

บทควมวิจัย

วันที่รับบทความ:

10 มกราคม 2567

วันแก้ไขบทความ:

27 มีนาคม 2567

วันตอบรับบทความ:

5 เมษายน 2567

เรือนขวัญ หุ่นเรใจ

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ 53000

ผู้เขียนหลัก อีเมล: rueankhwan.uru@gmail.com

บทคัดย่อ



คำสำคัญ:

จังหวัดน่าน

ไทลื้อ

ผ้าทอ

เครื่องแต่งกาย

ทุนทางวัฒนธรรม

กลุ่มผ้าทอไทลื้อสืบทอดมาช้านาน บ้านดอนมูล กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง และประภัสสรผ้าทอเมืองน่าน เป็นกลุ่มผ้าทอท้องถิ่นในจังหวัดน่าน ซึ่งเป็นการรวมตัวของคนในชุมชนเพื่อสร้างอาชีพจากวัฒนธรรมการทอผ้า ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอของทั้ง 3 กลุ่ม ไม่ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจึงทำให้มีรูปแบบไม่หลากหลาย และไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน งานวิจัยนี้จึงออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรม ให้มีรูปแบบที่ทันสมัย สีสันเอกลัษณ์ผ้าทอท้องถิ่นของแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายฐานลูกค้า ผ่านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากภาคีและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการออกแบบและการผลิต และสร้างเครือข่ายธุรกิจชุมชน ด้วยกระบวนการดังนี้ 1) การวิเคราะห์ศักยภาพและการกำหนดเป้าหมาย 2) การสร้างแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอท้องถิ่น 3) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอท้องถิ่น 4) การออกแบบแบบร่างผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอท้องถิ่น 5) การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอท้องถิ่น 6) การส่งเสริมทักษะการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย และ 7) การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายต้นแบบ โดยทุกกลุ่มร่วมกันกำหนดแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอ ไทลื้อ และวัสดุของกลุ่มชุมชน พัฒนาขีดความสามารถด้านการผลิต การสร้างแบบ การจัดวางลวดลายผ้าทอ การส่งเสริมทักษะการเย็บร่วมกับกลุ่มภาคีเครือข่าย รวมถึงการใช้วัตถุดิบภายในกลุ่มภาคีมาผสมผสานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายรูปแบบใหม่ สร้างสังคมธุรกิจที่พึ่งพาอาศัยเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ส่งผลให้กลุ่มผ้าทอไทลื้อสืบทอดมาช้านานมีที่ยอมรับและการทอผ้าจากการผสมผสานเส้นใยแปรใช้ใหม่ การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอท้องถิ่น 8 รูปแบบ ซึ่งจำหน่ายในราคาที่สูงขึ้นจากเดิมร้อยละ 45 - 100 เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผ้าทอเฉลี่ยร้อยละ 63.29 ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก และเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ทุนทางวัฒนธรรม ทำให้เกิดการอนุรักษ์และสืบสานโดยคนรุ่นหลังได้อย่างยั่งยืน

Research Article

Received:

10 January 2024

Received in revised form:

27 March 2024

Accepted:

5 April 2024

Rueankhwan Roonreangjai

*Faculty of Industrial Technology, Uttaradit Rajabhat University, Muang District, Uttaradit Province, 53000
Thailand*

Corresponding author's E-mail: rueankhwan.uru@gmail.com



Abstract

Thai Lue Woven Fabric with Natural Color from Ban Don Moon Village, Ban Chao Luang Weaving Community Enterprise Group, and Prapassorn Woven Fabric of Nan are local weaving groups in Nan province, Thailand. These groups were formed by local people to create job opportunities based on the weaving culture. However, their weaving products have faced limitations in design and response to current consumer demands. This research aims to modernize apparel products made from the cultural capital of woven fabric from each group. The goal is to convey the uniqueness of the local woven fabric and add value to expand the customer base through a collaborative network of members and related individuals. The research process includes: 1) analyzing potential and setting goals, 2) generating ideas for the design and development of local weaving products, 3) designing and developing the products, 4) creating drawings of apparel products from the local woven fabric, 5) producing prototype apparel products, 6) promoting product processing skills, and 7) testing the market for prototype apparel products. All groups collaborated to define ideas for design and development, including color tones and materials. They developed production capabilities, prototyping, and patterning, promoted sewing skills within the network, and mixed materials from network members to create modern apparel products. This effort aimed to build a business community based on interdependence. As a result, Thai Lue Woven Fabric with Natural Color from Ban Don Moon Village incorporated dyeing and weaving techniques obtained from mixed processed fibers. The research produced 8 designs of apparel products from local woven fabric, which could be distributed at higher prices, resulting in a 45% – 100% price increase. This added value to the woven fabric by an average of 63.29%. Consumers expressed high satisfaction with the products, which could help preserve cultural heritage for future generations.

Keywords:

Nan province
Thai Lue
Woven fabric
Apparel product
Cultural capital

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) กล่าวถึง การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันอย่างยั่งยืน มีแนวทางสำคัญคือ การพัฒนาเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่มุ่งเน้นการสร้างรายได้และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้ครอบคลุมทั่วประเทศ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นการเชื่อมโยงการใช้ทรัพยากรของรัฐและท้องถิ่นเพื่อให้แต่ละชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาในการพัฒนาอาชีพสร้างรายได้ โดยมีภาครัฐให้การสนับสนุนองค์ความรู้ใหม่ การเข้าถึงแหล่งทุนและการเพิ่มขีดความสามารถโดยใช้พื้นที่เป็นฐานและเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ซึ่งเศรษฐกิจฐานรากสามารถสร้างอาชีพ ทั้งด้านการผลิต การขาย และการบริการ การส่งเสริมการตลาด เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น (Office of the National Economic and Social Development Council, 2021)

การผลักดันสินค้าระดับชุมชนให้เป็นที่ต้องการและยอมรับในระดับนานาชาติ เป็นการสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้าให้เป็นที่จดจำ โดยที่อัตลักษณ์หมายถึงคุณสมบัติเฉพาะตัวหรือผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ทำให้เป็นที่รู้จักหรือจดจำได้ โครงสร้างของระบบเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนาในยุคโลกาภิวัตน์จึงก่อให้เกิดการบริโภควัฒนธรรมที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมได้แผ่ขยายเข้ามาสู่การลงทุนในภาคการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคและการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าวัฒนธรรม (Department of Industrial Promotion, 2020)

จังหวัดน่าน มีทุนทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อ ซึ่งลื้อเป็นกลุ่มคนที่อาศัยในแคว้นสิบสองปันนา สาธารณรัฐประชาชนจีน และพูดภาษาตระกูล “ไต” ต่อมาได้อพยพเข้ามาอาศัยในประเทศไทย (Indentynan, 2020) กลุ่มผ้าทอไทลื้อสืบทอดมาที่บ้านดอนมูล กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง และประภัสสรผ้าทอเมืองน่าน มีความรู้ด้านการพัฒนาผ้าทอไทลื้อ แต่ยังไม่มีองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเครื่องแต่งกายจากผ้าทอไทลื้อ จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมีรูปแบบทั่วไป ไม่แตกต่างจากกลุ่มอื่น ไม่มีเอกลักษณ์ ไม่สร้างการจดจำ และไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้

กลุ่มผ้าทอไทลื้อสืบทอดมาที่บ้านดอนมูล ตำบลศรีภูมิ อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2539 เป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชน ในปี พ.ศ. 2545 มีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 45 คน และในปี พ.ศ. 2546 จัดทะเบียน OTOP กลุ่มใช้ผ้าเป็นวัตถุดิบหลักที่นิยมปลูกในชุมชนในการทอผ้าผืนลวดลายต่าง ๆ ดังภาพที่ 1 (Figure 1) และแปรรูปผ้าผืนเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับการใช้สอยในครัวเรือน เช่น ผ้าหอบปูที่นอน ราคาต้นทุน 800 บาท และราคาจำหน่าย 1,500 บาท ผ้าฮ่อ ราคาต้นทุน 350 บาท และราคาจำหน่าย 550 บาท ตุ้งลวดลายไทลื้อโบราณ ตุ้งปราสาท 5 ชั้น ราคาต้นทุน 1,200 บาท และราคาจำหน่าย 1,800 บาท ตุ้งปราสาท 7 ชั้น ราคาต้นทุน 1,800 บาท และราคาจำหน่าย 2,500 บาท และตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น เสื้อ กางเกง ชิ้น หมวก กระเป๋า ของชำร่วย และของที่ระลึก ราคาต้นทุนตั้งแต่ 40 บาท – 750 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของที่ระลึก โดยใช้ตราสินค้า ไทยมูลในการจำหน่ายที่ร้านค้าท้องถิ่น จังหวัดน่าน และต่างจังหวัด ตลอดจนออกงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ในระดับจังหวัด ระดับประเทศ และต่างประเทศ ปัจจุบันกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ประมาณ 50 ประเภท ดังภาพที่ 2 (Figure 2) ราคาจำหน่ายตั้งแต่ 350 บาท – 1,800 บาท และได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปชาย



Figure 1 Nuan Thai Lue woven from Baan Donmoon

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง ตำบลบ่อสวก อำเภอน่าน จังหวัดน่าน จัดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนในปี พ.ศ. 2548 ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งสิ้น 45 คน และเป็นแม่บ้านที่ต้องการอนุรักษ์การทอผ้า มีการออกแบบลวดลายผ้าจากการดัดแปลง ลวดลายของโหนดินเผาโบราณที่ขุดพบจากแหล่งเตาเมืองน่านบ้าน บ่อสวก และตั้งชื่อ “ลายบ่อสวก” ซึ่งเชื่อกันว่าผู้สวมใส่ลายบ่อสวก จะมีความมั่งคั่งร่ำรวย นอกจากนี้ยังมีลวดลายดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา คือ ลายยกดอก ลายน้ำไหล ลายป่อง ลายคำเคิบ ลายม่าน ลาย

เชียงแสน ลายคาดก่าน และลายดอกจันแปดกลีบ ซึ่งเป็นการนำ ดอกไม้ตามธรรมชาติที่มีกลีบดอก 8 กลีบ บ้างก็กันยทั้ง 8 ทิศ มาพัฒนาเป็นลายผ้า จำหน่ายราคาตั้งแต่ 500 – 3,000 บาท และ ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่แปรรูปจากผ้าทอ ดังภาพที่ 3 (Figure 3) คือ เสื้อแขนยาว เสื้อแขนสั้น เสื้อคลุมแขนยาว เสื้อคลุมแขนสั้น และเสื้อคลุมแขนกุด ทางกลุ่มยังขาดผลิตภัณฑ์แปรรูปประเภท กางเกง และได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าและ เครื่องแต่งกาย



