

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายแฟชั่นสุภาพบุรุษจากทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นไทลื้อ

Men's Fashion Product Development from Tail Lue Cultural Capital

พัตชา อุทิวรรณกุล
Patcha Utiswannakul

Corresponding author, E-mail: patcha.paris@gmail.com

Received : August 31, 2021
Revised : December 10, 2021
Accepted : December 20, 2021

บทคัดย่อ

จังหวัดน่านเป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคเหนือของประเทศไทยซึ่งถือเป็นเมืองต้องห้ามพลาดเนื่องจากเป็นจังหวัดที่อุดมสมบูรณ์ทั้งด้านธรรมชาติและด้านวัฒนธรรมรวมทั้งกระแสความที่กำลังให้ความสนใจกับจังหวัดน่านทำให้เกิดการพัฒนาขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ขณะเดียวกันสิ่งทอจังหวัดน่านก็เป็นที่น่าสนใจเนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีหลากหลายชาติพันธุ์และวัฒนธรรม จึงเกิดการสืบสานวัฒนธรรมอย่างหลากหลายแต่ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่าผู้ประกอบการเกี่ยวกับสิ่งทอในจังหวัดน่านยังขาดแนวทางพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับท้องถิ่นที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนด้วยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

บทความนี้เป็นบทความวิจัยซึ่งนำเสนอเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตราสินค้าให้กับร้านมีสเอ โปรดัคส์ อำเภอบัว จังหวัดน่าน ซึ่งมีการสืบทอดวัฒนธรรมไทลื้อมาอย่างยาวนาน รวมทั้งมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการผสมผสานทุนวัฒนธรรมไทลื้อ แต่ต้องการความแปลกใหม่ด้านผลิตภัณฑ์จึงเกิดแนวคิดการพัฒนาสำหรับเครื่อง

แต่งกายแฟชั่นสุภาพบุรุษเพื่อให้ตอบสนองต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักในปัจจุบัน โดยบทความวิจัยนี้นำเสนอเกี่ยวกับการศึกษาข้อมูลและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการ การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการออกแบบ การศึกษาและวิเคราะห์ช่องว่างทางการตลาด รวมทั้งนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายแฟชั่นสุภาพบุรุษและจัดตั้งกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่ อำเภอบัว จังหวัดน่าน

คำสำคัญ: สิ่งทอ, ทุนวัฒนธรรม, ตราสินค้า

Abstract

Nan province is in the northern region of Thailand. The province is listed as "the city not to be missed" because of its abundant natural and cultural resources. Its increasing popularity has led to a major development of creative tourism that combines cultural learning with travel. The textile cultural capital in Nan province is very interesting because its borders encompass various

ศาสตราจารย์ ดร. หน่วยปฏิบัติการวิจัยแฟชั่นและนฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Professor Dr. Fashion and Creative Arts Research Unit, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย "โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: โครงการย่อยที่ 1.1 โครงการนวัตกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ จากจังหวัดน่านสู่สากลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ร้านมีสเอ โปรดัคส์อำเภอบัว จังหวัดน่าน" โดยได้รับการสนับสนุนจาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้โครงการสร้างเสริมพลังจุฬาค้าวสู่ศตวรรษที่ 2 และ หน่วยปฏิบัติการวิจัยแฟชั่นและนฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ethnic groups and cultures. This has led to a diverse cultural heritage. According to the research, textile entrepreneurs in Nan province still lack development in sustainable creative tourism, which will increase the local community's income significantly.

This research article provides the development guideline for a local textile entrepreneur, Miss A Products, which located in Pua district, Nan province. The Local textile entrepreneur has inherited the Tailue culture for a long time. The development of the products also includes its valuable cultural heritage. However, the local textile entrepreneurs have noticed the potential market for men's fashion products that can meet the current needs of major tourists. This research article introduces data analysis of the research including consumer needs, local textile entrepreneur needs, design concept, market gap study, the guideline of menswear fashion product development, and textile cluster establishment to increase income for local community in Pua district, Nan province.

Keywords: Textile, Cultural Capital, Brand

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ได้รับการนิยามว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนนั้น ๆ เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ในเชิงการเรียนรู้และการทดลองให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชน รวมทั้งชุมชนสามารถรักษาความสมดุลที่เกิดจากการท่องเที่ยวและประโยชน์ที่จะได้รับ โดยทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว จึงได้ตระหนักถึงการสร้างอัตลักษณ์ผ่านการใช้วัฒนธรรมเพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมซึ่งกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการใช้ทุนวัฒนธรรม เพื่อเป็นหลักในการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ผสมผสานภูมิปัญญาให้สามารถสร้างจุดแข็งของอัตลักษณ์ไทยเพื่อเป็นนวัตกรรมที่

เข้าแข็งให้เกิดความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจในภูมิภาค

จากการสำรวจพบว่าประเทศไทยมีความหลากหลายทางด้านทุนวัฒนธรรมโดยเฉพาะในเขตภาคเหนือซึ่งมีบทบาทที่สำคัญในเชิงเศรษฐกิจท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นแหล่งรวมศิลปะวัฒนธรรมพื้นถิ่นและขนบธรรมเนียมที่มีเอกลักษณ์ที่สืบทอดอย่างยาวนานจากอดีต รวมทั้งมีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมจากรวมกลุ่มชาติพันธุ์ที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดน่าน ซึ่งเป็นแหล่งรวมชาติพันธุ์และวัฒนธรรมที่หลากหลาย ขณะเดียวกัน วัฒนธรรมเหล่านี้ได้แปรเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่นเดียวกับผ้าทอพื้นเมือง ซึ่งเป็นมรดกภูมิปัญญา รวมทั้งมีเรื่องราวของวัฒนธรรมและสิ่งรอบตัวที่รวบรวมเอาไว้ซึ่งโดยแต่ละชาติพันธุ์ หรือแต่ละชุมชนที่อยู่ตามเขตหมู่บ้าน อำเภอ ก็จะมี ความแตกต่างกันออกไป แต่จากการสำรวจและศึกษาพบว่าผู้ประกอบการสิ่งทอไทยในระดับชุมชนจำนวนมากยังขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาทางนวัตกรรมด้านสิ่งทอและความสามารถในการแปรรูปสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดช่องว่างในแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนอีกด้วย

ขณะเดียวกันจากการสำรวจและศึกษาพบว่าพื้นที่จังหวัดน่าน เป็นแหล่งที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันจากสิ่งทอเป็นจำนวนมาก ซึ่งสิ่งทอเหล่านี้เป็นมรดกทางด้านวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดมาจากอดีต แต่กระนั้นผลิตภัณฑ์ในหลายพื้นที่ของจังหวัดน่านก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค รวมทั้งยังไม่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถมูลค่าทางเศรษฐกิจและแสดงอัตลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นที่เหมาะสมกับแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่าชุมชนเกิดปัญหาการสร้างตราสินค้า การโฆษณา การตลาด และการประยุกต์พัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สามารถแข่งขันกับตลาดสินค้าในปัจจุบัน

