

# การพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

สกาอวดือน เชื้อสีดา<sup>1\*</sup> และ นิรัช สูดสังข์<sup>2</sup>

## Development of Strategic Planning to Create a fashion brand from handwoven textile by thilue amphoe Chiangkong, Chiangrai

Sakaowduan chuaseeda<sup>1\*</sup> and Nirat soodsang<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

<sup>1,2</sup> Faculty of Architecture, Naresuan University

\*Corresponding author E-mail address: Sakaowduan11@gmail.com

### บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายของการวิจัยคือ 1) เพื่อพัฒนาสินค้าแฟชั่นจาก ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย 2) เพื่อพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย 3) เพื่อประเมินแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย 3.1) ประเมินความพึงพอใจในผลงานการออกแบบสินค้าแฟชั่น 3.2) ประเมินโครงการ / กิจกรรม โดยผู้เชี่ยวชาญ 8 ท่านและกลุ่มตัวอย่างจากการประเมินออนไลน์จำนวน 378 คน และการแจกแบบประเมินตามห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงรายจำนวน 217 คน รวมเป็นกลุ่มอย่างทั้งหมดจำนวน 595 คน ผลการวิจัยพบว่า 1. การพัฒนาสินค้าแฟชั่นจาก ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายโดยได้แนวคิด (Concept) คือ การพลิกฟื้นวัฒนธรรม นำมาผสมผสานกับความทันสมัยเพื่อรักษาวัฒนธรรมไว้ให้ยั่งยืน (Revival of Culture) โดยโครงสร้างชุดมีรูปแบบเรียบง่าย (Minimal style) ใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกเรียบง่าย นุ่มนวล ดูหรูหราในขณะเดียวกันคือสี เบจและสีขาว ทำการออกแบบทั้งหมด 5 ชิ้น ประกอบด้วย ชุดเดรสสั้น 1 ตัว เสื้อ 1 ตัว กระโปรง 1 ตัว กางเกง 1 ตัว และเสื้อสูท 1 ตัว โดยแต่ละชุดสามารถนำมาประยุกต์การใส่ด้วยกันได้ 2. การพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ที่ 1 : การสร้างแบรนด์ กลยุทธ์ที่ 2 : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ที่ 3 : การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ที่ 4 : การส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ที่ 5: การกำหนดเป้าหมายเพื่อเป็นผู้นำในด้านต่างๆในอนาคต 3. การประเมินแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่าการประเมินความพึงพอใจในผลงานการออกแบบเครื่องแต่งกายผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จากกลุ่มตัวอย่างทางออนไลน์มีค่าเฉลี่ยในทุกด้านเท่ากับ 4.34 (SD.60) อยู่ในระดับความพึงพอใจมากและจากการแจกแบบสอบถามตามห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงราย พบว่ามี ค่าเฉลี่ยในทุกด้านเท่ากับ 4.33 (SD.20) อยู่ในระดับความพึงพอใจมากโดย และจากการประเมินแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายพบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 8 ท่านมีความเห็นโดยรวมว่าโดยรวมอยู่ในระดับที่มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มาก

**คำสำคัญ :** การพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ

## ABSTRACT

Developing the strategic plan to create the brand for fashion product with Thailue Textile in Chiangkhong District, Chiang Rai study aims to 1) develop fashion product from Thailue textile in Chiangkhong District, Chiang Rai Province 2) develop strategic plan to create the brand of fashion products from Thailue textile in Chiangkhong District, Chiang Rai Province 3) evaluate the strategic plan of creating the brand of fashion product from Thailue textile in Chiangkhong District, Chiang Rai Province which included 3.1 evaluating satisfaction in work of designing the fashion products and 3.2) evaluating the project/ activity by 8 specialists and 600 subjects. The result was found that 1) Developing fashion products from Thailue Textile in Chiangkhong District, Chiang Rai Province was performed under the concept of cultural revival mixed with modernity to maintain cultures. The outfit was designed in minimal style and tones that would make it look simple, gentle and magnificent simultaneously including beige and white. It was designed in 5 pieces including 1 short dress, 1 shirt, 1 skirt, 1 pants and 1 suit. Each outfit could be mixed and matched alternately. 2) Developing strategic plan to create the brand of fashion products with Thailue Textile in Chiangkhong District, Chiang Rai Province consisted of 1: brand creation 2: product development 3: distribution channel addition 4: marketing promotion And 5: target specification to be the leader in various terms in the future. 3) Evaluating the strategic plan to create brand of fashion product from Thailue Textile in Chiangkhong District, Chiang Rai Province was found that the satisfaction survey in works of designing clothes from Thailue textile in Chiangkhong District, Chiang Rai Province from the subjects via online and questionnaires that were distributed at the department store in Chiang Rai was found that the subjects were satisfied in high level. Furthermore, according to the evaluation of strategic plan to create the brand of fashion products from Thailue Textile in Chiangkhong District, Chiang Rai Province, it was found that 8 specialists had overall opinions that it was generally in proper level with high possibility.

