

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์และเคหะสิ่งทอ จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอสู่สากล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์¹

received 14 APR 2021 revised 24 DEC 2021 accepted 19 JAN 2022

สุระเกียรติ รัตนอำนวยศรี

นักวิจัย

ภาควิชาานุมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พัชชา อูทิศวรรณกุล

ศาสตราจารย์ ดร.

สาขาวิชาานุมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

นวัตกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ จากจังหวัดน่านสู่สากลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอสำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวง (2) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์และผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายใน ผู้ประกอบการสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรม และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่อาศัยในเมืองหลวงด้วยการระดมความคิด (Brain Storm) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-deep Interview) เก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นที่สอดคล้องกันระหว่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน สรุปผลข้อมูลด้วยรูปแบบเชิงสถิติ การบรรยาย และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลการศึกษาพบว่า (1) แนวทางการประยุกต์อัตลักษณ์สิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรมอย่างร่วมสมัยมีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวง (2) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทออย่างร่วมสมัยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้ (3) การสร้างสรรค์กิจกรรมระยะสั้นภายในแหล่งผลิตของผู้ประกอบการจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถสร้างความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์, ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอ, เคหะสิ่งทอ, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

¹บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานวิจัย “โครงการย่อยที่ 1.1 โครงการนวัตกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ จากจังหวัดน่านสู่สากลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน” ได้รับการสนับสนุนจากโครงการ “สร้างเสริมพลังชุมชน ก้าวสู่ศตวรรษที่ 2” ช่วงที่ 2 ประเภท โครงการที่มหาวิทยาลัยกำหนดประเด็น ดำเนินการวิจัยแล้วเสร็จปี 2021

Innovative of Fashion and Lifestyle Products and Home Textiles from Local Textile Cultural Capital into International Level for Promotion of Creative Tourism¹

Surakiet Rattanaamnuaysiri

Researcher

Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Patcha Utiswannakul

Professor, D.F.A.

Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Abstract

An industrial Innovation of Lifestyle Products to International for Creative Tourism: Case Study of Ban Sao Luang Weaving Group, Mueang District, Nan Province. The research was qualitative research together with the creation of fashion and lifestyle products. The objectives were (1) to find guidelines for textiles development from cultural capital to be the fashion and lifestyle products in the category of interior decoration and home textile products for the consumers in the capital; (2) to find guidelines of the tourist attractions development from fashion and lifestyle production sources which are textile cultural capital to promote creative tourism. The assignment of 34 key Informants who were professionals in fashion and lifestyle products design, interior products, and home textiles design, 9 key Informants from the category of cultural capital products, and 25 samples of consumers who have lived in the capital). An in-deep interview has been conducted from the collection of opinions that was consisted of key informants. The data validation and data analysis from the corresponding opinions. Data summary was conducted by statistical models, descriptive methods, and prototypes creations. The results of the study found that (1) the contemporary approach to applying textile identity from cultural capital is appropriated and consisted of the needs of consumers in the capital, (2) the guideline for the development of local textile products to fashion and lifestyle products in the category of interior design products and contemporary home textile can add value to the products. (3) Creation of short-term activities within the production sources of entrepreneurs from textile cultural capital to promote creative tourism can attract tourists.

Keywords: Fashion and lifestyle products, Textile cultural capital, Home textile, Creative tourism

¹This research article is a part of the project: The Innovation in Lifestyle Products from Nan Province towards Creative Tourism: Case study Soul Loung Textile Community, Muang District, Nan Province. The research is funded by 2nd Century Fund, Chulalongkorn University. The project was done in 2021.

บทนำ ทูววัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น เป็นการใช้ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอเพื่อเป็นกลไกในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ด้วยการเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมกับผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นถิ่นเพื่อสร้างอัตลักษณ์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า โดยปัจจุบันการใช้ทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอได้ถูกพัฒนาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ สะท้อนให้เห็นความสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น

จังหวัดน่านมีผู้ประกอบการที่ใช้แนวคิดจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทออยู่เป็นจำนวนมาก สาเหตุสืบเนื่องมาจากเนื่องจากร่องรอยทางประวัติศาสตร์และสภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์ของจังหวัดน่าน ส่งผลให้เมืองน่านในอดีตพบกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย อพยพตั้งแต่ออดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น คนไทยวน ขมุเงี้ยว (ไทใหญ่) ไทลื้อ ม้ง เมี่ยน ถิ่นหรือลัวะ ขมุ และตองเหลือง เป็นต้น โดยแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์มีอัตลักษณ์ของทุนวัฒนธรรมสิ่งทอที่แตกต่างกัน (Utiswannakul et al., 2019) อีกทั้งมีการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมสิ่งทอสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน

วิวัฒนาการของทุนวัฒนธรรมสิ่งทอที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต จากในอดีตการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอเพียงเพื่อใช้สอยภายในครอบครัว (Prangwatanakun, 2008) เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์ในเชิงพระพุทธศาสนา จนกระทั่งปัจจุบันพบการผลิตเพื่อสร้างรายได้ สร้างอาชีพ สร้างธุรกิจผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นถิ่นจากทุนทางวัฒนธรรม (Utiswannakul, 2018) อีกทั้งยังสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ระลึกจากทุนทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว

จากแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเชิงเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ร่วมกับทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอ เป็นการเพิ่มขีดความสามารถและเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอทั้งด้านการผลิตสินค้าจากทุนทางวัฒนธรรม และการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นจากความเป็นมาและความสำคัญ คณะผู้วิจัยมีความประสงค์ในการหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ด้วยการใช้ทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน และแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวง เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ สร้างรายได้ สร้างอาชีพ สร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง และพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภท ผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทออย่างร่วมสมัย กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน สำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวง
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

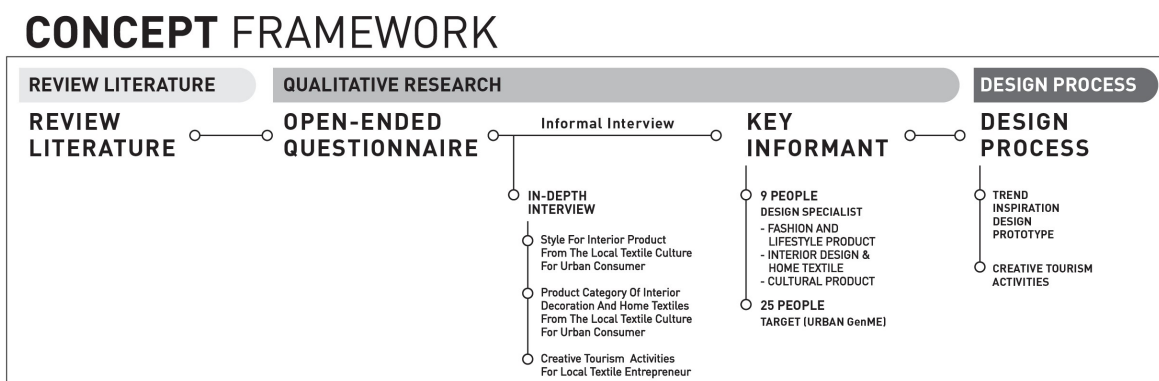
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทออย่างร่วมสมัย สำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวง
2. ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ต้นแบบ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทออย่างร่วมสมัย จากสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวง
3. ได้แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ศึกษาทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน และศึกษาการออกแบบภายในและการออกแบบเคหะสิ่งทอ
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ เขตพื้นที่บริเวณจังหวัดน่าน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 ภาพกรอบแนวคิดในงานวิจัย

Note: From © Surakiet rattanaamnaysiri and Patcha Utiswannakul 26/3/2021

วิธีการดำเนินการวิจัย

การพัฒนาแนวทางสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งพื้นถิ่นไทลื้อจังหวัดน่าน กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน สำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลงาน โดยมีกระบวนการวิจัย ดังนี้

1. การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
2. การคัดเลือกและกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปกรรม คณะผู้วิจัยจึงเลือกใช้เทคนิคการระดมความคิด (Brain Storm) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-deep Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นที่สอดคล้องกันระหว่างผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบ และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

2.1 การกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

2.1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบที่มีความรู้ความสามารถด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ การออกแบบสินค้าจากวัฒนธรรม มีประสบการณ์โดยตรงอย่างน้อย 5 ปี

2.1.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายผู้บริโภคในเมืองหลวง หรือเจนเนอร์เรชันมี (Me) ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบคนเมืองอาศัยอยู่ในเมืองหลวง และมีรูปแบบที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุดไม่ว่า 1 – 3 ปี

2.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

หลังจากการกำหนดคุณสมบัติแล้ว คณะผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ไม่ควรน้อยกว่า 8 คน (Sunhachawee, 2020, p. 36) โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวม 34 คน ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน และ กลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวงจำนวน 25 คน

3. การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ด้วยเครื่องมือแบบสัมภาษณ์คำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1. รูปแบบสไตล์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำหรับผู้บริโภคในเมืองหลวง จากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น 2. ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอสำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวง จากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น 3. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับผู้ประกอบการสิ่งทอพื้นถิ่น

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) จัดหมวดหมู่และหาประเด็นแนวทางการพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์กลุ่มผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอสำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวงและประเด็นแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตรวจสอบข้อมูลด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็นหัวข้อประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1. วิเคราะห์แนวทางการออกแบบสไตล์สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอด้วยทุนทางวัฒนธรรม สิ่งทอพื้นถิ่น สำหรับผู้บริโภคในเมืองหลวง 2. วิเคราะห์ประเภทผลิตภัณฑ์สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอด้วยทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น สำหรับผู้บริโภคในเมืองหลวง 3. วิเคราะห์แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับผู้ประกอบการสิ่งทอพื้นถิ่น

6. การสรุปผลและกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

ภายหลังจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล โดยหาข้อสรุปประเด็นต่าง ๆ จากนั้นเข้าสู่กระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวง โดยรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับรูปแบบที่อยู่อาศัยลักษณะอาคารชุด (Pummak, 2018) และสรุปแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การสรุปผลและกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

1. การสรุปรูปแบบสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอด้วยทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น

1.1 การสรุปกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในงานวิจัย กลุ่มเจเนอเรชันมี (Generation Me) ที่อาศัยอยู่ในเมืองหลวง การรวมกลุ่มของเจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) ค.ศ.1964 - 1978 เจเนอเรชันวาย (Generation Y) ค.ศ. 1979 - 1995 และเจเนอเรชันแซด (Generation Z) ค.ศ. 1996 - ปัจจุบัน เจเนอเรชันมี (Chokhiranthanakul, 2018) เป็นวัยที่แตกต่างกันแต่มีพฤติกรรมความสนใจคล้ายกัน เช่น กิจกรรมการใช้โซเชียลมีเดีย กิจกรรมที่แสดงถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรม กิจกรรมไปเที่ยวตามสถานที่แปลกใหม่ ชื่นชอบและติดตามกระแสนิยมแฟชั่น บริโภคสินค้าที่มีสไตล์เป็นต้น โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากความสนใจในผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอ



ภาพที่ 2 ภาพคุณลักษณะกลุ่มเจเนอเรชั่นมี (Generation Me) ที่อาศัยอยู่ในเมืองหลวง (Character Board)

Note: From © Surakiet rattanaamnaysiri and Patcha Utiswannakul 26/3/2021

1.2 การสรุปแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ ด้วยทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นมีในเมืองหลวง

แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอด้วยทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่นมีในเมืองหลวง ได้แก่ 1. แนวทางการออกแบบอย่างร่วมสมัย (Contemporary) คิดเป็นร้อยละ 88 2. แนวทางการออกแบบสไตล์ดั้งเดิม (Original) คิดเป็นร้อยละ 12 ดังนั้น คณะผู้วิจัยสรุปแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างร่วมสมัย (Contemporary) มีความเหมาะสมเป็นแนวทางการออกแบบ

1.3 การสรุปแนวทางการออกแบบสิ่งทอ ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอด้วยทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นมีในเมืองหลวง

แนวทางการออกแบบสิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรมสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอด้วยทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่นมีในเมืองหลวง ได้แก่ 1. แนวทางการออกแบบสิ่งทอที่มีลวดลายประยุกต์ให้ร่วมสมัย (Contemporary) คิดเป็นร้อยละ 85.3 และ 2. แนวทางการออกแบบสิ่งทอที่มีลวดลายดั้งเดิม (Original) คิดเป็นร้อยละ 14.7 ดังนั้นคณะผู้วิจัยสรุปแนวทางการออกแบบสิ่งทอที่มีลวดลายประยุกต์ให้ร่วมสมัย (Contemporary) มีความเหมาะสมเป็นแนวทางการออกแบบ

2. การสรุปประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอ

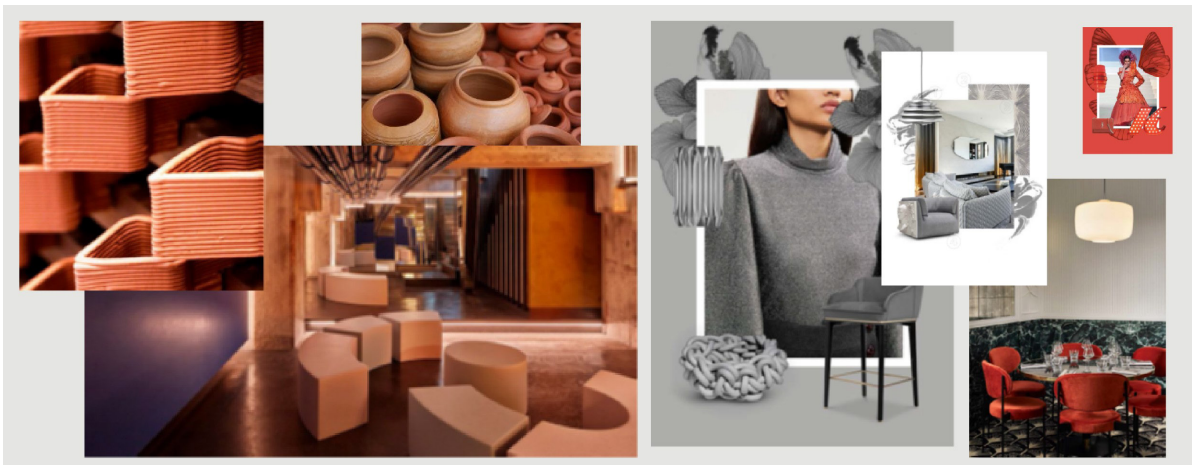
แนวทางประเภทของผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอจากการให้ความสนใจที่สอดคล้องกันของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ หมอนอิงคิดเป็นร้อยละ 66.7, เบาะรองนั่ง

และเครื่องนอน ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอนคิดเป็นร้อยละ 55.6, โซฟาปรับเปลี่ยนได้

ม่านหน้าต่างคิดเป็นร้อยละ 44.4, โคมไฟตั้งโต๊ะคิดเป็นร้อยละ 33.3, เบาะอิงคิดเป็นร้อยละ 33.3, พรมคิดเป็นร้อยละ 33.3, ผ้าคาดโซฟาคิดเป็นร้อยละ 33.3, ผ้าคาดเตียงคิดเป็นร้อยละ 33.3, ฉากกั้นคิดเป็นร้อยละ 33.3, กรอบรูปคิดเป็นร้อยละ 33.3, ผ้ารองแก้วคิดเป็นร้อยละ 33.3, ผ้าปูโต๊ะอาหารคิดเป็นร้อยละ 33.3, ผ้ามัดแต่งอุปกรณ์เกี่ยวกับมือถือคิดเป็นร้อยละ 22.2, ถูผ้าคิดเป็นร้อยละ 22.2, ที่ใส่จดหมายคิดเป็นร้อยละ 22.2, โคมไฟติดผนังคิดเป็นร้อยละ 11.1, ที่กั้นประตูคิดเป็นร้อยละ 11.1 และที่ใส่กระดาษชำระคิดเป็นร้อยละ 11.1 ดังนั้น คณะผู้วิจัยสรุปเลือกออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทหมอนอิง พรม เบาะรองนั่ง โคมไฟ และโซฟาปรับเปลี่ยนได้หรือโซฟาผ้าทอมือแบบโมดูลาร์ (Vongchaisuwan, 2016)

3. การสรุปการคัดเลือกกระแสนิยมสำหรับการออกแบบภายใน

การสรุปกระแสนิยมเพื่อใช้ในการออกแบบตกแต่งภายใน (Juthawipa, 2000) จากมิตงานออกแบบที่หลากหลายทางวัฒนธรรม (Joneurairatana, 2008) ส่งผลกับแนวโน้มกระแสนิยมมีความสำคัญสำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การคาดการณ์แนวโน้มกระแสนิยมเป็นกระบวนการทำนายแนวโน้มความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ทั้งยังเป็นส่วนช่วยกำหนดทิศทางและความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต ซึ่งส่งผลโดยตรงกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ให้มีความแม่นยำสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค คณะผู้วิจัยวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมด้านสีของผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ประจำปี 2021 ได้แก่ แนวโน้มกระแสนิยมของสีประจำปี ค.ศ. 2021 จากบริษัท World Global Style Network (WGSN) และแนวโน้มกระแสนิยมของสีจากศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ Thailand



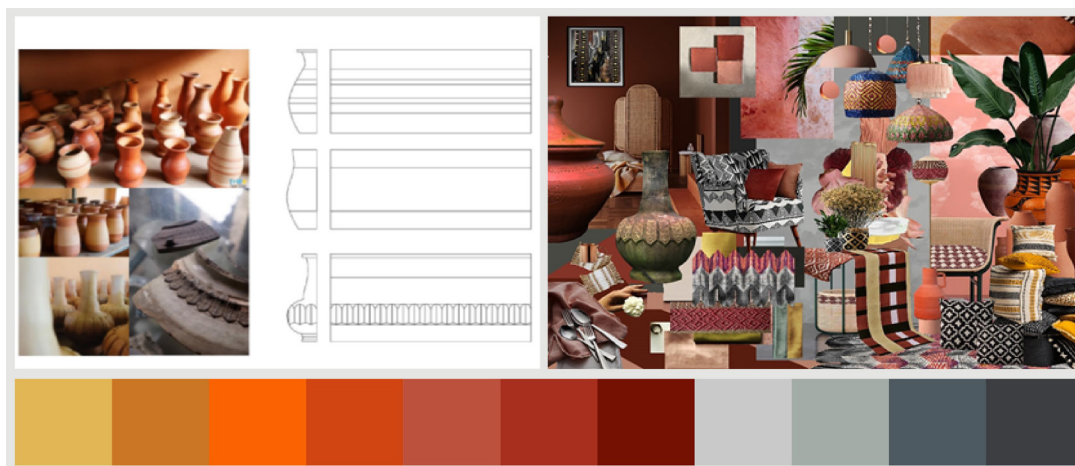
ภาพที่ 3 ภาพแนวโน้มกระแสนิยมด้านสี ได้แก่ กลุ่มสีเทอรากอตต้า กลุ่มสีเทา และกลุ่มสีแดง

Note: From © Surakiet rattanaamnaysiri and Patcha Utiswannakul 26/3/2021

คณะผู้วิจัยได้แบ่งสัดส่วนของการใช้กระแสนิยมดังนี้ กลุ่มสีจาก TCDC คิดเป็นร้อยละ 70 และกลุ่มสีจาก WGSN คิดเป็นร้อยละ 30 ดังนี้ กลุ่มสีจาก TCDC ได้แก่ กลุ่มสีเทอรากอตต้า (Terracotta) และสี Millennial Pink วิวัฒนาการไปสู่กลุ่มสีดินเผา (Baked Tones) คำว่า “ดินเผา” มาจากภาษาอิตาเลียนที่หมายถึง การอบดิน (Baked Earth) เนื่องจากเครื่องปั้นดินเผานิยมสร้างจากดิน ที่ทนต่อความร้อน อบอุ่น ความร้อนสูงจนกลายเป็นเครื่องปั้นดินเผา เป็นวัตรธรรมชาติดีที่สามารถอยู่ได้ในทุกยุคแห่งการออกแบบ ช่วงสีที่อยู่ระหว่างสีส้มและสีน้ำตาล ให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นอมตะ และ กลุ่มสีจาก WGSN ได้แก่ แนวคิด “Goodgray” กลุ่มสีเทาเป็นกลุ่มสีโทนสีกลาง ให้ความรู้สึกเรียบง่ายและเป็นตัวแทนของการสิ้นสุดการเดินทาง ให้ความรู้สึกเรียบง่ายและเรียบง่าย ย้อนยุค เป็นสีแห่งความยั่งยืน และ “Oxy Fire” กลุ่มสีแดงได้รับแรงบันดาลใจจากความสำเร็จ เป็นสีที่นำเสนอ การเติมพลังและสร้างชีวิตชีวาให้กับผลิตภัณฑ์

4. การสรุปการสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบ (Inspiration)

จากการสรุปแนวโน้มกระแสนิยม คณะผู้วิจัยสรุปแนวทางของแรงบันดาลใจในการออกแบบ (Inspiration) เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ ของกลุ่มย่อยมီธีรกรรมชาติบ้านชาวหลวง สำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวงเจนเนอร์เรชั่นมี (Generation Me)



ภาพที่ 4 ภาพแรงบันดาลใจสำหรับการออกแบบคอลเลกชันบ้านบ่อสวกเทอรากอตต้า

Note: From © Surakiet rattanaamnuaesiri and Patcha Utiswannakul 26/3/2021

แรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเลกชัน คือ บ้านบ่อสวกเทอรากอตต้า (Bann Bo Suak Terracotta) จากร่องรอยทางประวัติศาสตร์เตาเผาโบราณบ้านบ่อสวก จ.น่าน เป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่สำคัญในอดีตของเมืองน่าน เครื่องปั้นดินเผาแสดงถึงความอมตะแฝงด้วยวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัตรธรรมจากชาติที่สามารถอยู่ได้ในทุกยุคสมัย คณะผู้วิจัยประยุกต์แนวคิดการสร้างลวดลายสิ่งทอ ด้วยการคลี่คลายเครื่องปั้นดินเผาบ้านบ่อสวกจากรูปทรง 3 มิติ สู่รูปแบบสิ่งทอ 2 มิติ และใช้กรรมวิธีการผลิตด้วยแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทยอย่างร่วมสมัย การใช้สีของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาตั้งแต่สีของดินเผาไปจนถึงสีหลังการผลิต เครื่องปั้นดินเผา ให้ความรู้สึกอบอุ่น สงบ เสถียร และมองโลกในแง่ดี ประยุกต์และพัฒนาให้เกิดความร่วมมือและเหมาะสมกับการใช้งานสำหรับกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจุบัน

5. การสรุปการพัฒนาสิ่งทอจากแนวคิดทูลทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น

คณะผู้วิจัยสรุปแนวทางการพัฒนาสิ่งทอโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นได้แก่ ประเด็นที่ 1 แนวทางการพัฒนาความเหนียวของเส้นใยเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ ประเด็นที่ 2 สรุปแนวทางการพัฒนาตลาดจากการประยุกต์ทูลทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทยได้อย่างร่วมสมัย ได้ดังนี้

5.1 การสรุปแนวทางการพัฒนาความเหนียวของเส้นใยเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ

คณะผู้วิจัยพัฒนาความหนาของเส้นใยเนื่องจากกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง จ.น่าน ใช้เส้นด้ายฝ้ายประดิษฐ์เบอร์ 10 เป็นเส้นด้ายหลักในการผลิตสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ซึ่งเส้นด้ายฝ้ายประดิษฐ์เบอร์ 10 มีความเหนียวที่ไม่เพียงพอต่อคุณสมบัติของเส้นใย ในด้านประโยชน์ของการใช้งานเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ เนื่องจากความเหนียวของเส้นใยจะทำให้คุณสมบัติของผืนผ้ามีความทนทานต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น คณะผู้วิจัยใช้การพัฒนาความหนาโดยใช้การควบเส้นและตีเกลียวแบบดั้งเดิมด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยการใช้เส้นใยย้อมสีสำเร็จแล้วเส้นเดียว นำมาควบเส้นตามจำนวนที่ต้องการ จากนั้นใช้การตีเกลียวรวมกันให้มีขนาดเส้นที่ใหญ่ขึ้น ตีเกลียวด้วยจำนวนเกลียวที่เหมาะสมกับการใช้งานกับผลิตภัณฑ์ (ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอในระบอบอุตสาหกรรม) โดยในงานวิจัยนี้ใช้การตีเกลียวของจำนวนเส้นใยเดียวสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทดังนี้





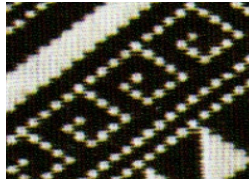

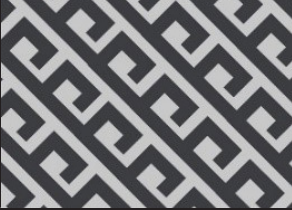


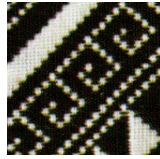

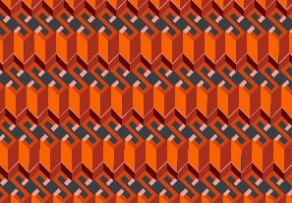
ตารางที่ 1 ตารางการพัฒนาความเหนียวของเส้นใยเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ

ผลิตภัณฑ์	จำนวนเส้นใยเดี่ยว	ผลิตภัณฑ์	จำนวนเส้นใยเดี่ยว
ปลอกหมอน	5 เส้น	ผ้าม่าน	5 เส้น
ผ้าห่ม	3-5 เส้น	เบาะรองนั่ง / เบาะอิง	5 เส้น
ผ้าคลุม	3 เส้น	ที่กั้นประตู	5 เส้น
เครื่องนอน	5 เส้น	โคมไฟ	5 เส้น
ผ้าม่าน	5 เส้น	พรมตกแต่ง	10 - 12 เส้น
ชุดเบาะที่นั่งจากผ้า	5 เส้น	สิ่งทอสำหรับห้องน้ำ	2 - 3 เส้น
หมอนอิงและปลอกหมอน	5 เส้น	ผ้าและกรอบรูป	2 - 5 เส้น
ผ้าปูโต๊ะทานอาหาร	5 เส้น	พรมตกแต่งประดับ	10 - 12 เส้น
ผ้าเช็ดจานและถุงมือจับของร้อน	5 เส้น	ถุงผ้า/ถุงใส่ของ	2 - 5 เส้น

5.2 การสรุปแนวทางการพัฒนาลวดลายจากการประยุกต์ทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

คณะผู้วิจัยใช้แนวทางการประยุกต์พัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้ออย่างร่วมสมัย โดยใช้การประยุกต์ลวดลายสิ่งทอไทลื้อแบบดั้งเดิมและนำมาออกแบบและจัดวางใหม่ โดยคณะผู้วิจัยมุ่งเน้นแนวทางการพัฒนาลวดลายจากอัตลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ ร่วมกับวิธีการและเทคนิคที่ผู้ประกอบการมีความเชี่ยวชาญในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ดังนี้

ตารางที่ 2 ตารางสรุปแนวทางการพัฒนาลวดลายจากการประยุกต์ทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ลายดั้งเดิม : ชื่อลายและความหมาย	ลักษณะลวดลายดั้งเดิม	การประยุกต์ลวดลาย	การจัดวาง	เทคนิค ทอ
 <p>ลายน้ำไหล : ลวดลายจาก ธรรมชาติ หมายถึง ความ อุดมสมบูรณ์</p>		 	การจัดวางแบบทำ ซ้ำ (Repeat) จังหวะแบบเท่า กัน	เกาะลัวง เกาะลัวง
 <p>Note: Nan Community College, 2017 ลายขอ : ลวดลายจาก เรขาคณิต ความหมาย การขอ ความต้องการในสิ่งที่ต้องการ การวิงวอน หรือการอวยพร เช่น ขอให้มีความสุข</p>		 	การจัดวางแบบทำ ซ้ำ (Repeat) จังหวะแบบเท่า กัน	การจก การจก
  <p>Note: © Surakiet rattanaam- nuaysiri and Patcha Utiswan- nakul 26/3/2021; Nan Commu- nity College 2017 ลายน้ำไหลผสมลายขอ การ ผสมผสานลายเรขาคณิตและ ลายจากธรรมชาติ</p>			การจัดวางแบบทำ ซ้ำ (Repeat) จังหวะแบบเท่า กัน	การจก

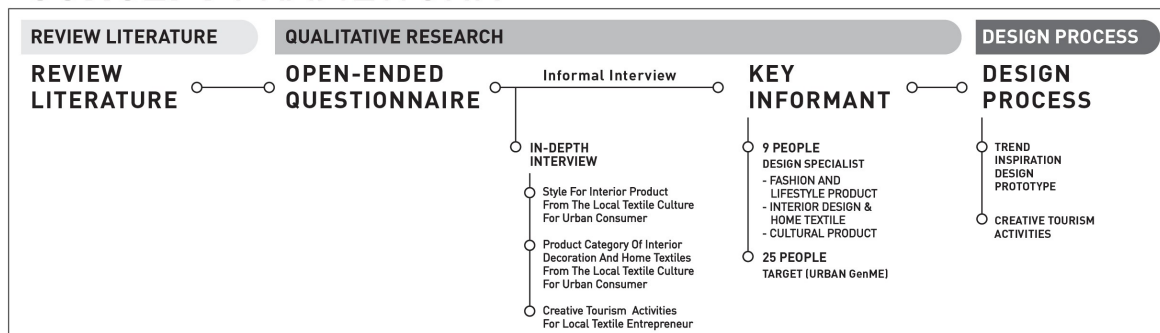
Note: From © Surakiet rattanaamnuaysiri and Patcha Utiswannakul 26/3/2021

6. การสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

การสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแนวทางการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากแนวคิดทฤษฎีทางวัฒนธรรม สิ่งทอชาวไทลื้อ เพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอของกลุ่มย่อยมศีธรรมชาติด้านชาวหลวงอย่างร่วมสมัย สำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวงเจนเนอร์เรชั่นมี (Generation Me) คณะผู้วิจัยสรุปประเด็นได้ดังนี้

6.1 การสรุปองค์ประกอบสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ จากทฤษฎีทางวัฒนธรรม การสรุปองค์ประกอบสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอจากแนวคิดทฤษฎีทางวัฒนธรรมสิ่งทอชาวไทลื้อ ประกอบองค์ประกอบ 4 ส่วนดังนี้

CONCEPT FRAMEWORK



ภาพที่ 5 ภาพองค์ประกอบสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอจากแนวคิดทฤษฎีทางวัฒนธรรมสิ่งทอ

Note: From © Surakiet rattanaamnaysiri and Patcha Utiswannakul 26/3/2021

1. วัฒนธรรม (Culture) การกำหนดทฤษฎีทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทของทฤษฎีวัฒนธรรมและแนวทางการเลือกใช้การประยุกต์หรือรูปแบบดั้งเดิมที่มีความเหมาะสมกับศักยภาพของผู้ประกอบการและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
2. กลุ่มเป้าหมาย (Target) การกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเพื่อทราบถึงพฤติกรรมและรสนิยมทางการบริโภคผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค จะสามารถกำหนดแนวทางของรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
3. กระแสนิยม (Trend) การกำหนดกระแสนิยมเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ ทันสมัย สอดคล้องกับกระแสนิยมในยุคปัจจุบันมากยิ่งขึ้น
4. องค์ประกอบทางการออกแบบ (Elements Of Design) การกำหนดองค์ประกอบทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างกรอบทิศทางให้แก่การออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่งผลถึงการจัดการวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการจัดการสินค้า

6.2 การสรุปองค์ประกอบทางการออกแบบของผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอ ดังนี้

ตารางที่ 3 ตารางสรุปองค์ประกอบทางการออกแบบ (Elements Of Design) ของผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์

ตราสินค้า	Style	Silhouette	Color	Detail	Materials
กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง	Ethnic, Traditional, Conservative	Traditional Motif	Traditional Color Natural Color	Traditional, Natural	Natural
การพัฒนา ตราสินค้า ชาวหลวง	Contemporary, Modern Heritage Craft, Urban	Contemporary	(Trend) Terracotta, Gray And Red Tone	Natural Mix Industrial	Natural Mix Industrial



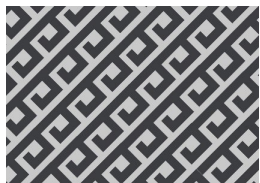
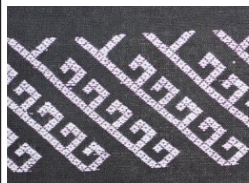

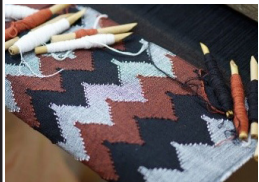
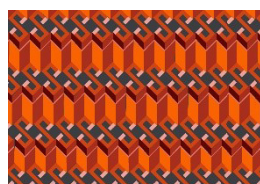
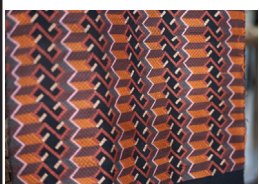
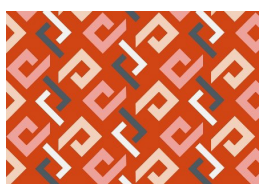
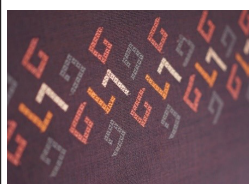
Note: From © Surakiet rattanaamnuaaysiri and Patcha Utiswannakul 26/3/2021

6.3 การสรุปการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอ

6.3.1 การสรุปการสร้างสรรคสิ่งทอต้นแบบจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

หลังจากการสรุปการประยุกต์พัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้ออย่างร่วมสมัย โดยใช้การประยุกต์ลวดลายสิ่งทอไทลื้อแบบดั้งเดิมและนำมาออกแบบและจัดวางใหม่ คณะผู้วิจัยทำการทดลองผลิตสิ่งทอต้นแบบจากลวดลายที่ประยุกต์ร่วมกับแนวทางการพัฒนาความเหนียวของเส้นใยดังนี้



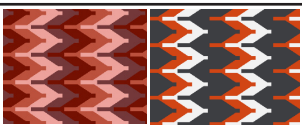



ตารางที่ 4 ตารางการสร้างสรรคสิ่งทอต้นแบบจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

การประยุกต์/ออกแบบลวดลาย	สิ่งทอต้นแบบ	การประยุกต์/ออกแบบลวดลาย	สิ่งทอต้นแบบ
			
			
			

Note: From © Surakiet rattanaamnuaaysiri and Patcha Utiswannakul 26/3/2021

6.3.2 การสรุปการสร้างสรรค้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอ

ตารางที่ 5 ตารางการสร้างสรรค้สิ่งทอต้นแบบจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ผลิตภัณฑ์		โซฟาผ้าทอมือแบบโมดูลาร์				
ภาพร่าง			ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ			
						
Style	Silhouette	Color	Detail	Materials	Textile	เส้นใย
Contemporary, Craft, Urban	Contemporary	Terracotta	Craft	เส้นใย ธรรมชาติ, ไม้		5 เส้น
ผลิตภัณฑ์		หมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ				
ภาพร่าง			ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ			
						
Style	Silhouette	Color	Detail	Materials	Textile	เส้นใย
Contemporary, Craft, Urban	Contemporary	Terracotta	Craft	เส้นใย ธรรมชาติ		5 เส้น

ตารางที่ 5 ตารางการสร้างสรรค์สิ่งทอต้นแบบจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์		พรมตกแต่งทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ				
ภาพร่าง				ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ		
						
Style	Silhouette	Color	Detail	Materials	Textile	เส้นใย
Contemporary, Craft, Urban	Contemporary	Terracotta	Craft	เส้นใย ธรรมชาติ		5 เส้น
ผลิตภัณฑ์		ผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ				
ภาพร่าง				ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ		
						
Style	Silhouette	Color	Detail	Materials	Textile	เส้นใย
Contemporary, Craft, Urban	Contemporary	Terracotta	Craft	เส้นใย ธรรมชาติ		5 เส้น

ตารางที่ 5 ตารางการสร้างสรรค์สิ่งทอต้นแบบจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์		โคมไฟเหล็กตัดประดับตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ				
ภาพร่าง				ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ		
Style	Silhouette	Color	Detail	Materials	Textile	เส้นใย
Contemporary, Craft, Urban	Contemporary	Terracotta	Craft	เส้นใย ธรรมชาติ เหล็กตัด		5 เส้น
ผลิตภัณฑ์		ผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ				
ภาพร่าง				ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ		
Style	Silhouette	Color	Detail	Materials	Textile	เส้นใย
Contemporary, Craft, Urban	Contemporary	Terracotta	Craft	เส้นใย ธรรมชาติ เหล็กตัด		5 เส้น

Note: From © Surakiet rattanaamnaysiri and Patcha Utiswannakul 26/3/2021

7. การสรุปองค์ประกอบสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

7.1 การสรุปองค์ประกอบสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้



ภาพที่ 6 ภาพองค์ประกอบสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Note: From © Surakiet rattanaamnaysiri and Patcha Utiswannakul 26/3/2021

1. วัฒนธรรม (Culture) การกำหนดวัฒนธรรมเป็นส่วนสำคัญสำหรับการสร้างสรรค์ต่อยอดสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมและการเลือกใช้แนวทางของวัฒนธรรมที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ที่จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาต่อยอดสำหรับตราสินค้า
2. กลุ่มเป้าหมาย (Target) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางตลาดสินค้าและการขยายกลุ่มเป้าหมายสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
3. ผลิตภัณฑ์ (Products) การกำหนดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับทุนวัฒนธรรมจะช่วยส่งเสริมจุดแข็งด้านการตลาดสำหรับตราสินค้า
4. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม (Location) การกำหนดสถานที่ สามารถสร้างความดึงดูดให้แก่กลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งการสร้างกิจกรรมที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อีกด้วย

7.2 การสรุปแนวทางแนวทางของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของผู้ประกอบการจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น

แนวทางของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น จากการสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอร์เรชั่นมิลเลนเนียลในเมืองหลวงสามารถสรุปประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ประเด็นความสนใจกิจกรรมที่สร้างสรรค์บริเวณแหล่งผลิตสิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 88 ไม่สนใจคิดเป็น ร้อยละ 12 โดยกิจกรรมที่กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ได้แก่ กิจกรรมเกี่ยวกับการทอผ้า กิจกรรมการทอผ้าเป็นของที่ระลึก กิจกรรมการสาธิตการทอผ้า เป็นต้น

2. ประเด็นระยะเวลาที่เหมาะสมกับการร่วมกิจกรรม คือ ระยะเวลา 1 - 2 คิดเป็นร้อยละ 66.7 ระยะเวลา 3 - 4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 22.2 และระยะเวลา 4 - 6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 11.1 3. ประเด็นค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม คือ ราคาเฉลี่ย 600 - 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.6 ราคาเฉลี่ย 800 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 และราคาเฉลี่ย 1,000 - 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.1 สามารถสรุปได้ว่า ระยะเวลาที่มีความเหมาะสมคือ ระยะเวลาสั้น ช่วงระยะเวลาตั้งแต่ 1 - 4 ชั่วโมง และค่าใช้จ่ายของกิจกรรม คือ 600 - 1,000 บาท

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

1. แนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน สำหรับกลุ่มผู้บริโภคในเมืองหลวงในเชิงพาณิชย์พบว่ามีความสัมพันธ์ขององค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน ได้แก่

1. วัฒนธรรม (Culture) 2. กลุ่มเป้าหมาย (Target) 3.กระแสนิยม (Trend) และ 4. องค์ประกอบทางการออกแบบ (Elements of Design)

2. การใช้แนวคิดการออกแบบอย่างร่วมสมัย โดยการประยุกต์จากรูปแบบดั้งเดิม สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมในเชิงพาณิชย์ ร่วมกับองค์ประกอบของแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรม สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอที่สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายคนเมืองหลวงได้เป็นอย่างดี

3. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งผลิตสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) กลุ่มเป้าหมาย (Target) ผลิตภัณฑ์ (Products) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม (Location and activity) การพัฒนาต่อยอดแหล่งผลิตสินค้าจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น พบว่ามีความ

นำเสนอใจสร้างความดึงดูดสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับรูปแบบของกิจกรรม ระยะเวลา ค่าใช้จ่ายในการร่วมกิจกรรม ที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและขีดความสามารถของผู้ประกอบการ รูปแบบของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทุนทางวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ สามารถทำให้ตราสินค้าพัฒนาต่อยอดเชิงการตลาดได้อีกรูปแบบหนึ่ง

4. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาด สิ่งสำคัญ คือ การสร้างความร่วมมือการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน หรือการสร้างกลุ่มคลัสเตอร์ให้เกิดการพัฒนาแบบวงกว้างอย่างเข้มแข็ง เกิดการกระจายความรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อนำไปพัฒนาทั้งในปัจจุบันและอนาคต สร้างให้ชุมชนเกิดแหล่งเรียนรู้ สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยภายใต้ โครงการย่อยที่ 1.1 โครงการนวัตกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ จากจังหวัดน่านสู่สากลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยปฏิบัติการวิจัยแฟชั่นและนวัตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โครงการ “สร้างเสริมพลังชุมชน ก้าวสู่ศตวรรษที่ 2” ช่วงที่ 2

References

- Chokhiranthanakul, L. (2018). *Rūp Bāp Kān Dam Nōen Chī Wit Læ Pharut Ti Kam Kān Bō Ri Phōk Trā Sin Khā Khōng chē nōē rē Chan Mī* [Lifestyle and Brand Consumption Behavior of Generation me] [Master's thesis]. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.
- Joneurairatana, E. (2008). *Sām Thot Sa Wat Kap NgāN ‘ōK Bāp Tok TāNg Phāi Nai KhōNg Thai* [Decades Of Thai Interior Design]. Bangkok: Amarin.
- Juthawipa, W. (2000). *Sin La Pa KāN ‘ōK Bāp Tok TāNg Phāi Nai*. Bangkok: Witthayaphat Company.
- Nan Community College. (2017). *mō ra dok phā thō thai lū* [Heritage of Tai Lue textile]. Nan: Inkberry Limited Partnership.
- Prangwatanakun, S. (2008). *MōRadok Watthanatham Phā Thō Thai Lū* [Cultural Heritage of Tai Lue Textiles]. Chiang Mai: Department of Thai, Faculty of Humanities, Chiang Mai University.
- Pummak, T. (2018). *KāN Phatthanā KhrōNg KāN ‘ā KhāN Chut Ra Dap Rā Khā SūNg Nai KhēT KrungthēP Ma Hā Na KhōN KhōNg BōRisat Saensiri ČHamkat (Ma Hā Chon) RawāNgpī Phō Sō 2550 - 2560* [Development Of High-End Residential Projects in Bangkok of Sansiri Public Company Limited During 2007 - 2017] [Doctoral dissertation]. Department Architecture Faculty, Chulalongkorn University.
- Sunhachawee, B. (n.d). *Wi čhai Chāng Khun Phāp Mai Yāk Yāng Thī Khit*. [Qualitative research... is not as difficult as it seems]. Westerndba. <http://www.westerndba.com/wp-content/uploads/2017/02/Qualitative-Research.pdf>
- Utiwannakul, P. (2018). *fāchan læ phalittaphan laisatai* [Fashion and lifestyle product]. Bangkok: Wisdom.
- Utiwannakul, P., Jarujinda, S., Srikulkit, K. and Arunyanart, S. (2019). *KāN PhāM MūN Khā Na Wat Ta Kam Sing Thō Nai Pha HōLit Phan Fā Chan Lai Sa Tai ČHāk ThāN KāN Pha HōLit ČHāng Wat NāN Sū Ta LāT MūAng LūAng Phra BāNg* [Value Added In Innovation Of Fashion Lifestyle Products From Nan Region Production Sources Towards Luang Prabang]. Bangkok: Thailand Science Research And Innovation (TSRI).
- Vongchaisuwan, S. (2016). *KāN ‘ōK Bāp KhrūAng RūAn Sē Rā Mik Ra Bop Mō Dū Lā PhūA TōP Sa NōNg Rot Sa Ni Yom Phū Phak ‘ā Sai Nai ‘ā KhāN Chut* [Modular Ceramic Furniture Design for Responding Condominium Resident's Taste] [Doctoral dissertation]. Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University.