จากที่มาและความสำคัญข้างต้น จึงต้องการมุ่งหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชีวิตประจำวันรูปแบบใหม่ให้แก่จังหวัดน่าน โดยเน้นด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท้องถิ่นสู่สากล เพื่อพัฒนาและต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากสินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการจากความเข้มแข็งและความเป็นไปได้ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมรวมทั้งการรวมกลุ่มของสมาชิกในเครือข่ายที่สามารถสร้างงานในชุมชนได้

ซึ่งสามารถคัดเลือกออกมาได้ทั้งหมด 8 กลุ่มคลัสเตอร์ สิ่งทอในจังหวัดน่าน ทั้งนี้การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกศึกษาผู้ประกอบการ ร้านมีสเอ โปรดัคส์ อำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยคุณศรีสุดา ไวทาน เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่กำลังในการผลิตรวมทั้งมีความเข้มแข็งของชุมชนที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ ซึ่งร้านมีสเอ โปรดัคส์ เป็นร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเครื่องหนัง กระเป๋าและเครื่องประดับที่มีการผสมผสานทุนวัฒนธรรมไทลื้อซึ่งเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมในกลุ่มชาติพันธุ์ของพื้นที่นั้น แต่จากการสำรวจและสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการต้องการเปิดตลาดด้านเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบุรุษเนื่องจากปัจจุบัน เสื้อผ้าบุรุษที่มีการผสมผสานทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นมีให้เลือกน้อยและไม่เป็นที่น่าสนใจอีกทั้งยังไม่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวหลักในจังหวัดน่าน ทำให้การศึกษาครั้งนี้เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับลักษณะของทุนวัฒนธรรมพื้นถิ่นจังหวัดน่านและสามารถต่อยอดสู่ชุมชนและผู้อยู่อาศัยในจังหวัดน่านให้ตระหนักถึงการสร้างรายได้ตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยการเชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรมในระบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ที่ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ในระบบห่วงโซ่เศรษฐกิจ โดยใช้เส้นทางทุนวัฒนธรรมสิ่งทอในจังหวัดน่านสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

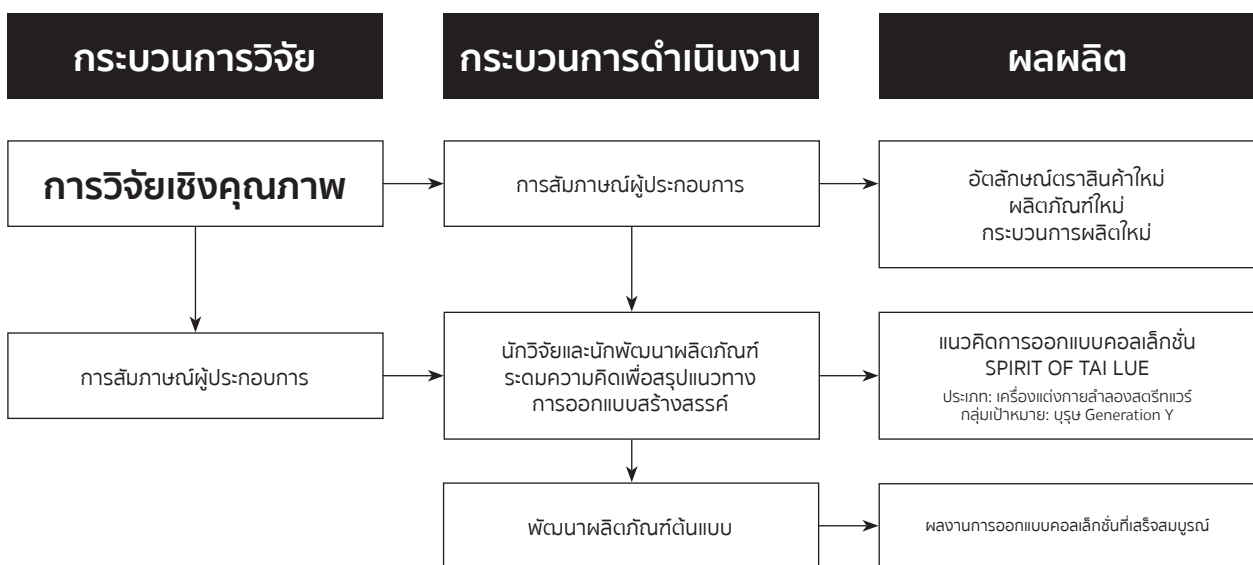
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายแฟชั่นสุขภาพบุรุษสำหรับผู้ประกอบการคลัสเตอร์กรณีศึกษา ร้านมีสเอ โปรดัคส์ อำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยใช้ภูมิปัญญาและทุนวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อของชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อน รวมทั้งเป็นแนวทางในการประยุกต์ผลิตภัณฑ์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจรุ่นใหม่ให้สามารถพัฒนาสินค้าให้ได้คุณภาพทัดเทียมมาตรฐานสากล

3. เพื่อให้เกิดอาชีพที่ส่งผลให้ชุมชนมีรายได้ที่ยั่งยืน สามารถพึ่งพาตนเองได้ และขับเคลื่อนสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนไปสู่การเพิ่มมูลค่าและรายได้ ทั้งยังส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนอย่างยั่งยืน

4. เพื่อสร้างแหล่งเรียนรู้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์

เครื่องมือและวิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพและการออกแบบสร้างสรรค์ต้นแบบ โดยมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการ การศึกษาด้านตลาด กลุ่มเป้าหมาย และการเปรียบเทียบคู่แข่งทางการตลาดด้วยทฤษฎี 7Ps และ SWOT สินค้า เพื่อเปรียบเทียบและวิเคราะห์แนวทางการสร้างสินค้าใหม่ให้แก่ชุมชน ขณะเดียวกันก็ได้ดำเนินการออกแบบสร้างสรรค์ควบคู่จากการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยม และแรงบันดาลใจเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบในการออกแบบเพื่อให้สามารถสร้างสรรค์ได้ตรงกับความต้องการของตลาดและกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัย

ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิศวรรณกุล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากที่มาและความสำคัญ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์งานออกแบบและต้นแบบผลิตภัณฑ์รวมทั้งการหาแนวทางในการสร้างตราสินค้าเพื่อให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายและตลาด โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาการวิจัย ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวคิดทุนวัฒนธรรม

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งการท่องเที่ยวนั้นเป็นกระบวนการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน ได้รับความรู้และความสนุกสนานไปพร้อมกัน(วรรณ วาณิช, 2546) ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ Creative Tourism คือหลักการที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปะวัฒนธรรมของพื้นที่จุดหมายจาก การทำกิจกรรมผ่านประสบการณ์เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2556) ซึ่งทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสัมพันธ์กันกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นนโยบายสำคัญของหน่วยงานการท่องเที่ยวในประเทศไทย หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่ดีเพราะสามารถรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ดึงดูดใจได้อย่างไม่เสื่อมคลายและมีการปรับปรุงให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม มีนักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างสม่ำเสมอและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว โดยหลักการท่องเที่ยวจะต้องมีผลประกอบการตกถึงคนในชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม และภูมิปัญญา ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ จังหวัดน่าน ก็เป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคเหนือของประเทศไทยที่ถือว่าเป็นเมืองต้องห้ามพลาด โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นจังหวัดที่อุดมไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรม ขณะเดียวกันแนวโน้มกระแสนิยมในปัจจุบันพบว่า น่านมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้น่านเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยใช้แนวคิดจากทุนวัฒนธรรม

จากการศึกษาหลักแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พบว่า ทุนวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เนื่องจากการอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาชุมชนให้เกิดอาชีพควบคู่กันไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดทุนวัฒนธรรมเพื่อใช้ในการต่อยอดและพัฒนาชุมชนต่อไป

โดย วัฒนธรรม หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงามของสังคม ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชนที่สืบสานต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกเป็น 1.ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ภาพเขียน เป็นต้น 2.ทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ความคิด การปฏิบัติ ความเชื่อ และค่านิยม ซึ่งสอดคล้องและสามารถปรากฏอยู่ได้ในทุกช่วงเวลารวมทั้งมีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์และคุณค่าทางวัฒนธรรมในตัวเอง(ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2540) ดังนั้น จากการศึกษาพบว่าทุนวัฒนธรรมมีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและภูมิปัญญาให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับชุมชน อีกทั้งจากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับทุนวัฒนธรรมในไทยมีแนวโน้มเป็นที่ต้องการของประเทศอื่นเนื่องจากความหลากหลายทางผลผลิตและการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีสารสนเทศอีกด้วย จึงสามารถสรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมจะเชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมได้อย่างสร้างสรรค์และสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน

2. ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อ อำเภอปัว จังหวัดน่าน

จากการศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวคิดด้านทุนวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อ อำเภอปัว จังหวัดน่าน เนื่องจาก น่านเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่กำลังพัฒนาและขยายตัวทางเศรษฐกิจขณะเดียวกันก็มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และมีชุมชนพื้นถิ่นที่สืบทอดวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ได้แก่ ชาวไทลื้อ อำเภอปัว จังหวัดน่าน ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อที่อพยพมาจากดินแดน สิบสองปันนา ของมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งตามบันทึกพงศาวดาร เจ้าผู้ครองนครน่านได้ยกทัพไปกวาดต้อนเอาคนไทลื้อจากดินแดนสิบสองปันนามาไว้ที่เมืองน่านตั้งแต่ปี พ.ศ.2347 จนถึง พ.ศ.2399 ซึ่งมีการทำศึกกับแคว้นสิบสองปันนาและกวาดต้อนชาวไทลื้อจากเมืองต่าง ๆ มาตั้งถิ่นฐานและรกรากในจังหวัดน่าน ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้ชาวไทลื้อในจังหวัดน่านมีจำนวนมาก อีกทั้งด้วยวัฒนธรรม ศิลปะและประเพณี มีความคล้ายคลึงและทำให้ชาวไทลื้อสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืนและผสมผสานทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่มีรูปแบบเอกลักษณ์ของเมืองน่านดังปรากฏในปัจจุบัน โดยจากการศึกษาลักษณะสามารถวิเคราะห์องค์ประกอบศิลปะของทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อ อำเภอปัว จังหวัดน่าน ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบศิลปะของทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทยลื้อ อำเภอบัว จังหวัดน่าน

องค์ประกอบศิลปะของทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทยลื้อ อำเภอบัว จังหวัดน่าน				
แนวคิด	การสร้างสรรคืลวดลายบนผืนผ้าต้องใช้จินตนาการความคิดสร้างสรรค์ ช่างทอชาวไทยลื้อสามารถนำธรรมชาติรอบตัว มาดัดแปลงทำเป็นลวดลายบนผ้าทอได้อย่างสวยงาม และสื่อความหมาย รวมทั้งสามารถใช้เทคนิคการย้อมเฉพาะตัวทำให้ได้สีที่นุ่มนวลอีกด้วย			
สี				
ลวดลาย	ลวดลายเรขาคณิต	ลวดลายพรรณพฤกษา	ลวดลายสัตว์	ลวดลายในพิธีกรรม
				
เทคนิคสิ่งทอ	ขิด / จก / เกาะ / มัดก่าน / ยกดอก / ปั่นโก / ปัก / การเย็บปักเส้นเงินเส้นทอง / การปักเลื่อม / ถัก			
วัสดุ	ฝ้าย / ไหม / ดิ้นเงิน ดิ้นทอง			

3. กลุ่มผู้ประกอบการ ร้านมีสเอ โปรดักส์ อำเภอบัว จังหวัดน่าน

เมื่อผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทยลื้อ อำเภอบัว จังหวัดน่าน ประกอบกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงได้สำรวจและศึกษาผู้ประกอบการภายในชุมชนพื้นถิ่นไทยลื้อ พบว่า ร้านมีสเอ โปรดักส์ อำเภอบัว จังหวัดน่าน เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีแนวคิดในการใช้ทุนวัฒนธรรมพื้นถิ่นไทยลื้อผสมผสานผลิตภัณฑ์สมัยใหม่เพื่อให้ตอบสนองต่อตลาดและกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งมีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากความแข็งแรงของผู้ประกอบการและชุมชน ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดเป็นจุดแวะซื้อสินค้าท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้



ภาพที่ 2 บรรยากาศและผลิตภัณฑ์ภายในร้านมีสเอ โปรดักส์ อำเภอบัว จังหวัดน่าน

ที่มา: <https://www.facebook.com/SridaHandmade/>

โดยจากการสัมภาษณ์คุณศรีสุดา โวทาน เจ้าของร้านมีสเอ โปรดักส์ อำเภอบัว จังหวัดน่าน สามารถสรุปได้ว่าร้านมีสเอ โปรดักส์เป็นร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่มีการผสมผสานทุนวัฒนธรรมไทลื้อ โดยเริ่มจากคุณศรีสุดา ซึ่งมีบรรพบุรุษเป็นชาวไทลื้อ ได้ริเริ่มเรียนรู้การผลิตและจำหน่ายจนกระทั่งเริ่มมีชื่อเสียงจึงเกิดการจ้างงานคนในชุมชนเพื่อให้สามารถผลิตชิ้นงานได้ตามความต้องการด้วยการเรียนรู้ภายในชุมชน ทำให้สามารถสร้างรายได้ สร้างอาชีพและสร้างความรู้ได้ จนกระทั่งปัจจุบัน ร้านมีสเอ โปรดักส์ถือเป็นจุดแวะพักสำหรับการท่องเที่ยวในอำเภอบัวเพื่อเลือกซื้อสินค้าจากทุนวัฒนธรรม แต่จากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในร้านเป็นเครื่องหนังและเครื่องประดับ ขณะเดียวกันก็พบว่าตลาดกลุ่มสุขภาพบุรุษที่ต้องการเครื่องแต่งกายจากทุนวัฒนธรรมยังมีตัวเลือกไม่มากนัก ประกอบกับคุณศรีสุดาก็ต้องการความหลากหลายด้านผลิตภัณฑ์