Keywords: strategic brauding development, Fashion product, Thailue textile

## บทนำ

เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยต้องเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งภายนอกและภายในประเทศ ท่ามกลางข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและแรงงานค่าจ้างต่ำที่เคยมีอยู่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ต้องเร่งปรับเปลี่ยนทิศทางการพัฒนามาเน้นการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความได้เปรียบมาผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและงานบริการ โดยเฉพาะในสาขาที่ประเทศไทยมีศักยภาพอย่างแท้จริง(สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้,2557) หนึ่งในนั้นคืออุตสาหกรรมแฟชั่นซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และไอเดียของผู้ประกอบการหรือนักออกแบบอาชีพเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ในตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยการนำเข้าเครื่องนุ่งห่มของไทยในปี พ.ศ. 2553 นั้น อยู่ที่ 633 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.8 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยที่ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มที่มีการนำเข้ามากที่สุด (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2553)แม้ว่าประเทศไทยจะมีตราสินค้าเสื้อผ้าแบรนด์เนมที่มีชื่อเสียง มีคุณภาพดี มีราคาสูง ผู้บริโภคชาวไทยก็ยังนิยมสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งที่ชาติไทยเป็นชาติที่มีวัฒนธรรมเป็นมรดกที่สำคัญอย่างยิ่งที่บรรพบุรุษได้สืบทอดมาจากรุ่นหลัง โดยผ่านกระบวนการสั่งสม ถ่ายทอด และพัฒนาในแต่ละยุคสมัย โดยวัฒนธรรมท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์มีความหลากหลายแตกต่างกันไป วัฒนธรรมเช่นนี้ย่อมมีความหมายมากกว่าวิถีชีวิต แต่เป็นเอกลักษณ์ประจำกลุ่มชาติพันธุ์ที่สั่งสมมานาน มีลักษณะเด่นทางวัฒนธรรม (อารา พงศาพิชน์, 2533)

การทอผ้าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในหลายภูมิปัญญาที่ชาวบ้านในชุมชนชนบทจำนวนมากไม่ย่อหย่อนที่จะถ่ายทอดทุกภูมิภาคได้ สืบทอดฝึกหัดกันมาในลักษณะการเรียนรู้ภายในครอบครัวผ่านชุมชนโดยการเชื่อมโยงซึ่งกันและกันของคนชุมชน ผ่านความสัมพันธ์ของมิติของสังคม สิ่งแวดล้อมและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (นันทสาร สีสลับและคณะ, 2542) ผ้าทอที่ปรากฏในภูมิภาคต่างๆ มีรูปแบบวิธีการที่ต่างกันออกไปทั้งวิธีการทอ การทาลวดลายและด้วยวิธีการแบบต่างๆ รูปแบบที่ปรากฏในงานทอผ้าของ

ชาวบ้านในแต่ละท้องถิ่นแต่ละกลุ่มก็จะมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกันออกไปตามวิธีการผลิต ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากขนบธรรมเนียม ประเพณีความเชื่อทางวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต ผสมผสานค่านิยมในสังคมที่สืบทอดมาจากชุมชนต้นกำเนิด (มารุต อัมรพันธ์, 2542) ในปัจจุบันผลจากการพัฒนาประเทศ ทำให้ผ้าทอบางท้องถิ่นขาดความเป็นเอกลักษณ์ทั้งลวดลาย สี สัน เส้นใยการทอ และสิ่งที่สำคัญคือการอนุรักษ์และการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทอผ้าแบบดั้งเดิม ซึ่งบางท้องถิ่นกำลังจะเลือนหายไป ชนรุ่นใหม่ขาดความสนใจ ความภาคภูมิใจและไม่ตระหนักถึงคุณค่าในการสืบทอดต่อจากคนรุ่นเก่า อันเป็นผลมาจากการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัย ผลที่สุดองค์ความรู้ในการทอผ้าแบบดั้งเดิมจึงหายไปพร้อมกับคนเฒ่าคนแก่(เอี่ยม ทองดี, 2538) ดังเช่นชาวไทลื้อ จังหวัดเชียงรายนั้น ภูมิปัญญาการทอผ้าหลงเหลืออยู่แค่ในรุ่นพ่อแม่ปู่ย่าตายายเท่านั้นและชาวไทลื้อรุ่นใหม่กลับมามีอาชีพตามวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน

กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย บ้านศรีมงคล หมู่ที่ 14 ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เป็นองค์กรหนึ่งซึ่งได้รับการพัฒนาจากภาครัฐให้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และผู้ประกอบการโดยส่วนมากยังไม่เข้าใจถึงวิธีการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์โดยวิธีการผ่านกระบวนการวิเคราะห์ และวางแผนกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับผลิตภัณฑ์และธุรกิจของตนเอง ซึ่งผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อดำเนินธุรกิจให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษากระบวนการรูปแบบและกรรมวิธีการทอผ้าไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ศึกษาแนวคิดในการพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และรวบรวมผลการศึกษาเพื่อแนวทางในการพัฒนา เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยการนำเอาวัฒนธรรมไทยหรือภูมิปัญญาไทยมาประยุกต์ใช้โดยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและการตลาดในปัจจุบันซึ่งจะส่งผลดีต่อวงซึ่งวัฒนธรรมของไทย และเป็นการต่อยอดทางธุรกิจที่ยั่งยืนอีกด้วย

### จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อพัฒนาสินค้าแฟชั่นจาก ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อประเมินแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
  - 3.1 ประเมินความพึงพอใจในผลงานการออกแบบสินค้าแฟชั่น
  - 3.2 ประเมินโครงการ / กิจกรรม

### ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย เพื่อให้งานวิจัยมีความชัดเจน และเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้กำหนดเอาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตของเนื้อหา
  - 1.1 ศึกษากระบวนการและกรรมวิธีการทอผ้าไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
    - 1.2 ศึกษาตราสินค้าแฟชั่นในประเทศไทย
    - 1.3 ศึกษาการพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น
    - 1.4 ศึกษาการออกแบบเครื่องแต่งกาย
    - 1.5 ศึกษาข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคแบรนด์สินค้าแฟชั่นของสุภาพสตรีไทย
2. ขอบเขตด้านการออกแบบ
  - 2.1 ออกแบบสินค้าแฟชั่นจากผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย เครื่องแต่งกายสตรีจำนวน 5 ชิ้น 1 คอลเลคชั่น ประกอบด้วย ชุดเดรสสั้น 1 ชุด เสื้อ 1 ตัว กระโปรง 1 ตัว กางเกง 1 ตัว และเสื้อสูท 1 ตัว
  - 2.2 พัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
3. ขอบเขตกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อ การพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย และ กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบสินค้าแฟชั่นจากผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

  - 3.1 ประชากร ได้แก่

-กลุ่มสตรีอายุ 20-30ปีที่นิยมซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ในFacebook FanPage “Siambrandname” ซึ่งเป็นกลุ่ม Facebook Fan Page สำหรับการซื้อขายแลกเปลี่ยนและกระจายข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าแบรนด์เนม มีสมาชิกในกลุ่มจำนวน 24,296 คน

- กลุ่มสตรีอายุ 20-30 ปีที่นิยมบริโภคสินค้าแฟชั่นตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำในจังหวัดเชียงราย จำนวน 500 คน

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประชากร ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- กลุ่มสตรี อายุ 20-30 ปีที่นิยมซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ใน Facebook Fan Page “Siambrandname” จำนวน 378 คน

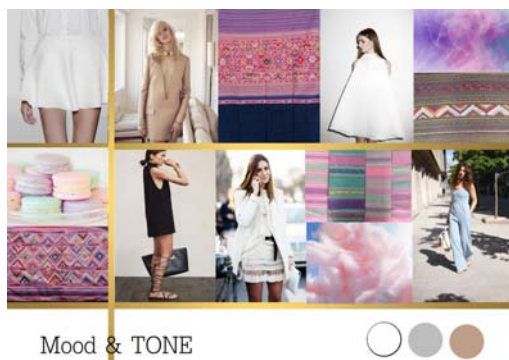
- กลุ่มสตรีอายุ 20-30 ปีที่นิยมบริโภคสินค้าแฟชั่นตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำในจังหวัดเชียงราย จำนวน 217 คน โดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Krejcie & Morgan (1970)

### ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการสร้างแนวทางการพัฒนาสินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ผลจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเรื่อง การสร้างแนวทางการพัฒนา สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 20-30 ปี ประกอบอาชีพ ทำธุรกิจส่วนตัวและพนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานรัฐวิสาหกิจตามลำดับ มีรายได้โดยเฉลี่ยเดือนละ 10,001-25,000 บาท ซื้อเครื่องแต่งกายแบรนด์เนมเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง โดยจำนวนเงินในการซื้อเครื่องแต่งกายแบรนด์เนมในแต่ละครั้ง/ต่อหนึ่งชิ้น คือ น้อยกว่า 3,000 บาท รูปแบบเครื่องแต่งกาย(style) ที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ แบบเรียบง่าย (Minimalist) แบบหรูหรา (Classy) และแบบทันสมัย (Modern/chic) ตามลำดับ โดยแบรนด์เสื้อผ้าไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบคือ แบรนด์ Disaya แบรนด์ Milin และแบรนด์ Vatanika ตามลำดับ

การศึกษาภาพลักษณ์รูปแบบเครื่องแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย (Style) พบว่ารูปแบบเครื่องแต่งกาย(style) ที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบมากที่สุดคือ แบบเรียบง่าย (Minimalist) ผู้วิจัยจึงได้ศึกษา Style Minimalist ซึ่งสรุปได้ว่า Minimalist Style เป็นรูปแบบที่เรียบง่าย ความน้อย เกิดจากการตัดทอนสิ่งที่เกินจริงทิ้งไป แต่นอกจากความเรียบง่ายแล้ว Minimalist Style ยังต้องคงความประณีตไว้ด้วยเช่นกัน โดยความสวยงามของ Minimalist Style นั้นคือการที่วัสดุของชิ้นงานนั้นๆได้แสดงตัวอย่างเต็มที่ การใช้เส้นและรูปทรงของ Minimalist Style จะเน้นการใช้เส้นและรูปทรงที่เรียบง่าย ไม่ฉูดฉาดเช่น เส้นตรง เส้นโค้ง รูปทรง ก็จะเป็นรูปทรงที่เรียบง่ายเช่นเดียวกัน ในส่วนของสีที่สื่อถึง Minimalist Style จะเป็นสีจำพวกสีที่ไม่ฉูดฉาดมากเช่น สีขาว สีเทา สีน้ำเงินกรม สีดำนี สีส้มเป็นต้น เมื่อศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือขั้นตอนการออกแบบโดยผู้วิจัยได้สร้างแนวทางในการออกแบบได้โดยใช้แนวคิด Revival of Culture การพลิกฟื้นวัฒนธรรม นำมาผสมผสานกับความทันสมัยเพื่อการรักษาวัฒนธรรมไว้ให้ยั่งยืน โดยออกแบบให้ความเรียบง่าย ทันสมัย ใช้ผ้าที่กลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายผลิตขึ้นมา ได้แก่ ผ้าทอไทลื้อซึ่งใช้ลวดลายน้ำไหลซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทลื้อศรีดอนชัย และผ้าฝ้ายทอสีล้วน และใช้กลุ่มโทนสีที่ให้ความรู้สึก เรียบง่าย นุ่มนวล ดูหรูหราในขณะเดียวกันกลุ่มสีพื้นฐาน (Basic Colour) ที่นำมาใช้ในการออกแบบได้แก่ สีเบจ สีเทา และสีขาว



