



รายงานวิจัย

เรื่อง

วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

สถาบันศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประจำปีงบประมาณ 2565



รายงานวิจัย

เรื่อง

วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

สถาบันศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประจำปี 2565

บทคัดย่อ

ชื่อรายงานการวิจัย	วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะผู้วิจัย	สถาบันศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประจำปี	2565

การวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง และ 3) ศึกษาแนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 639 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วยแบบสอบถามวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากร ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย และแนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ (percentage)

ผลการวิจัยพบว่า :

1. วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เข้าร่วมแต่งกายด้วยผ้าไทย (ทุกวันพุธ) ตามคำเชิญชวนของมหาวิทยาลัย เลือกใช้ผ้าไทยเพราะมีลวดลายสวยงาม และเนื้อผ้าของผ้าไทย มีการสวมใส่ผ้าไทยสัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง ส่วนใหญ่ใส่เป็นชุดทำงาน ชนิดผ้าที่นิยมใช้ คือ ผ้าฝ้ายทอมือ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย ลือที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย คือ การโฆษณาจากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ การเลือกใช้ผ้าไทยจากสีสันทันของผ้าไทยเลือกใช้ผ้าที่เป็นสัญลักษณ์จากธรรมชาติ มีการเลือกใช้ผ้าไทยตามขนาดของลายผ้า เนื้อผ้าเป็นเงามัน ราคาของผ้าไทยเลือกตามชนิดของผ้า และคุณภาพของผ้าไทย มีการเลือกเนื้อผ้าที่มีความยืดหยุ่น ส่วนใหญ่ซื้อผ้าไทยจากร้านที่จำหน่ายสินค้าพื้นเมือง และเป็นผ้าที่มีการดูแลรักษาง่าย

3. แนวทางการส่งเสริมอนุรักษ์ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

3.1 การส่งเสริมอนุรักษ์การแต่งกายด้วยผ้าไทย พบว่า มีการสวมใส่ผ้าไทยทุกวัน พุทธตามนโยบายมหาวิทยาลัยรามคำแหง และสวมใส่ผ้าไทยทุกวันศุกร์ตามนโยบายรัฐบาล รมณรงค์เชิญชวนให้แต่งกายด้วยผ้าไทย มีการสนับสนุนสินค้าพื้นเมืองในแต่ละท้องถิ่น แต่งกายด้วยผ้าไทยในประเพณีวันสำคัญต่าง ๆ ของไทย มีการแต่งกายด้วยผ้าไทยเป็นชุดทำงาน ส่งเสริมให้มีชุดผ้าไทยประจำหน่วยงาน ซื้อผ้าไทยเป็นของขวัญให้กับครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อนร่วมงาน และแต่งกายด้วยผ้าไทยโดยมีการออกแบบประยุกต์ร่วมสมัย

3.2 การปลูกฝังจิตสำนึกการแต่งกายด้วยผ้าไทย พบว่า มีการปลูกฝังให้คนในครอบครัวใส่ผ้าไทยในโอกาสต่าง ๆ รักษาวัฒนธรรมไทยด้วยการใส่ผ้าไทย มีการเชิญชวนเด็กรุ่นใหม่ใส่ผ้าไทยเข้าวัดทำบุญ สร้างค่านิยมเป็นวัฒนธรรมองค์กรในการแต่งกายผ้าไทย และผลิตสื่อออนไลน์เพื่อการกระตุ้นสำนึกรักวัฒนธรรมไทยในการแต่งกายด้วยผ้าไทย

3.3 การเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย พบว่า ผู้บริหาร และบุคลากรในหน่วยงานร่วมกันแต่งกายด้วยผ้าไทย การจัดนิทรรศการผ้าไทยเพื่อให้ผ้าไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลาย การแต่งกายด้วยผ้าไทยของแต่ละท้องถิ่นเพื่อเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาถ่ายภาพกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีการแต่งกายด้วยผ้าไทยลงบนสื่อออนไลน์เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และมอบผ้าไทยให้เป็นรางวัล และของขวัญในโอกาสต่าง ๆ

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดี โดยความกรุณาและการช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์กรสรวง ปาณินท์ รองอธิการบดีฝ่ายศิลปวัฒนธรรม อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยที่ได้ให้คำแนะนำ เสนอแนะ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่ตลอดมา ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเรียบร้อย จึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ ตรวจความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ยิ่งต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการตอบแบบสอบถามการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้เขียนตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้นำมาใช้อ้างอิงในงานวิจัยฉบับนี้

สถาบันศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(2)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพ.....	(9)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	9
ความสำคัญและความเป็นมาของผ้าไทย.....	10
สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนี พันปีหลวงกับการอนุรักษ์ผ้าไทย.....	12
เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย “นกยูงพระราชทาน”.....	14
ประเภทของผ้าทอ.....	16
ลวดลายของผ้าไทย.....	24
สีสันทนผืนผ้าไทย.....	43
การดูแลรักษาผ้าไหม.....	44
แนวทางการส่งเสริมการใช้ผ้าไทยในปัจจุบัน.....	47
ผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค.....	47
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	51

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	58
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	69
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	69
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย.....	70
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	72
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
4 ผลการวิจัย	74
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	74
ตอนที่ 2 วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากร	77
ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ผ้าไทย	82
ตอนที่ 4 แนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย.....	90
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	92
สรุปผลการวิจัย.....	92
อภิปรายผล	96
ข้อเสนอแนะ	108
ภาคผนวก	110
ก หนังสือขออนุญาตดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัย.....	111
ข แบบสอบถามการวิจัย.....	113
บรรณานุกรม	123

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่างของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง สายวิชาการ และบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน.....	70
2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	74
3 จำนวน และร้อยละของผู้ที่เข้าร่วมแต่งกายด้วยผ้าไทย (ทุกวันพุธ) ตามคำเชิญชวนของมหาวิทยาลัย.....	77
4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือก ใช้ผ้าไทย.	77
5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจเลือก ใช้ผ้าไทย.....	78
6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใน การใช้ผ้าไทย.....	79
7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสใน การแต่งกายด้วยผ้าไทย.....	80
8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของ ผ้าไทยที่ใช้.....	80
9 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านสื่อที่เป็น แรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย.....	82
10 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านสีสันทนของ ผ้าไทย.....	83
11 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านลวดลาย ผ้าไทย.....	83
12 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านเนื้อผ้า ของผ้าไทย.	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านราคาของ ผ้าไทย.....	85
14 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านคุณภาพของ ผ้าไทย.....	88
15 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการจำหน่าย ผ้าไทย.....	88
16 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการดูแลรักษา ผ้าไทย.....	89

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	8

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผ้า เป็นปัจจัยสำคัญพื้นฐานในการดำรงชีวิต ทุกครัวเรือนจะมีการทอผ้าเพื่อใช้สอย ใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม เครื่องใช้ไม้สอย ตลอดจนใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ การทอผ้าในแต่ละท้องถิ่นล้วนเป็นภูมิปัญญา และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งวัสดุ กรรมวิธีการผลิต สี สัน ลวดลาย ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม และวิถีการดำรงชีวิตผสานกับความคิดสร้างสรรค์เป็นผลงานศิลป์ที่ถักทอลงบนผืนผ้า มีเสน่ห์ และทรงคุณค่า สืบทอด เป็นมรดกภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น

ในปัจจุบันประเทศไทยมีการติดต่อสัมพันธ์กับประเทศตะวันตกมากยิ่งขึ้น จึงได้รับรูปแบบวัฒนธรรมตะวันตก มาปรับใช้ในสังคมไทย รวมถึงการแต่งกาย วิธีการแต่งกายของผู้คนก็เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม อันส่งผลทำให้งานหัตถกรรมผ้าทอไทย ชบเซาลง จนเกือบจะสูญหายไป แต่ด้วยพระมหากรุณาธิคุณของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงฟื้นฟู และสนับสนุนให้ชุมชนที่อยู่ในท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศทอผ้าอัตลักษณ์ประจำถิ่น ทำให้สิ่งทอที่เป็นมรดกภูมิปัญญาอันล้ำค่าของชาติซึ่งกำลังจะสูญหายไป กลับมาได้รับความนิยมอีกครั้ง (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, กระทรวงวัฒนธรรม, 2565, หน้า 57)

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงภูมิพระราชหฤทัยในความเป็นไทย ทรงมุ่งมั่นพระราชหฤทัยที่จะอนุรักษ์ ฟื้นฟู ส่งเสริม สร้างสรรค์ สืบทอด และพัฒนางานศิลปวัฒนธรรมทุกแขนง เริ่มตั้งแต่ได้โดยเสด็จพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ไปทรงเยี่ยมราษฎรทั่วทุกภาคของประเทศ เป็นเวลากว่า 60 ปี ทรงพบว่าราษฎรใน

ท้องถิ่นมีฝีมือเป็นเลิศทางด้านหัตถกรรมหลายชนิดที่สืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ศิลปะไทยในท้องถิ่นต่าง ๆ แสดงถึงความเป็นไทยอยู่ทั่วทุกภาค และศิลปะเหล่านั้น กำลังจะสูญหายไป สมควรที่จะอนุรักษ์ไว้เป็นสมบัติของชาติ จึงทรงห่มเทพระวรกาย และพระวิริยะอุตสาหะ ตลอดจนพระราชทรัพย์มาส่งเสริมงานหัตถกรรมแก่ราษฎร อย่างเต็มพระกำลัง ด้วยมีพระราชประสงค์เพื่อแก้ปัญหาให้แก่ราษฎรหาอาชีพเสริม เพิ่มรายได้เพื่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเพื่อธำรงรักษาฟื้นฟูศิลปหัตถกรรมงานช่าง ฝีมือของไทยไม่ให้เสื่อมสูญ ทั้งทรงมีพระวิสัยทัศน์กว้างไกลในการเผยแพร่มรดก ศิลปวัฒนธรรมไปยังนานาประเทศ พระเกียรติคุณประจักษ์ชัดเป็นที่แซ่ช่องสรรเสริญ ไปทั่วโลก (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, กระทรวงวัฒนธรรม, 2565, หน้า 25)

“...ข้าพเจ้าได้มีโอกาสไปพบราษฎรมาทั่วประเทศ เพราะได้มีโอกาสตามเสด็จ พระราชดำเนินทุกหนแห่งจึงได้พบความจริงที่ว่า คนไทยเรานั้นแม้อยู่ห่างไกลความเจริญ ของเมืองหลวง ก็มีความสามารถทางด้านศิลปะเป็นอย่างสูง เช่น ผ้าไหมไทย ผ้าไทย ต่าง ๆ ที่เห็นมีสีและลวดลายที่สวยงามนั้น เกิดมาจากความสามารถของชาวบ้านเอง แท้ ๆ ไม่ต้องให้ใครไปออกแบบลวดลายและสีสันทให้ คนไทยเหล่านี้เองที่ข้าพเจ้า ขอยกย่องว่าเป็นผู้สืบทอดศิลปะให้แก่ชาติบ้านเมืองของเขาจริง แม้แต่ผู้ที่ไม่เคยมีความรู้ ทางหัตถกรรมใด ๆ เลย ก็ต้องนับว่ามีสายเลือดทางศิลปะอยู่ในตัวแล้ว เพราะเพียงได้ มาเรียนไม่นานก็สามารถผลิตผลงานที่สวยงามได้อย่างน่าอัศจรรย์

บัดนี้ ข้าพเจ้าได้ประจักษ์ด้วยตนเองแล้วว่า ประชาชนไทยของเราเปรียบเสมือน คลังเก็บรักษาศิลปวัฒนธรรมของชาติอย่างแท้จริง เพียงแต่ให้เขาได้มีโอกาสแสดงออก ในคุณค่าของเขาเท่านั้น...” (พระราชดำรัสสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง พระราชทานแก่คณะบุคคลต่าง ๆ ที่เข้าเฝ้าทูลละออง ธูลีพระบาท ถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา ณ ศาลา คุสิตาลัย พระราชวังดุสิต, วันพฤหัสบดีที่ 11 สิงหาคม 2531)

ตามมติของที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2563 เห็นชอบ มาตรการส่งเสริม และสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย โดยการรณรงค์เชิญชวน คนไทยสวมใส่ผ้าไทย อย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 วัน เพื่อส่งเสริมให้ข้าราชการ ประชาชน แต่งกายด้วยผ้าไทยตามความเหมาะสมของท้องถิ่นเพิ่มขึ้น สนับสนุน และเผยแพร่

ภูมิปัญญาผ้าพื้นถิ่นไทยให้ดำรงคงอยู่ปรากฏเป็นความภาคภูมิใจของคนไทย พร้อมปลูกเสริมธุรกิจชุมชนให้กลับมามีชีวิต ทั้งเป็นการสืบสานพระราชปณิธานของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง (มติของที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.), วันที่ 9 มิถุนายน 2563)

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เพื่อเป็นการอนุรักษ์ผ้าไทยให้คงอยู่คู่สังคมไทย มหาวิทยาลัยรามคำแหงจึงส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมและผ้าพื้นถิ่นไทย ด้วยการแต่งกายผ้าไทย มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ สืบสานวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทย โดยให้บุคลากรสวมใส่ผ้าไทยประจำวันพุธ

ทั้งนี้ สถาบันศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้น้อมนำพระราชปณิธานของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง มาเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนนโยบายส่งเสริมการใช้ผ้าไทยในองค์กร ตระหนักถึงความสำคัญในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์ สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความสนใจในการทำวิจัย เรื่อง “วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง” เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากร และศึกษาแนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย เพื่อเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย ส่งเสริมเศรษฐกิจไทยอย่างยั่งยืน และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ผ้าไทยให้ดำรงอยู่คู่ชาติไทยสืบไป

คำถามนำวิจัย

การวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้กำหนดประเด็นที่ต้องการทราบและทำความเข้าใจออกเป็นหัวข้อ เพื่อจะนำไปสู่คำตอบของคำถาม ประกอบไปด้วย 3 ข้อหลัก ๆ ดังนี้

1. วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นอย่างไร
2. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นอย่างไร
3. แนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทยเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเป็นการกำหนดวัตถุประสงค์การศึกษาในครั้งนี้ ได้จำแนกประเด็นการวิจัย โดยกำหนดตัวแปรออกมาเป็นข้อย่อย เพื่อต้องการค้นหาข้อเท็จจริงของคำตอบการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - 1.1 บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายวิชาการ ปีการศึกษา 2565 จำนวน 1,104 คน

1.2 บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน ปีการศึกษา 2565 (หัวหน้าภาค กรุงเทพมหานคร) จำนวน 2,698 คน (แผนการบริหารและพัฒนาบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีงบประมาณ 2565)

2. กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาโร่ ยามานะ (Taro Yamane) ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จำนวน 639 คน คือ

2.1 บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายวิชาการ จำนวน 286 คน

2.2 บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน จำนวน 353 คน

3. ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่ ปัจจัย 8 ด้าน คือ

3.1.1 ด้านสื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย

3.1.2 ด้านสีสันทันของผ้าไทย

3.1.3 ด้านลวดลายของผ้าไทย

3.1.4 ด้านเนื้อผ้าของผ้าไทย

3.1.5 ด้านราคาของผ้าไทย

3.1.6 ด้านคุณภาพของผ้าไทย

3.1.7 ด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย

3.1.8 ด้านการดูแลรักษาผ้าไทย

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผ้าไทย หมายถึง ผ้าที่มีการผลิตในประเทศไทย มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ได้แก่ ผ้าไหม ผ้าฝ้าย และผ้าที่มีส่วนผสมของใยสังเคราะห์ สีสันทันและลวดลายของผ้าที่มีการทอมือแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย เช่น ผ้าฝ้ายทอมือ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าตีนจก ผ้าขิด ผ้ายกดอก และผ้าแพรวา ฯลฯ

2. ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย ด้านสีสันทันของผ้าไทย ด้านลวดลายผ้าไทย ด้านเนื้อผ้าของผ้าไทย ด้านราคาของผ้าไทย ด้านคุณภาพของผ้าไทย ด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย และด้านการดูแลรักษาผ้าไทย โดยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าไทย มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ด้านสื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย หมายถึง การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารแฟชั่น การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผ้าไทย และการโฆษณาจากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

2.2 ด้านสีสันทันของผ้าไทย หมายถึง สีของเนื้อผ้า เช่น ผ้าย้อมสีธรรมชาติ ผ้าย้อมสีสังเคราะห์/สีวิทยาศาสตร์ ผ้าสีอ่อน และผ้าสีเข้ม

2.3 ด้านลวดลายของผ้าไทย หมายถึง ลวดลายบนลายพื้นผ้าไทย เช่น ขนาดของลายผ้า ลายโบราณ ลายประยุกต์ ลายธรรมชาติ และลายเรขาคณิต

2.4 ด้านเนื้อผ้าของผ้าไทย หมายถึง การเลือกซื้อผ้าไทยจากเนื้อผ้าชนิดต่าง ๆ เช่น เนื้อผ้ามีความนุ่ม เนื้อผ้ามีความหนา เนื้อผ้าบางเบา เนื้อผ้าเป็นเงามัน และเนื้อผ้าหยาบ

2.5 ด้านราคาของผ้าไทย หมายถึง ราคาที่มีความพึงพอใจซื้อ การตั้งราคาขึ้นอยู่กับเนื้อผ้า และคุณภาพของผ้าไทยแต่ละชนิด เช่น ผ้าฝ้ายทอมือ ผ้าไหมประดิษฐ์ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าตีนจก ผ้าจิด ผ้ายกดอก และผ้าแพรวา

2.6 คุณภาพของผ้าไทย หมายถึง ความเป็นมาตรฐานต่อการสวมใส่ คุณภาพของเนื้อผ้ามีการสวมใส่สบาย เป็นผ้าที่ทอด้วยมือ เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่น และเนื้อผ้ายับยาก

2.7 ด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย หมายถึง การเลือกซื้อผ้าไทยจากร้านค้าต่าง ๆ ร้านของศูนย์ศิลปาชีพ งานแสดงสินค้า OTOP ร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง และสั่งซื้อจากระบบออนไลน์

2.8 ด้านการดูแลรักษาผ้าไทย หมายถึง การดูแลรักษาผ้าไทยจากการสวมใส่ เช่น เป็นผ้าที่ดูแลรักษาง่าย เป็นผ้าที่ซักด้วยมือเท่านั้น เป็นผ้าที่ซักได้ทั้งมือและเครื่อง เป็นผ้าที่ซักรวมกับผ้าชนิดอื่นได้ และเป็นผ้าที่ต้องใช้เวลาในการรีดน้อย

3. บุคลากร หมายถึง บุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

3.1 บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายวิชาการ หมายถึง อาจารย์ประจำ และอาจารย์ลูกจ้างของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ปฏิบัติหน้าที่สอน วิจัย ทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม และให้บริการวิชาการแก่ชุมชน ปีการศึกษา 2565

3.2 บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน หมายถึง บุคลากร เจ้าหน้าที่ ผู้ช่วยวิชาการ (สาย ข) สนับสนุนการเรียนการสอน การวิจัย ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การให้บริการวิชาการแก่ชุมชน และเจ้าหน้าที่ธุรการ (สาย ค) ที่ทำหน้าที่ด้านธุรการ ต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับงานธุรการ ประจำคณะ สำนัก และสถาบันต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยรามคำแหง (หัวหมาก กรุงเทพมหานคร) ปีการศึกษา 2565

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยจะเป็นเอกลักษณ์ ประโยชน์ของการศึกษา จะช่วยสนับสนุนการอนุรักษ์ สืบสาน พัฒนาวัฒนธรรมไทยประจำท้องถิ่น รวมทั้ง ภูมิปัญญาไทยเพื่อความยั่งยืน

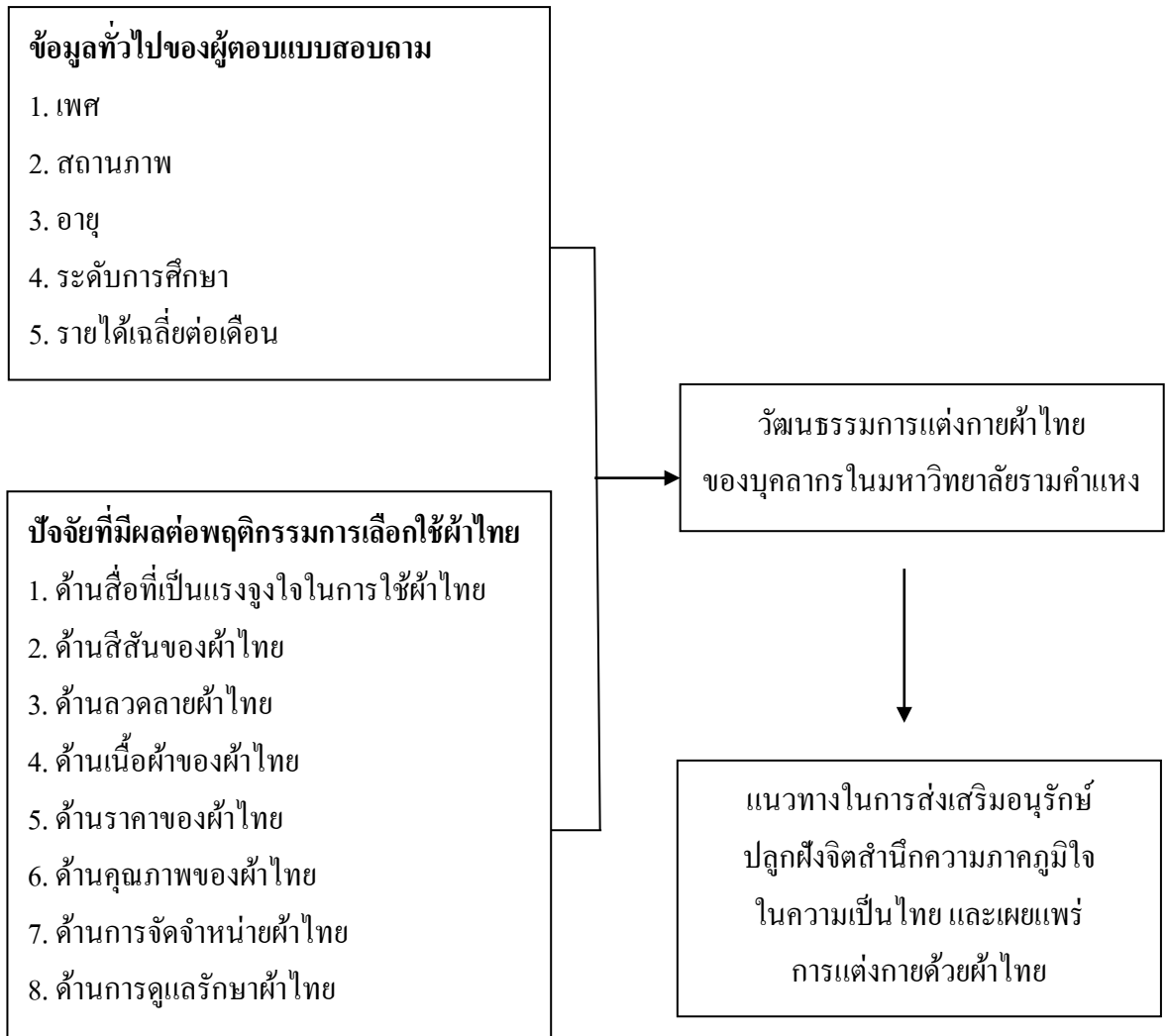
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากรใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

3. บุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สืบสาน วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทย และมีความภูมิใจในความเป็นไทย

4. เป็นแนวทางในการส่งเสริมแก่ผู้ผลิตผ้าไทยให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น และสอดคล้อง กับความต้องการของผู้บริโภค

5. ผลการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจ ในการศึกษาด้านวัฒนธรรมการแต่งกาย ผ้าไทย และเป็นแนวทางในการอนุรักษ์ สืบสาน วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยต่อ อนุชนรุ่นหลังต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวทางในการศึกษาวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

1. ความสำคัญและความเป็นมาของผ้าไทย
2. สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวงกับการอนุรักษ์ผ้าไทย
3. เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย “นกยูงพระราชทาน”
4. ประเภทของผ้าทอ
5. ลวดลายของผ้าไทย
6. สีสันทนพื้นผ้าไทย
7. การดูแลรักษาผ้าไหม
8. แนวทางการส่งเสริมการใช้ผ้าไทยในปัจจุบัน
9. ผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค
10. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความสำคัญและความเป็นมาของผ้าไทย

“ผ้าไทย” เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ล้ำค่าที่บรรพบุรุษได้สืบสานมรดกภูมิปัญญา จากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน ลวดลายต่าง ๆ บนผืนผ้า สื่อความหมายให้ทราบถึงขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ฯลฯ ของแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกัน และผ้าไทยเป็นเครื่องบ่งบอกเอกลักษณ์ความเป็นไทยด้านเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งสามารถสะท้อนวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาในแต่ละภูมิภาคได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ในอดีตที่ผ่านมาได้พบหลักฐานว่าคนในยุคก่อนประวัติศาสตร์รู้จักทอผ้าใช้แล้วเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3,000 ปี ตลอดระยะเวลาอันยาวนานนี้ได้มีการค้นพบหลักฐานต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้ผ้าทั้งที่มีการสั่งซื้อจากต่างประเทศ และที่มีการทอใช้เอง ซึ่งในสมัยก่อน เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเป็นเครื่องบ่งบอกฐานะด้วย โดยเจ้าแผ่นดิน เจ้านาย และขุนนาง ใช้ผ้าชนิดต่าง ๆ ที่สั่งจากต่างประเทศ ส่วนสามัญชนส่วนใหญ่ใช้เป็นผ้าพื้นเมือง ซึ่งทอใช้กันอยู่ทั่วทุกภูมิภาค

ทั้งนี้ เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ที่ทรงเป็นผู้ริเริ่มในการอนุรักษ์และเผยแพร่ผ้าไทย และตอบสนองนโยบายนายกรัฐมนตรีในการส่งเสริมและรณรงค์ให้ประชาชนสวมใส่ผ้าไทย ตลอดจนสนับสนุนให้ประชาชนสามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับตนเอง และครอบครัว จึงได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจและสร้างค่านิยม ในการใช้ผ้าไทย มาอย่างต่อเนื่อง และได้มีแผนการดำเนินงานเพื่อรณรงค์ส่งเสริมการใช้ผ้าไทย ให้เกิดกระแสการรับรู้และเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม

ความสำคัญของผ้าไทยไม่ใช่เป็นเพียงปัจจัยหนึ่งในการดำรงชีวิตเท่านั้น แต่ผ้าไทยยังเป็นที่รวมของมรดกภูมิปัญญาซึ่งบรรพบุรุษได้ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นเป็นเวลานาน หากไม่มีผู้สืบทอดภูมิปัญญาต่าง ๆ ที่ถักทอมาเป็นลายผ้าก็จะสูญหายไปอย่างไม่มีวันย้อนกลับมาได้อีก เนื่องจากปัจจุบันผู้สืบทอด และถ่ายทอดองค์ความรู้ในการทอผ้ากำลังลดน้อยลง ลูกหลานหรือผู้สืบทอดต่างหันไปประกอบอาชีพอื่น อีกทั้งในยุคปัจจุบันประชาชนนิยมสวมใส่ผ้าทอจากอุตสาหกรรมมากกว่าฝีมือคนไทยอันเป็นอัตลักษณ์แห่งความเป็นไทย และการสงวนรักษามรดกภูมิปัญญาผ้าไทย จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ผู้ขายผ้า

หรือผู้ประกอบการเกี่ยวกับผ้ามีรายได้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงต้องดำเนินการไปพร้อม ๆ กัน ทั้งด้านการส่งเสริมให้เห็นความสำคัญของภูมิปัญญาด้านผ้าไทย และส่งเสริมให้เกิดรายได้ ซึ่งเป็นการเจริญรอยตามพระยุคลบาท สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ที่ได้ทรงปูพื้นฐานไว้ก่อนแล้ว (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2560, หน้า 5)

แรกเริ่มเดิมทีคนใช้เครื่องนุ่งห่มทำจากวัสดุธรรมชาติต่าง ๆ เช่น ใบไม้ เปลือกไม้ หนังสัตว์ นุ่งห่มเพื่อปกปิดและให้ความอบอุ่นแก่ร่างกาย จวบจนในช่วงเวลาหนึ่ง เมื่อคนพัฒนาขึ้น รู้จักการทอผ้าใช้เอง ผ้าจึงเป็นเครื่องนุ่งห่มที่มีความจำเป็นแก่พื้นฐานชีวิตประจำวัน การพบเศษชิ้นส่วนของผ้าตามแหล่งขุดค้นทางโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์และสมัยต่อ ๆ มา เป็นประจักษ์พยานได้ว่ามนุษย์ใช้ผ้ามาเนิ่นนานเต็มที กระทั่งการได้พบผ้าที่เป็นชิ้นเป็นอันเป็นตัวอย่างลวดลายสีสันการทอที่ต่าง และคล้ายกัน จากท้องถิ่นต่าง ๆ ทำให้มองเห็นว่าผ้าเป็นอาภรณ์แต่งกายที่มีการประดิษฐ์ประคอง ประกวดประชันกันได้ตามแต่โอกาสจะเอื้ออำนวย ผืนผ้าหลากหลายต่างบอกถึงความเจริญของอารยธรรมของผู้คน และเผ่าพันธุ์ที่เป็นเจ้าของผลงานอันสืบทอดกันมา นอกจากนั้น ยังมีกรรมวิธีทอผ้าบางประเภทที่กล่าวได้ว่าคล้ายคลึงกันอย่างน่าทึ่ง เช่น การย้อมมัดหมี่ (Ikat) ที่ปรากฏอยู่บนผืนผ้าของชนเผ่าต่าง ๆ รวมถึงการทอผ้าจิดจก และยกดอก สังกัดได้ว่าลาย และสีที่ใช้ในส่วนใหญ่มาจากธรรมชาติรอบ ๆ ตัว

ย้อนกลับมาดูผ้าเก่าที่ยังคงรักษาอยู่เป็นผืน ซึ่งพอจะหาชมได้จาก แหล่งสะสมต่าง ๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ทั้งของหลวงและราษฎร์ ตลอดจนของสะสมส่วนตัวของผู้ที่มีใจรัก ชอบผ้าต่าง ๆ ผ้าเหล่านี้ล้วนมีประวัติอยู่ในตัวเอง สามารถบอกเล่าที่มาที่ไปได้ หลายคนอาจเรียนรู้สภาพสังคม วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ได้จากผ้า และการแต่งกาย

คุณค่า และความงามของผ้าแต่ละผืนอยู่ที่การให้สีกับลวดลาย และคุณภาพของวัสดุที่ใช้ทอ วัตถุประสงค์ในการทอผ้านั้น รวมทั้งรสนิยมของผู้ทอกับผู้ใช้เป็นองค์ประกอบสำคัญด้วย แต่เดิมมาการทอผ้า ทอสำหรับใช้กันเอง ผู้ทอทอได้ตั้งใจ คิดจะลองลวดลายหรือสีสันใด ๆ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ความชำนาญของตน โอกาสแห่งการโอ้อวดประกวดประชันก็เมื่อมีงานบุญ งานประเพณีต่าง ๆ คนใฝ่ภูมิใจ คนเห็นคนมองชื่นใจ ช่างทอส่วนมากจึงเป็น “ศิลปินใหญ่” ในตนเอง จะรู้เองว่างานชิ้นไหนดีเลิศ

หรือด้อยฝีมือไปบ้าง ผ้าทอแต่ละผืนจึงเป็นความงามทางหัตถศิลป์อย่างแท้จริง ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์บรรดาเมื่อก่อเกิดขึ้น ได้ครั้งแล้วครั้งเล่า ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและประสบการณ์การเรียนรู้

ดังที่กล่าวแล้วว่า ผ้าเป็นเครื่องนุ่งห่มที่ใช้ปกปิด และให้ความอบอุ่นแก่ร่างกาย เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่บ่งบอกความเจริญทางวัฒนธรรม การติดต่อปะทะสังสรรค์ รวมถึงการขอยืมรูปแบบ และวิธีการทอผ้ามาปรับใช้ให้เหมาะสมกับความเป็นอยู่ แม้ในทุกวันนี้ผู้คนส่วนใหญ่ก็ยังนิยมนุ่งห่มแต่งกายตามอย่างประเทศ (หรือเผ่าพันธุ์) ซึ่งยอมรับกันว่าเจริญกว่าเป็นอารยประเทศ กระทั่งทำให้รูปแบบ ลีลา ลีลาที่เป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น (ประจำชาติ) ของตนค่อย ๆ สูญสลายแปรเปลี่ยนไป

คนไทยนั้นใช้ผ้ามาเนิ่นนานทีเดียว การแต่งกายของคนไทยโบราณจะนุ่งผืนห่มผืน ดังเช่นคำ “ผ้าถุงผ้าห่ม” นั้น ผู้หญิงจะแต่งกายพิถีพิถัน ชัดผิวทาขมิ้น ถอนไธสม์ อย่างที่พรรณนาไว้ในวรรณคดีต่าง ๆ เจ้านาย ขุนนาง ข้าราชการ คนชั้นสูงหรือผู้มีบรรดาศักดิ์ จะแต่งตามธรรมเนียม ดังมีปรากฏในกฎหมายตราสามดวง ผ้าถุงเป็นผ้าพระราชทาน บ่งบอกยศศักดิ์ด้วย ปัจจุบันยังคงหาชมผ้าที่เป็นเครื่องยศนี้ได้จากพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ หรือคลังสะสมส่วนบุคคลบางแห่ง ผ้าหายากเหล่านี้มีชื่อเรียกขานต่าง ๆ ที่ไม่สู้จะคุ้นหูแล้ว เช่น ผ้าเยียรบับ ผ้าเข้มขาบ ผ้าอัดลัด ผ้าตาด ผ้ากรองทอง เป็นผ้าที่ใช้ในราชสำนัก (ปิยะพร กัญชนะ, 2546, หน้า 35-39)

