

การสื่อสารการตลาดผ้าไท-ยวนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

Marketing Communication Adding Value to Thai-Yuan Clothes to Develop Creative Community Economy at Si Kiew District, Nakhon Ratchasima Province

พีรวิชญ์ คำเจริญ¹ และ เนตรชนก คงทน²
Pheerawit komcharoen and Netchanok Khongthon

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง "การสื่อสารการตลาด ผ้าไท-ยวน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา" มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อสร้างสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไท-ยวน สีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา และ 2) เพื่อการสืบสานวัฒนธรรมผ้าไท-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อขับเคลื่อนดำเนินการประกอบด้วย การสนทนากลุ่มและกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน แล้วนำข้อมูลมาออกแบบสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไท-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา รวมถึงการสืบสานวัฒนธรรมผ้าไท-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การสร้างสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไท-ยวน ประกอบด้วยตราสัญลักษณ์, X-stand, บรรจุภัณฑ์, ใบปลิว, สื่อโปสเตอร์, สื่อไวเนล, สื่อออนไลน์ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊กตลาดบ้านยวน นครจันทิก และสปอตโฆษณา และ 2) การสืบสานวัฒนธรรมผ้าไท-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ดำเนินการด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของ 4 ภาคส่วน ประกอบด้วย วัด ชุมชน หน่วยงานราชการ และสื่อมวลชนในการนำผ้าไท-ยวนเข้ามาจำหน่ายใน "ตลาดบ้านยวน นครจันทิก" ซึ่งผู้วิจัยร่วมกับชุมชนอำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารตลาดบ้านยวน นครจันทิก เพื่อสร้างความยั่งยืนของตลาด อันตอบรับต่อนโยบายของ

รัฐบาลที่ต้องการสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนแก่ชุมชนต่อไป

คำสำคัญ : การสื่อสารการตลาด / ผ้าไท-ยวน / การสร้างมูลค่าเพิ่ม / เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์

Abstract

The research titled "Marketing Communication Adding Value to Thai-Yuan Clothes to Develop Creative Community Economy at Si Kiew District, Nakhon Ratchasima Province" was objected to 1) create the marketing communication media models for Si-Kiew Thai-Yuan cloth products at Nakhon Ratchasima province and 2) to carry down Thai-Yuan clothes to community creative economy. The qualitative methodology; the focus group and the community participation were used to convey the research. Finally, the results were synthesized and created the marketing communication media models for Si-Kiew Thai-Yuan clothes products at Nakhon Ratchasima province. The results were found that 1) the marketing communication media models for Si-Kiew Thai-Yuan cloth products were included with logo, X-stands, packaging's, leaflet, poster, vinyl banners, online media ; Page of Ban Yuan Nakhon Chan Tuk in

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

² รองศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Facebook and advertising spots 2) The transferring of Thai-Yuan clothes, which led to community creative economy, was conveyed by the participation of 4 sectors included with the temple, the community, the government and the mass media sectors. Thai-Yuan clothes were sold in “Ban Yuan Nakhon Chan Tuk market”. By the cooperation between the research team and the community, the committees were erected to administrate and sustain the market. This responded to the government policy creating the stability, the opulence and the sustainability to the community.

Keyword : Marketing Communication / Thai-Yuan Clothes / Added-Value / Community Creative Economy

บทนำ

ในอดีตที่ผ่านมา ประเทศไทยได้กำหนดรูปแบบการพัฒนาประเทศโดยให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจากการพึ่งพิงปัจจัยการผลิตที่มีราคาถูก (Factor-Driven Economy) ประกอบกับการพึ่งพิงการลงทุนจากภาคเอกชน (Investment Driven Economy) ในการขับเคลื่อนความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ จนกระทั่งเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่ในปี พ.ศ. 2540 (ค.ศ.1997) จึงส่งผลทำให้ประเทศไทยมีการปรับลดค่าเงินบาทและเกิดการปรับเปลี่ยนอุปสงค์รวม (Aggregate Demand) จากโครงสร้างที่เน้นการลงทุนในประเทศ เป็นโครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพิงการส่งออก (Export-Led Growth) เป็นสำคัญ (พิริยะ ผลพิรุฬห์. 2556: 3) การขับเคลื่อนเศรษฐกิจในลักษณะนี้มีโอกาสที่จะส่งผลเสียต่อประเทศในด้านของการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลืองโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การผลิตในภาคอุตสาหกรรม ทำให้ประเทศไทยหันมาให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจระดับชุมชนที่พึ่งพิงทรัพยากรในท้องถิ่น ลดการสิ้นเปลืองทรัพยากรและเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างทั่วถึง รัฐบาลเองก็เริ่มให้ความสำคัญกับสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าท้องถิ่นที่เกิดจากการสังสมทางภูมิปัญญาอันมีอัตลักษณ์ เพื่อนำมาสู่การเจริญเติบโตและความกินดีอยู่ดีของชุมชนในประเทศอย่างทั่วถึง ดังปรากฏในนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 ซึ่งเน้นการพัฒนาประเทศอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยพัฒนาองค์ความรู้ รวมทั้งต้นทุนความหลากหลายทางชีวภาพโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนและสังคม (เครือข่ายองค์การบริหารงานวิจัยแห่งชาติ. 2559) และยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 2 การวิจัย สู่การสนับสนุนการใช้

