดของอิมเมจ จนบรรณาธิการของหนังสือ ต้องออกมาอธิบายแนวทางของหนังสือกับสังคม (สุปราณี คงนิรันดรสุข. 2546: 112) ก่อนหน้ายุคแฟชั่นเฟื่องฟู และปัญหาของการเปิดเผยหน้าอก หรือหลุด (เห็นหัวนม) ในงานแฟชั่นโชว์ในแฟชั่นวีคมาก่อน



ภาพประกอบ 17 ภาพถ่ายแฟชั่นปก หนังสืออิมเมจ ของ เมทนี กิ่งโพยม ในปี พ.ศ. 2543

การเริ่มต้น แอล แฟชั่นวีค ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมานั้น ก็ได้สร้างก้าวแรกของมาตรฐานแฟชั่นโชว์ให้กับเมืองไทยในเวลาต่อมา ผู้วิจัยได้สรุป จากรายงานการวิจัย ของ ศิราพร อิมสุขวิริยะกุล เรื่อง กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า ของ แอล แฟชั่นวีค และบองกอกอินเตอร์เนชั่นแนล แฟชั่นวีค โดยสรุป ว่า แอล แฟชั่นวีค เป็นสัญลักษณ์ในการสร้างมาตรฐานแฟชั่นวีคในระดับมาตรฐานสากลในกับวงการแฟชั่นของไทย จาก ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา ได้ ดังนี้

แอล แฟชั่นวีค นับเป็นสัญลักษณ์ของแฟชั่นโชว์ในประเทศไทยที่เป็นก้าวแรกที่สำคัญในการสร้างกระแสแฟชั่น และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรากฐานที่สำคัญให้กับวงการแฟชั่น ไม่ว่าจะเป็นการริเริ่มการจัดแฟชั่นโชว์ขนาดใหญ่ ที่มีการรวมตัวกันของหลายนักออกแบบไทยเป็นครั้งแรก และเป็นผู้ริเริ่มการจัดแฟชั่นโชว์ ปีละ 2 ครั้งในประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องกับแฟชั่นสากล โดย แอล แฟชั่นวีค ใช้มาตรฐานเดินสี่ขาหลังใหญ่ พร้อมเครื่องปรับอากาศ ระบบแสง ระบบเสียง และเวทีขนาดมาตรฐาน เพื่อให้แต่นักออกแบบได้ทำโชว์ของตัวเอง ตามแนวคิดที่ต้องการเดินที่แฟชั่นโชว์สามารถจุคนได้ 400 คน ในแต่ละรอบของการโชว์ จนในปีต่อๆมาเพิ่มขึ้น ไปถึง 1,200 คนและจะจุได้มากขึ้นตามกระแสความนิยมของนักออกแบบ

แอล แฟชั่นวีค มีอุดมการณ์ในการดำรงซึ่งวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนส่งเสริมและมีเจตจำนงให้ แอล แฟชั่นวีค เป็นเวทีสำหรับแบรนด์ไทยเท่านั้นตลอดที่ผ่านมา การคัดเลือกนักออกแบบที่จะเข้ามาร่วมแฟชั่นโชว์นั้นก็ต้องมีมาตรฐานการ คัดเลือก ที่ผ่านมาจะเห็นว่า แอล แฟชั่นวีค มีแบรนด์ที่หลากหลาย โดยแบ่งได้ดังนี้ 1. แบรนด์ที่มีประสบการณ์สูง กล่าวคือเป็นแบรนด์สินค้าแฟชั่นชั้นสูงมีความเป็นมืออาชีพ ของไทย เช่น ไช่ (Kai), นาการ่า (Nagara), พิสิทธ์ (Pisit) เป็นต้น 2. แบรนด์ที่เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Ready to wear) ที่มีสไตล์เป็นสากล เช่น เกรย์ฮาว (Greyhound), สเตรซิส (Stresis), ดิชยา (Disaya) เป็นต้น 3. แบรนด์ที่เป็นนักออกแบบรุ่นใหม่ ซึ่ง แอล แฟชั่นวีค จะมีทุกๆครั้งที่มีการจัดแฟชั่นโชว์ ด้วยเหตุที่ว่าต้องการให้วงการแฟชั่นมีมุมมองใหม่ๆ อีกทั้งเป็นการเปิดโอกาสให้นักออกแบบรุ่นใหม่ได้มีที่แสดงผลงาน

มาตรฐานการคัดเลือกนักออกแบบและแบรนด์เข้าร่วมงาน แอล แฟชั่นวีค แทบจะเป็นการสนับสนุนคุณภาพของนักออกแบบและแบรนด์ไปแล้ว จึงทำให้ในเวลาต่อมานักออกแบบและแบรนด์ต่างๆอยากได้รับการเข้าร่วมโชว์ใน แอล แฟชั่นวีค มากขึ้นในแต่ละปีเพราะ แอล แฟชั่นวีค ถือเป็นพื้นที่ที่การันตีถึงคุณภาพและความร่วมสมัยผลงานของตนเอง ความมีคุณภาพ ในความหมายของ แอล แฟชั่นวีค ที่ได้แก่ ผลงานของแต่ละแบรนด์ว่านักออกแบบมีความตั้งใจนำเสนอมากน้อยแค่ไหน , ผลงานที่ผ่านมาเป็นอย่างไร และแบรนด์ที่จะมาแสดงผลงานได้นั้นต้องมีกำลังผลิตที่สามารถผลิตออกสู่ตลาดได้จริง

แต่ส่วนหนึ่งของมาตรฐานการคัดเลือกแบรนด์ในการเข้าร่วมที่นอกเหนือจากหลักการสำคัญทางคุณภาพแล้ว การเลือกหรือสนับสนุนแบรนด์หรือนักออกแบบ ก็มาจากสัญชาตญาณ ด้วยประสบการณ์ของบรรณาธิการ และทีมงานที่ได้คลุกคลีอยู่ในวงการแฟชั่นมานาน โดยมองจากผลงานในปัจจุบันว่าจะสามารถพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น และนำไปสู่ความเป็นสากลได้หรือไม่ ซึ่งความเป็นสากลที่ว่านี้ก็คือ หากให้แฟชั่นโชว์นั้นๆเปลี่ยน สถานที่จาก แอล แฟชั่นวีค ไปอยู่ในงานแฟชั่นโชว์ทั่วโลก เช่น ลอนดอน กรุงปารีส นิวยอร์ก แฟชั่นโชว์นั้นมีความสมบูรณ์เพียงพอหรือไม่ ซึ่งนั่นก็คือ คำตอบของความเป็นสากลที่ผู้จัด แอล แฟชั่นวีค นิยามไว้ แต่นั่นหมดนั้นก็ต้องเกิดจากการตัดสินใจ ซึ่งส่วนหนึ่งก็มาจาก กุลวิทย์ เลาสุขศรี บรรณาธิการบริหารนิตสารแอล ประเทศไทย เป็นหลัก และการเขียนบทความเพื่อวิเคราะห์ผลงานเสื้อผ้าในคอลเลกชันที่เพ็งไซร์จบลงในนิตสารเป็นตัวชี้วัดในความสำเร็จและแนวทางในการกำหนดแนวโน้มความนิยมของแฟชั่นไทย ที่นิตยสารแอลและ แอล แฟชั่นวีค เป็นตัวกำหนดทางอ้อม

สมชัย แก้วทอง หรือคุณไข่ นักออกแบบรุ่นใหม่ สัมภาษณ์ ไว้กับผู้วิจัย ไว้ว่าอิทธิพลของงานแฟชั่นวีค โดยเฉพาะ แอล แฟชั่นวีค นักออกแบบทุกคนต้องการจะเป็นส่วนหนึ่งในงานโชว์แต่ละปี แต่งาน แอล แฟชั่นวีค ก็มีมาตรฐานในการคัดเลือก ทั้งในด้านของความสามารถ ซึ่งก็ต้องอาศัยผู้มีประสบการณ์ให้การสนับสนุนและพอ ว่าจะไว้เนื้อเชื่อใจกันได้ อย่างตัวของเขาเองก็สามารถมีความเชื่อถือในการแนะนำนักออกแบบและการันตีได้ว่าใครเหมาะสมที่ถึงเวลาสนับสนุน โดยกล่าวไว้ว่า (สมชัย แก้วทอง 2553: สัมภาษณ์)

...อย่าง แบรินด์ เคแอนไอ (K and I) ที่เป็นนักออกแบบของเรา เราใช้วิธีโทรหาแอลว่าพอมีเวลาให้เราไหม แต่จริงๆทุกอย่างดำเนินไปหมดแล้ว ถ้าเป็นคนอื่นเค้าก็อาจจะไม่ให้แต่เป็นเรา การันตีได้ เค้าก็ให้เรา ... อย่างแอลนี่เค้าก็จะใช้อย่างไรละ ประสบการณ์ส่วนตัวก็การมีกลุ่มพวกพ้องคุ้นเคยในความสามารถ เพราะเค้าจะสกรีนมากเลย เด็กไทยจะไม่ค่อยได้เพราะต้องพุดจาให้คุณพอดอร์ (กุลวิทย์) เข้าใจได้ง่ายด้วย แต่ถ้ามีประสบการณ์จากที่อื่นมาบ้างพ่วงด้วย นินยอกอร์ , อังกฤษ หรืออะไรอาจจะได้คะแนนเพิ่มขึ้น และก็ดูความสามารถอีกอย่างประกอบ แต่สำหรับเราถ้าการันตีใครก็น่าจะได้เลย เพราะเรารู้ว่าเราเป็นคุณพี่ คุณอา คุณลุง ของวงการขออะไรก็น่าจะง่ายแต่กว่าจะเป็นอย่างทุกวันก็ยากเย็นมาตลอด...

แก้ม มลลิกา เรื่องกฤตยา เจ้าของนักบริหารและนักออกแบบ แบรินด์ คลอเซ็ท (Kloset) ที่อยู่ในวงการแฟชั่นไทยมาแล้วกว่า 10 ปี และร่วมอยู่ในงาน แอล แฟชั่นวีค กว่า 7 ปี ได้รับการคัดเลือกให้ได้โชว์ตั้งแต่ครั้งแรกๆผ่านการวิพากษ์วิจารณ์ทั้งในนิตยสารแอลเองและภายนอกแต่ก็กลับให้เป็นที่แรงบวกกลับไปพัฒนา และกลายเป็นปรากฏการณ์หนึ่งของแบรินด์คลอเซ็ท ที่ได้เป็นโชว์ปิดของ แอล แฟชั่นวีค พร้อมกับปรากฏการณ์ ที่มีผู้คนให้ความสนใจในขนาดที่ต่อแถวซื้อสินค้า รวมถึงประมวลผ้าพันคอหายากในอินเทอร์เน็ต ในปีเดียวกัน ที่นับได้ว่าเป็นอิทธิพลของ แอล แฟชั่นวีค ที่นอกเหนือจากคุณสมบัติของแบรินด์เอง โดย มลลิกา เรื่องกฤตยา เล่าให้ผู้วิจัย ฟัง ไว้ว่า (มลลิกา เรื่องกฤตยา. 2552: สัมภาษณ์)

...ตั้งแต่ แอล แฟชั่นวีค ครั้งแรก แก้มก็เจอเขาเขียนวิจารณ์แบบหนักๆ วิจารณ์ได้แบบว่า ถ้าเกิดว่าใครยอมแพ้ก็คือ มุดดินหนีแล้วปิดแบรินด์ไปได้เลยนะ เราเจอรุนแรงมาก แต่ว่าถามว่าวันนี้มันเป็นข้อดี มันทำให้เราได้ปรับปรุงและก็คิดอะไรกับมันได้มากมายจริงๆ แต่เนาะเวลานั้นเรารู้สึกเสียใจ แต่ว่าแก้มรู้สึกว่ามันเป็นแรงผลักดันของเราอย่างหนึ่ง อะไรอย่างเนี่ยะ แล้วก็พัฒนามาเรื่อยๆ จนมาถึงทุกวันนี้ โอเค ไม่ใช่แค่ลูกค้ายอมรับแต่กลับกลายเป็นว่าแบรินด์อื่นๆ ไม่ว่าจะจบนอกจบอะไรมาคนที่เขาออกตรงๆ คนที่เขาอาจจะไม่เคยเห็นเราอยู่ในสายตาเลยก็ได้หรือไม่คิดว่าจะมาทักทายกับเราหนักหนาเข้ามา ...นักออกแบบบางทีก็มีการเข้าชมได้แฟชั่นโชว์เราเนาะ ...แต่ที่นี้

พอมาปีนี้นั้นเป็นปรากฏการณ์หรือเปล่าทำไมคนแบบคนในวงการจะคาดคิดหรือเปล่า คลอเซ็ท (Kloset) จะเป็นโชว์ปิดหรือว่าจะไรต่างๆ การเป็นโชว์ปิดของ แอล แฟชั่นวีค อาจจะเป็นการวัดได้ หรือเปล่าว่าประสบความสำเร็จ ตัวเราเองก็ไม่คาดคิดนะและก็บอกตรงๆ ไม่ค่อยชอบ ไม่ชอบให้ใครมากดดันเราว่าปกติถ้าเราทำโชว์เราจะเลี้ยงของเราอยู่แล้วไม่ว่าจะเป็นโชว์ไหนถูกมั้ยอะ แต่พอเริ่มเป็นโชว์ปิดทุกคนจะต้องคาดหวังต้องเต็มทีนะ ... เราต้องยึดคาแรคเตอร์ของเราเหมือนเดิมโชว์ปิดเหมือนเดิม เพียงแต่เราจะมีการลงทุนในเรื่องฉากอะไรมากขึ้นเท่านั้นเอง อันนี้ถือเป็นปรากฏการณ์ได้มั้ย ที่ๆ ทำให้รู้แล้วว่า เราอยู่ 1 ใน 5 หรือเปล่าหรืออยู่บนท็อปไฟลด์ได้ ถึงได้เป็นโชว์ปิดของ แอล แฟชั่นวีค...