และเปิดตลาดใหม่จึงพบว่าเครื่องแต่งกายบุรุษยังมีช่องว่างให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของตลาดและเพื่อพัฒนาให้ชุมชนเกิดรายได้ที่ยั่งยืนและเป็นทางเลือกด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

4. เครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์

จากการศึกษาทุนวัฒนธรรมและความต้องการของผู้ประกอบการที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ให้กับสินค้าพื้นถิ่นให้มีรูปแบบที่ทันสมัย จึงได้เลือกศึกษาเครื่องแต่งกายบุรุษประเภทสตรีทแวร์เนื่องจากมีช่องว่างทางการตลาดของสินค้าพื้นถิ่นรูปแบบนี้ อีกทั้งเครื่องแต่งกายบุรุษที่มีการผสมผสานวัฒนธรรม ความทันสมัยและสตรีทแวร์กำลังเป็นที่น่าสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายและตลาดอีกด้วย ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาข้อมูลเครื่องแต่งกายบุรุษประเภทสตรีทแวร์เพื่อใช้ในการออกแบบโดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 2 ที่มาและรูปแบบของเครื่องแต่งกายบุรุษสตรีทแวร์

<p>ที่มาของเครื่องแต่งกายบุรุษประเภทสตรีทแวร์</p>	<p>กระแสดสตรีทแวร์(Streetwear) เริ่มต้นในช่วงปลายยุค 70 หรือ 80 Shawn Stussy ได้ขายเสื้อยืดไปพร้อมกับเสกิตบอร์ดและใช้ตราสัญลักษณ์ในการเชื่อมโยง ก่อนจะเริ่มเป็นที่นิยมและกระจายไปสู่การแต่งกายรูปแบบอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นวงการกีฬา หรือเพลงฮิปฮอป จนกล่าวได้ว่า Sub-culturesมีส่วนทำให้เกิดสตรีทแวร์นั่นเอง ซึ่งการแต่งตัวแนวสตรีท ค่อนข้างกว้างและไม่มีถูกผิด เน้นที่การแต่งตัวสบาย เสื้อตัวหลวม มีลวดลายหรือตราสัญลักษณ์ที่เด่นชัด ทั้งนี้นอกจากเครื่องแต่งกายแล้ว ปัจจุบันสุขภาพบุรุษเองก็ให้ความสนใจกับเครื่องประดับอื่น ๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ดูดีและสมบูรณ์ขึ้นรวมทั้งยังได้ใช้ประโยชน์จากเครื่องประดับเหล่านั้นด้วย</p>
<p>รูปแบบของเครื่องแต่งกายบุรุษประเภทสตรีทแวร์</p>	<div data-bbox="715 1317 1182 1608" data-label="Image"> </div> <p>ที่มา: https://www.wministry.com/has-streetwear-reached-its-limit/</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Oversized: การสวมเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มีขนาดใหญ่กว่าปกติ แสดงออกถึงความสบาย อaxedระและไรกฎเกณฑ์ ขณะเดียวกันก็อาจเสริมรายละเอียดด้วยการสวมใส่เสื้อผ้าหลายชิ้นให้เกิดมิติและความน่าสนใจ 2. Logo: เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับส่วนใหญ่จะมีการแสดงตราสัญลักษณ์ขนาดใหญ่หรือมีลวดลายบางประการที่มีขนาดแตกต่างจากขนาดปกติ 3. Sneakers: กายแต่งกายแบบสตรีทแวร์มักจะสวมใส่รองเท้าผ้าใบเพื่อบ่งบอกความสบายและอิสระ รวมทั้งแสดงให้เห็นว่าเป็นเสื้อผ้าที่สวมใส่ได้ง่ายในชีวิตประจำวันและเป็นเสื้อผ้ากึ่งทางการที่สามารถใส่ลาลองได้อย่างมีสไตล์



5. ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์

ปัจจุบันและในอนาคตแฟชั่นไลฟ์สไตล์เป็นสินค้าที่ตอบสนองการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายเป็นเหตุผลให้เริ่มมีการให้ความสนใจกับสินค้าอื่น ๆ นอกเหนือจากสินค้าแฟชั่น ทั้งนี้จากการศึกษาตลาด กลุ่มผู้ประกอบการรวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภค จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาสินค้าให้

ตอบสนองวิถีชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้บริโภคทั้งพื้นฐานของกลุ่มผู้ประกอบการที่มีจุดเด่นที่สินค้าไลฟ์สไตล์ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษารูปแบบกระเป๋าและหมวกสำหรับบุรุษ เพื่อให้การแต่งกายสมบูรณ์รวมทั้งสามารถใช้งานในเชิงประโยชน์ได้จริง โดยมีรายละเอียดการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 3 รูปแบบกระเป๋าและรูปแบบหมวกสำหรับบุรุษ

รูปแบบกระเป๋าสำหรับบุรุษ		
		
<p>Tote Bag กระเป๋าผ้าทรงสี่เหลี่ยม สามารถพกพาง่าย ใช้งานสะดวกและกำลังเป็นกระแสนิยมในปัจจุบัน</p>	<p>Barrel Bag กระเป๋าทรงถังน้ำมัน สามารถใส่ของได้ปริมาณมากและเสริมบุคลิกการแต่งกายให้มีมิติมากยิ่งขึ้น</p>	<p>Messenger Bag กระเป๋าใส่เอกสาร ทำให้ดูเป็นหนุ่มทำงาน เสริมบุคลิกให้ดูทางการและสามารถจัดเก็บเอกสารได้ดี</p>
		
<p>Satchel Bag กระเป๋าทรงถือ ที่สามารถถือและสะพายให้ความรู้สึกถึงความจริงจัง แต่มีเสน่ห์แบบทะมัดทะแมงได้ดี</p>	<p>Bum Bag กระเป๋าคาดอกสำหรับความต้องการคล้องตัว สะดวกในการเดินทาง เพราะมีขนาดกะทัดรัดพอดีกับสิ่งของ</p>	<p>Backpack Bag กระเป๋าแบ้สะพายหลัง เหมาะกับคนที่ชอบการเดินทาง สามารถจุของได้มาก และมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย</p>
รูปแบบหมวกสำหรับบุรุษ		
		
<p>Cap หมวกแก๊ปทรงคลาสสิก เหมาะกับคนที่ต้องการความคล้องตัว ทะมัดทะแมง และเสริมลุคให้ดูเท่มากยิ่งขึ้น</p>	<p>Bucket หมวกทรงถังที่เหมาะสมสำหรับการแต่งตัวแบบสตรีทแวร์ ช่วยเสริมภาพลักษณ์ความเป็นญี่ปุ่นมากขึ้น</p>	<p>Beanies หมวกไหมพรม สามารถสวมใส่ได้ง่าย ถือว่าเป็นไอเท็มที่มากับเด็กสเก็ทบอร์ดในช่วงยุค 1990s เลยทีเดียว</p>