ประโยชน์และเพิ่มมูลค่าความหลากหลายทางชีวภาพอย่างมั่นคงและยั่งยืนในแผนงานวิจัยที่ 4

การวิจัยยกระดับมาตรฐานและคุณภาพในการเพิ่มมูลค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรชีวภาพ ซึ่งได้ครอบคลุมถึงทรัพยากรชีวภาพด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555 – 2559 ยังได้กล่าวถึงการสร้างภูมิคุ้มกันประเทศว่า ชุมชนท้องถิ่น ต้องเป็นกลไกที่มีความสามารถในการบริหารจัดการ มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเป็นพลังหลักในการพัฒนาฐานรากของประเทศให้มั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองสามารถบรรเทาปัญหาเศรษฐกิจได้ การที่นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555 – 2559 ระบุเช่นนี้ เนื่องจากประเทศไทยเองก็เหมือนกับประเทศกำลังพัฒนาประเทศอื่น ๆ ที่มีทรัพยากรด้านวัฒนธรรมมากพอ (พิริยะ ผลพิรุฬห์. 2556: 4) ดังนั้นการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศไทยโดยมุ่งใช้ทุนทางวัฒนธรรมและเพิ่มมูลค่าแก่ทุนวัฒนธรรมร่วมกับการใช้พลังขับเคลื่อนจากชุมชนจะสามารถพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างสร้างสรรค์ได้ ดังที่สำนักงานสถิติแห่งชาติได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน และ OTOP พบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นมีประโยชน์ สัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 90 โดยเรื่องที่ประชาชนเห็นว่ามีความสำคัญสูงสุด ได้แก่ การสร้างงานสร้างอาชีพสร้างรายได้เสริมให้แก่คนในชุมชน ร้อยละ 93.8 รองลงมาคือ เกิดการพึ่งพาตนเองของคนในชุมชน ร้อยละ 92.9 สำหรับเรื่องการนำวัตถุดิบ/ ทรัพยากรท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์และเรื่องการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน พบว่ามีประชาชนเห็นว่ามีความสำคัญในสัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 92.4 ส่วนเรื่องที่ประชาชนเห็นว่ามีความสำคัญและมีส่วนช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ร้อยละ 84.7 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2554)

อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา มีประวัติความเป็นมาเป็นเมืองหน้าด่านในดินแดนแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นถิ่นที่อยู่ของชาวไทยที่อพยพมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือของประเทศไทย เดิมอำเภอสีคิ้ว มีชื่อว่า “เมืองนครจันทิก” เป็นเมืองอิสระเมืองหนึ่งขึ้นตรงต่อเมืองหลวง ชาวไทยอพยพที่มาจากภาคเหนือนั้นอพยพมาจากเมืองเชียงแสน ปัจจุบันกลุ่มคนไท-ยวนอาศัยอยู่มากที่อำเภอสีคิ้ว ในบริเวณชุมชนชนบ้านเหนือและบ้านใต้ (สุทธิภูเกียรติ. 2558: สัมภาษณ์)

ชุมชนไท-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา เป็นชนกลุ่มที่มีลักษณะทางวัฒนธรรมโดดเด่น โดยมีภาษาพูด และวัฒนธรรมละม้ายกับผู้คนในภาคเหนือ แถบเชียงใหม่และเชียงแสน (วราพร รัชชชศิริ. 2555: สัมภาษณ์) กลุ่มคนที่อพยพและมาตั้งถิ่นฐานรกรากที่

อำเภอสีคิ้ว เป็นกลุ่มชาวไทย-ยวนที่เป็นชาวบ้านซึ่งมีอาชีพเลี้ยงวัว ดังนั้นประเพณีและวัฒนธรรมของคนกลุ่มนี้จึงเป็นของกลุ่มชนชั้นธรรมดาสามัญ ไม่ใช่ชนชั้นสูง ซึ่งหญิงชาวไทย-ยวนที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานที่อำเภอสีคิ้วมีความรู้ความสามารถในการทอผ้าเป็นเลิศภูมิปัญญานี้ได้สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ และลูกหลานได้เรียนรู้และถ่ายทอดกันมารุ่นแล้วรุ่นเล่าโดยมีการทอผ้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม ย่ามหรือถุง หมอน ผ้าห่ม ผ้าซิ่น ผ้าสไบ ผ้าทอ ที่ใช้ในงานพิธีกรรม