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง กับการอนุรักษ์ผ้าไทย

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง มีพระปรีชาสามารถล้ำเลิศในงานประณีตศิลป์ทุกแขนง ทรงตระหนักในคุณค่าความงามของศิลปะ และทรงทุ่มเทพระกำลังทั้งปวงในการทำนุบำรุงงานศิลปะไว้เป็นสมบัติศิลป์แห่งแผ่นดินไทย พระองค์ทรงเป็นมิ่งขวัญของเหล่าช่างศิลป์ ทรงแสดงอุปการอย่างยิ่งในการอุปถัมภ์ช่างศิลปะ ทรงฟื้นฟูงานศิลปะที่แทบจะสูญสิ้นให้กลับคืนมา

สร้างคุณค่า ความภาคภูมิใจแก่ประชาชนชาวไทย พระมหากษัตริย์คุณในการทำนุบำรุงงานศิลปหัตถกรรม ประการ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง มีพระราชอัธยาศัยนิยมความเป็นไทย และมีพระราชประสงค์จะเผยแพร่เอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยให้ชนทั่วโลกรู้จัก จึงมีพระราชเสาวนีย์ให้ผู้เชี่ยวชาญศึกษาค้นคว้าเรื่องเครื่องแต่งกายของสตรีไทยโบราณ นำมาออกแบบให้เหมาะสมแก่การใช้ในโอกาสต่าง ๆ แล้วทรงเลือกมาเป็นฉลองพระองค์ในการตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ไปทรงเยือนนานาประเทศอย่างเป็นทางการตั้งแต่ พ.ศ. 2503 เป็นต้นมา ซึ่งภายหลังสตรีไทยต่างนิยมแต่งกายตามแบบฉลองพระองค์ เหล่านี้ จนกลายเป็นเครื่องแต่งกายประจำชาติของสตรีไทย

ผ้าทอมือ เป็นหัตถกรรมชนิดแรกที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง มีพระราชดำริริเริ่มให้เป็นอาชีพเสริมของประชาชนในยามว่างจากการเพาะปลูก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ชาวบ้านรู้จักทำใช้เองในครัวเรือนอยู่แล้ว ทรงส่งเสริมให้ทอผ้าเพิ่มขึ้น และทรงรับซื้อมาเผยแพร่ให้คนไทยทั้งประเทศได้เห็นความงามของผ้าไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ้าไหมไทย ซึ่งมีกรรมวิธีการทอที่วิจิตรหลายรูปแบบ เช่น มัดหมี่ แพรวา จิด และจก เป็นต้น พระองค์ทรงฉลองพระองค์ที่ตัดเย็บจากผ้าทอฝีมือคนไทย เป็นแบบอย่างให้คนทั่วไปได้เห็นจนเป็นที่นิยมของชาวไทยและชาวต่างประเทศทั่วโลก มิได้เพียงสนับสนุนการทอผ้าไหมไทยเท่านั้น ยังทรงสนับสนุนให้ใช้พันธุ์ไหมไทยพื้นเมืองอีกด้วย ทำให้ผ้าไหมไทยยังคงมีเอกลักษณ์ของไหมไทยแบบดั้งเดิมอันสวยงามอยู่ต่อไป

พระราชกรณียกิจที่ทรงตั้งพระราชหฤทัยจะช่วยให้ชาวไทยมีงานศิลปหัตถกรรมเป็นอาชีพเสริม นอกเหนือจากเกษตรกรรมซึ่งเป็นอาชีพหลัก ช่วยให้ประชาชนชาติมีรายได้เพิ่มขึ้น ช่วยรักษาศิลปหัตถกรรมโบราณของไทยหลายชนิดมิให้เสื่อมสูญไป ช่วยให้ประชาชนภูมิใจในคุณค่าแห่งความสามารถของตน และช่วยให้นานาชาติตระหนักในฝีมือ และความเจริญทางศิลปวัฒนธรรมของคนไทย พระราชดำรินานัปการของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ก่อให้เกิดการอนุรักษ์ สร้างสรรค์ ส่งเสริม และสืบทอดงานศิลปะโบราณให้ดำรงคงอยู่อย่างกลมกลืนกับบริบทของสังคมไทยสมัยใหม่ พระองค์ทรงริเริ่มให้มีการศึกษา ค้นคว้า

และทำนุบำรุงงานศิลปะแต่โบราณ ไม่ว่าจะเป็นสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม วรรณคดี ดนตรี นาฏศิลป์ และหัตถศิลป์ พระองค์ทรงฟื้นฟู รักษา และพัฒนามรดกทางศิลปะของแผ่นดินให้เจริญรุ่งเรือง อีกทั้งพระองค์ทรงให้ความสำคัญแก่การถ่ายทอดคุณค่าของศิลปะไทยทุกแขนงสู่เด็ก และเยาวชน ซึ่งเป็นกำลังในอนาคตที่จะดูแลรักษามรดกศิลป์ของไทยสืบไป พระราชเสาวนีย์เรื่องการอนุรักษ์ดูแลงานศิลปะไทยแต่ครั้งสร้างความตื่นตัวในหมู่ประชาชน ก่อให้เกิดการทำนุบำรุงงานศิลปะอย่างเข้มแข็ง และต่อเนื่อง นอกจากนี้ พระองค์ทรงเป็นแบบอย่างในการทรงใช้สอยงานศิลปหัตถกรรมของไทยเป็นประจำสม่ำเสมอ จนเกิดความนิยมแพร่หลายในหมู่ประชาชนชาวไทย ทรงสร้างเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์แห่งศิลปวัฒนธรรมไทยให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาของชาวโลก อันนับเป็นพระมหากรุณาธิคุณยิ่งใหญ่ และทรงคุณค่าอันเกื้อหนุนด้วยสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณยิ่งใหญ่ และทรงคุณค่าอันเกื้อหนุนที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงปฏิบัติพระราชกรณียกิจน่านับการ ในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู รักษา สร้างสรรค์ ส่งเสริม สืบทอด และพัฒนามรดกทางศิลปะของแผ่นดินให้เจริญรุ่งเรืองอย่างต่อเนื่องเป็นที่ประจักษ์แก่สาธารณชนทั้งใน และต่างประเทศ อันเป็นประโยชน์ยิ่งต่อพสกนิกรชาวไทย และชาติบ้านเมือง (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2565, หน้า 6-7)

เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย

“นกยูงพระราชทาน”

เมื่อปี พ.ศ. 2545 มีผู้นำเข้าเส้นไหม และเส้นใยสังเคราะห์อื่นจากต่างประเทศ ทำให้ผ้าไหมไทยมีคุณภาพด้อยลง แต่ผู้ผลิตยังคงเรียกว่า ผ้าไหมไทยหรือ “Thai Silk” เพื่อการค้า ทำให้ผู้ซื้อทั้งใน และต่างประเทศไม่มั่นใจในคุณภาพของผ้าไหมไทย สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง มีพระกระแสรับสั่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหาสาเหตุ และแนวทางแก้ไข ทุกภาคส่วนจึงร่วมกันระดมความคิดเห็นในเชิงวิชาการเพื่อกำหนดทิศทาง และวิธีการคุ้มครองผ้าไหมไทย ในที่สุด

ได้ข้อกำหนดเป็นข้อบังคับการใช้เครื่องหมายรับรองตามบทบัญญัติ มาตรา 82 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ได้พระราชทานสัญลักษณ์นกยูงไทยเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย แบ่งออกเป็น 4 ชนิด ได้แก่ (กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556, หน้า 15-17)

1. นกยูงสีทอง (Royal Thai Silk)

- 1.1 ใช้เส้นไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้านเป็นทั้งเส้นพุ่ง และเส้นยืน
- 1.2 เส้นไหมต้องสาวด้วยมือผ่านพวงสาวลงภาชนะ
- 1.3 ย้อมด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- 1.4 ทอด้วยกี่ทอมือแบบพื้นบ้าน ชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือ
- 1.5 ต้องผลิตในประเทศไทยเท่านั้น

2. นกยูงสีเงิน (Class Thai Silk) เป็นผ้าไหมที่ผลิตขึ้น โดยยังคงอนุรักษ์ภูมิปัญญาพื้นบ้านผสมผสานกับการประยุกต์ใช้เครื่องมือ และกระบวนการผลิตในบางขั้นตอน ดังนี้

- 2.1 ใช้เส้นไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้าน หรือพันธุ์ไทยปรับปรุงเป็นเส้นพุ่งหรือเส้นยืน
- 2.2 เส้นไหมต้องสาวด้วยมือ หรือสาวด้วยอุปกรณ์ที่ใช้มอเตอร์ขับเคลื่อนไม่เกิน

5 แรงม้า

- 2.3 ย้อมด้วยสีธรรมชาติหรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- 2.4 ทอด้วยกี่ทอมือชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือหรือที่กระตุกก็ได้
- 2.5 ต้องผลิตในประเทศไทยเท่านั้น

3. นกยูงสีน้ำเงิน (Thai Silk) เป็นผ้าไหมผลิตด้วยภูมิปัญญาของไทยแบบประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการผลิตเข้ากับสมัยนิยม และเชิงธุรกิจ ดังนี้

- 3.1 ใช้เส้นไหมแท้เป็นทั้งเส้นพุ่ง และเส้นยืน
- 3.2 ย้อมด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- 3.3 ทอด้วยกี่แบบใดก็ได้
- 3.4 ต้องผลิตในประเทศไทยเท่านั้น

4. นกยูงสีเขียว (Thai Silk Blend) เป็นผ้าไหมที่ผลิตด้วยกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ผสมผสานกับภูมิปัญญาไทยในด้านลวดลาย มีสีสัน มีการผสมผสานระหว่างเส้นใยไหมแท้กับเส้นใยไหมอื่นที่มาจากธรรมชาติ หรือเส้นใยสังเคราะห์รูปแบบต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์การใช้งาน หรือตามความต้องการของผู้บริโภค ดังนี้

- 4.1 ใช้เส้นไหมแท้เป็นส่วนประกอบหลัก มีเส้นใยอื่นเป็นส่วนประกอบรอง
- 4.2 ต้องระบุส่วนประกอบของเส้นใยอื่นให้ชัดเจน
- 4.3 ย้อมด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- 4.4 ทอด้วยกี่แบบใดก็ได้
- 4.5 ต้องผลิตในประเทศไทยเท่านั้น

ปัจจุบันจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยในต่างประเทศแล้ว 35 ประเทศทั่วโลก เพื่อให้ผู้ซื้อทั้งใน และต่างประเทศมั่นใจในคุณภาพ และมาตรฐานของผ้าไหมไทย อีกทั้งยังส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมผ้าไหมไทยอีกทางหนึ่งด้วย

ประเภทของผ้าทอ

ประเภทของผ้าทอ นิยมแบ่งตามกรรมวิธีการผลิตมากกว่าแบ่งตามประโยชน์ใช้สอย กรรมวิธีการผลิตผ้านั้น คือ การกระทำให้เกิดลวดลายผ้าในรูปแบบต่าง ๆ แต่ละกรรมวิธีการทำลวดลายนั้น มักมีชื่อเรียกแตกต่างกันไป เช่น ผ้าหมี่ (ผ้ามัดหมี่) ผ้าจิด ผ้าจก พิจารณาจากกรรมวิธีการผลิต และลวดลายผ้า ดังนี้ (สุภาภรณ์ สุนทรธา, พิมพ์ใจ สารพิมพ์ และหทัยรัตน์ สอนชุน, 2562 หน้า 14-20)

1. ประเภทเพิ่มเส้นพุ่งพิเศษเพื่อให้เกิดลวดลาย

กรรมวิธีการทอผ้าโดยเพิ่มด้ายเส้นพุ่งพิเศษเพื่อให้เกิดลวดลาย คือ การยกดอกลายผ้าแบบหนึ่งโดยใช้ด้ายสีที่แตกต่างกับด้ายเส้นยืน และเส้นพุ่ง ส่วนใหญ่ด้ายเส้นพุ่งที่เพิ่มพิเศษนี้จะใหญ่กว่าด้ายเส้นพุ่งเพื่อให้เกิดเป็นลวดลายยกตัวนูนกว่าสีพื้น หรืออาจเรียกว่า ผ้ายกดอก เช่น ผ้ายก ของภาคกลางที่ใช้ดั้นเงิน หรือดั้นทองเป็นเส้นพุ่งเพิ่มพิเศษ หากแต่ว่าผ้ายก (ผ้ายกจิด) ของภาคกลางนั้นประดิษฐ์ลวดลายเดียวตลอดผืน ส่วนการทอ

โดยวิธีเพิ่มเส้นพุ่งพิเศษของภาคอีสานนั้น ประดิษฐ์หลากหลายลวดลายในพื้นที่เดียว จึงมีชื่อเรียกต่างกัน

การขีด เป็นภาษาพื้นบ้านของภาคอีสาน หมายถึง สะกิดหรือจัดซ่อนขึ้น ดังนั้น การทอผ้าขีดจึงหมายถึง กรรมวิธีการทอที่ผู้ทอใช้ไม้ เรียกว่า ไม้เก็บขีด สะกิดหรือซ่อนเส้นยืนยกขึ้นเป็นช่วงระยะตามลวดลายตลอดหน้าผ้า แล้วพุ่งกระสวยสอดเส้นพุ่งพิเศษ และเส้นพุ่งเข้าไปตลอดแนว ทำให้เกิดเป็นลวดลายยกตัวนูนบนพื้นผ้า ส่วนใหญ่จะเป็นลวดลายซ้ำ ๆ ตลอดแนวผ้า โดยสีของลวดลายที่เกิดขึ้นเป็นสีของด้ายพุ่งพิเศษ ลักษณะของผ้าทอลายขีดสามารถดูได้จากลายซ้ำของเส้นพุ่งที่เป็นแนวสีเดียวกันตลอด อาจจะเหมือนกันทั้งผืนหรือไม่ก็ได้ แต่ต้องมีลายซ้ำที่มีจุดจบแต่ละช่วงของลายอย่างชัดเจน

ผ้าขีดมีการทอในหลายพื้นที่ ลวดลาย สี สัน และการใช้งานแตกต่างกันไปตามกลุ่มวัฒนธรรม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น กลุ่มชาวภูไท ไทลาว และไทกวยหรือส่วยเขมร ในภาคเหนือ เช่น กลุ่มไทยวน และไทลื้อ ในภาคกลาง เช่น กลุ่มไทครั้งหรือลาวครั้ง และในภาคใต้ที่บ้านนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง

ทว่า ชาวอีสานโดยทั่วไปนิยมทอผ้าขีดด้วยฝ้ายเพื่อใช้ทำหมอน โดยลวดลายส่วนใหญ่เป็นลายจากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และความเชื่อ เช่น ลายห่อปราสาทหรือธรรมาสัน ลายพญานาค ลายช้าง ลายม้า และลายดอกแก้ว เป็นต้น ลวดลายขีดจะอยู่บริเวณส่วนกลางของตัวหมอน ส่วนหน้าหมอนนั้นนิยมเย็บปิดด้วยผ้าฝ้ายสีแดง ในจังหวัดสุรินทร์ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ มีการทอทั้งหมอนขีด ขิดหัวขึ้น ขิดตีนขึ้น สไบลายขีด และผ้าขาวม้าไหมเชิงขีด โดยส่วนใหญ่นิยมใช้เส้นไหมทอมากกว่าฝ้าย

การจก หมายถึง การควัก ขุด ค่อย ลักษณะการทอ ผ้าจกจึงเป็นลักษณะของการทอที่ผู้ทอต้องใช้วิธีล้วงดึงเส้นด้ายพุ่งพิเศษขึ้นลงเพื่อสร้างลวดลาย จกเป็นเทคนิคการทำลวดลายบนพื้นผ้าคล้ายการปักด้วยวิธีการเพิ่มด้ายพุ่งพิเศษเข้าไปเป็นช่วง ๆ ไม่ติดต่อกันตลอดหน้ากว้างของผ้า โดยใช้ไม้ขม่ม่น หรือนิ้วมือจากเส้นด้ายเส้นยืนยกขึ้น แล้วสอดใส่ด้ายพุ่งพิเศษเข้าไปเป็นช่วง ๆ สลับสีตามต้องการ คล้ายกับการปักไปในขณะทอสามารถออกแบบลวดลาย สี สันของผ้าได้ซับซ้อน และหลากสี สัน ซึ่งแตกต่างจากผ้าขีดที่มีการใช้เส้นพุ่งพิเศษสีเดียวตลอดหน้ากว้างของพื้นผ้า

การทำลวดลายในผ้าจกแตกต่างกันออกไปตามประโยชน์ใช้สอย โดยการทอจกในประเทศไทยส่วนใหญ่นิยมทอเป็นตีนซิ่น เพื่อนำไปประกอบกับตัวซิ่นจึงเรียกผ้าที่ทอด้วยเทคนิคจกว่า ผ้าซิ่นตีนจก หรือผ้าเชิงจก ซึ่งจะมีลวดลายที่แตกต่างจากลวดลายผ้าจกที่ทอเพื่อใช้ประโยชน์อื่น ๆ เช่น หากทอเพื่อกิจกรรมทางศาสนา เช่น ผ้าคลุมศีรษะนาค ผ้าห่อคัมภีร์ ธงในงานบุญต่าง ๆ จะเป็นลวดลายเกี่ยวกับศาสนา หรือสัตว์ในหิมพานต์

ผ้าจกแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไปทั้งลวดลาย สี สัน และการใช้สอย นอกจากจะทอจกเพื่อตกแต่งผ้าซิ่นแล้ว ยังนิยมทอเป็นหมอน ผ้าห่ม และสไบ

การทอยก คือ การเพิ่มลวดลายในเนื้อผ้าให้พิเศษขึ้น โดยใช้เทคนิควิธีเก็บตะกอลอยเช่นเดียวกับขิด โดยยกตะกอลอยเพื่อแยกเส้นด้ายขึ้นครั้งละกี่เส้นก็ได้ตามลวดลายที่วางไว้แล้วให้เส้นด้ายพุ่งผ่านไปเฉพาะเส้น เมื่อทอพุ่งกระสวยไปมาควบคู่ไปกับการยกตะกอลอยจะเกิดเป็นลวดลายนูนขึ้นจากผืนผ้า เนื่องจากการยกเป็นการเพิ่มลวดลายเข้าไปพิเศษ จึงสามารถแกะดึงเส้นไหมที่เป็นลวดลายออกได้โดยไม่เสียเนื้อผ้า ถ้าทอยกด้วยไหมจะเรียกยกไหม ถ้าทอยกด้วยเส้นทองจะเรียกยกทอง ถ้าทอยกด้วยเส้นเงินจะเรียกยกเงิน ซึ่งในประเทศไทยมีแหล่งที่ทอผ้ายกหลายภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ที่จังหวัดลำพูน เชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่จังหวัดร้อยเอ็ด สุรินทร์ ภาคใต้ ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และสงขลา เป็นต้น

การทอขัด เป็นวิธีการทอผ้าพื้นฐานของผ้าทุกชนิด คือ มีเส้นพุ่ง และเส้นยืนซึ่งอาจเป็นสีเดียวกันหรือต่างสีกันทำให้เกิดลวดลายในเนื้อผ้าต่างกัน เช่น การทอเส้นยืนสลับสีก็จะเกิดผ้าลายริ้วทางยาวหรือถ้าทอเส้นพุ่งสลับสีก็จะได้ผ้าลายขวาง การทอเส้นยืนและเส้นพุ่งสลับสีก็จะได้ลายตาราง เป็นต้น ผ้าไหมที่ใช้เทคนิคการทอขัด เรียงตามความหนาของเนื้อผ้า เช่น ผ้าไหมหนึ่งเส้น หมายถึง ผ้าไหมที่ทอขัดด้วยเส้นยืน และเส้นพุ่งเพียงเส้นเดียว ไม่ได้มีการควบเส้นใยเพิ่มเข้าไป ผ้าไหมสองเส้น หมายถึง ผ้าไหมที่ทอขัดด้วยเส้นยืนเส้นเดียว ส่วนเส้นพุ่งจะมีการควบเส้นไหมเพิ่มเป็นสองเส้น เนื้อผ้าจะมีความหนามากกว่าผ้าไหมหนึ่งเส้น และผ้าไหมสี่เส้น หมายถึง ผ้าไหมที่ทอขัดด้วยเส้นยืนเส้นเดียว ส่วนเส้นพุ่งจะมีการควบเส้นไหมเพิ่มเป็นสี่เส้น จะได้ผ้าเนื้อหนา

การทอผ้าไหมที่มีความหนาแน่นกว่าเส้นขึ้นไป อาจทำได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้เส้นยืนเพียงเส้นเดียว หรืออาจใช้เส้นพุ่งมากกว่าเส้นก็ได้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และประโยชน์ใช้สอย ผ้าทอลายชนิดที่เป็นเอกลักษณ์ในกลุ่มวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น ชิ่นก่าน ชิ่นทิว ชิ่นลายแดงโม ผ้าขาวม้า ผ้าสะมอ ผ้าตามุก และผ้าลายเมล็ดงา เป็นต้น

การควบเส้น เป็นวิธีสร้างลวดลาย และสีเหลืองกันของเส้นใยในผืนผ้า โดยใช้เส้นไหมหรือเส้นใยฝ้ายสองสีที่มีน้ำหนักสีอ่อนแก่แตกต่างกัน มาปั่นตีเกลียวรวมเป็นเส้นเดียวกัน สีที่เป็นเอกลักษณ์ในการควบ คือ สีเหลือง นำมาควบกับสีต่าง ๆ และนำมาใช้เป็นเส้นพุ่งหรือเส้นยืนในการทอ

การทอผ้าควบเส้น ใช้วิธีการทอทำให้เกิดลวดลายได้ 3 แบบ ได้แก่

1. ลวดลายหางกระรอกที่พุ่งไปด้านขวา เป็นการทอด้วยเส้นใยที่ตีเกลียวด้านขวา
2. ลวดลายหางกระรอกที่พุ่งไปด้านซ้าย เป็นการทอด้วยเส้นใยที่ตีเกลียวด้านซ้าย
3. ลวดลายหางกระรอกที่มีสายพุ่งเป็นหยักแหลม เป็นการใส่กระสวย 2 อัน พุ่งทอ ย้อนสลับซ้าย - ขวา

เทคนิคการควบเส้นในแต่ละท้องถิ่นมีการเรียกชื่อแตกต่างกันไปตามภาคของกลุ่มวัฒนธรรม ได้แก่ กลุ่มภูไท และไทลาว เรียกเทคนิคนี้ว่าเงิน กลุ่มไทกูย เชื้อสายเขมร และชาวส่วยเรียกเป็นภาษาเขมรว่ากะเนียว กลุ่มไทวนเรียกปั้น ไก กลุ่มไทพวนเรียกมะลังไมหรือมับไม กลุ่มไทภาคกลาง ภาคใต้ และอีสานทั่วไปเรียกว่าหางกระรอก โดยผ้าที่นิยมทอจากเทคนิคการควบเส้น ได้แก่ ผ้าโสร่งตาตาราง ผ้าขาวม้า ผ้าโจงกระเบน ผ้าชิ่นอันลูนเซียม ชิ่นชัว และชิ่นไก (กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2555, หน้า 4-13)

2. ประเภทย้อมสีเพื่อให้เกิดลวดลาย

ผ้ามัดหมี่ เป็นการทอโดยการสร้างลวดลาย และย้อมสีเส้นไหมก่อนที่จะนำไปทอเป็นผืนผ้า การสร้างลวดลายบนผืนผ้า เกิดจากการมัดเส้นใยด้วยเชือกให้เป็นเปลาะ ๆ ตามแบบลวดลายที่ต้องการแล้วจึงนำไปย้อมสี ลวดลายที่เกิดขึ้น เกิดจากการซึมของสีไปตามส่วนต่าง ๆ ของเส้นใยที่ไม่ถูกมัดขณะย้อม เมื่อย้อมสีแล้วแกะเชือกออกจะเกิดเป็นลวดลายตามช่องของการมัดเส้นเชือก ดังนั้น หากต้องการมัดหมี่หลายสีก็ต้องทำการมัดย้อมสี หรือเรียกว่าโอบหมี่ โดยมัดเส้นเชือกบริเวณส่วนที่ย้อมแล้วเพื่อรักษาสี

ที่ย้อมครั้งแรกในบริเวณที่ไม่ต้องการย้อมทับสีใหม่ แล้วนำมาย้อมสีทับหลายครั้ง เพื่อให้ได้ลวดลายสีสันตามต้องการ ลักษณะเฉพาะของผ้ามัดหมี่อยู่ที่รอยซึมของสีที่วิ่งตามบริเวณที่ถูกลมัด ถึงแม้จะใช้ความแม่นยำในการทอมากเพียงใดก็จะเกิดความเหลื่อมล้ำของสีบนเส้นไหมให้เห็นแตกต่างกันไป

ลวดลายมัดหมี่ที่สืบทอดกันแต่โบราณ เป็นลวดลายที่มาจากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และความเชื่อ เช่น ลายดอกแก้ว ลายคันสน ลายนาค ลายใบไม้ ลายโคมห้า ลายขันหมากเบ็ง เป็นต้น การทอผ้าโดยใช้เทคนิคการทอแบบมัดหมี่เพื่อให้เกิดลวดลายบนพื้นผ้ามีอยู่เกือบทุกจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเทคนิคการทอผ้าแบบมัดหมี่แบ่งได้ 3 ประเภท คือ

2.1 มัดหมี่เส้นพุ่ง เป็นรูปแบบที่นิยมทอกันมากที่สุด โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลางบางจังหวัดในกลุ่มเชื้อสายลาวครั้ง ลักษณะ โครงลวดลายของผ้ามัดหมี่ จำแนกออกเป็นลักษณะใหญ่ ๆ ดังนี้

หมี่รวดหรือหมี่โลด หมายถึง การมัด และทอลวดลายมัดหมี่ต่อเนื่องตลอดพื้นผ้า หากเป็นลายที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ ก็จะวางในลักษณะเป็นลายเดี่ยวห่างกันอย่างเป็นระเบียบ หากเป็นลายขนาดเล็กลงมาก็จะนิยมวางเป็นกลุ่ม หรือลวดลายเล็ก ๆ ลายเดี่ยววางซ้ำ ๆ กัน เป็นลายต่อเนื่องเต็มพื้นผ้า

หมี่ร้าย ลักษณะลวดลายเป็นแนวเฉียงทแยงทางเดียวกันบนพื้นผ้า มีกรรมวิธีการทอ โดยการเตรียมลวดลาย และกรอเส้นพุ่งที่ซับซ้อนกว่า ในการกรอด้วยมัดหมี่เข้าหลอดเพื่อใช้ทอจะต้องกรอจากหมี่ลำแรกถึงหมี่ลำสุดท้ายเป็นหลอดที่หนึ่ง ส่วนหลอดที่สองจะกรอจากหมี่ลำสุดท้ายมาถึงหมี่ลำแรก กรอสลับไปจนครบรอบ เมื่อนำมาทอ ก็จะต้องทอหลอดที่หรือหลอดคู่อย่างเดียวกันหมด แล้วจึงทอหลอดที่เหลื่อตามลำดับ จึงจะได้ลวดลายมัดหมี่เป็นลายทแยงไปทางเดียวกัน

หมี่คั่นหรือหมี่ข้อ เป็นการทอมัดหมี่สลับกับริ้วพื้น ลักษณะลวดลายจะเป็นแถบหรือมีเส้นแบ่งลวดลาย คั่นด้วยริ้ว ซึ่งอาจเป็นสีพื้นหรืออาจแทรกเส้นใยที่ควบบนแบบทางกระรอกเข้าไปด้วย โดยระหว่างเส้นคั่นจะมีลวดลายมัดหมี่เล็ก ๆ เช่น ลายนาค ลายดอกแก้ว ดังนั้น กระสวยเส้นพุ่งที่ใช้ทอหมี่คั่นจึงมีจำนวนมากกว่าการทอผ้ามัดหมี่แบบหมี่รวด และหมี่ร้าย โดยจะใช้กระสวยเส้นพุ่งประมาณ 3 - 4 กระสวย ประกอบด้วย

มัดหมี่ 1 กระสวย เส้นใยสีพื้น 1 - 2 กระสวย และเส้นควบแบบหางกระรอก 1 กระสวย เป็นต้น ขั้นตอนในการทอหมี่คันจึงต้องใช้ทักษะความชำนาญในการสลับกระสวยให้ถูกต้อง

หมี่ตา เป็นผ้ามัดหมี่ของกลุ่มลาวครั้ง ที่มีโครงสร้างลวดลายแบบหมี่คัน แต่การทอคันจะใช้เทคนิคขัดทอสลับกับมัดหมี่ โดยถ้าสลับด้วยลายจินขนาดใหญ่จะเรียกหมี่ตาใหญ่ หากทอสลับด้วยจินขนาดเล็กหรือเป็นริ้วคันธรรมดาจะเรียกหมี่ตาน้อยหรือหมี่น้อย ทั้งนี้ ผ้ามัดหมี่ส่วนใหญ่จะมีลายที่เชิง ต่างจากลายบนตัวชิ้น ผู้ทอมักทำลวดลายส่วนของเชิงชิ้นให้ต่างกันไป เพื่อให้เป็นส่วนของดินชิ้น และทำให้ผ้าผืนนั้นงดงามขึ้นด้วย ส่วนใหญ่จะเป็นลายลักษณะคล้ายเกลียวคลื่น พันเลื้อย หรือพันปลา ในรูปแบบต่าง ๆ โดยมักจะเป็นลายคัดแปลงที่เกี่ยวข้องกับลายหลักบนตัวชิ้น

2.2 มัดหมี่เส้นยืน การทอมัดหมี่เส้นยืน นิยมในกลุ่มชาวไทยภูเขา เช่น ชาวลาโว้ และชาวกะเหรี่ยง นิยมทอด้วยพื้หน้าแคบด้วยกี่ทอผ้าแบบกึ่งเอว แล้วเย็บต่อผ้าเพื่อเพิ่มหน้ากว้างให้พอกับการใช้งาน นอกจากนี้ ยังพบในการมัดหมี่ของชาวไทยวน ลักษณะของมัดหมี่เป็นมัดหมี่เล็ก ๆ ในเส้นยืนปรากฏวางอยู่ในตัวชิ้น

2.3 มัดหมี่ซ้อนหรือมัดหมี่สองทาง การทอผ้ามัดหมี่ ประเภทมัดหมี่ซ้อนหรือหมี่สองทาง คือ การมัดย้อมลวดลายทั้งเส้นพุ่ง และเส้นยืน มีการทอผ้ามัดหมี่ประเภทนี้ในกลุ่มวัฒนธรรมไทยกูย หรือส่วยเขมร ในจังหวัดสุรินทร์ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ ผ้ามัดหมี่ซ้อนหรือมัดหมี่สองทางที่นิยมทอ และเป็นที่ยูจัก เช่น ผ้าอัมปรม ซึ่งมีการทอกันมากในจังหวัดสุรินทร์ เป็นผ้าลายตารางที่ใช้สีโทนแดงเป็นสีหลักแทรกสลับกับลายมัดหมี่กากบาทสีขาวขนาดเล็กละเอียด ซึ่งต้องใช้ความชำนาญ และฝีมือในการทออย่างมาก

เส้นใยในผ้าทออีสาน

วัสดุตามธรรมชาติที่ใช้ผลิตผ้าทออย่างแพร่หลายในสังคมวัฒนธรรมอีสานแบ่งได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. เส้นใยจากไหม ตัวไหมมีการเลี้ยงมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคกลางบางส่วน ในอดีตผู้ที่ทอผ้าไหมจะต้องเลี้ยงไหมเอง แต่ปัจจุบันมีความเจริญทางด้านต่าง ๆ รวมทั้งความเจริญทางการคมนาคม ทำให้การติดต่อสะดวก สามารถหาซื้อเส้นใยไหมได้ง่ายตามความต้องการ ทั้งลักษณะ ขนาด ปริมาณ ดังนั้น ผู้ทอผ้าไหม

ไม่จำเป็นต้องเลี้ยงไหม แต่ยังมีบางท้องถิ่นที่ผู้ทอผ้ายังเลี้ยงไหมกันอยู่ เนื่องจากใยไหมมีคุณสมบัติเฉพาะตัว มีความเหนียว สามารถทอด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ ได้ดี มีความลื่นเป็นมันยืดหยุ่น เมื่อทอเป็นผืนผ้าแล้วมีความงดงามกว่าผ้าประเภทอื่น ๆ ถือว่าผ้าไหม คือราชินีแห่งผ้า นอกจากนี้ ผ้าไหมยังระบายความร้อนได้ดี สวมใส่สบาย แต่เก็บรักษายาก ต้องพิถีพิถันในการซักกรีด ยับง่าย รีดค่อนข้างยาก ย้อมสีไม่ค่อยติด สีมักจะตกทำให้ผ้าเก่าเร็ว ราคาค่อนข้างแพง ผู้คนจึงไม่ค่อยนิยมนำมาตัดเสื้อผ้าเพื่อใช้สวมใส่ในการทำงาน มักจะใช้ไหมในโอกาสพิเศษ (ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมสถาบันราชภัฏเทพสตรีลพบุรี, 2541, หน้า 3)