Figure 2 Products form Thai Lue woven from Baan Don moon; (a) Pha Lop Thinon, (b) Pha Ham, (c) Tung, (d) Yha-man jacket Thai Lua, and (e) Long sleeved-shirt Tailuae



Figure 3 (a) Pattern from Bo-suak pottery, (b) Long sleeved-shirt, and (c) Jacket from Bo-suak woven

ประภัสสรผ้าทอเมืองน่าน ตำบลล้าน อำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน เป็นผู้ประกอบการที่ผลิตและจ้างแรงงานในชุมชน จำนวน 14 คน จำหน่ายสินค้าผ้าทอและสินค้าแปรรูปจากผ้าทอ จากจังหวัดน่าน ส่วนใหญ่เป็นผ้าทอมือ ซึ่งประกอบด้วยผ้าทอไหล่ ย้อมสีจากธรรมชาติ ผ้าทอผ้าเค็มลวดลายต่าง ๆ เสื้อ เสื้อคลุม ชุดกระโปรง รวมจำนวน 10 แบบ จำหน่ายราคาตั้งแต่ 500 – 3,000 บาท ดังภาพที่ 4 (Figure 4) และได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าของทั้ง 3 กลุ่ม มีศักยภาพ ดังนี้ ผ้าทอมือเอกลักษณ์ อัตลักษณ์เฉพาะที่สืบทอดกันมา และเป็นทุนทางวัฒนธรรมไหล่ ผ้าทอแต่ละกลุ่มมีคุณสมบัติและลักษณะ แตกต่างกันทั้งด้านลวดลาย สี วัสดุ ความหนาของเส้นใย ผืนผ้า และกรรมวิธีการทอ กลุ่มผ้าทอไหล่สีธรรมชาติบ้านดอนมูล มีแหล่งวัตถุดิบในการผลิตและใช้แรงงานผลิตในชุมชน แต่ผลิตภัณฑ์ เป็นรูปแบบทั่วไปที่มีการผลิตจำหน่ายเป็นจำนวนมาก กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง มีลวดลายเฉพาะที่มีเอกลักษณ์ ผ้าทอมือลักษณะไม่หนาและไม่บางเกินไป สวมใส่สบาย ระบายอากาศ ได้ดี แต่ยังไม่มีการแปรรูปเป็นกางเกง ประภัสสรผ้าทอเมืองน่าน มีผ้าทอลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ แต่ไม่มีการแปรรูปเป็นเครื่อง แต่งกายสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม ซึ่งปัจจุบันทั้ง 3 กลุ่ม ยังไม่สามารถนำผ้าทอมาประยุกต์เป็นเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมกับ เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ คุณสมบัติของผ้าทอของกลุ่มได้ ปัจจุบัน เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่แปรรูปจากผ้าทอมีรูปแบบทั่วไป ไม่โดดเด่น และไม่แปลกใหม่ และทั้ง 3 กลุ่ม ไม่มีความรู้ความสามารถในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน ดังนั้นการพัฒนา คุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันได้ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ การยกระดับคุณภาพสินค้า การสร้างการเติบโตไป พร้อมกับการดูแลทรัพยากร เกื้อกูลและแบ่งปันคนในชุมชน จึง เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์เศรษฐกิจในชุมชน

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลง และการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย จากผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่าน เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการ ประยุกต์ทุนทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มุ่งเน้น ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสังคมธุรกิจและสร้างนิเวศธุรกิจ สร้างความเป็นหนึ่งเดียวและพึ่งพาอาศัยเกื้อกูลซึ่งกันและกัน มี ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ศักยภาพและการกำหนด เป้าหมาย

การศึกษาศาภาพการณ์ของกลุ่มเพื่อกำหนดแนวทางการ พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายที่สื่อถึงเอกลักษณ์ เหมาะสมกับ คุณสมบัติของผ้าทอ และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดย ประยุกต์จากแนวคิดชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC) ดังนี้

การศึกษาด้านองค์ประกอบและคุณลักษณะของ แนวคิดชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ

องค์ประกอบและคุณลักษณะของแนวคิดชุมชนการ เรียนรู้ทางวิชาชีพ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มชุมชนผ้าทอ ท้องถิ่นจังหวัดน่าน แบ่งตามองค์ประกอบทั้ง 5 และแสดงถึงความ สัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ เพื่อใช้เป็นแนวทางให้นักออกแบบ และชุมชนร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับศักยภาพและ แนวทางการออกแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค จากการลงพื้นที่ สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ตัวแทนสมาชิกกลุ่มจำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 10 คน รวมทั้งหมด 30 คน พบว่าแนวคิดใหม่ ที่ สนับสนุนเป็นชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ในการพัฒนาศักยภาพ



Figure 4 (a) Nan Tailuae woven, (b) Jacket from Thai Lue woven, and (c) Dress from Thai Lue woven

ชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการปรับเปลี่ยนโครงสร้างจากองค์กรเป็นชุมชน องค์ประกอบของการเรียนรู้ทางวิชาชีพของชุมชนท้องถิ่นจังหวัดน่าน มีดังนี้

กลุ่มผ้าทอไทลื้อสี่ธรรมชาติด้านดอนมูล มีรูปแบบแนวทางการทำงานโดยกำหนดทิศทางวิสัยทัศน์ร่วมกัน เพื่อบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมในการร่วมกันผลิตผลิตภัณฑ์ มีกระบวนการทำงานโดยการพูดคุยและรับฟังข้อเสนอและมุมมองของสมาชิกในกลุ่มเพื่อนำประเด็นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ เน้นการสร้างงานกระจายรายได้ในชุมชน เพื่อจะได้ไม่ต้องหางานทำในพื้นที่อื่น ได้อยู่กับครอบครัว เน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติในชุมชน ดูแลการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อลดปริมาณการใช้วัตถุดิบเกินความจำเป็น ใช้ยารักษาตามประเพณีประสิทธิภาพ ลดการใช้พลังงาน และลดต้นทุนการผลิตจากแบบเดิม สร้างมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับเพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ สร้างกลุ่มลูกค้าหลักและเครือข่ายผู้บริโภค สร้างการมีส่วนร่วมกับสมาชิกและคนในชุมชนให้รู้สึกถึงการเป็นเจ้าของกลุ่มธุรกิจร่วมกัน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง มีรูปแบบการทำงานโดยการพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ องค์ความรู้การใช้วัตถุดิบ รวมถึงกระบวนการผลิตจากแนวทางปฏิบัติของกลุ่มเพื่อสนับสนุน แก้ไขจุดด้อย ผลักดันให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่มีวัตถุดิบและทรัพยากรจากท้องถิ่น ทำงานแบบเสริมแรง คอยรับฟังและเคารพในความคิดและร่วมกันสร้างผลิตภัณฑ์ เป็นสังคมวัฒนธรรมการทำงานแบบเอื้ออาทรในชุมชน สร้างความไว้วางใจเคารพซึ่งกันและกัน และสามารถทำงานหรือรับผิดชอบหน้าที่แทนกันได้

ประภัสสรผ้าทอเมืองน่าน มีรูปแบบของการทำงานแบบกัลยาณมิตร จ้างงานจากสมาชิกและคนในชุมชน ร่วมกันผลิตสินค้าที่เป็นารอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม

การศึกษาด้านอัตลักษณ์ชุมชนของกลุ่มชุมชนผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่าน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม และการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านศักยภาพการผลิต ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านตลาด การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้วย SWOT analysis เพื่อให้ทันกับรูปแบบเข้าใจถึงอัตลักษณ์ของผ้าทอท้องถิ่นที่มีผลต่อการออกแบบ และสามารถนำข้อมูลมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและศักยภาพของกลุ่ม โดยการลงพื้นที่และสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ก่อตั้งและสมาชิกที่มีส่วนได้ส่วนเสียและภาคีเครือข่ายของทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน ซึ่งผลการวิเคราะห์ด้านอัตลักษณ์ ลวดลาย การทอผ้า วัตถุดิบ การแปรรูป กระบวนการผลิต ปัญหาในการผลิต และการจัดจำหน่าย ดังตารางที่ 1 (Table 1)

การวิเคราะห์ TOWS matrix เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอท้องถิ่น โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังตารางที่ 2 (Table 2)

ข้อมูลการวิเคราะห์ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อสี่ธรรมชาติด้านดอนมูล กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง และประภัสสรผ้าทอเมืองน่าน พบว่า ทั้ง 3 กลุ่มต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายที่มีรูปแบบที่สื่อถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งแต่ละกลุ่มมีข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมือนและแตกต่างกัน แต่ทั้ง 3 กลุ่มยังขาดองค์ความรู้ด้านการออกแบบและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ สมาชิกในกลุ่มขาดทักษะการแปรรูป การผลิต การสร้างแบบตัด การจัดการลวดลาย และการตัดเย็บ จึงทำให้รูปแบบสินค้าไม่หลากหลาย และไม่มีปรับเปลี่ยน ดังนั้นแนวทางการพัฒนาที่ต้องดำเนินการร่วมกับกลุ่มและชุมชนคือ การเพิ่มขีดความสามารถด้านการออกแบบและการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย เพื่อออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค เพื่อขยายฐานผู้บริโภค สร้างยอดขายอย่างต่อเนื่อง สร้างอาชีพ สร้างการจ้างงานในชุมชน และสามารถนำทักษะไปขยายผลเพื่อพัฒนาสินค้าประเภทอื่น ๆ โดยอาศัยจุดแข็ง (S) มาเชื่อมโยงกับโอกาส (O) และการถ่ายทอดองค์ความรู้จากภาคีเครือข่ายมหาวิทยาลัยในเขตพื้นที่เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอท้องถิ่นร่วมกับชุมชนพบว่า ผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่านเป็นผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม ใช้วัตถุดิบที่มีในชุมชน มีลวดลายประณีต และเป็นสินค้าที่มีคุณลักษณะด้านรูปแบบและการใช้งาน ดังนั้นจึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม 2 กลุ่ม ดังนี้

1) ตลาดภายในประเทศ เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เจาะจงกลุ่มลูกค้าที่มีความชื่นชอบและรักในงานศิลปวัฒนธรรมไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัยทำงาน ระดับการศึกษาที่เหมาะสม ตำแหน่งหน้าที่การงานสอดคล้องกับการสวมใส่ผลิตภัณฑ์ มีศักยภาพด้านกำลังซื้อ เป็นกลุ่ม Generation X อายุระหว่าง 43 ปี – 58 ปี และ Generation Y อายุระหว่าง 26 ปี – 42 ปี และมีช่องทางการซื้อจากการจำหน่ายในงานจัดแสดงสินค้า

