

นวัตกรรมแฟชั่นไลฟ์สไตล์จากฐานการผลิตจังหวัดน่าน สู่ตลาดเมืองหลวงพระบาง

Innovation of fashion lifestyle from Nan region
production sources towards Luang Prabang

ศมิสสร สุทธิสังข์

หน่วยปฏิบัติการวิจัยแฟชั่นและนฤมิตศิลป์ ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย โทร 02-218-4626 อีเมล fac.ru.chula@gmail.com

Smissorn Sutthisung

FASHION AND CREATIVE ARTS RESEARCH UNIT (FAC-RU), FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS,
CHULALONGKORN UNIVERSITY. E-mail: fac.ru.chula@gmail.com Tel: 02-2184626

ศิริวี อรัญนารถ

หน่วยปฏิบัติการวิจัยแฟชั่นและนฤมิตศิลป์ ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย โทร 02-218-4626 อีเมล siwatee.cu@gmail.com

Siwatee Arunyanart

FASHION AND CREATIVE ARTS RESEARCH UNIT (FAC-RU), FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS,
CHULALONGKORN UNIVERSITY. E-mail: siwatee.cu@gmail.com Tel: 02-2184626

พัชชา อุทิศวรรณกุล

หน่วยปฏิบัติการวิจัยแฟชั่นและนฤมิตศิลป์ ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย โทร 02-218-4626 อีเมล patcha.paris@gmail.com

Patcha Utiswannakul

FASHION AND CREATIVE ARTS RESEARCH UNIT (FAC-RU), FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS,
CHULALONGKORN UNIVERSITY. E-mail: Patcha.paris@gmail.com Tel: 02-2184626

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของ “โครงการเพิ่มมูลค่านวัตกรรมสิ่งทอแฟชั่น จาก
ฐานการผลิตจังหวัดน่านสู่ตลาดเมืองหลวงพระบาง” สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ปีงบประมาณ 2562 โดยได้รับความสนับสนุนจาก
หน่วยปฏิบัติการวิจัยแฟชั่นและนฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อภาษาไทย

“นวัตกรรมแฟชั่นไลฟ์สไตล์จากฐานการผลิตจังหวัดน่านสู่ตลาดเมืองหลวงพระบาง” เป็นการพัฒนาศรสร้างสรรค่นวัตกรรมสิ่งทอแฟชั่น ควบคู่กับการออกแบบ เพื่อสร้างตราสินค้าและผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ โดยใช้กระบวนการเชื่อมโยงสร้างคลัสเตอร์ด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่ายระหว่างเมืองคู่แฝด โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ควบคู่กับการสร้างนวัตกรรมสิ่งทอ และการสรรค์ผลงานทางศิลปกรรมศาสตร์ เชื่อมโยงการวิจัยสู่ชุมชน

จากการวิจัยพบว่า 1. การสร้างตราสินค้าที่สอดคล้องกับแนวโน้มกระแสนิยมที่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคให้ความสนใจคือเรื่องความยั่งยืน สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิการย้อมสีธรรมชาติ การใช้เส้นใยธรรมชาติ ซึ่งเป็นข้อสรุปแนวทางไปสู่การสร้างและออกแบบตราสินค้าซีโร่เวสต์ (ZERO WASTE) เพื่อพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับนวัตกรรมสิ่งทอ โดยจากการสำรวจวิเคราะห์สิ่งทอย้อมสีธรรมชาติของจังหวัดน่านซึ่งเป็นฐานการผลิต พบว่าจุดเด่นคือการย้อมสีจากกากเมล็ดโกโก้ ร่วมกับสีธรรมชาติจากพืชในท้องถิ่นชนิดอื่นๆ เพื่อตอบสนองกับความต้องการของตลาดสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ในระดับบน ณ จุดจำหน่ายเมืองหลวงพระบาง 2. รูปแบบสไตล์ของผลิตภัณฑ์ต้องมีรูปแบบคอนเทมโพรารีชีค (Contemporary Chic) เพราะผู้บริโภคชื่นชอบในวัฒนธรรมอย่างร่วมสมัย มีรูปแบบการดำรงชีวิตแบบคนเมืองจึงนิยมสินค้าที่มีการออกแบบสร้างสรรค์ให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์

ทั้งนี้ในการเพิ่มมูลค่านวัตกรรมสิ่งทอแฟชั่นไลฟ์สไตล์ จากฐานการผลิตจังหวัดน่านสู่ตลาดเมืองหลวงพระบาง สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) โดยเป็นการคิดเชิงระบบ

(systems thinking) ซึ่งอาศัยความเข้าใจในความเชื่อมโยงและสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ทั้งนี้การใช้แนวคิดการทำงานตามระบบอุตสาหกรรมแฟชั่นในการสร้างตราสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ เพื่อสร้างตราสินค้า การออกแบบสินค้าภายใต้แนวคิดของความยั่งยืน และการสร้างคลัสเตอร์ที่ทำงานร่วมกันระหว่างสองประเทศ นำมาซึ่งโมเดลต้นแบบของการเพิ่มมูลค่าให้กับนวัตกรรมสิ่งทออย่างยั่งยืน