ในปัจจุบันชุมชนไทย-ยวนสีคิ้วจะทอผ้าเพื่อใช้ตัดเป็นเครื่องนุ่งห่ม กระเป๋า ย่าม ผ้าสไบ ผ้าซิ่น และผ้าที่สั่งจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในตัวอำเภอและต่างจังหวัด เพื่ออนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมไทย-ยวนไม่ให้อสูญหายไป (เนตรชนก คงทน. 2555) การที่ชุมชนไทย-ยวนอำเภอสีคิ้ว ใ้ภูมิปัญญาการทอผ้าที่สั่งสมมาจากบรรพบุรุษมาสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนจัดว่าเป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมของสังคมก่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังที่สำนักงานสถิติแห่งชาติได้จัดทำสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ในปีพ.ศ. 2554 พบว่าประชาชนที่ใช้สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้ระบุประเภทสินค้าที่ใช้ 2 อันดับแรก คืออาหารแปรรูปต่าง ๆ รองลงมาคือ สิ่งทอเครื่องนุ่งห่ม เช่น เสื้อผ้า หมวก กระเป๋า รองเท้า (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2554) และยังคงสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศในการลดความเหลื่อมล้ำด้วยการสร้างโอกาสและรายได้แก่ เศรษฐกิจชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. 2560: 51)

อย่างไรก็ตามผ้าไทย-ยวนที่ชุมชนไทย-ยวนอำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา มีการทอกันมาเป็นระยะเวลานานนั้นไม่ได้มีการพัฒนาและสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่แต่ยังคงทอกันตามภูมิปัญญาดั้งเดิม และรูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่ร่วมสมัย ทำให้คนรุ่นใหม่ยังไม่นิยมใช้กัน กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายคือกลุ่มคนทำงานที่เป็นข้าราชการและกลุ่มคนที่อยู่ในหน่วยงานภาครัฐมีการรณรงค์สนับสนุนให้ใส่ผ้าพื้นเมืองตามนโยบายของจังหวัดนครราชสีมา โดยเฉพาะวันศุกร์ที่มีการรณรงค์ให้ข้าราชการทุกคนใส่ผ้าไทยผ้าพื้นเมืองหรือผ้าไหมอีกด้วย นอกจากนี้ชุมชนไทย-ยวน อำเภอสีคิ้ว ยังขาดช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าและการสื่อสารการตลาดไปยังประชาชนทั่วไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “การสื่อสารการตลาด ผ้าไทย-ยวนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา” เพื่อเป็นการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ไทย-ยวนให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยต่อยอดไปสู่การสร้างสร้งค์ผลิตภัณฑ์ผ้าไทย-ยวน และสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนในระยะยาว รวมทั้งยังเป็นการสร้าง “ระบบภูมิคุ้มกัน” ด้วยการเสริมสร้างความเข้มแข็งของทุน

ความหลากหลายทางชีวภาพด้านวัฒนธรรมที่มีอยู่ของชุมชนไทย-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ให้สามารถบริหารจัดการความเสี่ยงในชุมชนพร้อมรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกและภายในประเทศอันมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

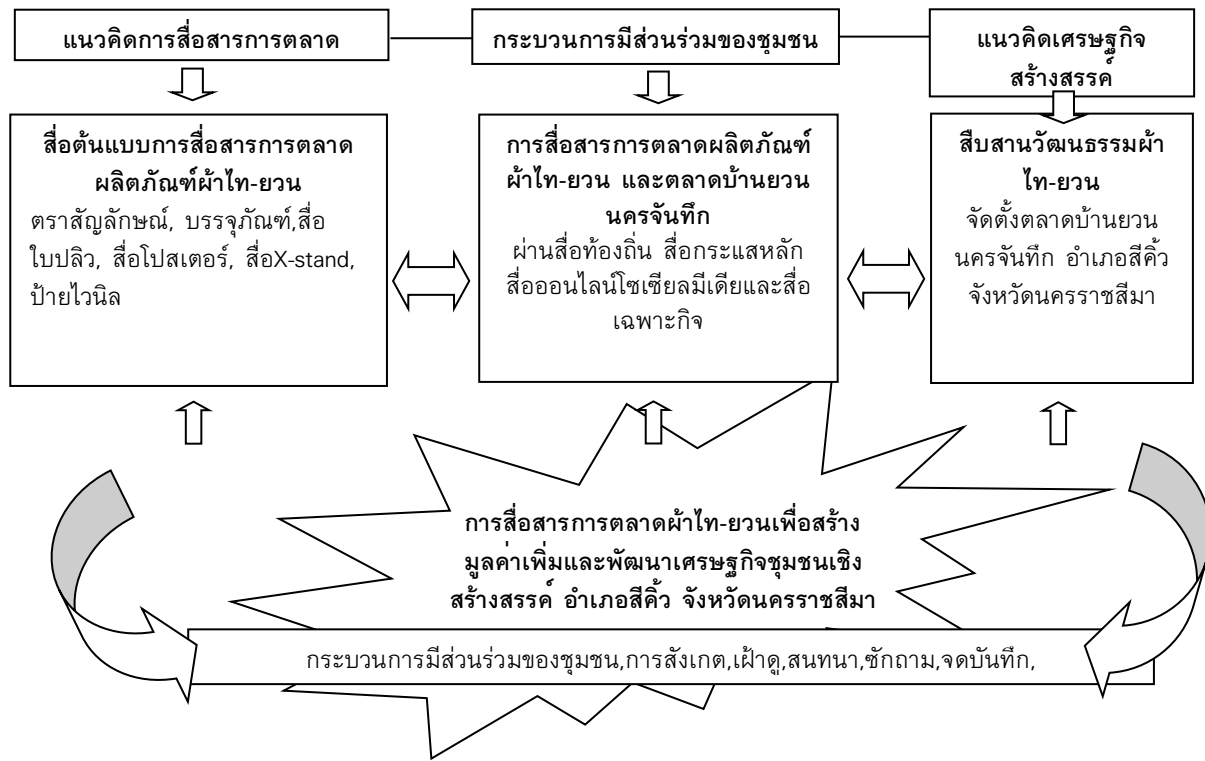
1. เพื่อสร้างสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไทย-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อสืบสานวัฒนธรรมผ้าไทย-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนไทย-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ชุมชนไทย-ยวน บ้านเหนือและบ้านใต้ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา มีช่องทางในการสื่อสารในการเพิ่มรายได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไทย-ยวน
2. ชุมชนไทย-ยวน บ้านเหนือและบ้านใต้ เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์จากการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไทย-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา
3. ชุมชนไทย-ยวน บ้านเหนือและบ้านใต้ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา เกิดการสืบสานวัฒนธรรมผ้าไทย-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์
4. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา สามารถนำการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไทย-ยวน เป็นต้นแบบพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ตลาดระดับชาติและระดับสากล
5. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครราชสีมา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครราชสีมา และผู้ประกอบการด้านผ้าพื้นเมืองอื่น ๆ สามารถนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการสื่อสารการตลาดเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยโดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อสร้างสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไทย-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

การดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างต้นแบบสื่อการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไทย-ยวน ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Group interview) ด้วยการชักถาม การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และจดบันทึก เพื่อหาข้อสรุปถึงความต้องการสื่อการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไทย-ยวน และทำการออกแบบสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาดโดยดำเนินการกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของชุมชนทอผ้าไทย-ยวน อำเภอสีคิ้ว โดยมีผู้เข้าร่วมประมาณ 10-15 คน ประกอบด้วยกลุ่มผู้ทอผ้าไทย-ยวน พัฒนาการประจำอำเภอ พัฒนาการประจำตำบล ผู้นำชุมชนอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ชุมชน นักธุรกิจ/ผู้ประกอบการผ้าพื้นเมือง และนักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาด แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับผลการวิจัยจากการสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Content Analysis) และสังเคราะห์ความคิดรวบยอด แล้วนำสร้างสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไทย-ยวนต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสืบสานวัฒนธรรมผ้าไทย-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยการมี

ส่วนร่วมของชุมชนไทย-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

การดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างตลาดชุมชนไทย-ยวน เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเข้าสู่ทุนวัฒนธรรมในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ด้วยวิธีการจัดประชุมกลุ่มและประชาพิจารณ์ เพื่อจัดสร้างตลาดไทย-ยวนให้เป็นพื้นที่สาธารณะในการสืบสานผ้าไทย-ยวน ผู้การรับรู้ของผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป โดยดำเนินการวิจัยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของชุมชนทอผ้าไทย-ยวน อำเภอสีคิ้ว โดยมีผู้เข้าร่วมประมาณ 10-15 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้ทอผ้าไทย-ยวน พัฒนาการประจำอำเภอ พัฒนาการประจำตำบล ผู้นำชุมชนอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ชุมชน นักธุรกิจ/ผู้ประกอบการผ้าพื้นเมือง และนักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาด แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับผลการวิจัยจากการประชุมกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Content Analysis) และสังเคราะห์ความคิดรวบยอด แล้วนำข้อมูลและข้อสรุปจากการวิจัยดำเนินการสร้างตลาดชุมชนไทย-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นพื้นที่สาธารณะในการสืบสานผ้าไทย-ยวนในการรับรู้ของผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป และเตรียมความพร้อมก่อนการเข้าสู่การนำทุนวัฒนธรรมเข้าสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

สถานที่ดำเนินการวิจัยและเก็บข้อมูล

หมู่บ้านเหนือ และหมู่บ้านใต้ เทศบาลตำบลสีคิ้ว อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมกับชุมชนโดยสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. การสร้างสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไทย-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา
1.1 ตราสัญลักษณ์ตลาดยวน นครจีนทีก

โลโก้ ตลาดบ้านยวน นครจีนทีก



ความหมายของการออกแบบสัญลักษณ์



ภาพที่ 2 การให้ความหมายของการออกแบบตราสัญลักษณ์ตลาดบ้านยวน นครจีนทีก

1.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไท-ยวน

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้นำเอกลักษณ์ของชาวล้านนาที่มีความสอดคล้องกับชาวไท-ยวน มาผสมผสาน การออกแบบ เน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเรียบง่าย โดยสีที่ใช้แสดงถึงเอกลักษณ์ คือ สีแดงเพราะเป็น การแสดงถึงความเป็นล้านนา ความเป็นวัฒนธรรมของชาวไท-ยวน และมีการใส่สัญลักษณ์เครื่องหมายตลาดบ้านยวน นครจันทิก เพื่อสร้างการจดจำของผู้บริโภค