2) ตลาดออนไลน์ เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง เพื่อขยายตลาดกลุ่มผู้บริโภค มุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคคนรุ่นใหม่ Generation Z มีอายุระหว่าง 13 ปี – 25 ปี ที่มีรสนิยมความชอบงานศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรมพื้นบ้าน และชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco product)

การศึกษาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่าน

การสร้างเครือข่ายนิเวศธุรกิจชุมชนเกี่ยวกับผู้ประกอบการที่มีการดำเนินธุรกิจภายในท้องถิ่นด้วยหลักการทำงานในเงื่อนไข

Table 1 SWOT analysis

Name	Strengths (S)	Weaknesses (W)	Opportunities (O)	Threats (T)
Thai Lue Woven Fabric with Natural Color from Ban Don Moon Village	The use of local materials generated income for local older persons. Their products were dyed with natural dyes obtained from local trees. They also had skillful weavers with expertise and advanced techniques on weaving and Chok technique. Their children were willing to conserve arts and culture of woven fabric therefore their woven fabric could be developed for commercial purpose helping to generate local income.	Product design was ordinary design without distinctiveness from other groups' woven fabric products in the same province. In addition, members lacked knowledge and abilities in design and production. Members lacked of advanced production skills. Consequently, their product design was only mass products.	Participating in fair trades with booths for distributing products led to an increasing number of foreign customers, for example, customers from China, Korea, and Japan. National Economics and Social Development Plan strengthened economics and sustainable competition leading to more diversity of creation of cultural works.	A lot of competitors product group from local woven fabric.
Ban Chao Luang Weaving Community Enterprise Group	Ban Chao Luang Weaving Community Enterprise Group had unique patterns that had been inherited from their ancestors. Their community was also the source of their materials helping to generate income for local older persons. Local labors earned good income with natural dyes obtained from local trees. They also had skillful weavers with expertise and advanced techniques on weaving and Choke technique. Their knowledge had been inherited to their children in order to conserve their local wisdom on weaving.	Product design was ordinary without any distinctiveness. Processed products from woven fabric were upper wear outfit like blouses, topcoats, without lower wear outfit like pants. This was inconsistent with demands of consumers. In addition, members lacked of knowledge and abilities on design and production. Members lacked of skills on production, design, and tailoring leading to limitation of diversity of designs. Consequently, their products could be distributed to older persons only.	Creative economy Policy caused creation of various patterns and designs of woven fabric leading to expansion of customer base. Since their products were not too thick and too light. In addition, their products were also woven with natural cotton giving comfortable feeling while wearing with good ventilation. Their products were therefore suitable for processing as apparel.	A lot of competitors product group from local woven fabric.
Prapassorn Woven Fabric of Nan	They had woven fabric with unique patterns of Thai Lue. Their products were dyed with natural dyes obtained from local trees. They also had skillful weavers with expertise and advanced techniques on weaving and Chok technique. Their knowledge had been inherited to their children in order to conserve their local wisdom on weaving.	Product design was ordinary without any distinctiveness representing patterns of Thai Lue. They also lacked knowledge and skills in designing and processing products from woven fabric. Members lacked skills in design, pattern composition, and tailoring, preventing them from processing their products independently. Instead, they distributed processed products purchased from other groups, leading to high levels of competition.	Their woven fabric products featured beautiful patterns, handwoven cotton, and natural dyes, making them distinctive and suitable for processing into apparel for a niche market. This added value to both the patterns and the woven fabric.	A lot of competitors product group from local woven fabric.

Table 2 TOWS matrix

	Internal strengths	Internal weaknesses
External opportunity	For S-O, the identical strengths of 3 groups were that: they had sources of materials in their communities therefore their older persons and labors could earn income; they also had natural dyes obtained from local trees plus with skillful weavers with advanced techniques on weaving and Choke techniques reflecting potential and strength of local people. Local materials also led to circular economy. Moreover, different strengths could be utilized to build identity representing individuality and DNA of each group. The same opportunities of these 3 groups were that: popular trend of consumption of products from cultural capital increased consumer groups; and Creative Economy Policy caused creation of diversity of patterns and designs leading to expansion of customer base. Different opportunities could be applied as the guidelines for developing products to be consistent with demands of consumer groups. After analyzing on data of these 3 groups, it was found that all groups demanded new products from uniqueness of their woven fabric that were suitable for consumer groups in order to add value and expand customer base.	For W-O, from weaknesses of 3 groups, product design and limited on production caused limitation of product designs that could not meet with demands of consumers. With policies of government and various bodies supporting product development based on art and cultural capital, there were some associate agencies that were ready to support and drive some strategic projects through propulsion of local universities. Data of these 3 groups suggested that all groups demanded associate agencies to transfer knowledge and improve skills in order to enhance abilities of their group. Personnel of some universities also supported and promoted them as their mentors in order to enable them to develop products to have new designs that were consistent with demands of consumers of each group.
External threat	For S-T, the identical strengths of 3 groups were that: all groups had woven fabric with uniqueness and they also had community's production process that could generate works and occupations leading to friendly cohabitation; their woven fabric had unique designs that could not be reproduced making consumers proud for owning unique products adding value to these products. The main obstacles faced by these three groups were a lack of skills in product design, processing, and tailoring. These skills are essential for developing product designs that meet the needs of consumers in each group, thereby expanding the customer base and ensuring continuous sales volume.	For W-T, the common weaknesses of these 3 groups were as follows. Products processed from woven fabric had design and development process in community level based on existing potential and knowledge. Therefore, their designs were ordinary with a few options. Since their product designs and sizes failed to meet with demands of consumers, their sale volume was not consecutive with large number of inventories. The same obstacles of these 3 groups were that: their members had no abilities on product design and processing as well as skills on production, designing, and tailoring leading to discontinue development of product designs. When considering on data of these 3 groups, it was found that all groups wanted to improve their abilities on design and production process to meet with uniqueness of woven fabric, properties, and designs for appropriate utilization new products from uniqueness of their woven

สำคัญ 3 ข้อ คือ การใช้วัตถุดิบในพื้นที่ การจ้างงานในพื้นที่ และการกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานราก

การวิเคราะห์นิเวศธุรกิจชุมชนผ้าทอจังหวัดน่าน ดังตารางที่ 3 (Table 3) พบว่า กลุ่มผ้าทอไทลื้อสี่ธรรมชาติดอนมูล มีความเข้มแข็งด้านการนำเส้นฝ้ายเส้นมือพื้นเมืองมาทอร่วมกับเส้นใยต่าง ๆ และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างความแตกต่าง มีการจ้างงานคนในชุมชนทั้งหมด 45 คน ใช้วัตถุดิบในพื้นที่ในการผลิตผลิตภัณฑ์มากกว่าร้อยละ 60 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง มีความเข้มแข็งด้านการใช้วัตถุดิบจากชุมชนมาช่วย

สี่ธรรมชาติ และมีตลาดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีการใช้วัตถุดิบประเภทฝ้ายและไหม มีการจ้างงานคนในชุมชนทั้งหมด 45 คน ใช้วัตถุดิบในพื้นที่ในการผลิตผลิตภัณฑ์มากกว่าร้อยละ 50 ประภัสสรผ้าทอเมืองน่าน มีความเข้มแข็งด้านช่างทอผ้าที่มีฝีมือ ทอผ้าได้หลายประเภท ผ้าทอมีลวดลายที่สวยงามและมีเอกลักษณ์ มีการจ้างงานคนในชุมชนทั้งหมด 14 คน ใช้วัตถุดิบในพื้นที่ในการผลิตผลิตภัณฑ์มากกว่าร้อยละ 80

การสำรวจความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยคัดเลือกและสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภคทั้งหมด 9 ราย เพื่อเป็นแนวทางใน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายที่เหมาะสมกับผ้าทอของทั้ง 3 กลุ่ม ที่สามารถเพิ่มมูลค่าจากทุนทางวัฒนธรรม ดังนี้ ประเภทผลิตภัณฑ์ รูปแบบ รูปทรง วัสดุ ลวดลาย สี และการใช้งาน เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอของทั้ง 3 กลุ่ม ดังตารางที่ 4 (Table 4)

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอท้องถิ่น

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอท้องถิ่น มีกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาด เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง

และเป็นการสร้างอุตสาหกรรมขนาดย่อม ให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง โดยเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน คงเอกลักษณ์ของผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่าน โดยใช้ทุนทางปัญญาและทุนทางความคิดสร้างสรรค์ โดยทั้ง 3 กลุ่มได้รับการกระตุ้น ส่งเสริมทางวิชาการผ่านกระบวนการตามแนวคิดการทำงานของ MCDIN (Saeng-lam, 2018) ทำให้ทั้ง 3 กลุ่มเกิดความมั่นใจในศักยภาพของตนเอง กล้าคิด กล้าผลักดันตนเองจากวิถีเดิมไปสู่การสร้างสรรค์ คิดค้น และกล้ายอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นผ่านการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและมีการกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานราก และการสร้างทักษะความชำนาญที่ทำซ้ำจนเชี่ยวชาญ

Table 3 Product analysis of local enterprise

Name	Local materials	Number of local employment	Income distribution to grassroots economy	Product	Product cost (Baht)	Selling price (Baht)	Profit (Baht)	Profit (%)
Thai Lue Woven Fabric with Natural Color from Ban Don Moon Village	Handspun cotton/ annatto/rosewood's peel/shellac/acacia catechu/turmeric/ tamarind paste	45 persons	Cotton growers/ workers for gathering raw dye materials/ cotton hand-spinners/ weavers/sewers		1,200	1,500	300	25.00
Ban Chao Luang Weaving Community Enterprise Group	Handspun cotton/ rosewood's peel/ Indian trumpet flower's leaves/ copper pod's peel/ santol's leaves/ mango leaves/ eucalyptus leaves/ tropical almond's leaves/tamarind paste	45 persons	Cotton growers/ workers for gathering raw dye materials/ cotton hand-spinners/ weavers/sewers		1,400	1,900	500	35.70
Prapassorn Woven Fabric of Nan	Handspun cotton	14 persons	Weavers/sewers		900	1,200	300	33.33
Average profit (%)								31.34

เข้าใจ และถูกต้องแม่นยำ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ พัฒนาเป็นทักษะความคิดสร้างสรรค์ ที่จะออกแบบ รูปแบบ รูปทรง ทดสอบ และคัดเลือก เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

การกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย จากผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่าน แบบมีส่วนร่วมของชุมชน ร่วมกับ