คำสำคัญ นวัตกรรมสิ่งทอ, แฟชั่นไลฟ์สไตล์, การเพิ่มมูลค่า

Abstract

Innovation of fashion lifestyle from Nan region production sources towards Luang Prabang Project is the development of creative innovation in fashion along with design in order to create fashion and lifestyle products. The research aims to develop clusters in materials sourcing, productions, and retails between Nan and Luang Prabang. The research uses qualitative and quantitative methods along with textile innovation development and design approach in applied arts field leading the research to community. The research found that 1. consumer samplings are interested in sustainability, eco-friendly products e.g. natural color dyeing and textile production. This leads to the brand building concept according to textile innovation. The site research in Nan region has found a distinctive natural color dyeing from cocoa seeds with others natural plants which the production is

based in the province. 2. The warm and natural colors are suitable for the high-end market travelers in Luang Prabang which called contemporary chic (those who interested in contemporary cultural heritage and living in an urban vibrant area).

The innovation of fashion and lifestyle from Nan to Luang Prabang shares the concepts of sustainable development via system thinking which combines and balances among environment, economics, and society. The key results is the model in value added in textile innovation for fashion and lifestyle product design and the gathering of clusters between two countries.

Keyword: Textile Innovation, Fashion Lifestyle, Value add

ความเป็นมาและความสำคัญ

เมืองหลวงพระบาง ตั้งอยู่ทางเหนือของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อดีตเคยเป็นนครหลวงของอาณาจักรลานช้าง (Special Phong Gia Monday editorial, 1987) ได้รับการประกาศจากองค์การยูเนสโกให้เป็นเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม ในปี พ.ศ.2538 หลวงพระบางมีทั้งวัดวาอารามเก่าแก่มากมาย มีบ้านเรือนอันเป็นเอกลักษณ์โคโลเนียลสไตล์ ที่มีความผสมกลมกลืนระหว่างของเก่ากับของใหม่ที่หล่อหลอมจนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหลวงพระบาง ทั้งนี้ในปัจจุบันหลวงพระบางมีนักท่องเที่ยวสูงถึงปีละ 400,000 คน เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวตลาดบนอย่างแท้จริง ทั้งนี้ถึงแม้ว่าในหลวงพระบาง

จะมีกลุ่มชุมชนผลิตสิ่งทอ และสินค้าที่ระลึกเพื่อจัดจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังคงขาดสินค้าและผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าแฟชั่นสิ่งทอไลฟ์สไตล์ที่เน้นการออกแบบและสร้างสรรค์พัฒนานวัตกรรมสิ่งทอให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดระดับบน ซึ่งถือเป็นช่องว่างทางการตลาดที่สำคัญ

ทั้งนี้ตามประวัติศาสตร์หลวงพระบางนั้นมีความเชื่อมโยงทางชาติพันธุ์กับไทย ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ในอำเภอปัว จังหวัดน่าน ซึ่งแต่เดิมน่านเป็นเมืองค้าขายมีสายสัมพันธ์กับเมืองใหญ่ๆ มาโดยตลอด ความสัมพันธ์ น่านหลวงพระบาง จึงเกิดขึ้นเพราะเป็นเมืองที่การค้าร่วมกันและเป็นเมืองที่มีสายสัมพันธ์ทางเครือญาติกันในระดับราชวงศ์ อีกทั้งคนน่านบางส่วนก็มีกลุ่มที่อพยพมาจากสิบสองปันนาเชียงรุ่ง มาอาศัยอยู่ที่น่านและหลวงพระบาง น่านเป็นจังหวัดในดินแดนล้านนาตะวันออกที่ยังร่ำรวยทางด้านศิลปวัฒนธรรม มีกลุ่มชุมชนที่มีศักยภาพและฝีมือในการผลิตสินค้าเชิงวัฒนธรรม อาทิ การทอผ้า การย้อมสี การผลิตเครื่องเงิน ซึ่งมีความเหมาะสมในการเป็นเมืองฐานวัตถุดิบและกระบวนการผลิต (อรรถพนธ์ และพัชชา, 2561) สอดคล้องกับแนวนโยบายยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองคู่แฝด ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่มีแนวทางในการวางรากฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรม การค้า การลงทุน อนึ่งการส่งเสริมและพัฒนาเมืองคู่แฝด (town twining) หรือ เมืองพี่น้อง (sister cities) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเมืองต่อเมือง ส่วนใหญ่จะเป็นเมืองที่อยู่กันคนละประเทศ โดยจะมีความร่วมมือกันระหว่างเมืองหรือระหว่างประเทศ เพื่อช่วยเหลือการพัฒนาเมืองในด้านต่างๆ อาทิ การค้า การลงทุน ศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยว เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดน่านซึ่งมีอาณาเขตติดกับเมืองเงิน แขวงไชยบุรี สปป.ลาว อยู่ห่างเมืองมรดกโลกอย่างหลวงพระบางราว 152 กิโลเมตร การหนุนความ เป็นเมืองคู่แฝดเพื่อ

เปิดเส้นทางสายหลวงพระบาง เมืองเงินและบ้านห้วยโก๋น ก็สามารถเดินทางเชื่อมต่อไปยังนานได้เป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอาเซียนเดินทางระหว่างกัน (สำนักงานความร่วมมือพัฒนาเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน, 2562) ควบคู่ไปกับการพัฒนาสร้างกลุ่มเครือข่ายคลัสเตอร์ของวัตถุดิบ กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่ายระหว่างนานและหลวงพระบาง

จากแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการท่องเที่ยวดังกล่าว ถือเป็นโอกาสทางการตลาด และโอกาสไปสู่การพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ การผลิตสินค้าและบริการของชุมชนในทั้ง 2 ประเทศร่วมกัน ดังนั้นจากความเป็นมาและความสำคัญข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ในการหาแนวทางในการสร้างสรรค์พัฒนานวัตกรรมการออกแบบสินค้าแฟชั่นสิ่งทอไลฟ์สไตล์ โดยมุ่งเน้นเพื่อตอบสนองกับกลุ่มลูกค้าตลาดระดับบนที่เป็นนักท่องเที่ยวในหลวงพระบาง ผ่านการใช้จังหวัดนานเป็นฐานขององค์ความรู้ทางการออกแบบวัตถุดิบ กระบวนการผลิตสินค้าแฟชั่นสิ่งทอไลฟ์สไตล์ เพื่อส่งไปสู่จุดจัดจำหน่ายที่เป็นประตูการค้าสู่ตลาดระดับบนในหลวงพระบาง อันจะเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการสร้างรายได้และอาชีพให้กับชุมชนทั้ง 2 ประเทศ อีกทั้งเป็นการสร้างพันธมิตรในตลาดการค้าและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียนร่วมกันอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาแนวทางการสร้างสรรค์พัฒนาตราสินค้า ต่อยอดนวัตกรรมสิ่งทอและการออกแบบให้มีศักยภาพเหมาะสมกับตลาดสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ในระดับบน

2. เพื่อหาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากนวัตกรรมสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง

ขอบเขตของการวิจัย

การพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติจากกากเมล็ดโกโก้ เพื่อสร้างตราสินค้าและผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากทุนวัฒนธรรมโดยมีเมื่อน่านเป็นฐานวัตถุดิบและการผลิตสู่การค้าเชิงอุตสาหกรรมเพื่อส่งออกไปตลาดระดับบน

ทฤษฎี สมมติฐานและ / หรือกรอบแนวความคิดของการวิจัย

การพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมสิ่งทอแฟชั่น ควบคู่กับการออกแบบเพื่อสร้างตราสินค้าและผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ โดยใช้กระบวนการเชื่อมโยงสร้างคลัสเตอร์ด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่าย รวมทั้งการสร้างกลไกกระบวนการทำงานถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนต้นแบบเพื่อสร้างรายได้และอาชีพแก่ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมีกรอบแนวคิดหลักของงานวิจัยนี้ ได้แก่

1. การสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอไลฟ์สไตล์ โดยมุ่งพัฒนาชุมชนตัวอย่างในพื้นที่จังหวัดน่าน ด้าน (1) การสร้างสรรค์นวัตกรรมสิ่งทอ (2) การออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ ให้มีแหล่งวัตถุดิบ ฐานการผลิต และจุดจัดจำหน่าย เพื่อสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการระหว่างชาติ

2. การสร้างตราสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์สำหรับกลุ่มลูกค้าในตลาดระดับบน ณ แหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปกรรมศาสตร์ โดยมีเครื่องมือในการวิจัยที่คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเอง ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Interview) โดยเป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ครูภูมิปัญญาทั้งชาวไทยและหลวงพระบาง 2) แบบสอบถาม (Questionare) เพื่อเก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว ณ หลวงพระบาง 3) แบบสำรวจสินค้าผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอไลฟ์สไตล์ ณ หลวงพระบาง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าเฉลี่ยร้อยละ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. รวบรวมข้อมูล ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเครื่องมือวิจัย

2. สำรวจพื้นที่ภาคสนามชุมชนหลวงพระบางเพื่อเก็บข้อมูลความต้องการของตลาดและผู้บริโภค ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จีน ยุโรปและประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีต่อผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์รวมถึงวิเคราะห์คู่แข่งของผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่เศรษฐกิจหลวงพระบาง

3. สำรวจพื้นที่ภาคสนามชุมชนสิ่งทอเมืองน่าน และเมืองใกล้เคียงเพื่อหาชุมชนที่มีศักยภาพในการผลิตและสร้างเครือข่ายคลัสเตอร์ผู้ประกอบการของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการจัดจำหน่าย

4. ศึกษาวิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพื้นที่ภาคสนาม รวมทั้งการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิและครูภูมิปัญญาของพื้นที่สิ่งทอ และพื้นที่ในเขตธุรกิจท่องเที่ยว หลวงพระบาง

5. ศึกษาเชิงลึกในพื้นที่จากชุมชนที่ถูกคัดเลือก ด้วยการเก็บข้อมูล และสัมภาษณ์ ได้แก่ การหาแหล่งวัตถุดิบ แหล่งผลิตสิ่งทอ ช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างตราสินค้า

6. ทดลองพัฒนากระบวนการย้อมสีธรรมชาติจากกากเมล็ดโกโก้

7. วิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่กระบวนการออกแบบ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

8. ทดลองสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ต้นแบบ

9. ทดลองการใช้นวัตกรรมสิ่งทอกับวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่ ออกแบบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

“นวัตกรรมสิ่งทอในผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากฐานการผลิต จังหวัดน่านสู่ตลาดเมืองหลวงพระบาง” ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เก็บข้อมูลภาคสนาม ณ พื้นที่จังหวัดน่าน และเมืองหลวงพระบาง ด้วยวิธีการสังเกตและสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจาก ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิโดยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์และข้อมูลกลุ่ม ตัวอย่างประชากรโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม รวมถึงได้ทำการทดลอง นวัตกรรมสิ่งทอย้อมสีจากกากเมล็ดโกโก้ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อนำไปสู่กระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ และนำข้อมูลที่ได้มาสู่กระบวนการวิเคราะห์ผลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ณ เมืองหลวงพระบาง

1.1 ตลาดและการจัดจำหน่ายนั้น ศูนย์กลางเศรษฐกิจการค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวระดับของหลวงพระบางนั้นตั้งอยู่ ณ ถนนศรีสว่างวงศ์ ซึ่งจะเป็นแหล่งรวมของตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบสร้างสรรค์ในลักษณะของดีไซน์เนอร์แบรนด์ แบรนด์สินค้าท้องถิ่น และสินค้านำเข้า ซึ่งมีระดับทางการตลาดที่ C ถึง B โดยมีการใช้สัญลักษณ์มือจับเป็นเครื่องหมายรับรองเพื่อปกป้องแหล่งผลิตในหลวงพระบาง ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ตามแนวคิดและประเภทของสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์สามารถแบ่งส่วนของตลาดสินค้าได้ดังนี้

80 %
Local Brand



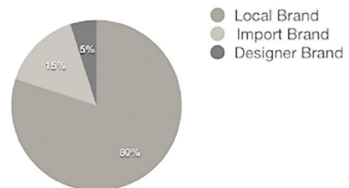
5 %
Designer Brand



15 %
Import Brand
*China / Vietnam



วิเคราะห์ตลาดและสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์สัดส่วนตลาดสินค้าแฟชั่นและสิ่งทอเมืองหลวงพระบาง

จากแผนภูมิการวิเคราะห์ตลาดแบ่งสัดส่วนของสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ และสิ่งทอในศูนย์กลางธุรกิจการค้าของหลวงพระบาง พบว่าสินค้าโดยส่วนใหญ่เป็นสิ่งทอพื้นถิ่นแบบดั้งเดิม มีการตัดเย็บแปรรูปในสัดส่วนน้อยในลักษณะของตราสินค้าท้องถิ่นคิดเป็นร้อยละ 80 สินค้าเสื้อผ้าและสินค้าไลฟ์สไตล์ที่เป็นการนำเข้าจากจีนและเวียดนามคิดเป็นร้อยละ 15 และตราสินค้าในลักษณะของนักออกแบบคิดเป็นร้อยละ 5 ซึ่งถือเป็นช่องว่างทางการตลาดที่สำคัญ

ในด้านการผลิตพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำหรือผู้ผลิตสินค้าในหลวงพระบางนั้นยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออกแบบและนวัตกรรม ขาดการส่งเสริมจากหน่วยงานในประเทศ และมีสัดส่วนจำนวนผู้ผลิตน้อย

1.2 กลุ่มผู้บริโภคนักท่องเที่ยว ณ หลวงพระบาง โดยนักท่องเที่ยวในตลาดระดับบนของหลวงพระบางในปัจจุบันนั้นจะประกอบด้วย 1) กลุ่มยุโรป โดยเฉพาะชาวฝรั่งเศส 2) กลุ่มชาวเอเชียได้แก่ไทย จีน เกาหลี 3) คนเมืองในพื้นที่หลวงพระบาง เวียงจันทน์ และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



ภาพที่ 2 กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเจนเนอเรชันเอ็ม

กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็ม (Generation M / Millenium Generation) อายุระหว่าง 23-35 ปี เป็นกลุ่มผู้บริโภคในตลาดระดับบน โดยเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อ มีฐานะทางครอบครัวอยู่ในระดับสูงของสังคม ประสบความสำเร็จในชีวิตอย่างรวดเร็วตั้งแต่อายุน้อย ชื่นชอบการท่องเที่ยว มีความต้องการพัฒนาคุณภาพชีวิตมากขึ้น เป็นพวกสุขนิยม ชอบให้ของขวัญชิ้นดีกับตัวเอง มีไลฟ์สไตล์ที่หรูหรา รักการช้อปปิ้ง มีสังคม มีเพื่อนฝูงมาก ชอบปาร์ตี้บ่อย ใช้ของที่ตีมีคุณภาพ และมีความรู้ กลุ่มนี้จะไปในแนวอินดี้ “ไม่อยากเหมือนใคร เลือกที่จะซื้อแบรนด์ด้วยตัวเอง” เป็นเหมือนผู้นำทางความคิดที่พร้อมจะบอกต่อประสบการณ์ทั้งดีและไม่ดีให้ผู้อื่นได้รับรู้

2. การวิเคราะห์ผลจากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิและครุภูมิปัญญาทางด้านแฟชั่นและสิ่งทอ ตลอดจนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในตลาดระดับบนทั้งในประเทศไทยและหลวงพระบางสามารถสรุปวิเคราะห์แนวทางในการสร้างสรรค์ตราสินค้าและออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

2.1) แนวโน้มกระแสนิยมที่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคให้ความสนใจคือเรื่องความยั่งยืน สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสินค้าเชิงวัฒนธรรม อาทิ การย้อมสีธรรมชาติ การใช้เส้นใยธรรมชาติ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว จึงเป็นข้อสรุปแนวทางไปสู่การสร้าง ออกแบบตราสินค้า พัฒนามูลค่านวัตกรรมสิ่งทอแฟชั่นไลฟ์สไตล์

2.2) แนวทางในการสร้างตราสินค้า เนื่องจากข้อจำกัดและระเบียบทางด้านกฎหมาย ตลอดจนช่องว่างทางการตลาดสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ในหลวงพระบาง เหมาะสมกับการสร้างตราสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ในรูปแบบ

คาเฟ่แฟชั่นไลฟ์สไตล์ กล่าวคือเป็นการสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ควบคู่ไปกับร้านอาหารหรือร้านกาแฟ

2.3) แนวทางการออกแบบสินค้าและสไตล์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค จากการลงพื้นที่ภาคสนาม ณ หลวงพระบางเพื่อเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคในตลาดระดับบนมีรูปแบบสไตล์แบบคอนเทมโพรารีซิค Contemporary Chic ชื่นชอบในวัฒนธรรมอย่างร่วมสมัย เนื่องจากมีรูปแบบการดำรงชีวิตแบบคนเมืองจึงนิยมสินค้าวัฒนธรรมที่มีการออกแบบสร้างสรรค์ให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ และชื่นชอบความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร เป็นผู้นำในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์

กระบวนการทดลองนวัตกรรมสิ่งทอย้อมสีจากการเมล็ดโกโก้

จากการสำรวจพื้นที่จังหวัดน่านผู้วิจัยได้มีแนวคิดในการนำผลผลิตทางการเกษตรที่ปลูกในจังหวัดน่าน มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ โดยใช้นวัตกรรมด้านสิ่งทอและผลผลิตทางการเกษตรดังกล่าวก็ต้องมีความเชื่อมโยงกับหลวงพระบางด้วย ผลผลิตทางการเกษตรหนึ่งที่น่าสนใจคือ “โกโก้” ซึ่งมีแนวโน้มที่น่านจะเป็นแหล่งปลูกโกโก้อินทรีย์ที่สำคัญ ทั้งนี้สีย้อมธรรมชาติเป็นสีย้อมที่มีปัญหาเรื่องความคงทนของสีบนเส้นใย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยสาร มอร์แดนท์เพื่อเปลี่ยนสีที่ละลายน้ำให้เป็นสีที่ไม่ละลายน้ำ หรือทำให้เฉดสีเข้มขึ้น การเพิ่มความเข้มของเฉดสี ทำได้โดยการย้อมทับหลาย ๆ ครั้งตามต้องการ ดังนั้นการย้อมสีธรรมชาติจึงไม่ได้คำนึงถึงสัดส่วนของสีย้อมต่อ น้ำหนักเส้นใย (% o.w.f) หรือสัดส่วนน้ำย้อมต่อน้ำหนักเส้นใย (Liquor ratio) ในการทดลองนี้จะแสดง วิธีการย้อมฝ้ายด้วยน้ำสีย้อมสกัดจากเปลือก

โกโก้ นำเปลือกโกโก้บดแห้งมาชั่งน้ำหนักประมาณ 100 กรัม จากนั้นนำไปต้มเพื่อสกัดสีย้อมซึ่งจะได้สี น้ำตาลอ่อนๆ ทากรองเพื่อเอากากออก แล้วนำไ้จาด้ายที่ผ่านการฟอกทำความสะอาดแล้วแล้วลงไปแช่อ่างสี บีบคั้นเพื่อให้สีติดซึมเข้าเส้นใย หลังจากนั้นนำด้ายที่ผ่านการย้อมแล้วไปแช่ในอ่างน้ำปูนใส แล้วนำกลับมา ย้อมอีกครั้ง ทากรย้อมสลับกับแช่น้ำปูนใสหลายๆ ครั้งก็จะได้เฉดสีเข้มขึ้นเรื่อย ๆ ตามต้องการ เมื่อได้เฉดสีที่ ต้องการแล้วจึงทำการล้างด้ายให้สะอาด แล้วนำไปผึ่งอากาศให้แห้ง

ทั้งนี้จากการลงพื้นที่ภาคสนาม วิเคราะห์ข้อมูลศัภยภาพของผู้ประกอบการพบว่า โกโก้เป็นพืช เศรษฐกิจใหม่ของจังหวัดน่าน มีการปลูกในรูปแบบบอแกนิกส์ โดยเป็นพืชที่ให้ผลผลิตเก็บเกี่ยวได้ตลอดปี ทั้งนี้ในกระบวนการย้อมสีจากโกโก้ นั้น ใช้วัตถุดิบหลักคือกากเมล็ดโกโก้ซึ่งเกิดจากกระบวนการแปรรูปโกโก้ ซึ่งถือเป็นเศษเหลือทิ้งทางการเกษตรที่จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ประมาณการใช้ปริมาณกากเมล็ดโกโก้ 200 กรัม ต่อการย้อมเส้นใยสำหรับทอผ้า 1 เมตร ซึ่งเพียงพอต่อการผลิตสินค้าตลอดทั้งปี



ภาพที่ 3 แสดงขั้นตอนกระบวนการย้อมสีจากกากเมล็ดโกโก้

กระบวนการออกแบบสร้างสรรค์

“นวัตกรรมสิ่งทอในผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากฐานการผลิตจังหวัดน่านสู่ตลาดเมืองหลวงพระบาง” เป็นการพัฒนาศักยภาพนวัตกรรมสิ่งทอแฟชั่น ควบคู่กับการสร้างและออกแบบตราสินค้าสิ่งทอแฟชั่นไลฟ์สไตล์ เพื่อนำไปสู่กระบวนการออกแบบสร้างสรรค์สินค้าจากสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติ ให้กับกลุ่มผู้บริโภคตลาดระดับบนในหลวงพระบาง ภายใต้แนวคิดคอนเทมโพรารีชค (Contemporary Chic) ที่คำนึงถึงความยั่งยืน ซึ่งนำไปสู่กระบวนการออกแบบสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ของตราสินค้าต้นแบบโคโคซีโร่ เวส (COCO ZERO WASTE) ได้แนวทางการสร้างสรรค์จากการใช้นวัตกรรมสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติ และการออกแบบโดยใช้แนวคิดคอนเทมโพรารีชค (Contemporary Chic) ร่วมกับการใช้แนวโน้มกระแสแฟชั่นฤดูกาลสปริงซัมเมอร์ 2020 เพื่อตอบสนองกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็ม (Generation M / Millenium Generation) อายุระหว่าง 23-35 ปี เป็นกลุ่มผู้บริโภคในตลาดระดับบน จากการประยุกต์ใช้สิ่งทอทุนวัฒนธรรมและสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติให้มีความร่วมสมัยสามารถใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน ประกอบด้วย เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย, ชุดเครื่องประดับ (สร้อยคอ, ตุ้มหู, กำไล, เข็มกลัด) และกระเป๋าถือสตรี



ภาพที่ 4 ผลงานต้นแบบสินค้าไลฟ์สไตล์จากการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัย “นวัตกรรมผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากฐานการผลิตจังหวัดน่านสู่ตลาดเมืองหลวงพระบาง” เป็นการพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมสิ่งทอแฟชั่น ควบคู่กับการสร้างและออกแบบตราสินค้าสิ่งทอแฟชั่นไลฟ์สไตล์ โดยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ดังนี้

1. การสร้างสรรค์สินค้าจากนวัตกรรมแฟชั่นไลฟ์สไตล์ให้มีศักยภาพเหมาะสมกับตลาดสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ในตลาดระดับบนของเมืองหลวงพระบาง ต้องสอดคล้องกับแนวทางความยั่งยืน สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสินค้าเชิงวัฒนธรรม อาทิการย้อมสีธรรมชาติและการใช้เส้นใยธรรมชาติ

2. แนวทางและกลไกในการสร้างตราสินค้าและการออกแบบสินค้าจากการพัฒนานวัตกรรมการย้อมสีธรรมชาติ เพื่อตอบสนองกับกลุ่มผู้บริโภคในตลาดระดับบน

2.1) แนวทางในการสร้างตราสินค้า เนื่องจากข้อจำกัดและระเบียบทางด้านกฎหมาย ตลอดจนช่องว่างทางการตลาดสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ในหลวงพระบาง เหมาะสมกับการสร้างตราสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ในรูปแบบคาเฟ่แฟชั่นไลฟ์สไตล์ กล่าวคือเป็นการสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ควบคู่ไปกับร้านอาหารหรือร้านกาแฟ ภายใต้ตราสินค้า COCO ZERO WASTE

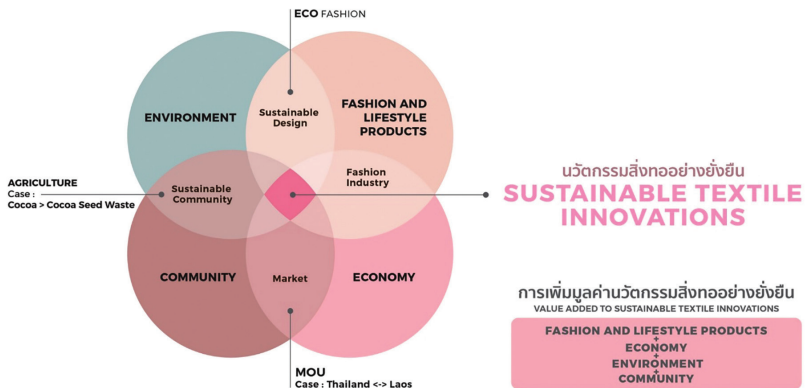
2.2) แนวทางการออกแบบสินค้าและสไตล์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค จากการลงพื้นที่ภาคสนาม ณ หลวงพระบาง เพื่อเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคในตลาดระดับบนมีรูปแบบสไตล์แบบคอนเทมโพรารีซิค Contemporary Chic

ชื่นชอบในวัฒนธรรมอย่างร่วมสมัย เนื่องจากมีรูปแบบการดำรงชีวิตแบบคนเมืองจึงนิยมสินค้าวัฒนธรรมที่มีการออกแบบสร้างสรรค์ให้เหมาะกับไลฟ์สไตล์ และชื่นชอบความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร เป็นผู้นำในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์

3. ผลจากการใช้นวัตกรรมสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติที่นำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าภายใต้ตราสินค้า COCO ZERO WASTE ภายหลังจากกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์สินค้า ผู้วิจัยได้นำผลงานจัดแสดง ณ จุดจัดจำหน่ายเมืองหลวงพระบาง ในวันที่ 13 ธันวาคม 2562 และได้ดำเนินการเก็บรวบรวมความคิดเห็นด้วยเครื่องมือแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค จำนวนทั้งสิ้น 50 คน พบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีความเห็นต่อความเหมาะสมของตราสินค้าในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 85 ระดับมากคิดเป็นร้อยละ 15 มีความเห็นต่อความเหมาะสมของรูปแบบสินค้าจากสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 80 ระดับมากคิดเป็นร้อยละ 20 และมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของระบบการทำงานแบบคลัสเตอร์ของจังหวัดน่านและหลวงพระบางในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 95 ระดับมากคิดเป็นร้อยละ 5 และได้แสดงความคิดเห็นว่าแนวทางของการดำเนินการวิจัยจะก่อให้เกิดประโยชน์กับทั้งสองประเทศในการเป็นต้นแบบแนวทางของการทำงานร่วมกันอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

การเพิ่มมูลค่านวัตกรรมสิ่งทอแฟชั่นไลฟ์สไตล์ จากฐานการผลิตจังหวัดน่านสู่ตลาดเมืองหลวงพระบาง สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) โดยเป็นการคิดเชิงระบบ (systems thinking) ซึ่งอาศัยความเข้าใจในความเชื่อมโยงและสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม



ภาพที่ 5 แนวทางการเพิ่มมูลค่านวัตกรรมสิ่งทออย่างยั่งยืน

จากสมมติฐานในการใช้แนวคิดการทำงานตามระบบอุตสาหกรรมแฟชั่นในการสร้างตราสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ เพื่อสร้างตราสินค้า การออกแบบสินค้าภายใต้แนวคิดของความยั่งยืน และการสร้างคลัสเตอร์ที่ทำงานร่วมกันระหว่างสองประเทศ โดยใช้กระบวนการเชื่อมโยงสร้างคลัสเตอร์ด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิตและการจัดจำหน่าย ระหว่างเมืองคูแฝด จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มเป้าหมายตลาดระดับบน รวมทั้งการสร้างกลไกกระบวนการทำงานถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนต้นแบบเพื่อสร้างรายได้และอาชีพแก่ชุมชน นำมาซึ่งโมเดลต้นแบบของการเพิ่มมูลค่าให้กับนวัตกรรมสิ่งทออย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. จากการวิจัยที่มุ่งเน้นในการพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติ จากกากเมล็ดโกโก้ให้มีคุณภาพติดสีได้ดี ซึ่งเป็นการลดต้นทุนการผลิต และได้ดำเนินการเพิ่มในส่วนของการพัฒนาเส้นใยสะท้อนน้ำซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติ จากต้นแบบดังกล่าวจึงเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการและนักวิจัยในการทดลองนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้ให้เหมาะกับวัตถุดิบ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ และผู้วิจัยได้ทดลองกรรมวิธีเพิ่มฟังก์ชันให้เสื้อผ้าด้วยการตกแต่งสำเร็จด้วยไมโครแคปซูลวัสดุเปลี่ยนเฟส (phase change material microcapsule) เพื่อให้เสื้อผ้าสวมใส่สบาย ซึ่งควรมีการนำไปทดลองใช้กับสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติชนิดอื่นๆ และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการต่อไป

2. จากการวิจัยที่ได้กำหนดขอบเขตของกลุ่มผู้บริโภคเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดระดับบนเมืองหลวงพระบาง ซึ่งพบว่าเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ Generation M โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างต้นแบบคอลเลกชันเพื่อตรวจสอบกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคดังกล่าว ซึ่งควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภครวมถึงกลุ่มเป้าหมายรองอื่นๆ เพิ่มอัตลักษณ์และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายขึ้น เพื่อให้ได้ผลที่ครอบคลุมต่อไป

3. จากการวิจัยมุ่งเน้นในการพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติ จากกากเมล็ดโกโก้ ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดน่าน ซึ่งควรมีการนำต้นแบบโมเดลจากการวิจัยนี้ไปทดลองใช้กับพื้นที่และพืชเศรษฐกิจอื่นๆ ต่อไป

4. จากการวิจัยได้มีการกำหนดเลือกใช้น้ำมันกระแสะแพชชั่นฤดูกาลสปริงซัมเมอร์ 2020 ซึ่งควรมีการนำผลจากการวิจัยไปออกแบบกับแนวโน้มกระแสะแพชชั่นฤดูกาลอื่นๆ เพื่อให้ได้ผลที่ครอบคลุมต่อไป

5. จากการวิจัยมุ่งเน้นในการพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติจากกากเมล็ดโกโก้ และนวัตกรรมเส้นใยสะท้อนน้ำ ซึ่งควรมีเพิ่มเติมในเรื่องของกระบวนการผลิตเส้นใยหรือสิ่งทอที่สอดคล้องกับแนวคิด Zero waste เพื่อให้ได้ผลที่ครอบคลุมในทั้งกระบวนการผลิตสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ต่อไป

บรรณานุกรม

- ชัยอนันต์ สมุทวณิช, (2540). **วัฒนธรรมคือทุน**. กรุงเทพฯ: พี.เพรส. 2540.
- พัชชา อุทิสวรรณกุล, (2557). **การจัดการสินค้าแฟชั่น**. กรุงเทพมหานคร: คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (อัดสำเนา)
- พัชชา อุทิสวรรณกุล, ศิวรี อรัญนารถ, สิริรัตน์ จารุจินดา และกาวี ศรีกุลกิจ, (2562). **รายงานฉบับสมบูรณ์ การเพิ่มมูลค่านวัตกรรมสิ่งทอผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากฐานการผลิตจังหวัดน่านสู่ตลาดเมืองหลวงพระบาง**. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (อัดสำเนา)
- ภทร ภาณุไชยเชียงของ และนภวรรณ ตันติเวชกุล, (2558). **กลยุทธ์การสร้างและการสื่อสารตราสินค้า รูปแบบ**. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2558 จาก <http://facstaff.swu.ac.th>

สำนักงานความร่วมมือพัฒนาเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (2562). เปิด
เส้นทางเมืองคู่แฝดจังหวัดน่านสู่เมืองหลวงพระบาง. สืบค้นเมื่อ
20 มิถุนายน 2560 จาก <https://gnews.apps.go.th>

อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์ และพัชชา อุทิศวรรณกุล (2561). นวัตกรรมอัต
ลักษณ์ตราสินค้าสิ่งทอแฟชั่นไลฟ์ สไตล์สำหรับสตรีสูงวัย. วารสาร
ศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์. มหาวิทยาลัย
ราชมนังคชญบุรี, 5(2), 2-26.

Eiwlee Industrial Zappapy. (2557). **Environmentally Friendly**.
สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2557 จาก <http://www.zappaya.com>
Leslie Davis Burns, Kathy K. Mullet, Nancy O. Bryant, The
Business of Fashion Designing, Manufacturing, and Market-
ing, The Fourth Edition