ประเภทของเส้นไหม

การได้มาของเส้นไหมจะต้องทำการสาวไหมออกจากรังไหม ซึ่งเป็นการแยกเปลือกรังชั้นนอก และชั้นในทำให้ได้เส้นไหมประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. เส้นไหมหีบ เป็นเส้นไหมที่ได้จากรังไหมชั้นนอก รวมทั้งปูยไหม นิยมใช้เป็นเส้นพุ่งในการทอผ้า และพิธีกรรมต่าง ๆ ลักษณะเส้นไหมจะใหญ่มาก มีปมปมและเนื้อหยาบแข็ง เนื่องจากมีกาวไหมเยอะ เมื่อสาวเอาไหมหีบออกจากรังไหมแล้วจะตัดรังไหมออกจากหม้อต้มมาพักไว้ก่อน จากนั้นจึงจะนำรังไหมนั้นไปสาวเอาไหมน้อยหรือไหมเครือต่อไป

2. เส้นไหมสาวเลย หรือเส้นไหมรวด เป็นเส้นไหมที่ได้จากการสาวควบก้นทั้งปูยและเส้นใยส่วนนอกของรังไหมไปจนถึงเส้นใยส่วนในของรังไหมให้เสร็จในคราวเดียวไม่แบ่งชั้นของไหม เส้นไหมที่สาวได้จึงมีทั้งส่วนที่เป็นไหมหีบ และไหมน้อยรวมอยู่ด้วยกัน เส้นไหมจึงไม่เรียบ หยาบ และมีขนาดไม่สม่ำเสมอ แต่ถ้าผู้สาวไหมที่มีชำนาญมากจะสาวได้เส้นไหมที่สม่ำเสมอดีเกือบเท่าไหมน้อยเลย ไหมสาวเลยนี้ปัจจุบันไม่เป็นที่ต้องการของตลาด เพราะเมื่อนำมาทอเป็นผ้า จะได้ผ้าไหมที่ไม่สวยเรียบเหมือนไหมน้อย

3. เส้นไหมน้อย เป็นเส้นไหมที่ได้จากเปลือกรังไหมชั้นใน หลังจากสาวเอาไหมหีบหรือไหมเปลือกออกไปแล้ว การสาวเอาไหมน้อยนั้นจะต้องเปลี่ยนน้ำต้มก่อนจึงนำรังไหมลงต้ม เส้นไหมที่ได้จะมีลักษณะเส้นเรียบ ขนาดสม่ำเสมอ สีสม่ำเสมอรวมตัวกลม สะอาด ไม่มีสิ่งปลอมปน นุ่มมือเมื่อสัมผัส นิยมใช้เป็นเส้นยืนในการทอผ้า เมื่อทอเป็นผืนผ้าแล้ว เนื้อผ้าจะนุ่ม เรียบ มีความเลื่อมมันของเส้นไหมในระดับดีมาก

มีความนุ่มนวลดี เส้นไหมมีความเหนียวสามารถนำมาทำเป็นเส้นยืน และเส้นพุ่งได้ ระดับความสม่ำเสมอของสีเส้นไหมดี สีเส้นไหมเป็นสีเหลืองทอง

4. เส้นไหมแดง เป็นเส้นไหมที่อยู่เปลือกกรังไหมชั้นในสุดจนเกือบจะถึงตัวดักแด้ เส้นไหมจะมีขนาดเล็ก นิยมนำไปทอเป็นผ้าขาวม้าที่เรียกว่าไหมแดง เนื่องจากสมัยก่อนการสาวไหมนั้นชาวบ้านจะนิยมทำในตอนเช้า เมื่อสาวเอาไหมน้อยไปแล้ว แต่ยังเห็นว่าพอจะสาวเอาเส้นไหมออกจากกรังไหมได้อีก ก็จะนำรังไหมนั้นมาต้ม และสาวเอาเส้นไหมอีก ซึ่งมักจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาเย็นหรือยามแดงของวันที่สาวแล้ว จึงเรียกว่าไหมแดง

2. เส้นใยจากฝ้าย ฝ้ายเป็นเส้นใยธรรมชาติที่ได้จากเมล็ดของต้นฝ้าย มีความนุ่มเบา และเป็นปุย เป็นเส้นใยสั้นที่เติบโตในสมอฝ้ายหุ้มอยู่รอบเมล็ด มีองค์ประกอบหลักทางเคมี คือ เซลลูโลส ลักษณะที่ดีของเส้นใยฝ้าย ได้แก่ ความนุ่มสบาย ดูดซับความชื้น การกักสี พิมพ์ติดสีได้ดี ซักได้ด้วยเครื่อง มีความแข็งแรง จัดรูปทรงได้ดี การจับและเย็บได้ง่าย

การปลูกฝ้าย และผลิตผ้าฝ้ายในประเทศสเปนเริ่มขึ้นศตวรรษที่ 8 โดยแขกมัวร์ และเจริญรุ่งเรืองจนถึงศตวรรษที่ 15 เมื่อมีการขับไล่ชาวมุสลิม หลังจากนั้นจึงมีการเปิดเส้นทางการค้าทางทะเลกับประเทศอินเดีย และประเทศโปรตุเกส ได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งค้าผ้าฝ้ายที่สำคัญ การขยายตัวของฝ้ายในระยะแรกที่ชาวยุโรปได้รู้จักฝ้ายนั้น ยังไม่เป็นที่นิยมนัก เพราะขณะนั้นชาวยุโรปรู้จักแต่ผ้าที่ทำด้วยขนสัตว์ และเส้นใยจากต้นป่านลินิน (flax) ต่อมาในราวคริสต์ศตวรรษที่ 14 - 16 มีการตื่นตัวด้านวิทยาการต่าง ๆ ชาวยุโรปจึงได้นิยมใช้ผ้าฝ้าย สำหรับประเทศไทยนั้นได้มีการปลูกฝ้าย และปั่นทอทำเป็นเสื้อผ้ามาแต่โบราณ หลักฐานเท่าที่จะอ้างอิงได้ คือ จากพุทธบัญญัติให้พระภิกษุใช้ผ้าเป็นเครื่องห่มครองได้ 6 ชนิด รวมทั้งผ้าฝ้ายด้วย โดยมีชื่อเป็น ภาษาบาลีว่า “กัปปาสิกพัตร” ซึ่งแสดงว่า เมื่อพุทธศาสนาเข้าสู่ประเทศไทย คนไทยรู้จักปลูกฝ้าย และทอผ้าแล้ว ส่วนพื้นที่การเพาะปลูกฝ้ายในประเทศไทยมีมากที่สุดปี พ.ศ. 2538 - 2539 อุตสาหกรรมหีบฝ้ายในประเทศไทยตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการเพาะปลูกฝ้าย เช่น จังหวัดเลย สุโขทัย และปริมณฑล แต่ต่อมาเมื่อราคาฝ้ายลดลงสวนทางกับปริมาณความต้องการใช้งานในประเทศไทยจึงมีการนำเข้ามาทดแทน

ลวดลายของผ้าไทย

ลวดลายของผ้าไทย เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่บรรพชนได้สร้างสรรค์ขึ้นจากภูมิปัญญาของตนมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ หลักฐานเกี่ยวกับลวดลายผ้าที่เก่าแก่ที่สุด คือ การพบผ้าบนกำแพงโล่สำริด ที่แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี อายุประมาณ 3,000 ปีมาแล้ว เส้นใยที่พบเป็นไหม และปานักัญชา ลวดลายที่พบทอแบบลายขัด ต่อมาก็มีการพัฒนาจากลายขัดลายหนึ่งเป็นลายขัดสอง ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษา ลายสัตว์ และลายคน ฯลฯ จนเป็นลวดลายซับซ้อนวิจิตรงดงามหลายร้อยลาย ดังที่ปรากฏในผ้าไทย อันคนไทยได้สืบทอดการทอจากบรรพชนด้วยเทคนิคต่าง ๆ คือ ยก ชิด จก และมัดหมี่ที่ตกทอดมาจนถึงปัจจุบัน ลวดลายในผ้าไทยเหล่านี้ นอกจากจะเป็นลวดลายที่ประดิษฐ์ขึ้นเลียนแบบของจริงในธรรมชาติ ยังมีลวดลายอีกส่วนหนึ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นตามแบบลวดลายไทย นอกจากนั้น ลวดลายของผ้าไทยยังมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับวัฒนธรรมไทยสะท้อนให้เห็นศิลปวัฒนธรรมไทยของชนชาวไทย และแสดงให้เห็นการใช้ลวดลายผ้าไทยตามฐานะของบุคคลอีกด้วย

นอกจากภาษาไทย และศิลปวัฒนธรรมไทยอันเป็นเอกลักษณ์ของคนไทย ลวดลายของผ้าไทยยังแสดงถึงเอกลักษณ์ร่วมกันของเผ่าไทยได้เป็นอย่างดี โดยแบ่งเป็นลวดลายพรรณพฤกษา ลวดลายสัตว์ และลวดลายอื่น ๆ (อรไท ผลดี, 2536, หน้า 30)

กำเนิดลวดลายไทย

ในประเทศไทยได้ค้นพบซากดึกดำบรรพ์ในชั้นหินดินดาน ที่อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย อายุประมาณ 260 ล้านปี พบซากหอยประเภทหอยกาบ ที่จังหวัดลำปาง อายุประมาณ 150 ล้านปี พบซากไดโนเสาร์ที่อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น อายุประมาณ 150 ปี และพบซากปลา ทรายกลูปลาตะเพียน อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก อายุประมาณ 70 ล้านปี หลักฐานดังกล่าวแสดงว่าประเทศไทยมีการวิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิตสืบเนื่องมาตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์แล้ว

ความผูกพันใกล้ชิดคนยุคสมัยก่อนประวัติศาสตร์ประเทศไทยกับธรรมชาติทำให้มนุษย์เกิดความบันดาลใจที่จะสร้างสรรค์ลวดลายไทยขึ้นเลียนแบบธรรมชาติ คือ ลวดลายพรรณพฤกษา ลวดลายสัตว์ ลวดลายเรขาคณิต และสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ลวดลายไทยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นเป็นภูมิปัญญาของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

ลวดลายของผ้าไทยในสมัยก่อนประวัติศาสตร์

สมัยหินเก่า (500,000 - 10,000 ปี)

ยังไม่พบหลักฐานเกี่ยวกับเครื่องนุ่งห่มของมนุษย์สมัยหินเก่า มนุษย์ยุคนี้กินอาหารทั้งพรรณพืช และเนื้อสัตว์ รู้จักใช้ไฟ และยังไม่พบงานศิลปกรรมของคนยุคหินเก่าในประเทศไทย แต่จากหลักฐานเครื่องมือหินแสดงให้เห็นถึงความประณีต รักสวยรักงามของมนุษย์สมัยหินเก่าในประเทศไทย

สัตว์ดึกดำบรรพ์ยุคหินที่พบในประเทศไทย ได้แก่ ฮิปโปโปแตมัส ควาย ช้าง สเทกโกดอน กวาง วัว และหมาใน (ชิน อยู่ดี, 2514, หน้า 53) ซึ่งไม่ปรากฏหลักฐานการเขียนภาพสัตว์บนผนังถ้ำแต่อย่างใด

สมัยหินกลาง (10,000 - 7,000 ปี)

ในยุคนี้ปรากฏหลักฐานการพบกระดูกสัตว์ดึกดำบรรพ์ที่ถ้ำพระ จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ เม่น หมึกควาย เสือโคร่ง กระซู่ หมูป่า เก้ง วัวแดง และเลียงผา ส่วนที่ถ้ำผี จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบกระดูกสัตว์จำพวกวัว ค้างคาว เก้ง กวางป่า หนู สัตว์เลื้อยคลาน หมู นก กระรอก ปลาน้ำจืด และเต่า ส่วนพรรณพืชที่พบในถ้ำผี ได้แก่ สมอไทย สมอพิเภก มะกอกเกลื่อน ท้อ หมาก พลู พริกไทย แดงร้าน ถั่ว และน้ำเต้า (สุค แสงวิเชียร, 2517) ในยุคหินกลางในประเทศไทย ยังไม่ค้นพบหลักฐานภาพเขียนสีบนผนังถ้ำ พบแต่เครื่องปั้นดินเผาที่ถ้ำผี จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นเครื่องปั้นดินเผาที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย อายุประมาณ 8,000 ปี

ลวดลายของเครื่องปั้นดินเผาที่ถ้ำผี จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นหลักฐานสำคัญที่แสดงว่ามนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ในยุคหินกลางรู้จักนำเส้นใยธรรมชาติมาใช้ถักหรือทอเป็นเชือก และลวดลายดังกล่าว คือ ลายเชือกทาบ (cord marked) และลายตาข่าย (net marked)

ลวดลายตาข่ายบนเครื่องปั้นดินเผา แสดงว่ามนุษย์ยุคหินกลางรู้จักการถักตาข่ายด้วย ค่ายเป็นแหหรือสวิงขึ้นใช้จับปลา และสัตว์น้ำ ส่วนลายเชือกทาบบนผิวเครื่องปั้นดินเผา แสดงว่าจะต้องมีการทำเชือกจากใยพืชขึ้นก่อน แล้วนำไปกดให้เกิดลวดลายบนผิวภาชนะดินเผาทั้งลายตาข่าย และลายเชือกทาบที่ปรากฏบนผิวภาชนะดินเผาเป็นหลักฐานทางอ้อมว่า มนุษย์ยุคหินกลางมีการนำเส้นใยธรรมชาติมาถักทอขึ้นใช้แล้ว และอาจเป็นไปได้ว่า มีการทอผ้าแล้วในสมัยหินกลาง

สมัยหินใหม่ (4,000 ปี)

ที่บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี พบกระดูกสัตว์ คือ หมู วัว ฟาน กระต่ายป่า กวาง หมา เต่า แรด ตะกวด พญากระรอก กระรอกเงิน และจระเข้ ส่วนที่โนนนกทา จังหวัดขอนแก่น พบกระดูกสัตว์ คือ วัว เนื้อทราย ฟาน กวางป่า หมู เสือ ควาย วัวกระทิง วัวป่า สีสแดง และวัวกรูปี

ความผูกพันกับสัตว์ในยุคก่อนประวัติศาสตร์ ทำให้คนในยุคนี้สร้างสรรค์งาน ศิลปะรูปสัตว์ลงบนผนังถ้ำ อาทิ ที่ถ้ำรูป จังหวัดกาญจนบุรี พบรูปกวาง ช้าง ชะนี สุนัข เต่า และปลา ส่วนที่ถ้ำผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี พบรูปสัตว์ 2 ตัว คล้ายกระรอก เป็นต้น ที่ถ้ำเขาเจ็ญ เกาะในอ่าวพังงา ตำบลเขาป็นหยี จังหวัดพังงา มีรูปปลาโลมา ปลาทะเลอื่น ๆ และสัตว์เลื้อยคลาน (ชิน อยู่ดี, 2507, หน้า 50-51)

นอกจากนั้น มนุษย์ในยุคหินใหม่ยังได้วาดภาพเรขาคณิตลวดลายต่าง ๆ บนผนังถ้ำ เช่น ที่ถ้ำรูป จังหวัดกาญจนบุรี มีรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน สี่เหลี่ยมผืนผ้า ภายในบางรูป มีรูปสามเหลี่ยมข้าง สี่เหลี่ยมข้าง รูปสี่เหลี่ยมคางหมูข้าง ที่หัวหรือท้ายของรูปสี่เหลี่ยม ผืนผ้าบางรูปมีเส้นขีดต่อกันเป็นรูปคล้ายบันไดก็มี คล้ายปากหรือเครื่องดักปลาก็มี นอกจากนั้น ยังมีวงกลม ภายในวงกลมมีเส้นโค้งก็มี เส้นขีดขวางวงกลมก็มี (น่าจะเป็น ลายดอกไม้สี่กลีบ) มีรูปคล้ายกากบาท เป็นเส้นหยักไปหยักมา และรูปคล้ายบั้งหรือ ก้างปลา เป็นต้น ที่ถ้ำลายบนภูพาน จังหวัดอุดรธานี มีรูปสี่เหลี่ยม และรูปเส้นวกไปมา ติดต่อกัน ส่วนลวดลายที่น่าสนใจพบที่ถ้ำผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี มีรูปเรขาคณิต คล้ายประแจ บางลายคล้ายรูปเต่าเตี้ย (Tao Tieh) แบบสมัยราชวงศ์ซางตอนปลาย นอกจากนั้น มีรูปคล้ายกลีบดอกไม้ รูปเปลวไฟ และลายก้นหอย

ส่วนภาพเขียนสีบนผนังถ้ำที่สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสัตว์อยู่ที่ ภูปลาร้า จังหวัดอุทัยธานี คือ ภาพคนจูงวัว มี 2 ภาพ นอกจากนั้นก็ยังมีภาพคนอาจเป็นมนุษย์วานรอยู่ในท่าของ 3 ตัวเรียงกัน ภาพคนกำลังทำท่าเต้นรำหรือประกอบพิธีกรรมบางอย่าง ภาพสัตว์ที่พบมีลักษณะคล้ายเต่า กบ และนก (วิยะดา ทองมิตร และบังอร กรโกวิท, 2522) ภาพคนสวมหัวคล้ายนกมีปากแหลม และขนนกบนศีรษะ มีหางนกประดับกำลังเต้นระบำ ประกอบพิธีกรรมดังกล่าว สันนิษฐานว่าสวมหัวนกยูง กำลังฟ้อนนกยูง เพื่อประกอบพิธีกรรมบางอย่างคล้ายคลึงกับคนที่เขาจันทรงาม จังหวัดนครราชสีมา

ภาพเขียนสีบนผนังถ้ำที่ปรากฏหลักฐานลวดลายบนผืนผ้า อยู่ที่ถ้ำผีหัวโต จังหวัดกระบี่ พบภาพเขียนลายเส้นรูปคนสมบูรณ์ 22 ภาพ และอีก 6 ภาพ ไม่สมบูรณ์นัก ในบรรดาภาพ 13 ภาพที่เขียนเป็นรูปคล้ายคนสวมเสื้อผ้า และมีลวดลายประดับนั้น ลวดลายที่ตกแต่งไม่เหมือนกัน บางลายเป็นจุด ๆ ประดับ บางลายเป็นลายซิกแซ็ก บางลายเป็นลายบั้งใหญ่ ๆ นอกจากนั้น ยังมีเขียนลวดลายคล้ายเปลือกหอยกลม ๆ ภาพเขียนรูปคนจำนวนคนเกือบครึ่งมีลายเหมือนลูกโป่งอยู่บนด้านซ้ายของแขน (ดักลาส แอนเดอร์สัน และพรชัย สุจิตต์, 2523) ที่เพดานถ้ำในห้องหนึ่งพบภาพคนสวมหัวสัตว์ และมีหน้าแหลมคล้ายนก และสวมเสื้อผ้าชุดยาวลายขวางคลุมตั้งแต่ศีรษะจนกรอมเท้า ลวดลายเสื้อผ้าเป็นลายขวาง คล้ายการทอมัดหมี่เส้นยัด คนสวมหัวสัตว์ดังกล่าวน่าจะเป็นคนสวมหัวกวาง และมีหน้าแหลมคล้ายนก ดังที่ปรากฏในภาพเขียนที่เขาจันทรงาม จังหวัดนครราชสีมา (พัฒนร์พี ขันธกาญจน์, 2526)

ยุคสมัยของผ้าไทย

ประมาณพุทธศตวรรษที่ 18 กลุ่มชนชาติไทยได้รวมตัวกันเป็นราชอาณาจักรในอาณาบริเวณต่าง ๆ ของประเทศไทย ปัจจุบันอาณาจักรล้านนา อยู่ในบริเวณภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ พะเยา แพร่ น่าน ลำปาง ลำพูน แม่ฮ่องสอน มีการขายผ้าอย่างกว้างขวาง ทั้งที่ทอใช้เอง และส่งเป็นสินค้าไปขายยังราชอาณาจักรใกล้เคียง เช่น ผ้าสีจันทร์ขาว ผ้าสีจันทร์แดง ผ้าสีดอกจำปา ผ้ากัมพล ผ้าสำหรับพระภิกษุสงฆ์ เช่น จีวร ผ้ารัดประคด ฯลฯ

อาณาจักรสุโขทัย ตั้งอยู่บริเวณตอนบนของภาคกลาง มีการทอผ้าหลายชนิด เช่น ผ้าเบญจรงค์ ผ้าสกุลพัสดร์ ผ้าเล็กหลบ ผ้าหลบ ผ้ากรอบ เชื่อกันว่าผ้าที่ประชาชนทั่วไปใช้สอยนั้นทอกันนอกเมืองสุโขทัย ส่วนผ้าชั้นในราชสำนักมีช่างหลวงเป็นผู้ทอ และสั่งซื้อจากต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน อินเดีย และเปอร์เซีย

สมัยกรุงศรีอยุธยารุ่งเรือง มีการสั่งผ้าจากต่างประเทศเข้ามาใช้ในราชสำนัก และสั่งเข้ามาขายให้กับประชาชนมากกว่าสมัยสุโขทัย เช่น ผ้าไหม ผ้าแพรจากจีน ผ้าพิมพ์จากอินเดีย ผ้าปุมจากเขมร ผ้าคานินิส ผ้าลาดินลี ผ้าบิราเบล ผ้าทันตา ผ้าชุกโตส จากยุโรป นอกจากนี้ ยังมีผ้าพิมพ์ลาย ผ้าปักไหม และปักคิ่น ผ้าเหล่านี้ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของกษัตริย์ และเจ้านายในราชสำนัก และใช้เป็นเครื่องตกแต่งราชสำนัก และอาคารบ้านเรือน ในสมัยอยุธยาเกิดแหล่งค้าผ้า และตลาดจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์ ในการทอผ้าตามย่านต่าง ๆ ของกรุงศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางการค้าผ้า เรียกได้ว่าเป็นยุคทองของการค้าผ้าทีเดียว

นอกจากนี้ ผ้ายังมีบทบาทสำคัญหลายประการ เช่น เสื้อผ้าที่ประชาชนสวมใส่ จะบ่งบอกฐานะทางสังคมเป็นบรรณาการระหว่างประเทศ เป็นเครื่องกำหนดตำแหน่งของผู้สวมใส่ ผ้าบางชนิดใช้เฉพาะพระมหากษัตริย์ และเจ้านายชั้นสูง บางชนิดใช้เฉพาะขุนนาง เช่น ผ้าสมปักปุม สมปักล่อง จวน สมปักลาย สมปักริ้ว เป็นต้น นอกจากนี้ ผ้ายังใช้เป็นบำเหน็จรางวัลแก่ข้าราชการ เป็นเครื่องปูนบำเหน็จต่างเงินเดือน เรียกว่า ผ้าหวัดรายปี และผ้าในราชสำนักลักษณะต่าง ๆ ได้รับการถ่ายทอดถึงกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นด้วย

สมัยกรุงธนบุรี และกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น การทอผ้า และซื้อขายผ้า เนื่องจากยุคนั้นยังมีศึกสงคราม อยู่ในช่วงการฟื้นฟูประเทศ มีหลักฐานปรากฏว่าทางหัวเมืองทางใต้ มีการเกณฑ์ช่างทอผ้าจากไทรบุรีเข้ามาสอนคนพื้นเมืองที่จังหวัดสงขลา และจังหวัดนครศรีธรรมราช ทอผ้ายกจนมีชื่อเสียงจนถึงปัจจุบัน

ในสมัยรัชกาลที่ 3 ปรากฏผ้าใช้ในราชการหลายชนิด เช่น ผ้าเข้มขาบ ผ้าเตล็ด ผ้าเยียรบับ ผ้าสมนั๊ก (ผ้าสองนั๊กหรือถมปัก) ในช่วงกรุงรัตนโกสินทร์นั้น ปรากฏชื่อผ้าชนิดต่าง ๆ ที่ประชาชนใช้ทั่วไปหลายชนิด เชื่อว่ามีคุณภาพ สีสันลวดลาย อยู่ในเกณฑ์ดีกว่าตามฐานะ เช่น ผ้าตาบัวปอก ผ้าดอกสน ดอกเทียน ผ้าตาเล็ดงา ผ้าตามะกล่ำ ผ้าตาสมุก

สมัยรัชกาลที่ 4 ชุนนาง และข้าราชการสำนักสงฆ์ เสื้อแพร และเสื้อกระบอก ผ้าขาว แต่ธรรมเนียมการใช้ผ้าก็ยังมีได้เปลี่ยนแปลงมากนัก

สมัยรัชกาลที่ 5 มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ผ้า และธรรมเนียมการแต่งกายของ ข้าราชการให้เล็กลงผ้าปวม แต่ให้ใช้ผ้าม่วงสีน้ำเงินแก่แทน มีการพระราชทานเสื้อให้ ตามยศ ตำแหน่ง ซึ่งมักเป็นผ้าแพรสีต่าง ๆ แบ่งตามกระทรวง กรมที่สังกัด การแต่งกาย พัฒนาไปตามแบบยุโรปมากขึ้น สำหรับสตรีนิยมแต่งกายแบบฝรั่งเสื้อขาวแขนยาว ชายเสื้อแค่อว ห่มแพร สไบเฉียงผ่านอกเสื้อ หรือบางทีห่มคาด สวมถุงน่อง รองเท้าบุท เป็นต้น ในช่วงรัชกาลที่ 4 - 5 นี้ ผ้าพิมพ์ลายจากอินเดียกลับมานิยมอีกครั้ง มีการส่งผ้า ที่ออกแบบลวดลายแล้วไปให้อินเดียพิมพ์ลายเรียกว่าผ้าลายอย่าง ต่อมาอินเดียพิมพ์ลาย ไม่เหมือนแบบที่ส่งไปเรียกว่า ผ้าลายนอกอย่าง จากความนิยมนี้จึงมีการผลิตผ้าพิมพ์ลาย ขึ้นมาใช้เองในปี 2475 และเป็นต้นแบบการพิมพ์แบบสกรีน (Screen Printing) มีการเปิด โรงงานผลิตผ้าพิมพ์ ประชาชนจึงพัฒนาการนุ่งผ้าโจงกระเบนแบบโบราณมาเป็นการนุ่ง ผ้าโจงกระเบนผ้าลาย และนุ่งซิ่นหรือนุ่งผ้าลายไทยในสมัยรัชกาลที่ 6

การแต่งกายยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองหรือยุควัตถุนิยม มีการแต่งกาย โดยใช้ผ้าจากต่างประเทศมากขึ้น แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงเพียงช่วงระยะเวลาอันสั้น เท่านั้น

รัชกาลที่ 8 การแต่งกายในราชสำนักเปลี่ยนแปลงจากการใช้ผ้าราคาสูงที่ต้องใส่ ค่ายเสี้ยนเงินทอง มาใช้ผ้าที่มีลักษณะเรียบง่าย และยังนิยมใช้ผ้าไหม

รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ซึ่งสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงให้ ความสนพระทัยในกิจการทอผ้าพื้นเมือง และทรงให้การสนับสนุนส่งเสริมให้มีการทอผ้า พื้นเมืองเป็นที่สวยงาม โดยทรงเป็นผู้นำในการใช้ผ้าพื้นเมืองฉลองพระองค์ทั้งในขณะที่ ประทับในประเทศ และในวโรกาสเสด็จเยือนต่างประเทศ ทำให้ผ้าพื้นเมืองของไทยได้มี โอกาสอวดโฉมต่อสายตาของชาวโลก และสำหรับในประเทศก็ทำให้ความนิยมในผ้าไทย ทั้งใหม่ และฝ้ายกลับฟื้นคืนชีพขึ้นมาอีก และกำลังเจริญเติบโตอย่างงดงาม (ยุคสมัยของ ผ้าไทย, 2566, ระบบออนไลน์)

สมเด็จพระนางเจ้าสุทิดา พัชรสุธาพิมลลักษณ พระบรมราชินี ทรงสืบสาน รักษา ต่อยอด “งานผ้าไทย” สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนี พันปีหลวง ทรงประกอบพระราชกรณียกิจน้อยใหญ่เป็นที่ประจักษ์ ทรงพระปรีชา สามารถเป็นเลิศ และทรงมีพระราชหฤทัยมุ่งมั่นที่จะสนองพระราชปณิธานของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในการสืบสาน รักษา และต่อยอดพระราชกรณียกิจของ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนี พันปีหลวง โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานด้านการพัฒนาผ้าไหมไทย และผ้าพื้นเมืองของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนี พันปีหลวง

ซึ่งสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี ได้เสด็จพระราชดำเนินไปทอดพระเนตร ผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมในภูมิภาคต่าง ๆ และพระราชทานพระราชดำริเพื่อให้ราษฎร สามารถผลิต พัฒนา และจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมได้อย่างแพร่หลาย ทรงเป็นแบบอย่าง ในการฉลองพระองค์ด้วยผ้าไหม และผ้าพื้นเมือง ในงานพระราชพิธี และในการปฏิบัติ พระราชกรณียกิจต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

ฉลองพระองค์ที่ออกแบบอย่างงดงามนั้น นอกจากจะสื่อความหมายถึงแหล่งผลิต ผ้าไหม และผ้าพื้นเมือง ตลอดจนสถานที่ที่เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเยี่ยมราษฎรแล้วนั้น ยังสะท้อนให้เห็นถึงน้ำพระราชหฤทัยอันลึกซึ้งที่ทรงเห็นคุณค่าของผ้าไหมไทย และ ผ้าพื้นเมือง ด้วยทรงสนับสนุนการทอผ้าไหม การพัฒนาผ้าไหมไทย และผ้าพื้นเมืองต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

วันที่ 1 สิงหาคม 2562 พระองค์มีพระราชดำรัสในงานวันสตรีไทยว่าจะทรงสืบสาน รักษา และต่อยอด พระราชปณิธานแห่ง สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนี พันปีหลวง “วันนี้เป็นที่ประจักษ์อย่างแน่ชัดว่า งานผ้าไทยซึ่งเป็นงาน รักษาเอกลักษณ์วัฒนธรรมของชาติ สืบสานภูมิปัญญาของคนในแผ่นดิน ทั้งยังสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ ไม่ว่าพระองค์จะเสด็จแห่งหนไหนของประเทศ พระองค์ทรง มีพระบรมราชานุญาตให้ชาวโอท็อปที่ทำผลิตภัณฑ์ผ้าไปจำหน่าย”

นอกจากนี้ ยังเป็นแบบอย่างทรงฉลองพระองค์ในชุดผ้าไทยสวยงามทุกครั้งที่เสด็จออกงานกับพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พวกเราจะได้เห็นผ้าไทยที่มีความสวยงามในทุกฉลองพระองค์ ทั้งยังมีรูปแบบใหม่ที่ทรงเป็นแบบอย่าง คือ กระเป๋าทรงถือผ้าไทยที่ออกแบบสวยงาม เป็นพระมหากรุณาธิคุณต่อปวงชนชาวไทยอย่างหาที่สุคติได้”

ทรงเป็นต้นแบบในการใส่ผ้าไทย จากพระราชดำรัสในวันที่ 1 สิงหาคม เป็นที่ชัดเจนว่าพระองค์มีพระราชปณิธานที่จะรักษา สืบสาน และต่อยอดในเรื่องผ้าไทย ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ เอกลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาของคนไทย ทั้งโลกที่มี 200 กว่าประเทศ มีเพียง 20 กว่าประเทศที่มีผ้าเป็นของตัวเอง หนึ่งในนั้นคือผ้าไทย

นับเป็นพระมหากรุณาธิคุณที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงรื้อฟื้นผ้าไทยที่หายไปแล้วกว่า 70 ปี วันนี้ได้กลับคืนสู่สังคมไทย และด้วยพระราชปณิธานอันแน่วแน่ของสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินี ที่ทรงรักษา สืบสาน และต่อยอด ก็จะเชื่อมั่นได้ว่าประเทศไทยของเรา กลุ่มทอผ้าทั้งหลาย ก็จะมีผ้าไทยเป็นเอกลักษณ์ เป็นวัฒนธรรม ภูมิปัญญา อาชีพ และรายได้ที่ยั่งยืน (สมเด็จพระราชินี ทรงสืบสาน รักษา ต่อยอด “งานผ้าไทย” สมเด็จพระพันปีหลวง, ระบบออนไลน์)

ความเป็นมาของผ้ามัดหมี่ลายขอ

สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ในครั้งที่สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา เสด็จเป็นองค์ประธานในงาน OTOP City 2020 ทรงมีพระดำรัสความว่า “ข้าพเจ้าได้มีโอกาสตามเสด็จสมเด็จพระพันปีหลวง มาตั้งแต่เด็ก ได้เห็นท่านทรงงานและรับรู้ถึงความทุ่มเทของพระองค์ท่านในการอนุรักษ์ ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน และสืบสานภูมิปัญญาไทยมาโดยตลอด เห็นการสร้างงาน สร้างรายได้ ให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคง ข้าพเจ้ามีความตั้งใจจะสืบสานพระราชปณิธาน โดยข้าพเจ้าได้นำประสบการณ์การทำงาน การศึกษา เดินทางไปชมผ้าไทย และงานหัตถกรรมพื้นบ้านตามภาคต่าง ๆ ทำให้เห็น ผลงานที่สามารถนำมาพัฒนาให้ร่วมสมัย และเป็นสากลได้ จากการค้นคว้า เก็บข้อมูล ลงพื้นที่จริง ข้าพเจ้าจึงได้ออกแบบลายผ้ามัดหมี่ มอบให้ช่างทอผ้าเป็นของขวัญปีใหม่ โดยออกแบบลายให้มีความหมายถึงการส่งมอบความรัก ความสุข ให้ชาวไทยทุกคน