รูปแบบหมวกสำหรับบุรุษ		
		
<p>Fedora</p> <p>หมวกปีกกว้างที่มีรอยบุ๋ม เหมาะกับการแต่งกายให้ดูเป็นทางการ เพิ่มความเท่ แต่ยังคงดูสบาย ๆ</p>	<p>Flat Cap</p> <p>หมวกปีกยื่นมาข้างหน้า เสริมความเป็นกันเองในลุควินเทจ ทำให้ดูเป็นทางการแต่ยังคงมีลูกเล่นไปพร้อม ๆ กัน</p>	

6. กลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษาข้อมูลของร้านมีเอ โปรดักส์ พบว่าสินค้าภายในร้านตอบสนองให้กลับกลุ่มสุภาพสตรี แต่กระนั้น สำหรับสุภาพบุรุษกลับไม่มีสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการ จึงได้ศึกษาตราสินค้าที่ใกล้เคียงกันทางด้านรูปแบบและลักษณะแต่เป็นตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษพบว่า มีตราสินค้าที่ผลิตสินค้าแต่มีจำนวนไม่มากและไม่เป็นที่น่าสนใจหากกลุ่มเป้าหมายต้องการเอกลักษณ์ของชนเผ่า ไทลื้อ หรือความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเมื่อเดินทางมาที่จังหวัดน่าน รวมทั้งจากการสัมภาษณ์คุณศรีสุดา ก็พบว่าสุภาพบุรุษต้องการเครื่องแต่งกายท้องถิ่นของชาวไทลื้อแต่ไม่มีเครื่องแต่งกายที่สวยงาม เนื่องจากภาพลักษณ์เดิม ๆ ของเครื่องแต่งกายที่ทำให้ผู้สวมใส่ดูสูงวัย จึงทำให้กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานไม่สนใจผ้าท้องถิ่นไทลื้อ

TARGET GROUP



ภาพที่ 3 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย



ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิศวรรณกุล

จากข้อมูลทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อมูลกลุ่มเป้าหมายเบื้องต้นได้ว่า เป็นสุภาพบุรุษที่อยู่ใน Generation Y (อายุ 24 – 39 ปี) เติบโตขึ้นมาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงและค่านิยมที่แตกต่างระหว่างรุ่นปู่ย่าตายาย กับ รุ่นพ่อแม่ แต่ก็รับเอาความเจริญรุดหน้าของเทคโนโลยี และ อินเทอร์เน็ตเข้ามาแทรกอยู่ในการดำรงชีวิตประจำวันด้วย รวมทั้งมีลักษณะนิสัยชอบการแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบถูกบังคับให้อยู่กรอบ ไม่ชอบอยู่ในเงื้อมมือ ชอบเสพข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลาย มีอิสระในความคิด กล้าซัก กล้าถามในทุกเรื่องที่ตัวเองสนใจ ไม่หวั่นกับคำวิจารณ์ มีความเป็นสากลมาก มองว่าการนิยมชมชอบวัฒนธรรม หรือศิลปะต่างชาติเป็นเรื่องธรรมดา (Chief Oversea Co., Ltd. – Thailand, 2560) ซึ่งจากลักษณะนิสัยโดยทั่วไปสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการความทันสมัยและเอกลักษณ์เฉพาะตัวตามรสนิยม ซึ่งตราสินค้าใหม่สามารถตอบสนองเอกลักษณ์ที่ผสมผสานระหว่างความทันสมัยและวัฒนธรรมได้อย่างมีเอกลักษณ์ รวมทั้งยังใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นที่น่าสนใจในภาวะสังคมในปัจจุบันอีกด้วย

7. อัตลักษณ์ของตราสินค้า

จากการศึกษาข้อมูลและช่องว่างทางการตลาดเกี่ยวกับตราสินค้าของผู้วิจัยและตราสินค้าคู่แข่งผู้วิจัยจึงได้เห็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์กลุ่มผู้ประกอบการโดยการยึดหลักเอกลักษณ์ของผ้าทอไทลื้อจังหวัดน่าน โดยการผสมผสานความเรียบง่ายและทันสมัยเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็น โดยสามารถสรุปอัตลักษณ์ของตราสินค้าได้ ดังนี้