ภาพ 1 ภาพแสดงแรงบันดาลใจในการออกแบบและแสดงสี (Colour) ในการออกแบบ



ภาพ 2 ภาพแสดงบุคลิก (Character) ของกลุ่มเป้าหมาย

ในขั้นตอนการออกแบบเครื่องแต่งกายจาก ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดในการออกแบบ (Concept) โดยนำข้อมูลจากการสร้างแนวทางในการพัฒนาสินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ และการศึกษาวิเคราะห์ แบรินด์แฟชั่นคู่แข่งทางการตลาด โดยได้แนวคิด (Concept) คือ การพลิกฟื้นวัฒนธรรม นำมาผสมผสานกับความทันสมัยเพื่อรักษาวัฒนธรรมไว้ให้ยั่งยืน (Revival of Culture) โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากเครื่องแต่งกายดั้งเดิมของชาวไทลื้อด้วยตัวเสื้อที่มีเส้นลายทาบซอและตัวเสื้อที่สั้นนำมาดัดแปลงให้มีความทันสมัยและสวมใส่ได้ง่ายมากขึ้น โดยโครงสร้างชุดมีรูปแบบเรียบง่าย (Minimal style) ผสมผสานกับเครื่องแต่งกายไทลื้อดั้งเดิม มีความประณีตในการตัดเย็บ ไม่มีการประดับตกแต่งมากมายจนเกินไป ใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกเรียบง่าย นุ่มนวล ดูหรูหราในขณะเดียวกันคือสี เบจและสีขาว โดยออกแบบทั้งหมด 5 ชิ้น ประกอบด้วย ชุดเดรสสั้น 1 ตัว เสื้อ 1 ตัว กระโปรง 1 ตัว กางเกง 1 ตัว และเสื้อสูท 1 ตัว โดยแต่ละชุดสามารถนำมาสลับสับเปลี่ยนการใส่ด้วยกันได้



ภาพ 4 ภาพแสดงการออกแบบร่างครั้งที่ 2



ภาพ 5 ภาพแสดงผลการตัดเย็บเครื่องแต่งกายแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจในผลงานการออกแบบเครื่องแต่งกายจากการพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ

1. ผลการประเมินความพึงพอใจในผลงานการออกแบบเครื่องแต่งกายจากการพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ โดยกลุ่มสตรีช่วงอายุ 20-30 ปีที่นิยมบริโภคสินค้าแฟชั่นตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำในจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 217 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 93.0 เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 7.0 ในส่วนของช่วงอายุของผู้ประเมินปรากฏผลว่า ช่วงอายุ 20-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 60.0 ช่วงอายุ 31-35 ปีคิดเป็นร้อยละ 25.0 และช่วงอายุมากกว่า 35 ปีคิดเป็นร้อยละ 15.0 โดยผู้ประเมินมีอาชีพ รับราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 15.0 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 48.0 ทำธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 24.0 เป็นนิสิตนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 10.0 และประกอบอาชีพอื่นๆอีก คิดเป็นร้อยละ 3.0 โดยมีรายได้ 10,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.5 รายได้ 25,000 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.0 และรายได้มากกว่า 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.5 โดยผู้ตอบแบบประเมินมีพฤติกรรมการซื้อเครื่องแต่งกายแบรนด์เนม น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 50.0 เดือนละหนึ่งครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.0 เดือนละ 2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 14.0 และซื้อมากกว่าเดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.0 โดยมีจำนวนเงินในการซื้อเครื่องแต่งกายแบรนด์เนมในแต่ละครั้ง/ต่อหนึ่งชิ้น น้อยกว่า 3,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 76.0 และ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.0

ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจ โดยผู้วิจัยสามารถสรุปได้เป็นตารางดังนี้

ตาราง 1 แสดงผลข้อมูลการประเมินความพึงพอใจ เรื่อง แบบประเมินความพึงพอใจในผลงานการออกแบบเครื่องแต่งกาย จากการ

พัฒนาสินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ จากผู้ตอบแบบสอบถาม n=217 คน

