

การพัฒนากลยุทธ์และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่านสู่เศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอ จังหวัดน่าน

Strategic development And Marketing chanel of traditional
woven fabric products in Nan Province to the creative economy
of the textile community enterprise in Nan Province

ธัชพล ยรรยงค์ THATCHAPHON YANYONG

พระครูสมุห์อุทัย อุทยเมธี PHRAKHRUSAMU UTHAI UDAYAMEDHI

ธีรทัศน์ โรจน์กิจจากุล THEERATAS ROJKITJAKUL

อนันต์ จิตอารี ANAN JITAREE

พระมหากิตติ กิตติเมธี PHRAMAHA KITIT KITITIMEDHI

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

thatchaphonnann@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ ลวดลายและเรื่องราวผ้าทอโบราณเมืองน่าน 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน 3) เพื่อพัฒนากลยุทธ์และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่านสู่เศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) พบว่า

อัตลักษณ์ ลวดลายและเรื่องราวผ้าทอโบราณเมืองน่าน พบว่า การแต่งกายด้วยผ้าทอเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนเมืองน่าน เป็นการบ่งบอกวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น วิถีชีวิตของจังหวัดน่านผ่านลายบนผืนผ้าที่มีอัตลักษณ์ โดยเป็นผ้าที่ทอจากฝ้าย รวมทั้งกรรมวิธีย้อมสีธรรมชาติจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นทั้งหมด สู่ผ้าทอพื้นเมืองที่นิยมที่สุดของเมืองน่าน ได้แก่ ผ้าซิ่น ที่มีชื่อเสียงด้านความงดงามและมีอัตลักษณ์ชัดเจน ทั้งในรูปแบบที่สวยงาม วิธีการทอที่ละเอียด ประณีต มีคุณค่าแบ่งออกเป็นหลายชนิดตามโครงสร้างและลวดลายที่ปรากฏบนผืนที่เลียนแบบลายเรขาคณิต

และลวดลายธรรมชาติ และมีลักษณะเด่นที่เน้นความสำคัญของการออกแบบลวดลายบนพื้นผ้าอันเกิดจากการทอด้วยเทคนิคต่าง ๆ ซึ่งแต่ละกระบวนการล้วนแต่ต้องใช้ความละเอียดและความอดทน

พฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน พบว่า กลุ่มผู้บริโภค/หรือกลุ่มลูกค้า ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยว นิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกาย (ผ้าซิ่น/ผ้านุ่ง/เสื้อพื้นเมือง) โดยรู้จักลวดลายผ้าซิ่นโบราณ/ผ้าซิ่นพื้นเมืองน่าน ได้แก่ ผ้าซิ่นลายน้ำไหลมากที่สุด แรงจูงใจให้เลือกซื้อผ้าทอโบราณ/ผ้าทอพื้นเมืองน่าน ได้แก่ ความต้องการสวมใส่/ความชอบและให้ความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณ/ผ้าทอพื้นเมืองน่าน ได้แก่ ด้านราคาเป็นสำคัญ ส่วนปัจจัยทางการตลาด พบว่า สภาพปัจจุบันของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณ/ผ้าทอพื้นเมืองน่าน โดยภาพรวม พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ต่อปัจจัยทางการตลาด โดยภาพรวม พบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่านสู่เศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ พบว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ผ้าทอโบราณเมืองน่านมีจุดขายที่โดดเด่นคือเป็นสินค้า Handmade ยังคงไว้ซึ่งกระบวนการทอผ้าด้วยมือ การใช้วัสดุในท้องถิ่น (ฝ้ายพื้นเมือง) แต่ต้องพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อยอดด้วยแนวคิดสมัยใหม่ กลยุทธ์ด้านราคานั้นเป็นไปตามปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ การตั้งราคาตามต้นทุนการผลิต 2) การตั้งราคาตามความนิยมของสินค้า และ 3) ตั้งราคาตามคุณภาพสินค้าและลวดลาย กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องมีการปรับช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายช่องทาง จะทำให้กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมีความได้เปรียบคู่แข่งในยุคปัจจุบัน กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการขายผ่านลูกค้าประจำในจังหวัดและนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัด เช่น แคตตาล็อกสินค้าผ้าทอเมืองน่าน (Catalog) เป็นต้น และพัฒนาการตลาดออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และเพิ่มยอดขาย เนื่องจากในปัจจุบันช่องทางการค้าออนไลน์เป็นที่นิยม และเป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็วในการสื่อสารกับลูกค้า สามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและมีต้นทุนต่ำ

คำสำคัญ : กลยุทธ์, ช่องทางการตลาด, ผ้าทอโบราณ, เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Abstract

This study aims to 1) examine the identity, pattern, and story of Nan Province’s traditional woven fabric, 2) examine consumer behavior and marketing of products based on them, 3) develop strategy and channel for marketing of products based on Nan Province’s traditional woven fabric into creative economy. This study used mixed method research and found that.