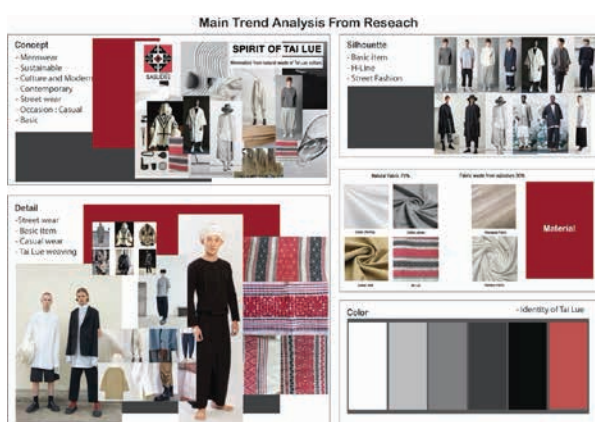
ตารางที่ 4 อัตลักษณ์ของตราสินค้า

อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า																																							
<p>อัตลักษณ์ ตราสินค้า</p>	<p>BRAND IDENTITY</p> <p>LOGO </p> <p>TYPE AVANTGARDE LT</p> <p>COLOR </p>	<p>จุดยืนของ ตราสินค้า</p>																																					
<p>การแบ่งกลุ่ม ผลิตภัณฑ์</p>	<p>PRODUCT CATEGORY</p> <p>JACKET 15% 2 DESIGN SHIRT 15% 3 DESIGN T-SHIRT 25% 5 DESIGN PANTS 10% 2 DESIGN BAG 30% 5 DESIGN HAT 15% 3 DESIGN</p> <p>TOTAL 40 Pcs. 20 DESIGN (2 COLOR WAYS)</p>	<p>รูปแบบ ผลิตภัณฑ์</p>	<p>Minimal Evolve</p> 																																				
การวิเคราะห์ตราสินค้าด้วยเครื่องมือ 7P's																																							
<p>ผลิตภัณฑ์ (Product)</p>	<p>ตราสินค้า SASUDEE เป็นตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายแฟชั่นสุขภาพบุรุษสำหรับกลุ่ม Generation Y ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่การใช้สี ลวดลายและภูมิปัญญาของชาวไทลื้อ จังหวัดน่าน ผ่านการผสมผสานความเรียบง่ายของโครงสร้างเงาของเครื่องแต่งกายให้สามารถสวมใส่ได้ง่ายดายในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นการต่อยอดและพัฒนาสินค้าให้มีจุดแข็งมากยิ่งขึ้น</p>																																						
<p>ราคา (Price)</p>	<p>ราคาจัดจำหน่ายของตราสินค้า SASUDEE จะมีเฉลี่ยราคาอยู่ที่ 690-3,590 บาท ซึ่งทั้งนี้แปรผันตามต้นทุนของการผลิตและรูปแบบของสินค้า โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับต้นทุนและราคาขาย ดังนี้</p> <table border="1" data-bbox="355 1276 1388 1601"> <thead> <tr> <th>ลำดับ</th> <th>รายการ</th> <th>ต้นทุนการผลิต</th> <th>ราคาขายส่ง (บาท) (จำนวนแบบละ 6-12 ชิ้น) (X 1.3 เท่า)</th> <th>ราคาขายปลีก (บาท) (X 2 เท่า)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>เสื้อยืด (T-Shirt)</td> <td>630</td> <td>819</td> <td>1,260</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>เสื้อเชิ้ต (Shirt)</td> <td>1,055</td> <td>1,371.5</td> <td>2,110</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>กางเกง (Pant)</td> <td>1,225</td> <td>1,592.5</td> <td>2,450</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>เสื้อแจ็คเก็ต (Jacket)</td> <td>1,257.5</td> <td>3,772.5</td> <td>2,515</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>กระเป๋า (Bag)</td> <td>675</td> <td>877.5</td> <td>1,350</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>หมวก (Hat)</td> <td>470</td> <td>633</td> <td>940</td> </tr> </tbody> </table>				ลำดับ	รายการ	ต้นทุนการผลิต	ราคาขายส่ง (บาท) (จำนวนแบบละ 6-12 ชิ้น) (X 1.3 เท่า)	ราคาขายปลีก (บาท) (X 2 เท่า)	1	เสื้อยืด (T-Shirt)	630	819	1,260	2	เสื้อเชิ้ต (Shirt)	1,055	1,371.5	2,110	3	กางเกง (Pant)	1,225	1,592.5	2,450	4	เสื้อแจ็คเก็ต (Jacket)	1,257.5	3,772.5	2,515	5	กระเป๋า (Bag)	675	877.5	1,350	6	หมวก (Hat)	470	633	940
ลำดับ	รายการ	ต้นทุนการผลิต	ราคาขายส่ง (บาท) (จำนวนแบบละ 6-12 ชิ้น) (X 1.3 เท่า)	ราคาขายปลีก (บาท) (X 2 เท่า)																																			
1	เสื้อยืด (T-Shirt)	630	819	1,260																																			
2	เสื้อเชิ้ต (Shirt)	1,055	1,371.5	2,110																																			
3	กางเกง (Pant)	1,225	1,592.5	2,450																																			
4	เสื้อแจ็คเก็ต (Jacket)	1,257.5	3,772.5	2,515																																			
5	กระเป๋า (Bag)	675	877.5	1,350																																			
6	หมวก (Hat)	470	633	940																																			
<p>สถานที่ (Place)</p>	<p>สถานที่จัดจำหน่ายสามารถแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> หน้าร้านมีสโตร์ โปรตักส์ อำเภอปัว จังหวัดน่าน: โดยจัดแบ่งพื้นที่เดิมในร้านขนาด 2x2 เมตรเพื่อนำเสนอสินค้าโดยการจัดวางใส่หุ้และราวแขวนเสื้อผ้ารวมทั้งชั้นวางเครื่องประดับตกแต่งเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเข้ากันของสินค้าให้ลูกค้าได้เลือกอย่างชัดเจน ช่องทางออนไลน์: โดยนำรูปภาพการถ่ายภาพเพื่อนำเสนอแบบลุคบุค (Look Book) และการถ่ายภาพสินค้าแบบแยกชิ้น นำเสนอพร้อมราคาขายขนาดของสินค้า วัตถุประสงค์และรายละเอียดของขนาดเสื้อผ้าอย่างละเอียดเพื่อความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ 																																						

การวิเคราะห์ตราสินค้าด้วยเครื่องมือ 7P's	
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	เพื่อให้สินค้าใหม่เป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย การส่งเสริมการตลาดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์สินค้าโดยกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หรือบล็อกเกอร์ (Blogger) ผ่านทางช่องทางการสื่อสารโซเชียลเน็ตเวิร์คเป็นหลัก ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษแก่อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หรือบล็อกเกอร์ (Blogger) ที่นำสินค้าไปถ่ายภาพลงโซเชียลมีเดียของตนเอง เป็นต้น
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	บรรจุภัณฑ์ของตราสินค้า SASUDEE สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายหน้าร้านจะเป็นลักษณะของถุงกระดาษ มีหูหิ้วพิมพ์ลายโลโก้ตราสินค้า และสำหรับช่องทางออนไลน์จะเป็นกล่องกระดาษพิมพ์ลายโลโก้ทั้งนี้ สินค้าทุกชิ้นจะมีป้ายแท็กซึ่งประกอบไปด้วยโลโก้ รายละเอียดและราคาของสินค้าประกอบอยู่ด้วย
บุคคล (People)	บุคคลที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า SASUDEE ประกอบไปด้วยกลุ่มเป้าหมายสุภาพบุรุษ Generation Y ที่สนใจในอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานความทันสมัยด้วยรูปแบบที่เรียบง่าย เข้าถึงได้ง่าย และสามารถหยิบมาใช้สอยได้ง่ายแต่แฝงไปด้วยอัตลักษณ์ของตัวตนที่ซ่อนไว้
จุดเด่นใหม่ (Purple Cow)	จุดเด่นของตราสินค้า SASUDEE คือผลิตภัณฑ์สำหรับบุรุษที่มีเอกลักษณ์ของผ้าทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน ซึ่งเป็นการผสมผสานวัฒนธรรมและคนเมืองได้อย่างลงตัวและเรียบง่ายในทุกสถานการณ์

8. องค์ประกอบในการออกแบบ

จากการศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดทุนวัฒนธรรมไทลื้อ รวมทั้งการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อกำหนดอัตลักษณ์ตราสินค้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบเพื่อนำไปใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ โดยการศึกษาจากรูปแบบของทุนวัฒนธรรมและแนวโน้มกระแสนิยมเพื่อให้รูปแบบตรงต่อความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภค โดยสามารถสรุปองค์ประกอบในการออกแบบจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้



ภาพที่ 4 องค์ประกอบในการออกแบบ

ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย ศาสตราจารย์ ดร.พัชราอุทิศวรรณกุล