...ปรากฏการณ์ไหนที่แบบทำให้เรารู้สึกได้เลยนะ จริงๆ ถ้าให้เห็นชัดๆ ที่เขย่งก้าวกระโดดไปหลายเท่าก็คือ ปี 2007 หลังจากเราโชว์ แอล แฟชั่นวีค ที่เราทำลายผ้าพิคเซล และมันโดนตลาดอย่างรุนแรงก่อนหน้านั้นเราก็ พัฒนาผ้าเป็นลายของงูลายอะไรของเรานะแต่มันมาโดนจังๆ เนียะเมื่อปี 2007 เมื่อ 2 ปีที่แล้ว และกลับกลายเป็นความบ้าคลั่งของลูกค้าที่ผ้าพันคอ 980 บาท ไปปิดกันในเว็บไซต์จนถึง 6,000 บาท มันกลายเป็นแบบเราก็ยิ่งอยากได้อีกได้คือ เราผลิตผ้าพันคอขายสัก 4,000 ผืนได้มั้ยทุกวันนี้ก็ยัง อีเมลมาถามว่าทำไมไม่ผลิตอีกครั้ง ซึ่งเราก็บอกว่าเออเรา เราก็ผลิตตามเขามาตลอดแต่ว่ามันต้องมีมันต้องรู้สึกว่ามันพอแล้วบ้าง ที่รู้สึกได้จริงๆ สมัยก่อนมันก็มีพูดถึงคนใส่ ดาราใส่มาเรื่อยๆ นะ และหลังจากนั้นเป็นต้นมากลับกลายเป็นว่าลูกค้าก็ตามเรามาเรื่อยๆ ในจำนวนที่เท่าเดิมไม่ลดลง หรือวันที่เราแบบบอกลูกค้าว่าเฮ้ยวันนี้จะเดี๋ยเราจะลง คอเล็กชั่นใหม่ ร้านยังไม่เปิดลูกค้าต่อคิวนะ เฮ้ยอันนี้มันอึ้งนะ บางทีแบบมันเป็นไปได้ขนาดนั้นที่เป็นปรากฏการณ์...



ภาพประกอบ 18 แฟชั่นโชว์แบรนด์คลอเซ็ท (Kloset) ของงาน แอล แฟชั่นวีค

ชนะชัย จรรย์ธนา นักออกแบบรุ่นใหม่แบรนด์ ทเวินดีเซเว่น ฟายเดย์ (27 Friday) และ ทเวินดีเซเว่น โนเวมเบอร์ (27 Nov.) เล่าให้ฟังถึงการเข้าไปแสดงผลงานในงาน แอล แฟชั่นวีค ถึงแม้จะเป็นคนเก่าเพราะ ชนะชัย มีประสบการณ์ในการทำเสื้อผ้าและเปิดร้านเสื้อผ้ามาแล้วก่อน ปิดตัวไประยะเวลาหนึ่งโดยผันตัวเองไปทำเสื้อผ้าให้ศิลปิน ก็ยังจำเป็นต้องทำตัวสดใหม่ เพื่อเริ่ม ใหม่ ที่สำคัญหากจะได้รับคัดเลือกจาก กุลวิทย์ เลาสุขศรี บรรณาธิการบริหารนิตสารแอล ผลงานต้องดี โดยในครั้งแรกที่ ชนะชัย ได้โชว์ที่ แอล แฟชั่นวีค ชนะชัย ได้เวลาโชว์ที่เป็นโชว์ แรกๆ ในเวลาที่ยังเรียกว่าเข้าไปสำหรับผู้สนใจเข้าชมแฟชั่นโชว์ ของไทย ในภายเวลาเพียง 1 ปี ถัดมา ชนะชัยก็ประสบความสำเร็จ ได้เป็นโชว์เวลาที่ดีที่สุดของวันในเวลาต่อมาแบบค่อเป็นค่อย ไปจากอิทธิพลของแฟชั่นวีค โดย ชนะชัย จรรย์ธนา เล่าให้ผู้วิจัยฟังการสร้างความสำเร็จครั้ง ใหม่ของเขาจากอิทธิพลของ แอล แฟชั่นวีค ไว้ว่า (ชนะชัย จรรย์ธนา. 2552: สัมภาษณ์)

... เราต้องทำเหมือนเด็กคนหนึ่งที่ได้เดินเข้าไปแล้วใครๆ ก็อยากคุยด้วย ถ้างานเราดีก่อน เหมือนเด็ก ที่พอมองว่าเด็กคนนี้เก่ง มีความรู้สักอยากสัมภาษณ์ อยากให้เข้าไปทันทีเลยอะ แต่ถ้า เรายังเป็นคนเก่า แต่เราจะกลับมาใหม่ แต่หากเรายัง ตัวใหญ่อยู่จะกลายเป็นว่าจะไม่มีใครคอย พยุง ตอนไป ได้โชว์ แอล แฟชั่นวีค ครั้งแรกได้ตอนวันอาทิตย์รอบบ่าย 2 คือเป็นโชว์ซึ่งคนดู น้อยที่สุดนะ เป็นครั้งแรกและเป็นโชว์ที่คนดูนั้นแค่ครั้งต้นๆเอง แต่เราตั้งใจมาก นั่นคือโชว์ที่เรา รู้สึกว่าตั้งใจทำที่สุด แต่ว่าเป็นโชว์ที่เราไม่มีสิทธิ์เลือก แค่นั้นเอง เพราะทางแอลเป็นผู้กำหนด แต่เรา คำนึงถึงว่าเราต้องทำให้ดีที่สุด จบ แค่นั้น เพราะคนอย่างน้อยคนที่ไปดูก็จะไปพูดให้คนที่ไม่ได้ดู เขาก็จะเอาไปพูดปากต่อปากไป คิดว่า แอล แฟชั่นวีค เป็นมีเดีย..แต่ถ้าเกิดเรารู้สึกว่าโชว์ นี้เก่ง ดี คนน้อยแต่สวย อาจจะมีเห็นจากสื่อของนิตยสารแอลก็ได้ คือหนึ่งคนไปพูด แล้วอีกหนึ่งคนไปพูด กับอีกหนึ่งคน มันจะกลายเป็นมีเดียฟรี แล้วความเชื่อมั่นในแบรนด์จะง่ายขึ้น เพราะมันเหมือนกับ โฆษณานะ ...มันเป็นวิธีคิดอันหนึ่งซึ่งถ้ามองในมุมของสถิติ สถิติคิดว่ามันโชคดีในมุมแบบนี้ มันจะ กลายเป็นวิธีสร้างแบรนด์อีกมุมที่คนไม่มองอะ แต่คนจะมีความรู้สึกว่ามันต้องแน่น ต้องเปรี๊ยะ แต่ ถ้ามันเป็นอย่างนี้ มันอาจไม่ได้สูงในปีนี้ แต่มันจะค่อยๆ สูง ค่อยๆ เขยิบ มุมนี้มันจะสร้างความรู้สึก ที่ดีกว่า



ภาพประกอบ 19 กระแสนิยมในงาน แอล แฟชั่นวีค (ELLE Fashion Week)

ในระยะเวลากว่า 10 ปี ที่ แอล แฟชั่นวีค จัดมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เติบโตใน 2 ปีแรก แอล แฟชั่นวีค จัดแฟชั่นโชว์ปีละครั้งในเดือน พฤศจิกายน ของทุกปี แต่ต่อมานักออกแบบมีการนำเสื้อผ้าไปขายในต่างประเทศมากขึ้น จึงทำให้ต้องจัดปีละ 2 ครั้งตามระบบแฟชั่นสากล ซึ่งก็คือ แฟชั่นฤดูร้อน (Spring/Summer) และแฟชั่นฤดูหนาว (Autum/Winter) เพื่อให้สอดคล้องกับการทำงานของนักออกแบบ นอกจากนี้แล้วนิตยสารแฟชั่นต่างประเทศ มีช่วงเวลาในการนำเสนอแฟชั่นในฤดูกาลต่างๆที่เป็นระบบ ในขณะที่ประเทศไทยยังไม่มี จึงทำให้ผู้บริโภคไม่มีทิศทางในการซื้อว่าควรซื้ออะไรช่วงไหน ดังนั้น จากการทำ แอล แฟชั่นวีค จึงเป็นผู้ทำระบบนี้ เพื่อให้การนำเสนอแฟชั่นเหมือนกับต่างประเทศ แต่เดิมนักออกแบบจะทำเสื้อผ้าในหน้าร้อน(Spring/Summer) ในเดือนพฤศจิกายน แต่จะออก ขายสู่ตลาดเดือนมีนาคม คือเร็วกว่า 1 ฤดูกาล แต่สำหรับตลาดในประเทศไทยไม่รอ กล่าวคือ ในตลาดประเทศไทยมีความต้องการทันทีหลักจากเสื้อผ้าถูกนำมาแสดง ในขณะที่นักออกแบบไม่มีความพร้อมในการวางขายเพราะตลาดประเทศไทยคนดูส่วนใหญ่เป็นลูกค้าและคนที่มีความสนใจในแฟชั่นจริงๆ ในขณะที่แฟชั่นวีคของต่างประเทศ คนดูส่วนใหญ่เป็นสื่อมวลชนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานแฟชั่นและเทรนด์ในนิตยสารของตัวเอง ซึ่งต้องทำล่วงหน้า 3-4 เดือน ดังนั้นจึงเป็นที่มาของหลักการเลือกแบรนด์ที่จะเข้ามาร่วมงานแฟชั่นโชว์ของ แอล แฟชั่นวีค เมื่อแฟชั่นโชว์จบลงลูกค้าที่สนใจสามารถบริโภคสินค้านั้นๆได้เลย อย่างแบรนด์ที่เข้าร่วมที่มีความพร้อม คือ ซานาด้า (Sannada), อิชู (Issue), เกรย์ฮาว (Greyhound), ดิษยา (Disaya), คลอเซ็ท (Kloset), สเตซิส (Stesis) เป็นต้น (ศิราพร อิมสุขวิริยะกุล. 2551: 68)

ในรายงานวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า แอล แฟชั่นวีค และ บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล แฟชั่นวีค ของ ศิราพร อิมสุขวิริยะกุล ยังได้กล่าวสรุปไว้ อีกว่า แอล แฟชั่นวีค นับเป็นแฟชั่นโชว์ในรูปแบบสากลครั้งแรก ที่ผ่านมามีสิ่งหนึ่ง ที่จะช่วยในการพัฒนาธุรกิจแฟชั่นได้ ก็คือการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องที่เป็นรูปธรรมที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์เสื้อผ้า ซึ่งแบรนด์เหล่านั้นก็ต้องมีพัฒนาการตนเองตลอดเวลา ซึ่งการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับแฟชั่นที่ดีที่สุด ก็คือ แฟชั่นโชว์ เพราะแฟชั่นโชว์ คือ การแสดงความสามารถของนักร้องแบบในรูปแบบนำเสนอในประเทศไทย แอล แฟชั่นวีค นับเป็นครั้งแรกในการจัดแฟชั่นโชว์เพื่อวงการแฟชั่นไทยในรูปแบบสากล ที่เป็นการส่งเสริมและกระตุ้นการเสฟแฟชั่นในประเทศไทยได้อีกด้วย ที่ผิดกับ ในช่วงแรกๆสำหรับงานแฟชั่นโชว์ในประเทศไทยนั้น เดิมไม่ได้จัดขึ้นเพื่อวงการแฟชั่นไทย แต่จัดขึ้นเพื่อเป็นงานบันเทิงอย่างหนึ่ง กล่าวคือ งานแฟชั่นโชว์มักถูกจัดไปรวมกับงานอื่นๆ เช่น งานการกุศล เป็นต้น เพราะผู้จัดมิได้มีความรู้เรื่องแฟชั่นโชว์อย่างแท้จริง หรือถ้าหากมีงานแฟชั่นโชว์ก็จะเป็นการจัดแฟชั่นโชว์ของแต่ละนักร้องแบบเอง ทำขึ้นเพื่อแสดงแค่กลุ่มลูกค้าเล็กๆเท่านั้น

การมีแฟชั่นโชว์และมีนิตยสารที่มีบทบาทในการนำเสนอให้กับนักร้องแบบ นับเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีบทบาทและอิทธิพลในการนำเสนอผลงานของนักร้องแบบมรการส่งเสริมให้คนได้เสฟแฟชั่นของนักร้องแบบได้มากขึ้น กุลวิทย์ เลาสุขศรีบรรณาธิการบริหาร สัมภาษณ์ ไว้ กับนิตยสารaday ในคอลัมน์ “a day with a view” ไว้ว่า(มานิตย์ มณีพันธุ์กุล และ จิราภรณ์ วิหวา 2552: 99)

... แต่ก่อน ใครอยากทำแฟชั่นโชว์ก็ทำไป แล้วก็ขายอยู่หลังร้าน รุ่งขึ้นก็ไปซื้อหน้าร้านได้ตามสาขาต่างๆ แต่ตอนนี้ ทุกสิ่งทุกอย่างมันถูกกำหนดขึ้นเป็นลำดับของมัน ซึ่งตรงนี้ต่างประเทศเขาทำอย่างนี้กันทั้งนั้น ในการกำหนดซีซั่นให้ชัดเจน ซึ่งนิตยสารบ้านเราก็เริ่มนำเสนอเสื้อผ้าของนักร้องแบบไทยอย่างเป็นซีซั่นแล้ว อันนี้คิดว่านิตยสารช่วยได้เยอะ เพราะเรานำเสนอคนเสฟไป คนเสฟก็เข้าไปซื้อของในร้านซึ่งจัดวาง จำหน่ายสินค้าตรงกับซีซั่นที่นำเสนอที่มันเป็นลูกโซ่ ...