ภาพที่ 3 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไท-ยวน

1.3 การออกแบบ X-Stand ผลิตภัณฑ์ผ้าไท-ยวน ประเภทเสื้อผ้า เพื่อในการออกร้านจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าไท-ยวน

การออกแบบ X-Stand ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าไท-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ได้ใช้รูปแบบการสื่อสารที่เรียบง่ายและแสดงภาพสินค้าที่ชัดเจน ผสมผสานกับลวดลายและสัญลักษณ์สีที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวล้านนาไท-ยวน



ภาพที่ 4 ต้นแบบ X-Stand ผลิตภัณฑ์ผ้าไท-ยวน ประเภทเสื้อผ้า

1.4 สื่อโปสเตอร์

การออกแบบสื่อโปสเตอร์ได้ใช้แนวคิดที่มาจากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการนำเสนอถึงวัฒนธรรมชาวไท-ยวน ได้แก่ วิถีชีวิต เสื้อผ้า ประเพณี อาหารประจำพื้นบ้าน รวมถึงการนำเอาเอกลักษณ์ของชาวไท-ยวน มาสร้างสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่เพื่อเชิญชวนให้กับผู้ที่สนใจมาร่วมงานเปิดตลาดบ้านยวน นครจันทิก โดยดำเนินการติดตั้งสื่อโปสเตอร์ ณ หน่วยงานราชการ บริษัทเอกชน สถานที่ชุมชน และโรงเรียน เป็นต้น



ภาพที่ 5 สื่อโปสเตอร์ตลาดบ้านยวน นครจันทิก

1.5 สื่อใบปลิว

การออกแบบสื่อใบปลิวเป็นแนวคิดที่มาจากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเช่นเดียวกับสื่อโปสเตอร์ โดยการนำเสนอถึงวัฒนธรรมชาวไท-ยวน ได้แก่ วิถีชีวิต ประเพณี และอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่เพื่อเชิญชวนให้กับผู้ที่สนใจมาร่วมงานเปิดตลาดบ้านยวน นครจันทิก โดยดำเนินการติดตั้งสื่อโปสเตอร์ ณ หน่วยงานราชการ บริษัทเอกชน สถานที่ชุมชน และโรงเรียน เป็นต้น



ภาพที่ 6 สื่อใบปลิวตลาดบ้านยวน นครจันทิก

1.6 สื่อไวเนล

การออกแบบสื่อไวเนลได้ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยมีแนวคิดมาจากวัฒนธรรมชาวไท-ยวน ได้แก่ วิถีชีวิต ประเพณี เครื่องนุ่งห่ม อาหาร ประจำพื้นบ้าน รวมถึงการนำเอาเอกลักษณ์ของชาวไท-ยวนมาสร้างสื่อเพื่อเผยแพร่แก่สื่อมวลชนทั่วไป ภายในสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยข้อความเชิญชวน การแจ้งวัน-เวลา สถานที่ในการจัดงานการเปิดตลาดบ้านยวนและรายละเอียดที่ชัดเจนของการจัดงานดำเนินการติดตั้งสื่อไวเนล ณ หน่วยงานราชการ บริษัทเอกชน สถานที่ชุมชน และโรงเรียน เป็นต้น



ภาพที่ 7 สื่อไวเนลตลาดบ้านยวน นครจันทิก

1.7 สื่อออนไลน์

การเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ้าไท-ยวน โดยสื่อสารผ่านสื่อใหม่รูปแบบสื่อออนไลน์ในเพจเฟซบุ๊ก ชื่อว่า ตลาดบ้านยวน นครจันทิก เพื่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ง่ายขึ้นในการเชิญชวนผู้ที่สนใจในกิจกรรมการเปิดตลาดบ้านยวน นครจันทิก รวมถึงการเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมของตลาดบ้านยวน นครจันทิกให้ประชาชนและผู้สนใจเข้าร่วมงาน



ภาพที่ 8 เพจเฟซบุ๊กตลาดบ้านยวน นครจันทิก

2. การสืบสานวัฒนธรรมผ้าไท-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนไท-ยวน อำเภอเสี้ยว จังหวัดนครราชสีมา