เป็นการจุดประกายความคิดในการพัฒนาลายผ้า ออกแบบให้ร่วมสมัย ใช้ได้จริงในหลายโอกาส” (“สืบสาน อนุรักษ์ศิลป์ผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน” ศูนย์พัฒนาต่อยอดมรดกภูมิปัญญาผ้าไทย, ระบบออนไลน์)

สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ทรงออกแบบลายมัดหมี่พระราชทานช่างทอผ้า ชื่อลาย “ผ้ามัดหมี่ลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ” ที่ทุกลวดลายเปี่ยมไปด้วยความหมาย อาทิ

1. ลาย S หมายถึง Sirivannavari
2. ลาย S จำนวน 10 แถว หมายถึง พระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10
3. ลายเชิงผ้ารูปหัวใจ หมายถึง ความรักที่พระองค์มีต่อประชาชนชาวไทยทุกคน (Eternal Love)

ลวดลายของผ้าไทย

ลวดลายของผ้าไหมล้วนมีที่มา และมีชื่อเรียกเฉพาะตัวจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของลายนั้น ๆ ที่มาของลายผ้าไทยส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของผู้สร้างสรรค์งาน ดังนี้ (สิริบุญญา หาญไชยนะ, 2545, หน้า 22-29)

1. อิทธิพลความเชื่อทางศาสนา และสิ่งประติษฐาน โดยนำเอาลักษณะส่วนประกอบต่าง ๆ ภายในวัดมาประติษฐานเป็นลวดลายผ้าไทย เช่น ลายปราสาท ลายต้นสน ลายขอหัววงใหญ่ และลายขอเครือ เป็นต้น
2. อิทธิพลจากสัตว์ โดยประติษฐานลวดลายที่เกี่ยวกับสัตว์ เช่น ลายม้าน้ำ ลายผีเสื้อ ลายนกยูง และลายช้าง เป็นต้น
3. อิทธิพลจากพืช โดยประติษฐานลวดลายที่เกี่ยวกับพืชต่าง ๆ เช่น ลายหมากจับ ลายดอกสร้อย ลายดอกแก้ว ลายดอกจัน ลายดอกพิกุล และลายดอกกุหลาบ เป็นต้น
4. อิทธิพลจากสิ่งของเครื่องใช้ ลายเรขาคณิต และสิ่งของเบ็ดเตล็ด ได้แก่ ลายขิด ลายข้อตรง ลายหมี่ขอล่าย ลายโคมไฟ และลายโทรศัพท์ เป็นต้น

เนื่องจากเส้นไหมเป็นเส้นใยของสัตว์ที่มีความสวยงามเป็นพิเศษอยู่ในตัว ดังนั้นเมื่อทอออกมาแล้วจะได้ผ้าที่สวยงามเป็นเงาวาวจับตาผู้พบเห็น นอกจากความสวยงามในตัวเส้นไหมแล้ว ชาวบ้านในอดีตช่วยกันสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมบนผืนผ้าไหมอีกด้วย ศิลปะนี้ทำให้เกิดเทคนิคการทอ และลวดลายบนผืนผ้าไหมแบบต่าง ๆ มากมายหลายแบบ ตั้งแต่เป็นผืนผ้าธรรมดา ผ้าลายทางหรือลายตาราง ผ้าหางกระรอก ผ้ายกดอก ผ้าขิด ผ้าจก ผ้าลายน้ำไหล ผ้าแพรวา และผ้ามัดหมี่ ศิลปะบนลายผ้าไหมแต่ละแบบล้วนใช้เทคนิคในการทอที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ (ศิริ ผาสุก, 2544, หน้า 13)

การทอผ้าแบบพื้นบ้านพื้นเมืองในภูมิภาคต่าง ๆ ในปัจจุบันการทอผ้าพื้นบ้านพื้นเมืองหลายแห่งยังทอลวดลายสัญลักษณ์ดั้งเดิม โดยเฉพาะในชุมชนที่มีเชื้อสายชาติพันธุ์ บางกลุ่มที่กระจายตัวกันอยู่ในภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย ศิลปะการทอผ้าของกลุ่มชนเหล่านี้จึงนับว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มอยู่จนถึงทุกวันนี้ หากจะแบ่งผ้าพื้นเมืองของกลุ่มชนเหล่านี้ตามภาคต่าง ๆ เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น แบ่งได้ดังนี้ (ศิลปะการทอผ้าพื้นเมืองของไทยในปัจจุบัน, 2554, ระบบออนไลน์)

1. การทอผ้าในภาคเหนือแถบล้านนาไทย
2. การทอผ้าในภาคกลาง ในภาคกลางตอนบน
3. การทอผ้าในภาคอีสาน
4. การทอผ้าในภาคใต้

ลวดลาย และสัญลักษณ์ในผ้าไทย ผ้าพื้นเมืองของไทยที่ทอกันตามท้องถิ่นต่าง ๆ ในปัจจุบันนี้ เต็มไปด้วยลวดลาย และสัญลักษณ์ต่าง ๆ มากมาย ซึ่งผู้ใช้ผ้าในยุคปัจจุบันอาจไม่เข้าใจความหมาย และมองไม่เห็นคุณค่า ลวดลาย และสัญลักษณ์เหล่านี้บางลายก็มีชื่อเรียกสืบต่อกันมาหลายชั่วอายุคน บางชื่อก็เป็นภาษาท้องถิ่น ไม่เป็นที่เข้าใจของคนไทยภาคอื่น ๆ เช่น ลายเอี้ย ลายบักจัน ฯลฯ บางชื่อเรียกกันมาโดยไม่รู้ประวัติ เช่น ลายแมงมุม ลายปลาหมึก ซึ่งแม้แต่ผู้ทอก็อธิบายไม่ได้ว่าทำไมจึงเรียกชื่อนั้น บางลวดลายก็มีผู้ตั้งชื่อให้ใหม่ เช่น ลาย “ขอพระเทพ” เป็นต้น สัญลักษณ์ และลวดลายบางอย่างก็เชื่อมโยงกับคติ และความเชื่อของคนไทยพื้นบ้านที่นับถือสืบต่อกันมาหลาย ๆ ชั่วอายุคน และสามารถเชื่อมโยงกับลวดลายที่ปรากฏอยู่ในศิลปะอื่น ๆ เช่น บนจิตรกรรมฝาผนัง สถาปัตยกรรม หรือบางทีก็มีกล่าวถึงในตำนานพื้นบ้าน และในวรรณคดี เป็นต้น

เทคนิคการทอผ้า

1. การทอลายจิด คือ การคัดเก็บยกเส้นด้ายยืนพิเศษ ให้เกิดเป็นลวดลายแล้วสอดเส้นด้ายพุ่งไปตลอดแนวของความกว้างของหน้าผ้าทำให้เกิดลายจิดในแต่ละแถวเป็นลายจิดสีเดียวกัน

2. การยก เป็นเทคนิคการทอยกทำให้เห็นเด่นชัด มีลักษณะคล้ายกับการทอลายจิด แต่ใช้เส้นพุ่งพิเศษ เช่น ไหม ดิ้นเงิน ดิ้นทอง มีชายมีเชิง ขึ้นตอนยุ่งยากกว่าผ้าทอลายจิดมาก

3. การจก เป็นเทคนิคการทอลวดลายบนผืนผ้า ด้วยวิธีการเพิ่มด้ายพุ่งพิเศษเข้าไป ขณะที่ทอเป็นช่วง ๆ ไม่ติดต่อกันตลอดหน้ากว้างของผ้ากระทำโดยใช้ไม้หรือขนเม่น หรือนิ้วมือยก หรือจกด้วยเส้นด้ายยืนขึ้น แล้วสอดเส้นด้ายพุ่งพิเศษต่อไปตามจังหวะของลวดลายสามารถสลัปลีได้หลากหลายลี

4. การทอลายน้ำไหล เป็นเทคนิคการทอแบบลายขัดธรรมดาแต่ใช้ด้ายหลากสีพุ่งเกาะเกี่ยวกันเป็นช่วง ๆ ให้เกิดจังหวะของลายน้ำไหลเป็นลักษณะเฉพาะของชาวเมื่อน่าน เรียกกรรมวิธีการทอนี้ว่า “ล้วง” แต่ชาวไทลื้อ อำเภอเชียงของ และอำเภอเชียงคำ จังหวัดเชียงราย เรียกว่า “เกาะ” เทคนิคนี้อาจดัดแปลงพัฒนาเป็นลายอื่น ๆ เรียกว่า ลายผักแว่น ลายจรวด ฯลฯ เป็นต้น

5. การยกมุก เป็นเทคนิคการทอโดยใช้เส้นด้ายยืนพิเศษเพิ่มบนที่ทอผ้าลายยกบนผ้า เกิดจากการใช้ตะกอลอยยกเส้นด้ายยืนพิเศษ ลวดลายที่เกิดจากเทคนิคนี้คล้ายกันมากกับลวดลายที่เกิดจากเทคนิคจิด จก แต่จะแยกไม่ได้เลยสำหรับผู้ที่ไม่เข้าใจเรื่องเทคนิคการทอผ้าที่ลึกซึ้ง ชาวไทยพวน ที่ตำบลหาดเสี้ยว จังหวัดสุโขทัย และที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ใช้เทคนิคนี้ในการทอ ส่วนที่เป็นตัวขึ้น บางครั้งอาจจะนำเชิงขึ้นมาต่อเป็นตีนจก เรียกว่า ขึ้นมุก

6. การมัดหมี่ เป็นเทคนิคการมัดเส้นด้ายพุ่งหรือเส้นด้ายยืน ให้เป็นลวดลายด้วยเชือกกล้วยหรือเชือกฟางก่อนนำไปย้อมสีแล้วกรอด้วยให้เรียงตามลวดลาย ร้อยใส่เชือกแล้วนำมาทอจะได้ลายมัดหมี่ที่เป็นทางกว้างของผ้า เรียกว่า มัดหมี่เส้นด้ายพุ่ง ซึ่งเป็นที่นิยม ในบ้านเรามีการทำผ้ามัดหมี่เส้นด้ายยืนบ้างในบางจังหวัด เช่น จังหวัดเชียงใหม่

แม่ฮ่องสอน ราชบุรี เพชรบุรี ส่วนใหญ่เป็นผ้าขาวเขา บางพื้นใช้การทอสลักกับลายขีด ซึ่งช่วยเพิ่มความวิจิตรงดงามให้แก่ผืนผ้า (วิธีการทอผ้า, 2551, ระบบออนไลน์)

ลวดลายผ้าทอ

ลวดลายผ้าเป็นสัญลักษณ์ที่แตกต่างจากสัญลักษณ์ในพิธีกรรม เพราะลวดลายผ้าสร้างความหมายให้แก่โลกสามัญ ในขณะที่สัญลักษณ์ในพิธีกรรมสร้างความหมายให้แก่โลกศักดิ์สิทธิ์ หากแต่สัญลักษณ์ต่างก็มุ่งให้การสื่อ และแสดงออกเหมือนกัน ลวดลายเป็นสิ่งสำคัญที่สร้างคุณค่า และความแตกต่างเชิงความงามให้กับผ้า (ชนิดา ตั้งถาวรศิริกุล, 2541, หน้า 121) เป็นการรับรู้เชิงสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกของมนุษย์ และลวดลายผ้ายังแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ในอดีตการผลิตลวดลายผ้าสามารถจำแนกความเป็นหญิงและชายได้ โดยถูกกำหนดให้มีรูปแบบประเภทของผ้าที่ต่างกัน คือ ผู้ชายจะใช้ผ้าขาวม้า ผ้าโสร่ง กางเกงที่แสดงถึงลักษณะของความเป็นชาย ส่วนผู้หญิงจะมีผ้าซิ่นที่แสดงความเป็นหญิง และลวดลายผ้ายังเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นผู้หญิง คือ ผู้หญิงอีสานนั้น นิยมนุ่งซิ่นหรือผ้าซิ่น ซึ่งนับเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญโดยจะทอผ้าให้มีลวดลายแตกต่างกันออกไปเพื่อใช้สำหรับทำผ้าซิ่นตามกรรมวิธีการทอ และลวดลายของผ้าทอเกิดจากการลอกเลียนแบบธรรมชาติ หรือตามจินตนาการของผู้ทอ ซึ่งลวดลายจะบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ ภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นที่ถ่ายทอดออกมาผ่านลวดลายได้ และลวดลายบนผ้าทอเป็นงานศิลปะที่มีความละเอียด งดงาม เป็นสิ่งสะท้อนวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชน และสังคมของผู้สวมใส่ได้เป็นอย่างดี การออกแบบลวดลายผ้าทอในภาคอีสาน ช่วงทอผ้าจะจดจำลวดลายที่สืบทอดกันต่อมา บางลวดลายก็เป็นแบบพื้น ๆ เรียบง่าย บางลวดลายก็ซับซ้อนทั้งลวดลาย และหลากสี การที่สามารถออกแบบลวดลายได้ซับซ้อนหลากสีนั้น เป็นการแสดงฝีมือของผู้ทอ ในอดีตภาคอีสานนั้นจึงพยายามแข่งขันประชันความประณีต ความงามของลวดลายผ้ากันด้วย และโครงสร้างของลวดลายเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างเส้น และหน่วยลาย แต่ละหน่วยลายประกอบขึ้นอย่างมีแบบแผน กฎเกณฑ์กำหนดการจัดระเบียบลวดลาย เริ่มต้นจากส่วนที่เล็กที่สุดขยายเพิ่มเติมจนกลายเป็นหน่วยลายขนาดใหญ่ วิธีการขยายลวดลายนั้นมีด้วยกัน 2 แนวทาง คือ การขยายลวดลายในแนวตั้ง และแนวนอน การขยายลวดลายในแนวนอนมีลักษณะ

ไม่ซับซ้อนด้วยการซ้ำลวดลายเดียวกันทั้งแถว ทั้งส่วนภาพ ขนาด และสี วิธีการนี้เป็นวิธีหลักในการสร้างโครงสร้างหน่วยลาย จากหน่วยลายกลายเป็นแถวลวดลาย และสัญลักษณ์ในผ้าไทยมีมากมาย บางลายก็มีชื่อเรียกสืบต่อกันมาหลายชั่วอายุคน บางชื่อก็เป็นภาษาท้องถิ่น ไม่เป็นที่เข้าใจของคนไทยในภาคอื่น ๆ บางลายก็เป็นชื่อที่เรียกกันมาโดยไม่รู้ประวัติ รวมถึงบางลายก็มีการคิดค้นขึ้นใหม่ ในสารานุกรมไทยได้ให้รายละเอียดลวดลายต้นแบบ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ลาย ดังนี้

1. ลายเส้นตรงหรือเส้นขาด ในทางตรงยาวหรือทางขวางเส้นเดียวหรือหลายเส้นขนานกัน ลายเส้นตรงทางขวางเป็นลายผ้าที่ใช้กันทั่วไปในแถบล้านนาไทยมาแล้วแต่โบราณ จะเห็นได้จากจิตรกรรมวัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน และวิหารลายคำ วัดพระสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ ลายเส้นตรงทางยาว มักพบในผ้าถุงของคนไทยกลุ่มลาวโซ่ง ลาวพวน เป็นต้น ในภาคอีสานลายเส้นตรงยาวสลับกับลายอื่น ๆ จะปรากฏอยู่ในผ้ามัดหมี่ทั้งไหมและฝ้าย บ่อยครั้งเราจะพบผ้ามัดหมี่อีสานเป็นลายเส้นต่อ ที่มีลักษณะเหมือนฝนตกเป็นทางยาวลงมา หรือที่ประดับอยู่ในผ้าตีนจกเป็นเส้นขาดเหมือนฝนตก หรือลายเส้นขาดขวางเหมือนเป็นทางเดินของน้ำ เป็นต้น

2. ลายพื้นปลา ลายนี้ปรากฏอยู่ตามเชิงผ้าของตีนจก และผ้าจิด ตลอดจนเป็นลายเชิงของชิ้นมัดหมี่ของผ้าที่ทอในทุก ๆ ภาคของประเทศไทย ชาวบ้านทางภาคอีสานเรียกว่า “ลายเอี้ย” ลายพื้นปลา อาจจะมีปรากฏในลักษณะทางขวางหรือทางยาวก็ได้ บ้างจะพบผ้ามัดหมี่ที่ตกแต่งด้วยลายพื้นปลาทั้งผืนก็มี นอกจากนี้ผ้าของชาวเขาเผ่าม้งทางภาคเหนือ จะใช้ลายพื้นปลาประดับผ้าเป็นส่วนใหญ่

3. ลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนหรือลายกากบาท เกิดจากการจัดเส้นตรงทางเฉียงหลาย ๆ เส้นตัดกันทำให้เกิดกากบาท หรือตารางสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนหลาย ๆ รูปติดต่อกัน ลายนี้พบอยู่บนผ้าจก ผ้าจิด และผ้ามัดหมี่ โดยทั่วไปทุกภาคของไทย

4. ลายขดเป็นวงเหมือนกันหอย หรือตะขอ ลายนี้พบอยู่ทั่วไปเช่นกัน บนผ้าจก ผ้าจิด และผ้ามัดหมี่ของทุกภาค ชาวบ้านภาคเหนือ และภาคอีสานเรียกว่า “ลายผักกูด” เป็นชื่อของพืชตระกูลเฟิร์นชนิดหนึ่งในซาราวัคของประเทศมาเลเซีย เรียกว่า “ลายผักกูด” เช่นกัน จากลวดลายต้นแบบข้างต้นได้มีการพัฒนาประดิษฐ์เสริมต่อจนเป็นรูปร่างที่ชัดเจนขึ้น สามารถเข้าใจความหมายที่ต้องการสื่อได้มี 4 แบบ ดังนี้

4.1 จากเส้นตรง/เส้นขาด มีการพัฒนาขึ้นมาเป็นลายที่เกี่ยวกับน้ำ และความอุดมสมบูรณ์ต่าง ๆ ในชุมชนเกษตรกรรม

4.2 ลายพื้นปลา ได้มีการพัฒนาเป็นรูปต่าง ๆ

4.3 กากบาท และขนมเปียกปูน มีการพัฒนาเป็นรูปลายต่าง ๆ รูปขนมเปียกปูนภายในบรรจุรูปดาว 8 เหลี่ยม และภายในของดาว 8 เหลี่ยม มักจะมีกากบาทเส้นตรงอยู่หรือบางทีก็ย่อลงเหลือขนมเปียกปูน กากบาทนั้นเป็นลายที่พัฒนาที่พบเห็นบ่อย ๆ ในดินจก และขีดของล้านนา และในมัดหมี่ของภาคอีสาน นอกจากนี้ ยังพบในผ้าของหลายประเทศ เชื่อกันว่าลวดลายดังกล่าวเป็นสัญลักษณ์ของดวงอาทิตย์หรือโคมไฟ ในภาคอีสานเรียกขานนี้ในผ้ามัดหมี่ว่าลายโคม ลายนี้มีลักษณะขนมเปียกปูนผสมกับลายขอหรือขนมเปียกปูน มีขายื่นออกมา 8 ขา พบในผ้าดินจกหรือขีด และมัดหมี่เรียกชื่อต่างกันต่าง ๆ เช่น ลายแมงมุม หรือลายปลาหมึก บางทีลายนี้อาจจะมีขาเพียง 4 ขา เรียกว่าลายปู ปรากฏบนผ้ายกดอกหรือผ้ามัดหมี่ ซึ่งบางแห่งนิยมเรียกว่า ลายดอกแก้วหรือลายดอกพิกุล

4.4 ลายตัวขอหรือกันหอย ได้มีคนนำมาเป็นลายต่าง ๆ เช่น ลายนี้ปรากฏอยู่ทั่วไปบนผ้าจก และขีดของไทยลื้อในภาคเหนือ และบนลายมัดหมี่ของภาคอีสานมักจะเรียกว่า ลายขอ หรือขอนาค เพราะต่อ ๆ มาพัฒนาเป็นลายนาคเกี่ยว หรือลายนาคชูสน นอกจากนี้ ยังมีลายหมี่ประยุกต์ โดยนำแม่ลายมาประยุกต์เป็นลายต่าง ๆ เมื่อทอเป็นผ้าแล้วจะเรียกว่าผ้าหมี่ลวด หรือหมี่ตา และเรียกชื่อลวดลายตามลักษณะที่ปรากฏ เช่น ลายโคมห้า ส่วนลายที่เป็นข้อจะเรียกว่าผ้าหมี่ข้อ เป็นต้น

ที่มาของลวดลาย

ที่มาของลวดลายบนผืนผ้าในทุกท้องถิ่นมักจะมาจากสาเหตุ ดังต่อไปนี้ (สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2562, หน้า 34-46)

1. เกิดจากอิทธิพลความเชื่อในพุทธศาสนา เนื่องจากศาสนามีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของชาวอีสาน ช่างทอจึงได้แรงบันดาลใจจากงานศิลปกรรมของโบสถ์วิหาร มาดัดแปลงเป็นลวดลายบนผืนผ้า เช่น หน้าบันโบสถ์ ช่อฟ้า ใบระกา กันทวยธรรมาสน์ ตลอดจนความเชื่อเรื่องพญานาคในตำนานพุทธศาสนา

2. เกิดจากอิทธิพลของสภาพแวดล้อม

2.1 ลายที่เกี่ยวข้องกับสัตว์มักจะถอดแบบมาจากสัตว์ที่รู้จักกันดี ทั้งสัตว์ป่า สัตว์เลี้ยง สัตว์ที่มีพิษ สัตว์ที่สวยงาม สัตว์ที่เป็นอาหาร สัตว์ที่เป็นพาหนะ เช่น ลายเสือ ลายช้าง ลายสิงโต ลายนกยูง ลายไก่ ลายเป็ด ลายแมงป่อง ลายแมงมุม ลายงูเหลือม ลายเขี้ยวปลา และลายปีกไก่ ฯลฯ

2.2 ลายที่เกี่ยวข้องกับพืช พืชเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในชีวิตประจำวันของคนเราตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ที่มาของลวดลายพันธุ์ไม้บนเนื้อผ้า เช่น ลายหมากบก (กระบอก) ดอกพุดซ้อน ลายงา ลายเนื้อไม้ ลายเม็ดเตง ลายดอกแก้ว ลายพิกุล ลายดอกจัน ลายดอกต้าง (ดอกไม้เถาวัลชนิดหนึ่งมีกลิ่นหอม) ลายดอกหนามแท่ง (คล้ายดอกพิกุล) ลายดอกสร้อย และลายดอกผักแว่น

2.3 ลายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือเครื่องใช้ และเครื่องประดับ เช่น ลายขอ ลายขันหมาก ลายบังหลาม (กระบอกข้าวหลาม) ลายขนมเปียกปูน ลายกรรไกร ลายขา เปีย ลายคันไถ ลายกระจอน (ตุ้มหู) ลายจีเพชร ฯลฯ

2.4 ลายที่เกี่ยวข้องสภาพธรรมชาติ เช่น ลายภูเขา ลายแม่น้ำ ลายคลื่นน้ำ เป็นต้น ลวดลาย และสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในศิลปะผ้าทอไทยนั้น เชื่อกันว่ามีความเชื่อมโยงกับคติความเชื่อของคนไทยที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ เราอาจศึกษาเปรียบเทียบลวดลายสัญลักษณ์เหล่านี้กับสัญลักษณ์อย่างเดียวกันที่ปรากฏอยู่ในศิลปะประเภทอื่น ๆ เช่น ในจิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม และแม้แต่ในตำนานพื้นบ้านที่เล่าขานสืบทอดกันมา หรือในวรรณกรรมต่าง ๆ ลวดลายที่เชื่อมโยงกับความเชื่อพื้นบ้านไทยอย่างเห็นได้ชัด มีดังนี้

2.4.1 สัญลักษณ์งูหรือนาค ปรากฏอยู่ในลายผ้าพื้นเมืองของคนไทยกลุ่มต่าง ๆ เกือบทุกภูมิภาคของประเทศโดยเฉพาะในล้านนา และในอีสาน นอกจากนี้ ยังพบในศิลปะของกลุ่มคนที่พูดภาษาตระกูลไทย ที่อาศัยอยู่นอกดินแดนของไทยในปัจจุบัน เช่น ในสิบสองปันนา ในลาวอีกด้วย ในแถบกลุ่มแม่น้ำโขงคนไทย และคนลาวต่างมีความเชื่อสืบทอดกันมาเรื่องพญานาค ซึ่งอาศัยอยู่ที่เมืองบาดาลใต้แม่น้ำโขง จนกระทั่งทุกวันนี้ผู้คนในแถบนี้นั้นก็ยังเชื่อว่าเวลายามงานบุญประเพณี เช่น งานไหลเรือไฟ พญานาค

ก็ขึ้นมาเล่นลูกไฟด้วย ดังที่มีผู้พบเห็นลูกไฟขึ้นจากลำน้ำในช่วงเทศกาลงานไหลเรือไฟเป็นประจำเกือบทุกปี

2.4.2 สัญลักษณ์นกหรือห่านหรือหงส์ เป็นสัญลักษณ์สำคัญที่ปรากฏอยู่ในศิลปะผ้าทอพื้นบ้านในภาคเหนือของไทยเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ ก็มีปรากฏมากในผ้าทอมือของลาวสิบสองปันนา และในหมู่พวกคนไทยในเวียดนาม ในสถาปัตยกรรมล้านนา และล้านช้างจะพบนกหรือหงส์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประดับอยู่บนหลังคาโบสถ์คู่กับสัญลักษณ์นาค หรือบางแห่งก็มีหงส์ประดับอยู่ตามจุดต่าง ๆ ในวัดในสิบสองปันนา สัญลักษณ์นกหรือหงส์หรือนกยูง ปรากฏอยู่ทั่วไปทั้งในจิตรกรรม สถาปัตยกรรม และบนผืนผ้าขนยกยงเป็นสัญลักษณ์ที่รัฐบาลจีนได้นำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ของยูนนาน และได้มีการประดิษฐ์นาฏลีลาสมัยใหม่ซึ่งใช้แสดงเป็นสัญลักษณ์ของชาวไทลื้อในสิบสองปันนา เรียกว่า “ระบำนกยูง”

ในภาคอีสานลวดลายแบบจาริตของภาคอีสาน ช่างทอผ้าได้ออกแบบลวดลายผ้าหลากหลาย และซับซ้อน ไม่ว่าจะเป็นลายผ้ามัดหมี่ หรือลายผ้าขิด โดยเฉพาะผ้ามัดหมี่นั้นมีอิสระในการออกแบบลวดลายได้อิสระกว่าลายขิด และลายจก นั่นคือลายขิด และลายจกถูกจำกัดอยู่ในกรอบของลายเรขาคณิต ตารางสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน เส้นทแยงมุม ส่วนลายมัดหมี่อิสระที่จะทำลวดลาย นอกเหนือกว่าลายเรขาคณิต เช่น เลียนแบบรูปสัตว์ ต้นไม้ พานบายศรี (หมากเบ็ง) แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า ลายมัดหมี่ยังนิยมทำตามกรอบลายเรขาคณิตเป็นส่วนใหญ่ การพิจารณาการออกแบบลวดลายผ้าอีสาน อาจจะสรุปเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 2 กลุ่ม คือ

1. ลายเรขาคณิต ซึ่งนิยมทำลวดลายทั้งมัดหมี่ ลายขิด ลายจก เพราะเหตุว่าสะดวกต่อการประดิษฐ์ลวดลายในผ้าทอที่มีสัณฐานเป็นสี่เหลี่ยม (ลายขัดเส้นยืน และเส้นพุ่ง) ลายเรขาคณิต การผูกลวดลายผ้ามัดหมี่นิยมจัดลายให้เป็นไปตามเส้นทแยงมุม และองค์ประกอบของลายจะจัดเป็นทรงสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หากเป็นลายพื้นฐานก็จัดเป็นรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนวางเป็นระยะ ๆ ตามเส้นทแยงมุมของผ้า ดอกสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนนี้มีทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ หากเป็นขนาดใหญ่มักจะมีลายสี่เหลี่ยมขนาดเล็กอยู่ด้านในรูปสี่เหลี่ยมในการจัดสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน

2. ลายหมีขี้คือ ทำลวดลายเป็นจุด ๆ จุดหนึ่งก็ คือ ลำหนึ่ง นั่นคือมัดเส้นด้าย เป็นเปลาะตามลำของเส้นด้าย โดยเว้นระยะช่องไฟไว้พองาม หมีขี้คือเป็นลายพื้นฐานที่มีขนาดเล็กที่สุด ซึ่งมีทั้งหมีขี้ตรง วางลวดลายตามแนวผ้า และหมีขี้หว่าน วางลวดลายตามแนวเส้นทแยง

2.1 ลายหมีหมากจับ เป็นลวดลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ใช้วิธีมัดหมีรวบ 3 ลำ โดยให้ลำกลางมีขนาดสูงกว่า 2 ลำ ด้านข้างจะได้ทรงสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน วางระยะช่องไฟไปตามเส้นทแยงมุม

2.2 หมีโคม เป็นลวดลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ขนาดใหญ่กว่าหมีหมากจับ ถ้าเป็นหมีโคมห้าจะมัดหมีรวบ 5 ลำ โดยให้ลำกลางยาว 5 ส่วน ลำข้าง ๆ ยาว 3 ส่วน ส่วนลำข้างนอกซ้ายขวายาว 1 ส่วน หมีโคมเจ็ด มีลวดลายเช่นเดียวกับหมีโคมห้า เพียงแต่ขนาดใหญ่กว่า นั่นคือมัดหมีรวบ 7 ลำ และให้ลดหลั่นขนาดตามลำดับ จะได้รูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน บางแห่งก็มัดหมีให้ใหญ่กว่านี้ เรียกว่า หมีโคมเก้า ซึ่งไม่นิยมเพราะลายใหญ่เกินไป หากมัดหมีรวบ 9 ลำ มักจะเว้นช่องไฟตรงกลาง ซึ่งเรียกว่า หมีกง (หมีกงห้า หมีกงเจ็ด หมีกงเก้า) หมีกงน้อยทำเช่นเดียวกับหมีโคม เพียงแต่จะเว้นช่องไฟส่วนในเพื่อให้เป็นลายเล็ก ๆ ซ่อนอยู่ในลายนอก เรียกว่า หมีกงน้อย หมีกงน้อยมีหลายขนาด เรียกตามขนาดจำนวนลำ ดังนี้

2.2.1 หมีกงน้อยห้า คือ ผูกมัดหมีรวบ 5 ลำ

2.2.2 หมีกงน้อยเจ็ด เหมือนหมีกงน้อยห้า แต่มีขนาดใหญ่กว่า คือ ผูกด้าย 7 ลำ และเว้นช่องไฟตรงกลางด้วย

2.2.3 หมีกงเก้า มีขนาดใหญ่ ผูกด้าย 9 ลำ เว้นช่องไฟตรงกลางขนาดใหญ่ขึ้น หมีดอกแก้วทำลวดลายเป็นดอก คือ ตัดมุมแหลมของด้านเหลี่ยมออก ส่วนใหญ่จะมัดด้าย 7 ลำ โดยให้ 3 กลางมีขนาด 5 ส่วน (ไม่ยาว 7 ส่วน เหมือนหมีกงและหมีโคม) เสมอกัน และลำที่อยู่ถัดออกมาทั้งสองด้านมีขนาด 3 ส่วน ลำที่อยู่ชานนอกทั้งสองด้านยาว 1 ส่วน ฉะนั้น หมีดอกแก้วจึงมีลักษณะกลม ๆ คือ ย่อมุมไม้สี่สิบสอง มีทั้งหมีดอกแก้วทึบ (เป็นจุดกลมทั้งดอก) และหมีดอกแก้วโปร่ง (คือ เว้นดอกกลางให้มีสี่เหลี่ยมสี่พื้น)

2.3 หมี่ขอ คือ มัดด้ายเป็นทรงรูปขอเหมือนตัวเอส จะมีขนาดใหญ่บ้างเล็กบ้าง หากหมี่ขอทำหน้าที่เป็นลายประกอบจะเป็นลายขนาดใหญ่ เพื่อเชื่อมโยงลายประธานอื่น ให้เป็นกลุ่ม ๆ หากลายหมี่ขอเป็นประธานจะมีขนาดเล็ก

2.4 หมี่แขงพร้าว (หมี่ทางมะพร้าว) มีชื่อเรียกต่างกัน บางแห่งเรียก หมี่ใบไผ่ หรือหมี่แข้วหมา (หมี่พันหมา) หมี่พันเลื่อย หมี่แขงมะพร้าวส่วนใหญ่เป็นลายประกอบ เชื่อมโยงลายประธานอื่น ๆ เพื่อเป็นกลุ่มลวดลาย ลวดลายประกอบ หมายถึง เส้น โยง ระหว่างลายพื้นฐานให้เป็นกลุ่ม ๆ เพื่อเน้นสี เปลี่ยนสีลวดลายหรือเพื่อแบ่งตอนลวดลาย ให้เป็นกลุ่ม มีลักษณะเป็นแนวยาววางตามเส้นทแยงมุม เพื่อประสานให้กลุ่มลายพื้นฐาน เชื่อมต่อกัน การใส่ลวดลายประกอบเข้าไปในลายพื้นฐาน จะทำให้ทรวดทรงของลวดลาย เปลี่ยนไป นั่นคือ จะเป็นกลุ่มลวดลาย และดูว่ามีขนาดใหญ่กว่า หากมีการใช้สีที่แตกต่าง กันระหว่างกลุ่มลวดลาย เป็นการเพิ่มความซับซ้อนของลวดลายไปด้วยลวดลายพื้นฐาน หากมีการเพิ่มลวดลายประกอบลงไปแล้ว มักจะเรียกว่าลายประสมประธานมีหลาย ลวดลายในผ้าผืนเดียวกัน ลวดลายประกอบมีหลายชนิด ดังนี้

2.4.1 ลายเส้นทแยงมุม ภาษาท้องถิ่นเรียกว่า เครือ เช่น หมี่หมากจับเครือ หรือหมี่หมากจับหว้าน นั่นคือ ใช้ลายเส้นทแยงประกอบกับลายหมากจับนั่นเอง

2.4.2 ลายขอ ลายขอส่วนหนึ่งทำหน้าที่เป็นลายประกอบ ซึ่งมีลักษณะ เส้นยาวทแยง และส่วนปลายเส้นจะมีลายขอ ส่วนอีกแบบหนึ่งจะใช้ลายขอต่อเนื่องกัน เป็นแนวทแยง ทำหน้าที่แบ่งตอนลายพื้นฐาน

2.4.3 ลายนาค มีลักษณะเหมือนลายขอ เพียงแต่จะใช้สีลายสับทางกับลายขอ ส่วนหัวนาค (ปรับจากหัวของลายขอนั่นเอง ฉะนั้น ลายนาคที่มีขนาดใหญ่มักจะทำหน้าที่ เป็นลายประกอบด้วย)

2.4.4 ลายแขงพร้าว ส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เป็นลายประกอบลวดลายพื้นฐาน รูปร่างเหมือนเส้นทแยงมุม แต่ที่เพิ่มเส้นให้หนา มีขนาดกว้าง โดยทำเป็นริ้ว ๆ เรียงออก จากเส้นจึงดูเหมือนใบมะพร้าวออกจากก้านใบของทางมะพร้าว จึงเรียกว่า ลายแขงพร้าว หากมีริ้วออกทั้งสองข้างมีลักษณะเหมือนใบไผ่ จึงเรียกว่า ลายใบไผ่

2.4.5 ลายเส้นตรง คือ เส้นแบ่งลวดลาย อาจทำเป็นแถบสีที่ต่างไปจากสีพื้น หรืออาจจะเป็นลายให้ต่างไปจากลายพื้นก็ได้ นั่นคือได้แบ่งลายผ้าเป็นริ้ว ๆ ที่เรียกว่า หมี่คั่น หรืออาจเป็นเส้นตัดขอบชายผ้าบ้าง ลายเส้นตรงมีความสำคัญมากในการทำ ลวดลายหมี่เขมร เรียกว่า ผ้าปุม (คือมีลายหน้านางหรือหน้าผ้า) และผ้าโฮล ลายธรรมชาติ ในผ้าหมี่ของอีสาน พบลายธรรมชาติ ทำเป็นรูปสัตว์บ้าง ต้นไม้บ้าง และเรียกชื่อตาม ธรรมชาตินั้น ๆ

2.4.5.1 ลายสัตว์ นำรูปสัตว์ตัดทรวงให้เป็นเหลี่ยมเพื่อให้เข้ากับ ลายเรขาคณิต หรือเพื่อจะให้เป็นไปตามเส้นด้าย ซึ่งเป็นลายขดสี่เหลี่ยมอยู่แล้วก็ได้ ลายสัตว์ที่พบนิยมทำกันทั่วไปทั้งในผ้ามัดหมี่ ผ่าจิด ผ่าจก ได้แก่ (1) ลายช้าง คือ รูปช้าง ที่ตัดทรวงเป็นเหลี่ยม ส่วนใหญ่จะพบอยู่ตามชายผ้าในผ้ามัดหมี่ ลายช้างนี้พบในลายจิด และลายจกด้วย (2) ลายนาค พบทั่วไปในลายมัดหมี่ ส่วนในลายจิด และลายจก พบจำนวน น้อย และ (3) ลายไก่ ลายนก และนกยูง พบมากโดยเฉพาะมัดหมี่เขมร

2.4.5.2 ลายต้นไม้ ลายสน คือ ลักษณะเหมือนต้นสน พบมากในลาย มัดหมี่ ซึ่งนิยมใช้ประดับตอนเชิงชายผ้าชิ้น (เป็นรูปคล้ายรวงข้าว) แต่พบบ้างจำนวนน้อย ในลายจิด และลายจก และมักทำเป็นลายขนาดเล็ก จึงเรียกว่า ลายหน่อไม้ ลายต้นไม้ และลายช่อดอกไม้ ลายต้นไม้มีลักษณะคล้ายต้นข้าว พบอยู่ทั่วไปในผ้าหมี่เขมร และผ้าหมี่ ไทยลาว ส่วนลายช่อดอกไม้ และลายต้นไม้ตัดเป็นเครือเถา พบอยู่ในผ้าหมี่เขมร จังหวัด สุรินทร์

2.4.5.3 ลายเครื่องใช้ จัดอยู่ในกลุ่มลายธรรมชาติกลุ่มหนึ่ง ซึ่งส่วน ใหญ่จะเป็นลายประกอบ หรือลายอยู่ตามชายเชิงผ้า เพื่อเน้นที่สิ้นสุดของลาย พบใน ผ้ามัดหมี่ ลายเครื่องใช้ที่พบมาก ได้แก่ ลายหมากเบ็ง (คือลายพานขันห้า) หมากเบ็ง เป็นของดอกไม้ รูป เทียน ประดับอยู่บนขันหรือพานเพื่อใช้ในพิธีกรรม คล้ายบายศรี ปากชามของชาวภาคกลาง รูปทรงทั่วไปเป็นรูปพาน มีช่อเหมือนรวงข้าวข้างบนจำนวน 9 แฉก ลายเชิงเทียน ใช้เป็นลายประกอบส่วน หนึ่งส่วนใดของลายพื้นฐานเพื่อไม่ให้ ช่องไฟกว้างเกินไป จึงใช้ลายเชิงเทียนใส่ให้เต็มพื้นที่ และลายปราสาท คือ ลวดลาย เป็นทรงปราสาท หรือทรงคล้ายบ้าน

สีสันทบนผืนผ้าไทย

คนไทยใช้ประโยชน์จากธรรมชาติมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตประจำวัน อย่างมีประสิทธิภาพ การทอผ้าก็เช่นกัน เมื่อมีการสร้างสรรค์ลวดลาย สีสันทบนผืนผ้า การคิดหากรรมวิธีย้อมผ้าจากวัสดุใกล้ตัวจึงตามมา ต้นไม้ต้นหนึ่ง ๆ อาจถูกถางเปลือกไปรอบ ๆ เพื่อนำเปลือกไม้มาต้มคั้นสีย้อมฝ้ายไหม เขารู้จักที่จะถากเปลือกไม้ไปรอบ ๆ ไม้ซ้ารอยเดิม เพื่อเว้นเวลาให้ต้นไม้ได้สร้างเปลือกใหม่ขึ้นทดแทน ทำให้มีเปลือกไม้ใช้ อยู่ช้านานตาปี ทั้งนี้ นอกเหนือจากการใช้วัสดุธรรมชาติย้อมสีแล้ว พืช ดอก หรือสมุนไพร บางชนิด อาจนำมาใช้อบผ้าที่ทอแล้วให้คงกลิ่นหอมกรุ่นตลอดเวลา และยังป้องกันแมลงกินผ้าได้ด้วย (ปิยะพร กัญชนะ, 2546 หน้า 52-53)

ไม้ธรรมชาติที่ให้สีสันทที่นิยมกัน เช่น

สีกาเกี	จากใบสัก ขมิ้นชัน เปลือกไม้ที่เป็นหนาม
สีเขียวแก่	จากใบสมอป่า
สีกาเกีแกมเขียว	จากแก่นขนุน (ออกสีคล้ำยสีทอง)
สีดำ	จากเปลือกเสมอกับใบเสมอ มะเกลืออ่อน รากชะพลู
สีเขียวอ่อน	จากใบแค ใบสบู่เลือด
สีทองอ่อน	จากใบสับปะรดอ่อนกับน้ำมะกรูดหรือน้ำมะนาว
สีเหลือง	จากหัวขมิ้น ค่าง ไม้สะแก เปลือก ไม้ نرمแมว แก่นไม้แกแล
สีแสด	จากแก่นขยป่า
สีแดง	จากมะไฟป่า รากขยป่า ลูกคำแฝด (รวมทั้งจากครั่ง)
สีคราม	จากราก และใบคราม

อย่างไรก็ดี สีสันทที่ได้จากไม้ธรรมชาติดังกล่าว ยังจะแตกต่างกันไปตามลักษณะภูมิประเทศ (เช่น ดิน อากาศ) ที่ไม้นั้น ๆ ขึ้นอยู่

ในกรรมวิธีในการย้อมฝ้ายหรือไหมนั้น การย้อมครามดูเหมือนจะยากที่สุด

เริ่มจากการก่อหม้อคราม คือ การนำเนื้อครามซึ่งได้จากตะกอนของต้นและใบคราม แช่น้ำผสมปูน กินหมาก ตีจนขึ้นฟองสีน้ำเงินแล้วทิ้งไว้ ขั้นตอนการก่อหม้อครามต้องอาศัยประสบการณ์ความชำนาญคอยดูแลสังเกต เมื่อผสมเนื้อครามกับเชื้อคราม

และน้ำค้างแล้ว หมั่นดักขึ้นและเทกลับ เพื่อให้น้ำครามได้ออกซิเจน ครามจึงจะมีสีสวย ความเข้มของสีครามที่ต้องการขึ้นอยู่กับจำนวนครั้งที่ย้อมซ้ำ หากต้องการสีอื่นจะย้อมทับ ด้วยสีจากเปลือกไม้ที่ให้สีนั้น ๆ เช่น สีม่วง จากน้ำครั่ง สีเหลืองจากเปลือกต้นมะม่วงป่า รวมถึงการนำผ้าไปหมักโคลนเพื่อให้สีดูขรึมขึ้น มีเรื่องความเชื่อเล่าขานต่อ ๆ มาว่า ก่อนจะก่อหม้อครามนั้นมีการเอาเคล็ด โดยให้ผู้ชายกอดหม้อคราม การย้อมจึงจะได้สี ติดทั่วและเรียบสวยทั้งผืน

ผ้าย้อมสีธรรมชาติโดยเฉพาะผ้าไหมนั้น หากยกขึ้นดมจะมีกลิ่นกรุ่นคล้ายกลิ่น ผ้าที่อบด้วยเปลือกไม้สมุนไพร ถือเป็นกลิ่นเฉพาะอย่างหนึ่งของผ้า

การสร้างสรรค์ลวดลายและเลือกสลับสีสันบนผืนผ้ามักมาจากประสบการณ์และความชำนาญของผู้ทอเช่นกัน ผ้าชิ้นหนึ่งลวดลายสีสันเดียวกัน อย่างมากมักทอเพียง 2 ผืนต่อกัน (คือ ฟ้านุ่ง 2 ถุง ความยาว 4 เมตร โดยประมาณ) ถ้าเป็นผ้าโจง มักเป็นผืนเดียว ไม่ซ้ำสีซ้ำลายไปกว่านั้น เมื่อสร้างลายใหม่ ก็คิดใหม่ ใช้สีใหม่ แดกแขนงประลองฝีมือตนเอง (ผู้ทอ) ไปเรื่อย ๆ

การทอหรือการสร้างลายที่เรียกว่ามัดหมี่ รวมถึงการย้อมต่าง ๆ เป็นภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดคู่กันในครัวเรือนและหมู่บ้าน คนภายนอกโดยเฉพาะคนที่ยังทำไม่เป็นหรือไม่เคยลงมือปฏิบัติ หากปรารถนาจะเรียนรู้หรือทำได้บ้าง ต้องลงมือและทดลองคลุกคลีด้วยตนเองเพื่อซึมซับขั้นตอนต่าง ๆ ได้อย่างแท้จริง

การดูแลรักษาผ้าไหม

ผ้าไหมไทย หรือ Thai Silk เป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียงเป็นเสมือนสัญลักษณ์หนึ่งของประเทศไทย ด้วยเหตุผลที่มีความสวยงาม ความอ่อนนุ่มสบายและมีความเลื่อมงาม โดยธรรมชาติเมื่อสวมใส่ดูหรูหราภูมิฐาน นอกจากนี้ ยังมีคุณสมบัติพิเศษที่เมื่ออากาศร้อน ผ้าไหมช่วยคลายให้เย็นได้ ส่วนเวลาอากาศหนาวผ้าไหมบาง ๆ กลับช่วยให้อุ่นสบาย ขณะเดียวกันด้วยความเหนียวทนทานของเส้นใยไหม จึงทำให้สามารถใช้ผ้าไหมสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้ดี การดูแลที่เหมาะสมจะทำให้ผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ไหมคงความสวยงาม และคงคุณสมบัติเด่นได้ยาวนาน

เส้นไหมเป็นเส้นใยโปรตีนธรรมชาติ จึงถูกทำลายด้วยรังสียูวีที่มีอยู่ในแสงแดด ในสภาพที่เป็นต่างมาก ๆ และอุณหภูมิสูงจะทำให้เส้นใยไหมเปื่อย และลดความแววของเส้นไหมได้ ดังนั้น การเข้าใจธรรมชาติของไหมจะทำให้เราสามารถหลีกเลี่ยงการทำลายเส้นไหม ผ้าไหม โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ได้

ผ้าไหม ดูแลได้ด้วยตนเองที่บ้าน นับแต่โบราณมาผู้สวมใส่ผ้าไหมไทยส่วนใหญ่ นุ่งซิ่น ห่มผ้า บ้างพาดบ่าใช้ผ้าไหมทั้งชีวิตประจำวัน และในพิธีการ ภูมิปัญญาการดูแลทำความสะอาดผ้าไหมไทยสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันก็ยังคงมีการใช้ภูมิปัญญาดังกล่าว ในบางท้องถิ่นคือการซักผ้าไหมด้วยน้ำมะพร้าวและลบรอยเปื้อน โดยใช้หัวหอมฉุนที่ รอยเปื้อนก่อนนำไปซัก แม้ในปัจจุบันมีการนำผ้าไหมมาดัดเย็บเป็นเครื่องแต่งกาย สมัยใหม่ ชุดผ้าไหมก็ยังคงสามารถดูแลทำความสะอาดได้ด้วยตนเอง (กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556, หน้า 1-4)

ข้อเสนอเบื้องต้น เริ่มตั้งแต่ร้านผ้าไหม

เมื่อซื้อผ้าไหมมาใหม่ ๆ ก่อนนำมาดัดเย็บแนะนำให้ทำความสะอาดด้วยน้ำอุ่น เพื่อชะล้างฝุ่นละออง และไล่สีย้อมที่ตกค้างอยู่โดยกดผ้าไหมให้จมน้ำและซักเบา ๆ ในน้ำอุ่นหรือน้ำสะอาดผสมเกลือ ผ้าไหมจากบางร้านมีการซัก และดกแต่งสำเร็จหรือที่เราบางคนเรียกว่าอาบน้ำยามาเรียบร้อยแล้วจึงไม่จำเป็นต้องซักทำความสะอาดก่อน ใช้ตัดเย็บได้เลย

ซักเอง รีดเอง ทำอย่างไร

โดยทั่วไป มักนิยมซักแห้งชุดผ้าไหม ตามป้ายระบุ “dry cleaning only” แต่หากต้องการหลีกเลี่ยงสารซักแห้ง สามารถซักรีดเองได้ ทั้งซักด้วยมือและซักด้วยเครื่อง การเข้าใจธรรมชาติของผ้าไหมจะทำให้หลีกเลี่ยงข้อควรระวัง และทำความสะอาดผ้าไหม ได้ดี

น้ำยาซักผ้า

สบู่อาบน้ำเด็กไม่ว่าสบู่เหลวหรือสบู่ก้อนเหมาะสมที่สุดสำหรับใช้ซักผ้าไหม แชมพูหรือน้ำยาเอนกประสงค์ชนิดที่มีฤทธิ์เป็นกลาง หรือเป็นกรดอ่อน ๆ ใช้ซักผ้าไหม ได้ดีเช่นกัน ไม่ควรใช้ผงซักฟอก และห้ามใช้น้ำยาฟอกขาว

ปัจจุบันผงซักฟอกเกือบทุกชนิดมีฤทธิ์ขจัดคราบสกปรกสูง และเป็นต่างมาก จะทำลายเส้นไหม ทำให้ความเงาของผ้าไหมลดลง ผ้าไหมจะกระด้าง และเส้นไหมเปื่อย

เช่นเดียวกับการซักผ้าทั่วไปที่ควรแยกผ้าสีเข้ม และสีอ่อนหรือสีขาวซักคนละครั้ง และก่อนนำผ้าลงซักทุกครั้งต้องแน่ใจว่าน้ำยาซักผ้าละลายน้ำดีแล้ว นอกจากนี้ การซักน้ำ ต้องให้สะอาดไม่ให้มีสบู่ น้ำยาซักผ้าหรือผงซักฟอกตกค้างเพราะจะทำให้เกิดสีเหลือง หม่นบนผ้าได้

สำหรับผ้าไหมมีข้อควรระวังเพิ่มเติมเล็กน้อย ได้แก่ ไม่ใช้น้ำร้อนหรือน้ำอุ่นซักผ้าไหม เพราะมีผลทำให้เส้นไหมหดและเกิดรอยย่นได้ ไม่แช่ผ้าไหมทิ้งไว้ในน้ำยาซักผ้า นาน ๆ ห้ามแปรงขัดถูผ้าไหม และไม่บิดผ้าเป็นเกลียว แต่ใช้วิธีค่อย ๆ บีบไล่น้ำออกแทน ควรรีบซักล้างโดยขี้น้ำ ๆ และบีบน้ำออกเมื่อซักเสร็จแล้วนำผึ่งให้แห้ง จะช่วยรักษา คุณสมบัติที่ดีของไหม ได้แก่ สี สัน ความอ่อนนุ่ม เงางาม และความคงตัวของเนื้อผ้า

การดูแลรักษาผ้าไหมไทย

การกำจัดรอยเปื้อนบนผ้าก่อนซัก ก่อนจะลบรอยเปื้อนใด ๆ ให้ทดสอบน้ำยาลบรอยเปื้อนก่อน และควรใช้น้ำยาที่ไม่ทำให้สีผ้าเปลี่ยน สำหรับการลบรอยเปื้อนบนผ้าไหมด้วยสารธรรมชาติที่ได้ผลดีคือเช็ดรอยเปื้อนด้วยน้ำส้มสายชูหรือน้ำมะนาว หรือน้ำส้มสายชู 1 ส่วน หลังจากเช็ดรอยเปื้อนแล้วให้ล้างน้ำให้สะอาดและนำไปผึ่งให้แห้ง

เพื่อรักษาความเงางามและสีสันสดใสของผ้าไหม

หลังจากซักทำความสะอาดผ้าไหมแล้วให้แช่ผ้าไหมนาน 1 - 2 นาที ให้จุ่มทั่วทั้งผืนในน้ำผสมน้ำส้มสายชูกลั่นโดยผสมน้ำส้มสายชูประมาณ 1 ช้อนโต๊ะกับน้ำสะอาด 12 ลิตร หลังจากนั้นให้ล้างด้วยน้ำสะอาดและบีบน้ำ ๆ ไล่น้ำออก จึงนำไปผึ่งให้แห้งในที่ร่มที่มีอากาศถ่ายเท บางคนที่ชอบกลิ่นหอมและต้องการให้เนื้อผ้านุ่มมีน้ำหนัก อาจแช่ผ้าไหมในน้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาปรับสภาพผ้าไหมหรือน้ำมันทาผิวสำหรับเด็ก อย่างใดอย่างหนึ่งในน้ำสุดท้ายก่อนนำไปผึ่งให้แห้ง

แนวทางการส่งเสริมการใช้ผ้าไทยในปัจจุบัน

แนวทางการส่งเสริมการใช้ผ้าไทยในปัจจุบัน (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, 2560 หน้า 61)

1. ขอความร่วมมือเชิญชวนหน่วยงาน สถาบันต่าง ๆ และประชาชนทั่วไปสวมใส่ผ้าไทยพร้อมกันทั่วประเทศตลอดเดือนสิงหาคม โดยเฉพาะทุกวันที่ 12 สิงหาคมของทุกปี
2. ขอความร่วมมือสื่อต่าง ๆ ในการรณรงค์ผ้าไทย
3. จัดกิจกรรมให้รางวัลยกย่องหน่วยงาน องค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชน ตลอดจนสถานศึกษาดีเด่นในการส่งเสริมการใช้ผ้าไทย
4. ขอความร่วมมือให้นักแสดง นักร้อง และคนที่มีชื่อเสียงในสังคมแต่งกายผ้าไทย เพื่อเป็นแบบอย่างในงานพิธีการหรือในโอกาสสำคัญ ๆ
5. ขอความร่วมมือบริษัท ห้างร้าน ให้ส่วนลดในสินค้าและบริการแก่ผู้แต่งกายด้วยผ้าไทย หรือชุดไทย และนุ่งซิ่น ใส่เสื้อผ้าขาวม้า เป็นต้น

ผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

ธงชัย สันติวงษ์ (2539, หน้า 30) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ภาระกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 124) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือกำหนดการกระทำดังกล่าวเพื่อสนองความจำเป็น และความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ

อคุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, หน้า 5) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และใช้ผลิตภัณฑ์ และบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่าง ๆ เหล่านั้น

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk, 1994, p. 5) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอย ผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของผู้บริโภค

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

พิมพ์สิริ มณีผ่อง (2544, หน้า 9-11) กล่าวถึง แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรม โดยมีการตอบสนองสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer's purchase decision)

จุดเริ่มต้นของแบบจำลองนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (response) ดังนั้น แบบจำลองหรือโมเดลนี้ จึงอาจเรียกว่า ทฤษฎีเอส-อาร์ (S - R theory) มีรายละเอียดของทฤษฎี ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (stimulus) อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจ และจัดสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ (buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) สิ่งกระตุ้นจากภายนอก ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบการตลาด (marketing mix) ซึ่งก็คือ 4 P's อันประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (price) เช่น กำหนดราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น (other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นด้านเศรษฐกิจ (economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีผลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นด้านเทคโนโลยี (technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝาก และถอนสร้างสัมพันธ์อันดีสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นด้านกฎหมายและการเมือง (law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง จะมีผลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นด้านวัฒนธรรม (cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ในเทศกาลนั้น

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจำหน่าย (place) เช่น การจัดผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ (promotion) เช่น การโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของการลด แลก แจก แถม และการสร้างสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

2. ลักษณะของผู้ซื้อ (buyer's characteristics) มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ

2.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (cultural factor) เป็นสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง

2.2 ปัจจัยด้านสังคม (social factor) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค และเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านค่านิยม (value) การเลือกพฤติกรรม (behavior) และการดำรงชีวิต (life style)

รวมทั้งทัศนคติ (attitude) และแนวคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

2.3 ปัจจัยด้านบุคคล (personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมากจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย อายุ (age) วงจรชีวิต (life cycle) อาชีพ (occupation) โอกาสทางเศรษฐกิจ (economic circumstances) การศึกษา (education) และค่านิยม (value)

2.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (psychological factor) เป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ ทัศนคติ และบุคลิกภาพ

3. กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer decision process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

3.1 การรับรู้ปัญหา

3.2 การค้นหา

3.3 การประเมินทางเลือก

3.4 การตัดสินใจ

3.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ

4. การตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer's decision) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจ ในประเด็นต่าง ๆ คือ

4.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (product choice)

4.2 การเลือกตราผลิตภัณฑ์ (brand choice)

4.3 การเลือกผู้ขาย (dealer choice)

4.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (purchase timing) และการเลือกปริมาณในการซื้อ (purchase amount)

5. ความรู้สึกหลังการซื้อ (post purchase feeling) หลังจากการซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจ หรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับพอใจของผู้บริโภคหลังการซื้อ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีความหลากหลาย และแตกต่างกันในแต่ละรูปแบบ เนื่องจากปัจจัยหรือตัวแปรหลายอย่าง ซึ่งทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นปัจจัยที่เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งกิจการใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย โดยมีปัจจัยทางการตลาดเป็นตัวสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย ที่มีศักยภาพเพื่อชักจูงทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Kotler, 1994 อ้างถึง มัณฑนา ไชยเลิศ, 2546) ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความสนใจ (attention) ความอยากได้ (acquisition) การใช้ (using) หรือการบริโภค (consumption) ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล

ผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหลายประการที่จะแสดงบทบาทในการถ่ายทอดความคิดหรือสื่อความหมายไปยังผู้บริโภค ในกรณีของผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ คุณภาพวัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ล้วนเป็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์ และปัจจัยเหล่านี้ย่อมต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยพิจารณาบทบาทของผลิตภัณฑ์ทางการสื่อสารที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคแล้ว ความพึงพอใจจะเกิดได้ 2 กรณี คือ ความพึงพอใจในด้านตัวผลิตภัณฑ์และบริการ และความพึงพอใจด้านจิตวิทยา

ความพึงพอใจด้านตัวผลิตภัณฑ์และบริการ คือ การที่ผลิตภัณฑ์และบริการสามารถที่ช่วยแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเห็นว่าได้รับประโยชน์คุ้มค่างบเงินที่เสียไป เช่น ผู้บริโภคต้องการเสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าฝ้ายที่มีคุณภาพ สามารถสวมใส่ได้สบายไม่ระคายเคือง และมีรูปแบบที่ทันสมัย เป็นต้น สำหรับความพึงพอใจด้านจิตวิทยา การสร้างความรู้สึทางจิตใจให้กับผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งผลิตภัณฑ์หลายชนิดพยายามที่จะเสนอขาย เพื่อที่จะสร้างความพึงพอใจทั้งด้านจิตวิทยาให้กับ

ผู้บริโภคร เช่น ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นการขายโดยพนักงานขายหรือการขายโดยการโฆษณาที่ดี ลักษณะของสารในการสื่อความหมายกับผู้บริโภคจะไม่เน้นที่คุณสมบัติของสินค้ามากนัก แต่จะพยายามชี้ให้ผู้บริโภคได้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นจะช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพให้กับผู้บริโภคได้อย่างไร ซึ่งลักษณะการเลือกใช้สารในลักษณะเป็นความพยายามที่จะสนองความต้องการทางด้านจิตใจของผู้บริโภค

นอกจากผลิตภัณฑ์และบริการจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภครดังกล่าวที่มาแล้วเท่านั้น ในปัจจุบันตลาดมีการขยายตัวมากขึ้น ส่งผลให้มีการแข่งขันสูงขึ้น การสร้างความต้องการตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดในใจของผู้บริโภค จึงต้องให้ความสำคัญในด้านของบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความสะดุดตา สร้างความโดดเด่นและความแตกต่างจากผู้แข่งขัน ซึ่งผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือที่มีรูปแบบสวยงาม ทันสมัย และรูปแบบที่แตกต่างกันจะให้ความรู้สึกต่อคุณภาพของสินค้าที่แตกต่างกันไป

ประการสุดท้ายที่มีความสำคัญอย่างมาก คือ ตราสินค้า เป็นส่วนประกอบที่มีบทบาทในการสื่อสารการตลาดอย่างมาก ตราสินค้าเป็นสัญลักษณ์ในการถ่ายทอดความคิด จึงต้องมีลักษณะสะดุดตาเมื่อพบเห็น จดจำง่าย ขนาดของตราสินค้าควรมีขนาดพอเหมาะที่จะสามารถมองเห็นได้ชัดเจน และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวสินค้า ทั้งยังต้องมีความทันสมัย และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านราคาสินค้า

ราคาของสินค้าและบริการสามารถแสดงบทบาทของปัจจัยทางการตลาดโดยราคาสามารถสร้างความรู้สึกนึกคิด และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้น ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจในตัวสินค้าหรือความพึงพอใจในจิตใจก็ตาม เพราะราคาเป็นอัตราที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้ในกระบวนการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ดังนั้นการตั้งราคาจึงมีความสำคัญโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ คือ จากคุณสมบัติของสินค้าและบริการที่เสนอขาย คุณลักษณะความสามารถในการซื้อของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ในการสื่อความหมายไปยังกลุ่มผู้บริโภค

คุณลักษณะของสินค้าและบริการที่มีผลกระทบต่อการกำหนดราคาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาด มีดังต่อไปนี้

การรับรู้ที่แตกต่างกันในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ จะมีผลต่อการกำหนดราคาที่แตกต่างกันได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงพยายามที่จะแสวงหา โดยเน้นการสื่อสารให้เห็นถึงคุณภาพสินค้าของตนเพื่อสร้างโอกาสทางการสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภคที่แตกต่างกันไป

คุณลักษณะของผู้บริโภค มีส่วนสำคัญต่อบทบาทของราคาทางปัจจัยการสื่อสารการตลาด ดังนี้ ประสิทธิภาพของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการ หากผู้บริโภคขาดประสิทธิภาพเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้น ๆ ราคาจะเป็นสิ่งสำคัญในการแสดงบทบาทต่อปัจจัยทางการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคบางรายใช้ราคาเป็นตัวกำหนดในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ เพราะต้องการให้ราคาของสินค้าเป็นสิ่งที่แสดงถึงฐานะของตน โดยผู้บริโภคมองว่าราคาที่จ่ายไปนั้น คู่กับภาพลักษณ์ที่ได้จากการใช้สินค้า ซึ่งปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ การกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคาไม่แพงจนเกินไป เป็นต้น

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ในการออกแบบสถานที่จัดจำหน่ายจำเป็นต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบต่าง ๆ เพราะล้วนแต่มีบทบาทในปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดโดยสร้างความรู้สึกรับรู้ อันมีผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ เนื่องจากสถานที่จัดจำหน่ายแห่งเดียวกันสามารถให้ภาพลักษณ์หรือให้ความรู้สึกรับรู้ที่แตกต่างกันได้ องค์ประกอบดังกล่าว คือ

1. การออกแบบและตกแต่งภายนอกสถานที่จัดจำหน่ายถือเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการถ่ายทอดความคิดทางการสื่อสาร เพราะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถมองเห็นและสัมผัสได้ ดังนั้น สภาพภายนอกสถานที่จัดจำหน่ายจึงเปรียบเสมือนสิ่งที่ผู้บริโภครอคาดหวัง ฉะนั้นสิ่งที่ต้องพิจารณาเกี่ยวกับการออกแบบตกแต่งภายนอก คือ

1.1 ขนาดของสถานที่จัดจำหน่ายสามารถให้ความรู้สึกรับรู้ในด้านต่าง ๆ แก่ผู้บริโภคได้

1.2 รูปแบบของสถานที่จัดจำหน่าย จะออกแบบให้มีความสัมพันธ์กับประเภทธุรกิจ เช่น ร้านขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ควรออกแบบให้ดูสบาย เป็นกันเอง

และเป็นการจัดแสดงเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยการนำเสนอถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ

1.3 การจัดหรือการตกแต่งบริเวณด้านหน้าสถานที่จำหน่าย เป็นด่านแรกที่ทำให้การสื่อสารกับผู้บริโภค และสร้างภาพลักษณ์ให้กับผู้บริโภค เช่น หน้าร้านสะอาด และทันสมัย

1.4 การจัดแสงไฟหน้าสถานที่จำหน่าย จะให้ความรู้สึกสวยงามได้อารมณ์ และภาพลักษณ์ที่ดี

2. การตกแต่งภายใน จะแสดงบทบาทสื่อสารการตลาดต่อจากภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดภาพลักษณ์ และความรู้สึกตามที่คาดหมายไว้ก่อนที่จะเข้ามา สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ สี สัน แสงไฟ เสียง วัสดุอุปกรณ์ อณูภูมิ กลิ่น เป็นต้น

3. พนักงานในสถานที่จำหน่าย พนักงานจะเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงบทบาทเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เช่น การต้อนรับที่ดี สุภาพ เอาใจใส่

4. การจัดแสดงสินค้าภายในสถานที่จำหน่าย เป็นการสื่อสารกับผู้บริโภค และมีความสัมพันธ์ไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ของสถานที่นั้น คือ ประเภทหรือชนิดของสินค้าที่เลือกมาจำหน่าย การกำหนดราคา ปริมาณ และคุณภาพ

ซึ่งปัจจัยด้านราคาสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ การมีสถานที่จำหน่ายมีความสะอาดเรียบร้อยเป็นระเบียบ มีการจัดวางสินค้าโดดเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อได้ เป็นต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

การส่งเสริมการตลาด คือ การประสานงานของผู้ขายในการพยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างข้อมูล และจูงใจเพื่อขายสินค้าหรือบริการ หรือส่งเสริมความคิดเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขาย ได้แก่ การออกเยี่ยมเยียนลูกค้าถึงบ้าน หรือติดต่อทางโทรศัพท์ และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย ถือเป็นหน้าที่หนึ่งของการตลาดเพื่อการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยในการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดนั้น เนื้อหาข่าวสารอาจเป็นข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา หรือคนกลางในช่องทางจัดจำหน่าย ซึ่งการสื่อสารการตลาด ประกอบด้วยเครื่องมือ 5 ชนิด คือ

1. การโฆษณา หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือความคิดในลักษณะที่ไม่เป็นการส่วนบุคคล โดยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ อันเป็นความพยายามเพื่อเชิญชวน โน้มน้ำใจจิตใจพฤติกรรมของผู้ซื้อหรือผู้รับให้เกิดการคล้อยตาม โดยมีผู้อุปถัมภ์ที่ระบุชื่อเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้