การวิเคราะห์ตามแนวคิดนิเวศธุรกิจชุมชน เกี่ยวกับผู้ประกอบการที่มีการดำเนินธุรกิจภายในท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขีดความสามารถ เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก สร้างนิเวศธุรกิจในรูปแบบพึ่งพาอาศัยเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ดังภาพที่ 5 (Figure 5)

Table 4 Analysis on product development guideline

Group	Product types	Uniqueness	Colors	Materials	Silhouette
1	Unisex apparel	Mix of recycle fibers and cotton fibers for creating new texture and patterns	Focus on natural dye colors	Handspun cotton mixed with recycle fibers	Vertical rectangle and vertical cylinder (Straight)
2	Lower women's clothing, i.e., pants that can be worn to work and in daily life	Bor Suak pattern	Polite color tone, light color tone	Handspun cotton mixed with synthetic cotton for comfort wear and affordable price	Ultra Stretch, long sleeves with cylindrical shape for comfort wear
3	Women's workwear	Khor Pork pattern	Dark color tone, suitable for various occasions and consistent with available main raw materials.	Handspun cotton with unique patterns mixed with silk for luxury that meets with Niche Market and adds value to products.	Vertical rectangle and vertical cylinder (Straight)

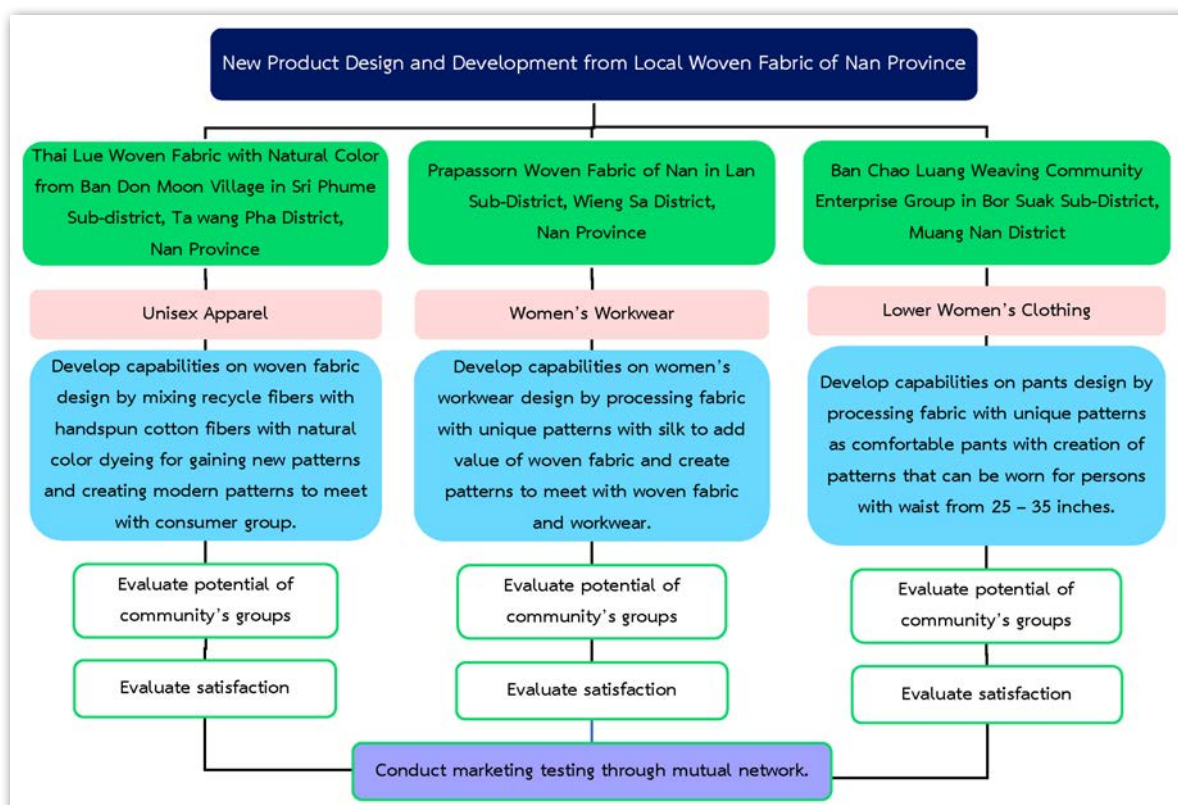


Figure 5 Product design and development process through building community business groups

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอท้องถิ่น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับศักยภาพขีดความสามารถของทั้ง 3 กลุ่ม จากการสนทนากลุ่มโดยใช้การระดมสมองร่วมกับตัวแทนกลุ่มชุมชนผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่านจำนวน 15 คนสรุปได้ดังนี้

กลุ่มผ้าทอไทลื้อสืบทอดมาที่บ้านดอนมูล ออกแบบผ้าทอโดยใช้หลักการออกแบบเครื่องแต่งกายด้านความกลมกลืน (Harmony) คือการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ในเสื้อผ้า ได้แก่ กลมกลืนด้วยสีแบบเดียวกัน ทิศทางเดียวกัน กลมกลืนด้วยผิวสัมผัส (Texture of harmony) ใช้ผ้าและสิ่งทอตกแต่งที่มีผิวสัมผัสแปลกใหม่ โดยทอเส้นใยผสมผสานร่วมกันระหว่างเส้นฝ้ายเส้นมือและเส้นใยแปรใช้ใหม่ โดยนำเส้นฝ้ายเส้นมือ ด้ายยืนจากเส้นใยประดิษฐ์ เบอร์ 40/2 และด้ายพุ่งจากเส้นใยแปรใช้ใหม่ เบอร์ 5/1 ซึ่งเป็นเส้นด้ายจากแนวคิดการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าซึ่งเป็นการนำใยักัญขงมาผสมกับฝ้าย และนำเศษผ้าไหม เส้นด้าย และเศษผ้าจาก

โรงงาน จากการตัดเย็บแล้วมาดัดเป็นเส้นใยใหม่ เป็นการใช้วัตถุดิบหมุนเวียนเพื่อลดขยะจากอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย เพื่อนำมาสร้างนวัตกรรมผ้าทอรูปแบบใหม่ สร้างผิวสัมผัสที่แตกต่าง เนื้อผ้าบางลงและมีรูปแบบเฉพาะตัว ย้อมสีธรรมชาติด้วยค่าแสดงที่เป็นพืชพื้นถิ่น โทนสีที่ได้จะเป็นโทนสีเหลือง สีส้ม ดังภาพที่ 6 (Figure 6)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง นำลายบ่อสวกซึ่งเป็นลายดั้งเดิมที่ย้อมสีธรรมชาติโดยใช้วัตถุดิบหลักจากท้องถิ่น ดังภาพที่ 7 (Figure 7) คุณสมบัติผ้าทอจึงไม่หนาและไม่บางเกินไปสามารถระบายอากาศได้ดีเนื่องจากมีส่วนผสมของใยฝ้าย และมีความยืดหยุ่นเล็กน้อย เหมาะสมกับการนำมาแปรรูปเป็นเครื่องแต่งกายที่สวมใส่ในชีวิตประจำวัน

ประภัสสรผ้าทอเมืองน่าน ออกแบบและพัฒนาชุดเดรสสำหรับผู้หญิงวัยทำงาน โดยใช้แนวคิดหรูหรา สง่างาม (Gorgeous style) จากลวดลายผ้าทอไทลื้อ ลายขอป้อก ซึ่งเป็นลวดลายดั้งเดิมของผ้าทอไทลื้อที่มีลายหลักเป็นทรงสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนต่อเนื่องกันจนเต็มผืนผ้าสีน้ำเงิน ดังภาพที่ 8 (Figure 8)



Figure 6 (a) Bixaceae, (b) Dyeing water from Bixaceae, (c) Dyeing cotton yarn and recycle cotton yarn with natural dyes from Bixaceae, (d) CottonYran dyed and recycle cotton yarn with Bixaceae nature color, (e) Weaving fabric from CottonYran dyed and recycle cotton yarn with Bixaceae nature color, and (f) CottonYran dyed and recycle cotton yarn with Bixaceae nature color

ขั้นตอนที่ 4 การออกแบบแบบร่างผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอท้องถิ่น

ตัวแทนสมาชิกจากกลุ่มผ้าทอประเพณีและคัดเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงศักยภาพ ทักษะความชำนาญของสมาชิกกลุ่ม และความต้องการของผู้บริโภค และปรับต้นแบบตามข้อเสนอแนะและความต้องการของสมาชิกในแต่ละกลุ่ม จากการระดมความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์มาใช้ในการออกแบบ ซึ่งประกอบด้วยเครื่องแต่งกายที่พัฒนาจากผ้าทอท้องถิ่นของแต่ละกลุ่ม จำนวน 8 รูปแบบ ดังนี้

กลุ่มผ้าทอไทลื้อสิรินธรชาติบ้านดอนมูล ออกแบบภาพร่างชุดเครื่องแต่งกายที่สามารถสวมใส่ได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย เป็นรูปแบบเครื่องแต่งกายที่ไร้พรมแดน “หญิงใส่ได้ ชายใส่เท” โดยมีโครงร่างของเครื่องแต่งกายสีเหลี่ยมผืนผ้าแนวตั้ง และทรงกระบอกแนวตั้ง (Straight) ที่สามารถใส่ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย สวมใส่ได้ทุกที่ ทุกโอกาส เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งตรงกับความต้องการ

ของผู้บริโภคที่มีทั้งเพศหญิงและเพศชาย รวมไปถึงกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ ประเทศจีน ประเทศเกาหลี ประเทศญี่ปุ่น สามารถสร้างความมั่นใจให้กับชุมชนและความมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ผนวกกับแนวโน้มของกระแสนิยมด้านความยั่งยืน จำนวน 1 ชุด มี 3 รูปแบบ ประกอบด้วย เสื้อสูทแขนยาว เสื้อสูทแพ้นแขนยาว และเสื้อแจ็คเก็ตแขนสั้น ดังภาพที่ 9 (Figure 9)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง นำผ้าทอลายบ่อสวกมาออกแบบเป็นกางเกงสวมใส่สบาย 1 รูปแบบ มี 2 สี เป็นกางเกงขายาวทรงกระบอกขาตรงขอบเอวในตัว ใส่ได้ทุกวัน และทุกโอกาส ดังภาพที่ 10 (Figure 10)

ประภัสสรผ้าทอเมืองน่าน ออกแบบและพัฒนาชุดเดรสสำหรับผู้หญิงวัยทำงานโดยใช้แนวคิดทูลุหรา ส่งงาม ในการออกแบบและพัฒนาพร้อมกับโครงร่างของเครื่องแต่งกาย สีเหลี่ยมผืนผ้าแนวตั้ง และทรงกระบอกแนวตั้ง ที่ถอดแบบจากเครื่องแต่งกายของผู้หญิงไทลื้อที่มีลักษณะรัดรูป ผ่ากลางหน้ามีسابเสียง ตัวเสื้อ