จากภาพที่ 4 ซึ่งเป็นผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาวรรณกรรมและข้อมูลที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้นำจุดเด่นและแนวคิดประโยชน์ใช้สอยของทุนวัฒนธรรมพื้นถิ่นไทลื้อรวมทั้งความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการผสมผสานอย่างร่วมสมัยให้เกิดเป็นรูปแบบเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับและสินค้าไลฟ์สไตล์ โดยคอลเลกชันนี้มีเรื่องราวแรงบันดาลใจชื่อว่า SPIRIT OF TAI LUE หรือจิตวิญญาณของชาวไทลื้อ ซึ่งมีการบอกเล่าเรื่องราวของวัฒนธรรมไทลื้อผ่านลวดลายผ้าทอซึ่งเป็นลวดลายดั้งเดิมท้องถิ่นที่ได้จากการพบเห็นเรื่องราวในชีวิตประจำวันผสมผสานรูปแบบการแต่งกายที่เรียบง่ายของชาวไทลื้อโดยปรับรูปแบบให้มีความทันสมัยและเข้ากับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ด้วยโครงสร้างที่ทำให้สามารถสวมใส่ได้สบายตัวเหมาะกับการเคลื่อนไหวและการผสมการสวมใส่ให้เป็นรูปแบบสตรีทแวร์เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ซึ่งสามารถวิเคราะห์รูปแบบของสินค้าและผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์รูปแบบของสินค้าและผลิตภัณฑ์ตราสินค้า SASUDEE

การวิเคราะห์รูปแบบของสินค้าและผลิตภัณฑ์ตราสินค้า SASUDEE	
Item	1. สินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกาย <ul style="list-style-type: none"> - เสื้อยืด (T-Shirt) - เสื้อเชิ้ต (Shirt) - เสื้อแจ็คเกต (Jacket) - กางเกง (Pant) 2. สินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ <ul style="list-style-type: none"> - กระเป๋า (Bag) - หมวก (Hat)
แนวคิด	การผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวไทลื้อและรูปแบบเครื่องแต่งกายที่ทันสมัยด้วยความเรียบง่ายและการสวมใส่ที่สบายตัวเหมาะแก่การเคลื่อนไหว
โครงสร้างเงา	<ul style="list-style-type: none"> - H-Line - Basic Item
สี	<ul style="list-style-type: none"> - ขาว ดำ แดง - เอกลักษณ์โทนสีที่ได้จากวัฒนธรรมไทลื้อ จังหวัดน่าน
รายละเอียด	มีการใช้เอกลักษณ์ลวดลายผ้าทอท้องถิ่นของชาวไทลื้อ จังหวัดน่านมาผสมผสานกับรูปแบบโครงสร้างเงาของเครื่องแต่งกายที่เรียบง่ายและทันสมัยให้สามารถสวมใส่ได้ง่ายขึ้น
วัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - ผ้าทอพื้นถิ่นไทลื้อ จังหวัดน่าน ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางด้านลวดลายและสี ซึ่งสามารถร้อยเรียงเรื่องราวได้จากภาพที่เกิดขึ้นช่วยให้เครื่องแต่งกายมีเรื่องราวที่น่าสนใจ - ผ้าสมัยใหม่ ที่จะช่วยให้รูปแบบของเครื่องแต่งกายดูไม่เก่าและสมบูรณ์เหมาะสมกับยุคปัจจุบันและกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการสรุปแนวทางในการพัฒนาตราสินค้ารวมทั้งแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและผลิตชิ้นงานต้นแบบเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตราสินค้าให้เหมาะสมกับตลาดและการท่องเที่ยวโดยการผสมผสานทุนวัฒนธรรม รวมทั้งมีการจัดตั้งกลุ่มคัลเลอร์และสมาชิกเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีรายละเอียดการสรุปผล ดังนี้

1. การสร้างผลงานต้นแบบ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มเป้าหมายและผู้ประกอบการต้องการเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายบุรุษที่เน้นโครงสร้างที่เรียบง่ายแต่ดูมีรายละเอียด มีการผสมผสานผ้าสมัยใหม่และผ้าทอพื้นถิ่นเพื่อให้มีรูปแบบที่สามารถสวมใส่ได้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกันก็ต้องการเครื่องประดับอื่น ๆ เพื่อเสริมบุคลิกให้ดูดีและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ดังนี้

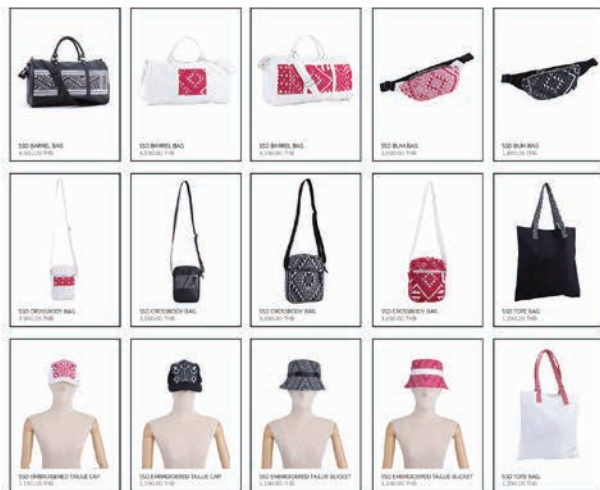
1.1 ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกาย



ภาพที่ 5 ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกาย

ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิสวรรณกุล

1.2 ผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์



ภาพที่ 6 ผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์

ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิสวรรณกุล



ภาพที่ 7 ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายในรูปแบบ
การโฆษณา

ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิสวรรณกุล

2. การจัดตั้งกลุ่มคลัสเตอร์ในชุมชน

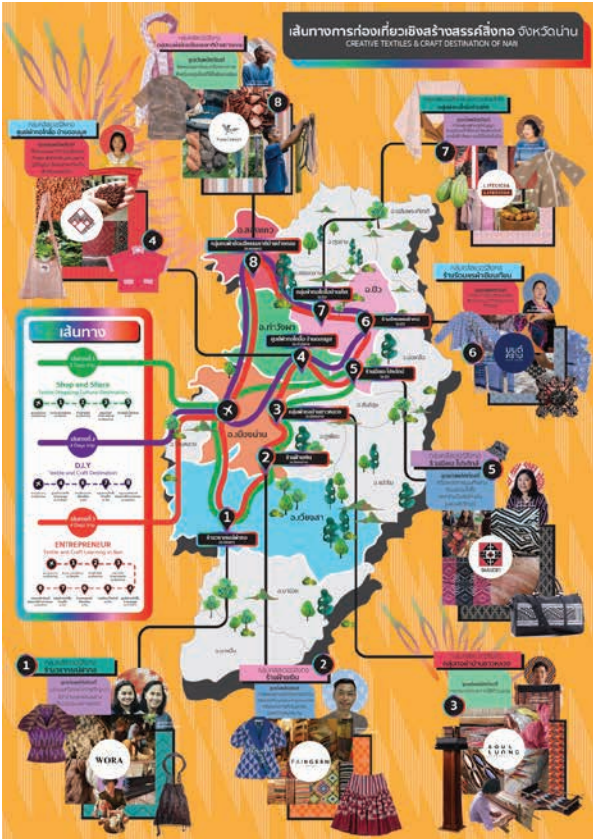
จากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งการผลิตและขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายแฟชั่นสำหรับตราสินค้า ผู้ประกอบการได้มีการจัดตั้งกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนให้มีอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืน โดยทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถรวบรวมสมาชิกภายในกลุ่มคลัสเตอร์โดยมีผู้ประกอบการร้านมีสเอเป็นหัวหน้ากลุ่มคลัสเตอร์และครอบคลุมพื้นที่ในตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน ซึ่งมีสมาชิกในกลุ่มคลัสเตอร์เป็นช่างฝีมือที่มีความชำนาญด้านต่าง ๆ อาทิเช่น ช่างกระเป๋า ช่างตัดเย็บ ช่างทอผ้า ทั้งนี้ การรวมตัวเพื่อจัดตั้งกลุ่มคลัสเตอร์ก่อให้เกิดกระบวนการครอบคลุมการผลิตทั้งหมด ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน

จากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายแฟชั่นสุภาพบุรุษ รวมทั้งการจัดตั้งสมาชิกกลุ่มคลัสเตอร์ภายในชุมชน สามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายแฟชั่นสุภาพบุรุษจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นไทลื้อ กรณีศึกษา ร้านมีสเอโปรดักส์ อำเภอปัว จังหวัดน่าน เป็นการศึกษาการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายแฟชั่นสุภาพบุรุษจากสิ่งทอพื้นถิ่นไทลื้อในจังหวัดน่าน เพื่อให้มีความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายและเป็นแนวทางการพัฒนาตราสินค้าให้เกิดความยั่งยืนของชุมชนในการสร้างอาชีพและรายได้ให้ชุมชนท้องถิ่นมีรายได้และเป็นอีกหนึ่งจุดสำคัญในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความสอดคล้องด้านทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นและเป็นการเผยแพร่ทุนวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ให้มีความน่าสนใจ ซึ่งเป็นช่องทางทางการตลาดสำหรับสินค้าและผลิตภัณฑ์นี้ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นต้นแบบในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้มีการปรับเปลี่ยนตามกระแสนิยมแต่ยังคงเอกลักษณ์ด้านอัตลักษณ์ทางทุนวัฒนธรรมเอาไว้เพื่อต่อยอดให้ชุมชนมีรายได้ที่ยั่งยืนและเกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กำลังเป็นกระแสในปัจจุบัน

3. เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลจนสามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และเครื่องแต่งกายให้มีการผสมผสานทุนวัฒนธรรมและแนวโน้มกระแสนิยมจนเกิดเป็นความร่วมมือ รวมทั้งจากที่มาและความสำคัญที่ได้กล่าวถึงการคัดเลือกกลุ่มคลัสเตอร์ที่มีความเข้มแข็งในจังหวัดน่าน ผู้วิจัยจึงสามารถวิเคราะห์เป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นเส้นทางที่มีความเกี่ยวข้องด้านสิ่งทอและแนวคิดด้านทุนวัฒนธรรมแต่มีความแตกต่างด้านแนวคิดและกิจกรรมรวมทั้งเอกลักษณ์ของแต่ละคลัสเตอร์ที่มีความแตกต่างและมีจุดแข็งของเอกลักษณ์ที่ไม่ซ้ำกัน อันเป็นแนวคิดหลักของ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ให้ผู้ชมชนได้มีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว จนเกิดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สิ่งทอที่เน้นแนวคิดด้านการท่องเที่ยวเพื่อผลักดันผู้ประกอบการและเป็นเส้นทางที่มีจุดเด่นที่หลากหลายให้เลือกตามความสนใจของนักท่องเที่ยว ดังนี้



ภาพที่ 8 เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สิ่งทอจังหวัดน่าน
ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิศวรรณกุล

จากภาพที่ 8 จะเห็นได้ว่าเมื่อศึกษาจุดเด่นของแต่ละคลัสเตอร์ทั้งหมด 8 กลุ่ม พบว่าแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์นั้นจะมีความแตกต่างของรูปแบบ เอกลักษณ์ และทุนวัฒนธรรมซึ่งส่งผลให้เกิดความหลากหลายและมีจุดยืนด้านการตลาดที่แตกต่างกัน รวมทั้งเส้นทางทั้งหมด 3 เส้นทางก็มีกิจกรรมและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่า ร้านมีส เอ โปรดัคส์ หรือตราสินค้า SASUDEE จะอยู่ในเส้นทางที่ 1 (Shop and share) และเส้นทางที่ 3 (Entrepreneur) ซึ่งเป็นเส้นทางที่เน้นการจับจ่ายและซื้อสินค้าเป็นหลัก เนื่องจากเป็นร้านที่มีลักษณะเหมาะแก่การเลือกซื้อสินค้าจากทุนวัฒนธรรมไทลื้อเพื่อเป็นของฝากมากกว่าการสาธิตวิธีการและกระบวนการผลิต แตกต่างจากเส้นทางที่ 2 (D.I.Y) ซึ่งเป็นเส้นทางที่เน้นการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างกลุ่มคลัสเตอร์และนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ตราสินค้า SASUDEE เป็นเพียงหนึ่งในจุดปักหมุดของเส้นทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องห้ามพลาดเมื่อสนใจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสิ่งทอ

เอกสารอ้างอิง

- ชนิดา ตั้งถาวรศิริกุล. (2541). **สื่อสัญลักษณ์ผ้าลาวเวียงจันทน์**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยมูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล. (2551). **มรดกวัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่: ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัตชา อูทิตวรรณกุล. (2562). **นวัตกรรมสิ่งทอผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์. วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์** 1, 11-17.
- รัชเนีย ศรีวัฒน์ชัย. (2559). **จุดเปลี่ยนธุรกิจแฟชั่นไทย เลิกคลังแบรนด์เนมชื่อไลฟ์สไตล์**. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2564, จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/435559>
- รุจยา อาภากร(ม.ร.ว.) และคณะ. **ไทลื้อ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท มติชน(มหาชน) จำกัด , ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์.
- ศรีสุดา โวทาน. **ผู้ประกอบการร้านมีสเอ โปรดักส์**. สัมภาษณ์, 14 มกราคม 2564.
- สุทธิพันธุ์ เहरา. (2556). **การสื่อความหมายมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมผ้าทอ ชาวไทลื้อ อำเภอปัว จังหวัดน่าน ผ่านศิลปะการแสดง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการจัดการศิลปะและวัฒนธรรม. เชียงใหม่: คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Chaipohn. (2558). **Streetwear แฟชั่นที่เริ่มจาก Sub-Cultures สู่ Mainstream**. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2564, จาก <https://www.unlockmen.com/men-dont-for-better-skin>
- Chief Oversea Co., Ltd. – Thailand. (2560). **นิสัยของคน 8 Gen...มาดูกัน**. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2564, จาก <https://www.facebook.com/ChiefOversea/posts/1037969772931477/>
- Mover. (2559). **6 ทรงกระเป๋ เสริมลุคสุดคูลพของสะดวก**. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2564, จาก <https://mover.in.th/m-article/6-everyday-bag/>
- Mover. (2559). **เสริมลุคให้ดูดีด้วย “หมวก” ทรงที่ใช้กับสไตล์ของคุณ**. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2564, จาก <https://mover.in.th/m-article/how-to-choose-the-right-hat/>