| ที่ | รายการ                                                                                                                                    | $\bar{X}$ | SD  | ระดับความพึงพอใจ |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|------------------|
| 1   | รูปแบบเครื่องแต่งกายมีสภาพเรียบร้อย ประณีต สวยงาม                                                                                         | 4.70      | .45 | มากที่สุด        |
| 2   | รูปทรงและสัดส่วนไม่บิดเบี้ยว สมส่วน ไม่ย่นตึง หรือรั้ง                                                                                    | 4.70      | .45 | มากที่สุด        |
| 3   | รูปแบบเครื่องแต่งกายมีความสวยงาม เหมาะสมกับการใช้งาน                                                                                      | 3.96      | .73 | มาก              |
| 4   | รูปแบบเครื่องแต่งกายสามารถสวมใส่ได้หลากหลายโอกาส                                                                                          | 3.74      | .61 | มาก              |
| 5   | รูปแบบเครื่องแต่งกายมีความโดดเด่น เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น                                                                              | 3.86      | .67 | มาก              |
| 6   | รูปแบบเครื่องแต่งกายมีความร่วมสมัย สามารถเข้าถึงได้ง่าย                                                                                   | 3.74      | .61 | มาก              |
| 7   | รูปแบบเครื่องแต่งกายมีความเชื่อมโยงและสะท้อนถึงวัฒนธรรมไทลื้อ                                                                             | 4.28      | .54 | มากที่สุด        |
| 8   | ลวดลายผ้าทอไทลื้อที่นำมาประยุกต์ใช้กับเครื่องแต่งกายมีความเหมาะสม                                                                         | 4.73      | .50 | มากที่สุด        |
| 9   | รูปแบบของเครื่องแต่งกายทำให้ผ้าทอไทลื้อสวมใส่ง่ายขึ้น                                                                                     | 4.16      | .53 | มากที่สุด        |
| 10  | ทัศนคติที่ทอานมีต่อการนำผ้าไทยมาใช้งานแฟชั่นเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น                                                                       | 4.73      | .50 | มากที่สุด        |
| 11  | รูปแบบเครื่องแต่งกายจากการพัฒนาสินค้าผ้าทอแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ทำให้เห็นคุณค่าของงานหัตถกรรมพื้นถิ่นมากขึ้น | 4.67      | .56 | มากที่สุด        |
| 12  | สามารถต่อยอดในงานออกแบบอื่นๆได้อีก                                                                                                        | 4.73      | .50 | มากที่สุด        |
| รวม |                                                                                                                                           | 4.33      | .20 | มาก              |

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาว่ามีความพึงพอใจมากที่สุดสามลำดับได้แก่ ลวดลายผ้าทอไทลื้อที่นำมาประยุกต์ใช้กับเครื่องแต่งกายมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.73(SD .05) ทัศนคติที่ทอานมีต่อการนำผ้าไทยมาใช้งานแฟชั่นเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.73 (SD .05) และ สามารถต่อยอดในงานออกแบบอื่นๆได้อีก มีค่าเฉลี่ย 4.73 (SD .05) ตามลำดับ

2. ผลการประเมินความพึงพอใจในผลงานการออกแบบเครื่องแต่งกายจากการพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ โดยกลุ่มสตรีช่วงอายุ 20-30 ปีที่นิยมซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์ใน Facebook Fan Page “Siambrandname” จำนวน 378 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 97.7 เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 2.3 ในส่วนของช่วงอายุของผู้ประเมิน ปรากฏผลว่า ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.8 ช่วงอายุ 20-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 45.8 ช่วงอายุ 31-35 ปีคิดเป็นร้อยละ 42.8 และช่วงอายุมากกว่า 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.0 โดยผู้ประเมินมีอาชีพ รับราชการ/พนักงานของรัฐ / พนักงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 22.9 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 30.9 ทำธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 28.6 เป็นนิสิตนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 8.3 รับจ้างทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 6.5 และประกอบอาชีพอื่น ๆ อีก คิดเป็นร้อยละ 3.5 โดยมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.8 มีรายได้ 10,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.1 รายได้ 25,000 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.1 และรายได้มากกว่า 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.3 โดยผู้ตอบแบบประเมินมีพฤติกรรมการซื้อเครื่องแต่งกายแบรนด์เนม น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 26.3 เดือนละหนึ่งครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.1 เดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.1 และซื้อมากกว่าเดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.5 โดยมีจำนวนเงินในการซื้อเครื่องแต่งกายแบรนด์เนมในแต่ละครั้ง/ต่อหนึ่งชิ้น น้อยกว่า 3,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 52.2 และ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.3 5,001 – 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.5 และ 7,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.0

ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจ โดยผู้วิจัยสามารถสรุปได้เป็นตารางดังนี้

ตาราง แสดงผลข้อมูลการประเมินความพึงพอใจ เรื่อง แบบประเมินความพึงพอใจในผลงานการออกแบบเครื่องแต่งกาย จากการพัฒนาสินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จากผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ n=378

| ที่ | รายการ                                                                                                                                  | $\bar{X}$ | SD  | ระดับความพึงพอใจ |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|------------------|
| 1   | รูปแบบเครื่องแต่งกายมีสภาพเรียบร้อย ประณีต สวยงาม                                                                                       | 4.46      | .72 | มาก              |
| 2   | รูปทรงและสัดส่วนไม่บิดเบี้ยว สมส่วน ไม่ย่นตึง หรือรั้ง                                                                                  | 4.40      | .76 | มาก              |
| 3   | รูปแบบเครื่องแต่งกายมีความสวยงาม เหมาะสมกับการใช้งาน                                                                                    | 4.26      | .73 | มาก              |
| 4   | รูปแบบเครื่องแต่งกายสามารถสวมใส่ได้หลากหลายโอกาส                                                                                        | 4.15      | .74 | มาก              |
| 5   | รูปแบบเครื่องแต่งมีความโดดเด่น เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น                                                                               | 4.20      | .74 | มาก              |
| 6   | รูปแบบเครื่องแต่งกายมีความร่วมสมัย สามารถเข้าถึงได้ง่าย                                                                                 | 4.19      | .73 | มาก              |
| 7   | รูปแบบเครื่องแต่งกายมีความเชื่อมโยงและสะท้อนถึงวัฒนธรรมไทลื้อ                                                                           | 4.36      | .73 | มาก              |
| 8   | ลวดลายผ้าทอไทลื้อที่นำมาประยุกต์ใช้กับเครื่องแต่งกายมีความเหมาะสม                                                                       | 4.37      | .72 | มาก              |
| 9   | รูปแบบของเครื่องแต่งกายทำให้ผ้าทอไทลื้อสวมใส่ง่ายขึ้น                                                                                   | 4.40      | .73 | มาก              |
| 10  | ทัศนคติที่ท่านมีต่อการนำผ้าไหมมาใช้ในงานแฟชั่นเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น                                                                   | 4.41      | .72 | มาก              |
| 11  | รูปแบบเครื่องแต่งกายจากการพัฒนาสินค้าผ้าทอแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ทำให้เห็นคุณค่าของงานหัตถกรรมพื้นถิ่นมากขึ้น | 4.45      | .71 | มาก              |
| 12  | สามารถต่อยอดในงานออกแบบอื่นๆได้อีก                                                                                                      | 4.45      | .71 | มาก              |
| รวม |                                                                                                                                         | 4.34      | .60 | มาก              |

จากตารางสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบประเมินพิจารณาว่ามีความพึงพอใจมากที่สุดสามลำดับได้แก่ รูปแบบเครื่องแต่งกายมีสภาพเรียบร้อย ประณีต สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.46 (SD .72) รูปแบบเครื่องแต่งกายจากการพัฒนาสินค้าผ้าทอแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ทำให้เห็นคุณค่าของงานหัตถกรรมพื้นถิ่นมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.45 (SD .71) และ สามารถต่อยอดในงานออกแบบอื่นๆได้อีก มีค่าเฉลี่ย 4.45 (SD .60) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

การพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยการนำเอาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทลื้อมาประยุกต์ใช้โดยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและการตลาดในปัจจุบัน โดยนำเอาหลักการและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล การกำหนดประเภทธุรกิจและเป้าหมาย การวิเคราะห์อุตสาหกรรม วิเคราะห์ตลาด ตลอดจนการวิเคราะห์สินค้าและบริการและการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด และการขาย ของตนเองเพื่อรวบรวมข้อมูลเหล่านี้ในการดำเนินการพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ที่ 1 : การสร้างแบรนด์ กลยุทธ์ที่ 2 : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ที่ 3 : การ

เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ที่ 4 : การส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ที่ 5 : การกำหนดเป้าหมายเพื่อเป็นผู้นำในด้านต่างๆในอนาคต

โดยจากการดำเนินการพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ สามารถสรุปได้ดังนี้

#### กลยุทธ์ที่ 1: การสร้างแบรนด์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องและสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ และได้กำหนดรูปแบบและบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Identity) โดยประกอบไปด้วย LOGO โทนสีของแบรนด์ และ รูปแบบลวดลายเอกลักษณ์ของ แบรนด์ ดังนี้



ภาพ 6 ภาพแสดงบุคลิกภาพของแบรนด์ (Brand Identity)

และได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ รูปแบบและบุคลิกภาพของแบรนด์ดังนี้



ภาพ 7 ภาพบรรจุภัณฑ์ของแบรนด์

#### กลยุทธ์ที่ 2: การพัฒนาผลิตภัณฑ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและบุคลิกภาพของแบรนด์ ผู้วิจัยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์โดยมีแรงบันดาลใจในการออกแบบ คือ Revival of Culture การพลิกฟื้นวัฒนธรรม นำมาผสมผสานกับความทันสมัยเพื่อการรักษาวัฒนธรรมไว้ให้ยั่งยืน โดยผลของการตัดเย็บเป็นดังนี้





ภาพ 8 ภาพผลการตัดเย็บเครื่องแต่งกายแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ

กลยุทธ์ที่ 3: การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้วิจัยได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของแบรนด์ ทาง Facebook โดยใช้ชื่อใน Facebook Page ว่า “Sridonchai Handwoven Textile by Thilue” และ ทาง Instagram โดยใช้ชื่อว่า “Sridonchai Handwoven textile” สำหรับลูกค้าอีกกลุ่มที่นิยมซื้อสินค้าผ่านทาง Instagram

กลยุทธ์ที่ 4: การส่งเสริมการตลาด

ผู้วิจัยได้ทำการส่งเสริมทางการตลาดในขั้นตอนสองรูปแบบได้แก่ นามบัตรและแผ่นพับดังนี้



ภาพ 9 ภาพนามบัตรของแบรนด์



ภาพ 10 ภาพแผ่นพับของแบรนด์

กลยุทธ์ที่ 5: การกำหนดเป้าหมายเพื่อเป็นผู้นำในด้านต่างๆในอนาคต

ผู้วิจัยได้กำหนดเป้าหมายต่างๆในอนาคต โดยมีแนวทางดังนี้ แนวทางที่ 1 การพัฒนาเพื่อเป็นผู้นำที่แตกต่าง (Differentiation) แนวทางที่ 2 การกำหนดราคาโปรโมชั่น (Promotional Pricing) แนวทางที่ 3 การลดราคา (Price Discounts) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ต่อไปในอนาคต

ส่วนที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจในการแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยได้นำแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสาขาที่เกี่ยวข้อง 8 ท่านประเมินความพึงพอใจ ผลการประเมินความพึงพอใจในแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ โดยรวมอยู่ในระดับที่มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากที่สุดได้แก่ ด้านขั้นตอนการดำเนินการพัฒนาผลกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ และในด้านอื่นๆ ผู้เชี่ยวชาญให้การประเมินว่ามีความเหมาะสมและเป็นไปได้มาก ในระดับเท่ากัน ผู้วิจัยพบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 8 ท่าน มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในประเด็นที่ใกล้เคียงกัน คือ ควรวาง ตำแหน่งของแบรนด์ให้ชัดเจนกว่านี้ เพื่อที่แบรนด์จะได้มีความชัดเจนมากขึ้น

## อภิปรายผล

ผลการพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

### 1. การพัฒนาสินค้าแฟชั่นจาก ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งขั้นตอนการพัฒนาสินค้าจากผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ออกเป็นสองขั้นตอน ได้แก่ 1. ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า และ 2. ขั้นตอนการออกแบบ ดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า (Research) ผู้วิจัยพบว่า จากการศึกษาลักษณะของผ้าทอไทลื้อแล้ว ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุ 20-30 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุโดยเฉลี่ย ที่มีปริมาณการบริโภคสินค้าแฟชั่นมากที่สุดเนื่องด้วยสังคม การทำงาน และการใช้ชีวิต ส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาสนใจดูแลภาพลักษณ์ตัวเองมากยิ่งขึ้น โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญนิภา พัฒนากุศล (2551) เรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น ที่กล่าวว่า ช่องว่างนี้เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกิดมาพร้อมกับกระแสแฟชั่นทางตะวันตก มีสื่อต่างๆเข้ามาในการรับรู้มากมาย ซึ่งเป็นการค่อยๆซึมซับและปลูกฝังค่านิยมและความศรัทธาของการบริโภคสินค้าแบรนด์เนมอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว และโดยส่วนใหญ่เชื่อว่าเครื่องแต่งกายเป็นการสะท้อนถึงรสนิยม สไตล์ และความทันสมัยของผู้สวมใส่

2. ขั้นตอนการออกแบบ (Design) ผู้วิจัยสามารถ สร้างแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกาย จากผ้าทอไทลื้ออำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ โดยการกำหนดแนวคิดในการออกแบบ (Concept) คือ การพลิกฟื้นวัฒนธรรมนำมาผสมผสานกับความทันสมัยเพื่อรักษาวินัยวัฒนธรรมไว้ให้ยั่งยืน (Revival of Culture) โดยใช้ผ้าทอมือจากกลุ่มสตรีทอผ้าศรีสะเกษเป็นวัตถุดิบหลัก โดยผู้วิจัยได้รับแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องแต่งกายดั้งเดิมของชาวไทลื้อ นำมาดัดแปลงให้มีความทันสมัยและสวมใส่ได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดภายใต้แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่กล่าวไว้ว่า หลักการสำคัญคือ การเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจและเชื่อมโยงไปสู่คุณค่าทางสังคมจนกลายเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในที่สุด และจารุพรรณ ทรัพย์ปรุง (2543) ยังกล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมในการแต่งกายมีการเปลี่ยนแปลง โดยผู้ที่ได้รับอิทธิพลด้านการแต่งกายจะนำรูปแบบการแต่งกายที่ตนถือเป็นต้นแบบไปดัดแปลงแก้ไขเพิ่มเติมในรายละเอียดให้เหมาะสมกับภาวการณ์ดำเนินชีวิตที่ดำรงอยู่

### 2. การพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ

จากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยสามารถพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ สินค้าแฟชั่นผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ได้ดังต่อไปนี้

การพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยการนำเอาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทลื้อมาประยุกต์ใช้โดยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและการตลาดในปัจจุบัน ดังที่ วิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2535) ได้กล่าวไว้ว่า ศิลปหัตถกรรม คือ ผลงานที่เกิดจากฝีมือมนุษย์หรือสิ่งที่ต้องใช้มือในการประดิษฐ์โดยมีความงามทางศิลปะแฝงอยู่ทั้งนี้อาจใช้เครื่องทุ่นแรงช่วยด้วยก็ได้ ส่วนศิลปะพื้นบ้านที่เป็นงานศิลปะตั้งอยู่บนพื้นฐานของชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ และวัฒนธรรมของกลุ่มชนที่มาจากชีวิตจิตใจของกลุ่มชนเหล่านั้นโดยอาจสนองความเชื่อเพื่อความสุขทางใจหรือเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวันเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนกันภายในชุมชน ซึ่งเป็นความสามารถที่ถ่ายทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษมิใช่การลอกเลียนแบบหรือได้อิทธิพลจากถิ่นอื่น ศิลปะประเภทนี้จึงมีลักษณะเฉพาะถิ่นของตนเอง

## ข้อเสนอแนะ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

### 1. การนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การนำผลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในเชิงการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

1.1 จากผลของงานวิจัยจากแบบสอบถามในการสร้างแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายผ้าทอไทลื้อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ได้รวบรวมข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อสร้างแนวทางในการออกแบบ ซึ่งในบางข้อคำถามอาจเป็นประโยชน์ต่อก่อนออกแบบเพื่อเป็นข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภคได้

1.2 ในการออกแบบนั้นออกแบบควรนำกรอบแนวคิดในการออกแบบไปประยุกต์ใช้กับงานออกแบบของตนเองอย่างเหมาะสม เพื่อเป็นการตีกรอบแนวทางการออกแบบของงานออกแบบให้ชัดเจนมากขึ้น

1.3 ผู้บริโภคมีความพึงพอใจผลงานการออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายในระดับมาก ดังนั้นนักออกแบบสามารถใช้แนวทางในการออกแบบนี้ไปต่อยอดในการออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทอพื้นถิ่นในการจัดจำหน่ายได้

1.4 การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ นักออกแบบสามารถนำแนวทางในการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ซึ่งประกอบด้วย LOGO แบรนด์ โทนสีของแบรนด์ รูปแบบลวดลายเอกลักษณ์ของแบรนด์ รวมไปถึง นามบัตร แผ่นพับและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องเชื่อมโยงกัน ไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ตนเองต่อไปได้ ซึ่งควรอยู่ในพื้นฐานกลุ่มเป้าหมายและภาพลักษณ์ของแบรนด์ตนเองให้เหมาะสม

## 2. การนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงการสร้างแบรนด์และการตลาด

การนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงการสร้างแบรนด์และการตลาด มีดังนี้

2.1 การวิเคราะห์แบรนด์คู่แข่งที่เกี่ยวข้อง โดยใช้หลักการในการวิเคราะห์คือการวิเคราะห์ 4Ps และ ส่วนประสมทางการตลาด(SWOT) ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลการวิเคราะห์คู่แข่งนี้ ไปต่อยอดหรือเป็นข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และแบรนด์ของตนเองให้มีศักยภาพมากขึ้น

2.2 จากแนวทางในแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็นหลายขั้นตอน ผู้ประกอบการสามารถนำแนวทางเหล่านี้ไปใช้เพื่อต่อยอดและเป็นแนวทางในการสร้างแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์โดยปรับให้เหมาะสมกับกิจการและผลิตภัณฑ์ของตนเอง

## 3. การนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงวิชาการ

การนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการ มีดังนี้

3.1 จากทัศนคติของผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในผลงานการออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งแต่จะมีบางส่วนที่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในประเด็นอื่น ๆ เช่นการเลือกใช้นิตผ้าที่หลากหลาย เหมาะสมกับรูปแบบเครื่องแต่งกายมากขึ้น และการเพิ่มรูปแบบในการออกแบบให้หลากหลายกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น

3.2 จากทัศนคติของผู้เชี่ยวชาญ ผู้เชี่ยวชาญโดยส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า แผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ มีความเหมาะสมและเป็นไปได้ในระดับมาก แต่ยังมีบางประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเช่น ตำแหน่งที่ตั้งทางการตลาดของแบรนด์ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร การศึกษาคู่แข่งของแบรนด์ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร จึงควรศึกษาเรื่องการวางตำแหน่งของแบรนด์ในตลาดให้ชัดเจนมากขึ้น และควรศึกษาและวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดให้มากขึ้น และเลือกกลุ่มคู่แข่งทางการตลาดให้ตรงกลุ่มและชัดเจนขึ้น

3.3 ควรมีการศึกษาข้อมูลและกำหนดราคาขายของสินค้า เพื่อกำหนดตำแหน่งที่ตั้งทางการตลาดให้ชัดเจนขึ้น จึงควรกำหนดราคาของสินค้า ว่าอยู่ในระดับใด ต้นทุนเท่าใด ควรต้องได้กำไรเท่าใดกิจการจึงจะคงอยู่ได้ และวางตำแหน่งทางการตลาดได้

3.4 ขั้นตอนในการวางแผนกลยุทธ์สามารถประยุกต์ใช้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชนรูปแบบอื่นได้ ดังนั้นขั้นตอนต่างๆในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นักวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ประกอบการสร้างแนวทางอื่นได้

ทั้งนี้ งานวิจัยเล่มนี้เป็นเพียงการวิจัยเฉพาะการพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างแบรนด์สินค้าแฟชั่น ผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย และกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพียงกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กทางออนไลน์และห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงราย ดังนั้นผลการประเมินความพึงพอใจ เป็นเพียงการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเล็กๆเท่านั้น ดังนั้นหากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแผนกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยได้รับความนิยม ผลจากงานวิจัยนี้อาจเป็นประโยชน์ในแง่ของการนำมาอ้างอิงหรือเป็นแนวทางในการออกแบบได้และควรจะมีการวิจัยเพิ่มเติมต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2534). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาการศึกษา.
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. *ผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล*. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอ. (2553). *Thailand Import Statistics UGD : Clothing, เครื่องนุ่งห่ม Annual Series : 1998-2010*. จาก [www.Thaitextile.org/th/textile\\_intel/](http://www.Thaitextile.org/th/textile_intel/)
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2553). *สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทยปี 2535-2553*. จาก [www.ops3.moc.go.th/infor/thtrade/yearly\\_bal/report.asp](http://www.ops3.moc.go.th/infor/thtrade/yearly_bal/report.asp)
- ภทร ภทรภาณุ ไชยเชียงของ, นภวรรณ ตันติเวชกุล. (2557). *กลยุทธ์การสร้างและการซื้อ สารตราสินค้ารูปแบบการดำเนินชีวิต*. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2557). *ข้อมูลการนำเข้าส่งและส่งออกสินค้ากลุ่มเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องประดับไม่รวมอัญมณีและทองไม่ขึ้นรูปและเครื่องหนังไม่รวมแผ่นหนัง พอกจากการสรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2556 และแนวโน้มปี*. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงอุตสาหกรรม.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). *รายงานการศึกษาเบื้องต้น.เศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative economy*. กรุงเทพฯ : บริษัทพี.ซี.เพรส