Figure 7 Bor-swak Tin yok woven; (a) Navy tone Bor-swak Tin yok woven and (b) Brown tone Bor-swak Tin yok woven



Figure 8 Khlo-pock Tin yok woven

มีแขนยาวทรงกระบอก นิยมใช้สีครามหรือสีดำ นุ่งกับผ้าชิ้นลายขวาง ดูโดยรวมจะเป็นโครงสร้างทรงกระบอก ใช้ผ้าทอลายขอปอก โทนสีน้ำเงินเป็นหลัก และเพิ่มความหรูโดยใช้ผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ จำนวน 1 เซต มี 3 รูปแบบ ดังภาพที่ 11 (Figure 11)

ขั้นตอนที่ 5 การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอท้องถิ่น

ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย จำนวน 8 รูปแบบ นำเอกลักษณ์ของผ้าทอแต่ละกลุ่มมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับรูปแบบและการ

ใช้งานของผลิตภัณฑ์ และเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบเครือข่ายธุรกิจที่นำวัตถุดิบ หรือผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่มมาผสมผสานกับผ้าทอของกลุ่มตนเองเพื่อสร้างความหลากหลายภายใต้ทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดน่าน กระบวนการผลิตต้นแบบเริ่มจากการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของขนาดและการกำหนดจุดของแบบตัดต้นแบบจากไซส์มาตรฐาน เพื่อให้รู้ที่มาของแต่ละเส้นบนแบบตัด และเรียนรู้วิธีการปรับแต่งแบบตัดให้ได้รูปแบบตามที่กำหนด นำผ้าทอลายต่าง ๆ มาวางบนแบบตัดเพื่อให้มีความสวยงาม เหมาะสมกับชิ้นส่วนของแบบตัดและเกรนผ้าตาม



Figure 9 Product sketches of clothes form Thai Lue Woven Fabric with Natural Colors of Ban Don Moon group; (a) Suit, (b) Blazer, and (c) Short sleeve suit

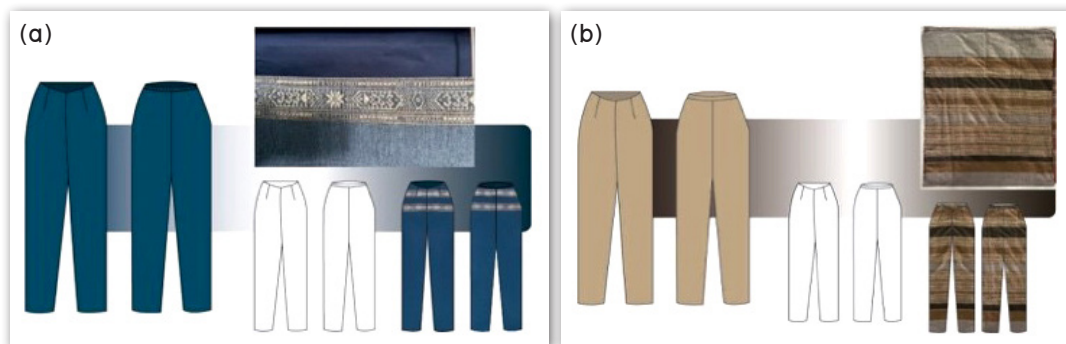


Figure 10 Product sketches of clothes form Ban Sao Luang Woven Fabric Community Enterprise Group; (a) Ultra stretch long pants and (b) Ultra stretch long pants with decorative ruffle



Figure 11 Product sketches of clothes form Prapassorn Woven Fabric of Nan; (a) Sleeveless dress, (b) Overcoat, and (c) Suit dress

วัตถุประสงค์ของการออกแบบ เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีพื้นฐานการออกแบบและการสร้างแบบตัดที่แตกต่างกันจึงต้องมีการฝึกฝนให้มีความชำนาญในการสร้างแบบตัดเพิ่มขึ้น

กลุ่มผ้าทอไทลื้อสิริธรรมชาติด้านดอนมูล นำภาพร่างการออกแบบเครื่องแต่งกายมาสร้างต้นแบบ จากการประเมินศักยภาพของกลุ่มที่ต้องการพัฒนาขีดความสามารถด้านการออกแบบแบบตัด กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ เพื่อยกระดับเครื่องแต่งกายสำหรับจำหน่ายให้กับชาวต่างชาติ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์โดยใช้ไซส์จากเสื้อสูทมาตรฐาน ไซส์ L (รอบอก 40 นิ้ว / รอบเอว 38 นิ้ว / รอบสะโพก 42 นิ้ว) เสื้อสูทแขนยาวกระดุมแถวเดียว 3 เม็ด ปกเล็ก ปรับขึ้นหน้าซ้ายให้เส้นกลางหน้ายื่นเลยออกมาทับขึ้นหน้าขวา เพิ่มเส้นผ่าใต้กระดุมเม็ดที่ 1 เพื่อให้สามารถใส่ได้หลายรูปแบบ ปรับเส้นไหล่ให้สโลปลงเพื่อรับกับเส้นไหล่ลดความแข็งทื่อของตัวเสื้อ และปรับขนาดต้นแขนให้เล็กลง เสื้อสูทแพ้นั้นแขนยาวโดยปรับแบบตัดให้ปลายปกมีขนาดใหญ่ถึง 3 นิ้ว ขนาดของแขนเสื้อปรับให้เป็นแขนทรงกระบอก และตัวเสื้อเป็นทรงตรง และเสื้อแจ็คเก็ตแขนสั้น ปรับแบบตัดโดยใช้รูปทรงปกจากสูททักซิได้แล้วปรับให้มีขนาดใหญ่ขึ้น แขนสั้น ทรงเสื้อเป็นทรงตรงเพิ่มกระเป๋าจะที่ขึ้นหน้าซ้าย และขึ้นหน้าขวา แล้วนำมาจัดวางลาดลายผ้าให้ดูเหมาะสมกับรูปแบบและการใช้งาน ดังภาพที่ 12 (Figure 12)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง ออกแบบและพัฒนาทางเกงขายาวสวมใส่สบาย ด้านหน้าตรงขอบเอวทำเป็นขอบกางเกงธรรมดา ส่วนด้านหลังใช้เบี่ยงยัดเพื่อความสะดวกสบายในการสวมใส่ เมื่อสวมใส่แล้วจะดูเพรียวบริเวณช่วงเอวและสะโพก จากการประเมินศักยภาพของกลุ่มทำให้รูปแบบของกางเกงไม่มีความซับซ้อน มีกระบวนการผลิตที่ไม่ยุ่งยากเพื่อให้กลุ่มสามารถผลิตได้อย่างรวดเร็ว และมีต้นทุนการผลิตไม่สูง ดังภาพที่ 13 (Figure 13)

ประภัสสรผ้าทอเมืองน่าน ออกแบบและพัฒนาโครงร่างเครื่องแต่งกาย จากการประเมินศักยภาพของกลุ่มที่ต้องการเพิ่ม

ขีดความสามารถด้านการออกแบบและการออกแบบแบบตัดให้มีรูปทรงตามแบบร่างชุดเดรส จำนวน 3 รูปทรง คือ รูปทรง A – Line 1 รูปทรง และรูปทรง I – Line 2 รูปทรง ซึ่งทั้ง 2 รูปทรงสามารถนำไปประยุกต์ปรับใช้กับการออกแบบชุดเดรสได้หลากหลายรูปแบบ และสอดคล้องกับการวางตลาดของผ้าทอที่มีลักษณะการทอเป็นลวดลายแนวตั้งและแนวนอน ส่งผลให้เกิดการใช้ประโยชน์จากผ้าทอได้อย่างคุ้มค่า ดังภาพที่ 14 (Figure 14)

การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่าน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของทั้ง 3 กลุ่ม สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่านจากทุนทางวัฒนธรรม ดังนี้ ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายรูปแบบใหม่ที่สามารถจำหน่ายในราคาที่สูงขึ้นจากเดิมร้อยละ 45 – 100 สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผ้าทอเฉลี่ยร้อยละ 63.29 ซึ่งจากเดิมร้อยละ 31.34 สอดคล้องกับการวิเคราะห์การตั้งราคาขายของแต่ละกลุ่ม ดังตารางที่ 5 (Table 5)

ขั้นตอนที่ 6 การส่งเสริมทักษะการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย

การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการโครงการพัฒนาศักยภาพการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายสำหรับผู้ประกอบการผ้าทอ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทักษะการแปรรูป เพิ่มทักษะการสร้างแบบตัด การตัดเย็บผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ดังภาพที่ 15 (Figure 15) ให้กับสมาชิกภาคีเครือข่าย เพื่อนำไปต่อยอดการผลิตและแปรรูปสินค้าเพื่อจำหน่าย และสามารถต่อยอดการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอในรูปแบบอื่น ๆ ให้ตรงกับลักษณะและคุณสมบัติของผ้าทอของแต่ละพื้นที่ รวมถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการออกแบบเครื่องแต่งกาย เพื่อนำมาประยุกต์ผสมผสานกับเอกลักษณ์ของผ้าทอและลวดลายให้มีความทันสมัยตามเทรนด์แฟชั่นในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต จำนวน 3 วัน รวมถึงกรณีศึกษาแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพ สามารถส่งจำหน่ายยังต่างประเทศได้ การกำหนดผีเข็มเย็บที่มีผลต่อผ้าทอและ

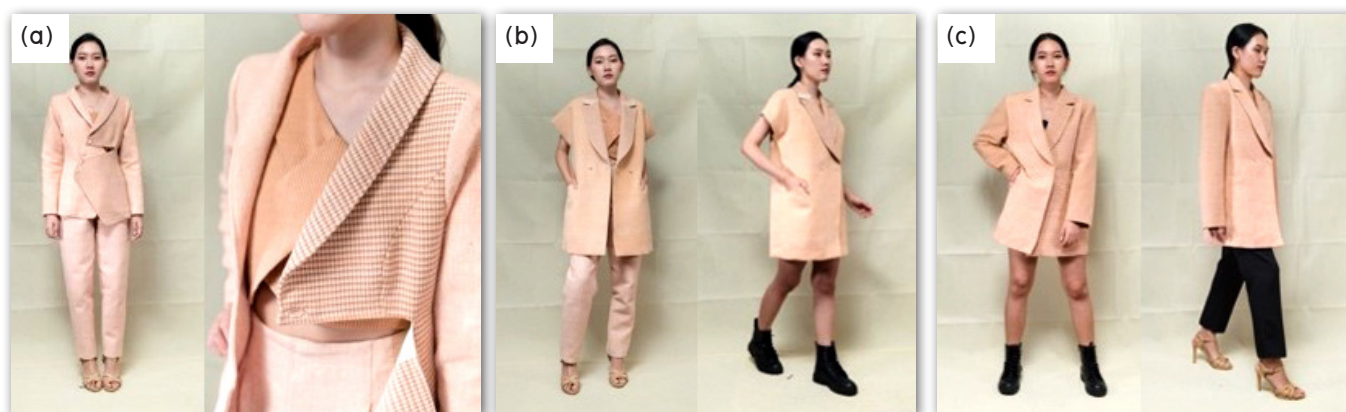


Figure 12 New product of clothes form Tai Lue Woven Fabric with Natural Colors of Ban Don Moon Group; (a) Suit, (b) Blazer, and (c) Short sleeve suit