On identity, pattern, and story of Nan Province’s traditional woven fabric, it was found that woven fabric clothing reflected the local lifestyle of Nan through the identity of woven fabric, which was woven from cotton and dyed with traditional wisdom. The most popular traditional fabric of Nan is sarong or pasin, which was reputed for beauty, strong identity, high-quality workmanship, diverse structure, and pattern (imitating natural and mathematical patterns) and emphasis on pattern design through various weaving techniques, which required high degree of patience and detail.

On consumer behavior and marketing of products based on Nan Province’s traditional woven fabric, it was found that consumer groups i.e., tourists, usually purchased clothing (Pasin/sarong/traditional shirt). The best-known ancient/traditional pasin of Nan Province was *lai am lai* (flowing water pattern). The consumers usually purchased ancient/traditional pasin of Nan Province because of personal preferences, and price was an important factor in whether they would purchase the product. Regarding the marketing mix, it was found that the current marketing mix for decision to purchase ancient/traditional woven fabric product of Nan Province, overall, had price as the most important factor. Regarding desirable conditions for the overall marketing mix, “Place” or sale channel had the highest rating.

On strategy and channel for marketing of products based on Nan Province’s traditional woven fabric into creative economy, it was found that the product strategy of Nan Province’s traditional woven fabric product had distinction in

being handmade and use of local material (local cotton), but modern concepts would be needed to develop products further. Regarding price strategy, it followed three aspects 1) pricing based on cost, 2) pricing based on popularity, 3) pricing based on pattern and quality. Place strategy needs more diverse sales channel to gain competitive edge over competitors in modern times. Promotion strategy could be done through regular customers in the province and tourists, like making catalogs for them. Online marketing could be used to increase sales and opportunities because of modern popularity of online sales channel, and its convenience, accessibility and low cost.

Keywords : strategy, marketing channel, woven fabrics, Creative economy.

บทนำ

ผ้าทอเมืองน่าน เป็นหนึ่งในหัตถกรรมท้องถิ่น ซึ่งถูกอนุรักษ์และสืบทอดกันมาเป็นเวลาช้านาน จนกลายเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของคนท้องถิ่นในจังหวัดน่าน และของล้านนา มีโครงสร้าง เทคนิควิธีการที่ประณีต และลวดลายที่สวยงามตามความคิดสร้างสรรค์ที่ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นเป็นเอกลักษณ์ตามแต่ละท้องถิ่น สัญลักษณ์บนผืนผ้าทอแสดงถึงความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต และวัฒนธรรมการแต่งกายของกลุ่มชนแต่ละท้องถิ่น ดังนั้น ผ้าทอโบราณจึงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่บ่งบอกความเป็นท้องถิ่นของตนเอง เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน เพราะการทอผ้านั้นเกิดจากความรู้ ความสามารถที่กลุ่มชนได้สั่งสมไว้เป็นเรื่องที่มาจากประสบการณ์หรือความรู้เดิมที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ภูมิปัญญาเป็นความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความชัดเจนที่เป็นผลของการใช้สติปัญญาปรับตัวกับสถานะต่าง ๆ ในพื้นที่ที่กลุ่มชนนั้นตั้งหลักแหล่งถิ่นฐานอยู่และได้แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกับกลุ่มชนอื่นจากพื้นที่สิ่งแวดล้อมอื่นที่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กันแล้วรับเอาหรือปรับเปลี่ยนนำมาสร้างประโยชน์ หรือแก้ไขได้ในสิ่งแวดล้อมและบริบททางสังคมของกลุ่มชนนั้น (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดน่าน, 2557)

ปัจจุบันผ้าทอพื้นเมืองน่านมีการพัฒนาทั้งในเชิงเทคนิคและคุณภาพ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะผ้าทอย้อมสีธรรมชาติ เป็นต้น การทอผ้า การใช้สอย และธุรกิจเกี่ยวกับผ้าทอเมืองน่าน อาจแปรเปลี่ยนจากผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม

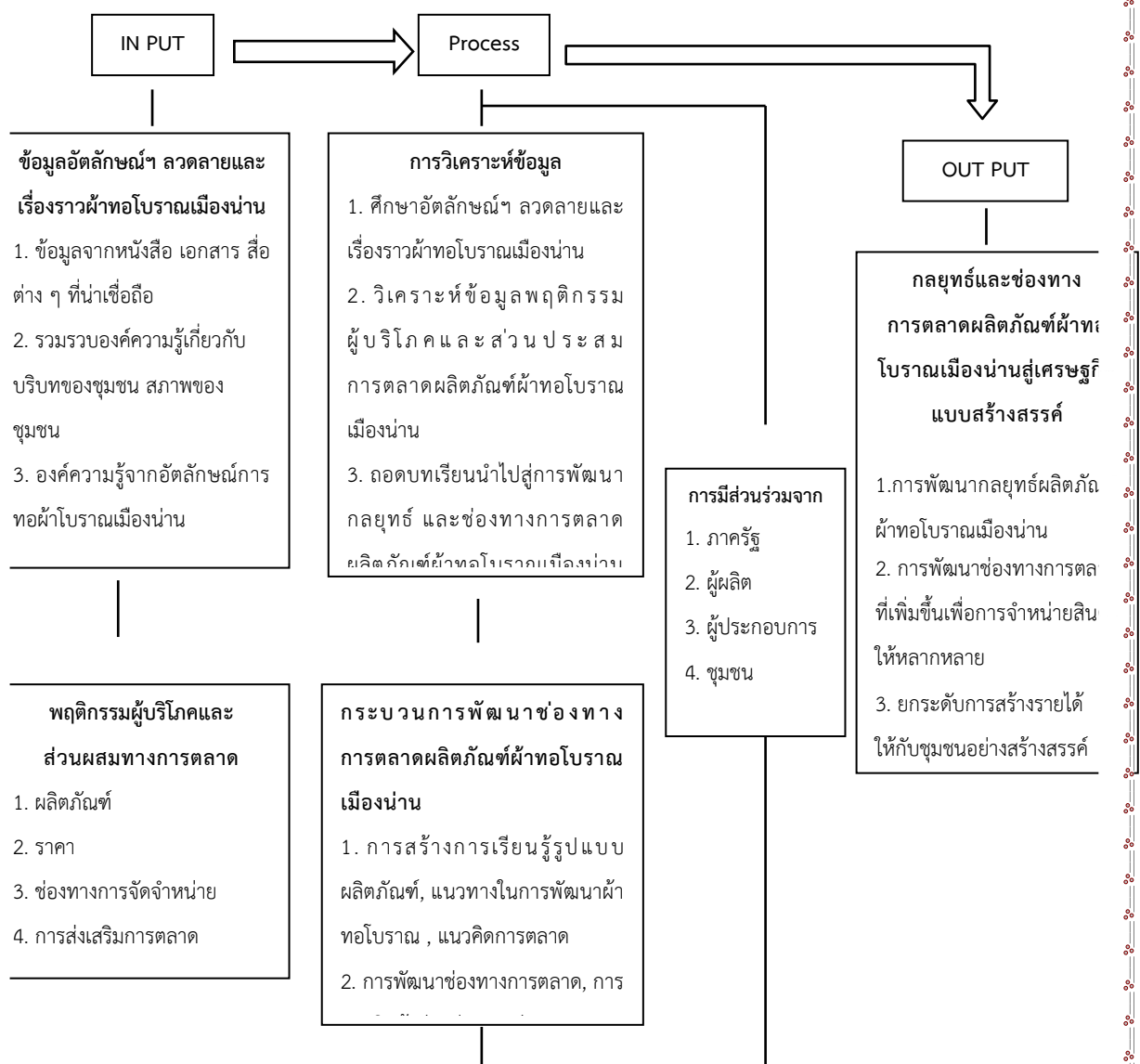
อื่น ๆ เป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยที่กระแสนิยมในแต่ละยุคสมัยและการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นตัวกำหนดรูปแบบผ้าทอด้วยการประยุกต์รูปแบบให้เหมาะสมกับปัจจุบัน ทันสมัยมากขึ้น (โครงการพัฒนาผ้าทอเมืองน่าน สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดน่าน, 2559) ในเมื่อความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยหันมาสนใจสินค้าที่มีรูปแบบทันสมัยใช้งานได้จริง ปรับเปลี่ยนได้ตามสไตล์แฟชั่น และรูปแบบการตลาดที่สามารถตอบสนองต่อผู้บริโภคได้รวดเร็วกว่าเดิม ดังนั้น สินค้าผ้าทอเมืองน่าน ต้องมีการพัฒนา ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอเมืองน่านเหมือนเดิม แต่เพิ่มความทรงคุณค่า ต่อยอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างสร้างสรรค์ เพิ่มมูลค่า และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน มีการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ (STORY) เพื่อตอบสนองความต้องการและเพิ่มทางเลือกในการซื้อสินค้า ยกกระดานการแข่งขันด้านการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งสร้างความเข้มแข็งของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากความสำคัญดังกล่าว ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายในรูปแบบผ้าทอเมืองน่าน ขึ้นมาอย่างประณีตสวยงาม และทรงคุณค่า อันสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบทางความคิดที่ถ่ายทอดผ่านงานหัตถศิลป์จนได้มาซึ่งอัตลักษณ์ของชาวเมืองน่าน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่านสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอ จังหวัดน่าน” เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ ลวดลายและเรื่องราวผ้าทอโบราณเมืองน่าน ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาด นำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน ผ้าทอพื้นเมืองน่านมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น เป็นผลงานหัตถกรรมที่มีคุณค่าในเชิงศิลปะ มีความงดงาม ประณีตด้วยวิธีการทอที่ละเอียดซับซ้อนและเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านจากอดีตที่ควรศึกษาอนุรักษ์ และพัฒนาด้วยการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของการพัฒนาได้อย่างมั่นคง และยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ ลวดลายและเรื่องราวผ้าทอโบราณเมืองน่าน 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน 3) เพื่อพัฒนากลยุทธ์และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่านสู่เศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) ทั้งการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. การศึกษาวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) มุ่งเน้นการศึกษา รวบรวมข้อมูล จากหนังสือ เอกสารประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ ลวดลาย และเรื่องราวผ้าทอโบราณเมืองน่านจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยดำเนินการดังนี้

- 1) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน
- 2) ดำเนินการออกแบบสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน
- 3) สำรวจกลุ่มผู้บริโภคสินค้าผ้าทอเมืองน่าน ในการจำหน่ายสินค้าในเชิงพาณิชย์ เพื่อนำไปสู่การยกระดับรายได้สู่เศรษฐกิจชุมชนสร้างสรรค์
- 4) วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน

3. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยดำเนินการดังนี้

- 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีความรู้ เชี่ยวชาญด้านผ้าทอโบราณเมืองน่าน กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอโบราณ และผู้ประกอบการสินค้าผ้าทอเมืองน่านที่มีความสำคัญในการพัฒนาผ้าทอเมืองน่าน เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ ลวดลาย เรื่องราวผ้าทอโบราณเมืองน่าน นำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน
- 2) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในประเด็นเกี่ยวกับการกลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่านสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอโบราณเมืองน่าน นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าทอ และผู้ประกอบการผ้าทอโบราณเมืองน่านในพื้นที่ 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองน่าน อำเภอท่าช้าง อำเภอปัว อำเภอทุ่งช้าง และอำเภอเวียงสา 2) หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาผ้าทอเมืองน่าน และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจจังหวัดน่าน ประกอบด้วย อุตสาหกรรมจังหวัดน่าน, พาณิชย์จังหวัดน่าน, พัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน, ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ น่าน, องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. และหอการค้าจังหวัดน่าน 3) นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเยี่ยมชม และผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ผ้าทอเมืองโบราณเมืองน่าน

การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยได้เรียนเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องตามความสำคัญของประเด็นที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่านสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาผ้าทอเมืองน่าน และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจจังหวัดน่าน จำนวน 6 ท่าน และตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการผ้าทอโบราณเมืองน่านในพื้นที่จังหวัดน่าน จำนวน 6 ท่าน รวมทั้งสิ้น 12 ท่าน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยในเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเยี่ยมชม และผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอเมืองน่าน โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอเมืองน่านเพื่อนำไปสู่การยกระดับรายได้สู่เศรษฐกิจชุมชนสร้างสรรค์ จำนวน 200 คน

ด้านพื้นที่ พื้นที่การวิจัย ได้แก่ ผู้ผลิตและผู้ประกอบการกลุ่มทอผ้าโบราณเมืองน่าน จังหวัดน่าน จำนวน 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองน่าน อำเภอท่าช้าง อำเภอปัว อำเภอทุ่งช้าง และอำเภอเวียงสา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบด้วย

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวผู้ที่มาเยี่ยมชม และผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอเมืองน่าน

2. แบบสัมภาษณ์ (Interview) สำหรับสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีประเด็นที่สำคัญ เช่น องค์ความรู้เกี่ยวกับเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ลวดลาย และเรื่องราวผ้าทอโบราณเมืองน่าน

3. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ผ้า
ทอโบราณเมื่อนานสู่เศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ร่วมกัน

4. การใช้เทคนิคการถ่ายภาพ โดยการใช้ภาพถ่าย การจัดแผนภูมิ/แผนภาพ เพื่อ
ศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอโบราณจากจิตรกรรมฝาผนัง วิถีชีวิตการทอผ้าโบราณ สีและลวดลายของผ้าทอ
โบราณ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้มีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่กรณีศึกษา จากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม
การแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มุ่งเน้นการวิเคราะห์โดยการสรุปตาม
สาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนดไว้ โดยวิเคราะห์ อัตลักษณ์และวัฒนธรรมการทอผ้าโบราณ (พื้นเมือง)
น่าน

ประเภทผ้าทอโบราณ (พื้นเมือง) น่าน ลวดลายและกรรมวิธีการทอผ้าโบราณเมื่อนาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เน้นการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
ที่ได้เก็บรวบรวมจากนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเยี่ยมชม และผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอเมื่อนาน จำนวน 200
ชุด โดยมีขั้นตอนการศึกษวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) เลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ในการตอบไปวิเคราะห์ข้อมูล โดย
ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

2) แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของกลุ่ม
ตัวอย่าง เช่น เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธี
หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ แล้วนำมาเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

3) แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการสำรวจพฤติกรรม
ของผู้บริโภคและความต้องการในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมื่อนาน/พื้นเมืองน่าน โดยทำ
การวิเคราะห์โดยใช้วิธีหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ แล้วนำมาเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

4) แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่
ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมื่อนาน 4 ด้าน ตามแนวคิดการตลาดแบบ 4P's

ได้แก่ ผลผลิต ราคาส่ง การจัดการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยทำการวิเคราะห์
คำนวณหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ คะแนนเฉลี่ย (X) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นรายข้อและ
รายด้าน และเฉลี่ยรวมทุกด้าน อีกทั้งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์
และความต้องการจำเป็นโดยใช้เทคนิค Modified Priority Need Index (PNI_{modified}) ปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน

5) แบบสอบถามส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นข้อมูลด้านสภาพปัญหา อุปสรรค และ
ข้อเสนอแนะในความต้องการด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณ/พื้นเมืองน่าน

ผลการวิจัย

1. อัตลักษณ์ ลวดลายและเรื่องราวผ้าทอโบราณเมืองน่าน

อัตลักษณ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน พบว่า การแต่งกายด้วยผ้าทอเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
อย่างหนึ่งของคนเมืองน่าน เป็นการบ่งบอกประวัติความเป็นมาและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น วิถีชีวิต
ของจังหวัดน่านผ่านลายบนผืนผ้า ที่เป็นการผสมผสานวัฒนธรรมการทอผ้าของชาวไทยวน ไทลื้อ และ
ไทลาวที่ถูกถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็นร้อยปี อัตลักษณ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน เป็นผ้าที่ทอจากฝ้าย โดย
เริ่มจากการปลูกฝ้าย และเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นเส้นด้าย โดยภูมิปัญญาของท้องถิ่นทั้งหมด รวมทั้ง
กรรมวิธีย้อมสีธรรมชาติ หรือไหมแถมฝ้ายในการทอ บางครั้งมีการสอดแทรกด้วยไหมเงิน ไหมคำ
ทำให้มีลวดลายที่วิจิตรงดงาม เป็นการบ่งบอกถึงฐานะทางสังคม ทั้งนี้ ที่นิยมที่สุดในการทอผ้า
พื้นเมืองน่าน ได้แก่ ผ้าซิ่น ที่มีชื่อเสียงด้านความงดงามและมีอัตลักษณ์ชัดเจนที่สุด ทั้งในรูปแบบที่
สวยงาม วิธีการทอที่ละเอียด ประณีต มีคุณค่า แบ่งออกเป็นหลายชนิดตามโครงสร้างและลวดลายที่
ปรากฏบนผืนผ้า ซึ่งเป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ได้แก่ 1) ซิ่นคำเคิบ เป็นผ้าซิ่นที่ใช้กันเฉพาะในราช
สำนักเจ้าผู้ครองนครน่านเท่านั้น 2) ซิ่นป่อง มีการวางช่องไฟแนวนอนมีระยะสม่ำเสมอจนตลอดทั้งผืน
3) ซิ่นลายน้ำไหล ลวดลายบนพื้นผ้ามีลักษณะเหมือนสายน้ำไหล 4) ซิ่นม่าน ลักษณะความถี่และ
ความห่าง ระยะของช่องไฟแนวนอนไม่เท่ากัน ใหญ่บ้างเล็กบ้างสลับกันไปมา 5) ซิ่นก่าน เป็นซิ่นของ
ชาวไทยลื้อเมืองน่านที่ทอด้วยลวดลายมัดหมี่ 6) ซิ่นตีนจก ส่วนตีนซิ่นจะมีลักษณะที่พิเศษด้วยลวดลาย
ที่ละเอียดสวยงามซึ่งเกิดจากเทคนิคการตกแต่งลวดลายด้วยวิธีการจก 7) ซิ่นเชียงแสน เป็นซิ่น
พื้นบ้านที่ใช้นุ่งในชีวิตประจำวันของชาวเมืองน่าน 8) ซิ่นแบบเมืองเงิน พบในกลุ่มวัฒนธรรมไทลื้อ

แบบเมืองเงิน 9) ชิ่นไทลื้อ ใช้ผ้าไหมที่มีสีสันสวยงามสะดุดตา มีการตกแต่งด้วยเทคนิคการขีด, จก และล้วง

ลวดลายผ้าทอโบราณเมืองน่าน พบว่า ผ้าทอโบราณเมืองน่าน เป็นหัตถกรรมทอมืออัน เป็นที่ยอมรับว่าเป็นงานศิลปะที่มีลวดลายสีสังดงาม และมีลักษณะเด่นที่เน้นความสำคัญของการ ออกแบบลวดลายเลียนแบบลายเรขาคณิต และลวดลายธรรมชาติ ซึ่งลวดลายบนผืนผ้าเกิดจากการ ทอด้วยเทคนิคต่าง ๆ คือ 1) ลายเกาะลัว่ง เกิดจากการใช้นิ้วมือจับเส้นด้ายสีต่าง ๆ สอดลงไปในด้าย เส้นยืนจนเกิดเป็นลวดลายตามที่ช่างทอต้องการ มีลักษณะเป็นทางยาวและเป็นหยักคลื่น ๆ ตาม แนวนอน จึงเปรียบได้กับสายน้ำที่ไหล จึงชื่อว่า ลายน้ำไหล 2) ลายเก็บมุก (จิต) เป็นลวดลายบนผ้า ด้วยวิธีการเพิ่มเส้นด้ายสีที่ต้องการ 3) ลายมัดก่าน คือ มัดย้อมลายที่ต้องการอย่างง่ายด้วยเชือกกล้วย

เรื่องราวผ้าทอโบราณเมืองน่าน พบว่า ผ้าทอเมืองน่านมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของ ชาวน่านอย่างแนบแน่น ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษ มีวิธีการและ เทคนิคการทอเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างกันไป ตามเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ปรากฏใน ภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน ซึ่งเขียนขึ้นประมาณต้นพุทธศตวรรษที่ 25 ที่ถ่ายทอด ลักษณะเครื่องแต่งกายของสตรีเมืองน่าน อันสะท้อนเรื่องราวของการทอผ้า แสดงการการนุ่งขึ้นและ การแต่งกาย วิถีชีวิตของชาวน่านในอดีต (สน สีมাত্রัง, 2528) หล่อหลอมจนปรากฏเป็นลักษณะเด่น ในรูปแบบของศิลปวัฒนธรรมเมืองน่าน ที่มีคุณค่า ด้วยวิธีการทอที่ละเอียดซับซ้อน ตั้งแต่การปั่นฝ้าย การย้อมสี การทอเป็นผืนด้วยเทคนิคต่าง ๆ แต่ละกระบวนการล้วนแต่ต้องใช้ความละเอียดและความ อดทน ผ่านวัสดุ ลวดลายและสีสันที่เป็นร่องรอยจากอดีตจนมาถึงปัจจุบัน



2. พฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน

พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า กลุ่มผู้บริโภค/หรือกลุ่มลูกค้า ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 30 ปี และ 41 – 50 ปี นิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกาย (ผ้าชิ้น/ผ้านุ่ง/เสื้อพื้นเมือง) โดยรู้จักลวดลายผ้าชิ้นโบราณ/ผ้าชิ้นพื้นเมืองนาน ได้แก่ ผ้าชิ้นลายน้ำไหลมากที่สุด แรงจูงใจให้เลือกซื้อผ้าทอโบราณ/ผ้าทอพื้นเมืองนาน ได้แก่ ความต้องการสวมใส่/ความชอบ โดยหาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณ/ผ้าทอพื้นเมืองนาน จากร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองนานโดยตรง และให้ความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณ/ผ้าทอพื้นเมืองนาน ได้แก่ ด้านราคาเป็นสำคัญ

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณ/ผ้าทอพื้นเมืองนาน พบว่า สภาพปัจจุบันของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณ/ผ้าทอพื้นเมืองนาน โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.37, S.D.= 0.227) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ($\bar{X}$ =3.60, S.D.= 0.183) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$ =3.48, S.D.= 0.061) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}$ =3.17, S.D.= 0.165) ส่วนสภาพที่พึงประสงค์ต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณ/ผ้าทอพื้นเมืองนาน โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.49, S.D.= 0.593) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}$ =4.61, S.D.= 0.083) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา ($\bar{X}$ =4.57, S.D.= 0.091) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$ =4.33, S.D.= 0.538)

3. กลยุทธ์และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองนานสู่เศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์

การพัฒนากลยุทธ์ พบว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ผ้าทอโบราณเมืองนานมีจุดขายที่โดดเด่นคือเป็นสินค้า Handmade ยังคงไว้ซึ่งกระบวนการทอผ้าด้วยมือ การใช้วัสดุในท้องถิ่น (ผ้าพื้นเมือง) การย้อมสีธรรมชาติ 100% หรือสีเคมีที่มีกระบวนการย้อมให้ดูคลาสสิก แต่ต้องพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อยอดด้วยแนวคิดสมัยใหม่ นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาออกแบบประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัยปัจจุบัน กลยุทธ์ด้านราคานั้นเป็นไปตามปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ การตั้งราคาตามต้นทุนการผลิต 2) การตั้งราคาตามความนิยมของสินค้า และ 3) ตั้งราคาตามคุณภาพสินค้าและลวดลาย กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป การจำหน่ายผ้าทอในรูปแบบเดิม ๆ อาจจะ

ไม่ใช่คำตอบสู่ความสำเร็จในการขายผ้าทอ เช่น การจำหน่ายหน้าร้านช่องทางเดียว เป็นต้น การปรับช่องทางในการจำหน่ายสินค้าผ้าทอโบราณเมืองน่านที่หลากหลายช่องทางนั้น จะทำให้กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการมีความได้เปรียบคู่แข่งอย่างมากในยุคปัจจุบัน กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการขายผ่านลูกค้าประจำในจังหวัดและนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัด เช่น การจัดทำแผ่นพับ, แคตตาล็อกสินค้าผ้าทอเมืองน่าน (Catalog) เป็นต้น การตลาดออนไลน์ ก็เป็นอีกทางเลือกที่น่าสนใจอย่างยิ่ง

การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่านสู่เศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ พบว่า การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลวดลายต้องเป็นเอกลักษณ์ สามารถสร้างความแตกต่างของผ้าทอโบราณในแบบที่ไม่เหมือนใคร การสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทำให้เกิดกิจกรรมร่วมกันมีปฏิสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างสมาชิกในกลุ่มแต่ละท้องถิ่นอย่างเข้มแข็งด้านการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากร ต้องส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรตั้งแต่การพัฒนาองค์ความรู้ด้านวัสดุอุปกรณ์การทอที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ การส่งเสริมบุคลากรได้อบรมเพิ่มความรู้ด้านกรรมวิธีการทอผ้า รูปแบบของลวดลายที่หลากหลาย และการพัฒนาการตลาดออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และเพิ่มยอดขายให้แก่ผ้าทอโบราณเมืองน่านเป็นที่รู้จัก เนื่องจากในปัจจุบันช่องทางการค้าออนไลน์เป็นที่นิยมแพร่หลาย และเป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็วในการสื่อสารกับลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและมีต้นทุนต่ำอีกด้วย

อภิปรายผล

อัตลักษณ์ ลวดลายและเรื่องราวผ้าทอโบราณเมืองน่าน

ผ้าทอโบราณเมืองน่าน เป็นหัตถกรรมทอมืออันเป็นที่ยอมรับว่าเป็นงานศิลปะที่มีลวดลายสีสันงดงาม และมีลักษณะเด่นที่เน้นความสำคัญของการออกแบบลวดลายเลียนแบบลายเรขาคณิตและลวดลายธรรมชาติ ซึ่งลวดลายบนผืนผ้าเกิดจากการทอด้วยเทคนิคต่าง ๆ เป็นผ้าที่ทอจากฝ้าย โดยเริ่มจากการปลูกฝ้าย และเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นเส้นด้าย โดยภูมิปัญญาของท้องถิ่นทั้งหมด แต่กระบวนการถักเส้นแต่ต้องใช้ความละเอียดและความอดทน ผ่านวัสดุ ลวดลายและสีสันอันเป็นเอกลักษณ์ บ่งบอกประวัติความเป็นมาและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น วิถีชีวิตของจังหวัดน่านผ่านลายบนผืนผ้า ที่เป็นการผสมผสานวัฒนธรรมการทอผ้าของชาวไทยวน ไทลื้อ และไทลาวที่ถูกถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็นร้อยปี ซึ่งสอดคล้องกับ รมิดา รอดสุข ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การทอผ้าลวดลายแบบดั้งเดิม

ของไทยลื้อ : กรณีศึกษาลายผ้าห่มดำกาว อำเภอยางคำ จังหวัดพะเยา พบว่า กระบวนการทอผ้าไทย ลื้อลวดลายแบบดั้งเดิมใช้วัสดุธรรมชาติทั้งหมดได้แก่ ฝ้ายดิบที่นำมาใช้ในการทอเป็นเส้นด้าย นอกจากนี้ยังประกอบด้วยสีที่ย้อม ได้แก่ ดอกไม้ ใบไม้ เปลือกไม้ และรากไม้เป็นต้น วิธีการทอด้วยกี่ ทอผ้า ตามเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ปรากฏในภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน ซึ่ง เขียนขึ้นประมาณต้นพุทธศตวรรษที่ 25 ที่ถ่ายทอดลักษณะเครื่องแต่งกายของสตรีเมืองน่าน อัน สะท้อนเรื่องราวของการทอผ้า แสดงการการนุ่งขึ้นและการแต่งกาย อีกทั้งถ่ายทอดวิถีชีวิตของชาว น่านในอดีต หล่อหลอมจนปรากฏเป็นลักษณะเด่นในรูปแบบของศิลปวัฒนธรรมเมืองน่าน ที่มีคุณค่าที่ เป็นร่องรอยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน สอดคล้องกับ สมคิด นันตะ ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษา ลวดลายผ้าทอและวัฒนธรรมไทยลื้อจังหวัดน่าน พบว่า การทอผ้าของชาติพันธุ์ไทลื้อเกิดขึ้นจาก กระบวนการถ่ายทอดของครอบครัวจากปู่ ย่าตา ยาย จากรุ่นสู่รุ่น กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาล้วนมาจากระบบเครือญาติเป็นรูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อทางเลือกอาชีพและสานต่ออาชีพในชุมชน ปัจจัยร่วมที่เป็นสาเหตุหลักในการเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้

พฤติกรรมผู้บริโภคและการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่าน กลุ่มผู้บริโภค/หรือกลุ่มลูกค้า ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 30 ปี และ 41 – 50 ปี นิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกาย (ผ้าชิ้น/ผ้านุ่ง/เสื้อพื้นเมือง) โดยรู้จัก ลวดลายผ้าชิ้นโบราณ/ผ้าชิ้นพื้นเมืองน่าน ได้แก่ ผ้าชิ้นลายน้ำไหลมากที่สุด และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณ/ผ้าทอพื้นเมืองน่าน ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับ กันญกานต์ เมืองสนธิ์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่มายังศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก – ตะวันตก พบว่า พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงวัยผู้ใหญ่ สถานภาพโสด ภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 15,000 - 22,500 บาท จากผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้จัดทำแผนพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์คือความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การจัดวางสินค้าเป็นสัดส่วน และด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การออกร้านในงานจัดแสดงสินค้า

กลยุทธ์และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่านสู่เศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ผ้าทอโบราณเมืองน่านมีจุดขายที่โดดเด่นคือเป็นสินค้า

Handmade ยังคงไว้ซึ่งกระบวนการทอผ้าด้วยมือ การใช้วัสดุในท้องถิ่น กลยุทธ์ด้านราคานั้นเป็นไปตามปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ การตั้งราคาตามต้นทุนการผลิต 2) การตั้งราคาตามความนิยมของสินค้า และ 3) ตั้งราคาตามคุณภาพสินค้าและลวดลาย กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการขายผ่านลูกค้าประจำในจังหวัดและนักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัด และการพัฒนาการตลาดออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และเพิ่มยอดขายให้แก่ผ้าทอโบราณเมืองน่านเป็นที่รู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับ จิตรา ปันรูป และคณะ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเสริมศักยภาพธุรกิจชุมชนกรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือกลุ่มส่งเสริมอาชีพบ้านเชียงราย จังหวัดน่าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ควรพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม และพัฒนาความโดดเด่น โดยวิธีการขยายช่องทางในการพัฒนาสินค้า ด้านราคาควรตั้งราคาที่สูงกว่าหรือตั้งราคาเพื่อเจาะตลาดเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย เช่น กำหนดราคาแบบเซตของผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุด ด้านการจัดจำหน่ายก็ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายขึ้น ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทางตรงจากผู้ผลิตไปผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊ก

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. พัฒนาศักยภาพของกลุ่มผ้าทอด้านการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งช่องทางการขายอย่างเป็นรูปธรรม เปิดโอกาสให้เยาวชนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้า หรือชักชวนมาประกอบอาชีพในท้องถิ่นและทอผ้าเป็นอาชีพเสริม เพื่อเพิ่มความคิดสร้างสรรค์และความทันสมัยให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้า
2. การพัฒนาตราสินค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงแบรนด์สินค้า ภาพลักษณ์ จุดเด่นที่เราต้องการสร้างให้เกิดแก่ผู้บริโภค และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้าผ้าทอโบราณ ที่เล่าเรื่องความเป็นมา (Story) อันมีคุณค่าเพื่อสร้างความรู้สึพิเศษและคุณค่าให้กับสินค้า
3. ปรับปรุงและเพิ่มลวดลายผ้าทอสมัยใหม่ให้ดูทันสมัยเหมาะกับเทรนแฟชั่นปัจจุบัน และใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นและมีราคาถูก แทนเส้นด้ายสังเคราะห์เพื่อลดต้นทุนของสินค้า

4. ทำแคตตาล็อกสินค้าผ้าทอโบราณ เพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รู้จักกลุ่มทอผ้าโบราณเมืองน่านและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของทางกลุ่ม โดยระบุถึงรูปแบบของสินค้า ลวดลาย ความ เป็นมาของสินค้าในแต่ละชิ้น และประวัติของลวดลายต่าง ๆ พร้อมทั้งบอกถึงความยากในการทอผ้าแต่ละผืน เพื่อเป็นการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าที่นอกเหนือจากการใช้ประโยชน์

5. ฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ในการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ ได้แก่ Facebook Fanpage, tiktok, Instagram, การ Live, และการขายผ่านช่องทาง Youtube ซึ่งเป็น ช่องทางการขายที่ไม่ต้องใช้ทุนมาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

6. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาการพัฒนานวัตกรรมการผลิตและ ยกระดับช่องทางการตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณเมืองน่านสู่ตลาดสากลต่อไป

References

- กันญกานต์ เมืองสนธิ. การพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่ยัง
ศูนย์การค้าชุมชนในแนวเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก – ตะวันตก. *วิทยานิพนธ์
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*, บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2557.
- จิตร ปันรูป และคณะ. การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเสริมศักยภาพธุรกิจชุมชนกรณีศึกษา :
ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มส่งเสริมอาชีพบ้านเชียงราย จังหวัดน่าน. *ปริญญานิพนธ์ งาน
สร้างสรรค์และงานบริการวิชาการสู่ชุมชน*, คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน, 2558.
- ทรงศักดิ์ ปรารค์วัฒนากุล. *มรดกวัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ*. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551.
- รณิดา รอดสุข. การทอผ้าลวดลายแบบดั้งเดิมของไทยลื้อ : กรณีศึกษาลายผ้าหม่นดำก้าว อำเภอเชียง
คำ จังหวัดพะเยา. *รายงานการวิจัย*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553.
- สมคิด นันต๊ะ. การศึกษาลวดลายผ้าทอและวัฒนธรรมไทยลื้อจังหวัดน่าน. *รายงานการวิจัย*.
สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พระนครศรีอยุธยา.
2562.

สน สีมাত্রัง. ข้อคิดเห็นการศึกษาประวัติศาสตร์สังคมล้านนาจากจิตรกรรมฝาผนัง. เมืองโบราณ 11,
3 (กรกฎาคม-กันยายน, 2528).

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดน่าน. การพัฒนาผ้าทอเมืองน่าน สู่อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์.

โครงการพัฒนาผ้าทอเมืองน่าน สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดน่าน, 2559.

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดน่าน. ผ้าพื้นเมืองน่าน. เชียงใหม่ : แม็กซ์พริ้นติ้ง, 2555.

อุตสาหกรรมจังหวัดน่าน. เส้นผ้าทอเมืองน่าน วัฒนธรรมพื้นถิ่น. โครงการพัฒนาผ้าทอเมืองน่าน
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดน่าน, 2557.