

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้

1. จากวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์การตีเงินปักผ้า และเขียนลายผ้าของชนเผ่าม้ง บ้านแม่สาใหม่ ในส่วนของจากการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาด ได้ข้อมูลพื้นฐานของท้องถิ่นวิจัย บริบทการทอผ้า และข้อมูลศักยภาพการผลิตและการตลาดของกลุ่มบ้านม้ง แม่สาใหม่ พบว่าชนเผ่าม้งในจังหวัดเชียงใหม่สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ม้งลายและม้งขาว แต่ชุมชนม้งบ้านแม่สาใหม่ส่วนใหญ่เป็นม้งลาย โดยมีวิถีการดำรงชีวิตมีลักษณะคล้ายกัน แต่จะมีวัฒนธรรมและพิธีกรรมที่ต่างกัน อาทิ เครื่องแต่งกาย ซึ่งสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์จากชุดประจำเผ่าของแต่ละกลุ่ม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวม้งบ้านแม่สาใหม่ที่สำคัญคือ งานทอผ้า ปักผ้า และเขียนลายผ้าบนเครื่องนุ่งห่ม โดยเฉพาะชุมชนม้งบ้านแม่สาใหม่ ผ้าทอจะมีลักษณะพิเศษคือ การนำเอาใยคันทองมาทอเป็นเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม และสามารถนำภูมิปัญญาท้องถิ่นดังกล่าวมาจัดจำหน่ายและเปิดให้ชมเปรียบเสมือนเป็นศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งจุดที่นักท่องเที่ยวสนใจอย่างมาก เนื่องจากเป็นวิธีสร้างงานศิลปหัตถกรรมอันเกิดจากภูมิปัญญาชนเผ่าม้งในชุมชน ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาของชาวม้งที่สืบทอดกันมานานหลายชั่วคน และมีความสำคัญต่อการคงอยู่ของวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมของชุมชนซึ่งภายในชุมชนได้อาศัยวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนภูมิปัญญาภายในชุมชน ซึ่งอาจเปรียบได้ว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมซึ่งหมายถึงผลผลิตทางวัฒนธรรมที่สามารถจับต้องได้ อาทิเช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ รวมถึงผลงานทางศิลปะ เช่น ลายผ้า ภาพวาด รวมถึงงานหัตถกรรม โดยกลยุทธ์การตลาดเชิงจิตวิญญาณที่ผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สืบทอดมาอย่างยาวนานของชนเผ่า

จากการจัดเวทีการพูดคุย สันทนา แลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างสมาชิกด้วยกัน ได้ข้อมูลเชิงลึกถึงโปรแกรมการตลาดทั้งในอดีต ปัจจุบัน อนาคต และผลของการวิเคราะห์ SWOT Analysis ช่วยให้นักวิจัยและคณะ ทราบข้อมูล SWOT ของชนเผ่าม้งบ้านแม่สาใหม่ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค จากการทำ TOWS Matrix พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาชุมชนบ้านม้งแม่สาใหม่ควรทำ คือ กลยุทธ์เชิงรุกประกอบด้วย กลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผสมผสานเอาสินค้าโอท็อปชุมชนอยู่ในโปรแกรมการท่องเที่ยว และกลยุทธ์สร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการพาณิชย์ ส่วนกลยุทธ์เชิงแก้ไข คือ กลยุทธ์สร้างมรดกแก่ชุมชนให้เป็น “Brand Ambassador” ชุมชน และกลยุทธ์การสร้างมีส่วนร่วมในชุมชนด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรท้องถิ่น และกลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ กลยุทธ์การสร้างอัตลักษณ์ของสินค้าและชุมชนเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจชุมชน คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมอยู่ และยังคงมีวิถีแบบเก่า สมาชิกของกลุ่มได้รับความรู้

เทคนิค วิธีการและแนวทางการพัฒนา ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และวิธีการจัดการประสมทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่ม และได้แนวทางการพัฒนาเป็นแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งควรสื่อถึงความสะดวกต่อการเข้าใจว่าเป็นตราสินค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทใด ดังนั้นตราสินค้า “คอยผากลอง” น่าจะเป็นตราสินค้าที่สอดคล้องกับวิถีชุมชนมากที่สุด เนื่องจากคอยผากลองที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของอำเภอแมริม และเป็นคอยที่เก่าแก่เคียงคู่มากับชุมชนเผ่าม้งมายาวนาน

การตั้งชื่อตั้งว่า “คอยผากลอง” จะมีความสัมพันธ์กับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาดของสินค้าเพราะเป็นผ้าทอจากผ้าใยกล้วยงแท้จากม่อนคอยผากลองซึ่งจะสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชื่อตราและตำแหน่งทาง การตลาดของสินค้า และช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจดจำสินค้าของเผ่าม้งได้ง่ายขึ้น รวมทั้งสามารถสะท้อนถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ของชนเผ่าม้ง บ้านแม่สาใหม่ เป็นภาพกราฟฟิก ของชนเผ่ากำลังทอผ้า เพื่อสื่อว่าสินค้ามาจากกระบวนการผลิตที่ปราณีต โดยภาพจะสื่อถึงการสืบทอดภูมิปัญญาที่มีความสำคัญต่อการคงอยู่ของวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมของชุมชนม้งที่ยังคงมีให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน

2. จากวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์การตีเงินปักผ้า และเขียนลายผ้าของชนเผ่าม้งบ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่เพื่อใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ชุมชนม้งบ้านแม่สาใหม่มีกระบวนการสืบทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น โดยผ่านขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อของชุมชนที่ชัดเจนและเข้มแข็ง มีการขับเคลื่อนขบวนการรักษาขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อของชุมชนผ่านจิตวิญญาณความเชื่อของคนในชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้ยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมไว้ได้ โดยผสมผสานจากรูปแบบการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบดั้งเดิมผ่านสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์การตีเงินปักผ้า และเขียนลายผ้าของชนเผ่าม้งบ้านแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่เพื่อใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์นั้น ให้ความสำคัญในเรื่องการสืบทอดภูมิปัญญาเพื่อการคงอยู่ของวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งภายในชุมชนได้อาศัยวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนภูมิปัญญาภายในชุมชน ซึ่งอาจเปรียบได้ว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรม

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สำหรับผลิตภัณฑ์ของชุมชนม้ง บ้านแม่สาใหม่ มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย หากแต่การต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม คือผลิตภัณฑ์จากผ้าใยกล้วยง ซึ่งมีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและมีเฉพาะชนเผ่าม้งเท่านั้นที่ผลิต โดยมีลวดลายที่คงไว้ซึ่งความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน อันเกิดจากการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านจิตวิญญาณจากรุ่นสู่รุ่นของชนเผ่าม้ง ร้อยเรียงผ่านวัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อดั้งเดิมตั้งแต่ยุคอดีตสืบทอดมาถึงปัจจุบัน โดยผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ ดังนั้นการร้อยเรียงภูมิปัญญา คุณค่าอันงดงาม ผ่านร่องรอยแห่งวัฒนธรรมจากลวดลายผ้าสู่สายตาคนทั่วโลกผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นการนำกลยุทธ์การตลาดเชิงจิตวิญญาณมาเพิ่มมูลค่าทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าวได้ โดยการสร้างตราสินค้า “คอยผากลอง” เป็นยุทธศาสตร์สำคัญต่อความสำเร็จในการ

แข่งขันทางธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่สร้างความได้เปรียบจากการสร้างมูลค่าของตราสินค้าเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ส่วนกลยุทธ์ราคา (Price) การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ได้คำนึงถึงความเหมาะสมต่อคุณค่า ความเป็นอัตลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งแต่ละชั้นมีความยากลำบากและความซับซ้อนในกระบวนการผลิต ซึ่งสามารถสังเกตได้จากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะจากผ้าใยัญหังเป็นชาวต่างประเทศ อาทิเช่น ญี่ปุ่น อเมริกา ยุโรป และจีน เป็นต้น ดังนั้นการตั้งราคาสำหรับลูกค้ากลุ่มดังกล่าว ซึ่งมีศักยภาพในการซื้อสินค้าที่มีอัตลักษณ์และมีคุณค่าจากทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนแล้ว ย่อมส่งผลให้สมาชิกชุมชนมีผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าใยัญหังให้ความสำคัญต่อคุณภาพและกระบวนการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการที่เหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ สำหรับกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ทางชุมชนใช้การจัดจำหน่ายผ่านหลากหลายช่องทาง ทั้งการจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยคนกลางหรือตัวแทนสมาชิกในชุมชน นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย ตามคำเชิญของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงใหม่ ให้ไปออกงานแสดงสินค้า แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์จากผ้าใยัญหังของทางชุมชนมี บ้านแม่สาใหม่ ได้รับการจัดระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระดับ 2 ดาว จึงเป็นข้อจำกัดในการนำสินค้าไปกระจายในช่องทางอื่น ๆ ปัจจุบันศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มีการบูรณาการโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Promotion) เริ่มจากคนในชุมชนเอง ภาครัฐมีบทบาทในการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของผู้ขาย โดยส่งเสริมให้แต่ละชนเผ่าต้องสวมใส่ชุดของชนเผ่าตนเอง เพื่อแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์อย่างเด่นชัด ปัจจุบันมีการบูรณาการโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่อส่งเสริมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์คุณค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ และอินสตาแกรม สำหรับการเพิ่มยอดขาย ส่วนการส่งเสริมการขายสำหรับผลิตภัณฑ์จากผ้าใยัญหัง ซึ่งต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะสามารถทำได้สำเร็จในแต่ละชิ้นงาน จึงไม่มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบลดราคา อย่างไรก็ตาม ในอนาคตทางชุมชนมี บ้านแม่สาใหม่ จะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการสืบค้นย้อนกลับของข้อมูล และเพื่อเพิ่มมูลค่ามูลค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์และแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น และเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากชุมชนด้วย ส่วนกลยุทธ์บุคลากร (People) ชุมชนมี บ้านแม่สาใหม่ให้ความสำคัญต่อการสืบทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น โดยผ่านขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อของชุมชนเป็นหลัก โดยมีการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ ตื่นตัวต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ แต่ยังคงสามารถรักษาขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อดั้งเดิมผ่านรูปแบบการบูรณาการองค์ความรู้ใหม่ๆ เป็นอย่างดี ซึ่งชุมชนได้ใช้กลยุทธ์กระบวนการ (Process) เพื่อสืบทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น โดยผ่านขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อของชุมชนที่ชัดเจนและเข้มแข็ง มีการขับเคลื่อนขบวนการรักษาขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อของชุมชนผ่านจิตวิญญาณความเชื่อของคนในชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้ยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมไว้ได้ โดยผสมผสานจากรูปแบบการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบดั้งเดิมผ่านสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว นอกจากนี้ประโยชน์เชิงพาณิชย์แล้ว ชุมชนยังใช้กลยุทธ์สถาปัตยกรรม

หรือหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) สำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากผ้าใยกันยูซง สถาปัตยกรรม สถานที่ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ วิถีชีวิตชนเผ่าม้ง ซึ่งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการสนับสนุนสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดอย่างชัดเจน เป็นแหล่งผลิตที่แท้จริง และมีสะท้อนภูมิปัญญาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชนเผ่า ซึ่งชุมชนม้ง บ้านแม่สาใหม่ยังคงมีการอนุรักษ์ สถาปัตยกรรมภูมิปัญญาผ่านการสืบทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น โดยผ่านขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อของชุมชน รวมทั้งปัจจุบันมีการสร้างมุมมองใหม่โดยอาศัยเทคโนโลยี สมัยใหม่เข้ามาเพิ่มคุณค่าให้กับการรับรู้ข้อมูลและประวัติของสถาปัตยกรรมดั้งเดิมของชุมชน ซึ่งอาศัยคนรุ่นใหม่ในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการต่อยอดภูมิปัญญาดังกล่าว ซึ่งสามารถสะท้อนได้จากตลาดออนไลน์ของลายผ้าอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

ปัญหา/อุปสรรค และแนวทางแก้ไข

สำหรับประเด็นทางด้านปัญหาพบว่าปัญหาด้านที่ดินทำกินเป็นปัญหาหนึ่งเนื่องจากจำนวนสมาชิกคนในชุมชนเพิ่มมากขึ้น แต่มีจำนวนที่ดินเท่าเดิม ทำให้ขาดแคลนพื้นที่ทำกิน โดยเฉพาะพื้นที่ปลูกถั่วลิสงซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของชุมชน ส่วนปัญหาการย้ายถิ่นของชนเผ่าม้งรุ่นใหม่เข้าไปอยู่ในเมืองมากขึ้น ส่งผลให้เหลือเพียงชนเผ่าม้งผู้สูงอายุพำนักอาศัยในถิ่นฐานบ้านเกิด ส่งผลต่อความกังวลใจเกี่ยวกับการสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้า ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตทางการเกษตรดั้งเดิม นอกจากนี้ชุมชนยังต้องการอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้ในหมู่บ้านแก่ผู้สูงอายุ และเป็นการดึงดูดใจให้คนรุ่นใหม่ได้กลับมาประกอบอาชีพที่บ้านเกิด และต้องการได้รับความช่วยเหลือด้านจำหน่ายสินค้าสินค้าชุมชน และอยากได้รับความช่วยเหลือด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน นอกจากนี้ยังขาดองค์ความรู้ในด้านการตลาด การสร้างตราสินค้า และช่องทางการขาย ตลอดจนการพัฒนาารูปแบบของสินค้าใหม่ ๆ ให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมทั้งขาดการสนับสนุนและการส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรมให้นำเอาสินค้าชุมชนไปร่วมจำหน่ายกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรม วิถีความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างดีเป็นทุนอยู่แล้ว แต่ยังขาดการสนับสนุนและการส่งเสริมอย่างจริงจัง

โดยแนวทางการแก้ไขปัญหาคือการให้องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์สำหรับการต่อยอดวิถีชีวิตและภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน โดยเฉพาะควรมีการส่งเสริมวิธีการทอผ้าใยกันยูซงอันเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถสร้างรายได้และยอดขายให้กับคนในชุมชนได้ รวมทั้งสามารถสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้า ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตทางการเกษตรดั้งเดิม สร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุในชุมชน และเป็นการดึงดูดใจให้คนรุ่นใหม่ได้กลับมาประกอบอาชีพที่บ้านเกิด และได้รับความช่วยเหลือ สนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

1. ชุมชนควรมีแนวทางในการส่งเสริมการสืบสานภูมิปัญญาวิถีชีวิตชุมชนเผ่าม้ง ในด้านต่างๆ อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการจัดเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และทัศนคติในประเด็นด้านกลยุทธ์และแนวทางของแต่ละชุมชนในการสืบทอดภูมิปัญญาของชนเผ่าม้งในแต่ละพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่และขยายพื้นที่เพื่อสร้างเครือข่ายไปในระดับภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง
2. ภาครัฐควรมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพิ่มเติมองค์ความรู้ด้านการตลาดในมุมมองใหม่ๆ ให้กับเยาวชนชนเผ่าม้ง เพื่อจุดประกายความสนใจ ให้กลับมาประกอบอาชีพในถิ่นฐานบ้านเกิดของตนเอง และอบรมองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้กับผู้สูงอายุในชุมชนควบคู่ไปด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชนม้ง บ้านแม่สาใหม่ โดยการสำรวจและสอบถามถึงความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชนเผ่า รูปแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชนและแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเพิ่มยอดขาย เพิ่มมูลค่าและและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน โดยการบูรณาการองค์ความรู้นำไปสู่การสืบทอดภูมิปัญญาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ยังคงอยู่ต่อไป