Figure 13 New product of clothes form Ban Sao Luang Woven Fabric Community Enterprise Group; (a) Ultra stretch long pants and (b) Ultra stretch long pants with decorative ruffle



Figure 14 New product of clothes form Prapassorn Woven Fabric of Nan; (a) Sleeveless dress, (b) Overcoat, and (c) Suit dress

Table 5 New product and selling prices of Nan Woven Group

Name	Category	Product cost (Baht)	Selling price (Baht)	Profit (Baht)	Profit (%)
Thai Lue Woven Fabric with Natural Color from Ban Don Moon Village	Suit	2,100	3,800	1,700	81.00
	Short sleeve suit	1,900	3,800	1,900	100.00
	Blazer	2,400	3,800	1,400	58.33
Ban Chao Luang Weaving Community Enterprise Group	Sleeveless dress	2,300	3,500	1,200	52.00
	Overcoat	2,400	3,500	1,100	45.00
	Suit dress	2,300	3,500	1,200	52.00
Prapassorn Woven Fabric of Nan	Ultra stretch long pants	1,100	1,750	650	59.00
	Ultra stretch long pants with decorative ruffle	1,150	1,750	650	59.00
Average profit (%)					63.29

คุณสมบัติ รูปแบบ รูปทรงของเครื่องแต่งกาย มีผู้เข้าร่วมการอบรม จากกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายกลุ่มละ 8 คน รวมจำนวน 24 คน

ผลการประเมินศักยภาพพบว่า กลุ่มผ้าทอไทลื้อลีธรรมชาติด้านคอนมูล มีทักษะการสร้างแบบตัดเสื้อแจ็คเก็ตแขนสั้น เสื้อสูทแขนยาว และเสื้อสูท ผลการประเมินศักยภาพของการปฏิบัติงานพบว่า กลุ่มผ้าทอไทลื้อลีธรรมชาติด้านคอนมูล มีรูปทรงเสื้อผ้าที่ทันสมัยมากขึ้น สามารถจัดวางลายเหมาะสม การวางเกรนผ้าเหมาะสมกับชิ้นส่วนของเสื้อผ้า รวมถึงการวางผ้าให้มีลูกเล่นที่ทันสมัยสามารถสวมใส่ได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง มีความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาทางเกงขายาวสวมใส่สบาย มีทักษะการสร้างแบบตัดกางเกง มีเป้าที่ไม่ลึกหรือตื้นจนเกินไป โดยขอบเอวด้านหน้าจะเป็นขอบเอวปกติและด้านหลังเป็นขอบเอวที่ยืดสวมใส่ได้สะดวกสบาย เมื่อสวมใส่แล้วมองจากด้านหน้าจะทำให้ช่วงเอวดูเพรียวสามารถสวมใส่ได้ตั้งแต่เอวขนาด 27 นิ้ว – 32 นิ้ว มีวิธีการวางลวดลายผ้าให้ขึ้นตรงกันทั้งด้านหน้าและด้านหลังเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มีทักษะการเย็บ โดยใช้วัสดุและอุปกรณ์ช่วยเย็บเพื่อให้รวดเร็วและมีคุณภาพ รวมถึงการเลือกใช้ผ้าให้เหมาะสมกับคุณภาพของผ้าทอและคุณสมบัติการใช้งาน กลุ่มประภัสสรผ้าทอเมืองน่าน มีความรู้ด้านการออกแบบสามารถนำผ้าทอที่มีลวดลายเอกลักษณ์ผสมผสานกับผ้าพื้นมาประยุกต์เป็นเครื่องแต่งกายได้หลากหลายรูปแบบ มีสัดส่วนการนำผ้าทอลวดลายเอกลักษณ์มา

ใช้ร่วมกับผ้าพื้นได้อย่างเหมาะสมเพื่อเป็นการลดต้นทุน เพื่อให้มีต้นทุนค่าวัสดุและค่าตัดเย็บไม่เกินชุดละ 1,500 บาท เพื่อนำไปจำหน่ายราคาชุดละ 3,000 – 3,500 บาท มีทักษะการสร้างแบบตัดชุดเดรสให้มีรูปทรงที่ทันสมัย สามารถวางลายผ้าให้มีความโดดเด่น เลือกใช้ลายผ้าให้เหมาะสมกับแบบตัด และวางเกรนผ้าให้เหมาะสมกับชิ้นส่วนของเครื่องแต่งกายไม่ทำให้ผ้าย้วยเมื่อนำมาตัดเย็บ โดยผลการประเมินความพึงพอใจหลังการเข้าอบรมพบว่า ด้านความรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ เครื่องแต่งกายจากผ้าทอ ด้านการเพิ่มทักษะการแปรรูปการสร้างแบบตัด ด้านทักษะกระบวนการเย็บมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 7 การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายต้นแบบ

การทดสอบตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายต้นแบบจำนวน 8 แบบ ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย ในงานมหกรรมเครื่องเงินและผ้าทอน่าน ครั้งที่ 7 เน้นกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน ซึ่งมีลักษณะเด่นคือ ศักยภาพในการซื้อ ระดับการศึกษาที่เหมาะสม ตำแหน่งหน้าที่ การงานสอดคล้องกับการใช้ผลิตภัณฑ์ รูปแบบการใช้ชีวิตชื่นชอบและสนับสนุนการใช้งานผลิตภัณฑ์จากชุมชน ค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจอยู่เสมอ ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเพศหญิงและเพศชายอายุระหว่าง 25 – 35 ปี ที่มีต่อ



Figure 15 Workshop for improving pattern creation and sewing skills for Nan Woven Group; (a) Natural dyeing workshop, (b) Pattern marking skills design for dress, (c) Pattern marking skills design for plants, (d) Drawing pattern and sewing skills workshop, and (e) Cutting pattern for dress

ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายต้นแบบจากผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่านพบว่า ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายต้นแบบจำนวน 8 แบบ อยู่ในระดับเหมาะสม ดังตารางที่ 6 (Table 6) ด้านประโยชน์ใช้สอย รูปร่าง รูปทรงของเครื่องแต่งกายมีความเหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน ด้านคุณภาพการผลิต ความละเอียดในการตัดเย็บ คุณภาพของเนื้อผ้า วัสดุ มีความเหมาะสมกับรูปแบบเครื่องแต่งกายและการนำไปใช้งาน ด้านลวดลาย สี สัน ผลิตภัณฑ์มีการนำลวดลายมาประยุกต์ใช้กับรูปแบบ รูปทรงเครื่องแต่งกายได้อย่างเหมาะสม เป็นการนำลวดลายที่ไม่มากหรือน้อยเกินไป ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่าน สีสัน สีสัน สีสัน สามารถนำไปใช้งานได้หลากหลายโอกาส ด้านราคา รูปแบบ คุณภาพการผลิตแปรรูป คุณภาพผ้าทอ มีความเหมาะสมกับราคาของผลิตภัณฑ์ โดยราคาผลิตภัณฑ์อยู่ในช่วงประมาณ 1,750 – 3,800 บาท สอดคล้องกับการวิเคราะห์การตั้งราคาขาย

ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้

การวิเคราะห์ SWOT

SWOT เป็นเครื่องมือที่ใช้ประเมินศักยภาพ ความสามารถ สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตั้งแต่บุคลากร สมาชิก รวมไปถึง วัสดุ เครื่องมือ สถานที่ สภาพแวดล้อม การบริหารจัดการที่เกิดขึ้นในกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการดำเนินงานจากสถานการณ์ภายในและภายนอกของกลุ่ม

เพื่อให้เข้าใจถึงศักยภาพของตนเอง นำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลง พัฒนาให้ทันกับแนวโน้มในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงเพื่อหาหรือแนวทางการพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้นักออกแบบเข้าใจถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการออกแบบและการผลิต เพื่อจุดแข็ง เอกลักษณ์ของผ้าทอท้องถิ่นมาใช้อย่างเต็มศักยภาพได้อย่างเหมาะสม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับรูปแบบเครื่องแต่งกายและกลุ่มเป้าหมาย จุดอ่อนเป็นสิ่งที่ต้องรีบดำเนินการแก้ไขปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพื่อลดปัญหาการเพิ่มประสิทธิภาพของกลุ่ม โอกาสเป็นช่องทางที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันและในอนาคต และอุปสรรคเป็นสิ่งที่ต้องมีกระบวนการจัดการเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จ ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเป็นแนวทางการบริหารจัดการเพื่อกำหนดทิศทาง แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้ผลิตภัณฑ์พัฒนาได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้อง (Thanalerdsopit, 2021) เพื่อทำให้ทราบถึงลักษณะภายในองค์กร และจุดที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ บริบททางสังคม วัฒนธรรม ที่กลุ่มสามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อหาตัวตน เอกลักษณ์ ในบริบทของตนเอง นำไปสู่การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน

องค์ประกอบการออกแบบทางแฟชั่น

องค์ประกอบการออกแบบทางแฟชั่น (Ponglawhapun, 2021) สามารถนำไปใช้ในส่วนแก่นของอัตลักษณ์ตราสินค้า ได้แก่ โครงร่างเงา เช่น โครงร่างเงาสีเหลี่ยมผืนผ้าแนวตั้ง สี เช่น โทนสีเข้ม โทนสีสด และโทนสีสันทหลากหลาย วัสดุ เช่น เส้นด้ายสังเคราะห์