การเตรียมความพร้อมในการสืบสานวัฒนธรรมผ้าไท-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนงาน การเตรียมความพร้อม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างคนในชุมชนอันประกอบด้วย ชุมชนไท-ยวน ได้แก่ บ้านโนนกุม บ้านถนนคุด และบ้านเหนือ และผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงหน่วยงานราชการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการสืบสานวัฒนธรรมผ้าไท-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยการนำผลิตภัณฑ์ผ้าไท-ยวน เข้าสู่ตลาดไท-ยวน โดยใช้ชื่อที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชน คือ "ตลาดบ้านยวน นครจันทิก" เป็นการดำเนินงานโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้ง 3 ภาคส่วน ประกอบด้วย วัด ชุมชน และหน่วยงานราชการ รวมถึงสื่อมวลชน ซึ่งคณะวิจัยได้ประชุมกับชุมชนในการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงานบริหาร "ตลาดบ้านยวน นครจันทิก" อำเภอเสี้ยว จังหวัดนครราชสีมา เพื่อดำเนินงานบริหารตลาดให้ยั่งยืน โดยคณะกรรมการบริหารตลาดดังกล่าวจะจัดประชุมทุกวันจันทร์เพื่อสรุปผลการดำเนินงานในแต่ละสัปดาห์ และนำมาผลสรุปมาปรับปรุงในการดำเนินการบริหารตลาดต่อไป เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและสืบสานวัฒนธรรมผ้าไท-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนอย่างเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ "ตลาดบ้านยวน นครจันทิก" ได้มีร้านค้าร่วมออกร้านจำหน่ายสินค้า จำนวนทั้งสิ้น 125 ร้านค้า ประกอบด้วย ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าไท-ยวน อาหารไท-ยวน สินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ชุมชนไท-ยวน สินค้าทางการเกษตร และสินค้าอื่น ๆ อีกมากมาย เป็นต้น ดังภาพที่ 9-10



ภาพที่ 9 คณะแขกผู้มีเกียรติ
ในพิธีเปิดตลาดบ้านยวนนครจันทัก



ภาพที่ 10 ผู้ค้าสวมผ้าไทย-ยวนแสดงอัตลักษณ์
ของชุมชนและตลาดไทย-ยวน

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ในการสืบสานวัฒนธรรมผ้าไทย-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในงานการเปิดตลาด “บ้านยวน นครจันทัก” ผ่านสื่อมวลชนในท้องถิ่นและระดับประเทศ รวมถึงติดตั้งสื่อโปสเตอร์ ไลน์ และสปอตกระจายเสียงตามสายในชุมชนอำเภอเมืองสีคิ้ว เพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงาน “ตลาดบ้าน ยวน นครจันทัก” ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป และการมอบสื่อประชาสัมพันธ์ในการเปิดตลาดกับเทศบาลเมืองสีคิ้ว และหน่วยงานราชการ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมผ้าไทย-ยวน ผ่านตลาดบ้านยวน นครจันทัก อำเภอ สีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ผ่านสื่อมวลชนระดับท้องถิ่น ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นเคซีทีวี จังหวัดนครราชสีมา สื่อมวลชนออนไลน์ ได้แก่ KORAT TIMES และสำนักข่าวทีนิวส์ จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมผ้าไทย-ยวน ผ่านตลาดบ้านยวน นครจันทัก อำเภอสีคิ้ว จังหวัด

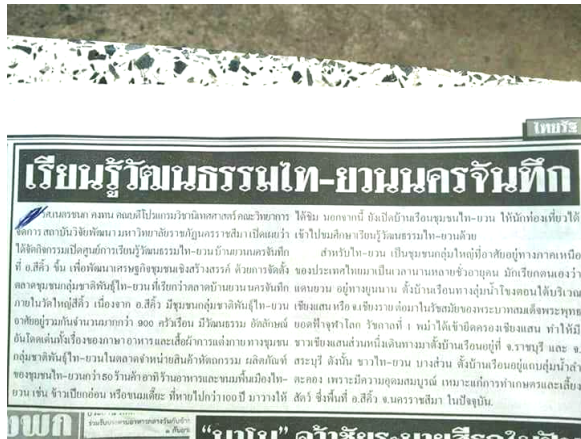
นครราชสีมา ผ่านสื่อมวลชนระดับประเทศได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันพุธที่ 6 กันยายน 2560 หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ สื่อมวลชนไทยทีวีสีช่อง 3 รายการ ครอบครัวข่าว รายการแจ๋วพาเพลิน และหนังสือพิมพ์บ้านเมือง (ออนไลน์) เป็นต้น ดังภาพที่ 11-16



ภาพที่ 11 การเผยแพร่ในสื่อออนไลน์
ตลาดบ้านยวนนครจันทัก



ภาพที่ 12 การเผยแพร่วัฒนธรรมผ้าไทย-ยวน
ผ่านตลาดบ้านยวน นครจันทัก อำเภอสีคิ้ว
จังหวัดนครราชสีมา ผ่านสื่อมวลชน
ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ



ภาพที่ 13 การเผยแพร่วัฒนธรรมผ้าไท-ยวน ผ่านตลาดบ้านยวน นครจันทิก อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ผ่านสื่อมวลชนระดับประเทศ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันพุธที่ 6 กันยายน 2560



ภาพที่ 15 การเผยแพร่วัฒนธรรมผ้าไท-ยวน ผ่านตลาดบ้านยวน นครจันทิก อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ผ่านสื่อมวลชนทางไทยทีวีสีช่อง 3 รายการ "ครอบครัวข่าว" ช่วง รายการแจ้วพาเพลิน



ภาพที่ 14 การเผยแพร่วัฒนธรรมผ้าไท-ยวน ผ่านตลาดบ้านยวน นครจันทิก อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ผ่านสื่อมวลชนออนไลน์ KORAT TIMES



ภาพที่ 16 การเผยแพร่วัฒนธรรมผ้าไท-ยวน ผ่านตลาดบ้านยวน นครจันทิก อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ผ่านสื่อมวลชนสำนักข่าวทีนิวส์ จังหวัดนครราชสีมา

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลสามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1. การออกแบบสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ผ้าไท-ยวน สีคิ้ว จังหวัด นครราชสีมา โดยผู้วิจัยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมกับ ชุมชนในการออกแบบสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาด จำนวน 8 ประเภท ได้แก่ (1) ตราสัญลักษณ์ตลาดบ้าน ยวน นครจันทิก (2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไท-ยวน (3) การออกแบบ X-Stand ผลิตภัณฑ์ผ้าไท-ยวน ประเภทเสื้อผ้า (4) การออกแบบ X-Stand ผลิตภัณฑ์ ผ้าไท-ยวน ประเภทหมอนอิง (5) สื่อโปสเตอร์ (6) สื่อ โบปลิว (7) สื่อไวเนล และ (8) สื่อออนไลน์ โดยผู้วิจัย ได้จัดทำเพจเฟซบุ๊กตลาดบ้านยวน นครจันทิก เพื่อการ เผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์และกิจกรรมในรูปแบบ สื่อออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ง่ายและสะดวก ทั้งนี้ในการผลิตสื่อต้นแบบการสื่อสารการตลาดดังกล่าว เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย ผู้สนใจ ผู้เกี่ยวข้อง และประชาชน ได้รับรู้การเผยแพร่การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้า ไท-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา ผ่านสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศไนยวรรณ ดวงมาลา และ คณะ (2550) พบว่าการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่จะ ใช้วิธีการโฆษณา เช่น แผ่นพับ โบว์ชัวร์ และโปสเตอร์ เป็นต้น สำหรับการประชาสัมพันธ์ เช่น การจัดแถลง ข่าวและการจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น และยังสอดคล้อง กับงานวิจัยของพัชรี บุญโตสุพรรณิ หงส์สกุล และชิทา กร เกสรบัว (2558) ศึกษาการบริหารจัดการการ ท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบทตามมาตรฐานโฮม สเตย์ไทย กรณีศึกษา บ้านดงโฮมสเตย์ ตำบลดงกระทง ยามอำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านส่งเสริม ทางการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด

2. การสืบสานวัฒนธรรมผ้าไท-ยวน มุ่งสู่ เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยการมีส่วนร่วมของ ชุมชน ไท-ยวน อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา โดย ผู้วิจัยได้เตรียมความพร้อมในการสืบสานวัฒนธรรมผ้า ไท-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยการมี ส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนงาน การเตรียมความพร้อม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างคนใน ชุมชน อันประกอบด้วย ชุมชนไท-ยวน ได้แก่ บ้านโนน กุม บ้านถนนคด และบ้านเหนือ และผู้เกี่ยวข้อง รวมถึง หน่วยงานราชการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการสืบสาน วัฒนธรรมผ้าไท-ยวน มุ่งสู่เศรษฐกิจชุมชนเชิง สร้างสรรค์โดยการนำผลิตภัณฑ์ผ้าไท-ยวน เข้าสู่ตลาด ไท-ยวน โดยการสร้าง “ตลาดบ้านยวน นครจันทิก” ซึ่งเกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมจาก 4 ภาคส่วน ประกอบด้วย วัด ชุมชน หน่วยงานราชการ และ สื่อมวลชน ปัจจุบันในการผ้าทอไท-ยวนใช้ผ้ายประดิษฐ์

ลวดลายบนผ้าที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เป็นงาน หัตถกรรมที่ผูกพันกับการดำรงชีวิตของชาวไท - ยวน นครจันทิก อำเภอสีคิ้ว สืบทอดภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ จากรุ่นสู่รุ่นมาตั้งแต่สมัยโบราณ สอดคล้องกับงานวิจัย ของพรณี ชูมณี (2548) ศึกษาเกี่ยวกับการสืบสาน ภูมิปัญญาทอผ้าไทยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่มีลักษณะ เฉพาะตัวของชาติพันธุ์ เป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากการ เรียนรู้ การพัฒนา และสั่งสมประสบการณ์ โดยผ่าน สถาปนครอบครัว เพื่อเป็นการอนุรักษ์ พื้นฟูและสืบ สานวัฒนธรรมของตนให้คงอยู่ต่อไปและยังสอดคล้อง กับงานวิจัยของ สุรัชย์ภัทรดิษฐ์ หลอดควำพัฒนา (2552) ที่ได้ศึกษาการอนุรักษ์ สืบสาน และการดำรง อยู่ของภูมิปัญญาด้านการทอผ้าของชาติพันธุ์ไทลื้อ อำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย พบว่า ภูมิปัญญาในการ ผลิตผ้าทอพื้นเมืองไทยวน เป็นองค์ ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่บรรพบุรุษได้ สร้างสรรค์และถ่ายทอดต่อกันมาเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้าน ตั้งเดิมของชาวบ้าน การถ่ายทอดวิธีการทอผ้าเป็น กระบวนการเรียนรู้ทางสังคมภูมิปัญญาในการผลิตผ้าทอ พื้นเมืองไทยวน ประกอบด้วย ภูมิปัญญาในการผลิต ภูมิปัญญาในการทำลวดลาย ซึ่งได้รับอิทธิพลจาก ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของทดวงรัตน์ ด่านไถยนำ (2553) พบว่า พฤติกรรมในการเลือกและความ ต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในชุมชนบางนก แกวจังหวัดสมุทรสงคราม คือ นักท่องเที่ยวมีความ สนใจต่อเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลบางนกแขวก เพื่อ ศึกษาหาความรู้ทางด้านวิถีชีวิตชุมชนเชิงประวัติศาสตร์ โดยใช้กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นตัวช่วยเสริม ทั้ง ด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของคนในชุมชน ทางด้านเกษตรกรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ใน หลากหลายแง่มุมภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวนึกถึงมาก ที่สุดในการมาท่องเที่ยวที่ชุมชนบางนกแขวก คือการได้ สัมผัสกับวัฒนธรรมที่แท้จริงของชุมชน (sense of place) ที่เกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศาสนา และ วัฒนธรรมที่หล่อหลอมให้เกิดมิตรภาพ ความมีน้ำใจของ คนในชุมชน ซึ่งถือเป็นเสน่ห์และเอกลักษณ์เฉพาะของ ชุมชน ดังนั้นจึงควรสืบสานวัฒนธรรมผ้าไท-ยวนสืบสาน การทอผ้าไท-ยวนให้คงอยู่ต่อไป เพื่อเป็นการส่งเสริม การท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจเชิง สร้างสรรค์ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายว่าควรมีการออกแบบสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
2. ข้อเสนอแนะกับหน่วยงานราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องว่าควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการสวมใส่ผ้าไทย-ยวนเป็นประจำในหน่วยงาน
3. ข้อเสนอแนะกับประกอบการธุรกิจผู้ผลิตผ้าไทย-ยวนว่าควรมีการส่งเสริมการขายและมีการออกบูทจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตผ้าไทย-ยวนให้กับผู้เกี่ยวข้องเพื่ออนุรักษ์ผ้าไทย-ยวนให้คงอยู่สืบต่อไป
2. ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับตลาดบ้านยวน นครจันทัก เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป
3. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดของผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของชุมชนไทย-ยวนให้เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป

เอกสารอ้างอิง

- เครือข่ายองค์การวิจัยการบริหารงานวิจัยแห่งชาติ. (2559). ยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็น. สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2559, จาก <https://www.nrms.go.th>.
- ดวงรัตน์ ด่านไธยนา. (2553). พฤติกรรมในการเลือกและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อคู่มือการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (กรณีศึกษาชุมชนบางนกแขวก จังหวัดสมุทรสงคราม). ใน วารสารวิจัยและพัฒนา ปีที่ 2 2553 Research and Development Journal. 2 (2010): 79-89.
- ทัศนัยวรรณ ดวงมาลา และคณะ. (2550). กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่ม จังหวัดอีสานใต้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เนตรชนก คงทน. (2555). การสร้างและสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอารยธรรมลุ่มน้ำบริเวณที่ราบสูงโคราชในการรับรู้ของนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการสนับสนุนการวิจัยแห่งชาติ.
- พรณี ชุมณี. (2548). การสืบสานภูมิปัญญาผ้าทอไทยวนอำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พัชรี บุญโต, สุพรรณิ หงส์สกุล และ ทิชากร เกษรบัว. (2558). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบทตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษา บ้านดงโฮมสเตย์ตำบลดงกระทงยาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี. ใน วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). 7(14 กรกฎาคม – ธันวาคม 2558): 52-63.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนาศาสตร์. 7(1).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). สำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2560). คู่มือการจัดทางงบประมาณในลักษณะบูรณาการด้านการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2560, จาก <http://ird.sutn.ac.th/irdnew/Files/Downloads/Scholarships/Budget/2560/appendix2.pdf>

สุรัชย์ภักดิ์ ธิษฐ์ หลอดคำวัฒนา. (2552). การอนุรักษ์ สืบสาน และการดำรงอยู่ของภูมิปัญญาด้านการทอผ้าของชาติพันธุ์ไทลื้ออำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย. นครราชสีมา: สำนักวิชาศึกษาทั่วไป วิทยาลัยนครราชสีมา.

แหล่งข้อมูลสัมภาษณ์

(วราพร รัชชศิริ. 2555, มิถุนายน). สัมภาษณ์โดย รองศาสตราจารย์เนตรชนก คงทน ที่ศูนย์วัฒนธรรมไท-ยวนนครจันทิก อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา.

(สุธัญญา สิทธิกุลเกียรติ. 2558, พฤษภาคม). สัมภาษณ์โดย รองศาสตราจารย์เนตรชนก คงทน ที่ศูนย์วัฒนธรรมไท-ยวนนครจันทิก อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา.