การยกระดับสินค้าด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปิน ในกลุ่มจังหวัดล้านนา*

GOOD ENHANCEMENT FOR ART COMMERCIAL PRODUCTS OF ARTISTS IN LANNA PROVINCES

สมคิด นันต๊ะ
Somkid Nunta
อรพินท์ อินวงค์
Orapin Inwong
สิทธิชัย อุ่นสวน
Sittichai Ounsaun
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครน่าน
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Nan Buddhist College, Thailand.
E-mail: kidty_129@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสินค้าและผลงานด้านศิลปะเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา 2) เพื่อศึกษากระบวนการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา 3) เพื่อเสนอแนวทางการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนาให้ได้มาตรฐาน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงเอกสาร การวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการในภาคสนาม

ผลการวิจัยการยกระดับและการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา พบว่า การจัดการส่งเสริม การพัฒนาสินค้าของศิลปินสู่แนวทางการยกระดับสินค้า ภาคีเครือข่ายด้านต่าง ๆ สนับสนุนให้เกิดการยกระดับสินค้า การเพิ่มมูลค่าด้วยความคิดสร้างสรรค์การผลิตสร้างสรรค์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยช่างผู้มีความละเอียดอ่อน มีรูปแบบและเอกลักษณ์ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและงานด้านศิลปะ ปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจ ผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ประเภทงานศิลปะ และเป็นไปได้หลายกลุ่ม จึงได้มาซึ่ง 7 ประเด็น ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับผลงาน 2) การสร้างสรรค์การผลิตสินค้าในด้านศิลปะเชิงพาณิชย์ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า 4) การบริหารจัดการทางการตลาดในการยกระดับ 5) การสร้างเครือข่ายของผลงานด้านศิลปะ 6) การส่งเสริมในการช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าของผลงานด้านศิลปะ และ 7) การอนุรักษ์ศิลปะภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นปัจจัยความสำเร็จของการจำหน่ายสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา

*Received: 7 June 2021; Revised: 26 November 2021; Accepted: 30 November 2021

คำสำคัญ: การยกระดับสินค้า, ศิลปินล้านนา, ศิลปะเชิงพาณิชย์, ผลงานศิลปะ

Abstract

The research has three objectives as followings: 1) to study goods and commercial art products of artists in Lanna provinces; 2) to study a process of enhancement of the goods and the commercial art products of artists in Lanna provincs; and 3) to give recommendations to enhance the goods and the commercial art products of artists in Lanna provinces to have a standard. This research is a mixed method research, including documentary research, quantitative research, qualitative research, and action research by collecting data from the fields.

The enhancement of the goods and the commercial art products of artists in Lanna provinces found that a promotion, a development of the products, a working network supporting the enhancement, value-added by creative thinking, a creative thinking as international standard by the artists who have a delicate, unity pattern and identity effected to the product development and the value-added goods and art products. Main factors of business procedure, consumers, target groups of the business can be possible in various groups. They are divided into 7 factors as followings: 1) an image that creates the value-added products; 2) a creative making of the commercial products; 3) a product development and a value-added product making; 4) a marketing management for enhancement; 5) a network building for the products making; 6) a support of the enhancement and the value-added products; and 7) a conservation of folk arts and wisdom. They are key successes of selling the goods and the commercial art products of the artists in Lanna provinces.

Keywords: Commercial Enhancement, Lanna Artists, Commercial Art, Art Product

บทนำ

หนึ่งในภูมิภาคของประเทศไทย คืออาณาจักรล้านนา ซึ่งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศ ปัจจุบันคือ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ประกอบไปด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง จังหวัดน่าน จังหวัดแพร่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดแม่ฮ่องสอน อาณาจักรล้านนามีความเจริญในยุคสมัยนั้นเป็นอย่างมาก มีวัฒนธรรมเป็นของตน คือมีอักษรเป็นของตน มีภาษาพูดเป็นของตน มีจารีตเป็นของตน และอื่น ๆ ล้วนแล้วก่อเกิดจากรากเหง้าเดียวกับอาณาจักรอื่น ๆ ด้วยภาคเหนือหรือมักเรียกกันว่ากลุ่มล้านนาตะวันออก มีโบราณสถาน โบราณวัตถุมากมายเป็นที่เคารพสักการะ เป็นแหล่งแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของงานช่างด้านฝีมือ วัดแต่ละแห่งล้วนมีความเป็นวิจิตรศิลป์ ซึ่งเกิดจากการ

จินตนาการทางด้านงานศิลปะของกลุ่มศิลปินภาคเหนือทั้งสิ้น ทั้งงานประติมากรรม จิตรกรรม บ่งบอกถึงความมีศิลป์ของชาวล้านนาเป็นอย่างยิ่ง และพระพุทธศาสนาใช้สื่อภาพจิตรกรรม ที่เป็นศิลปะหนึ่งในทัศนศิลป์เกี่ยวกับการเขียนภาพวาด ภาพเขียน ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาได้อย่างกลมกลืน จึงทำให้เกิดจิตรกรรมแนววรรณคดี คือศิลปะประเภทหนึ่ง เช่นเดียวกับวิจิตรศิลป์ประเภทอื่น เช่น ทัศนศิลป์ หรือคีตศิลป์ เป็นการแสดงออกของมนุษย์เพื่อการสื่อสารและ “สาร” ที่สื่อโดยศิลปะทั่วไป (ดวงมน จิตร์จำนงค์, 2553) งานจิตรกรรมเป็นศิลปกรรมอย่างหนึ่ง ที่มนุษย์ใช้เป็นสื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึก ความคิด ความเชื่อในขณะนั้น ความหมายของจิตรกรรม หมายถึง รูปเขียนสีที่เป็นงานตกแต่งบนระนาบ 2 มิติ และบนพื้นผิว 3 มิติ โดยช่างฝีมือที่เรียกว่า ประณีตศิลป์ ซึ่งเป็นงานประเภทประดับตกแต่งที่เน้นทักษะฝีมือ ที่ใช้สีเดียวหรือหลายสีที่แสดงความจัดเจนในฝีมืออันประณีตบรรจง (มโน พิสุทธิรัตนานนท์, 2547) และเน้นเนื้อหาสาระเรื่องเล่าด้วยภาพแสดงบางตอนที่สำคัญหรือโดดเด่น (วิริยาภรณ์ ประภาส, 2545)

ปัจจุบันศิลปินล้านนาได้สร้างสรรค์ผลงานศิลปกรรมของตนเองออกมาสู่สังคมอย่างหลากหลาย ทำให้เกิดความเป็นอัตลักษณ์ของศิลปิน ส่วนใหญ่เป็นการสร้างสรรค์ผลงานเป็นปัจเจกบุคคล ยังไม่เป็นผลงานที่ออกมาเพื่อร่วมพัฒนาสังคม หรือผลิตขึ้นมาเพื่อจำหน่ายหรือการถ่ายทอดผลงานของตน อาจจะเนื่องมาจากการรวมตัวของศิลปินล้านนาคงความเป็นอัตลักษณ์แห่งปัจเจกชน เพราะเหตุใดช่างทางเหนือไม่จำเป็นต้องทำงานตามกฎเกณฑ์อย่างเข้มงวด เหตุนั้นจึงเป็นการง่ายที่จะสังเกตรู้ความสามารถของช่างเหล่านี้ในสถานที่เดียวกัน เราอาจจะเห็นมีทั้งองค์ประกอบภาพที่งดงามมากกับที่ไม่น่าดูปนกันอยู่ (วินัย ปราบริปู, 2552) จะเห็นได้ว่านั้นเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของช่างที่มีมาก ต่างคนต่างคิด ต่างคนต่างทำ ไม่มีสิ่งที่กำหนดกฎเกณฑ์ในสินค้าเชิงพาณิชย์ ผลงานที่จำหน่ายนั้น ศิลปินเป็นผู้กำหนดราคาเอง เมื่อกล่าวถึงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัดล้านนา ตามที่ผู้วิจัยสนใจ ได้แก่ จังหวัดน่าน สินค้าเป็นที่ยอมรับและสามารถนำไปสู่การค้าระดับโลก ได้แก่ ผ้าทอมือ เครื่องเงิน เครื่องจักสานหวาย หรือการแกะสลักพระพุทธรูปไม้ และอื่น ๆ จังหวัดแพร่ สินค้าที่ทำให้รู้จักแพร่คือ เสื้อหม้อฮ่อม สินค้าที่ทำจากไม้สักทอง เช่น ประตู โต๊ะ ตู้ เป็นต้น จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่มีกลุ่มศิลปินล้านนามากมาย ทั้งจิตรกรรม ประติมากรรม นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มการผลิตเครื่องปั้นดินเผาลายเวียงกาหลง ณ บ้านทุ่งม่าน ตำบลเวียงกาหลง อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดลำพูน กลุ่มการผลิตตุง โคมล้านนา พบเห็นศิลปะเหล่านี้ในเทศกาลและประเพณีล้านนามากมาย เช่น โคมรังมดส้ม โคมดาว โคมไห โคมเงี้ยว โคมกระบอก โคมหูกระต่าย โคมดอกบัว โคมญี่ปุ่น โคมผัด ฯลฯ กลุ่มผลิต ณ วัดพระธาตุหริภุญชัย ตำบลในเมือง อำเภอเมือง กลุ่มผลิตสินค้าล้านนาดังที่กล่าวมา ล้วนมาจากงานศิลปะแบบดั้งเดิม ทำให้เกิดงานฝีมือที่เน้นนวัตกรรมและระบบเศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดมูลค่า สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไป พร้อมกับการท่องเที่ยว ควรที่จะได้รับการศึกษาและต่อยอดให้สามารถส่งเสริมอาชีพ สร้างรูปแบบของสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อได้

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นว่า มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษา วิเคราะห์ถึงงานด้านศิลปะให้เกิดเป็นงานสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา เพื่อการ

ยกระดับสินค้า การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา ด้วยการส่งเสริมกระบวนการให้ความรู้ของชุมชน ในการผลิตสินค้าการสร้างสรรค์งานฝีมือด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา อันประกอบด้วยผลงานศิลปินจากจังหวัดแพร่ น่าน เชียงราย ลำพูน ให้ได้มาตรฐาน ตามความต้องการของตลาด และส่งเสริมการท่องเที่ยวตามนโยบายของภาครัฐ และยังคงความเป็นอัตลักษณ์ของศิลปะในกลุ่มศิลปินล้านนาได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสินค้าและผลงานด้านศิลปะเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา
2. เพื่อศึกษากระบวนการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา
3. เพื่อเสนอแนวทางการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) ทั้งการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ในภาคสนาม ดังนี้

1. **การศึกษาในเชิงเอกสาร** (Documentary Study) ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูล จากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้อง หนังสือ รายงานการวิจัย รายงานการประชุม ภาพถ่าย เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ กระบวนการสร้างการใช้ตัวชี้วัดความสำเร็จ

2. **การศึกษาเชิงคุณภาพ** (Qualitative Research) ในภาคสนาม (Field Study) เพื่อทราบถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ กระบวนการสร้างผลงานเชิงศิลปะ ด้านพาณิชย์ ด้านการตลาด ด้านความเป็นอัตลักษณ์ ในพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1) ทำการศึกษาและคัดเลือกศิลปินล้านนา ผู้ประกอบการ และหน่วยงานราชการใน 4 จังหวัดภาคเหนือ ที่มีผลงานโดดเด่น จังหวัดละ 20 คน รวมเป็น 60 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2) ทำการศึกษาและคัดเลือกศิลปินล้านนา 4 จังหวัดภาคเหนือ ที่มีผลงานโดดเด่น จังหวัดละ 5 คนรวมเป็น 20 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความสำคัญของเรื่อง คือ เป็นผลงานที่ส่งเสริมศิลปะล้านนา ด้านจิตรกรรม ประติมากรรม หัตถกรรม เป็นต้น

3) ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์แนวคิด รูปแบบ การจัดการ และแนวทางการพัฒนาความสัมพันธ์การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ และกระบวนการบริหารจัดการเกี่ยวกับการค้าและการตลาดระดับจังหวัด

4) สรุปและนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ ทั้งจากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนาม โดยนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นที่สำคัญ คือ แนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ กระบวนการผลิต และแนวทางการจัดการด้านการผลิต คุณภาพสินค้า การตลาด และการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา

5) สรุปผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ

3. วิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เพื่อสร้างกระบวนการผลิตสินค้า โดยมีกระบวนการดังนี้

1) กำหนดพื้นที่ศึกษา กลุ่มพัฒนาและยกระดับสินค้า ผลงานศิลปะเชิงพาณิชย์ 4 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดน่าน จังหวัดแพร่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน

2) กำหนดเป้าหมายหลัก (Flagships) ทำการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ซึ่งครอบคลุมการวิจัยกลุ่มเครือข่ายยกระดับสินค้าและผลงานศิลปะและงานสร้างสรรค์ 4 จังหวัด 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

(1) พระพุทธรูปไม้เมืองน่าน ณ วัดสวนหอม ตำบลในเวียง อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน

(2) ของที่ระลึกเครื่องเงินของจังหวัดน่าน ณ ศูนย์เครื่องเงินชมพูภูคา ตำบลไชยสถาน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน

(3) ลายผ้าหม้อฮ่อม ณ บ้านทุ่งโฮ้ง ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่

(4) เครื่องปั้นดินเผาลายเวียงกาหลง ณ บ้านทุ่งม่าน ตำบลเวียงกาหลง อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

(5) หัวตุง โคม ณ บ้านสันกำแพง ตำบลมะกอก อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

(6) ดำเนินการออกแบบสินค้า และร่วมมือกับผู้ผลิตได้ร่วมผลิตสินค้าตัวอย่าง เช่น เสาตุง พระพุทธรูปไม้ ของที่ระลึกที่ทำจากเครื่องเงิน ถ้วยกาแฟลายเวียงกาหลง

(7) นำสินค้าที่ได้ไปประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ และการจัดนิทรรศการเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับชมและสั่งซื้อสินค้า

(8) เสวนากลุ่มย่อย เพื่อหาแนวทางในการพัฒนากระบวนการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา

(9) การสร้างการเรียนรู้ โดยให้ความรู้ในเรื่องการแกะสลักพระพุทธรูปไม้ โดยวิทยากรปราชญ์ท้องถิ่นและผู้รู้ในด้านสาขาศิลปะ ให้กับเยาวชนและผู้สูงอายุ

(10) ขยายเครือข่ายการกลุ่มผลิตสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา

(11) วิเคราะห์องค์ความรู้ กระบวนการ และผลลัพธ์ของการพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์ผลงานสินค้าของศิลปินล้านนา สู่การยกระดับให้เกิดรายได้ในชุมชน และการถ่ายทอดผลงานด้านศิลปะเชิงสร้างสรรค์ สู่เยาวชนและผู้สูงอายุในกลุ่มจังหวัดล้านนา

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การยกระดับสินค้าด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1) ผลของการศึกษาสินค้าและผลงานด้านศิลปะเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา พบว่า การสร้างสรรค์งานศิลปะทัศนศิลป์มีจุดมุ่งหมาย เพื่อสร้างความรู้สึกของมนุษย์ในด้านความงามและเรื่องราว ซึ่งความงามและเรื่องราวที่จะนำมาสร้างเป็นการสื่อความหมายของทัศนศิลป์ ย่อมมีอยู่รอบตัวศิลปิน สิ่งที่พบและเห็นคุ้นเคยในชีวิตประจำวัน เป็นวัตถุดิบที่จะนำมารวบรวมเป็นความคิดและจินตนาการ ถ่ายทอดสร้างสรรค์ออกมาเป็นผลงาน (มัย ตะติยะ, 2547) การสร้างสรรค์ถือเป็นการช่วยเพิ่มความโดดเด่นให้แก่สินค้า เกิดความแปลกใหม่มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการสร้างสรรค์ผลงานของชุมชนมีหลากหลายรูปแบบ ส่วนใหญ่เป็นผลงานของผู้มีความชำนาญปราชญ์ชาวบ้านท้องถิ่นด้านศิลปะหรือศิลปินที่มีความรู้ความสามารถในการสรรค์สร้างผลงานด้านศิลปะ โดยการแสดงและจำหน่ายทำให้เกิดรายได้ในท้องถิ่น โดยผลงานที่สร้างสรรค์ที่ได้ศึกษามีดังต่อไปนี้

1.1) พระพุทธรูปไม้เมืองน่าน การสร้างพระพุทธรูปไม้ของเมืองน่าน นิยมสร้างขึ้นเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา ตามหลักความเชื่อทางพระพุทธศาสนาที่ครอบครัวใดไม่มีบุตรชาย และไม่มีโอกาสได้บวชในพระพุทธศาสนาแล้ว จะสร้างพระพุทธรูปถวายแทนตนเอง เสมือนหนึ่งว่าได้ใกล้ชิดพระพุทธเจ้า พร้อมทั้งสร้างบุญกุศลอันยิ่งใหญ่ให้กับตนเอง เพื่อประโยชน์ในภายภาคหน้า ตามความเชื่อทางศาสนา วัสดุที่นำมาแกะสลัก เป็นพระพุทธรูปไม้ มักนิยมใช้ไม้ที่มีชื่อมงคล เช่น ไม้ขนุน ไม้ค้ำ ไม้โพธิ์ ไม้สักทอง เป็นต้น เป็นไม้ที่หาง่ายตามท้องถิ่น และใช้เวลาแกะพระพุทธรูปไม้ไม่นาน สามารถสร้างได้หลายองค์ รวมถึงมีต้นทุนในการสร้างที่ถูกกว่าวัสดุจำพวก เหล็ก ทองแดง ทองเหลือง ซึ่งอดีตเป็นสิ่งที่หายาก ทำให้ไม้เป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่ศรัทธาในพระพุทธศาสนาจะเข้าถึงบุญได้ง่าย

1.2) การผลิตเครื่องเงินของจังหวัดน่าน การผลิตเครื่องประดับเงินเมืองน่าน เป็นภูมิปัญญาการทำเครื่องเงิน จากรุ่นสู่รุ่น ลวดลายเก่าแก่โบราณยังคงถูกรักษาไว้ได้อย่างดี จากงานหัตกรรมที่ต้องใช้ความอดทนและฝีมือเครื่องเงินเมืองน่าน เป็นงานหัตถกรรมการทำเครื่องเงิน ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์งดงามไม่แพ้ที่ใด จนกลายมาเป็นหนึ่งในของฝากที่ขึ้นชื่อของเมืองน่าน โดยฝีมือชาวเขาเผ่าเมี่ยน (เย้า) และม้ง (แม้ว) ส่วนมากทำเป็นเครื่องประดับ เช่น กำไล สร้อยคอ สร้อยข้อมือ ตุ้มหู แหวน ฯลฯ ลักษณะของเครื่องเงินเมืองน่าน นอกจากจะมีความอ่อนตัวมากกว่าเครื่องเงินทั่วไปแล้ว เนื้อโลหะจะมีลักษณะไม่มันวาว พื้นผิวดูมีความเรียบ และชิ้นงานมีน้ำหนักมากกว่าสแตนเลส ลวดลายที่ปรากฏส่วนมากมักมีที่มาจากลวดลายทางธรรมชาติ เป็นต้น

1.3) การผลิตผ้าหม้อฮ่อมจังหวัดแพร่ หรือเสื้อ “หม้อฮ่อม” เป็นเสื้อผ้าฝ้ายย้อมสีคราม ดำ คอกลม ผ่าอก แขนยาว หรือแขนสั้น มีทั้งแบบที่ใช้กระดุมกลัดและที่ใช้ผ้าเย็บเป็นเชือกผูก เป็นเสื้อที่ชายชาวภาคเหนือสวมใส่กันเป็นปกติในชีวิตประจำวัน (สีวลา วงศ์ไพบูลย์วัฒน์, 2543) ในปัจจุบันการตัดเย็บเสื้อผ้าหม้อฮ่อม นับได้ว่าสร้างงานและทำรายได้ ให้กับชาวบ้านทุ่งโฮ้งเป็นอย่างมาก ทำให้หมู่บ้านนี้ประชาชนมีฐานะทางเศรษฐกิจดีบ้านทุ่งโฮ้งได้เป็นเขตสุขาภิบาลแห่งหนึ่งของจังหวัดแพร่ ซึ่งมีร้านตัดเย็บ

เสื้อผ้าหอฮ่อมตั้งอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งแต่ละร้านต่างก็มีเครื่องหมายและชื่อร้านแตกต่างกันออกไป ส่วนในด้านรูปแบบ ได้มีการปรับปรุงเสื้อผ้าหม้อฮ่อมให้มีแบบที่แตกต่างไปจากเดิม ตามความต้องการของตลาดผู้บริโภค ตัดเย็บเป็นเสื้อซาฟารี เสื้อคอเชิร์ต มีทั้งที่เป็นแบบแขนสั้นและแขนยาว เป็นต้น

1.4) การผลิตเครื่องปั้นดินเผาลายเวียงกาหลง รูปแบบและศิลปะลายเวียงกาหลง มีหลากหลายรูปแบบและลวดลาย ขึ้นอยู่ช่างที่ประดิดประดอยบรรจงวาดลวดลายศิลปะตามจินตนาการหรือตามธรรมชาติที่ตนเองได้เห็นได้พบ แล้วนำมาเขียนลงบนภาชนะต่าง ๆ จึงทำผลงานมีลักษณะที่แตกต่าง ๆ กันไป แต่ยังคงรักษารูปแบบที่สวยงาม ความเป็นเอกลักษณ์เวียงกาหลง ปัจจุบัน มีกลุ่มเครื่องเคลือบดินเผาเวียงกาหลง เป็นกลุ่มผู้ผลิตหลักในผลิตภัณฑ์ มีการถ่ายทอดเทคนิคการผลิตและการเขียนลายให้คนรุ่นใหม่และเริ่มมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตามยุคสมัย และได้ทำการถ่ายทอดความรู้ให้กับชาวบ้านในชุมชน ทำให้สมาชิกมีงานทำมีรายได้เสริม เป็นศูนย์การเรียนรู้ให้กับชุมชน แต่ก็ยังไม่แพร่หลาย ควรขยายให้กว้างออกไปให้ครอบคลุมทั้งตำบล จะทำให้เป็นอาชีพที่ยั่งยืนของประชาชนต่อไป

1.5) การผลิตตุง โคม ล้านนา ประเภทของงานศิลปหัตถกรรมตุงล้านนา พบว่า แนวทางในการสร้างงานของทั้ง 2 ประเภท มีความสอดคล้องกันระหว่างคติในการสร้างตุงของชาวล้านนา ถ่ายทอดผ่านประเพณีทางศาสนากับคติในการสร้างตุงของชาวล้านนา ถ่ายทอดผ่านทางพิธีกรรม เนื่องจากตุงเป็นพุทธศิลปะอันเก่าแก่ กำเนิดขึ้นมาพร้อมกับความเชื่อของวัฒนธรรมและประเพณีพื้นบ้านท้องถิ่น เพื่อเป็นสัญลักษณ์แทรกคติความเชื่อ ที่แสดงออกเป็นรูปธรรมที่สนองหน้าที่ในพิธีกรรม ส่วน “โคม” หมายถึง เครื่องสักการะเกี่ยวกับประเพณีในเดือนยี่เป็ง ซึ่งเป็นท้ายฤดูฝนและย่างเข้าสู่เดือน 3 หรือฤดูหนาวนั้น ในล้านนานิยมทำโคม จุดประสงค์ก็คือ ต้องการเครื่องสักการบูชาพระรัตนตรัย พระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์ เป็นรูปต่าง ๆ ทำเสาหลักไว้ด้านนอกตามสนามหน้าวัด แต่ถ้ามีการเทศน์ธรรมหลวงในเดือนอื่นที่ไม่ใช่เดือนยี่ ไม่นิยมทำโคม เครื่องสักการะที่สำคัญอย่างหนึ่งของล้านนาไทย ที่จะทำไว้บูชาทุกวัดและมีผู้มีเจตนาถวายไว้มาก เนื่องจากเป็นประเพณีที่สืบทอดนับตั้งแต่เกิดจนถึงตาย และเป็นประเพณีพิเศษในรอบสิบสองเดือน ที่จัดทำขึ้นเป็นครั้งคราว ล้วนมีวัสดุอุปกรณ์เกี่ยวเนื่องในประเพณีเหล่านั้น โดยเฉพาะประเพณีที่เกี่ยวกับศาสนา โยงใยกับความเชื่อของประชาชน ใช้เป็นเครื่องปฏิบัติในทางพิธีกรรม ถือว่าเป็นเครื่องสักการะ ซึ่งบุคคลที่ทำพิธีเชื่อว่าจะได้รับผลที่เป็นประโยชน์ คือความสุขความเจริญแก่ตนและผู้อื่น เครื่องสักการะที่สำคัญอย่างหนึ่งของล้านนาไทย ที่จะทำไว้บูชาทุกวัดและมีผู้มีเจตนาถวายไว้มาก บางวัดมีเป็นจำนวนสิบชุด จุดประสงค์ก็คือ ต้องการจะบูชาพระรัตนตรัยคือพระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์

2) ผลการศึกษากระบวนการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา พบว่า กระบวนการสร้างผลงานเชิงศิลปะ ด้านพาณิชย์ ด้านการตลาด ด้านความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ มีผลงานโดดเด่นของจังหวัดในภาคเหนือตอนบน อันได้แก่ จังหวัดเชียงราย ลำพูน แพร่ และจังหวัดน่าน ที่มีปราชญ์ชาวบ้านท้องถิ่นด้านศิลปะ หรือศิลปินที่มีความรู้ความสามารถในการสรรค์สร้างผลงานด้านศิลปะ ที่ได้มีการแสดงและจำหน่ายเกิดเป็นรายได้ในท้องถิ่น มีผลงานที่ส่งเสริมศิลปะล้านนาด้านจิตรกรรม ประติมากรรม หัตถกรรม เป็นต้น ที่มีบทบาทและความสัมพันธ์เกี่ยวกับ

กระบวนการยกระดับสินค้า และผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา จากการศึกษาตรวจสอบข้อมูล ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ 7 ประเด็น ได้แก่

2.1) ภาพลักษณ์ที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับผลงาน โดยภาพลักษณ์ของสินค้าและผลงานศิลปะของศิลปินในกลุ่มล้านนานั้น ต้องอาศัยหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก สามารถสนับสนุนในด้านงบประมาณของผลงานการสร้างมูลค่าให้กับผลงานด้านศิลปะ ในการช่วยสร้างภาพลักษณ์และให้องค์ความรู้ ที่มีผลต่อคุณค่าด้านความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการสร้างคุณค่า การสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้ซื้อ ทำให้การสร้างภาพลักษณ์ให้แก่สินค้าและบริการ ด้วยข้อความที่แสดงถึงความตั้งใจในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อต้องการสร้างความน่าเชื่อถือสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ยกตัวอย่างเช่น เครื่องเงินน่านนั้น ที่มีภาพลักษณ์ของผลงานมีความเป็นเอกลักษณ์ ผลิตภัณฑ์สร้างจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความชำนาญ สะท้อนภาพลักษณ์ของสินค้าออกมาได้อย่างประณีต ผ่านผลงานอันทรงคุณค่า จนเกิดเป็นคุณค่าของสินค้าให้เกิดความน่าสนใจ ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดเป็นองค์ความรู้ในการสร้างมูลค่าให้กับผลงานได้ ภาพลักษณ์ที่ดี และประสงค์ด้านบริการ เช่น ความน่าเชื่อถือบริการมีความทันสมัย มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

2.2) การสร้างสรรค์การผลิตสินค้าในด้านศิลปะเชิงพาณิชย์ การสร้างสรรค์ศิลปะแบบเดิมให้เกิดรูปแบบใหม่ ผสมผสานสะท้อนความมีเอกลักษณ์ของสินค้าออกมาให้ได้ รวมถึงได้แก้ปัญหาได้อย่างเข้าใจ จนสามารถสร้างสรรค์ผลิตสินค้าออกมาสู่ท้องตลาดได้อย่างตรงตามเป้าหมาย และยกระดับการเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้มากขึ้น ตลอดจนหาหนทางลู่ทางการตลาดที่มีความแตกต่างได้ในแต่ละพื้นที่ เพราะการสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่องถือจุดเริ่มต้นของการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ในโลกนี้ เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพิเศษของมนุษย์ จึงมีการศึกษาและพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของคนให้เจริญงอกงาม

การผลิตสร้างสรรค์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ให้ความสำคัญในการผลิตตั้งแต่ต้นจนขั้นตอนสุดท้ายการผลิต ไม่ว่าจะใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ผสานใส่ความชำนาญด้านหัตถกรรม โดยช่างผู้มีความละเอียดอ่อน มีรูปแบบและเอกลักษณ์ความคิดสร้างสรรค์ จึงมีความหมายที่ค่อนข้างกว้างและสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับการผลิตการสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ทั้งนี้ การสร้างสรรค์คุณค่าของผลงาน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ด้วยการพูดคุยให้ความคิดเห็น การส่งเสริมทางการท่องเที่ยว ยกตัวอย่าง เช่น วันไหลสงกรานต์จังหวัดแพร่ ที่เป็นที่นิยมทั้งคนในจังหวัดและต่างจังหวัดที่ได้มาร่วมสนุก เป็นการส่งท้ายวันสงกรานต์ ส่วนมากชาวบ้านมักจะแต่งกายชุดผ้าหม้อฮ่อม

2.3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ถือเป็นส่วนช่วยในการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งระบบและกลยุทธ์ ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ การสร้างแนวความคิดผลิตภัณฑ์เป็นขั้นตอนเริ่มต้นสำคัญ ที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการอาศัยการเข้าถึงความต้องการหรือความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง การค้นหาความต้องการของผู้บริโภค

จำเป็นต้องอาศัยเทคนิคต่าง ๆ การเลือกใช้เทคนิคใดนั้น ซึ่งรูปแบบในการพัฒนาอาจเป็นด้านบรรจุภัณฑ์ หรือตัวผลิตภัณฑ์นั้น เป็นส่วนในการช่วยสร้างผลกำไร หรือเพิ่มมูลค่าสินค้าของผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพและแนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา การจูงใจ ความต้องการที่กดดันมาก จนเป็นพลังกระตุ้นการซื้อขาย การรับรู้ เป็นกระบวนการที่บุคคลทำการเปิดรับข้อมูล การคัดเลือกข้อมูล การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้ จึงมีส่วนสำคัญและเกี่ยวข้องในตลาดงานศิลปะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนั้น องค์ความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและผลงานจำเป็นอย่างมาก เพราะทำให้จำนวนผลิตภัณฑ์ในการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการด้านความพร้อมในการให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการ

2.4) การบริหารทางการตลาดในการยกระดับสินค้าการบริหารตลาด ถือเป็นกลไกขับเคลื่อนในการสร้างผลงานตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ รวมทั้งการกำหนดราคาหรือมูลค่าของผลงานที่ต้องสามารถสร้างผลกำไร พร้อมกับดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมในการบริโภคอย่างต่อเนื่อง เป็นกลไกที่สร้างความเจริญเติบโตของธุรกิจและเลือกตลาดเป้าหมาย และการพัฒนาการบริหารทางการตลาด ต้องเกิดจากการเลือกตลาดเป้าหมายทางการตลาดของกลุ่มผู้บริโภค ที่องค์กรธุรกิจได้กำหนดไว้เป็นกลุ่มที่สร้างเป้าหมายต่อการสร้างสรรค์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา เนื่องจากในการบริหารทางการตลาดธุรกิจจะต้องทำความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของตนให้ไปได้หลายกลุ่ม เช่น หากเป็นผลงานศิลปะที่สามารถนำไปติดตั้งหรือตกแต่งสถานที่ได้ง่าย อาทิ จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ สื่อผสม กลุ่มเป้าหมายก็อาจเป็นทั้งเด็กและผู้ใหญ่ที่รักงานศิลปะ ซึ่งจะสัมผัสกับผลงานเหล่านั้น โดยการเดินชมในสถานที่ที่จัดแสดง หรืออาจเป็นกลุ่มเป้าหมายที่รักงานศิลปะ โดยซื้อผลงานเพื่อเก็บสะสม และมีส่วนช่วยให้มีการสนับสนุนช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาแนะนำในการส่งเสริมศักยภาพของผู้นำชุมชน องค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน ในการบริหารจัดการชุมชนการส่งเสริม กระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชน การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในระดับอำเภอ ตำบล หมู่บ้าน ทั้งในด้านวิชาการและการปฏิบัติงาน ประสานงาน และปฏิบัติงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้นำชุมชน อาสาสมัคร องค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน จัดทำศูนย์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาชุมชน

2.5) การสร้างเครือข่ายของผลงานด้านศิลปะในการรวมตัวการสร้างเครือข่าย และมีเป้าหมายในการดำเนินการนำเสนอ เคลื่อนไหวที่ชัดเจน ดังเช่นสมาคมสภาเครือข่ายศิลปะประเทศไทยที่ดำเนินการงานวัฒนธรรมที่จะบูรณาการจากทุกภาคส่วนให้เกิดผลเป็นรูปธรรม และมีความเห็นเป็นฉันทานุมัติ ทำให้กลุ่มผู้สนับสนุนงานศิลปะ ผู้รวบรวมผลงานและผู้ต่อยอดภูมิปัญญาให้มีบทบาทในการสร้างเครือข่ายให้กับผู้ผลิต สามารถติดต่อซื้อขายกับผู้บริโภคได้งานมากยิ่งขึ้น การเปิดตลาดให้กว้างมากขึ้นจากการขายเพียงหน้าร้าน เป็นการขายออนไลน์ส่งออกทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด ในการส่งออกมีการรวบรวมฐานองค์ความรู้ที่สำคัญให้มารวบรวมกันให้เป็นระบบ เพื่อช่วยให้การสร้างเครือข่ายของผลงานด้านศิลปะเป็นภาคีมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การสร้างเครือข่ายในการสร้างสรรค์ผลงานด้านศิลปะในเชิง

พาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา มีประโยชน์ต่อหน่วยงานรัฐ และศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงานเองด้วย เป็นหนึ่งในกระบวนการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา ของศูนย์จำหน่ายสินค้าของศิลปินล้านนา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการส่งเสริมการผลิตสินค้าในด้านศิลปะเชิงพาณิชย์อีกด้วย

2.6) การส่งเสริมในการช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าของผลงานด้านศิลปะ ร่วมกับผู้ประกอบการของศูนย์จำหน่ายสินค้า การผลิต คุณภาพสินค้า การตลาด และการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา จากรูปแบบกระบวนการส่งเสริมเสริมสินค้า และปัจจัยความสำเร็จของการจำหน่ายสินค้า และผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา โดยแต่ละชุมชนควรมีผลิตภัณฑ์ต้นแบบสมัยใหม่ขึ้น ไม่ใช่นำของเก่ามาขายถูก ๆ เพียงอย่างเดียว กรณีนี้จะช่วยให้ชุมชนสามารถสร้างมูลค่าและคุณค่าที่เพิ่มพูนขึ้นอีกด้วย ซึ่งแต่ละท้องถิ่นก็จะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมาแต่โบราณ สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อไม่ให้สิ่งเหล่านี้เลือนหายไป การอบรมจะช่วยส่งเสริม และยกระดับ

2.7) การอนุรักษ์ศิลปะภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการปลุกจิตสำนึกให้พื้นที่ท้องถิ่นอนุรักษ์ภูมิปัญญาเอาไว้ รวมถึงตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ช่วยสร้างให้เกิดผลงานที่มีมูลค่าขึ้นมาได้ ทั้งส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมตามประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ สร้างจิตสำนึกของความเป็นคนท้องถิ่นนั้น ๆ ที่จะต้องร่วมกันอนุรักษ์ภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น พร้อมทั้งได้รับองค์ความรู้ในจากการเรียนรู้ข้อมูลทางสังคมของชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น สภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม จารีตของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาศัยการถ่ายทอดความรู้ที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษให้กับคนรุ่นใหม่ และเป็นการส่งเสริมพัฒนาคนรุ่นใหม่ให้รู้จักภูมิปัญญา ทำให้การอนุรักษ์ศิลปะภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้สร้างความตระหนักถึงอีกทั้งยังทำให้เกิดความสามัคคี ภายในพื้นที่ในการที่จะต้องอาศัยความร่วมมือ ร่วมมือร่วมใจ จากหลายส่วนทั้งศิลปิน ผู้ประกอบการ หน่วยงานราชการในพื้นที่ ในการช่วยกันอนุรักษ์ไว้ซึ่งภูมิปัญญาของท้องถิ่น

3) แนวทางการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนาให้ได้มาตรฐาน กลุ่มสินค้าและผู้ผลิตควรมีการพัฒนาสินค้าและศิลปะเชิงพาณิชย์ ที่มุ่งเน้นงานศิลปะที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ โดยสนับสนุนการค้าและการบริการ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของกลุ่มศิลปินล้านนา จากการศึกษา เพื่อได้มาซึ่งรูปแบบกระบวนการส่งเสริมสินค้าและปัจจัยความสำเร็จของการจำหน่ายสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้วิเคราะห์ข้อมูลในทุกมิติ รวมถึงบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการส่งเสริม พัฒนาสินค้าของศิลปิน สู่การยกระดับสินค้า อีกทั้งภาคีเครือข่ายด้านต่าง ๆ ที่สนับสนุนให้เกิดการยกระดับสินค้า และการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา จากการแจกแบบสอบถามผู้บริโภคผลงานด้านศิลปะของศิลปินล้านนา ในพื้นที่กรณีศึกษาของศิลปินล้านนาทั้ง 4 จังหวัดภาคเหนือ ประกอบด้วยจังหวัดเชียงราย ลำพูน แพร่ และจังหวัดน่าน จังหวัด ๆ ละ 50 คน รวม 200 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบง่าย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค การตลาดและการผลิต สามารถสรุปผลระดับการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของกลุ่มศิลปินล้านนาได้ดังนี้ ระดับการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของกลุ่มศิลปินล้านนา มีค่าเฉลี่ย

3.73 มีระดับการตัดสินใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า พนักงานมีการบริการแบบมีมนุษยสัมพันธ์ มีความรู้ในกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมา สินค้ามีอัตลักษณ์ของท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาสินค้าดูแลและรักษาได้ง่าย และสินค้าใช้วัตถุดิบที่มีความคงทน มีค่าเฉลี่ย 4.01

ปัจจัยทางพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อความต้องการสินค้าของกลุ่มศิลปินล้านนา จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของกลุ่มศิลปินล้านนา พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของกลุ่มศิลปินล้านนา และข้อมูลระดับความต้องการเลือกซื้อ ที่มีต่อสินค้าของกลุ่มศิลปินล้านนา สามารถสรุปได้ว่า

ประเด็นพิจารณา	ลักษณะที่เหมาะกับ ช่องทางการจำหน่ายสั้น	ลักษณะที่เหมาะกับ ช่องทางจำหน่ายยาว
ลักษณะตลาด	ตลาดธุรกิจ เกาะกลุ่มกันตามสภาพภูมิศาสตร์ ต้องการความรู้ด้านเทคนิค ต้องมีการบริการโดยสม่ำเสมอ ปริมาณซื้อมากต่อครั้ง	ผู้บริโภคกระจัดกระจายมีอยู่ทั่วไปทุกแห่ง ไม่ต้องการการแนะนำด้านเทคนิคการให้บริการไม่แน่นอน ปริมาณซื้อน้อยต่อครั้ง
ลักษณะผลิตภัณฑ์	ของสด เน่าเสียง่าย ความยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน มีลักษณะสั่งทำงานพิเศษ ราคาสูง/หน่วย	คงทน เก็บไว้ได้นาน ใช้ได้ง่าย เป็นมาตรฐาน ราคาต่ำ/หน่วย
ลักษณะผู้ผลิต	มีความพร้อมด้านทรัพยากรต่าง ๆ ที่จะปฏิบัติกิจกรรมจัดจำหน่ายเอง มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายหลากหลายมีความจำเป็นต้องควบคุมช่องทางจำหน่ายโดยใกล้ชิด	ไม่พร้อมในเรื่องทรัพยากรที่จะปฏิบัติกิจกรรมจัดจำหน่ายจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้อยชนิด น้อยรายการไม่มีความจำเป็นต้องควบคุมช่องทางจำหน่ายโดยใกล้ชิด
ลักษณะการแข่งขัน	สมาชิกในช่องทางให้การสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดไม่เพียงพอ	สมาชิกในช่องทางจำหน่ายให้การสนับสนุนการส่งเสริมการตลาดเพียงพอแล้ว

ทั้งนี้ ความต้องการสินค้าของกลุ่มศิลปินล้านนาที่มีการสร้างสรรค์ อาจไม่จำเป็นต้องยิ่งใหญ่ถึงขนาดการพัฒนาบางสิ่งขึ้นมาให้กับโลก แต่อาจเกี่ยวข้องกับพัฒนาการบางสิ่งบางอย่างให้เกิดขึ้นใหม่ อาจเป็นสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อตัวของเราเอง ชุมชน ท้องถิ่น และอาจพบว่าโลกก็จะเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับวิถีแห่งการเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน รวมถึงในส่วนของสินค้าและงานศิลปะที่การสร้างสรรค์ ก็มีผลในการช่วยพัฒนาคุณภาพและรูปแบบสินค้า ให้เกิดความได้เปรียบในด้านความแตกต่างด้วยเช่นเดียวกัน การเพิ่มมูลค่าด้วยความคิดสร้างสวรรค์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ให้ความสำคัญในการผลิต

สร้างสรรค์ ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ให้ความสำคัญในการผลิตตั้งแต่ต้นจนขั้นตอนสุดท้ายการผลิต ไม่ว่าจะใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ผสานใส่ความชำนาญด้านหัตถกรรม โดยช่างผู้มีความละเอียดอ่อน มีรูปแบบและเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ จึงมีความหมายที่ค่อนข้างกว้างและสามารถ นำไปใช้ประโยชน์กับการผลิตการสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ กระบวนการ หรือวิธีการที่คิดค้นขึ้นมา ใหม่ สิ่งที่คาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์นั้นจะช่วยให้การดำเนินชีวิตและสังคมดีขึ้น เกิดความสุขมากขึ้น โดยผ่านกระบวนการที่ได้ปรับปรุงขึ้น ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของสินค้าและงานที่ได้ผลิตขึ้นมา

อภิปรายผล

จากผลวิจัยเรื่อง “การยกระดับสินค้าด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา” ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

การยกระดับสินค้าด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา อภิปรายว่า การผลิตสินค้าและงานศิลปะที่การสร้างสรรค์ มีผลในการช่วยพัฒนาคุณภาพและรูปแบบสินค้า ให้เกิดความได้เปรียบในด้านความแตกต่างด้วยเช่นเดียวกัน การเพิ่มมูลค่าด้วยความคิดสร้างสรรค์และงานฝีมือให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มของผู้ผลิตและจำหน่ายในระดับสากล ให้ความสำคัญในการผลิตตั้งแต่ต้นจนขั้นตอนสุดท้ายการผลิต ที่เรียกว่ากระบวนการผลิตสินค้าต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ไม่ว่าจะใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพผสานใส่ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญจากประสบการณ์ด้านหัตถกรรม โดยช่างผู้มีความละเอียดอ่อน มีรูปแบบและเอกลักษณ์ ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและงานด้านศิลปะ ที่ต้องอาศัยการเข้าถึงความต้องการหรือความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง การค้นหาความต้องการของผู้บริโภค จำเป็นต้องอาศัยเทคนิคต่าง ๆ ตามความเหมาะสมของบริบทพื้นที่หรือกลุ่มเป้าหมายตามกลไกของตลาด และต้องคำนึงถึงศักยภาพในพื้นที่การผลิตด้วย การพัฒนากลยุทธ์ตลาด มีส่วนในการช่วยให้เกิดการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะ การใช้กลยุทธ์ การสะสมความคิด พัฒนาและทดสอบแนวคิด แนะนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด ทั้งนี้งานศิลปะกับการพัฒนาเศรษฐกิจในตลาดงานศิลปะในเชิงพาณิชย์ ทำให้เกิดกระบวนการวางแผน การลงมือปฏิบัติ และการควบคุมกิจกรรมทางการตลาดที่ทำให้เกิดการสืบสาน ถ่ายทอดให้กับคนในสังคมได้รับรู้ ตระหนักถึงคุณค่าคุณประโยชน์และนำมาประยุกต์ใช้ได้ทุกสถานการณ์ โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ซึ่งครอบคลุมถึงกลุ่มเครือข่ายและภาคีอื่น ๆ ที่มีความสามารถร่วมกันที่จะช่วยยกระดับสินค้าและผลงานศิลปะ และสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพ โดยเกี่ยวข้องกับงานวิจัยของกฤษณะ ดารา ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้าอยู่ในระดับสูง แผนกลยุทธ์ทางการตลาดของ วิสาหกิจชุมชนบ้านแหลม จังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วยกลยุทธ์เชิงรุก ได้แก่ 1) ออกงานแสดงสินค้าอย่างต่อเนื่อง 2) แสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันอุดมศึกษา เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด Modern Trade 3) ขยายกลุ่มตลาดในกลุ่มธุรกิจสปาและธุรกิจโรงแรม และ 4) พัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด 4.0 ผ่าน Social

Media และ Digital Marketing กลยุทธ์แก้ไข ได้แก่ 1) พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์สินค้าตลอดจนรูปแบบการจัดกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย 2) สร้าง Brand Online ผ่าน Social Branding และ 3) พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการ กลยุทธ์เชิงป้องกัน ได้แก่ 1) ศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนกลยุทธ์ของสินค้า Modern Trade และ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่ ส่งเสริมการศึกษาดูงานและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์แก่บุคลากร (กฤษณะ ดาราเรือง, 2560) และแนวความคิดและทรรศนะทางด้านกระบวนการหรือกลไกเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาสินค้าเชิงพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจับของ จิตพนธ์ ชุมเกตุ ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนนั้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหนังแพะ ชีสนมแพะแปรรูป ผลิตภัณฑ์นมแปรรูป งานศิลปหัตถกรรม เช่น หมอนหนุน ผลิตภัณฑ์จากเมล็ดกระถิน ผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝก ผลิตภัณฑ์จากรกบวบหอม ผลิตภัณฑ์จากใบตะโก เป็นต้น (จิตพนธ์ ชุมเกตุ, 2560)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

บทบาทและความสัมพันธ์เกี่ยวกับการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนานั้น การยกระดับสินค้าประกอบด้วยศิลปิน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานราชการ และช่องทางตลาดหรือกลวิธีการขยายผลงานเชิงพาณิชย์ เป็นต้น ได้มีการนำสินค้าทั้งหมดมาออกแบบพัฒนา ช่วยยกระดับสินค้าทุกฝ่าย การมีส่วนร่วมในส่งเสริม การผลิต จำหน่าย ซึ่งมีแนวคิดทรรศนะทางด้านกระบวนการหรือกลไกการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนาที่ชัดเจน การพัฒนากระบวนการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา นำไปประยุกต์ผลิตภัณฑ์ด้านศิลปะร่วมสมัย สินค้าที่ได้ประกอบด้วยพระพุทธรูปไม้เมืองน่าน ของที่ระลึกเครื่องเงินของจังหวัดน่าน ผ้าหม้อฮ่อม เครื่องปั้นดินเผาลายเวียงกาหลง และหัวตุง โคม ไปประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ และการจัดนิทรรศการให้ผู้บริโภคได้รับชมและสั่งซื้อสินค้า ส่งเสริมโดยเครือข่ายและหน่วยงานราชการและศิลปินร่วมกันส่งเสริมผลงาน ขยายเครือข่ายกลุ่มผลิตสินค้าและผลงาน และสร้างกระบวนการยกระดับและนำไปจัดแสดงสินค้า แก่แกนนำชุมชนแต่ละพื้นที่ แลกเปลี่ยนบทเรียนและการขยายผลการพัฒนาศิลปะเชิงสร้างสรรค์ ณ ลานธรรม ลานศิลป์ ถิ่นเวียงบัว มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตพะเยา อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา

ข้อเสนอแนะ

1) ควรขยายพื้นที่การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบกระบวนการยกระดับสินค้าและผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนา ให้เป็นไปตามบริบทวัฒนธรรมในพื้นที่เขตเมืองและชนบทของจังหวัดต่าง ๆ ที่มีการผลิตสินค้าในรูปแบบผลงานศิลปะเชิงพาณิชย์

2) ควรศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่ประกอบด้วยเพศ อายุ วุฒิการศึกษา ตลอดจนความรู้ความสามารถและและประสบการณ์ของกลุ่มให้ข้อมูล เพื่อการพัฒนาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ในที่นี้พิจารณาตามกลุ่มศิลปิน ผู้ประการ และหน่วยงาน โดยรวม ซึ่งในการวิจัยครั้งถัดไป อาจศึกษาแนวทางของหน่วยงานเป็นหลัก

3) ควรมีการศึกษาถึงกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด มากกว่าที่จะศึกษารูปแบบของศิลปะแบบครอบคลุมทั้งหลากหลายจังหวัด ทั้งนี้ เพราะบริบทเชิงพื้นที่มีความสำคัญ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่าง ในรูปแบบกระบวนการยกระดับสินค้า และผลงานด้านศิลปะในเชิงพาณิชย์ ของศิลปินในกลุ่มจังหวัดล้านนาแต่ละแห่ง

เอกสารอ้างอิง

กฤษณะ ดาราเรือง. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 31(100), 130-143.

จิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. ใน *รายงานวิจัย*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ดวงมน จิตร์จำนงค์. (2553). *สุนทรียภาพในภาษาไทย.* กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ลักษณ์.

มโน พิสุทธิรัตนานนท์. (2547). *สุนทรียวิจักษณ์ในจิตรกรรมไทย.* กรุงเทพมหานคร : โอ.เอส. พริ้นติ้งเฮ้าส์.

มัย ตะติยะ. (2547). *ภาพทิวทัศน์.* กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วาดศิลป์.

วินัย ปราบริปู. (2552). *จิตรกรรมฝาผนังเมืองน่าน.* กรุงเทพมหานคร : 21 เซ็นจูรี่จำกัด.

วิริยาภรณ์ ประภาส. (2545). *ศิลปะมัธยมศึกษาปีที่ 2.* กรุงเทพมหานคร : สยามกรุ๊ป.

สีวลา วงศ์ไฟบูลย์วัฒน์. (2543). *การดำเนินงานในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่.* เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.