ดังนั้น แอล แฟชั่นวีค จึงเปรียบเสมือนเป็นตัวกลางการสื่อสารของวงการแฟชั่นไทย ทั้งในด้านเรื่องราวของนักร้องแบบไทยที่ต้องการพื้นที่ในการนำเสนอผลงาน และเป็นสื่อหนึ่ง ในทางไปกลับด้านการพัฒนาตัวผลงานของนักร้องแบบและแบรนด์ ให้ทั้งผู้ซื้อและผู้บริโภคได้พัฒนาให้ร่วมสมัย อีกทั้งยังเป็นตัวชี้วัดพร้อมทั้งเป็นสัญลักษณ์ของความร่วมสมัยของนักร้องแบบไทยในความเป็นสากลอีกด้วย

ด้วยความสำเร็จของ แอล แฟชั่นวีค ในวงการแฟชั่นของเมืองไทยและต่างประเทศ สื่อกันๆ จึงให้ความสนใจและเห็นได้ชัดว่าการจัดแฟชั่นโชว์เป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างธุรกิจ แฟชั่นให้เติบโตขึ้นได้ ทำให้เกิดงานแฟชั่นในรูปแบบแฟชั่นโชว์แบบเดียวกับ แอล แฟชั่นวีค ถูกจัด ขึ้นมาอย่างมากมายแล้วก็ปิดตัวลงไปตามกระแสเสื่อมความนิยม และ ปัญหาจากองค์ประกอบ อื่นๆ เช่น โครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City) ที่เป็นของรัฐบาลที่มีโครงการ ย่อยเป็นงาน แฟชั่นวีค ในชื่อ บางกอก แฟชั่นวีค (Bangkok Fashion Week) ที่จัดได้เพียง 2 ปี และ บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล แฟชั่นวีค (Bangkok International Fashion Week) ที่เริ่มจัด ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2550 โดยเกิดขึ้นจาก ความร่วมมือของ ศูนย์การค้าสยามพารากอน , สยามเซ็นเตอร์, ดี เอ็มโพเรียม , และสยามดิสคัฟเวอรีเซ็นเตอร์ ที่มีวัตถุประสงค์สานต่อโครงการกรุงเทพ เมืองแฟชั่น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนนักออกแบบของไทย ที่สนับสนุนจากความเป็นมาของอดีต ของสยามเซ็นเตอร์ ที่นับเป็นเป็นเวลากว่า 30 ปี ที่เป็นที่ยอมรับและจุดกำเนิดนักออกแบบไทย จนมาถึงศูนย์การค้าสยามพารากอน ที่เป็นศูนย์กลางของแฟชั่นระดับโลก เพื่อให้เป็นงานที่เป็น ตัวแทนที่มีเป้าหมายในการยกระดับนักออกแบบและแบรนด์ไทยให้เป็ นสินค้าระดับโลก โดยใช้ งาน บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล แฟชั่นวีค (Bangkok International Fashion Week) ในการ สร้างภาพลักษณ์ให้กับวงการแฟชั่นไทยให้เป็นที่ยอมรับและ เพื่อสร้างกระแสแฟชั่นให้คงอยู่ต ่อ ไป จึงทำให้ในปัจจุบัน วงการแฟชั่นไทย มีแฟชั่นวีคอยู่ 2 งานจากการดำเนินงานของเอกชน ที่ แตกต่างจากต่างประเทศที่จะมีเพียงแค่ 1 งานและเป็นงานที่รัฐบาลต้องมีส่วนร่วม



ภาพประกอบ 20 งานเปิดตัวโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City)

ในสมัยรัฐบาลของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี ได้กำเนิดโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City) จากปัญหาของอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย มีแนวโน้มการส่งออกที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2545 (ยกเว้น อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ) โดยปัจจัยของการถดถอย ได้แก่ ผู้ประกอบการของไทยส่วนใหญ่เป็นเพียงผู้รับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacture: OEM)ผลิตสินค้าคุณภาพระดับล่าง และไม่สร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งมีการแข่งขันสูงขึ้นจากประเทศที่มีต้นทุนและค่าจ้างแรงงานต่ำ (จีน เวียดนามและอินโดนีเซีย) ประกอบกับการเปิดเสรีสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม กรอบ ดัลเบิ้ลยูทีโอ (WTO) ในปี 2548 และการสิ้นสุดลงของระบบ โควต้าการส่งออกที่ได้รับจากประเทศต่างๆ สหรัฐฯ กลุ่มยุโรป (EU) และญี่ปุ่น อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยประกอบไปด้วย อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง และอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ โดยมี 10,207 โรงงาน คนงาน ประมาณ 1.58 ล้านคน โดยมี มูลค่าการส่งออกในปี 2545 ประมาณ 346,822.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.2 ของ GDP

ผู้วิจัยสรุป วัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินงาน จาก เอกสารยุทธศาสตร์โครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น กองสนเทศเศรษฐกิจ 4 สิงหาคม 2548 หน้า 1- 2 ไว้ได้ดังนี้

โครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น มีวัตถุประสงค์ คือ สร้างคน สร้างธุรกิจ และสร้างเมือง เพื่อให้ไทยมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นด้านแฟชั่น และตราสินค้าไทยเป็นที่ยอมรับ สร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออก รวมทั้งเป็นศูนย์กลางแฟชั่นอย่างแท้จริง กำหนดวิสัยทัศน์ว่า ปี 2548 กรุงเทพฯจะเป็นผู้นำแฟชั่นและศูนย์กลางธุรกิจแฟชั่นในอาเซียน ปี 2550 กรุงเทพฯ จะเป็นศูนย์กลางธุรกิจแฟชั่นในเอเชีย (แฟชั่นเมืองร้อน) และปี 2555 กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางแฟชั่นอีกแห่งหนึ่งของโลก

โดยมีแนวทางในการดำเนินงาน โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ใช้ยุทธศาสตร์ของ “การตลาดด้านแฟชั่น ” เป็นตัวจุดนำการพัฒนาทั้งระบบ คือ จุดตั้งและสร้างมูลค่าเพิ่มในทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับคำว่า “แฟชั่น” ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ครอบคลุมจรรยาวัตรและเติบโตไปด้วยกันหมดมาตรการในการสร้างให้กรุงเทพฯเมืองแฟชั่น มี 3 มิติ ที่จะดำเนินไปพร้อมกันแบบบูรณาการ ด้านการสร้างคน เน้นการต่อยอดให้แก่ผู้จบการศึกษาด้านแฟชั่น อาจารย์และบุคลากรในอุตสาหกรรมแฟชั่น เพื่อให้มีนักออกแบบ นักธุรกิจสินค้าแฟชั่น และเจ้าหน้าที่เชี่ยวชาญด้านเทคนิค โดยจะเปลี่ยนจาก ผู้รับจ้างผลิต (OEM) เป็นผู้ออกแบบสินค้าและมีตราชื่อของตัวเอง (Original Design/Brand Manufacture) ด้านการสร้างธุรกิจ จัดตั้งศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับ แนวโน้มแฟชั่น โดยตั้งเป้าหมายมีผู้ได้รับข้อมูล 5,000 ราย

และจะพัฒนาผู้ประกอบการทั้ง 3 สาขาอุตสาหกรรมประมาณ 950ราย การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าแฟชั่นไทย และการพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำด้านแฟชั่นระยะยาว ด้านการสร้างเมือง- จัด กิจกรรมสร้างภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ งานแสดงสินค้าแฟชั่นระดับโลก จัดเวิร์กช็อปแนวโน้มแฟชั่น เจาะตลาดเป้าหมาย โดยทำ กิจกรรมเดินสายประชาสัมพันธ์ (Road Show) เผยแพร่ผลงานแฟชั่นนักร้องแบบไทย และจัดประกวดออกแบบแฟชั่นนานาชาติ

การบริหารโครงการ มี คณะกรรมการบริหารโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น มี รมว .อก. เป็นประธาน และผู้แทนจากภาครัฐและเอกชน และผู้ทรงคุณวุฒิในวงการแฟชั่นเป็นกรรมการ มี อำนาจหน้าที่กำหนดนโยบาย เป้าหมาย แนวทาง แผนการดำเนินงาน รวมทั้งกำกับ การดำเนินงานของโครงการฯในภาพรวม มีคณะกรรมการอำนวยการโครงการฯ มีผู้ช่วยรมว.อก. เป็น ประธาน มีผู้แทนจากภาคเอกชน 3 สาขาอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้า ส่ง ออก กรมส่งเสริม อุตสาหกรรม และสำนักงานเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม มีอำนาจหน้าที่กำหนดแผนปฏิบัติการ ติดตามกำกับ การดำเนินงานและประเมินผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น ดั้มมีมติจากคณะรัฐมนตรีเมื่อ 21 มกราคม 2546 เห็นชอบ โครงการกิจกรรมเปิดตัวโครงการ กรุงเทพฯเมืองแฟชั่น และเมื่อ 10 เมษายน 2546 เห็นชอบ โครงการฯ ซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรมได้มีคำสั่งตั้งสำนักงานโครงการฯ เมื่อ 21 เมษายน 2546 แต่ หลังจากการเปิดตัวโครงการสู่สังคมภายนอก อย่างยิ่งใหญ่อลังการบนถนนสุขุมวิท ถนนเส้น ธุรกิจสายหลักทางด้านอุตสาหกรรมแฟชั่น ไปจนถึงถนนสายราชประสงค์ ตลอดระยะเวลากว่า 2 ปี ก็ต้องปิดตัวลง กับกระแสวิพากษ์วิจารณ์ของสังคมอย่างหนัก ว่าเป็นเพียงการละลายงบประมาณ ไปกับกิจกรรมและอีเวนต์ต่างๆมากมายมหาศาล ที่ยังไม่ได้ผลอะไรกลับมา ดังตัวอย่างบทความ เรื่อง สานฝันกับ “กรุงเทพฯ ซ็อบปิ้งพาราไดซ์” ในหนังสือ Brand Building สยามพารากอน VS เซ็นทรัลเวิลด์ โดย สุจรรยา สุนทรพรเจริญ และสรุญญา แดงอินทวัฒน์ กล่าวไว้ว่า (143-146)

... โครงการต่างๆ เช่น โครงการศูนย์พัฒนาบุคลากรด้านแฟชั่น (Bangkok International Fashion Academy) ที่ร่วมกับสถาบันที่มีชื่อเสียง ทางด้านการออกแบบเกือบจะทั่วโลก โครงการ เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจแฟชั่น โครงการจัดแสดงสินค้าบางกอกแฟชั่นวีค เป็นต้น เม็ดเงินนับพันล้านถูกละลายไปกับกิจกรรมและอีเวนต์ต่างๆมากมายมหาศาล ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลตอบแทนที่ได้ยังมีค่าต่ำกว่า แม้โครงการ กรุงเทพฯเมืองแฟชั่น จะมีการวางแผนและมีผู้ดูแล อย่างใกล้ชิดจากหน่วยงานรับผิดชอบโครงการ ยังไม่เห็นผลสำเร็จ ทำให้โครงการฮับ ซ็อบปิ้ง คอมเพล็กซ์ กลายเป็นเพียงวาทะที่เอ่ยอ้างกันในวงการค้าปลีกเมืองไทยเท่านั้น

กระแสวิพากษ์วิจารณ์ โครงการกรุงเทพฯเมืองแพชั่น ถูกวิพากษ์วิจารณ์ ว่าเป็นโครงการที่เป็นหนึ่งในโครงการประชานิยม ที่ฉาบฉวย ไม่คุ้มกับงบประมาณที่ลงทุนไปและควรจะดำเนินการต่อไปหรือไม่ ดังบทความเรื่อง 5 รัฐมนตรี กับ โครงการกรุงเทพฯเมืองแพชั่น (5 รัฐมนตรี กับ โครงการกรุงเทพฯเมืองแพชั่น. ม.ป.ป.: ออนไลน์)

...โครงการกรุงเทพฯเมืองแพชั่น แท้จริงเป็น 1 ในโครงการประชานิยมที่ "ฉาบฉวย" อย่างที่ผู้คนในวงการแพชั่นบางกลุ่มวิพากษ์วิจารณ์กันอยู่หรือไม่ ทำไมจึงมีความพยายามที่จะเร่งรัด "ต่อยอด" โครงการของผู้บริหารร่วมกับข้าราชการบางส่วน ทั้งๆ ที่ผู้ประเมินผลโครงการยังไม่ได้ทำการประเมินว่า สมควรจะผลักดันโครงการต่อไปหรือไม่ และที่ผ่านมามีผู้บริหารโครงการย่อยสามารถผลักดันโครงการไปสู่จุดสำเร็จได้ใน ระดับไหน เมื่อเทียบกับเงิน 1,400 ล้านบาทที่ลงทุนไป...

ในรายงานวิจัยเรื่อง เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะกับกลุ่มผลประโยชน์ กรณีศึกษาโครงการกรุงเทพฯเมืองแพชั่น ของ ศิรินา ปวโรฬารวิทยา สรุปไว้ว่า โครงการกรุงเทพฯเมืองแพชั่น นั้นเกิดจากการเสนอนโยบายของกลุ่มผลประโยชน์ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มในธุรกิจแพชั่น ที่บทบาทเพียงในข้างต้นที่เป็นผู้เรียกรับนโยบายรัฐบาล เนื่องปัญหาการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมแพชั่นจากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ ปี 2540 และเป็นผู้ร่างนโยบายสมุดปกขาวเพื่อนำเสนอต่อนายกรัฐมนตรี และการดำเนินงานก็เป็นไปตามนั้นในเบื้องต้น แต่เมื่อโครงการได้รับการอนุมัติ ก็เกิดผู้ที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทโดดเด่นกลุ่มใหม่ คือ กลุ่มบริษัทเอกชน ผู้รับงานและกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ ที่กลายเป็นจุดเด่นในการสร้างความเป็นศูนย์กลางและสร้างภาพลักษณ์ของกรุงเทพฯเมืองแพชั่นเข้ามาเป็นจุดหลัก และผิดวัตถุประสงค์หลัก ดังที่ ศิรินา ปวโรฬารวิทยา สรุปว่า โครงการกรุงเทพฯเมืองแพชั่น เกิดจากการเสนอนโยบายของกลุ่มผลประโยชน์ซึ่งเป็นผู้ประกอบการสิ่งทอที่ประสบปัญหาด้านการผลิตเนื่องจากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ ปี 2540 รัฐบาลได้รับนโยบายนี้และอนุมัติงบประมาณเพื่อต้องการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศให้เพิ่มขึ้น เมื่อโครงการได้รับการอนุมัติงบประมาณ จึงเกิดกลุ่มผลประโยชน์อีกหลายกลุ่มเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ อีกหลายกลุ่มเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากโครงการ อาทิ เช่น กลุ่มอัญมณี กลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มบริษัทรับจัดหางาน ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการสิ่งทอซึ่งเป็นผู้เสนอนโยบายและแนวทางการดำเนินการของโครงการกรุงเทพฯเมืองแพชั่นต่อรัฐบาลไม่ได้รับการแก้ไขปัญหาโดยตรง โดยเฉพาะการยกระดับการผลิตไปสู่การเป็นผู้ออกแบบสินค้า (ศิรินา ปวโรฬารวิทยา.2548: 3)

อย่างไรก็ตามวงการแฟชั่นไทยก็กว้างขวางเข้าสู่ความแฟชั่นสากลจากการเปลี่ยนแปลง การเข้ามาของนิตยสารหัวเสา กล คือ นิตยสารแอล ประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2537 เป็นต้นมา และ จากการเริ่มต้นเปิดความเป็นสากลของวงการแฟชั่นไทยจาก งานแอล แฟชั่นวีค และ แรงสนับสนุน งบประมาณ และ กระแสทั้งในด้านลบและบวกของสังคมของโครงการของรัฐบาล โครงการ โครงการกรุงเทพมหานครเมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City) ที่ทำให้คนหันมามองถึงปัญหาและ ความสำคัญของอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยมากขึ้น รวมถึงการกำเนิดของนักออกแบบรุ่นใหม่ที่มีวิธี คิดในเชิงธุรกิจแฟชั่นสากลมากขึ้น



บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในระดับศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาศิลป วัฒนธรรม วิจัย เรื่อง ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย ในครั้งนี้ ก็เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ว่า บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใด เป็นผู้ที่มีอำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่น ของไทย และผู้ที่มีอำนาจหรืออิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่น นั้น มีความสัมพันธ์เชิงอำนาจในรูปแบบใด และทำให้เกิดปรากฏการณ์ทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยอย่างไร ผู้วิจัย ได้ทำการสรุปผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย ไว้ได้เป็น 2 ยุคสมัย คือ 1. ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคสังคมนิยม 2. ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์

1. ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคสังคมนิยม

ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคสังคมนิยม เริ่มต้น จากการที่ในอดีตของประเทศไทย ประเทศไทยได้รับเอาแฟชั่นและวัฒนธรรมระดับสูงของตะวันตกเข้ามา โดยตรง ซึ่งช่วงเวลาที่สังคมไทยรับเอาทั้งแฟชั่นและวัฒนธรรมระดับสูงของตะวันตกเข้ามาโดยตรงเป็นครั้งแรกนั้น คือ การแต่งกายไทยช่วงรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ ที่เรียกสังคมไทยในช่วงนั้นว่า สังคมไทยสมัยปฏิรูป สังคมไทยสมัยปฏิรูปเป็นผลมาจาก การเกิดของชนชั้นกลางในสังคมไทยเพิ่มขึ้นมา ชนชั้นกลางในสังคมไทย มีลักษณะบางประการทางภูมิปัญญาที่แสดงสัญลักษณ์ของความเป็นสมัยใหม่ เกิดการยอมรับในหมู่ปัญญาชน คนรุ่นใหม่ในแนวคิด เรื่องของความก้าวหน้าของสังคม ในความเชื่อที่ว่า ควรมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสังคม ไทยในด้านต่างๆ อันที่จะนำประเทศไปสู่ความ “ศิวิไลซ์” ทัดเทียมอารยประเทศ โดยมีความเจริญก้าวหน้าของประเทศตะวันตกเป็นแบบอย่างที่สำคัญในทุกด้าน แต่การเผยแพร่แนวคิดนี้ก็ยังคงเป็นกลุ่มชนชั้นสูงที่อยู่ในระบบอำนาจของการปกครองประเทศ ก็คือราชสำนัก จนกระทั่งถึงยุคสมัย ยุคการเปลี่ยนแปลงการปกครอง สังคมไทยหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง ก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงประเพณีวัฒนธรรมการแต่งกายให้สอดคล้องกับการปกครองระบอบใหม่ ตามนโยบายหลักของผู้นำประเทศ คือ จอมพล ป. พิบูลสงคราม ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง แนวคิดทางสังคม และแนวคิดทางด้าน ภาพลักษณ์ ของความทันสมัย จากแนวคิดของชนชั้นผู้นำ ดังนั้นผู้มีอิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของไทยในยุคสมัย สังคมไทยหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง ก็ยังเรียกได้ว่าเป็นอำนาจที่มาจากชนชั้นสูงเช่นเดิม เพียงแต่เปลี่ยนจากเดิมที่ศูนย์กลางการเปลี่ยนแปลง คือ ราชสำนัก มาเป็นอำนาจรัฐ โดยมีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงวัฒนธรรมให้เจริญทัดเทียมกับชาวโลกชาวตะวันตก เช่นเดียวกัน

ในช่วงเวลา สมัยรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ จนถึง หลัง การเปลี่ยนแปลงการปกครอง กระบวนการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นของไทยเป็นไปในลักษณะกระบวนการ ของการแพร่กระจาย แฟชั่น ที่เป็นลักษณะ การยอมรับแฟชั่นในรูปแบบดั้งเดิม (Traditional Fashion Adoption) หรือ ในลักษณะ ที่เกิดขึ้นจากการแพร่กระจายของอิทธิพลในแนวดิ่ง (Trickle – down Theory) ที่เป็น ลักษณะในการแพร่กระจายแนวดิ่งจากบนลงล่าง เป็นกระบวนการที่เกิดจากการยอมรับจากผู้ ก่อตั้งแนวความคิดสมัยนิยม มร่วมสมัย ใน สมัยรัตนโกสินทร์สมัยใหม่ จนถึงหลังการเปลี่ยนแปลง การปกครอง คือ กลุ่มชนชั้นสูง ที่เริ่มจากราชสำนักและอำนาจอรัฐ ในขณะที่ ทฤษฎีของ โซโลมอน และ โรบอท (Solomon and Robolt) มองได้อีกแง่มุมหนึ่ง คือ อิทธิพลที่ผลักดันให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงแฟชั่นได้ อาจจ ะเป็นกลุ่มชนชั้นสองรองลงมา เพราะชนชั้นกลางมีสถานภาพ รองลงมาในสังคม ซึ่งต้องการจะมีสถานะทางสังคมที่ทัดเทียมกับคนในสังคมชั้นสูง กลุ่มนี้มักจะ สร้างอัตลักษณ์ใหม่ขึ้นมาเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์สถานะของตนให้ทัดเทียม ซึ่งสอดคล้องกับ การเกิดของชนชั้นกลางในสังคมไทย แต่ผู้วิจัยกลับวิเคราะห์ได้ว่า การรับแฟชั่นหรือ วัฒนธรรม ของตะวันตกในระดับบุคคลที่รับมา จากระดับมหภาคที่เป็น ปรัชญาการทางสังคม ของไทย ยัง เป็นไปโดยทางอ้อม คือผ่านผู้ที่มีอิทธิพลทางการขึ้นทางการเปลี่ยนแปลง คือ ผู้ นำประเทศ โดย การควบคุม สั่งการจากการวางนโยบาย หรือกฎหมาย กลุ่มชนชั้นสอง หรือชนชั้นกลางใน สังคมไทย จึงยังไม่มีวิธีการแสดงออกถึงการตัดสินใจ หรือต่อรอง นอกจากการยอมรับจากการสั่งการ และปฏิบัติตาม โดยรับรู้วัตถุประสงค์ในการเปลี่ยนแปลงที่ตรงกันกับผู้นำเท่านั้น ดังแผนภาพ



ภาพประกอบ 21 แผนภาพ การแพร่กระจายอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคสังคมบริโภคนิยม

2. ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์

ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์ เป็นผลจาก สังคมสมัยพัฒนาของ ไทย เป็นสังคมในช่วงเวลาที่ประเทศไทย อย่างเข้าสู่สมัยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ตามแนวคิด ทางเศรษฐกิจของฝ่ายโลกเสรีในช่วงหลังสงครามโลก บวกกับแนวคิด การปกครองแบบศูนย์รวม ซึ่งสืบเนื่องมาตั้งแต่สมัยปฏิรูปประเทศ ที่เน้นการพัฒนาพื้นที่ใน เมืองหลวง ให้เป็นศูนย์กลาง ความเจริญ แนวคิดนี้ทำให้คนไทยในภูมิภาคต่างยึดแบบแผนการดำเนินชีวิตของคนในกรุงเทพฯ เป็นมาตรฐาน ส่งผลทำให้รูปแบบเครื่องแต่งกายของคนไทยทั่วไปเป็นไปใน รูปแบบสากลมากขึ้น โดยยึดตามแบบศูนย์กลางของการเผยแพร่ของความทันสมัย ซึ่งก็คือ กรุงเทพฯ ที่เป็นเมืองหลวง ของประเทศ และจาก การเติบโตทางอุตสาหกรรมของประเทศตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ จากการเกิดขึ้นของโรงงานอุตสาหกรรมมากขึ้น ทำให้ผู้หญิงไทยของสังคม ในครอบครัวระดับล่าง หลังไหลเข้ามาเป็นกรรมกร ในโรงงานอุตสาหกรรมในส่วนกลาง ที่ภายหลังกลายเป็นสังคม อุตสาหกรรม ทั้งนี้สังคมไทยเริ่ม เปิดกว้างรับสตรีชั้นสูงและชั้นกลางออกมาทำงานนอกบ้าน มากขึ้น ผู้หญิงเริ่มมีโอกาสในการแต่งกายลักษณะต่างๆ และออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น จึงทำ ให้เกิดกระแสการแต่งกายมากขึ้นด้วย โดยทั้งนี้เครื่องแต่งกาย ส่วนมาก จะได้รับอิทธิพลจาก รูปแบบเสื้อผ้าใหม่ๆที่เป็นที่นิยมในสมัยนั้น เริ่มนิยมเรียกทับศัพท์กันว่า “แฟชั่น” ที่มีกระแสนิยม มาจากทั้งของตะวันตกและญี่ปุ่น ที่ผ่านการรับรู้จาก การเกิดสื่อ ใหม่ในรูปแบบ ต่างๆ ที่เรียกว่า อุตสาหกรรมบันเทิง เช่น หนังสือ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ อีกทั้งสื่อเหล่านี้ยังเป็น เครื่องมือในการถ่ายทอดความเจริญจาก ศูนย์กลางของเมืองหลวงให้ภูมิภาคได้ รับรู้อีกด้วย จาก จุดนี้นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการกำเนิดค่านิยมแฟชั่นร่วมสมัยของไทย โดยมีอิทธิพลตะวันตก เป็นกระแสหลัก เริ่มต้นจากกลุ่มคนในศูนย์กลางของความทันสมัย คือ กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลาง ของการเผยแพร่ และส่งผลทำให้เกิดการพัฒนาการของแฟชั่นไทยในเวลาต่อมา โดยการ เปลี่ยนแปลงแ ฟชั่นไทยร่วมสมัยนั้น มีผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์ ตามลำดับเหตุการณ์ โดยผู้วิจัย สรุปลงไว้ได้ ดังนี้

1. จุดกำเนิดนักออกแบบแฟชั่นไทยร่วมสมัย

การเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย เริ่มต้นจาก วงการแฟชั่นของประเทศไทย มีความ เป็นแฟชั่นที่ร่วมสมัยมากขึ้น จากสังคมที่ทันสมัย จากการเปลี่ยนแปลงจาก ร้านตัดเสื้อที่มีเจ้าของ กิจการเป็นผู้ดูแลทั้งการปรับเปลี่ยนรูปแบบเสื้อผ้า ออกแบบ ทำแพทเทิร์นรวมถึงตัดเย็บเองตาม การสั่งตัดของลูกค้า ที่เรียกกันทั่วไปว่าช่างเสื้อ กลายมาเป็นห้องเสื้อที่รับตัดเสื้อและแนะนำ

รูปแบบเสื้อผ้าที่รับรองทักษะความสามารถจาก โรงเรียนสอนตัดเสื้อ ในกรุงเทพฯ เช่น โรงเรียนสอนตัดเสื้อพรศรี และโรงเรียนสอนตัดเสื้อระพี เป็นต้น ในยุคนั้นส่วนมากจะใช้วิธีการ เปิดหนังสือลอกเลียนแบบ รูปแบบเสื้อผ้า แนะนำมาตัดเย็บ ให้ลูกค้า จึงเรียกเจ้าของห้องเสื้อแบบนี้ว่าช่างเสื้อกึ่งนักออกแบบ จนกระทั่งเริ่มมีคนรุ่นใหม่ ที่ถือว่าเป็นนักปฏิวัติวงการแฟชั่นแห่งยุค 70 ของไทย หากเทียบเป็นปี พ.ศ. ก็คือในช่วงเวลา ปี พ.ศ. 2510-2520 ที่โดดเด่นที่สุด ก็คือ ภัทราวดี มีชูธน ที่เรียกได้ว่าเป็นนักออกแบบเสื้อผ้าหัวก้าวหน้ารุ่นแรกของ วงการแฟชั่นไทยร่วมสมัย ที่อาศัยประสบการณ์จากการเป็นนางแบบ และการรำเรียนมาจากต่างประเทศ โดยการนำเสนอรูปแบบที่นอกกรอบแบบแผนเดิมๆของวงการช่างเสื้อไทยที่มีอยู่เดิม คือ การเป็นนักออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีร้านที่มีความโดดเด่นแตกต่างทั้งรูปลักษณะการตกแต่ง และเป็นฟรีเซ็นเตอร์ในฐานะเป็นนางแบบด้วยตัวเอง

จากการศึกษาการกำเนิดนักออกแบบของไทยในรุ่นแรกนั้น มีกระบวนการในการสร้างตัวตนของนักออกแบบในวงการแฟชั่นที่แตกต่างจากเดิม ที่ช่างเสื้อหรือช่างเสื้อกึ่งนักออกแบบใช้ชื่อเสียงของสถาบัน คือโรงเรียนสอนตัดเสื้อเป็นตัว กำหนดความหมายของความทันสมัย มาเป็นการสร้างตัวตนที่เป็นลักษณะเฉพาะตนเป็นสัญลักษณ์ ในความหมายของความทันสมัย ตัวอย่างของกลุ่มผู้นำแฟชั่นที่เริ่มตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2510 เป็นต้นมา ในยุคสมัยของการกำเนิดนักออกแบบแฟชั่นไทยร่วมสมัย คือ ภัทราวดี มีชูธน เป็น ผู้นำแฟชั่น (Fashion Leader) ที่เรียกได้ว่าเป็นตัวแทนของกลุ่มคนที่จะสรรหาเสื้อผ้าในรูปแบบใหม่ๆมาสวมใส่ก่อนผู้อื่น ผู้นำแฟชั่นจะเป็นคนที่มั่นใจในรสนิยมของตัวเอง กล้าที่จะแตกต่าง และมั่นใจในสิ่งที่ตัวเองนำเสนอ ภัทราวดี มีชูธน ใช้ลักษณะเฉพาะในสิ่งที่ตัวเองมี พัฒนาตนเองจนกลายเป็น ผู้ริเริ่มแฟชั่น (Fashion Innovator) คือ ผู้ที่เป็นนักออกแบบ ที่สามารถแสดงสไตล์ที่เป็นแบบฉบับของตนเองออกมาผ่านลงไปบนผลงานการออกแบบของตัวเอง จึงสรุปได้ว่า ภัทราวดี มีชูธน เป็นนักออกแบบแฟชั่นคนแรกของวงการแฟชั่นไทย เป็นผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยของการเป็นจุดเริ่มต้นของนักออกแบบแฟชั่นไทยร่วมสมัย กลุ่มของผู้นำแฟชั่น (Fashion Leader) ที่ใช้กระบวนการของการแสดงตัวตน (Self Express) โดยอิงความเป็นตะวันตก และสร้างความแตกต่างกับบุคคลทั่วไปในขณะนั้น

2. จุดกำเนิดวงการแฟชั่นไทย

ในขณะที่วงการแฟชั่นของไทยเริ่มมีนักออกแบบแฟชั่นรุ่นใหม่เกิดขึ้น ที่ทำการแฟชั่นของประเทศไทย มีความน่าตื่นเต้น ก็คือ มีการเกิดขึ้นพร้อมๆกัน ทั้งนักออกแบบหัวก้าวหน้าที่หลากหลาย นางแบบที่แหกกฎเกณฑ์มาตรฐานของประเทศไทย ในอดีต และการนำเสนอรูปแบบแฟชั่นโชว์ที่น่าตื่นเต้น พร้อมกันนั้นวงการแฟชั่นของประเทศไทยก็พร้อมเปิดรับการกำเนิดรูปแบบสื่อทางด้านแฟชั่นอีกหนึ่งรูปแบบ คือ นิตยสาร ที่เกิดขึ้นมากมายและหลากหลาย และที่โดดเด่น ก็คือ นิตยสารลลนา ใน ปี พ.ศ. 2516 นิตยสารลลนามีความโดดเด่น มีเนื้อหาทั้งแฟชั่นไทยและต่างประเทศ นิตยสารลลนา เน้นเนื้อหาและ ภาพถ่ายแฟชั่น ที่นำแนวทางนิตยสารตะวันตกมาประยุกต์และนำเสนอแตกต่างจากนิตยสารที่มีอยู่ในขณะนั้น นิตยสารลลนาเป็นหนึ่งในคุณูปการของวงการแฟชั่นไทยในยุคนั้น คือเป็นพื้นที่หนึ่ง สำหรับเด็กรุ่นใหม่ที่ยากนำเสนอสิ่งสร้างสรรค์ แปลกใหม่ให้กับวงการ แฟชั่นของไทย ที่เริ่มต้นมาจาก เมนาท นันทขว้าง กับกลุ่มเพื่อนสนิท ร่วมกันนำเสนอผลงานแฟชั่นผ่านพื้นที่ในนิตยสารลลนา จนทำให้เกิดกลุ่มของแวดวงแฟชั่นในยุคแรกๆของประเทศไทย มากมายหลายแขนง เพื่อตอบสนองพื้นที่การนำเสนอผลงานแฟชั่นที่เปิดกว้างของนิตยสารลลนา จนนิตยสารลลนากลายเป็นสัญลักษณ์ของคนรุ่นใหม่และเป็นแรงบันดาลใจของคนในรุ่นต่อรุ่น ที่เกิดจากการสร้างสัญลักษณ์ของความทันสมัยให้ใกล้เคียงตะวันตกมากที่สุดในพื้นที่ของนิตยสาร

นิตยสารลลนา ในยุคของ เมนาท นันทขว้าง เป็นอิทธิพลหนึ่งที่เป็นจุดเริ่มต้นของวงการแฟชั่นไทยร่วมสมัย ที่ทำให้ออกกำเนิด นักออกแบบ นางแบบ ช่างภาพ สไตลิสต์ ช่างศิลป์ ในวงการแฟชั่น เกิดเป็นกลุ่มของคนรุ่นใหม่ที่เป็นสังคมของบุคคลที่มีอาชีพและอิทธิพลในแวดวงแฟชั่นของไทยในช่วงเวลาต่อมา และยังเป็นแรงบันดาลใจให้กับวงการแฟชั่น (Fashion Muse) ในรุ่นถัดมาอีกด้วย นิตยสารลลนายังเป็นสัญลักษณ์ ใน ลักษณะหนึ่งของมนุษย์ที่ทำให้เกิดการโหยหาจากสิ่งที่ยังยังหลงเหลือ ฝังอยู่ในความทรงจำของเรา (Existing Idolater) ซึ่ง นิตยสารลลนา สอดคล้องกับแนวคิด ของ ฟริงส์ (Frings) ที่ว่า การสร้างสัญลักษณ์ทางแฟชั่นอาจเกิดขึ้นได้จากการมีผู้ส่งเสริมการเกิดแฟชั่นหรือแบบอย่างแฟชั่น (Fashion Motivation or Role Models) นิตยสารลลนาจึงนับว่าเป็น กลุ่มคนที่ไม่ได้เป็นผู้สร้างสรรค์สไตล์ใหม่ๆโดยตรง แต่เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อคนในสังคม ที่ส่งเสริมและเร่งสไตล์ให้เป็นที่น่าสนใจยิ่งขึ้น จนตนเองกลายเป็นผู้ส่งเสริมการเกิดแฟชั่นหรือแบบอย่างแฟชั่น (Fashion Motivation or Role Models)

3. พื้นที่กำเนิดแฟชั่นไทยร่วมสมัย

ในระบบอุตสาหกรรมแฟชั่น การทำการตลาดในธุรกิจหนึ่งๆนั้น ต้องอาศัยคนกลาง ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โดยประเภทของคนกลางที่มีความสำคัญอย่างมากก็คือ พ่อค้าปลีก ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจค้าปลีก ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมประสานทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน ซึ่งหนึ่งในธุรกิจค้าปลีกที่มีบทบาทสำคัญในโครงสร้างการตลาดโลก นั่นคือ “ศูนย์การค้า” ศูนย์การค้า เป็น ศูนย์กลางของแฟชั่นในประเทศไทยที่สำคัญ ศูนย์การค้าในประเทศไทยถือเป็นแม่เหล็ก สำคัญที่ผลักดันให้ประเทศไทยมีจุดขายต่อผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวหลากหลาย เป็นกลไก สำคัญทางเศรษฐศาสตร์อย่างหนึ่งในนโยบายของรัฐในหลากหลายยุคสมัย อีกทั้งศูนย์การค้ายัง มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ในการมีวิวัฒนาการและบทบาทในฐานะความเป็นศูนย์กลาง ของแฟชั่นและการจับจ่ายของประเทศไทยอย่างมากมาย และคงไม่มีแหล่งช้อปปิ้งใดในประเทศไทย ที่มีเอกลักษณ์และความโดดเด่นได้ มากเท่า ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ จากการเริ่มต้นของ ชฎาทิพ จุตระกูล ผู้บริหารรุ่นที่สองต่อจาก พลเอก เฉลิมชัย จารุวัตร ผู้เป็นพ่อ ชฎาทิพ จุ ตระกูล เธอคือผู้ปลูกปั้น ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ให้เป็นพื้นที่ของวงการแฟชั่นไทยในนามพื้นที่ ของ นักออกแบบไทย หรือที่ เรียกกันว่า ไทยดีไซเนอร์ (Thai Designer) สยามเซ็นเตอร์ฝ่าวิกฤติ ในเหตุการณ์ต่างๆ ร่วมกับผู้เช่าศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 เช่น เหตุการณ์ อดค่าเงินบาทเมื่อปี พ.ศ. 2529 เกิดไฟไหม้ในศูนย์การค้าเมื่อปี พ.ศ. 2538 วิกฤติการเงินในปี พ.ศ. 2540 พร้อมๆ กับการบูรณตอกเสาเข็มโครงการ รถไฟฟ้าบีทีเอส ที่ทำให้ธุรกิจภายในนั้น ชะงักไปถึง 3 ปี จนจนกลายเป็นสยามเซ็นเตอร์ในทุกวันนี้

พื้นที่ สยามเซ็นเตอร์ เป็นพื้นที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของการค้าในระบบ อุตสาหกรรมแฟชั่นในเมืองไทย ในบรรยากาศของการแข่งขัน การประกวดประชัน เพื่อการ นำเสนอผลงานทางด้านการออกแบบ การเริ่มต้นของพื้นที่ ที่ทุกคนมั่นใจว่ามีพื้นที่ในการนำเสนอ ตัวตน ของตัวเองเป็นที่แรกๆแห่งยุค จนเกิดเป็นสังคมแห่งผู้ร่วมสมัย ในตำนานบันไดนัดพบ ชั้นที่ 15 ในยุค 80 สยามเซ็นเตอร์ มีอิทธิพลทางด้านแฟชั่น จากกลุ่มคนร่วมสมัยที่ผ่านมหลาย รุ่นได้ใช้ความหายทางสัญวะซ้ำๆในความหมายความทันสมัยและร่วมสมัยของสยามเซ็นเตอร์ จนกระทั่งกลายเป็นแรงบันดาลใจหนึ่งให้กับนักออกแบบในรุ่นต่อรุ่น สยามเซ็นเตอร์ยัง เป็นพื้นที่ ศูนย์รวมนักออกแบบ แฟชั่นไทยในนาม ไทยดีไซเนอร์ (Thai Designer) มากที่สุด และเป็น ตำนานของพื้นที่ที่กำเนิดนักออกแบบแฟชั่นไทยมากที่สุดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สยามเซ็นเตอร์ ในความหมายของอิทธิพลของแฟชั่นไทย สยามเซ็นเตอร์ ก็คือ พื้นที่ (Space) ที่เป็นพื้นที่ของการ เป็นตัวแทนจินตนาการ (Representation of ideal space) ของคนรุ่นใหม่แห่งยุค ที่มีคุณสมบัติ ส่งเสริมให้เกิดการสร้างประสบการณ์ และการสร้างตัวตนให้ต่างและร่วมสมัยมากกว่าพื้นที่อื่น และสยามเซ็นเตอร์ก็เป็นหนึ่งพื้นที่ ที่วงการแฟชั่นได้เลือกใช้มาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน

4. จุดเริ่มต้นความเป็นสากลของแฟชั่นไทยร่วมสมัย

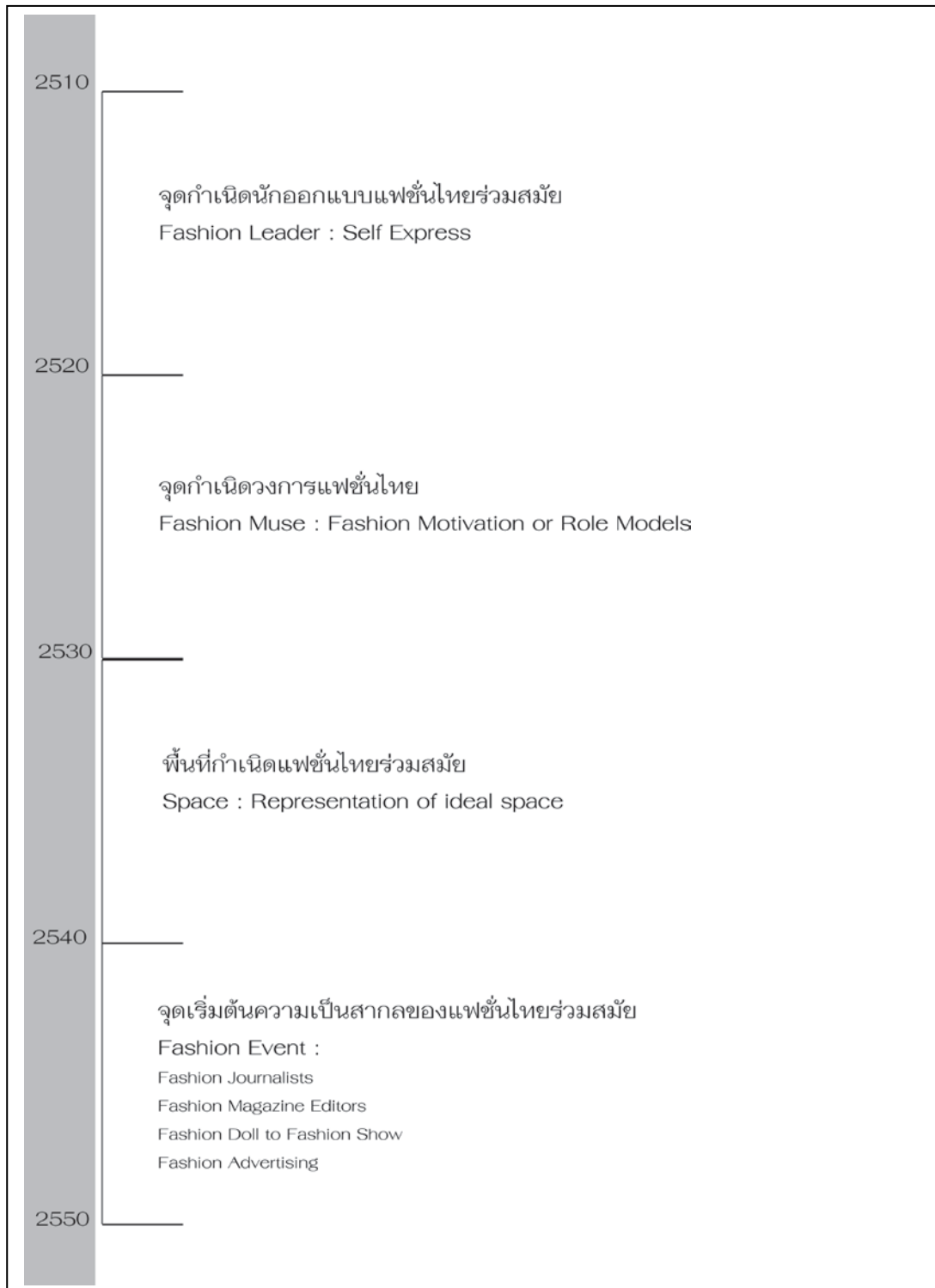
ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2537 จากเหตุการณ์ของการ เริ่มต้นที่มีการนำเข้านิตยสารแฟชั่นหัว สากลฉบับแรก ในประเทศไทย คือ นิตยสารแอล (Elle) ประเทศไทย นิตยสารแอล ได้ให้กำเนิด วัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจแฟชั่นของไทยในรูปแบบสากล คือ ใน ปี พ.ศ. 2542 การเริ่มต้น การจัดงานครั้งแรกของ งานแอลแฟชั่นวีค(ELLE Bangkok Fashion Week) โดยมี กุลวิทย์ เลาสุขศรี บรรณาธิการบริหาร นิตยสารแอล และเป็นหนึ่งในทีมงานที่ริเริ่มงาน แฟชั่นวีค โดยเป็นการจัด งานแฟชั่นโชว์ที่เป็นการรวมตัวผลงานการออกแบบของนักออกแบบไทย ในรูปแบบมาตรฐาน สากลร่วมสมัย และเป็นพื้นที่อีกหนึ่งพื้นที่ของการเริ่มต้นขับเคลื่อนและพัฒนาแฟชั่นไทยสู่สากล

แอลแฟชั่นวีค ทำให้วงการแฟชั่นไทยกลายเป็นสนใจของบุคคลทั่วไป และกลายเป็นส่วน หนึ่งของธุรกิจอื่นๆ แอลแฟชั่นวีค ไม่ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเฉพาะความสนใจของผู้คนที่ สนใจแฟชั่นเท่านั้น ยังเกิดการเปลี่ยนแปลงไปยังวงการนางแบบ ช่างภาพ สไตลิสต์ ช่างหน้า ช่าง ผมนหรือผู้ที่อยู่ในวงการแฟชั่นอีกด้วย รวมถึงการนำเสนอรูปแบบแฟชั่นโชว์ของนักออกแบบ ที่ ปรับเปลี่ยนให้ดูใกล้เคียงกับมาตรฐานสากลตามตะวันตกมากที่สุด แอลแฟชั่นวีค ยังเป็น จุดเริ่มต้นการแจ้งเ กิดของนักออกแบบรุ่นใหม่ของไทยในนามนักออกแบบรุ่นใหม่ (Young Designer) และได้ให้นักออกแบบที่ประสบความสำเร็จในระดับสากล แอลแฟชั่นวีค กลายเป็นพื้นที่ ที่เป็นสัญลักษณ์คุณภาพของผลงานนักออกแบบรุ่นใหม่ของไทยในความเป็นสากล ที่เป็นก้าว แรกที่สำคัญในการสร้างกระแสแฟชั่นของไทย จึงสรุปได้ว่า แอลแฟชั่นวีค จากการบริหารและ การ บริหารของ กุลวิทย์ เลาสุขศรี บรรณาธิการบริหาร นิตยสารแอล เป็นผู้มีอิทธิพลที่เป็นส่วนหนึ่ง ในการสร้างรากฐานที่สำคัญให้กับวงการแฟชั่นไทย ที่กลายเป็นต้นแบบและวิถีคิดของนัก ออกแบบในรูปแบบธุรกิจสากลขึ้นในประเทศไทย

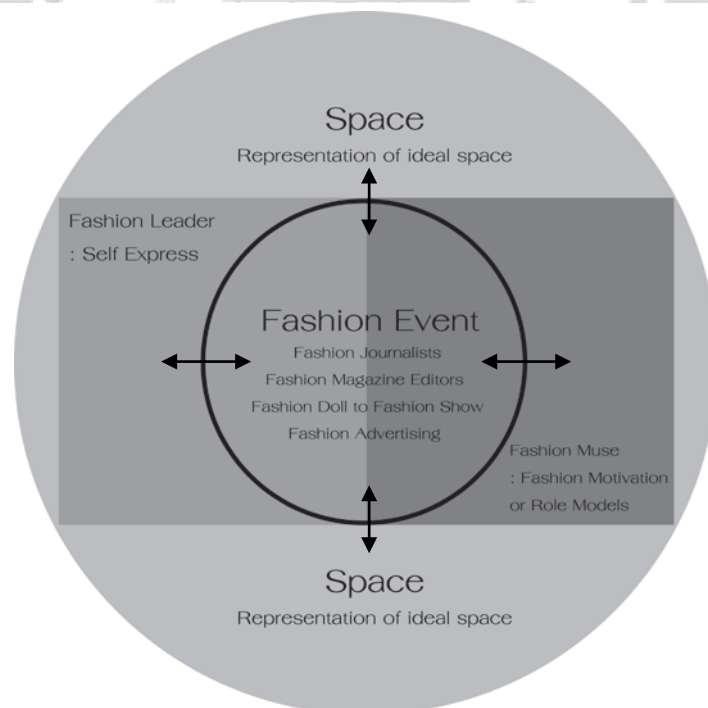
แอลแฟชั่นวีค นับเป็นกิจกรรมทางแฟชั่น (Fashion Event) ที่สอดคล้องกับที่ กูว์ริน (Guerin) กล่าวไว้ว่า แฟชั่นโชว์เป็นกิจกรรมประเภทหนึ่งที่เป็นเครื่องมือที่เป็นสุดยอดการสื่อสาร การตลาดแฟชั่น และเป็นพื้นที่การสร้างความหมายขององค์ประกอบทางการขับเคลื่อน แฟชั่นอีก ด้วย แอลแฟชั่นวีค หากนำมาวิเคราะห์ หารือกับ ทฤษฎี ของอิทธิพลและ ตัวแปรสำคัญกับการ เปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบของแฟชั่น ของ ยูนิยะ คาวามูระ (Yuniya Kawamura) แล้วนั้น จะเห็น ได้ว่า ปรากฏการณ์ แอลแฟชั่นวีค จุดเริ่มต้นความเป็นสากลของแฟชั่นไทยร่วมสมัย เป็น ปรากฏการณ์ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงแฟชั่น และมีองค์ประกอบที่ทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงมากที่สุด ดังนี้

ทฤษฎี ของอิทธิพลและตัวแปรสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบของแฟชั่น ของ ยูนิยะ คาวามูระ (Yuniya Kawamura) ที่มีองค์ประกอบ 5 องค์ประกอบ คือ 1. นักเขียน หรือ ผู้สื่อข่าวแฟชั่น (Fashion Journalists) 2. บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น (Fashion Magazine Editors) 3. นางแบบ และแฟชั่นโชว์ (Fashion Doll to Fashion Show) 4. เทคโนโลยีการผลิต และความก้าวหน้าทางการผลิต (Technological Influences on Fashion) 5. การสื่อสารสื่อโฆษณาแฟชั่น (Fashion Advertising) ซึ่ง ปรากฏการณ์ แอลแฟชั่นวีค มีองค์ประกอบที่ สอดคล้อง กับทฤษฎีของ ยูนิยะ คาวามูระ ใน 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1. นักเขียน หรือผู้สื่อข่าวแฟชั่น (Fashion Journalists) แอลแฟชั่นวีค เกิดจากการดำเนินงาน โดยนิตยสารแอล ประเทศไทย มีนักเขียนในสังกัด ที่เขียนบทวิเคราะห์ผลงานที่แสดงในแฟชั่นโชว์ในแต่ละครั้ง 2. บรรณาธิการ นิตยสารแฟชั่น (Fashion Magazine Editors) แอลแฟชั่นวีค เกิดขึ้นจากแนวความคิดของ บรรณาธิการบริหาร นิตยสารแอล ประเทศไทย รวมถึงการสร้างเกณฑ์มาตรฐานในการ คัดเลือกนักออกแบบและแบบรันที่จะนำเสนอแฟชั่นโชว์ 3. นางแบบ และแฟชั่นโชว์ (Fashion Doll to Fashion Show) แอลแฟชั่นวีค เป็นผู้นำเสนอรูปแบบแฟชั่นโชว์ที่มีมาตรฐานทางสากล โดยเป็นผู้ดำเนินงานเองทั้งหมด 4. การสื่อสารสื่อโฆษณาแฟชั่น (Fashion Advertising) แอลแฟชั่นวีค มี การสื่อสารสื่อและโฆษณาจากนิตยสารแอล ประเทศไทย ที่เป็นเจ้าของงานเป็นหลัก ชาติองค์ประกอบ ด้านเทคโนโลยีการผลิตและความก้าวหน้าทางการผลิต (Technological Influences on Fashion) ที่ปรากฏการณ์ แอลแฟชั่นวีค ยังเป็นการใช้เทคโนโลยีการผลิตและความก้าวหน้าทางการผลิต ที่มีอยู่แล้วในรูปแบบนำมาใช้แบบผสมผสาน จึงเชื่อได้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์ มีปรากฏการณ์ของ แอลแฟชั่นวีค เป็นเหตุการณ์ที่มีอิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัยมากที่สุด

สรุปปรากฏการณ์ที่เป็นอิทธิพลการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทย ร่วมสมัย ในยุค ผู้ทรง
อิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์ ไว้ได้เป็นแผนภาพ ดังนี้



จากปรากฏการณ์ที่เป็นอิทธิพลทางการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย ในยุค ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์ สรุปได้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย ไม่ใช่เป็นบุคคลหรือกลุ่มคนใด แต่เป็นเหตุการณ์ที่เป็นปรากฏการณ์ โดยมี รูปแบบกระบวนการสร้างอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย ดังนี้ 1. กลุ่มของผู้นำแฟชั่น (Fashion Leader) ที่ใช้กระบวนการของการแสดงตัวตน (Self Express) 2. แรงบันดาลใจแฟชั่น (Fashion Muse) ในผู้ส่งเสริมการเกิดแฟชั่นหรือผู้ที่แบบอย่างแฟชั่น (Fashion Motivation or Role Models) 3. พื้นที่ (Space) ที่เป็นพื้นที่ของการเป็นตัวแทนจินตนาการ (Representation of ideal space) 4. กิจกรรมทางแฟชั่น (Fashion Event) ใน 4 องค์ประกอบ สนับสนุน ดังนี้ นักเขียน หรือผู้สื่อข่าวแฟชั่น (Fashion Journalists), บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น (Fashion Magazine Editors), นางแบบ และแฟชั่นโชว์ (Fashion Doll to Fashion Show), การสื่อสารสื่อโฆษณาแฟชั่น (Fashion Advertising) กระบวนการและรูปแบบการสร้างอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย สอดคล้องกับปรากฏการณ์ของ แอลแฟชั่นวีค มากที่สุด โดยผู้วิจัยทำสรุปได้เป็น องค์ความรู้ใหม่ทางด้านการสร้างอิทธิพลเพื่อการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย ที่มีลักษณะเฉพาะในรูปแบบของแฟชั่นของไทย ได้วางแผนภาพดังนี้

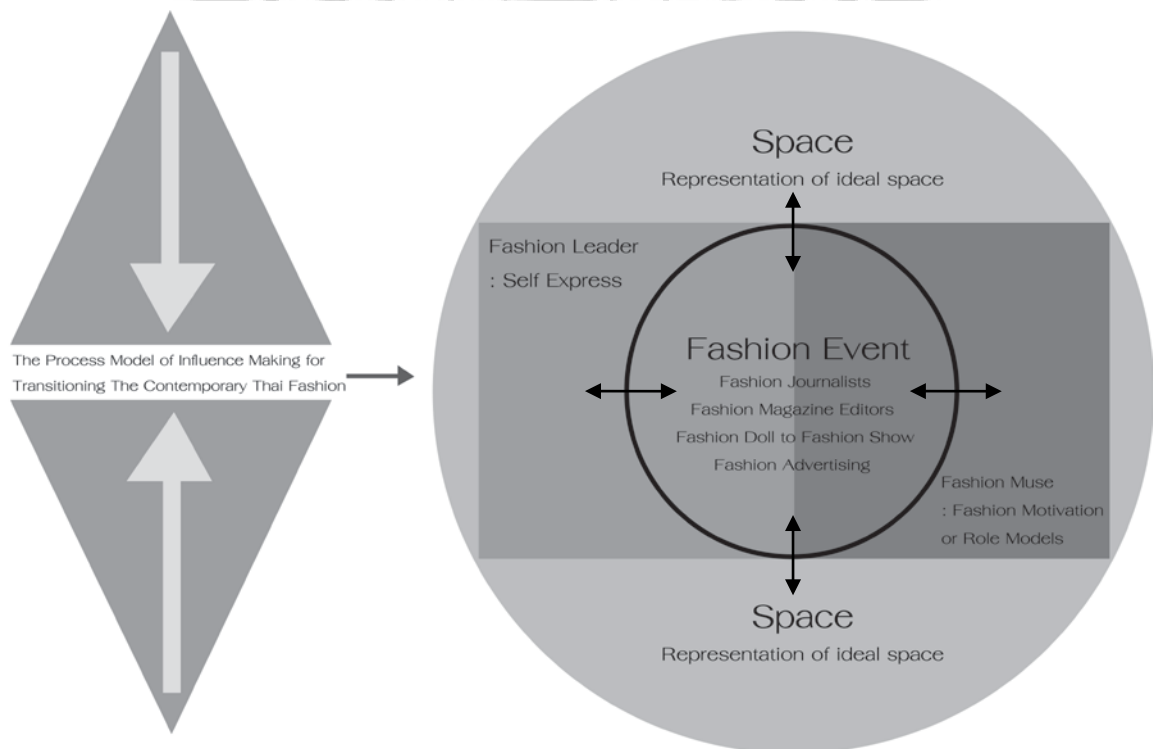


ภาพประกอบ 22 รูปแบบการสร้างอิทธิพลเพื่อการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย

The Process Model of Influence Making for Transitioning The Contemporary Thai Fashion

จากผลการศึกษาได้องค์ความรู้ใหม่ คือ รูปแบบกระบวนการสร้างอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย โดยจะต้องมีกระบวนการ ดังนี้

มีกระบวนการสร้าง พื้นที่ (Space) ที่เป็นพื้นที่ของการเป็นตัวแทนจินตนาการ (Representation of ideal space) ของคนรุ่นใหม่แห่งยุคในการแสดงออก ทางด้านความคิดสร้างสรรค์แฟชั่น มีการปรากฏตัวตนของกลุ่มผู้นำแฟชั่น (Fashion Leader) ที่มีกระบวนการของการแสดงตัวตน (Self Express) ในลักษณะเฉพาะ มีต้นแบบ แรงบันดาลใจทางแฟชั่น (Fashion Muse) ที่เป็น ต้นแบบการส่งเสริมการเกิดแฟชั่นหรือแบบอย่างแฟชั่น (Fashion Motivation or Role Models) ที่ชัดเจนในช่วงเวลาใดช่วงเวลานึงเพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจ โดยใน 3 รูปแบบที่จำเป็น ในการสร้างรูปแบบ อิทธิพลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทยร่วมสมัย แล้วนั้น จะสมบูรณ์ได้เมื่อรูปแบบทั้งหมด เข้ามาอยู่ในพื้นที่ของ กิจกรรมทางแฟชั่น(Fashion Event) ที่มีกลุ่มสนับสนุนดังนี้ 1. นักเขียน หรือผู้สื่อข่าวแฟชั่น (Fashion Journalists) 2. บรรณาธิการนิตยสารแฟชั่น (Fashion Magazine Editors) 3. นางแบบ และแฟชั่นโชว์ (Fashion Doll to Fashion Show) 4. การสื่อสารสื่อโฆษณาแฟชั่น (Fashion Advertising) โดยรูปแบบทั้งหมดจะส่งเสริมซึ่งกันและกันในเชิงไปกลับ



ภาพประกอบ 23 กระบวนการการแพร่กระจายแฟชั่นไทย ใน แฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์

การการแพร่กระจายแฟชั่นไทย ใน แฟชั่นไทยร่วมสมัยในยุคโลกาภิวัตน์ จะเป็นไปในลักษณะรูปแบบที่เป็นการแพร่กระจายของแฟชั่น ในแนวตั้ง (Trickle – down Theory) ที่เป็นลักษณะในการแพร่กระจายจากบนลงล่าง ร่วมกับการยอมรับการแพร่กระจายแฟชั่นแบบย้อนกลับ (Reverse Adoption) ที่เป็นลักษณะในการแพร่กระจายจากล่างสู่บน (Trickle – up) ที่มีจุดกึ่งกลางของทั้งสองลักษณะ คือ การแพร่กระจายในระดับแนวอน ที่มีรูปแบบของกระบวนการสร้างอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแฟชั่นไทย ในรูปแบบการแพร่กระจายแบบทุกทิศทาง ซึ่งสอดคล้องกับการแพร่กระจายแฟชั่นแบบมวลชน (Mass Dissemination) ทั้งจากกลุ่มคนชั้นสูงลงสู่มวลชนหรือจากวัฒนธรรมกลุ่มเล็ก ๆ ในสังคมไทย เช่น กลุ่มของผู้นำแฟชั่น (Fashion Leader) กลุ่มของแรงบันดาลใจแฟชั่น (Fashion Muse) พื้นที่ (Space) และ กิจกรรมทางแฟชั่น (Fashion Event) ที่ต่างก็มีอิทธิพลกัน โดยอิทธิพลเหล่านั้นจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับสื่อที่จะเป็นตัวกลางในการแพร่กระจายแฟชั่นและแสดงให้เห็น





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *การวิเคราะห์สื่อ แนวทางและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: เอดิสัน เพรสโปรดักส์.
กระปุก. (ม.ป.ป.). 5 รัฐมนตรี กับ โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2552,
จาก <http://highlight.kapook.com/view/8672>
- การพัฒนาเศรษฐกิจของไทย. (ม.ป.ป.). สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2552, จาก
<http://dnfe5.nfe.go.th/ilp/soc3/so31-3-4.htm>
- กীরติ ชลสิทธิ์. (2552, 18 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย จวิเทพ มุสิกะปาน ที่บ้านพักย่านลาดพร้าว.
กองบรรณาธิการ. (2546). *ความพอดีและทางออก แฟชั่นกับสังคมไทย*. โพสต์ทูเดย์ ฉบับวันพุธ
ที่ 3 ธันวาคม 2546.
- กองบรรณาธิการ. (2552). *ร้อยใจ นักออกแบบ*. นิตยสาร VOLUME. ปีที่ 4 ฉบับมีนาคม.
- เจ้าพระยาทิพากรวงศ์. (2504). *พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 2. เล่ม 2*. กรุงเทพฯ:
คุรุสภา.
- จารุพรรณ ทรัพย์ปรง. (2543). *การออกแบบเครื่องแต่งกาย*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- จันทน์ เจริญศรี. (2544). *โพสต์โมเดิร์นกับสังคมวิทยา*. กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- ชุตินันท์ ฉายประกายแก้ว. (2551). *ดีไซน์เนอร์ไทยบนเส้นทางที่ไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ*.
นิตยสาร Volom . ฉบับที่ 73. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรุงเทพฯ.
- ชุตินันท์ ศรีทอง. (2552). *The 40 Year Old Magazine*. กรุงเทพฯ: a book. เดย์ โฟเทสต์.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร์. (2545). *สัณนิเวศวิทยา: โครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษา*
รัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- ชนะชัย จรรย์ระณนา. (2552, 17 กันยายน). สัมภาษณ์โดย จวิเทพ มุสิกะปาน ที่บ้านพักย่าน
รามคำแหง.
- ณัฐปิยะ อิศระสงคราม. (2545). *การเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของคนไทย รัชสมัยสมเด็จพระ*
พระ จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ.2411-2453). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เพชร. (2551). *คอลัมน์แฟชั่นในมุมมองศิลป์ บทความเรื่อง ตำนานไทย R-T-W* นิตยสารดิฉัน.
- พิมพ์ไไล บุญจาง. (2553). *The legendary tastemaker*. Harper's Bazaar.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2549). *พจนานุกรมประกอบคำศัพท์แฟชั่น*. กรุงเทพฯ: วิสคอมเซ็นเตอร์.
- พวงผกา คุโรวาท. (2535). *หนังสือคู่มือ ประวัติศาสตร์เครื่องแต่งกาย*. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.

- พจมาน. (ม.ป.ป.). *หากคุณรู้ว่ามันติดกับ ดวงตา นั้นทกว้าง คุณจะทำอะไรก่อน*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- วิจิตวงศ์ ณ ป้อมเพชร. (2551). *ทบทวนอดีต เหตุการณ์บางเรื่องที่ยังมีคนสนใจจะรับรู้*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- สมาคมภาพวิวัฒนาการการแต่งกายสมัยรัตนโกสินทร์. (2525). *กองจดหมายเหตุแห่งชาติ กรมศิลปากร จัดพิมพ์เนื่องในโอกาสสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี พุทธศักราช 2525*. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.
- สุวดี ธนประสิทธิ์พัฒนา.(2542). *การแต่งกายสตรีกับหัตถกรรมทอผ้าในสังคมไทยสมัย รัตนโกสินทร์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวงศ์ จันทวานิช. (2550). *วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุปราณี คณินันดรสุข. (2546, พฤศจิกายน). *อมาตย์คู่สร้างลูกเกิด. ผู้จัดการ*. 21(242). กรุงเทพฯ: ตะวันออก.
- สามัคคีไทย. (2486). *หนังสือรวมเรื่องของสามัคคีไทย 2485*. กรุงเทพฯ: เจริญทัศน์.
- สมชัย แก้วทอง. (2553, 20 มกราคม). *สัมภาษณ์โดย รวิเทพ มุสิกะปาน ที่ร้านเสื้อ ไข่มุกติก*.
- มานิตย์ มณีพันธุกุล; และ จิราภรณ์ วิหาว. (2552). *นิตยสาร aday ใน คอลัมน์ a day with a view*. 9(104). กรุงเทพฯ: คอมพิวเตอร์การพิมพ์.
- มานิต ศรีวานิชภูมิ. (2550). *บทความเรื่อง หัวใจโซดา*. กรุงเทพฯ: สยามรัฐสุดสัปดาห์วิจารณ์.
- เมทนี กิ่งโพยม (2552, 9 ตุลาคม). *สัมภาษณ์โดย รวิเทพ มุสิกะปาน ที่ศูนย์การค้าสยามพารากอน*.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2549). *Fashion Brands Branding Style From Armani to Zara*. โดย Mark Tungate. กรุงเทพฯ: Brand Agebooks.
- ศิรินา ปวโรฬารวิทยา. (2548). *เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะ กับกลุ่มผลประโยชน์ : กรณีศึกษาโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น*. กรุงเทพฯ: สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนัย เศรษฐเสรี.(2552). *ศาสตร์ของแฟชั่น มิติทางสังคมวิทยา Fashionsophy : แฟชั่นศาสตร์ ในฐานะสังคมศาสตร์*. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2552, จาก www.midnightuniv.org/midnight2544/0009999754.html - 94k
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา. (2550). *ปฏิวัติบริโภค : จากสิ่งฟุ่มเฟือยมาสู่สิ่งจำเป็น*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.
- นิสา ชูโต. (2545). *การวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: แมทส์ปอยท์.

- นิติ กสิโกศล. (2536). *การพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ไทยในภาคอีสาน รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว* (พ.ศ.2444-2455). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นงลักษณ์ จันทาภากุล. (2547). *นู้ด: ภาพสะท้อนแห่งอำนาจและความรุนแรงบนเรือนร่างผู้หญิง*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2552). *สร้างสาวก "สไตล" เกรฮาร์ด ต้อง Stay Young Forever*. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2552, จาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1249292413
- ภัทราวดี มีชูธน. (2552, 24 เมษายน). สัมภาษณ์โดย วิเทพ มุสิกะปาน ที่โรงละครภัทราวดีเธียเตอร์. เพ็ญพักตร์ ศิริไตรรัตน์. (2552). *การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในนิตยสารแฟชั่นสตรี*. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ผู้จัดการรายวัน. (2548). *เมื่อนางแบบ "วัยเอ๊าะ" ยึด แคตวอล์ก*. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2552, จาก <http://manager.co.th/daily/default.html>
- ผู้จัดการ 360 องศา. (2542). *15 ปี Theatre*. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2552, จาก <http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=1126>
- หนึ่งธิดา. (2537). *สุดยอดแฟชั่นดีไซเนอร์ของโลก. The World's Top 20 Fashion Designers*. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินติ้ง.
- หนังสือพิมพ์เดลินิวส์. (2553). *ย้อนรอยเกรฮาร์ด 30 ปีที่ยิ่งใหญ่*. ฉบับวันพุธ ที่ 1 ธันวาคม.
- หนังสือพิมพ์บางกอกเว็ลด์. (2516). *แต่งตัวอย่างไรที่เรียกว่าไป*. วันจันทร์ที่ 9 เมษายน 2516.
- หนังสือพิมพ์บ้านเมือง. (2517). *ด่วนจาก ฮ่องกง จดหมายจาก ภัทราวดี ศิริไตรรัตน์...เมื่อแฟชั่นชาวเขาของไทยขึ้นเวทีที่นั่น*. 6 กุมภาพันธ์ 2517.
- ภาณิศ ภาวภิรมย์ขวัญ. (2551). *ความคิด ชีวิต ตัวตน ภัทราวดี เด็กหญิง ณ ริมน้ำ*. กรุงเทพฯ: พรีเมียมดี พับลิชชิ่ง.
- มลลิกา เรื่องกตยา. (2552, 13 ตุลาคม). สัมภาษณ์โดย วิเทพ มุสิกะปาน ที่ออฟฟิส Kloset.
- อภิโชค แซ่ไคว. (2542). *การแต่งกายไทย*. กรุงเทพฯ: เอส ที พี เวิลด์.
- อาทิตย์ รัชอินเนตร. (2526). *เครื่องแต่งกายของคนไทยสมัยรัชกาลที่ 4 จากภาพจิตรกรรมฝาผนัง*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อโนทัย ชลชาติภิญโญ. (2548). *Fashion, Shopping and Space : the Creation of Identity*. นิตยสารอาษา. ฉบับที่ 8. กรุงเทพฯ: สมาคมสถาปนิกสยามในพระราชาูปถัมภ์.
- อเนก นาวิกมูล. (2547). *การแต่งกายสมัยรัตนโกสินทร์. ด้านสุทธากการพิมพ์*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

- อัญชัน สันติไชยกุล. (2547). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง และการรับนวัตกรรมสินค้าแฟชั่นของวัยรุ่น*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรถการ สัตยพานิชย์. (2551). *นิตยสารแบรนด์เอจฉบับเข้มข้นพิเศษ Fashion Evolution*. กรุงเทพฯ: ไทยคุน-แบรนด์เอจ.
- อรวิภา จินตนาวัน. (2546). *กระบวนการสื่อสารในการสร้างกระแสนิยมในย่านสยามสแควร์*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโฆษิต; และ อวยพร พานิช. (2532). *100 ปี นิตยสารสตรีไทย (พ.ศ.2431-2531) รายงานวิจัยประกอบ Forum ผู้หญิงกับสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนุสรณ์เนื่องในงานพระราชทานเพลิงศพ พลเอก เฉลิมชัย จารุวัตร. (2552). กรุงเทพฯ: สยามพิวรรธน์.
- อรวรรณ บัณฑิตกุล. (2545). *36 ปี สยามสแควร์ ซอปปิงเซ็นเตอร์สไตล์ไทยๆ*. นิตยสารผู้จัดการ สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2552, จาก <http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=2479>
- อรวรรณ บัณฑิตกุล. (2546). *อดีต "ยุคทอง" ของกลุ่มชาวนิสสระ*. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2552, จาก <http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=5242>
- อรสา อินทนนตร. (2552). *สมชาย แก้วทอง โลกนี้มีแต่คนโชคดีกับโชคร้าย* นิตยสาร VOLUME ปีที่ 5 ฉบับเดือนพฤศจิกายน
- เอกชยา. (ม.ป.ป.). *เมนาท นันทขว้าง เด็กผู้หญิงตัวเล็ก ๆ ผมเห็นเธอกระโดดออกมาจากดวงตา*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- Anothai Cholachatpinyo. (2004). *Toward a conceptual Model for the Apparel Industry in Thailand Focused on Domestic Fashion Origination*. London. United Kingdom: CSM College of Art and Design. The University of the Arts London.
- Becker Howard. (1982). *Art Worlds*, Berkeley. California. USA: University of California press.
- Bell Quentin. (1976). *On Human Finery*. London. United Kingdom: Hogarth Press London.
- Brennikmeyer Ingrid. (1963). *The Sociology of Fashion* Paris. France: Koln-Opladen, Westdeutscher Verlag.
- Crane Dianna. (1999). *Diffusion Models and Fashion : A Reassessment in The Social Diffusion OF Ideas and Thing.* *The Annals of The Academy of Political and Social Science* 556. November. USA.
- Designer Directory. (2552). Retrieved April 20, 2009, from <http://www.designer.in.th/directory/>

- De Marly Diana. (1980). *The History of Haute Couture 1950-1950*. New York. USA: Holmes and Meier.
- Diehl Mary Ellen. (1976). *How to Produce a Fashion Show*. New York. USA: Fairchild Publications Inc.
- Drake,M.F.,Spoone,J.H.; & Greenwald,H. (1992). *Retail fashion promotion and advertising*. New York.USA: Macmillan.
- Mark Tungate. (2005). *Fashion Brands Branding Style From Armani to Zara*. United Kingdom: Kogan Page.
- Mymag. (2006). *The Influentials:Fashion*. Retrieved April 20, 2009, from <http://nymag.com/news/features/influentials/16912/>
- McCracken Grant. (1988). *Culture and Consumption :New Approaches to Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Indiana USA: Bloomington Indiana University.
- Mendes Valerie. And Amy de la Haye. (1999). *20th Century Fashion*. London. United Kingdom: Thamdes&Hudson.
- Merton Robert. (1957). *Social Theory and Social Structure*. New York. USA: Free Press.
- Millerson Jon. (1985). Psychosocial Strategies for Fashion Advertising. *The Psychology of Fashion*. Lexington. USA: Lexington Book.
- Moven JC. (1994). *Consumer behavior*. Engle Cliffs: Prentice Hall.
- Shannon,Brent. (2004). Refashioning Men:Fashion,Masculinity,and the Cultivation of the Male Consnmer in Britain,1860-1914. *Victorian Studies*, Vol.46 No.4 USA: Indiana University.
- Solomon. M.R. (2002). *Consumer behavior ; buying having and being*. New York. USA: Prentice Hall.
- Sinjai_miri. (2548). *ประวัติของครุเล็ก ภัทราวดี มีชูชน. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2552 จาก* <http://www.thaifilm.com/forumDetail>.
- Troxell.M.D. (1978). *Fashion merchandising*. (2nd ed.) New York. USA: McGraw-Hill.
- Sorokin Pitrim. (1941). *Social and Cultural Mobility*. New York. USA: Free Press.
- Horn; & Lois Gurl. (1975). *The Second Skin*. Boston USA: Houghton-Mifflin.

Haritya Chainuvati, Paothong Thongchua, Salisa Pinkayan. (2005). Thai Couturiers Scream Bangkok Fashion Now & Tomorrow. BANGKOK Fashion City. Department of Industrial Promotion, Ministry of Industry Thailand.

Kawamura Yuniya. (2004). *The Japanese Revolution in Paris Fashion*. New York. USA: Berg Pubished.

Katz; & Paul Lazarsfeld. (1955). *Personal Influence*. New York. USA: Free Press.

Katz; Martin Levin; & Herbert Hamiltion. (1963). *Tradition of Research on the Diffusion of Innovation*. New York. USA: American Soiological Review.

Yuniya Kawamura. (2005). *Fashion-Ology An Introduction to Fashion Studies*. New York. USA: Berg Pubished.





ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

| | |
|--------------------------------|--|
| ชื่อ ชื่อสกุล | นายวิเทพ มุสิกะปาน |
| วันเดือนปีเกิด | 26 ตุลาคม พ.ศ. 2512 |
| สถานที่เกิด | อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร |
| สถานที่อยู่ปัจจุบัน | 39/502 หมู่บ้านธารารมณีย์ ถนนสุขาภิบาล 5 ซอย 82 แขวงคลอง สามวาตะวันตก เขตคลองสามวา กรุงเทพฯ 10510 |
| ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน | อาจารย์ประจำสาขาการออกแบบทัศนศิลป์ รองคณบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา |
| สถานที่ทำงานปัจจุบัน | คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 |
| ประวัติการศึกษา | |
| พ.ศ. 2532 | ปริญญาตรี (ค.บ.) สาขาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ วิทยาลัยครูบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| พ.ศ. 2543 | ปริญญาโท (กศ.ม.) สาขาศิลปศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| พ.ศ. 2546 | ประกาศนียบัตรชั้นสูง Fashion Design : Flat Knitting Shima Seiki Design School. ประเทศญี่ปุ่น |
| พ.ศ. 2547 | ประกาศนียบัตรชั้นสูง Experimental Fashion Design, Central Saint Martin's College of Art & Design. ประเทศอังกฤษ |
| พ.ศ. 2554 | ศิลปกรรมศาสตร์ดุสิตบัณฑิต (ศศ.ด) สาขาศิลป์และวัฒนธรรม คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |