

อนาคตที่ไม่แวววาวของผ้าไหมแพรวา: การวิเคราะห์เชิงทฤษฎี

The Not So Bright Future of Praewa¹ Silk: A Theoretical Analysis

นิตยา วิชาชัย²
การุณย์ บัวเพื่อน³

บทคัดย่อ

ในรายงานวิจัยฉบับนี้ได้วิเคราะห์ถึงแนวโน้มการคงอยู่และยั่งยืนของผ้าไหมแพรวาในอนาคต โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด 7 แนวคิดทฤษฎีมาประยุกต์ อันได้แก่ 1) กรอบแนวคิดที่อิงทฤษฎี 5 พลังในการแข่งขัน 2) กรอบแนวคิดของการวิเคราะห์การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี 3) กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ธุรกิจแบบมุ่งเป้าหมายเฉพาะบางส่วน 4) กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน 5) กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์วงจรชีวิตของสินค้า 6) กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ทิศทางและแนวโน้มของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคต และ 7) กรอบแนวคิดว่าด้วยเรื่องปัจจัย 5 ปัจจัยที่ส่งเสริมการตลาด

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) จำนวน 18 คน จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าไหมแพรวา จำนวน 10 คน ผู้ประกอบการขายผ้าไหมแพรวา 5 คน และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมการตลาดทอผ้าไหมแพรวา 3 คน

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้ข้อสรุปว่า มีปัจจัยต่าง ๆ หลายปัจจัยที่จะมีผลทำให้จำนวนผู้ทอผ้าไหมแพรวาลดลง จนอาจจะถึงจุดที่เกิดการสูญเสียมรดกทางวัฒนธรรมอันมีคุณค่าอย่างยิ่งของชาวผู้ไท ในงานวิจัยนี้ได้ให้ข้อเสนอแนะให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่อำเภอดำรงวิทยะปถวี กำหนดนโยบายและจัดสรรงบประมาณสนับสนุนเพื่อฟื้นฟู อนุรักษ์ และส่งเสริมการตลาดทอผ้าไหมแพรวาให้สามารถคงอยู่ได้

Abstract

This report analyzes the future prospects of Praewa silk. The specific questions addressed in the research upon which this paper was based is whether Praewa silk can maintain itself and whether it is a viable economic option for the local people to continue to weave it. In the analyses of the possible scenarios, seven well-known conceptual frameworks in the field of marketing were applied: 1) Porter's five forces model; 2) Political, Economical, Social and Technological Analysis, commonly known as PEST Analysis; 3) Market Segmentation Analysis; 4) Competitive Advantage Model; 5) Product Life Cycle Analysis and Assessment; 6) the threat from the entry of new product; and 7) the Five P's of Marketing.

¹ Praewa silk is the specific name of one kind of silk, weaved in Kalasin Province. Originally, it was used to cover one side of the shoulder, over the formal traditional northeastern clothing that people wore on special occasions like festivals or religious ceremonies. It is now quite common for the well-to-do people of the northeast to use this silk in dressmaking.

² นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ ผู้กำกับฝ่ายกิจการการฝึกอบรม วิทยาลัยการตำรวจ กองบัญชาการตำรวจ

The data for this research were collected by in-depth interviews with 18 key informants; 10 Praewa silk weavers, 5 owners of Praewa silk shops, and 3 government officials who were in charge of Praewa silk promotion.

Results from these analyses indicated clearly that most factors were operating against the future prospects of Praewa silk. Already, we have seen a dwindling number of Praewa silk weavers in Kham Muang district, which is the only district in Thailand that produces it. In the future, it is likely that there will be nobody left who still has an interest in producing this type of silk. When that happens, it would be a colossal cultural loss for the Thai culture and for the country. It is recommended in this study that all local governments in Kham Muang district formulate a clear policy and demonstrate their strong commitment to cultural preservation by allocating enough budgets to revitalize, maintain, and promote the cultural practice of Praewa silk weaving among the residents in the area.

คำสำคัญ: กลุ่มทอผ้าไหมแพรวา, การอนุรักษ์การทอผ้าไหมแพรวา

Keywords: Praewa silk Weaving Group, Maintenance of Praewa Silk Weaving

บทนำ

ผ้าไหมแพรวาเป็นศิลปะหัตถกรรมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวผู้ไท ที่ตั้งบ้านเรือนอาศัยอยู่ในอำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ การทอผ้าไหมแพรวานั้นไม่สามารถทอด้วยเครื่องจักรได้ แต่ต้องทอด้วยมือ ต้องใช้ความละเอียดอ่อนและความระมัดระวังอย่างสูงในขณะที่ทอ จึงทำให้ผ้าไหมแพรวาแต่ละชิ้นต้องใช้เวลาทอเป็นระยะเวลาานตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไปจนถึง 1 ปี แต่เมื่อทอเสร็จแล้ว ไหมแพรวาแต่ละผืนจะมีความวิจิตรสวยงามอย่างมาก เป็นที่สะดุดตาแก่ผู้ได้ยล ทำให้ทั้งบุรุษและสตรีมีความรู้สึกอยากได้เพื่อนำไปตัดเย็บเป็นอาภรณ์สวมกาย แต่อย่างไรก็ตามเนื่องด้วยมูลค่างาที่สูงจึงทำให้จำนวนผู้ที่สามารถซื้อหาผ้าชนิดนี้นั้นมีจำนวนไม่มากนัก

ก่อนหน้าปี พ.ศ. 2520 ในประเทศไทยมีผู้ที่รู้จักผ้าไหมแพรวาไม่มากนัก จนกระทั่งเมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ เสด็จพระราชดำเนินเยี่ยมพสกนิกรที่อำเภอคำม่วง พระองค์ท่านทั้งสองทรงประทับพระทัยในผ้าไหมแพรวามาก จึงทรงรับอุปการะการทอผ้าไหมแพรวาเข้าโครงการมูลนิธิศิลปาชีพ ทรงดำริให้มีการพัฒนาการทอผ้าไหมแพรวา และทรงส่งเสริมให้ผ้าไหมแพรวาเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงทำให้ผ้าไหมแพรวาเป็นที่รู้จักกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ประมาณปี พ.ศ. 2530 ผ้าไหมแพรวา ได้ถูกนำมาตัดเป็นชุดฉลองพระองค์ของสมเด็จพระบรมราชินีนาถ พร้อมกันนั้นพระองค์ได้ทรงพระราชทานคำแนะนำในการทอผ้าแก่ชาวผู้ไท โดยให้ขยายความกว้างและความยาวของผ้า เพื่อให้เพียงพอต่อการตัดชุดแต่งกาย และได้มีการพัฒนาลวดลายและรูปแบบให้มีความหลากหลายมากขึ้น มีการย้อมสีและออกแบบตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอคำม่วง, 2554)

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา ชาวผู้ไทเริ่มให้ความสนใจที่จะทำการทอผ้าไหมแพรวา ลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน ร้านผ้าไหมที่เคยขายผ้าไหมแพรวาแต่เพียงอย่างเดียวก็เริ่มเลิกกิจการ บางราย

ที่ยังคงอยู่ก็จะมีการนำผ้าไหมและสิ่งทอหรือหัตถกรรมประเภทอื่นมาขายประกอบด้วย โดยมีผ้าไหมแพรวาเป็นสินค้าส่วนน้อยที่จำหน่ายในร้าน และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดต่าง ๆ ให้ไปซื้อสินค้าอื่น ๆ แทนผ้าไหมแพรวา แนวโน้มของการผลิตและจำหน่ายผ้าไหมแพรวาที่เริ่มลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจนนี้นี้ ทำให้ผู้วิจัยเกิดความกังวลว่า ผ้าไหมแพรวาซึ่งเป็นศิลปะและวัฒนธรรมอันล้ำค่าของจังหวัดกาฬสินธุ์จะสูญหายไป จากข้อปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการวิเคราะห์ถึงอนาคตของผ้าไหมแพรวาว่าจะมีแนวโน้มอย่างไร จะคงไว้ซึ่งความนิยมและมีการผลิตอย่างต่อเนื่องหรือจะต้องสูญหายไปด้วยเหตุผลต่าง ๆ

วัตถุประสงค์

ในงานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์ถึงแนวโน้มถึงการคงอยู่และยั่งยืนของผ้าไหมแพรวาในอนาคต

กรอบแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ถึงแนวโน้มของการคงอยู่และยั่งยืนของผ้าไหมแพรวาได้ดำเนินการโดยอิงกรอบแนวคิดหลัก 7 กรอบแนวคิดที่นักวิชาการทางด้านธุรกิจและการตลาดได้ใช้ในการวิเคราะห์ประเมินศักยภาพของธุรกิจของตน อันได้แก่ 1) กรอบแนวคิดที่อิงทฤษฎี 5 พลังในการแข่งขันหรือที่รู้จักกันในหมู่นักวิชาการทางการตลาดว่า “Porter’s 5 Competitive Forces Model” (Porter, 2008) 2) กรอบแนวคิดของการวิเคราะห์การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี (Political, Economic, Social and Technological Analysis) กรอบแนวคิดนี้รู้จักกันทั่วไปในหมู่นักวิชาการ ภายใต้ชื่อย่อว่า PEST Analysis (Miller, 2011) 3) กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ธุรกิจแบบมุ่งเป้าหมายเฉพาะบางส่วน (Target Segment Analysis) (Kokemuller, 2012) 4) กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หรือที่รู้จักกันในชื่อของ Competitive Advantage Model (Porter, 1988) 5) กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์วงจรชีวิตของสินค้า (Product Life Cycle Analysis) (Day, 1981) 6) กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ทิศทางและแนวโน้มของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคต (New Product Development) ที่สามารถนำมาใช้แทนหรือมาแข่งขันกับผ้าไหมแพรวา (Kahn, et.al, 2013) และ 7) กรอบแนวคิดว่าด้วยเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องการตลาด 5 ปัจจัย อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ราคาของสินค้า (Price) และผลกำไรจากการขายสินค้า (Profit) (McCarthy, 1984) กรอบแนวคิดทั้ง 7 ที่กล่าวมานี้สามารถนำมาใช้วิเคราะห์เพื่อบ่งบอกถึงศักยภาพของการแข่งขันและการดำรงอยู่ของผลิตภัณฑ์โดยดูจากส่วนแบ่งของการขายในตลาด อันจะมีผลต่อความนิยม ความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ซึ่งท้ายที่สุดแล้วจะส่งผลถึงความมั่งคั่งของบริษัทผู้ผลิตด้วย

ขอบเขตการศึกษา

ในงานวิจัยนี้ไม่ได้มองผู้ทอผ้าไหมแพรวาในฐานะบริษัททางธุรกิจ แต่มองกลุ่มผู้ทอเสมือนกลุ่มสังคมที่ทำกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจบนพื้นฐานและเป้าหมายเดียวกัน คือหวังผลตอบแทนจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจะต้องเพียงพอหรือคุ้มค่างกับต้นทุนในการผลิต แต่อย่างไรก็ตาม อาจจะมีผู้ผลิตบางรายหรือผู้ทอผ้าไหมแพรวาบางคนที่ทำเพื่อเป็นงานอดิเรกในยามว่างหรือทำด้วยความภูมิใจในฐานะเป็นผู้ที่

มีทักษะความสามารถหรือพรสวรรค์เฉพาะตน หรือบางรายอาจจะเป็นผู้ที่ทำเพราะความชื่นชมหรือต้องการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นมรดกตกทอดมาจากบรรพบุรุษ ผลตอบแทนของผู้ทอบางคนจึงอาจจะรวมไปถึงผลตอบแทนทางสังคมหรือผลตอบแทนทางด้านจิตวิทยาอันได้แก่ การได้รับการยกย่องนับถือจากสังคม แต่ในงานวิจัยนี้ไม่สามารถประเมินความพึงพอใจหรือผลตอบแทนที่ไม่เป็นมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ได้มากนัก ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการนำกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจเสรีแบบทุนนิยมของตะวันตกมาใช้กับระบบเศรษฐกิจชุมชนในอำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนั้นจึงอาจจะมีข้อจำกัดบางประการที่ผู้อ่านต้องคำนึงหรือพิจารณาผลงานวิจัยนี้ด้วยความระมัดระวัง

แหล่งและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ มาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ทักษะและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต หรือจำหน่าย หรือส่งเสริมการทอผ้าไหมแพรวา รวมจำนวนทั้งสิ้น 18 คน กลุ่มบุคคลเหล่านี้จำแนกออกเป็น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต 10 คน การขาย 5 คน และส่งเสริมการผลิต 3 คน

ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นหลักโดยมิได้ใช้การสัมภาษณ์แบบถามและตอบทีละคำถามเหมือนในการสำรวจทั่วไป ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จึงมีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นี้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาสาระตามประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด 7 กรอบแนวคิด

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ จะได้นำเสนอผลที่ได้จากการใช้กรอบแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น โดยนำเสนอผลเรียงตามลำดับจากกรอบแนวคิดที่ 1 ไปจนถึงกรอบแนวคิดที่ 7 ดังต่อไปนี้

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของ Porter ตามกรอบแนวคิดนี้ Porter (2008) มองว่าในการประกอบธุรกิจหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใด ๆ เราจะต้องคำนึงถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาด Porter มองว่าผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถทำการแข่งขันในตลาดได้นั้น ผู้ผลิตจะต้องปราศจากภาวะคุกคามที่มีต่อบริษัทผู้ผลิตและตัวสินค้า แนวคิดนี้ Porter ได้ประยุกต์มาจากแนวคิดดั้งเดิมของการวิเคราะห์ SWOT Analysis โดย Porter มุ่งไปที่ การปิดกั้นภาวะคุกคามต่าง ๆ และฉกฉวยโอกาสที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของความเข้มแข็งของบริษัทหรือผู้ผลิต ซึ่งบ่อยครั้งหมายถึงอำนาจต่าง ๆ ซึ่งในทางการตลาดนั้น อำนาจที่สำคัญและเอื้อต่อความสำเร็จของการประกอบการ มีอยู่ 5 ประการได้แก่ 1) พลังหรือความสามารถในการควบคุมต้นทุนของวัตถุดิบ 2) อำนาจในการต่อรองราคาผ้าไหมแพรวาของผู้บริโภค 3) ความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่ง 4) การมีผลิตภัณฑ์อื่นที่จะมาทดแทนผลิตภัณฑ์เดิมได้ และ 5) ความสามารถในการป้องกันตลาดเพื่อไม่ให้มีคู่แข่งรายใหม่ ๆ การวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดนี้ได้ผลดังต่อไปนี้

1. ในการทอผ้าไหมแพรวานั้น ผู้ทอจะต้องซื้อวัตถุดิบที่เป็นต้นทุนหลักคือ เส้นไหม สีย้อมไหม ซึ่งผู้ทอจะต้องซื้อเส้นไหมจากฟาร์มเลี้ยงในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดมหาสารคาม ที่เป็นเช่นนี้เพราะผู้ทอไม่ได้ปลูกต้นหม่อนเพื่อนำใบหม่อนไปเลี้ยงตัวไหมเหมือนเช่นบรรพบุรุษของตน ดังนั้นผู้ทอผ้าไหม

แพรวาในปัจจุบันจึงไม่สามารถควบคุมราคาของเส้นไหมได้ เพราะอำนาจในการกำหนดราคาอยู่ที่ฟาร์มเลี้ยงตัวไหม ขณะเดียวกันอุปสงค์ของเส้นไหมก็มีมากขึ้นเพราะมีหลายจังหวัดในภาคอีสาน เช่น จังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ล้วนแล้วแต่มีอุตสาหกรรมทอผ้าไหมในขนาดต่าง ๆ กันตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมในครัวเรือนจนถึงโรงงานทอผ้าไหม ในขณะที่อำเภอคำม่วงจังหวัดกาฬสินธุ์มีความต้องการใช้เส้นไหมน้อยมาก เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ ผู้ผลิตเส้นไหมจึงไม่ให้ความสำคัญกับผู้ทอผ้าไหมแพรวาในอำเภอคำม่วงมากนัก ดังนั้นผู้ทอผ้าไหมแพรวาในอำเภอคำม่วงจึงไม่สามารถควบคุมราคาต้นทุนของเส้นไหมที่เป็นวัตถุดิบได้ จากการสนทนาของผู้วิจัยกับผู้ทอผ้าไหมแพรวาพบว่านับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 นโยบาย 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ของพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี ทำให้อุปสงค์ของเส้นไหมสูงขึ้น ส่งผลกระทบให้ต้นทุนของเส้นไหมได้เพิ่มขึ้นมาตลอดอย่างต่อเนื่อง คาดว่าในปัจจุบันนี้เส้นไหมมีต้นทุนสูงขึ้นกว่าเมื่อปี พ.ศ. 2544 ถึงมากกว่าร้อยละ 50 ด้วยสถานการณ์เช่นนี้ ผู้ทอผ้าไหมแพรวาในอำเภอคำม่วงจึงพยายามที่จะเลี้ยงไหมเพื่อผลิตวัตถุดิบที่เป็นเส้นไหมเอง แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องมาจากการขาดที่ดินที่จะนำมาทำฟาร์มหม่อนไหม เพราะผู้เลี้ยงจะต้องคงที่ดินเอาไว้สำหรับการทำนาของตนเอง จึงไม่สามารถเปลี่ยนที่นาให้เป็นฟาร์มหม่อนไหมได้

2. เมื่อผู้ทอผ้าไหมแพรวาทอเป็นผืนผ้าแล้ว ผู้ทอไม่ได้นำไปขายเอง ผู้ทอได้นำผ้าไหมแพรวาที่ทอเสร็จแล้วไปรวมกันเป็นกลุ่มเพื่อนำไปฝากขายที่ศูนย์วัฒนธรรมผู้ไท ซึ่งมีวัฒนธรรมการทำงานเหมือนระบบราชการทั่ว ๆ ไป คือนั่งรออยู่กับที่ให้ผู้ที่สนใจเข้ามาหาเองและไม่มีการประชุมสัมพันธหรือทำการตลาดแต่อย่างใด จึงทำให้ประชาชนต้องใช้เวลารอคอยอันยาวนานกว่าผ้าไหมแพรวาที่ตนเองทอจะขายได้และหลังจากขายแล้วต้องใช้เวลาเวลานานกว่าจะได้เงินจากศูนย์วัฒนธรรม ประชาชนจึงนิยมไปขายให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งจะทำได้เงินสดทันทีเลย แต่สำหรับผู้ทอผ้าไหมแพรวาจะไม่มีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้าของตนเองจึง ทำให้ได้ราคาขายไม่คุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ ส่วนมากราคาที่ได้นั้นจะได้น้อยกว่าต้นทุนวัตถุดิบซึ่งประกอบด้วย เส้นไหม สีย้อม เพียงเล็กน้อย แต่ไม่ได้นำเอาค่าแรงและค่าเสื่อมของอุปกรณ์ที่ใช้ทอมาคำนวณราคาต้นทุน

3. ผู้ทอผ้าไหมแพรวาในอำเภอคำม่วงไม่ประสบกับปัญหาในด้านคู่แข่งแต่อย่างใด ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่าในประเทศไทยมีการทอผ้าไหมแพรวาอยู่ที่เดียวคือในเขตอำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์เท่านั้น ในจังหวัดอื่นนั้นถึงจะมีการทอผ้าไหมแต่ก็เป็นการทอผ้าไหมคนละประเภท ตัวอย่างเช่น ในภาคอีสานจะมีผ้าไหมหมัดหมี่ที่จังหวัดบุรีรัมย์และสุรินทร์ อุบลราชธานีมีผ้าไหมกาบบัว สกลนครก็จะทอผ้าฝ้ายย้อมคราม ในภาคเหนือนั้นก็จะมีผ้าขึ้นตีนจกที่จังหวัดเชียงใหม่ ผ้าจกเมืองเชียงแสนที่จังหวัดเชียงราย และผ้าไหมยกดอกที่จังหวัดลำพูน ผ้าไหมในจังหวัดต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้จึงไม่ใช่คู่แข่งของผ้าไหมแพรวา

4. ผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเป็นอาภรณ์หรือเครื่องแต่งกายของมนุษย์นั้นมีอยู่มากมายหลากหลายชนิด ผ้าไหมแพรวาจึงไม่ใช่เป็นทางเลือกเดียว แม้แต่ในหมู่ผู้ที่นิยมหรือจำเป็นต้องใส่ผ้าไหมในงานหรือพิธีการต่าง ๆ ที่เป็นตัวสะท้อนวัฒนธรรมดั้งเดิมของไทย ก็ยังมีทางเลือกที่จะเลือกใช้ผ้าไหมชนิดอื่น ๆ อีกหลากหลายชนิด ดังได้กล่าวมาข้างต้น ดังนั้นหากไม่มีผ้าไหมแพรวาก็จะไม่เกิดผลกระทบต่อผู้ใช้หรือต่อสังคมไทยแต่อย่างใด

5. กลุ่มทอผ้าไหมแพรวาไม่ได้มีอำนาจทางการเมืองหรือทางเศรษฐกิจใด ๆ ที่จะทำให้ออกนโยบายปกป้องหรือสนับสนุนการทอผ้าไหมแพรวา และในขณะเดียวกันก็ไม่สามารถที่จะป้องกันตลาดผ้าไหมชนิดอื่น ๆ ให้มาขายแข่งกับผ้าไหมแพรวาได้ สถานการณ์ที่เป็นอยู่ปัจจุบันนี้ ภายในจังหวัด

ภาพสินธุ์เองก็มีการนำผ้าไหมชนิดต่าง ๆ เข้ามาขายแข่งกับผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ แม้กระทั่งภายในศูนย์วัฒนธรรมผู้ไทเองยังได้มีการนำผ้าชนิดอื่น ๆ ที่ทอจากเส้นไหมหรือฝ้ายมาขาย

ผลจากการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของ Porter จึงชี้ให้เห็นว่าถึงแม้จะไม่มีใครหรือที่อื่นใดในประเทศที่จะมาทอผ้าไหมแพรวาแข่งกับชาวผู้ไทในเขตอำเภอคำม่วง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นหลักประกันความมั่นคงในเชิงธุรกิจของผ้าไหมแพรวา มีปัจจัยถึง 4 ปัจจัยที่จะชี้ให้เห็นถึงความไม่เติบโตของผ้าไหมแพรวา

กรอบแนวคิดที่จะนำมาวิเคราะห์ถึงอนาคตของผ้าไหมแพรวาต่อไปคือ กรอบแนวคิด PEST Analysis ที่มองในปัจจัยหลัก 4 ปัจจัยอันได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี ซึ่งจะกล่าวต่อไปในแต่ละปัจจัยดังต่อไปนี้

1. เมื่อวิเคราะห์ด้านการเมืองโดยพิจารณาจากนโยบายของรัฐบาลพบว่า จังหวัดกาฬสินธุ์มีนโยบายให้ข้าราชการแต่งกายด้วยชุดผ้าไทยทุกวันศุกร์ แต่เนื่องด้วยผ้าไหมแพรวามีราคาแพงไม่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจหรือรายได้ของข้าราชการส่วนใหญ่ ดังนั้นการแต่งกายด้วยชุดผ้าไหมแพรวาจึงไม่ใช่ทางเลือกหลัก นโยบายนี้จึงไม่มีผลต่อการเพิ่มอุปสงค์ของผ้าไหมแพรวาแต่อย่างใด ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ขณะเดียวกันหากเมื่อเราค้นหานโยบายระดับประเทศก็ไม่พบว่ามียุทธศาสตร์ใด ๆ จากรัฐบาลทุกรัฐบาลที่ผ่านมาและรัฐบาลปัจจุบันที่สนับสนุนส่งเสริมหรืออุดหนุนการผลิตผ้าไหมแพรวาแต่อย่างใด

2. เมื่อวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจ พบว่าชาวบ้านที่ทำการทอผ้าไหมแพรวาตัดสินใจมาทอผ้าไหมแพรวาไม่ใช่ด้วยเหตุผลที่ว่าผ้าไหมแพรวาสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ทอ แต่เป็นเพราะเหตุว่าต้องการเป็นสมาชิกของกลุ่มทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพธิ์ ซึ่งมีสวัสดิการกู้ยืมเงินเพื่อใช้จ่ายในครัวเรือน และลงทุนทางการเกษตรกรรม ซึ่งเป็นอาชีพหลักของชาวบ้าน หากเราวิเคราะห์ถึงสถานะเศรษฐกิจของประเทศก็พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการขายผ้าไหมแพรวา กล่าวคือ ไม่ว่าเศรษฐกิจของประเทศจะดีหรือไม่ดี ปริมาณการขายผ้าไหมแพรวาก็คงที่ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ดังนั้นถึงแม้ว่าเศรษฐกิจของประเทศจะเจริญเติบโตมากเท่าใดก็ตามก็จะไม่ส่งผลเพิ่มต่ออุปสงค์ผ้าไหมแพรวาแต่อย่างใด

3. เมื่อวิเคราะห์ทางด้านสังคม พบว่าผ้าไหมแพรวามีใช้สินค้าที่เป็นตัวชี้วัดทางด้านสถานภาพสังคมของผู้บริโภคแต่อย่างใด แตกต่างจากสินค้าบางประเภท เช่น รถยนต์หรือราคาแพง กล่าวคือหากผู้ใดก็ตามที่สวมใส่เสื้อผ้าที่ตัดจากผ้าไหมแพรวาก็ไม่ได้หมายความว่าผู้นั้นจะมีสถานภาพทางสังคมสูง ผู้วิจัยซึ่งมีความสนใจในเรื่องปัจจัยทางด้านสังคมที่จะมีผลต่อการเจริญเติบโตของผ้าไหมแพรวา จึงได้ถามผู้ทอและผู้ขายว่าใครคือกลุ่มลูกค้าหลัก คำตอบที่ได้คือผู้ซื้อส่วนใหญ่จะซื้อเป็นของฝากมากกว่านำไปใช้เอง กลุ่มผู้ซื้อและผู้ซึ่งไม่ใช่กลุ่มผู้มีสถานภาพทางสังคมสูงหรือมีหน้ามีตาในสังคม ดังนั้นเราจึงไม่พบปัจจัยเอื้อทางสังคมที่จะสนับสนุนให้มีการใช้ผ้าไหมแพรวามากขึ้น

4. เมื่อวิเคราะห์ทางด้านเทคโนโลยี พบว่า ผู้ทอยังใช้เทคโนโลยีดั้งเดิมตั้งแต่บรรพบุรุษ คือต้องใช้แรงงานคนในการทอ ไม่มีการใช้เครื่องจักรเข้ามาช่วย ทำให้ได้ผลผลิตช้าและน้อย ไม่สามารถกำหนดให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้ผู้ซื้อผ้าไหมแพรวาไม่มั่นใจว่าตนเองจะได้สินค้าที่ได้มาตรฐานหรือมีคุณภาพเดียวกันกับผู้ซื้อที่เคยซื้อไป นอกจากนี้ยังไม่มีมีการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมการผลิต ทำให้ยากต่อการออกไปแข่งขันภายในตลาดนอกประเทศ จากการที่การทอผ้าไหมแพรวาไม่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ปรับตัวให้สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์สิ่งทออื่น ๆ จึงทำให้ผ้าไหมแพรวาขาดหลักประกันคุณภาพสินค้า อันอาจส่งผลให้ไม่สามารถทำการแข่งขันเชิงการตลาดในอนาคต

กรอบแนวคิดที่จะนำมาวิเคราะห์ถึงอนาคตของผ้าไหมแพรวาต่อไปคือ การวิเคราะห์ธุรกิจแบบ มุ่งเป้าหมายเฉพาะบางส่วน (Target Segment Analysis) การวิเคราะห์ในส่วนนี้ได้ผลชัดเจนว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวาไม่สามารถจำแนกผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มย่อยตามลักษณะทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และประชากรได้ ทำให้ผ้าไหมแพรวาเป็นสินค้าของกลุ่มคนกลุ่มใด กลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ กล่าวคือ เป็นผู้อาวุโส ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ไม่ใช่คนที่มีลักษณะที่คนส่วนใหญ่ในสังคมอยากลอกเลียนแบบ ประกอบกับผ้าไหมแพรวาไม่มีสัญลักษณ์ตราสินค้าของตนเอง (Branding) จึงทำให้ยากที่จะเสริมสร้างความนิยมในตัวผ้าไหมแพรวา อีกประการหนึ่งการที่ผ้าไหมแพรวาเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นจากในอำเภอคำม่วงเพียง อำเภอเดียวในประเทศไทยเท่านั้น และผู้สวมใส่อาภรณ์จากผ้าไหมแพรวาจำกัดอยู่เฉพาะในหมู่ของผู้ที่มี อาวุโสเพียงกลุ่มเดียว จึงทำให้ยากที่จะหาทูตตราสินค้า (Presenter) มานำเสนอหรือสร้างความนิยม ให้แก่ผ้าไหมแพรวาแต่อย่างใด ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้จึงเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่จะชี้ให้เห็นถึงความไม่ สดใสหรือความนิยมที่อาจจะลดลงในอนาคต

กรอบแนวคิดที่จะนำมาวิเคราะห์ถึงอนาคตของผ้าไหมแพรวาต่อไปคือ การวิเคราะห์ความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน Porter มองในเรื่องความได้เปรียบจากการแข่งขันใน 2 ประเด็นคือ ต้นทุนใน การผลิตและความแตกต่างของสินค้าจากสินค้าอื่น ๆ ในตลาด ซึ่งในประเด็นแรกได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ว่า ผ้าไหมแพรวามีต้นทุนในการผลิตสูง ที่เกิดจากต้นทุนของวัตถุดิบที่สูงและต้นทุนแรงงานที่ต้องใช้เวลา ในการผลิตนาน จึงทำให้ไม่มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมอื่น ๆ ในประเทศไทยและต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน อิตาลี อินเดีย และอังกฤษ (ซึ่งผลิตเป็นส่วนน้อย) เมื่อ มองถึงความแตกต่างของผ้าไหมแพรวากับผ้าไหมอื่น ๆ อาจจะเห็นได้ชัดเจนว่าผ้าไหมแพรวามีแตกต่าง จากผ้าไหมอื่น ๆ แต่เราไม่สามารถสรุปได้ว่า ผ้าไหมแพรวามีความสวยงามมากกว่าผ้าไหมจากแหล่งอื่น ๆ ทั่วโลก นอกจากนั้นเรายังไม่มีผลงานวิจัยใด ๆ ที่เกี่ยวกับบรรณนิยมของผู้ใช้ผ้าไหมว่ารูปแบบและ ลวดลายของผ้าไหมแพรวาเป็นที่ดึงดูดใจแก่ผู้พบเห็น ทำให้เราสรุปได้ว่าผ้าไหมแพรวาไม่มีความ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันตามทฤษฎีของ Porter แต่อย่างใด ซึ่งเป็นข้อค้นพบทางการวิจัยอีกข้อหนึ่งที่ ตอกย้ำว่า ผ้าไหมแพรวามีอนาคตที่ไม่รุ่งโรจน์

กรอบแนวคิดที่จะนำมาวิเคราะห์ถึงอนาคตของผ้าไหมแพรวาต่อไปคือ การวิเคราะห์ห่วงจรชีวิต ของสินค้า ข้อมูลที่ได้จากการพูดคุยกับผู้ผลิตและผู้ขายผ้าไหมแพรวาทำให้ทราบว่า ประชาชนชาวไทย ทั้งประเทศเริ่มรู้จักผ้าไหมแพรวา เมื่อครั้งที่สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ เสด็จพระราชดำเนินไปเยี่ยมพสกนิกรที่อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อปี พ.ศ. 2520 ผลจากการ เสด็จมาครั้งนั้น สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถได้รับการทอผ้าไหมแพรวาไว้ในพระราชินีบุถัมภ์ พระองค์ได้พระราชทานช่างฝีมือและช่างออกแบบลวดลายผ้าไหมแพรวาให้มาให้คำแนะนำแก่กลุ่มทอ ผ้าไหมแพรวา และทรงรับซื้อผ้าไหมแพรวาทั้งหมดที่ทอได้เข้าไปไว้ที่ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ทำให้ไม่มี ปัญหาทางการตลาดและที่สำคัญเป็นการสร้างมูลค่าทางสังคมของผ้าไหมแพรวา แต่ต่อมาด้วย เหตุผลบางประการทางศูนย์ศิลปาชีพฯ จะรับซื้อเฉพาะผ้าไหมแพรวาที่มีคุณภาพและลวดลายสวยงาม เท่านั้น ทำให้ผ้าไหมแพรวาส่วนใหญ่ต้องถูกนำออกมาจำหน่ายในร้านค้าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในจังหวัด กาฬสินธุ์ ด้วยประวัติและพัฒนาการของผ้าไหม แพรวาดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าวงจรชีวิตของผ้าไหมแพรวา ได้ผ่านช่วงรุ่งเรืองสุดขีดมาแล้ว และในปัจจุบันนี้กำลังอยู่ในช่วงของการถดถอย ซึ่งหมายความว่าโอกาส ที่ผ้าไหมแพรวาจะกลับมารุ่งเรืองและเป็นที่ยอมรับอีกครั้งหนึ่งนั้นเป็นไปได้ยาก

กรอบแนวคิดที่จะนำมาวิเคราะห์ถึงอนาคตของผ้าไหมแพรวาต่อไปคือ การวิเคราะห์ทิศทางและแนวโน้มของผ้าไหมอื่น ๆ ที่จะเข้ามาแข่งขันกับผ้าไหมแพรวา ในประเด็นนี้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสนทนากับผู้เชี่ยวชาญและเกี่ยวข้องกับธุรกิจ ด้านการจำหน่ายผ้าไหม ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าในปัจจุบันนี้ผ้าไหมจากประเทศจีนได้เข้ามาแข่งขันกับผ้าไหมไทยด้วยราคาที่ถูกลงกว่าผ้าไหมแพรวาอย่างมาก ปัจจุบันผ้าไหมจากประเทศจีนได้มีการจำหน่ายหาซื้อได้ง่าย ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดใหญ่ ๆ หากผ้าไหมที่นำเข้ามาจากประเทศจีนนี้ได้ถูกนำมาขายในร้านขายผ้าไหมและร้านค้าผ้าทั่วไป ก็ย่อมเป็นที่แน่ชัดว่าอุปสงค์ของผ้าไหมแพรวาจะยิ่งลดน้อยลงไปเรื่อย ๆ ซึ่งเป็นภาวะคุกคามอีกประการหนึ่งที่มีต่อผ้าไหมแพรวา

กรอบแนวคิดสุดท้ายที่จะนำมาวิเคราะห์ถึงอนาคตของผ้าไหมแพรวาต่อไปคือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องการตลาด 5 ปัจจัย หรือที่รู้จักกันทั่วไปในนามของทฤษฎี 5 Ps ของ McCarthy เมื่อเรามองตามทฤษฎีนี้ เราจะต้องเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ถึงคุณภาพของสินค้า (Product) ทำให้เราคิดได้ว่าในความเป็นจริงผ้าไหมแพรวาไม่ได้มีคุณสมบัติทางการใช้สอย (Functional value) แตกต่างจากผ้าไหมอื่น ๆ สิ่งที่แตกต่างกันเป็นเรื่องของลวดลายและความสวยงาม ซึ่งเป็นเรื่องที่ยึดอยู่กับรสนิยมของแต่ละคนทำให้ไม่สามารถประชาสัมพันธ์ผ้าไหมแพรวาในฐานะสินค้าที่มีคุณภาพเหนือผ้าไหมอื่น ๆ ได้ ในกรณีเช่นนี้หมายความว่าเราไม่สามารถนำเอาประเด็นคุณภาพของผ้าไหมแพรวามาเป็นประเด็นในการขายได้แต่อย่างใด

ในการวิเคราะห์สถานที่จำหน่ายผ้าไหมแพรวา (Place) พบว่าร้านจำหน่ายผ้าไหมแพรวายังจำกัดเฉพาะร้านจำหน่ายผ้าไหมในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้ที่ต้องการซื้อผ้าไหมแพรวาในจังหวัดอื่นไม่สามารถหาซื้อได้ในจังหวัดของตน แสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดในการกระจายสินค้า (Product distribution) หากจะทำให้ผ้าไหมแพรวามีการขายที่ดีขึ้นจะต้องมีตัวแทนจำหน่ายและกระจายสินค้าที่มีเครือข่ายกว้างขวางกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

เมื่อมองในประเด็นการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จะเห็นได้ชัดเจนว่าเรายังไม่มียุทธศาสตร์ในการตลาดที่ดี ในระหว่างที่ทำการวิจัยในเรื่องนี้ผู้วิจัยไม่สามารถสังเกตเห็นถึงมาตรการหรือกลยุทธ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ้าไหมแพรวาแต่อย่างใด เหตุผลที่เป็นเช่นนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับการที่ผ้าไหมแพรวามีกลุ่มผู้ใช้เพียงกลุ่มเดียวคือกลุ่มผู้อาวุโส ดังได้กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ลักษณะสินค้าต้องขายจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่ม (Niche Market) จึงทำให้ผลตอบแทนจากการประชาสัมพันธ์กับการขายมีไม่มากนัก ในท้ายที่สุดผู้ผลิตซึ่งก็กระจัดกระจายอยู่ทั่วไป ไม่เห็นความสำคัญและไม่ได้รวมตัวกันลงขันเพื่อทำการประชาสัมพันธ์สินค้าแต่อย่างใด

เมื่อมาวิเคราะห์ทางด้านราคาของผ้าไหมแพรวา (Price) พบว่าด้วยต้นทุนการผลิตที่สูงจึงทำให้ผ้าไหมแพรวามีราคาสูงมาก ผ้าผืนหนึ่งที่ใช้ในการตัดเสื้อของสุภาพบุรุษจะมีราคาโดยเฉลี่ยผืนละประมาณ 20,000 บาท บางผืนมีราคาสูงถึงผืนละ 100,000 บาท ซึ่งหมายความว่าราคาเป็นตัวจำกัดจำนวนผู้ซื้อ และหากขายได้จริงผืนละ 100,000 บาท จะพบว่าผ้าไหมแพรวาชิ้นนั้นจะมีต้นทุนในการผลิตไม่ต่ำกว่า 60,000 บาท เพราะจะต้องใช้ระยะเวลาในการทอไม่น้อยกว่า 1 ปี ทำให้เหลือค่าแรงเพียงเดือนละประมาณ 3,000 บาทเท่านั้น ซึ่งแน่นอนย่อมไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของบุคคลคนหนึ่งในระยะเวลา 1 ปี ผลกำไรจากการขายผ้าไหมแพรวา (Profit) ที่ได้เพียงน้อยนิดนี้รวมกันทั้งหมดกับปัจจัยอีก 4P ที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เรามองเห็นอนาคตของผ้าไหมแพรวาเป็นอย่างอื่นไปไม่ได้ นอกจากความมืดมน

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลจากการนำเอากรอบแนวคิดทฤษฎีทางการตลาดของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดมาประยุกต์ในการวิเคราะห์คาดคะเนถึงความยั่งยืนและอนาคตของผ้าไหมแพรวา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่ายิ่งของชาวผู้ไท จังหวัดกาฬสินธุ์ ทำให้เราเกิดความกังวลว่าในอนาคตจะไม่มีใครทอผ้าไหมแพรวาอีกต่อไป อันเนื่องมาจาก ผู้ที่มีความรู้ความสามารถและทักษะในการทอไม่มีแรงจูงใจในการทอผ้าไหมแพรวา ทั้งนี้เนื่องจากมองเห็นว่าการทอผ้าไหมแพรวาไม่สามารถยึดเป็นอาชีพเลี้ยงตนเองได้

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า บุคคลที่มีความรู้ความสามารถพิเศษเหล่านี้ไม่ต้องการให้ลูกหลานมาเรียนรู้ถ่ายทอดศิลปะการทอผ้าไหมแพรวาจากตนเอง เพราะจะเป็นการเสียเวลาและไม่มีผลตอบแทนที่คุ้มค่าในเชิงเศรษฐศาสตร์ ในปัจจุบันนี้กลุ่มผู้ทอผ้าไหมแพรวาหันมาขายอาชีพปลูกพุดร่าแทนการทอผ้าไหมแพรวา เพราะทำให้ผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ที่คุ้มค่าและได้ต้นทุนคืนที่เร็วกว่าการทอผ้าไหมแพรวา ปัจจุบันนี้ผู้ที่ทอผ้าไหมแพรวายังเป็นหนี้จากการกู้ยืมเงินจากกลุ่มทอผ้าไหมแพรวา เพื่อนำมาลงทุนในการซื้อวัตถุดิบสำหรับการทอผ้าไหมแพรวา นับว่าเป็นผู้ที่ประสบกับปัญหาทางเศรษฐกิจ และเป็นกลุ่มที่ต้องการที่จะเปลี่ยนไปประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่น การปลูกพุดร่า หรือปลูกอ้อยแทนการทอผ้าไหมแพรวา

ผลการศึกษาครั้งนี้ได้ผลการวิจัยที่ชี้ให้เห็นถึงอนาคตที่ไม่สดใสของผ้าไหมแพรวา แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่หรือแทบทั้งหมดเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากประสบการณ์ชีวิตในอดีตที่ผ่านมาของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทอผ้าไหมแพรวา ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ผู้วิจัยไม่สามารถนำมาสร้างเป็นสมการเพื่อคาดคะเนหรือทำนายอนาคตได้แน่นอนเหมือนการศึกษาเชิงปริมาณ แต่อย่างไรก็ตามจุดแข็งของงานวิจัยชิ้นนี้อยู่ที่การมีข้อมูลที่หลากหลายมิติ ที่มีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ซึ่งการเก็บข้อมูลด้วยวิธีเชิงปริมาณไม่สามารถทำได้อย่างเป็นธรรมชาติ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเชิงคุณภาพที่มุ่งประเด็นไปที่เนื้อหาสาระและความสัมพันธ์เชิงตรรกะของอดีตและปัจจุบัน น่าจะทำให้เราเข้าใจอนาคตได้ดีกว่าวิธีการวิจัยโดยใช้วิธีอนาคตศึกษาเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ประมวลถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยบวกหรือปัจจัยเกื้อหนุนต่อการคงอยู่หรือดำรงอยู่ของกลุ่มทอผ้าไหมแพรวา พบว่ามีปัจจัยเกื้อหนุนเพียงตัวเดียวเท่านั้น คือการปราศจากคู่แข่งทางการค้าที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน กล่าวคือในประเทศไทยนั้นมียุคที่ทอผ้าไหมแพรวาอยู่ที่อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ เพียงแห่งเดียวเท่านั้น แต่มีปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมายดังได้กล่าวเบื้องต้นที่เป็นปัจจัยขัดขวางการคงอยู่หรือเจริญเติบโต ดังนั้นหากปล่อยไว้ตามธรรมชาติ โดยไม่ได้รับการสนับสนุนหรือคุ้มครองเชิงนโยบายจากรัฐ ก็ย่อมหมายความว่าผู้ประกอบการทอผ้าไหมแพรวาจะลดน้อยลงจนกระทั่งสูญสิ้นไปในที่สุด หากเกิดเช่นนั้นจริงนับว่าเป็นการสูญเสียหรือสูญสิ้นซึ่งมรดกทางวัฒนธรรมของชาวผู้ไท ซึ่งเป็นประชาชนเจ้าของประเทศกลุ่มหนึ่ง ที่มีอนุวัฒนธรรมของตนที่ควรค่าแก่การทำนุบำรุงและฟื้นฟูให้คงอยู่ไว้ตลอดไป

ระบบการเมืองและการปกครองของประเทศไทยเป็นระบบที่มีการรวมศูนย์อำนาจไว้ที่ส่วนกลางสูงมาก ระบบนี้ส่งผลทำให้ผู้บริหารของประเทศอยู่ห่างไกลและเข้าใจชีวิตความเป็นอยู่ของคนส่วนใหญ่ของประเทศได้ไม่เต็มที่ ที่ผ่านมามีประเทศไทยยังไม่เกิดเหตุการณ์ที่รัฐบาลที่บริหารงานในส่วนกลางจะให้ความสนใจกับปัญหาหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะในพื้นที่จุดใดจุดหนึ่งที่มีบริเวณไม่กว้างนัก อย่างเช่นในพื้นที่อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ การคาดหวังนโยบายในระดับประเทศที่จะ

อนุรักษ์ทำนุบำรุงและฟื้นฟู อนุรักษ์วัฒนธรรมของประชาชน ณ จุดย่อยแห่งใดแห่งหนึ่งของประเทศ จึงเปรียบเสมือนการคาดหวังให้มีหิมะตกในประเทศไทย หนทางหนึ่งที่พอจะคาดหวัง และมีความเป็นไปได้คือ การให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกแห่งในอำเภอคำม่วงมีนโยบาย และแผนงานที่สนับสนุนและส่งเสริมทั้งทางด้านต้นทุน เทคโนโลยีการผลิต และการตลาด ที่ชัดเจน พร้อมทั้งมีการจัดสรรงบประมาณ เกื้อหนุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวา

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์ และ ดร.ธัชเฉลิม สุทธิพงษ์ประชา ที่ได้ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะอันมีคุณค่ายิ่งกับผู้วิจัยส่งผลให้บทความนี้สำเร็จขึ้นมาได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์. (2554). สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอคำม่วง. ค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2557, จาก <http://www3.cdd.go.th/khammuang>.
- Day, G. (1981). The product life cycle: Analysis and applications issues, *Journal of Marketing*, 45, 60–67.
- McCarthy, Jerome E. (1984). *Basic Marketing: a managerial approach*. Homewood, Ill: R.D. Irwin.
- Miller, Frederic P. (2011). *Pest Analysis*. Saarbrücken: VDM Publishing.
- Kahn, K., Kay, S., Slotegraaf, R., & Uban, S. (2013). *The PDMA handbook of new product development*. (3rd edition). Hoboken, New Jersey: Wiley.
- Kokemuller, Neil. (2015). *Target Customer Segmentation Analysis*. Retrieved 28 December 2014, from <http://smallbusiness.chron.com/target-customer-segmentation-analysis-77625.html>
- Porter, Michael E., (1998). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Oxford Press.
- Porter, Michael E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. Special Issue on HBS Centennial. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.