Table 6 Result of customer satisfaction survey

Product/Detail																	Total average	
	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD		
1. Functional aspects shape figure	3.9	0.8	4.1	0.8	4.3	0.8	3.6	0.6	3.7	0.7	3.8	0.7	4.1	0.7	3.9	0.8	3.9	0.7
2. Quality of production, tailoring fineness and fabrics	4.1	0.7	4.0	0.7	4.0	0.7	4.0	0.7	4.0	0.7	4.0	0.7	4.0	0.7	4.0	0.7	4	0.7
3. Patterns, colors	4.2	0.6	3.8	0.5	3.9	0.5	3.9	0.7	4.1	0.7	3.9	0.7	3.9	0.7	3.8	0.5	3.9	0.6
4. Price, styles, quality of processed production and woven fabric	3.5	0.5	3.6	0.5	3.7	0.5	3.7	0.6	3.7	0.6	3.6	0.5	3.6	0.5	3.6	0.5	3.6	0.5
Total average	3.9	0.7	3.9	0.6	4.0	0.6	3.8	0.7	3.9	0.7	3.8	0.7	3.9	0.7	3.8	0.6	3.9	0.6

ฝ่ายธรรมชาติ วัฒนธรรมชาติ รายละเอียดตกแต่ง เช่น ลายน้ำไหล การทอเกาะลัวะ การขีด การจก การทอยกดอก อารมณ์และความรู้สึก เช่น สุนัข เรียบร้อย อ่อนโยน สนุกสนาน การออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย Burapajatana (2020) ใช้การประยุกต์ลวดลายและกระบวนการผลิตจากอัตลักษณ์ผ้าทอและเครื่องแต่งกายไทลื้อร่วมกับสไตล์แฟชั่นแนวคือนสตรีตซ์ จัดทำเป็นคอลเลกชั่นไทลื้อร่วมสมัยสำหรับผู้บริโภค Generation Y ที่มีบุคลิกภาพแบบสร้างสรรค์ นิยมการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งประกอบด้วยเครื่องแต่งกายชุดปาร์ตี้ที่สามารถสวมใส่ และเครื่องประกอบตกแต่งงานแฟชั่น ได้แก่ กระเป๋า รองเท้า ผ้าคลุมไหล่ ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายเชิงวัฒนธรรมตามความนิยมแนวแฟชั่นในปัจจุบัน

วัฒนธรรมสร้างสรรค์

กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาเมืองประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้อง คือ การสร้างแรงบันดาลใจจากภูมิปัญญาท้องถิ่น การถ่ายทอดสัญลักษณ์รูปทรงสู่การจัดองค์ประกอบ เป็นการถอดองค์ประกอบการออกแบบเดิมนำมาสร้างสรรค์ใหม่ และการออกแบบ เป็นการวิเคราะห์และออกแบบที่คำนึงถึงความสอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย (Wanichakorn, 2014) สอดคล้องกับการใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบนักออกแบบควรมีบทบาทหน้าที่ในการผสานความเชื่อมโยงระหว่างยุคสมัย ถ่ายโอนวัฒนธรรมดั้งเดิมเข้าสู่วิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ ส่วนสำคัญของการออกแบบร่วมสมัย คือ ประโยชน์ใช้สอยระหว่างผลิตภัณฑ์และวิถีชีวิต (Arunyanart, 2015)

ขอบข่ายของวัฒนธรรมสร้างสรรค์เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม และเกี่ยวเนื่องกับการผลิตเชิงศิลป์และสร้างสรรค์ของสินค้า และผลิตภัณฑ์ โดยผลงานสร้างสรรค์ต้องมีศักยภาพในการสร้างความมั่นคงและสร้างรายได้ผ่านการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและการผลิตโดยใช้ฐานความรู้ของสินค้าหรือบริการทั้งจากแบบดั้งเดิมและแบบร่วมสมัย (Office of Contemporary Art and Culture, 2009) สอดคล้องกับ Sutthisung et al. (2021) ลวดลายผ้าทอพื้นถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ ลวดลายเรขาคณิต ลวดลายพรรณพฤกษา ลวดลายในพิธีกรรมและลวดลายรูปสัตว์ การทดลองสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางแฟชั่น โดยหาแนวทางการพัฒนาลวดลายสิ่งทอมาใช้ในผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ มุ่งเน้นให้เกิดอุตสาหกรรมในท้องถิ่น เพื่อเป็นแนวทางให้นักออกแบบรุ่นใหม่และผู้ประกอบการในชุมชนสามารถนำไปประยุกต์ต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานทางศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

การนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเครื่องแต่งกายเพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะให้แก่ผลิตภัณฑ์ สร้าง

มูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นการสื่อสารศิลปะลวดลายผ้าทอผ่านทางเครื่องแต่งกายให้ผู้พบเห็นได้รู้จัก อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์วิถีภูมิปัญญาทางศิลปวัฒนธรรม เพื่อส่งต่อสืบสานสู่รุ่นลูกรุ่นหลานให้คงอยู่คู่ชุมชน สอดคล้องกับ Kusalanon et al. (2021) ในการสร้างสรรค์ผลงานให้เหมาะสมและเกิดการยอมรับ การนำเสนอจุดเด่นของวัฒนธรรมในงานออกแบบผลิตภัณฑ์จะทำให้เกิดเอกลักษณ์ทางรูปร่างที่แตกต่าง และเป็นการเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม เรื่องราวและความหมายให้กับผลิตภัณฑ์ รวมทั้งอาจจะต้องใช้งานเทคโนโลยีทางอุตสาหกรรมเพื่อช่วยเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของงานหัตถกรรม ให้เกิดรูปแบบและการใช้งานที่แปลกใหม่กลมกลืนได้ ทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากวัฒนธรรมเดิมที่เคยถือปฏิบัติ

ผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม

ตลาดผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม คือ การขายสินค้าให้กับคนเฉพาะกลุ่มโดยผู้ประกอบการเจาะจงผลิตผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเพื่อจำหน่ายไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง แต่ยังคงกลุ่มเป้าหมายเดิมซึ่งลักษณะตลาดผู้บริโภคเฉพาะของกลุ่มนี้ คือ แสวงหาสินค้าหรือบริการที่สามารถแก้ไขปัญหาสนองความต้องการของตนเองได้ แม้ต้องจ่ายในราคาสูงกว่าปกติ แนวโน้มการตลาดของกลุ่มนี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต และมีลักษณะแตกต่างจากสินค้าที่มีอยู่ทั่วไป สินค้าต้องมีความโดดเด่น เช่น งานฝีมือ งานศิลปะ เป็นต้น ข้อดีของตลาดกลุ่มนี้คือ คู่แข่งทางการตลาดมีจำนวนน้อย มีโอกาสประสบความสำเร็จทางการค้าสูง มีต้นทุนทางการตลาดต่ำ เนื่องจากเป็นตลาดขนาดเล็ก และสามารถเข้าถึงการรับรู้ของแบรนด์ได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย (Inthasang, 2011) ดังนั้นกลุ่มผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่าน ต้องเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันเนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับคุณภาพลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ดังนั้นจึงสามารถนำผลิตภัณฑ์ของทั้ง 3 กลุ่มไปจำหน่ายร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสการรับรู้และตัวเลือกของกลุ่มลูกค้าโดยไม่เกิดการแข่งขันกันเอง ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถอยู่ได้ และช่วยให้สามารถขยายเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ได้ในอนาคต

การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่านอย่างมีส่วนร่วมเป็นการออกแบบที่มุ่งเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเพื่อขยายฐานลูกค้า เพิ่มตัวเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมทักษะขีดความสามารถด้านการออกแบบและกระบวนการผลิตให้ทางกลุ่ม

ด้วยแนวคิดชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Saeng-lam, 2018) เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน กลุ่มผู้ผลิตควรเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้บริโภคได้มีโอกาสมีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความงาม ประโยชน์ใช้สอยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ร่วมกันออกแบบและพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วน โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความมุ่งมั่น ตั้งใจ สืบสานศิลปวัฒนธรรมผ้าทอท้องถิ่น ซึ่งต้องเข้ามาช่วยขับเคลื่อนผลักดันสร้างความยั่งยืน โดยไม่นำสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่สอดคล้องกับวิถีวัฒนธรรมของชุมชน (Saributr, 2012) ดังนั้น กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงต้องมีแนวคิดมาจากกลุ่มชุมชน กลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มภาคีเครือข่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกัน

การออกแบบเครื่องแต่งกาย ใช้งานความรู้พื้นฐานเรื่ององค์ประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญ (Sarobol, 2018) ดังนี้ หลักการใช้เส้น ลวดลาย ความสมดุล จังหวะ ช่องว่างหรือระยะความกลมกลืน การตัดกัน จุดเด่น สี

การออกแบบเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมกับลวดลายผ้าทอ (Sariya, 2006) ด้านจังหวะ คือ การจัดวางบนตัวเสื้อเพื่อให้เกิดระยะหรือความเคลื่อนไหว ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกอ่อนหวาน สวยงาม หนักแน่น หรือหยาดกระด้าง ส่งผลให้เกิดความรู้สึกสบายตา หรือรกรตา ซึ่งอาจจะส่งผลให้เกิดอารมณ์หงุดหงิดหรือผ่อนคลาย ขึ้นอยู่กับการออกแบบ การตัดเย็บ และวัสดุ แบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) จังหวะคงที่ คือ จังหวะช่องว่างในระยะเท่ากัน โดยนำผ้าทอลวดลายเอกลักษณ์และผ้าพื้นมาประกอบในการออกแบบร้อยละ 50:50 2) จังหวะต่อเนื่อง คือ ช่องว่างในแต่ละจุดไม่เท่ากัน โดยนำผ้าทอลวดลายเอกลักษณ์และผ้าพื้นมาประกอบในการออกแบบร้อยละ 25:75 3) จังหวะผสม คือ การออกแบบเสื้อที่มีลวดลายของแนวตกแต่งช่องว่างและช่องจังหวะผสมผสานกันระหว่างแบบคงที่กับแบบต่อเนื่อง จะให้ความรู้สึกสวยงามและหรูหรา โดยนำผ้าทอลวดลายเอกลักษณ์และผ้าพื้นมาประกอบในการออกแบบ ร้อยละ 75:25 เพื่อให้เกิดความหลากหลายในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

หลักการทำแบบตัดและเทคนิคการตัดเย็บเสื้อผ้า เพื่อประยุกต์ให้เหมาะสมกับรูปแบบเครื่องแต่งกาย ลวดลายเอกลักษณ์ผ้าทอ ด้านการสร้างแบบตัด การแยกแบบตัด การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อการทำแบบตัด เทคนิคการวางแบบตัด (Sonprint, 2019) ให้เครื่องแต่งกายมีรูปแบบรูปทรงที่เหมาะสมตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากศิลปวัฒนธรรมผ้าทอท้องถิ่น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่าน เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างความแตกต่างเพื่อสื่อเอกลักษณ์ของตนเองด้วยการรวมตัว ร่วมใจ ร่วมพลัง ร่วมทำ

และร่วมเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน บนพื้นฐานทางวัฒนธรรมความสัมพันธภาพกับกาลยาณมิตรสู่การเรียนรู้และพัฒนาวิชาชีพ เปลี่ยนแปลงคุณภาพในกลุ่มชุมชนผ้าทอท้องถิ่น นำมาสู่การปรับปรุงรูปแบบและเป็นแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดเอกลักษณ์ของกลุ่มชุมชน กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน “แมกดิน” (MCDIN) (Saeng-lam, 2018) โดยแบ่งความสัมพันธ์ขององค์ประกอบได้ 5 คู่ความสัมพันธ์

1) พันธกิจร่วม (Mission) กำหนดทิศทางเป้าหมายและประเด็นการดำเนินงานร่วมกันให้ชัดเจนของกลุ่มชุมชนตนเองในการพัฒนาเพื่อตึงจุดแข็งของชุมชนมาสร้างอัตลักษณ์ และความแตกต่าง โดยเน้นศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตจากธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2) สร้างสรรค์ร่วม (Creativity) การระดมความคิดอย่างสร้างสรรค์ เพื่อกำหนดเอกลักษณ์ของชุมชนภายใต้การทำความเข้าใจบริบทของชุมชน

3) การพัฒนาร่วม (Development) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันของกลุ่ม โดยการหาหรือทิศทางความเป็นไปได้ของการออกแบบและกระบวนการผลิต

4) การทำให้สำเร็จร่วม (Implementation) การสร้างสิ่งที่กำหนดและพัฒนาให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์หรือชิ้นงานตัวอย่างเพื่อนำไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าให้ใช้งานได้จริง

5) เครือข่ายร่วม (Network) การเชื่อมโยงเครือข่ายประสานการทำงานในกลุ่มชุมชนหรือประสานการทำงานระหว่างกลุ่มชุมชนอื่น ในการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดความรู้ เพื่อนำมาปรับใช้กับกลุ่มชุมชนของตนเอง รวมถึงการแบ่งปันวัตถุดิบ การพึ่งพิงในการจำหน่ายสินค้าเพื่อกระจายจุดขายผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

กลุ่มผ้าท้องถิ่นจังหวัดน่าน 3 กลุ่ม มีองค์ความรู้ ทักษะการปฏิบัติเพิ่มขึ้น ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอ ตั้งแต่กระบวนการสร้างแนวคิด การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอ พร้อมกับผลิตภัณฑ์ตัวอย่างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่สื่อถึงอัตลักษณ์ ตามวิถีวัฒนธรรม และศักยภาพของแต่ละกลุ่ม เป็นการเพิ่มทักษะและขีดความสามารถในการผลิต มีองค์ความรู้ด้านเทรนด์แฟชั่นและแนวโน้มการออกแบบ สามารถออกแบบเครื่องแต่งกายให้เหมาะสมกับเอกลักษณ์ผ้าทอของตนเอง และสร้างแบบตัดเครื่องแต่งกายรูปแบบใหม่ได้ จำนวน 8 แบบ มีเทคนิคการวางลวดลายให้เหมาะสมกับเกรนผ้าและคุณสมบัติการ

ใช้งาน ซึ่งสามารถนำไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายได้ในอนาคต โดยผลการประเมินความพึงพอใจหลังการเข้าอบรม พบว่า ด้านความรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอ ด้านการเพิ่มทักษะการแปรรูปการสร้างสรรค์แบบตัด ด้านทักษะกระบวนการเย็บ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้วยแนวคิดแบบชุมชนกัลยาณมิตร เชื่อมโยงกันระหว่างกลุ่มชุมชนอื่น ทั้ง 3 กลุ่มจึงได้นำผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายรูปแบบใหม่ไปทดสอบตลาดในงานมหกรรมเครื่องเงินและผ้าทอน่าน ครั้งที่ 7 จากการสังเกตและสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคจำนวน 60 คน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้บริโภคเพศหญิงและเพศชายที่มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี มีความพึงพอใจต่อรูปแบบเสื้อแจ๊คเก็ตที่สามารถใส่ได้ทั้งเพศหญิงและเพศชายมากที่สุด และมีการสั่งผลิตจำนวน 8 ตัว รวมเป็นเงิน 30,400 บาท ผู้บริโภคเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 30 – 45 ปี มีความพึงพอใจต่อรูปแบบชุดเดรสสุรหุรา สง่างาม มากที่สุด และมีการสั่งผลิตจำนวน 5 ชุด รวมเป็นเงิน 17,500 บาทและผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 40 – 60 ปี มีพึงพอใจต่อรูปแบบกางเกงสวมใส่สบายมากที่สุด และจำหน่ายได้ทั้งหมด 12 ตัว รวมเป็นเงิน 21,000 บาท รวมยอดขายเป็นเงินทั้งหมด 68,900 บาท ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในด้าน อายุ รสนิยม วัตถุประสงค์ของการใช้งาน ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านการจำหน่าย อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการขายเชื่อมโยงเครือข่ายกันภายในจังหวัด

ผลกระทบและความยั่งยืนของการเปลี่ยนแปลง

ด้านทักษะความสามารถของกลุ่มผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่าน จำนวน 3 กลุ่ม ด้านการนำทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนาเครื่องแต่งกายรูปแบบใหม่ สามารถนำไปต่อยอดในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบเครื่องแต่งกาย เพิ่มขีดความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบัน ส่งผลให้ชุมชนเกิดการสร้างสรรค์ผลงานจากทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำไปต่อยอดสร้างผลงานผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ๆ และเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม เกิดการอนุรักษ์สืบสานต่อโดยคนรุ่นหลังได้อย่างยั่งยืน

ด้านการสร้างนิเวศธุรกิจที่เข้มแข็งมีความเป็นหนึ่งเดียวกัน และพึ่งพาอาศัยเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นพื้นฐานการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนทางวัฒนธรรม เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่วัตถุดิบ วิธีการผลิต ช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การนำวัตถุดิบของกลุ่มเครือข่ายมาประยุกต์ออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์ผสมผสานกับผ้าทอของแต่ละกลุ่ม และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 8 รูปแบบ ในกลุ่มเครือข่ายเพื่อเพิ่มโอกาสการจำหน่าย ส่งผลให้เกิดภาคีเครือข่ายในอนาคต สามารถสร้างโอกาสการรับรู้ของลูกค้า รวมทั้งสามารถต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อส่งเสริมสื่อความเป็นเอกลักษณ์ผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดน่าน

ผลกระทบด้านสังคมและเศรษฐกิจ เกิดเครือข่ายระบบนิเวศทางธุรกิจ ชุมชนกัลยาณมิตร มีวิสัยทัศน์ร่วม ผสมผสานเครือข่ายเชื่อมโยงการทำงานในกลุ่มของตนเองและระหว่างกลุ่มชุมชนอื่นได้ เนื่องจากชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม มีความเข้มแข็งทั้งด้านบุคลากร และวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม ผู้นำมีวิสัยทัศน์ที่ต้องการพัฒนาส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ร่วมกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคต และมีการจ้างงานเพิ่มขึ้น 7 คน มีการใช้วัตถุดิบในพื้นที่สำหรับย้อมผ้าทอ 35 กิโลกรัม ใช้ฝ้ายเส้นมือทั้งหมด 50 กิโลกรัม ชุมชนเกิดความรักและเห็นคุณค่าจากการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายที่เกิดจากทุนทางวัฒนธรรมและการร่วมมือของคนในชุมชนที่สามารถผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามกลุ่มผู้บริโภค ตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยได้วางแผนกลยุทธ์การผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าในอนาคต นอกจากนี้ชุมชนยังมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้าถึงลูกค้าผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ากับการตลาดในยุคปัจจุบัน เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ โครงการตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2564 ภายใต้โครงการ “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น”

References

- Arunyanart, S. (2015). *Innovation of fashion lifestyle brand: Bangkok cultural capital for generation Asia*. (Master's thesis). Chulalongkorn University, Faculty of Fine and Applied Arts. (in Thai).
- Burapajatan, J. (2020). Cultural apparels: Contemporary Tai Lue fashion. *Journal of Fine Arts Research and Applied Arts*, 7(1), 129–148. (in Thai).
- Department of Industrial Promotion. (2020). How to identity creating (Episode 1). Retrieved November 1, 2020, from: <https://bsc.dip.go.th>. (in Thai).
- Indentitynan. (2020). Nan race. Retrieved October 7, 2020, from: <https://www.Indentitynan.com> (in Thai).
- Inthasang, C. (2011). Niche market: The way to success of SMEs. *Panyapiwat Journal*, 2(2), 42–49. (in Thai).
- Kusalanon, R., Sukkai, C., & Keawtatip, A. (2021). Design and development of local woven fabrics to promote local identity and add value to cultural products in Chiang Saen community, Chiang Rai province. *Area Based Development Research Journal*, 13(1), 16–30. (in Thai).
- Office of Contemporary Art and Culture. (2009). Cultural industries/Creative industries. Retrieved November 1, 2020, from: <https://www.ocac.go.th>. (in Thai).
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2021). The twelfth national economic and social development plan (2017–2021). Retrieved October 3, 2020, from: <https://www.nesdc.go.th>. (in Thai).
- Ponglawhapun, A. (2021). The role of international fashion trend in the creation of fashion brand identity from cultural capital (case study: cultural textile in Nan province). *Fine Arts Journal: Srinakharinwirot University*, 25(2), 83–102. (in Thai).
- Saeng-lam, K. (2018). Development process to improve product of the local handicrafts community in Lampang, using the professional learning community model. *Journal of Industrial Education*, 17(3), 10–19. (in Thai).
- Saributr, U. (2012). *Art and culture preservation project*. Bangkok: King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang. (in Thai).
- Sariya, P. (2006). *Decorative design*. Bangkok: Odeonstore Press. (in Thai).
- Sarobol, A. (2018). *Fashion design and application*. Chiang Mai: Office of research administration, Chiang Mai University. (in Thai).
- Sonprint, W. (2019). Pattern marking and clothing construction techniques (7th ed.). Bangkok: Darnsutha Press. (in Thai).
- Sutthisung, S., Arunyanart, S., & Utiswannakul, P. (2021). Innovation of fashion lifestyle from Nan region production sources towards Luang Prabang. *Journal of Fine Arts Research and Applied Arts*, 8(1), 36–58. (in Thai).
- Thanalerdsopit, P. (2021). Value enhancement of Karen community products in Tha Nueu subdistrict, Chiang Mai province. *Area Based Development Research Journal*, 13(3), 212–225. (in Thai).
- Wanichakorn, A. (2014). Thai wisdom knowledge: Design and created the contemporary products. *Institute of Culture and Arts Journal*, 15(2), 22–28. (in Thai).