พิบูล ทิปะपाल (2545, หน้า 13) กล่าวว่า การโฆษณาเป็นการเผยแพร่ และกระจายข่าวสารที่ครอบคลุมไปทั่วและกว้างไกล ผู้ผลิตสามารถทำซ้ำ ๆ ได้หลายครั้ง แม้การกระจายข่าวสารเข้าถึงผู้รับในครั้งแรก จะไม่ก่อให้เกิดปฏิกิริยาต่อตัวผู้รับสารมากขึ้น อีกทั้ง ยังเป็นการเปิด โอกาสให้ผู้ซื้อหรือผู้รับสารสามารถเปรียบเทียบข่าวสารจากคู่แข่งชั้นหลาย ๆ รายได้ในเวลาเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาที่มีขนาดใหญ่จะเป็นเครื่องชี้แสดงถึงขนาดบริษัท ความนิยม ความน่าเชื่อถือ และความสำเร็จของบริษัทในสายตาของลูกค้า ดังนั้นการโฆษณาที่เข้าถึงผู้รับได้มากกว่าจึงย่อมได้เปรียบกว่า

2. การขายโดยบุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวซึ่งผู้ขายพยายามช่วยเหลือหรือเชิญชวนผู้ซื้อ ที่มุ่งหวังให้ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริหาร หรือให้ปฏิบัติตามความคิดอย่างใดอย่างหนึ่ง (ดารา ทิปะपाल, 2541, หน้า 88)

3. การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาดที่จัดทำขึ้น เพื่อเสนอคุณค่าพิเศษหรือสิ่งจูงใจพิเศษ เพื่อการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถกระตุ้นการขายให้เร็วขึ้น

การส่งเสริมการขายมุ่งสู่ผู้บริโภค มีจุดมุ่งใหม่เพื่อให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการขั้นสุดท้ายตัดสินใจเร็วขึ้น ซื่อมากขึ้น โดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ เป็นสิ่งจูงใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด, 2541, หน้า 307) เช่น

- 3.1 การลดราคา
- 3.2 การแจกคูปอง
- 3.3 การแจกของแถม
- 3.4 การเพิ่มปริมาณบรรจุ
- 3.5 การชิงโชค
- 3.6 การแจกสินค้าตัวอย่าง
- 3.7 การทดลองสินค้าฟรี

3.8 การคืนเงิน

3.9 การแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ และสถิติการใช้สินค้า

การสื่อสาร ณ จุดซื้อที่มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นความสนใจ เตือนความทรงจำ จากโฆษณาที่ผู้บริโภคเคยเห็น และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ณ จุดซื้อได้ เช่น การติดป้ายที่ชั้นวางสินค้า การติดโฆษณา การจัดพื้นที่วางสินค้าพิเศษ เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้มุ่งหวังที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้บริโภคและผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ได้รวดเร็วขึ้น

4. การเผยแพร่ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ หมายถึง หน้าที่ทางการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับการประเมินทัศนคติของประชาชน โดยพยายามกำหนดนโยบาย และวิธีการทำงานขององค์กรให้เกี่ยวข้องสอดคล้องกับผลประโยชน์ของชุมชน และจัดทำเป็นแผน ในการกระตุ้นความต้องการ โดยไม่ต้องใช้บุคคลเข้าช่วย เพื่อให้มีความต้องการในตัวสินค้าหรือบริการ มีความใส่ใจขององค์กร มีวิธีการดำเนินงานโดยการสอดแทรกข้อมูล ข่าวสารที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือองค์การให้ปรากฏอยู่ในเอกสาร สิ่งพิมพ์ ต่าง ๆ หรืออาจปรากฏออกไปในรูปของข่าวสารวิทยุ โทรทัศน์ หรือแม้แต่การแสดง บนเวที แต่ประการสำคัญ คือ การแสดงออกหรือการเสนอตัวเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น ต้องเป็นการกระทำที่ไม่ใช้เงินแต่ประการใด โดยเป็นวิธีการหนึ่งของการสื่อสารการตลาด ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดการยอมรับ และทัศนคติที่ดีต่อองค์กรอันจะนำไปสู่ผลสำเร็จ ในการประกอบการ

5. การตลาดทางตรง หมายถึง กิจกรรมทั้งหมด ซึ่งผู้ขายกระทำอันมีผลให้เกิด การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการกับผู้ซื้อ โดยผู้ขายจะมุ่งความพยายามไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการใช้สื่ออย่างหนึ่งหรือมากกว่า โดยมุ่งหมายที่ลูกค้าคาดหวังโดยตรง

การตลาดในปัจจุบันนี้ ต้องยอมรับว่าผู้บริโภคมีมากมายหลายกลุ่ม ซึ่งหากจะนำ กลยุทธ์ทางการสื่อสารมาใช้ให้สัมฤทธิ์ผลนั้น จำเป็นต้องมีการแบ่งตลาดออกมาเป็น ส่วนย่อย เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันมีหลากหลายวัฒนธรรม หลากหลายรูปแบบ การดำเนินชีวิตอันเนื่องมาจากการปรับตัวให้เข้ากับสังคมที่เป็นยุคแห่งการเร่งรีบ การแข่งขัน และความต้องการความสะดวกสบาย จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาลักษณะของ กลุ่มลูกค้าทั้งด้านประชากร และรูปแบบการดำเนินชีวิตเพื่อสามารถเข้าใจ และทราบ

ข้อมูลนำไปใช้ในการวางแผนการตลาด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายได้แม่นยำขึ้น

6. การบอกต่อจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง คือ การติดต่อสื่อสารแบบปากต่อปาก เป็นการติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคคล ตั้งแต่สองคนหรือมากกว่า เช่น ระหว่างสมาชิกในครอบครัว หรือระหว่างลูกค้ากับพนักงานขาย เป็นต้น จากการติดต่อสื่อสารดังกล่าว บุคคลทั้งสองฝ่ายจะทำการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อวิพากษ์วิจารณ์ ความรู้สึก และความคิดเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ระหว่างกัน ซึ่งนับว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างยิ่ง

การให้ความสำคัญของการสื่อสารการตลาด ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจในธุรกิจ รวมทั้งสินค้าและบริการนั้น ๆ เพื่อสร้างการยอมรับระหว่างบริษัทกับลูกค้าเป้าหมาย เพราะในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคมักจะพิจารณาถึงปัจจัยทางการสื่อสารที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค นั้น จะเกิดได้ใน 2 กรณี คือ ความพึงพอใจในด้านตัวสินค้าและบริการ และความพึงพอใจในด้านจิตวิทยา ปัจจัยแรก คือ ปัจจัยด้านราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับสินค้า คุณภาพ ประสิทธิภาพ ที่ได้จากสินค้า ปัจจัยต่อมา คือ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย เนื่องจากสถานที่จัดจำหน่ายต่างกันนั้น สามารถให้ภาพลักษณ์หรือให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันได้ และปัจจัยสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด รวมไปถึงการสื่อสารการตลาดทางตรง นอกจากนี้ยังมีอีกปัจจัยทางการสื่อสารทางการตลาดอีกทางหนึ่ง คือ การบอกต่อจากบุคคลหนึ่งไปสู่บุคคลหนึ่ง ที่มักมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคเช่นกัน แนวคิดด้านการสื่อสารการตลาด จึงเป็นแนวคิดที่ผู้ผลิตควรนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารการตลาด เพื่อให้สินค้าและบริการของตนตอบสนองต่อความต้องการ และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาสัก เต๊ะซันหมาก (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การสังเคราะห์องค์ความรู้ เรื่อง “ภูมิไทย ชุคไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “ความหลากหลาย” และ “ลักษณะร่วม” ของวัฒนธรรมการแต่งกายของคนไทย และสังเคราะห์ “เอกภาพบนความหลากหลาย” ของวัฒนธรรมการแต่งกายของคนไทย ซึ่งจะนำไปสู่ความภาคภูมิใจร่วมกันของคนไทย และยังสามารถนำมาสร้างสรรค์ หรือพัฒนาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับโลกปัจจุบันแต่ยังรักษาเอกลักษณ์เดิมไว้ต่อไปได้ วิธีดำเนินการวิจัย เริ่มจากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารรายงานการวิจัยจากโครงการ “ภูมิไทย ชุคไทย” จาก 6 ภูมิภาค คือ ภาคเหนือตอนบน ภาคเหนือตอนล่าง ภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน และภาคใต้ฝั่งทะเลอ่าวไทย แล้วพัฒนารอบและวิเคราะห์ “ความหลากหลาย” และ “ลักษณะร่วม” ของวัฒนธรรมการแต่งกายของคนไทย และสังเคราะห์ “เอกภาพบนความหลากหลาย” ของวัฒนธรรมการแต่งกายของคนไทย พบว่า นับเป็นคุณค่า และความสำคัญอย่างยิ่งที่สังคมไทย และวัฒนธรรมไทย มี “ความร่ำรวย” และ “ความหลากหลาย” ของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาการแต่งกายอย่างมาก แต่วัฒนธรรมการแต่งกายที่หลากหลายของสังคมไทยและคนไทยนั้น มิใช่ความหลากหลายที่แสดงถึง “ความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง” เมื่อศึกษาอย่างลึกซึ้งแล้วยังสามารถเห็นถึง “เอกภาพบนความหลากหลาย” ซึ่งจะนำไปสู่ความภาคภูมิใจร่วมกันของสังคมไทยและคนไทย และยังสามารถนำมาสร้างสรรค์ หรือพัฒนาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับโลกปัจจุบัน แต่ยังรักษาอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมการแต่งกายที่หลากหลายนั้นได้ กล่าวคือ

1. “เอกภาพของความไทย” ท่ามกลางความหลากหลายทาง “ภูมิสังคม” ถึงแม้ว่าวัฒนธรรมการแต่งกายในภูมิภาคของประเทศไทยที่มี “ภูมิสังคม” แตกต่างกัน แต่ (1) ความหลากหลายทางกายภาพของแต่ละภูมินาคนั้นก็ตั้งอยู่ในเขตภูมิอากาศใกล้เคียงกัน ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมในลักษณะเดียวกัน มีฤดูกาลที่เกือบจะไม่แตกต่างกัน (2) การที่สังคมไทยได้ร่วมกันเป็นปึกแผ่นภายใต้สถาบันอันเป็นองค์คุณของชาติ ทั้ง 3 สถาบันหลัก คือ (1) ความตระหนักสำนึกในความเป็นชาติไทยร่วมกัน (2) การมีหลักธรรมของศาสนา เป็นเครื่องนำทางไปสู่ความดีงามร่วมกัน และ (3) การร่วมกันเป็นปึกแผ่นภายใต้พระบรม

โพธิสมภารของสถาบันพระมหากษัตริย์ที่ต่อเนื่องยาวนานกว่า 700 ปี ได้ก่อให้เกิด “เอกภาพแห่งความเป็นไทย” บน “ความหลากหลายทางภูมิสังคม” ได้อย่างลงตัวยิ่งขึ้น

2. “เอกภาพของความไทย” ท่ามกลางความหลากหลายของ “กลุ่มชาติพันธุ์” แม้ว่า วัฒนธรรมการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน แต่จากการที่ สังคมไทยได้รวมกันเป็นปึกแผ่นภายใต้สถาบันอันเป็นองค์คุณของชาติทั้ง 3 สถาบันหลัก ที่ต่อเนื่องยาวนาน ได้ก่อให้เกิด “เอกภาพแห่งความเป็นไทย” ท่ามกลางความหลากหลาย ของ “กลุ่มชาติพันธุ์” อย่างลงตัวยิ่ง เพราะมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่มี “ลักษณะร่วม” ของ วัฒนธรรมการแต่งกายเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีวัฒนธรรมร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ภาษาตระกูลไท-ลาว นับถือพุทธศาสนาเหมือนกัน เป็นต้น ทำให้ กลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้แม้จะมี “ความหลากหลาย” ในวัฒนธรรมการแต่งกายแต่มี “เอกภาพ” ในวัฒนธรรมการแต่งกายร่วมกัน

3. “เวลา” ที่ผ่านไป ช่วยกลืนความหลากหลาย ให้เป็นเอกภาพของความเป็นไทย การวิเคราะห์ความหลากหลาย และลักษณะร่วม วัฒนธรรมการแต่งกายในช่วงระยะเวลา ที่แตกต่างกันที่ได้มีการศึกษาไว้แล้วจำนวน 3 ช่วงระยะเวลา ประมาณ 80 ปี จนถึงปัจจุบัน ได้แสดงให้เห็นว่ายิ่ง “เวลา” ผ่านไปได้ช่วยกลืน “ความหลากหลาย” ให้กลายเป็น “เอกภาพบนความหลากหลาย” ของวัฒนธรรมการแต่งกายของคนไทยในขณะที่ยัง สามารถคง “ความหลากหลาย” และ “ความร่ำรวย” วัฒนธรรมการแต่งกายของสังคมไทย และคนไทยไว้ได้

4. “โอกาสพิเศษ” ช่วยสร้าง “เอกภาพของความไทย” ใน โอกาสพิเศษของ สังคมไทย โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องและแสดงออกถึงความตระหนักสำนึกในความเป็น ชาติไทยร่วมกัน และการรวมกันเป็นปึกแผ่นภายใต้พระบรมโพธิสมภารของสถาบัน พระมหากษัตริย์ร่วมกัน ทำให้คนไทยได้มีโอกาสเฉลิมฉลองในพระราชวโรกาสพิเศษ อย่างต่อเนื่องก่อให้เกิด “เอกภาพแห่งความเป็นไทยบนความหลากหลาย” ได้อย่างลงตัวยิ่ง

ภูเนตุ จันทรจิต, แสน ไชยบุญ และพิสิษฐ์ เอมดวง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ไทยโซ่ง: การอนุรักษ์ผ้าโบราณเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาผ้าและลายผ้าโบราณของชาติพันธุ์ไทยโซ่ง (2) ศึกษาการอนุรักษ์ผ้าโบราณของ กลุ่มชาติพันธุ์ไทยโซ่ง และ (3) ศึกษาแนวทางการอนุรักษ์ผ้าโบราณเพื่อการสืบสาน

อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ไทยโซ่ง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้รู้ จำนวน 30 คน กลุ่มผู้นำ จำนวน 30 คน กลุ่มองค์กร จำนวน 30 คน บุคคลทั่วไป จำนวน 30 คน โดยใช้เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์ การเสวนากลุ่ม และการสัมภาษณ์กลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า (1) ไทยโซ่ง เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีเอกลักษณ์การแต่งกายด้วยผ้าย้อมสีครามเข้ม มีผ้า และลายผ้าโบราณที่สืบทอดมาแต่บรรพชน คือ ผ้าซิ่นตาหมี ซิ่นแดงโม เสื้อฮี และผ้าเปี้ยว ส่วนลวดลายโบราณ พบว่า เป็นลายที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการทอปะ และปักลายทอ ได้แก่ ลายปู ลายหอประสาท ลายหอแก้วหอคำ ลายรูปลิง และลายแดงโม ลายปะ ได้แก่ ลายเสื้อฮี ส่วนลายปัก จะเป็นลายสายรุ้ง ลายข้าวหลามตัด ลายดอกแปด ลายขาบัว ลายดอกแวน (2) ไทยโซ่ง มีการอนุรักษ์ผ้าหลายรูปแบบ คือ การจัดแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับชาติพันธุ์ ในลักษณะเป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชน การสร้างอุทยานา ซึ่งเป็นบทบาทของครอบครัว ที่มีหน้าที่ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมผ้าให้กับบุตรหลาน และการสร้างเครือข่ายโดยใช้ันทนาการและการละเล่นเป็นสื่อกลางในการรวมคน รวมใจ และรวมกิจกรรมเพื่อสืบสานการแต่งกายเชิงอนุรักษ์ และ (3) ไทยโซ่ง มีแนวทางการอนุรักษ์ผ้าและลายผ้าโบราณ เพื่อสืบสานอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์โดยวิธีการสืบสานผ้า ประกอบด้วย การเลือกลาย การลอกลาย การย้อมไหม และการทอ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับทำให้ผ้าฟื้นคืนชีพใหม่ แต่คงลักษณะผ้าและลายแบบเดิมเอาไว้ และวิธีการสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับผ้าและลายผ้าชุมชน ประกอบด้วย ฐานข้อมูลเกี่ยวกับประเพณี และพิธีกรรมเกี่ยวกับผ้า ปริศนาคำสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมผ้า วัสดุอุปกรณ์เกี่ยวกับการทอผ้าและประวัติเกี่ยวกับผ้า และลวดลายผ้า

รจนา ชื่นศิริกุลชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างนักร้องแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ให้มีความเป็นอัตลักษณ์ล้านนาต่อการพัฒนาแฟชั่นในระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ (เสื้อผ้า) อยู่ในระหว่างการดำเนินการ คำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ การนำผลการวิจัยมาใช้ร่วมในครั้งนี้เป็นสิ่งสำคัญมาก ปัจจุบันพบว่า ทางกลุ่มขาดความรู้ทางการออกแบบ และการพัฒนาแบบในการสร้างสรรค์ผลงานตามความต้องการของตลาดได้อย่างต่อเนื่องทันสมัย ซึ่งปัญหาเรื่องการออกแบบนี้ไม่ใช่เกิดขึ้นเฉพาะทางกลุ่ม ยังเป็นปัญหากับสถาน

ประกอบการอีกหลายแห่งที่ทำตามแบบลูกค้ำเท่านั้น ไม่สามารถทำการออกแบบของตนเองให้สินค้าที่ผลิตมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ และสามารถเข้าสู่ในระดับสากลได้ ในปัจจุบันแนวคิดเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับจากรัฐบาลของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ในฐานะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจแห่งอนาคต อีกทั้งยังเป็นรูปแบบเศรษฐกิจระบบใหม่ที่เปิดให้บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้ามามีส่วนสำคัญ ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างเอกลักษณ์ และการผลิตสินค้าในท้องถิ่นให้มีศักยภาพ ด้วยการสนับสนุนให้ชนเผ่าชุมชนวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมใช้ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นผนวกกับองค์ความรู้สมัยใหม่ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการ การเข้าถึงแหล่งทุน และการตลาดเชิงรุกทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ฉันทภักดิ์ เวียงแสง และรุ่งนภา กิตติลาภ และสมพงษ์ จ้อยศิริ (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมและแนวโน้มความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น และ (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จำนวนหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G.cochran ได้จำนวน 330 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยการทดสอบความตรงดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Principal Component Analysis) ใช้วิธีหมุนแกนออร์โธโกนอลแบบวาริเมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation) เพื่อสกัดตัวแปรที่ไม่สำคัญออกไป โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ (Factor Score Coefficient) ตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป เป็นตัวแปรสำคัญ

ผลการวิจัยพบว่า :

1. พฤติกรรมและแนวโน้มความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ส่วนใหญ่ผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญในด้านการใช้พนักงานขาย รองลงมา เป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภค ประกอบด้วย 14 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) ท่าเลที่ตั้งของร้านไปมาได้สะดวก (2) มีการจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง (3) บรรจุกฎภัณฑ์ที่มีความสวยงาม (4) มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (5) บรรจุกฎภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์อย่างอื่นต่อได้ (6) มีป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน (7) บรรจุกฎภัณฑ์มีความทันสมัย (8) สถานที่ที่จอดรถสะดวกสบาย (9) ลักษณะลดแลกผ้า (10) พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมเป็นอย่างดี (11) พนักงานสามารถชี้แจงข้อสงสัยได้ (12) การตกแต่งร้านค้าหรูหราโชว์สินค้าดึงดูดใจ (13) สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ และ (14) มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป เป็นตัวแปรสำคัญ ผลการศึกษาข้างต้นพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของการวัดความพอเพียงของข้อมูลการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบไกเซอร์ เมเยอร์ โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.895 นอกจากนี้ ยังพบว่าข้อมูลทั้งหมดสามารถสกัดองค์ประกอบได้เป็น 7 องค์ประกอบ โดยทั้ง 7 องค์ประกอบ สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 65.684 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ภัทรกร อันตระการ ศรายุทธ ตี๋มขลิบ และสุนีย์ วรรณโกมล (2560) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่มวัยทำงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มวัยทำงานที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล และศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของกลุ่มวัยทำงานที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมกับสถานภาพส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มคนวัยทำงาน จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์ T-test Anova และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis งานวิจัยนี้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19 - 30 ปี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท

ด้านพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไทยผู้บริโภครส่วนใหญ่แสวงหาข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ผ้าไทยจากงานแสดงสินค้า กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลในการเป็นแบบอย่าง ได้แก่ ครอบครัว ด้านการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคส่วนมากมีเหตุจูงใจในการซื้อ จากการซื้อตามสมัยนิยม ผลิตภัณฑ์ที่นิยมซื้อส่วนมากเป็นผ้าไหม นิยมผ้าที่มีเนื้อเรียบ สีสดใส โทนสีฟ้า ประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าไทยที่นิยมซื้อ ได้แก่ เสื้อ ผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อที่ไม่แน่นอน ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งโดยพิจารณาจากคุณภาพ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผ้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไทยของผู้บริโภคกับสถานภาพส่วนบุคคลพบว่า ขึ้นอยู่กับเพศ 13 รายการ อายุ 15 รายการ อาชีพ 13 รายการ รายได้ 11 รายการ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นในส่วนประสมทางการตลาดใน การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไทย เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ ด้านอายุ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนด้านรายได้ มีความแตกต่างกัน 2 รายการ

รัฐันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ : นัยยะเพื่อการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดตามความต้องการของผู้ซื้อ มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ และแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือตามความต้องการของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการกำหนดโควต้า จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ซื้อนิยมซื้อเสื้อครั้งไม่เกิน 2 ตัว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 300 - 600 บาทต่อครั้ง ซื้อเพื่อใช้เองในโอกาสวันสำคัญต่าง ๆ ส่วนส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบสวยงาม ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเน้นงานแสดงสินค้าต่าง ๆ และด้านการส่งเสริม

การตลาด ต้องเอาใจใส่ลูกค้า แนวทางการพัฒนาส่วนประกอบทางการตลาดผลิตภัณฑ์ ผ้าฝ้ายทอมือเพื่อความยั่งยืน มีดังนี้ (1) ผลิตภัณฑ์ควรมีรูปแบบสวยงามบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม (2) ด้านราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพของเนื้อผ้าฝ้ายทอมือ มุ่งกลยุทธ์การลดราคา (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเน้นงานแสดงสินค้าต่าง ๆ และการจัดตกแต่งร้าน และ (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด เน้นการแจกของแถมและรับเปลี่ยนสินค้า

อรนุช นาคชาติ และณัฐสุรางค์ ปุคคะนนันท์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง *การพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ในการผลิตผ้าไหมย้อมสีด้วยเมล็ดมะขาม เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ : กรณีศึกษาผ้าขาวม้า บ้านทัพกระบือ ตำบลสำโรง อำเภอมืองจังหวัดสุรินทร์* มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ และถ่ายทอดเทคโนโลยีการย้อมสีไหมด้วยเมล็ดมะขามให้สามารถนำมาใช้ได้จริงในเชิงพาณิชย์ (2) เพื่อส่งเสริมแนวทางในการนำไหมย้อมสีด้วยเมล็ดมะขาม ไปประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า และ (3) เพื่อให้เกิดนวัตกรรมผ้าไหมลายผ้าขาวม้าย้อมสีด้วยเมล็ดมะขาม ผลการวิจัยพบว่า สามารถต่อยอดองค์ความรู้ และถ่ายทอดเทคโนโลยีการย้อมสีไหมด้วยเมล็ดมะขาม และสีจากวัสดุธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น เกิดการต่อยอดนำไปสู่การผลิตเพื่อจำหน่ายเชิงพาณิชย์ โดยมีผู้ผลิตจำนวน 3 ท่าน ได้นำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตผ้าไหมขาวม้าย้อมสีจากธรรมชาติที่ให้ความสวยงาม และให้สีที่แปลกแตกต่างจากสีย้อมเคมีที่ชุมชนเคยผลิต ผู้ผลิตรู้สึกภาคภูมิใจ และรู้สึกปลอดภัยในการทอ และอยากจะทอผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติต่อไป นอกจากนี้ ยังพบว่าสินค้าที่ผลิตขึ้นมาผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่จะซื้อในราคาที่สูงกว่าเดิม ทำให้สามารถจำหน่ายผ้าขาวม้าได้ในราคาสูงกว่าหนึ่งเท่าตัว ช่วยให้ผู้ผลิตมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สร้างรายได้ที่มั่นคง และเกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน นอกจากนี้ การนำเส้นไหมที่ย้อมด้วยเมล็ดมะขาม ไปประยุกต์ในผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ยังช่วยสร้างนวัตกรรมใหม่บนพื้นผ้าขาวม้าบ้านทัพกระบือ เนื่องจากให้สีที่สวยงดงาม และช่วยเสริมลวดลายที่ทอ โดยเฉพาะลายช้าง และลายเชิงเทียนให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากผ้าขาวม้าที่ผลิตจากแหล่งอื่น

อารดา พลอาษา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง *การศึกษาองค์ความรู้ การอนุรักษ์ การส่งเสริม และการเพิ่มคุณค่า การทอผ้าไหมหางกระรอกคู่ตีนแดง อำเภอนาโพธิ์ และอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดบุรีรัมย์* การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) รวบรวมองค์ความรู้ กระบวนการผลิต

ลักษณะลวดลาย ลักษณะการใช้สี รูปแบบผลิตภัณฑ์ และกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ การทอผ้าไหมทางกระรอกคู่ ตีนแดง (2) ส่งเสริมสนับสนุนอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม ให้ท้องถิ่นเกิดความตระหนักและเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และสืบสาน ภูมิปัญญาและคุณค่าความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทั้งที่เป็นชีวิต ค่านิยมที่ดั้งเดิมและ ความเป็นไทย (3) หาแนวทางการนำเอาองค์ความรู้ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมทางกระรอกคู่ ตีนแดง มาพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชน โดย ประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ประชาชน ผู้รู้ ชาวบ้าน ผู้นำท้องถิ่นและผู้ทรงภูมิปัญญา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยประยุกต์ใช้การศึกษา ภาคสนามด้วย วิธีสำรวจชุมชน การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การประชุมกลุ่มเฉพาะและการศึกษาจากเอกสาร ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ด้านข้อมูล และวิธีการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาแบบสร้างข้อสรุป โดยการจำแนกชนิดข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า (1) องค์ความรู้กระบวนการผลิตได้รับการถ่ายทอดจากภูมิปัญญา จากบรรพบุรุษสู่ลูกหลาน แม่ พ่อ ญาติพี่น้อง การสืบทอด ความรู้ผ่านระบบจากครอบครัวและชุมชน เกิดการเรียนรู้จากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่งที่น่า ประสพการณ์อันหลากหลายที่สั่งสม สืบสาน สืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน จากบรรพบุรุษตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ที่มีความลึกซึ้งผูกพัน เชื่อมโยง แลกเปลี่ยน แบ่งปัน ความรู้เพื่อให้มีการอนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบทอดองค์ความรู้อันเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้าน อันทรงคุณค่าด้วยการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการศึกษาเรียนรู้ที่เหมาะสมกับสภาพของ ชุมชนที่สามารถพึ่งตนเองและนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชน (2) การอนุรักษ์และ สืบทอด ควรได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐ รวมทั้งความร่วมมือประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและสถานศึกษาต่าง ๆ โดยการจัดเก็บ รวบรวมองค์ความรู้เรื่องการทอผ้า มีการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ สื่อการเรียนการสอน จัดตั้งให้มีการดำเนินการร่วมกันในความรู้แบบองค์กร จัดตั้ง แหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาชุมชน เพื่อก่อให้เกิดการอนุรักษ์ร่วมกัน มีการบูรณาการเสริมสร้าง หลักสูตรการเรียนรู้ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมในระบบการศึกษา สนับสนุนการสร้างครู ภูมิปัญญาด้านการทอผ้าไหมไทยให้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งควรมีการประชาสัมพันธ์การจัด งานแสดงสินค้าผ้าไหม และจัดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนเพื่อยกระดับภูมิปัญญาให้มีมาตรฐาน

ระดับสากล และ (3) การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม แนวทางการส่งเสริมและพัฒนา รูปแบบการเพิ่มคุณค่า ควรจะดำเนินการควบคู่กันไป เป็นการพยายามค้นหาสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ ๆ สำหรับปัญหาต่าง ๆ ที่ต้องอาศัยวิทยาการที่มีความก้าวหน้า กระบวนการผลิต การเลือกใช้วัสดุและหลักการออกแบบ เข้าใจการวิเคราะห์ปัญหา การคิดออกแบบ สร้างสรรค์ และการแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ส่วนของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับการปรับปรุงหรือพัฒนามาจากของเดิม ต้องมีความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์และสอดคล้อง กับเอกลักษณ์และบริบทของชุมชน

ทัศนีย์ วงศ์สอน (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ (3) เพื่อทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคกับการซื้อซ้ำ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บ รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้มาซื้อซ้ำ จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ค่าสถิติของการทดสอบ ไคสแควร์ (Chi-Square Test) และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 40 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงาน บริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำ ซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่ม ผ้าฝ้าย อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาด ด้านช่องทางการจำหน่ายมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาดกับการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ระดับปานกลาง และด้านราคามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับสูง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กันในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พฤติกรรมผู้บริโภคกับการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ภาพรวมพฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการซื้อซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รจนา ชื่นศิริกุลชัย และธีรารัตน์ ชื่นศิริกุลชัย (2562) ได้ศึกษาเรื่อง *นวัตกรรมแฟชั่นผ้าไทยสี่ธรรมชาติดจากย่านยาอุเณะ ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์สู่สากล* การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ถ่ายทอดองค์ความรู้นวัตกรรมแฟชั่นผ้าไทยสี่ธรรมชาติดจากย่านยาอุเณะ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และ (2) เพื่อสร้างนักร้องแบบกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ให้มีความสามารถในการสะท้อนอัตลักษณ์ไทยบนฐานวัฒนธรรมไทย ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์สู่ตลาดสากล พบว่า การสร้างนวัตกรรมสี่ธรรมชาติด การสร้างคน และการสร้างธุรกิจ ผู้วิจัยและหน่วยงานสถาบันผ้าทอมือ หริภุญชัย องค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูนมีแนวคิดร่วมกันที่จะนำสี่ธรรมชาติดจากยาอุเณะที่เป็นนวัตกรรมใหม่มาถ่ายทอดองค์ความรู้ ทำให้เกิดการพัฒนางานและเป็นต้นแบบทางความคิดในการสร้างสรรค์ แหล่งกำเนิดสินค้าแฟชั่นผ้าไทยที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าเกิดการต่อยอดทางธุรกิจ มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และการสร้างนักร้องแบบกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกเกษตรกรให้มีความสามารถในการสะท้อนอัตลักษณ์ไทยบนฐานวัฒนธรรมไทยสู่ตลาดสากล อีกทั้งหาแนวทางการต่อยอดทางธุรกิจ มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสู่ตลาดภายในประเทศ และอนาคตตลาดต่างประเทศเพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกกลุ่มใน

โครงการพระราชดำริสามารถพึ่งตนเองให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะนำไปสู่การพึ่งพากันเองในชุมชน และเติบโตเป็นกลุ่มที่ยั่งยืนต่อไป ตามยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน และสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อย่างสันติและเกื้อกูล และตามแนวนโยบายของรัฐบาลไทยแลนด์ 4.0 มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ทั้งสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชในรัชกาลที่ 9

ใจภักดิ์ บุรพเจตนา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง *เครื่องแต่งกายเชิงวัฒนธรรม : แฟชั่นไทลื้อร่วมสมัย* การวิจัยมีแนวคิดมาจากวัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยเชื่อมโยงความงามของศิลปวัฒนธรรมด้านผ้าทอพื้นถิ่นแบบดั้งเดิมสู่งานออกแบบร่วมสมัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภท และคุณลักษณะของเครื่องแต่งกายผ้าทอไทลื้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายเชิงวัฒนธรรม เป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าสิ่งทอเชิงพาณิชย์ การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การประเมินคุณลักษณะของเครื่องแต่งกายผ้าทอไทลื้อ พบว่าอัตลักษณ์ของเครื่องแต่งกายผ้าทอไทลื้อ คือ (1) รูปแบบเครื่องแต่งกายชายหญิงของไทลื้อแบบดั้งเดิม (2) เทคนิคการทอและลวดลาย ได้แก่ ผ้าทอเกาะล้าง ลวดลายเรขาคณิต ผ้าทอจก ลวดลายจากพืช และสัตว์ ผ้าทอขิด ลวดลายสัตว์ตามความเชื่อ (3) สีที่โดดเด่น คือ สีคราม สีแดง และสีขาว ขั้นตอนที่ 2 การประเมินความต้องการผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย โดยนำผลการประเมินมาเป็นแนวทางการออกแบบ ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ใช้การประยุกต์ลวดลายและกระบวนการผลิตจากอัตลักษณ์ผ้าทอ และเครื่องแต่งกายไทลื้อ ร่วมนำสไตล์แฟชั่นแนวดีคอนสตรัคชั่นทำเป็นคอลเลกชั่นไทลื้อคอนเทมโพล่าตีสำหรับผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย ที่มีบุคลิกภาพแบบสร้างสรรค์ นิยมแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ ประกอบด้วยเครื่องแต่งกาย ชุดปาร์ตี้ที่สามารถนำมาผสมผสานในการสวมใส่ และเครื่องประกอบตกแต่งงานแฟชั่น ได้แก่ กระเป๋า รองเท้า ผ้าคลุมไหล่ สำหรับเครื่องแต่งกายเชิงวัฒนธรรมตามความนิยมแนวแฟชั่นในปัจจุบัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง และ (3) เพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ ปกป้องจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1.1 บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายวิชาการ ปีการศึกษา 2565 จำนวน 1,104 คน

1.2 บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน ปีการศึกษา 2565 จำนวน 2,698 คน (หัวหมาก กรุงเทพมหานคร) (ข้อมูลจากแผนการบริหารและพัฒนาบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีงบประมาณ 2565)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง สายวิชาการ และบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน ซึ่งใช้การสุ่มแบบอย่างง่าย (simple random sampling) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรทาร์โอยามาเน่ (Taro Yamane) โดยใช้ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 639 คน ได้มีการหาสัดส่วนแบ่งตามบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายวิชาการ และบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน (ดังตาราง 1)

ตาราง 1

ประชากร และกลุ่มตัวอย่างของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายวิชาการและบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน

คณะ/สำนัก/สถาบัน/กอง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายวิชาการ	1,104	286
บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน	2,698	353
รวม	3,802	639

ที่มา. จาก แผนการบริหารและพัฒนาบุคลากร, มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีงบประมาณ 2565

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaires) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

1.1 ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 6 ข้อ แบบให้เลือกตอบ

1.3 ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยทั้งหมด 8 ด้าน จำนวน 40 ข้อ แบบให้เลือกตอบ ได้แก่ (1) ด้านสื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย (2) ด้านสีสันทนของผ้าไทย (3) ด้านลวดลายของผ้าไทย (4) ด้านเนื้อผ้าของผ้าไทย (5) ด้านราคาของผ้าไทย (6) ด้านคุณภาพของผ้าไทย (7) ด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย และ (8) ด้านการดูแลรักษาผ้าไทย

1.4 ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย จำนวน 3 ข้อ แบบคำถามปลายเปิด

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือการวิจัย โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

2.1 ศึกษาตำรา เอกสาร วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทย และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย เพื่อนำแนวคิดและหลักการมาสร้างแบบสอบถาม เพื่อเป็นเครื่องมือใช้ในการวิจัย

2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ที่ปรึกษาวิจัยตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย

2.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) แล้วนำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม

3. การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (try out) ได้แก่ บุคลากรมหาวิทยาลัยสายวิชาการ จำนวน 30 คน และบุคลากรมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน จำนวน 30 คน รวม 60 คน แล้วนำค่าคะแนนที่ได้จากการทดสอบ โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นที่อยู่ในระดับที่สามารถ

นำไปเก็บข้อมูลได้ และจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์แล้ว จึงนำไปใช้เป็นเครื่องมือวิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. นำหนังสือแนะนำถึงวัตถุประสงค์จากสถาบันศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อขอความอนุเคราะห์รองอธิการบดี หรือผู้ช่วยรองอธิการบดี คณบดี ผู้อำนวยการสำนัก ผู้อำนวยการสถาบัน ผู้อำนวยการกอง และหัวหน้าหน่วยงาน เก็บข้อมูลงานวิจัย เรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ในการแจกแบบสอบถามการวิจัยกับบุคลากรมหาวิทยาลัยสายวิชาการ และบุคลากรมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม และตรวจสอบความครบถ้วนของการตอบคำถาม โดยระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนมีนาคม 2566 แบบสอบถามทั้งหมดได้รับกลับคืน จำนวน 639 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง นำมาวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง นำมาวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ
4. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย วิเคราะห์โดยใช้วิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ และเรียบเรียงในงานวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ
ค่าร้อยละ (percentage)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

รายงานวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ผ้าไทย

ตอนที่ 4 แนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

ตอนที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ดังตาราง 2)

ตาราง 2

จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	196	30.70
	หญิง	443	69.30
	รวม	639	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายวิชาการ	286	44.80
บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน	353	55.20
รวม	639	100.00
อายุ		
อายุต่ำกว่า 25 ปี	34	5.30
อายุ 25 - 30 ปี	114	17.80
อายุ 31 - 40 ปี	119	18.60
อายุ 41 - 50 ปี	228	35.80
อายุ 51 - 60 ปี	123	19.20
อายุมากกว่า 60 ปี	21	3.30
รวม	639	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	119	18.60
ปริญญาตรี	242	37.90
ปริญญาโท	257	40.20
ปริญญาเอก	21	3.30
รวม	639	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	148	23.20
15,001 - 25,000 บาท	262	41.00
25,001 - 35,000 บาท	142	22.20
35,001 - 45,000 บาท	53	8.30
45,001 - 55,000 บาท	23	3.60
มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป	11	1.70
รวม	639	100.00

จากตาราง 2 แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.30 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.70

สถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง สายสนับสนุน คิดเป็นร้อยละ 55.20 และบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 44.80

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมาอายุระหว่าง 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.20 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.60 อายุระหว่าง 25 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.80 อายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.30 และอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.30

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 40.20 รองลงมา การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.90 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.60 และการศึกษาระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 3.30

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 - 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 - 55,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.60 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 55,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.70

ตอนที่ 2 วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง (ดังตาราง 3 - 8)

ตาราง 3

จำนวน และร้อยละของผู้ที่เข้าร่วมแต่งกายด้วยผ้าไทย (ทุกวันพุธ) ตามคำเชิญชวนของมหาวิทยาลัย

แต่งกายด้วยผ้าไทย	บุคลากร	บุคลากร	รวม
	สายวิชาการ	สายสนับสนุน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	(ร้อยละ)
เข้าร่วม	230 (36.00)	237 (37.10)	(73.10)
ไม่เข้าร่วม	56 (8.80)	116 (18.10)	(26.90)
รวม	286 (44.80)	353 (55.20)	639 (100.00)

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมแต่งกายด้วยผ้าไทย (ทุกวันพุธ) ตามคำเชิญชวนของมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 73.10 ส่วนผู้ไม่เข้าร่วม คิดเป็นร้อยละ 26.90

ตาราง 4

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้ผ้าไทย

เหตุผลในการเลือกใช้ผ้าไทย	บุคลากร	บุคลากร	รวม
	สายวิชาการ	สายสนับสนุน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตามกระแสความนิยม	33 (5.20)	47 (7.30)	80 (12.50)
ผ้าไทยสวมใส่สบาย	49 (7.70)	65 (10.20)	114 (17.90)
เป็นผ้าที่มีลวดลายสวยงาม	75 (11.70)	86 (13.50)	161 (25.20)
ตามคำเชิญชวนของมหาวิทยาลัย	56 (8.80)	70 (10.90)	126 (19.70)

ตาราง 4 (ต่อ)

เหตุผลในการเลือกใช้ผ้าไทย	บุคลากร	บุคลากร	รวม
	สายวิชาการ	สายสนับสนุน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สนับสนุนสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น	60 (9.40)	74 (11.60)	134 (21.00)
อื่น ๆ (ไปรครระบุ)	13 (2.00)	11 (1.70)	24 (3.70)
รวม	286 (44.80)	353 (55.20)	639 (100.00)

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเหตุผลในการเลือกใช้ผ้าไทยเพราะเป็นผ้าที่มีลวดลายสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 25.20 รองลงมา ช่วยสนับสนุนสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 21.00 และเลือกตามคำเชิญชวนของมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 19.70 ส่วนข้อที่น้อยที่สุดคืออื่น ๆ (ตามเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ อนุรักษ์ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผ้าไทย) คิดเป็นร้อยละ 3.70

ตาราง 5

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจเลือกใช้ผ้าไทย

การตัดสินใจเลือกใช้ผ้าไทย	บุคลากร	บุคลากร	รวม
	สายวิชาการ	สายสนับสนุน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สื่อเป็นแรงจูงใจ	31 (4.90)	33 (5.20)	64 (10.10)
สีสันทของผ้า	26 (4.10)	49 (7.70)	75 (11.80)
ลวดลายของผ้า	37 (5.70)	39 (6.00)	76 (11.70)
เนื้อผ้า	54 (8.40)	61 (9.60)	115 (18.00)
ราคา	28 (4.40)	44 (6.90)	72 (11.30)
คุณภาพ	47 (7.40)	55 (8.50)	102 (15.90)
การจัดจำหน่าย	21 (3.30)	33 (5.20)	54 (8.50)
การดูแลรักษา	42 (6.60)	39 (6.10)	81 (12.70)
รวม	286 (44.80)	353 (55.20)	639 (100.00)

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้ผ้าไทย เพราะเนื้อผ้าของผ้าไทย คิดเป็นร้อยละ 18.00 รองลงมา เลือจากคุณภาพของผ้าไทย คิดเป็นร้อยละ 15.90 และการดูแลรักษาผ้าไทย คิดเป็นร้อยละ 12.70 ส่วนข้อที่น้อยที่สุด คือ การจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 8.50

ตาราง 6

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้ผ้าไทย

ความถี่ในการใช้ผ้าไทย	บุคลากร	บุคลากร	รวม
	สายวิชาการ จำนวน (ร้อยละ)	สายสนับสนุน จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ทุกวัน	43 (6.70)	39 (6.10)	82 (12.80)
สัปดาห์ละครั้ง	60 (9.40)	78 (12.20)	138 (21.60)
สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง	94 (14.70)	80 (13.90)	183 (28.60)
เดือนละครั้ง	33 (5.20)	48 (7.50)	81 (12.70)
3 เดือนครั้ง	8 (1.20)	26 (4.10)	34 (5.30)
6 เดือนครั้ง	17 (2.70)	20 (3.10)	37 (5.80)
ปีละครั้ง	21 (3.30)	35 (5.50)	56 (8.80)
นาน ๆ ครั้ง	10 (1.60)	18 (2.80)	28 (4.40)
รวม	286 (44.80)	353 (55.20)	639 (100.00)

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.60 รองลงมา มีการใช้ผ้าไทยสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.60 และมีการใช้ผ้าไทยทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 12.80 ส่วนข้อที่น้อยที่สุด คือการใช้ผ้าไทยนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.40

ตาราง 7

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการแต่งกายด้วย
ผ้าไทย

โอกาสในการแต่งกายด้วยผ้าไทย	บุคลากร	บุคลากร	รวม
	สายวิชาการ	สายสนับสนุน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชุดทำงาน	197 (30.80)	202 (31.60)	399 (62.40)
ชุดที่ใช้ในพิธีการ	165 (25.80)	212 (33.20)	377 (59.00)
ชุดแต่งงาน	36 (5.60)	51 (8.00)	87 (13.60)
ชุดลำลอง	87 (13.60)	94 (14.70)	181 (28.30)
อื่น ๆ (โปรกระบุ)	12 (1.90)	8 (1.30)	20 (3.20)
รวม	286 (44.80)	353 (55.20)	639 (100.00)

เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อคำตอบ

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกโอกาสในการแต่งกายด้วยผ้าไทยเพราะเป็นชุดทำงาน คิดเป็นร้อยละ 62.40 รองลงมา ชุดที่ใช้ในพิธีการ คิดเป็นร้อยละ 59.00 และเป็นชุดลำลอง คิดเป็นร้อยละ 28.30 ส่วนข้อที่น้อยที่สุด คือ อื่น ๆ (ผ้าพันคอ เนคไท และแมสผ้าไทย) คิดเป็นร้อยละ 3.20

ตาราง 8

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของผ้าไทยที่ใช้

ชนิดของผ้าไทยที่ใช้	บุคลากร	บุคลากร	รวม
	สายวิชาการ	สายสนับสนุน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผ้าฝ้ายทอมือ	240 (30.80)	265 (5.60)	505 (79.10)
ผ้าไหมประดิษฐ์	182 (25.80)	196 (5.60)	378 (59.20)
ผ้าไหมมัดหมี่	163 (5.60)	158 (5.60)	321 (50.20)
ผ้าตีนจก	114 (13.60)	86 (5.60)	200 (31.40)

ตาราง 8 (ต่อ)

ชนิดของผ้าไทยที่ใช้	บุคลากร	บุคลากร	รวม
	สายวิชาการ	สายสนับสนุน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผ้าจิด	82 (1.90)	67 (5.60)	149 (23.30)
ผ้ายกดอก	92 (30.80)	86 (5.60)	178 (27.90)
ผ้าแพรวา	85 (25.80)	79 (5.60)	164 (25.70)
อื่น ๆ (โปรกระบุ)	18 (5.60)	9 (5.60)	27 (4.20)
รวม	286 (44.80)	353 (55.20)	639 (100.00)

เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อคำตอบ

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกชนิดของผ้าไทยที่ใช้ คือ ผ้าฝ้ายทอมือ คิดเป็นร้อยละ 79.10 รองลงมา ผ้าไหมประดิษฐ์ คิดเป็นร้อยละ 59.20 และผ้าไหมมัดหมี่ คิดเป็นร้อยละ 50.20 ส่วนข้อที่น้อยที่สุด คือ ชนิดของผ้าไทยอื่น ๆ ที่ใช้ (ผ้าข้อมคราม ผ้าบาติก ผ้าปาเต๊ะ ผ้ากาบบัว ผ้ากัญชง เสื้อม่อฮ่อม และผ้าไหมพุมเรียง) คิดเป็นร้อยละ 4.20

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย (ดังตาราง 9 - 16)

ตาราง 9

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านสื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย

สื่อที่เป็นแรงจูงใจ ในการใช้ผ้าไทย	การเลือกใช้		รวม จำนวน (ร้อยละ)
	เลือก จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เลือก จำนวน (ร้อยละ)	
โทรทัศน์	453 (70.90)	186 (29.10)	639 (100.00)
หนังสือพิมพ์	351 (54.90)	288 (45.10)	639 (100.00)
นิตยสารแฟชั่น	449 (70.30)	190 (29.70)	639 (100.00)
การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับ ผ้าไทย	481 (75.30)	158 (24.70)	639 (100.00)
การโฆษณาจากสื่อออนไลน์	506 (79.20)	133 (20.80)	639 (100.00)
ต่าง ๆ			

จากตาราง 9 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามสื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย พบว่า บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกจากการโฆษณาจากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 79.20 รองลงมา จากการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผ้าไทย คิดเป็นร้อยละ 75.30 และ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 70.90

ตาราง 10

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านสีเส้นของผ้าไทย

สีเส้นของผ้าไทย	การเลือกใช้		
	เลือก	ไม่เลือก	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผ้าข้อมสีธรรมชาติ	543 (85.00)	96 (15.00)	639 (100.00)
ผ้าข้อมสีสังเคราะห์	306 (48.00)	333 (52.00)	639 (100.00)
ผ้าสีอ่อน	455 (71.20)	184 (28.80)	639 (100.00)
ผ้าสีเข้ม	404 (63.20)	235 (36.80)	639 (100.00)

จากตาราง 10 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านสีเส้นของผ้าไทย พบว่า บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่เลือกผ้าสีข้อมธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมา เลือกผ้าสีอ่อน คิดเป็นร้อยละ 71.20 และเลือกผ้าสีเข้ม คิดเป็นร้อยละ 63.20 แต่ไม่เลือกผ้าข้อมสีสังเคราะห์ คิดเป็นร้อยละ 52.00

ตาราง 11

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านลวดลายผ้าไทย

ลวดลายผ้าไทย	การเลือกใช้		
	เลือก	ไม่เลือก	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ขนาดของลายผ้า	469 (77.60)	143 (22.40)	639 (100.00)
ลายโบราณ	373 (58.40)	266 (41.60)	639 (100.00)
ลายประยุกต์	267 (41.80)	372 (58.20)	639 (100.00)
ลายธรรมชาติ	370 (58.00)	269 (42.00)	639 (100.00)
ลายเรขาคณิต	246 (38.50)	393 (61.50)	639 (100.00)

จากตาราง 11 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านลวดลายผ้าไทย พบว่า บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่เลือกขนาดของลายผ้า คิดเป็นร้อยละ 77.60 รองลงมา ลายโบราณ คิดเป็นร้อยละ 58.40 และเลือกลายธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 58.00 แต่ไม่เลือกลายเรขาคณิต คิดเป็นร้อยละ 61.50 และลายประยุกต์ คิดเป็นร้อยละ 58.20

ตาราง 12

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านเนื้อผ้าของผ้าไทย

เนื้อผ้าของผ้าไทย	การเลือกใช้		
	เลือก จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เลือก จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)
เนื้อผ้ามีความนุ่ม	432 (67.60)	207 (32.40)	639 (100.00)
เนื้อผ้ามีความหนา	244 (38.20)	395 (61.80)	639 (100.00)
เนื้อผ้าบางเบา	427 (66.80)	212 (33.20)	639 (100.00)
เนื้อผ้าเป็นเงามัน	447 (69.90)	192 (30.10)	639 (100.00)
เนื้อผ้าหยาบ	213 (33.30)	426 (66.70)	639 (100.00)

จากตาราง 12 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านเนื้อผ้าของผ้าไทย พบว่า บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่เลือกเนื้อผ้าเป็นเงามัน คิดเป็นร้อยละ 69.90 รองลงมา เนื้อผ้ามีความนุ่ม คิดเป็นร้อยละ 67.60 และเนื้อผ้าบางเบา คิดเป็นร้อยละ 66.80 แต่ไม่เลือกเนื้อผ้าหยาบ คิดเป็นร้อยละ 66.70 และเนื้อผ้ามีความหนา คิดเป็นร้อยละ 61.80

ตาราง 13

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่านราคาของผ้าไทย

ราคาของผ้าไทย	การเลือกใช้		รวม จำนวน (ร้อยละ)
	เลือก จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เลือก จำนวน (ร้อยละ)	
ผ้าฝ้ายทอมือ			
ราคาต่ำกว่า 500 บาท	420 (65.70)	219 (34.30)	639 (100.00)
ราคา 501 - 1,000 บาท	510 (79.80)	129 (20.20)	639 (100.00)
ราคา 1,001 - 1,500 บาท	325 (50.90)	314 (49.10)	639 (100.00)
ราคามากกว่า 1,500 บาท	155 (24.30)	484 (75.70)	639 (100.00)
ผ้าไหมประดิษฐ์			
ราคาต่ำกว่า 300 บาท	310 (48.50)	329 (51.50)	639 (100.00)
ราคา 301 - 500 บาท	418 (65.40)	221 (34.60)	639 (100.00)
ราคา 501 - 1,000 บาท	325 (50.90)	314 (49.10)	639 (100.00)
ราคามากกว่า 1,000 บาท	285 (44.60)	354 (55.40)	639 (100.00)
ผ้าไหมมัดหมี่			
ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท	485 (75.90)	154 (24.10)	639 (100.00)
ราคา 1,001 - 1,500 บาท	420 (65.70)	219 (34.30)	639 (100.00)
ราคา 1,501 - 2,000 บาท	325 (50.90)	314 (49.10)	639 (100.00)
ราคามากกว่า 2,000 บาท	205 (32.10)	434 (67.90)	639 (100.00)
ผ้าตีนจก			
ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท	412 (64.50)	227 (35.50)	639 (100.00)
ราคา 1,001 - 1,500 บาท	368 (57.60)	271 (42.40)	639 (100.00)
ราคา 1,501 - 2,000 บาท	335 (52.40)	304 (47.60)	639 (100.00)
ราคามากกว่า 2,000 บาท	118 (18.50)	521 (81.50)	639 (100.00)

ตาราง 13 (ต่อ)

ราคาของผ้าไทย	การเลือกใช้		รวม
	เลือก	ไม่เลือก	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผ้าซิด			
ราคาต่ำกว่า 500 บาท	289 (45.20)	350 (54.80)	639 (100.00)
ราคา 501 - 1,000 บาท	362 (56.70)	277 (43.30)	639 (100.00)
ราคา 1,001 - 1,500 บาท	206 (32.20)	433 (67.80)	639 (100.00)
ราคามากกว่า 1,500 บาท	85 (13.30)	554 (86.70)	639 (100.00)
ผ้ายกดอก			
ราคาต่ำกว่า 1,200 บาท	464 (72.60)	175 (27.40)	639 (100.00)
ราคา 1,201 - 2,000 บาท	359 (56.20)	280 (43.80)	639 (100.00)
ราคา 2,001 - 2,500 บาท	301 (47.10)	338 (52.90)	639 (100.00)
ราคามากกว่า 2,500 บาท	92 (14.40)	547 (85.60)	639 (100.00)
ผ้าแพรวา			
ราคาต่ำกว่า 1,500 บาท	428 (67.00)	211 (33.00)	639 (100.00)
ราคา 1501 - 2,000 บาท	365 (57.10)	274 (42.90)	639 (100.00)
ราคา 2,001 - 2,500 บาท	145 (22.70)	494 (77.30)	639 (100.00)
ราคามากกว่า 2,500 บาท	78 (12.20)	561 (87.80)	639 (100.00)

จากตาราง 13 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านราคาของผ้าไทย พบว่า

ผ้าฝ้ายทอมือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกราคา 501 - 1,000 บาท รองลงมา ราคาต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.70 และราคา 1,001 - 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.90 แต่ไม่เลือกผ้าฝ้ายทอมือราคามากกว่า 1,500 บาท

ผ้าไหมประดิษฐ์ บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกราคา 301 - 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.40 รองลงมา ราคา 501 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.90 แต่ไม่เลือกผ้าไหมประดิษฐ์ราคามากกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.40 และราคาต่ำกว่า 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.50

ผ้าไหมมัดหมี่ บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกราคาต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 75.90 รองลงมา ราคา 1,001 - 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.70 และ 1,501 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.90 แต่ไม่เลือกผ้าไหมมัดหมี่ราคามากกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.90

ผ้าตีนจก บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกราคาต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมา ราคา 1,001 - 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.60 และ ราคา 1,501 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.40 แต่ไม่เลือกผ้าตีนจกราคามากกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 81.50

ผ้าจิด บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกราคา 501 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.70 แต่ไม่เลือกผ้าจิดราคามากกว่า 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 86.70 รองลงมา ราคา 1,001 - 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.80 และราคาต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.80

ผ้ายกดอก บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกราคาต่ำกว่า 1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 72.60 และราคา 1,201 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.20 แต่ไม่เลือกผ้ายกดอกราคามากกว่า 2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 85.60 และราคา 2,001 - 2,500 บาท

ผ้าแพรวา บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกราคาต่ำกว่า 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมา ราคา 1,501 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.10 แต่ไม่เลือกผ้าแพรวา ราคามากกว่า 2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 87.80 และราคา 2,001 - 2,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.30

ตาราง 14

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านคุณภาพของผ้าไทย

คุณภาพของผ้าไทย	การเลือกใช้		
	เลือก	ไม่เลือก	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สวมใส่สบาย	485 (75.90)	154 (24.10)	639 (100.00)
ผ้าที่ทอด้วยมือ	525 (82.10)	114 (17.90)	639 (100.00)
เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่น	578 (90.40)	61 (9.60)	639 (100.00)
เนื้อผ้ายับยาก	445 (69.60)	194 (30.40)	639 (100.00)

จากตาราง 14 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านคุณภาพของผ้าไทย พบว่า บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่เลือกผ้าไทยเนื้อผ้ามีความยืดหยุ่น คิดเป็นร้อยละ 90.40 รองลงมา เลือกผ้าที่ทอด้วยมือ คิดเป็นร้อยละ 82.10 เลือกเนื้อผ้าสวมใส่สบาย คิดเป็นร้อยละ 75.90 และเนื้อผ้ายับยาก คิดเป็นร้อยละ 69.60

ตาราง 15

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย

การจัดจำหน่ายผ้าไทย	การเลือกใช้		
	เลือก	ไม่เลือก	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ร้านค้าต่าง ๆ	392 (61.40)	247 (38.60)	639 (100.00)
ร้านของศูนย์ศิลปาชีพ	420 (65.80)	219 (34.20)	639 (100.00)
งานแสดงสินค้า OTOP	456 (71.40)	183 (28.60)	639 (100.00)
ร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง	520 (81.40)	119 (18.60)	639 (100.00)
สั่งซื้อจากระบบออนไลน์	496 (77.60)	143 (22.40)	639 (100.00)

จากตาราง 15 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย พบว่า บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่เลือกร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 81.40 รองลงมา เลือกสั่งซื้อจากระบบออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 77.60 เลือกงานแสดงสินค้า OTOP คิดเป็นร้อยละ 71.40 เลือกร้านของศูนย์ศิลปาชีพ คิดเป็นร้อยละ 65.80 และร้านค้าต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 61.40

ตาราง 16

จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการดูแลรักษาผ้าไทย

การดูแลรักษาผ้าไทย	การเลือกใช้		
	เลือก จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เลือก จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)
เป็นผ้าที่ดูแลรักษาง่าย	567 (88.70)	72 (11.30)	639 (100.00)
เป็นผ้าที่ซักด้วยมือเท่านั้น	327 (51.20)	312 (48.80)	639 (100.00)
เป็นผ้าที่ซักได้ทั้งมือ และเครื่อง	495 (77.50)	144 (22.50)	639 (100.00)
เป็นผ้าที่ซักรวมกับผ้าชนิด อื่นได้	397 (62.20)	242 (37.80)	639 (100.00)
เป็นผ้าที่ต้องใช้เวลาใน การรีดน้อย	403 (63.10)	236 (36.90)	639 (100.00)

จากตาราง 16 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านการดูแลรักษาผ้าไทย พบว่า บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่เลือกผ้าที่ดูแลรักษาง่าย คิดเป็นร้อยละ 88.70 รองลงมา เลือกผ้าที่ซักได้ทั้งมือและเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 77.50 เลือกผ้าที่ต้องใช้เวลาในการรีดน้อย คิดเป็นร้อยละ 63.10 เลือกผ้าที่ซักรวมกับผ้าชนิดอื่นได้ คิดเป็นร้อยละ 62.20 และผ้าที่ซักด้วยมือเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 51.20

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมอนุรักษ์ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจ ในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

4.1 การส่งเสริมอนุรักษ์การแต่งกายด้วยผ้าไทย

- สวมใส่ผ้าไทยทุกวันพุธตามนโยบายมหาวิทยาลัยรามคำแหง และสวมใส่ผ้าไทยทุกวันศุกร์ตามนโยบายรัฐบาล
- รณรงค์เชิญชวนให้แต่งกายด้วยผ้าไทย
- สนับสนุนสินค้าพื้นเมืองในแต่ละท้องถิ่น
- แต่งกายด้วยผ้าไทยในประเพณีวันสำคัญต่าง ๆ ของไทย
- แต่งกายด้วยผ้าไทยเป็นชุดทำงาน
- ส่งเสริมให้มีชุดผ้าไทยประจำหน่วยงาน
- ชื้อผ้าไทยเป็นของขวัญให้กับครอบครัวญาติพี่น้อง และเพื่อนร่วมงาน
- แต่งกายด้วยผ้าไทยโดยมีการออกแบบประยุกต์ร่วมสมัย

4.2 การปลูกฝังจิตสำนึกการแต่งกายด้วยผ้าไทย

- ปลูกฝังให้คนในครอบครัวใส่ผ้าไทยในโอกาสต่าง ๆ
- รักษาวัฒนธรรมไทยด้วยการใส่ผ้าไทย
- มีการเชิญชวนให้ใส่ผ้าไทย
- ชวนเด็กรุ่นใหม่ใส่ผ้าไทยเข้าวัด ทำบุญ
- ให้ความสำคัญในการใส่ผ้าไทยในวันสำคัญต่าง ๆ
- สร้างค่านิยมเป็นวัฒนธรรมองค์กรในการแต่งกายผ้าไทย
- ผลิตสื่อออนไลน์เพื่อการกระตุ้นสำนึกรักวัฒนธรรมไทย และการแต่งกายด้วยผ้าไทย

4.3 การเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

- ประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือจากผู้บริหาร และบุคลากรในหน่วยงานร่วมกันแต่งกายด้วยผ้าไทย
- จัดนิทรรศการผ้าไทยเพื่อให้ผ้าไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลาย
- มีการแต่งกายด้วยผ้าไทยของแต่ละท้องถิ่นเพื่อเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญา

- มีการถ่ายภาพกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีการแต่งกายด้วยผ้าไทยลงบนสื่อออนไลน์
เพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์

- มอบผ้าไทยให้เป็นรางวัล และของขวัญในโอกาสต่าง ๆ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง และ (3) เพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง สายวิชาการ และบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน จำนวน 639 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย และตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (percentage) โดยสรุปผลได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง จากการศึกษาสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน อายุระหว่าง 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท

2. วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เข้าร่วมแต่งกายด้วยผ้าไทย (ทุกวันพุธ) ตามคำเชิญชวนของมหาวิทยาลัย ใช้ผ้าไทยเพราะเป็นผ้าที่มีลวดลายสวยงาม โดยตัดสินใจเลือกใช้เพราะเนื้อผ้าของผ้าไทย มีการแต่งกายด้วยผ้าไทยสัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง แต่งกายด้วยผ้าไทยเป็นชุดทำงาน ผ้าไทยที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ ผ้าฝ้ายทอมือ

3. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

3.1 ด้านสื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย

สื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกจากการโฆษณาจากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ รองลงมา การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผ้าไทย และโทรทัศน์

3.2 ด้านสีสັນของผ้าไทย

สีสັນของผ้าไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกผ้าสีข้มธรรมชาติ รองลงมา เลือกผ้าสีอ่อน และผ้าสีเข้ม แต่ไม่เลือกผ้าสีข้มสีตั้งเพราะ

3.3 ด้านลวดลายของผ้าไทย

ผลการเลือกใช้ลวดลายของผ้าไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกจากขนาดของลายผ้า รองลงมา เลือกลายโบราณ และเลือกลายธรรมชาติ แต่ไม่เลือกลายประยุกต์ และลายเรขาคณิต

3.4 ด้านเนื้อผ้าของผ้าไทย

ผลการเลือกใช้เนื้อผ้าของผ้าไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกเนื้อผ้าเป็นแกมมัน รองลงมา เนื้อผ้ามีความนุ่ม และเนื้อผ้าบางเบา แต่ไม่เลือกเนื้อผ้าหยาบ และเนื้อผ้ามีความหนา

3.5 ด้านราคาของผ้าไทย

ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านราคาของผ้าไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกผ้าฝ้ายทอมือ ราคา 501 - 1,000 บาท แต่ไม่เลือกผ้าฝ้ายทอมือ ราคามากกว่า 1,500 บาท ผ้าไหมประดิษฐ์ ราคา 301 - 500 บาท แต่ไม่เลือกผ้าไหมประดิษฐ์ ราคามากกว่า 1,000 บาท และราคาต่ำกว่า 300 บาท ผ้าไหมมัดหมี่ ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท แต่ไม่เลือกผ้าไหมมัดหมี่ ราคามากกว่า 2,000 บาท ผ้าตีนจก ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท แต่ไม่เลือกผ้าตีนจก ราคามากกว่า 2,000 บาท ผ้าขิด ราคา 501 - 1,000 บาท แต่ไม่เลือกผ้าขิด ราคามากกว่า 1,500 บาท รongลงมา ราคา 1,001 - 1,500 บาท และราคาต่ำกว่า 500 บาท ฝ้ายกดอก ราคาต่ำกว่า 1,200 บาท แต่ไม่เลือกฝ้ายกดอก ราคามากกว่า 2,500 บาท และราคา 2,001 - 2,500 บาท ผ้าแพรวา ราคาต่ำกว่า 1,500 บาท แต่ไม่เลือกผ้าแพรวา ราคามากกว่า 2,500 บาท และราคา 2,001 - 2,500 บาท

3.6 ด้านคุณภาพของผ้าไทย

ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านคุณภาพของผ้าไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกผ้าไทยเนื้อผ้ามีความยืดหยุ่น รongลงมา เลือกผ้าที่ทอด้วยมือ และเลือกเนื้อผ้าสวมใส่สบาย

3.7 ด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย

ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง รongลงมา เลือกสั่งซื้อจากระบบออนไลน์ และเลือกงานแสดงสินค้า OTOP

3.8 ด้านการดูแลรักษาผ้าไทย

ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านการดูแลรักษาผ้าไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกผ้าที่ดูแลรักษาง่าย รongลงมา เลือกผ้าที่ซักได้ทั้งมือและเครื่อง และเลือกผ้าที่ต้องใช้เวลาในการรีดน้อย

4. แนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

4.1 การส่งเสริมอนุรักษ์การแต่งกายด้วยผ้าไทย

มีการสวมใส่ผ้าไทยทุกวันพุธตามนโยบายมหาวิทยาลัยรามคำแหงและสวมใส่ผ้าไทยทุกวันศุกร์ตามนโยบายรัฐบาล รมรณรงค์เชิญชวนให้แต่งกายด้วยผ้าไทย มีการสนับสนุนสินค้าพื้นเมืองในแต่ละท้องถิ่น แต่งกายด้วยผ้าไทยในประเพณีวันสำคัญต่าง ๆ ของไทย แต่งกายด้วยผ้าไทยเป็นชุดทำงาน ส่งเสริมให้มีชุดผ้าไทยประจำหน่วยงาน ชื้อผ้าไทยเป็นของขวัญให้กับครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อนร่วมงาน และแต่งกายด้วยผ้าไทยโดยมีการออกแบบประยุกต์ร่วมสมัย

4.2 การปลูกฝังจิตสำนึกการแต่งกายด้วยผ้าไทย

ปลูกฝังให้คนในครอบครัวใส่ผ้าไทยในโอกาสต่าง ๆ รักษาวัฒนธรรมไทยด้วยการใส่ผ้าไทย มีการเชิญชวนให้ใส่ผ้าไทย ชวนเด็กรุ่นใหม่ใส่ผ้าไทยเข้าวัด ทำบุญ ให้ความสำคัญในการใส่ผ้าไทยในวันสำคัญต่าง ๆ สร้างค่านิยมเป็นวัฒนธรรมองค์การในการแต่งกายผ้าไทย และผลิตสื่อออนไลน์เพื่อการกระตุ้นสำนึกรักวัฒนธรรมไทย และการแต่งกายด้วยผ้าไทย

4.3 การเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

ประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือจากผู้บริหาร และบุคลากรในหน่วยงาน ร่วมกันแต่งกายด้วยผ้าไทย จัดนิทรรศการผ้าไทยเพื่อให้ผ้าไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีการแต่งกายด้วยผ้าไทยของแต่ละท้องถิ่นเพื่อเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญา มีการถ่ายภาพกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีการแต่งกายด้วยผ้าไทยลงบนสื่อออนไลน์เพื่อการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ และมอบผ้าไทยให้เป็นรางวัล และของขวัญในโอกาสต่าง ๆ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เข้าร่วมแต่งกายด้วยผ้าไทย (ทุกวันพุธ) ตามคำเชิญชวนของมหาวิทยาลัย เลือกใช้ผ้าไทยเพราะเป็นผ้าที่มีลวดลายสวยงาม โดยตัดสินใจเลือกใช้เพราะชอบเนื้อผ้าของผ้าไทย มีการแต่งกายด้วยผ้าไทย สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง มีการแต่งกายผ้าไทยเป็นชุดทำงาน และผ้าไทยที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ ผ้าฝ้ายทอมือ จะเห็นได้ว่าผ้าไทยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ล้ำค่าที่บรรพบุรุษได้สืบสานมรดก ภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบันที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชนและผ้าไทยเป็นเครื่องบ่งบอกเอกลักษณ์ความเป็นไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เข้าร่วมแต่งกายด้วยผ้าไทย (ทุกวันพุธ) ตามคำเชิญชวนของมหาวิทยาลัย บุคลากรมีส่วนร่วมในการรณรงค์ส่งเสริมการใช้ผ้าไทย มีการแต่งกายด้วยผ้าไทยเป็นชุดทำงาน มีการแต่งกายด้วยผ้าไทยสัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม (2560, หน้า 5) ได้กล่าวถึง นโยบายนายกรัฐมนตรีในการส่งเสริมและรณรงค์ให้ประชาชนสวมใส่ผ้าไทย ตลอดจนสนับสนุนให้ประชาชนสามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับตนเอง และครอบครัว มีการจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจและสร้างค่านิยมในการใช้ผ้าไทยมาอย่างต่อเนื่อง และมีแผนการดำเนินงานเพื่อรณรงค์ส่งเสริมการใช้ผ้าไทย ให้เกิดกระแสการรับรู้ และเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวงที่ทรงเป็นผู้ริเริ่มในการอนุรักษ์และเผยแพร่ผ้าไทย ลวดลายของผ้าไหมล้วนมีที่มา มีชื่อเรียกเฉพาะตัวจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของลายนั้น ๆ ที่มาของลายผ้าไทยส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของศิริกัญญา ชาญไชยชนะ (2545, หน้า 22-29) ได้กล่าวถึง ลวดลายของผ้าไหมว่ามีอิทธิพลจากความเชื่อทางศาสนา และสิ่งประติษฐาน โดยนำเอาลักษณะส่วนประกอบต่าง ๆ ภายในวัดมาประติษฐานเป็นลวดลายผ้าไทย

เช่น ลายปราสาท ลายต้นสน ลายขอห้า วงใหญ่ และลายขอเครือ อิทธิพลจากสัตว์ โดยประติมากรรมลวดลายที่เกี่ยวกับสัตว์ เช่น ลายม้าน้ำ ลายผีเสื้อ ลายนกยูง และลายช้าง อิทธิพลจากพืช ประติมากรรมลวดลายที่เกี่ยวกับพืชต่าง ๆ เช่น ลายหมากจับ ลายดอกสร้อย ลายดอกแก้ว ลายดอกจัน ลายดอกพิกุล และลายดอกกุหลาบ และอิทธิพลจากสิ่งของ เครื่องใช้ ลายเรขาคณิต และสิ่งของเบ็ดเตล็ด ได้แก่ ลายขีด ลายข้อตรง ลายหมี่ขอลาย ลายโคมไฟ และลายโทรศัพท์ เป็นต้น เนื้อผ้าของผ้าไทยมีความสวยงาม สอดคล้องกับแนวคิดของศิริ ภาสุก (2544, หน้า 13) ได้กล่าวถึง เส้นไหมเป็นเส้นใยของสัตว์ที่มีความสวยงามเป็นพิเศษอยู่ในตัว ดังนั้น เมื่อทอออกมาแล้วจะได้ผ้าที่สวยงามเป็นเงาวาวจับตาผู้พบเห็น นอกจากความสวยงามในตัวเส้นไหมแล้ว ชาวบ้านในอดีตช่วยกันสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมบนผืนผ้าไหมอีกด้วย ศิลปะนี้ทำให้เกิดเทคนิคการทอ และลวดลายบนผืนผ้าไหมแบบต่าง ๆ มากมายหลายแบบ ตั้งแต่เป็นผืนผ้าธรรมดา ผ้าลายทาง ผ้าลายตาราง ผ้าหางกระรอก ผ้ายกดอก ผ้าขีด ผ้าจก ผ้าลายน้ำไหล ผ้าแพรวา และ ผ้ามัดหมี่ ศิลปะบนลายผ้าไหมแต่ละแบบล้วนใช้เทคนิคในการทอที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ และเส้นใยจากฝ้ายเป็นเส้นใยธรรมชาติที่ได้จากเมล็ดของต้นฝ้าย และมีความนุ่มเบา สอดคล้องกับแนวคิดของศูนย์ศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีลพบุรี (2541, หน้า 3) ได้กล่าวถึง เส้นใยจากฝ้าย เป็นเส้นใยสั้นที่เติบโตในสมอฝ้ายหุ้มอยู่รอบเมล็ด มีองค์ประกอบหลักทางเคมี คือ เซลลูโลส ลักษณะที่ดีของเส้นใยฝ้าย ได้แก่ ความนุ่มสบาย ดูซับความชื้น การกักสี พิมพ์ติดสีได้ดี ซักได้ด้วยเครื่อง มีความแข็งแรง จัดรูปทรงได้ดี การจับ และเย็บได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกาสัก เต๊ะขันหมาก (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การสังเคราะห์องค์ความรู้ เรื่อง ภูมิไทย ชุดไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความหลากหลาย และลักษณะร่วมของวัฒนธรรม การแต่งกายของคนไทย และสังเคราะห์เอกภาพบนความหลากหลายของวัฒนธรรม การแต่งกายของคนไทย นำไปสู่ความภาคภูมิใจร่วมกันของคนไทย และสามารถนำมาสร้างสรรค์ หรือพัฒนาประยุกต์ให้เข้ากับโลกปัจจุบันแต่ยังรักษาเอกลักษณ์เดิมไว้ต่อไป ได้ กล่าวคือ (1) เอกภาพของความเป็นไทย ท่ามกลางความหลากหลายทางภูมิสังคม ถึงแม้ว่าวัฒนธรรมการแต่งกายในภูมิภาคของประเทศไทยที่มีภูมิสังคมที่แตกต่างกัน แต่ความหลากหลายทางกายภาพของแต่ละภูมินาคนั้น ก็ตั้งอยู่ในเขตภูมิอากาศใกล้เคียง

กันได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมในลักษณะเดียวกัน มีฤดูกาลที่เกือบจะไม่แตกต่างกัน (2) การที่สังคมไทยได้รวมกันเป็นปึกแผ่นภายใต้สถาบันอันเป็นองค์คุณของชาติ ทั้ง 3 สถาบันหลัก คือ 1) ความตระหนักสำนึกในความเป็นชาติไทยร่วมกัน 2) การมีหลักธรรมของศาสนาเป็นเครื่องนำทางไปสู่ความดีงามร่วมกัน และ 3) การรวมกันเป็นปึกแผ่นภายใต้พระบรมโพธิสมภารของสถาบันพระมหากษัตริย์ที่ต่อเนื่องยาวนานกว่า 700 ปี ได้ก่อให้เกิดเอกภาพแห่งความเป็นไทยบนความหลากหลายทางภูมิสังคมได้อย่างลงตัวอย่างขึ้น แม้เวลาที่ผ่านไปช่วยกลืนกลายความหลากหลายให้เป็นเอกภาพของความเป็นไทย วัฒนธรรมการแต่งกายของสังคมไทย และคนไทยในโอกาสพิเศษของสังคมไทย โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องและแสดงออกถึงความตระหนักสำนึกในความเป็นชาติไทยร่วมกัน และการรวมกันเป็นปึกแผ่นภายใต้พระบรมโพธิสมภารของสถาบันพระมหากษัตริย์ร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่พระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงครองสิริราชสมบัติอย่างยาวนานกว่า 60 ปี ทำให้คนไทยได้มีโอกาสเฉลิมฉลองในพระราชวโรกาสพิเศษอย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดเอกภาพแห่งความเป็นไทยบนความหลากหลายอย่างลงตัวอย่าง

2. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

2.1 ด้านสื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย

สื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่เลือกจากการโฆษณาจากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ รองลงมา การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผ้าไทย และ โทรทัศน์ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สื่อหรือการโฆษณาต่าง ๆ มีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Kotler, 1994 อ้างถึง มัณฑนา ไชยเลิศ, 2546) ได้กล่าวถึง การโฆษณาว่าการสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ อันเป็นความพยายามเพื่อเชิญชวน โน้มน้าวจิตใจ พฤติกรรมของผู้ซื้อให้เกิดการคล้อยตาม และสนใจในผลิตภัณฑ์ และการจัดแสดงสินค้าภายในสถานที่จำหน่าย เป็นการสื่อสารกับผู้บริโภค และมีความสัมพันธ์ไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ของสถานที่นั้น คือ ประเภทหรือชนิดของสินค้าที่เลือกมาจำหน่าย ทำให้ได้รับความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ การเผยแพร่ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์

มีวิธีการดำเนินงานโดยการสอดแทรกข้อมูลข่าวสารที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือองค์การให้ปรากฏอยู่ในเอกสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ หรืออาจปรากฏออกไปในรูปของข่าวสารวิทยุ โทรทัศน์ หรือแม้แต่การแสดงบนเวที โดยเป็นวิธีการหนึ่งของการสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย ให้เกิดการยอมรับ และทัศนคติที่ดีต่อองค์กรอันจะนำไปสู่ผลสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัชชาภัทร เวียงแสง และรุ่งนภา กิตติลาภ และสมพงษ์ จ้อยศิริ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภค คือ มีบริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรกร อันตระการ สรายุทธ ตี๋มขลิบ และสุนีย์ วรรณโกมล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่มวัยทำงาน พบว่า ด้านพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมผู้บริโภคส่วนใหญ่ แสวงหาข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากงานแสดงสินค้าต่าง ๆ

2.2 ด้านสีสันทนของผ้าไทย

สีสันทนของผ้าไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกผ้าสีย้อมธรรมชาติ รองลงมา เลือกผ้าสีอ่อน และผ้าสีเข้ม แต่ไม่เลือกผ้าสีย้อมสีสังเคราะห์ เนื่องจากคนไทยใช้ประโยชน์จากธรรมชาติมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตประจำวันอย่างมีประสิทธิภาพ การทอผ้าก็เช่นกัน เมื่อมีการสร้างสรรค์ลวดลาย สีสันทนบนผืนผ้า การคิดหากรรมวิธีย้อมผ้าจากวัสดุใกล้ตัวจึงตามมา สอดคล้องกับแนวคิดของปิยะพร กัญชนะ (2546 หน้า 52-53) ได้กล่าวถึง การย้อมสีจากธรรมชาติ การนำต้นไม้ต้นหนึ่ง ๆ อาจถูกถากเปลือกไปรอบ ๆ เพื่อนำเปลือกไม้มาต้มน้ำย้อมฝ้ายไหม ถ้ารู้จักที่จะถากเปลือกไม้ไปรอบ ๆ ไม้ซ้ารอยเดิม เพื่อเว้นเวลาให้ต้นไม้ได้สร้างเปลือกใหม่ขึ้นทดแทน ทำให้มีเปลือกไม้ใช้อยู่ช้านานตาปี ทั้งนี้ นอกเหนือจากการใช้วัสดุธรรมชาติย้อมสีแล้ว พืช ดอก หรือสมุนไพรบางชนิดนำมาใช้อบผ้าที่ทอแล้วให้คงกลิ่นหอมกรุ่นตลอดเวลา และยังป้องกันแมลงกินผ้าได้ด้วย สีสันทนของผ้ามีสีสันทนที่แตกต่างกัน ไม้ธรรมชาติที่ให้สีสันทนที่นิยมกัน เช่น สีกาเกีจากใบสัก สีเขียวแก่จากใบสมอป่า สีกาเกีแกมเขียวจากแก่นขนุน (สีคล้ายสีทอง) สีเขียวอ่อนจากใบแค สีทองอ่อนจากใบสับปะรดอ่อนกับน้ำมะกรูด สีเหลืองจากหัวขมิ้น สีแดงจากแก่นขยอป่า สีแดงจากมะไฟป่า และสีคราม

จากรากกับใบคราม อย่างไรก็ดี สีสันทันที่ได้จากไม้ธรรมชาติดังกล่าว ยังจะแตกต่างกันไปตามลักษณะภูมิประเทศที่ไม้นั้น ๆ ขึ้นอยู่ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอรนุช นาคชาติ และณัฐสุรางค์ ปุคคะฉนันทน์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ในการผลิตผ้าไหมย้อมสีด้วยเมล็ดมะขาม เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ : กรณีศึกษาผ้าขาวม้า บ้านทัพกระบือ ตำบลสำโรง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่าสามารถต่อยอดองค์ความรู้ และถ่ายทอดเทคโนโลยีการย้อมสีไหมด้วยเมล็ดมะขาม และสีจากวัชพืชรธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น เกิดการต่อยอดนำไปสู่การผลิตเพื่อจำหน่ายเชิงพาณิชย์ โดยมีผู้ผลิต จำนวน 3 ท่าน ได้นำไปประยุกต์ใช้ในการผลิตผ้าไหมขาวม้าย้อมสีจากธรรมชาติที่ให้ความสวยงาม และให้สีที่แปลกแตกต่างจากสีย้อมเคมีที่ชุมชนเคยผลิต ผู้ผลิตรู้สึกภาคภูมิใจ และรู้สึกปลอดภัยในการทอ และอยากจะทอผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติต่อไป อีกทั้ง ยังพบว่าสินค้าที่ผลิตขึ้นมาผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่จะซื้อในราคาที่สูงจากเดิม ทำให้สามารถจำหน่ายผ้าขาวม้าได้ในราคาสูงกว่าหนึ่งเท่าตัว ช่วยให้ผู้ผลิตมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สร้างรายได้ที่มั่นคง และเกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน และยังมี การนำเส้นไหมที่ย้อมด้วยเมล็ดมะขามไปประยุกต์ในผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า สร้างนวัตกรรมใหม่บนพื้นผ้าขาวม้าบ้านทัพกระบือ เนื่องจากให้สีสันทันที่สวยงามและช่วยเสริมลดรอยที่ทอโดยเฉพาะลายช้าง และลายเชิงเทียนให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากผ้าขาวม้าที่ผลิตจากแหล่งอื่น

2.3 ด้านลวดลายของผ้าไทย

ผลการเลือกใช้ลวดลายของผ้าไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่เลือกจากขนาดของลายผ้า รองลงมา เลือกลายโบราณ และเลือกลายธรรมชาติ ลวดลายของผ้าไทย เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่บรรพชนได้สร้างสรรค์ขึ้นจากภูมิปัญญาของตน เป็นลวดลายที่วิจิตรงดงามที่ปรากฏในผ้าไทย อันคนไทยได้สืบทอดการทอจากบรรพชนด้วยเทคนิคต่าง ๆ คือ ยก ชิด จก และมัดหมี่ที่ตกทอดมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอรไท ผลดี (2536, หน้า 30) ลวดลายในผ้าไทยเป็นลวดลายที่ประดิษฐ์ขึ้นเลียนแบบของจริงในธรรมชาติ และยังมีลวดลายอีกส่วนหนึ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นตามแบบลวดลายไทย นอกจากนั้น ลวดลายของผ้าไทยยังมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด

กับวัฒนธรรมไทยสะท้อนให้เห็นศิลปวัฒนธรรมไทยของชนชาวไทย และแสดงให้เห็นการใช้ลวดลายผ้าไทยตามฐานะของบุคคลอีกด้วย ลวดลายของผ้าไหมล้วนมีที่มา และมีชื่อเรียกเฉพาะตัวจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของลายนั้น ๆ ที่มาของลายผ้าไทยส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว สอดคล้องกับแนวคิดของศิริัญญา หาญไชยนะ (2545, หน้า 22-29) กล่าวถึง อิทธิพลความเชื่อทางศาสนา และสิ่งประดิษฐ์ โดยนำเอาลักษณะส่วนประกอบต่าง ๆ ภายในวัดมาประดิษฐ์เป็นลวดลายผ้าไทย เช่น ลายปราสาท ลายต้นสน ลายขอห้า วงใหญ่ ลายขอเครือ และอิทธิพลจากธรรมชาติโดยประดิษฐ์ลวดลายที่เกี่ยวกับสัตว์ เช่น ลายม้าน้ำ ลายผีเสื้อ ลายนกยูง ลายช้าง และลวดลายที่เกี่ยวกับพืชต่าง ๆ เช่น ลายหมากจับ ลายดอกสร้อย ลายดอกแก้ว ลายดอกจัน ลายดอกพิกุล และลายดอกกุหลาบ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัชชาภัทร เวียงแสง และรุ่งนภา กิตติลาภ และสมพงษ์ จ้อยศิริ (2559) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่นพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม คือ ลักษณะลวดลายผ้า*

2.4 ด้านเนื้อผ้าของผ้าไทย

ผลการเลือกใช้เนื้อผ้าของผ้าไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่เลือกเนื้อผ้าเป็นเงามัน ร่องลงมา เนื้อผ้ามีความนุ่ม และเนื้อผ้าบางเบา ผ้าไหมเป็นเส้นใยวัสดุตามธรรมชาติ ไยไหมมีคุณสมบัติเฉพาะตัว มีความเหนียว สามารถทอด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ ได้ดี มีความลื่นเป็นมันยืดหยุ่น เมื่อทอเป็นผืนผ้าแล้ว มีความงดงาม ผ้าไหมสวมใส่สบาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาภรณ์ สุนทร่า, พิมพ์ใจ สารพิมพ์ และหทัยรัตน์ สอนชุน (2562 หน้า 14-20) ได้กล่าวถึง เนื้อผ้าของผ้าไหมมีความนุ่มมือเมื่อสัมผัส เนื้อผ้านุ่มเรียบ มีความเลื่อมมันของเส้นไหมในระดับดีมาก มีความนุ่มนวล เส้นไหมมีความเหนียว มีระดับความสม่ำเสมอของสีเส้นไหมดี สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรกร อันตระการ ศราวุธ ดิมขลิบ และสุนีย์ วรรณโกมล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง *พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไทยของกลุ่มวัยทำงาน พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่นิยมซื้อส่วนมาก เป็นผ้าไหมนิยมน้ำที่มีเนื้อเรียบ สีสันสดใส*

2.5 ด้านราคาของผ้าไทย

ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านราคา บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกผ้าฝ้ายทอมือ ราคา 501 - 1,000 บาท ผ้าไหมประดิษฐ์ ราคา 301 - 500 บาท ผ้าไหมมัดหมี่ ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท ผ้าตีนจก ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท ผ้าซิด ราคา 501 - 1,000 บาท ฝ้ายกดอก ราคาต่ำกว่า 1,200 บาท และผ้าแพรวา ราคาต่ำกว่า 1,500 บาท จะเห็นได้ว่าการเลือกซื้อผ้าไทยเกิดจากการตัดสินใจของผู้บริโภค และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพิมพ์สิริ มณีพอง (2544) กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยมีการตอบสนองสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ และได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ เช่น สิ่งกระตุ้นด้านราคา (price) มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาค่าเป้าหมาย และสอดคล้องกับแนวคิดของมัทธนา ไชยเลิศ (2546) ได้กล่าวถึง ปัจจัยด้านราคาสินค้า และบริการสามารถแสดงบทบาทของปัจจัยทางการตลาดโดยราคาสามารถสร้างความรู้สึกรู้สึก และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้น ๆ เพราะราคาเป็นอัตราที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้ในกระบวนการแลกเปลี่ยนสินค้า ดังนั้น การตั้งราคาจึงมีความสำคัญขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น คุณสมบัติของสินค้าที่เสนอขาย คุณลักษณะความสามารถในการซื้อของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งต้องใช้ในการสื่อความหมายไปยังกลุ่มผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคบางรายใช้ราคาเป็นตัวกำหนดในการตัดสินใจซื้อสินค้าเพราะต้องการให้ราคาของสินค้าเป็นสิ่งที่แสดงถึงฐานะของตน โดยผู้บริโภคมองว่าราคาที่จ่ายไปนั้นสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ที่ได้จากการใช้สินค้า ซึ่งปัจจัยด้านราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ การกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคาไม่แพงจนเกินไป เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ : นัยยะเพื่อการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดตามความต้องการของผู้ซื้อ พบว่า ด้านราคาต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพของเนื้อผ้าฝ้ายทอมือ และมุ่งกลยุทธ์การลดราคา

2.6 ด้านคุณภาพของผ้าไทย

ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านคุณภาพของผ้าไทย บุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกผ้าไทยเนื้อผ้ามีความยืดหยุ่น รองลงมา เลือกผ้าที่ทอด้วยมือ และเลือกเนื้อผ้าสวมใส่สบาย คุณค่า และความงามของผ้าแต่ละผืนอยู่ที่ การให้สีที่สลับคลาบาย และคุณภาพของวัสดุที่ใช้ทอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม (2560, หน้า 5) ผ้าทอมือ เป็นหัตถกรรม ชนิดแรกที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง มีพระราชดำริริเริ่มให้เป็นอาชีพเสริมของประชาชนในยามว่างจากการเพาะปลูก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ชาวบ้านรู้จักทำใช้เองในครัวเรือนอยู่แล้ว ทรงส่งเสริมให้ทอผ้าเพิ่มขึ้น และทรงรับซื้อมาเผยแพร่ให้คนไทยทั่วประเทศได้เห็นความงามของผ้าไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ้าไหมไทย ซึ่งมีกรรมวิธีการทอที่วิจิตรหลายรูปแบบ เช่น มัดหมี่ แพรวา จิด และจก เป็นต้น เส้นใยจากไหมมีคุณสมบัติเฉพาะตัว มีความเหนียว สามารถทอด้วย กรรมวิธีต่าง ๆ ได้ดี มีความลื่นเป็นมันยืดหยุ่น เมื่อทอเป็นผืนผ้าแล้วมีความงดงาม ถือว่าผ้าไหม คือ ราชนิแห่งผ้า และสอดคล้องกับแนวคิดของศูนย์ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีลพบุรี (2541, หน้า 3) ได้กล่าวว่า ฝ้ายเป็นเส้นใยธรรมชาติ ที่ได้จากเมล็ดของต้นฝ้าย มีความนุ่มเบา และเป็นปุย ลักษณะที่ดีของเส้นใยฝ้าย ได้แก่ ความนุ่มสบาย ดูดซับความชื้นได้ดี ซักได้ด้วยเครื่อง มีความแข็งแรง จัดรูปทรงได้ดี การจับ และเย็บได้ง่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรกร อันตระการ สรายุทธ ตี๋มขลิบ และสุนีย์ วรรณ โกมล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและส่วนประสม ทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไทยของกลุ่มวัยทำงาน พบว่า พฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไทยค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง โดยพิจารณาจากคุณภาพ

2.7 ด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย

ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย บุคลากรใน มหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง รองลงมา เลือกสั่งซื้อจากระบบออนไลน์ และเลือกงานแสดงสินค้า OTOP ดังนั้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญในการกระตุ้นด้านการจำหน่าย สอดคล้องกับแนวคิดของพิมพ์สิริ มณีผ่อง (2544) กล่าวถึง การจัดจำหน่าย การจัดผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง ให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค

เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการทำให้ผู้บริโภคสนใจซื้อ และสอดคล้องกับแนวคิดของ มัณฑนา ไชยเลิศ, 2546) ได้กล่าวถึง ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ต้องพิจารณาถึง องค์ประกอบต่าง ๆ เพราะล้วนแต่มีบทบาทในปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดโดยสร้าง ความรู้สึกการรับรู้มีผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ องค์ประกอบดังกล่าว คือ การออกแบบ และตกแต่งสถานที่จัดจำหน่ายให้มีความสัมพันธ์กับประเภทธุรกิจ เช่น ร้านผลิตภัณฑ์ แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ควรออกแบบให้ดูสบาย เป็นกันเอง และเป็นการจัดแสดง เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยการนำเสนอถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ สถานที่ จัดจำหน่ายมีความสะอาดเรียบร้อยเป็นระเบียบ มีการจัดวางสินค้าโดดเด่นสามารถดึงดูด ความสนใจของผู้ซื้อได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของรัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2560) ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ : นัยยะเพื่อการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดตามความต้องการของผู้ซื้อ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เน้นงาน แสดงสินค้าต่าง ๆ และการจัดแต่งร้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของรจนา ชื่นศิริกุลชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างนักออกแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความเป็นอัตลักษณ์ ล้วนมาต่อการพัฒนาแฟชั่นในระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ พบว่า รัฐบาลมีนโยบาย สนับสนุนการพัฒนางานศิลปหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างเอกลักษณ์ และการผลิตสินค้าในท้องถิ่นให้มีศักยภาพ ด้วยการสนับสนุนให้ชนเผ่าชุมชนวิสาหกิจ ขนาดกลาง และขนาดย่อมใช้ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นผนวกกับองค์ความรู้ สมัยใหม่ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการ การเข้าถึงแหล่งทุน และ การตลาดเชิงรุกทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

2.8 ด้านการดูแลรักษาผ้าไทย

ผลการเลือกใช้ผ้าไทยจำแนกตามด้านการดูแลรักษาผ้าไทย บุคลากรใน มหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เลือกผ้าที่ดูแลรักษาง่าย รองลงมา เลือกผ้าที่ซักได้ ทั้งมือและเครื่อง และเลือกผ้าที่ต้องใช้เวลาในการรีดน้อย ผ้าไหมไทยมีความสวยงาม ความอ่อนนุ่มสบาย และมีความเลื่อมงามโดยธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังมีคุณสมบัติพิเศษ ที่เมื่ออากาศร้อนผ้าไหมช่วยคลายให้เย็นได้ ส่วนเวลาอากาศหนาวผ้าไหมบาง ๆ กลับช่วยให้อุ่นสบาย ขณะเดียวกันด้วยความเหนียวทนทานของเส้นใยไหม จึงทำให้

สามารถใช้ผ้าไหมสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้ดี การดูแลที่เหมาะสมทำให้ผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ไหมคงความสวยงาม และคงคุณสมบัติเด่นได้ยาวนาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2556, หน้า 1-4) ได้กล่าวถึงการดูแลรักษาผ้าไทย เส้นไหมเป็นเส้นใยโปรตีนธรรมชาติ จึงถูกทำลายด้วยรังสียูวีที่มีอยู่ในแสงแดด ในสภาพที่เป็นต่างมาก ๆ และอุณหภูมิสูงจะทำให้เส้นใยไหมเปื่อยและลดความแววของเส้นไหมได้ ดังนั้น การเข้าใจธรรมชาติของไหมจะทำให้เราสามารถหลีกเลี่ยงการทำลายเส้นไหม ผ้าไหมโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ได้ นับแต่โบราณมา ผู้สวมใส่ผ้าไหมไทยส่วนใหญ่หญิง ห่มผ้า บ้างพาดบ่า ภูมิปัญญาการดูแลทำความสะอาดผ้าไหมไทยสืบต่อมาจนถึงปัจจุบันก็ยังคงมีการใช้ภูมิปัญญาดังกล่าวในบางท้องถิ่น คือ การซักผ้าไหมด้วยน้ำมะพร้าว และลบรอยเปื้อนโดยใช้หัวหอมลูที่รอยเปื้อนก่อนนำไปซัก แม้ในปัจจุบันมีการนำผ้าไหมมาตัดเย็บเป็นเครื่องแต่งกายสมัยใหม่ ชุดผ้าไหมก็ยังคงสามารถดูแลทำความสะอาด เมื่อซื้อผ้าไหมมาใหม่ ๆ ก่อนนำมาตัดเย็บแนะนำให้ทำความสะอาดเพื่อชะล้างฝุ่นละออง และไล่สีย้อมที่ตกค้างอยู่โดยกดผ้าไหมให้จมน้ำและซักเบา ๆ ในน้ำสะอาดผสมเกลือ ผ้าไหมจากบางร้านมีการซักและตกแต่งสำเร็จหรือที่เราบางคนเรียกว่าอาบน้ำยาเรียบร้อยแล้วจึงไม่จำเป็นต้องซักทำความสะอาดก่อนใช้ตัดเย็บได้เลย ควรใช้แชมพูหรือน้ำยาเอนกประสงค์ชนิดที่มีฤทธิ์เป็นกลางหรือเป็นกรดอ่อน ๆ ใช้ซักผ้าไหมได้ดีเช่นกัน ไม่ควรใช้ผงซักฟอกและห้ามใช้น้ำยาฟอกขาว การซักผ้าควรแยกผ้าสีเข้ม และสีอ่อนหรือสีขาวซักคนละครั้ง สำหรับผ้าไหมมีข้อควรระวังเพิ่มเติมเล็กน้อย ได้แก่ "ไม่ใช้น้ำร้อนหรือน้ำอุ่นซักผ้าไหมเพราะมีผลทำให้เส้นไหมหดและเกิดรอยย่นได้" "ไม่แช่ผ้าไหมทิ้งไว้ในน้ำยาซักผ้านาน ๆ ห้ามแปรงขัดถูผ้าไหม และไม่บิดผ้าเป็นเกลียว แต่ใช้วิธีค่อย ๆ บีบไล่น้ำออกแทน ควรรีบซักล้างโดยขี้เบา ๆ และบีบน้ำออกเมื่อซักเสร็จแล้วนำผึ่งให้แห้ง จะช่วยรักษาคุณสมบัติที่ดีของไหม ได้แก่ สี สัน ความอ่อนนุ่ม เงามาม และความคงตัวของเนื้อผ้า"

3. แนวทางการส่งเสริมอนุรักษ์ ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

3.1 การส่งเสริมอนุรักษ์การแต่งกายด้วยผ้าไทย

มีการสวมใส่ผ้าไทยทุกวันพุธตามนโยบายมหาวิทยาลัยรามคำแหงและสวมใส่ผ้าไทยทุกวันศุกร์ตามนโยบายรัฐบาล รมณรงค์เชิญชวนให้แต่งกายด้วยผ้าไทย สนับสนุนสินค้าพื้นเมืองในแต่ละท้องถิ่น แต่งกายด้วยผ้าไทยในประเพณีวันสำคัญต่าง ๆ ของไทย แต่งกายผ้าไทยเป็นชุดทำงาน ส่งเสริมให้มีชุดผ้าไทยประจำหน่วยงาน ชื่อผ้าไทยเป็นของขวัญให้กับครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อนร่วมงาน มีการออกแบบประยุกต์ร่วมสมัย แนวทางส่งเสริมอนุรักษ์การแต่งกายด้วยผ้าไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม (2560, หน้า 61) ได้กล่าวถึงการขอความร่วมมือเชิญชวนหน่วยงาน สถาบันต่าง ๆ และประชาชนทั่วไปสวมใส่ผ้าไทยพร้อมกันทั่วประเทศตลอดเดือนสิงหาคม โดยทุกวันที่ 12 สิงหาคมของทุกปี ขอความร่วมมือสื่อในการรณรงค์ผ้าไทย จัดกิจกรรมให้รางวัลยกย่องหน่วยงาน องค์กร ทั้งภาครัฐ และเอกชน ตลอดจนสถานศึกษาดีเด่นในการส่งเสริมการใช้ผ้าไทย ขอความร่วมมือในการแต่งกายผ้าไทยเพื่อเป็นแบบอย่างในงานพิธีการหรือในโอกาสสำคัญ ๆ และขอความร่วมมือบริษัท ห้างร้านให้ส่วนลดในสินค้าและบริการแก่ผู้แต่งกายด้วยผ้าไทยหรือชุดไทย เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษณ์ จันทร์จิต, แส่น ไชยบุญ และพิสิษฐ์ เอมดวง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง *ไทยโซ่ง: การอนุรักษ์ผ้าโบราณเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์* พบว่า มีการอนุรักษ์ผ้าหลายรูปแบบ คือ การจัดแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับชาติพันธุ์ในลักษณะเป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชน มีการจัดสร้างอุทยานาถ ซึ่งเป็นบทบาทของครอบครัว ที่มีหน้าที่ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมผ้าให้กับบุตรหลาน การสร้างเครือข่ายโดยใช้นันทนาการและการละเล่นเป็นสื่อกลางในการรวมคน รวมใจรวมกิจกรรมเพื่อสืบสานการแต่งกายเชิงอนุรักษ์ มีแนวทางการอนุรักษ์ผ้า และลายผ้าโบราณ เพื่อสืบสานอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์โดยวิธีการสืบลายสานผ้า ประกอบด้วย การเลือกลาย การลอกลาย การย้อมไหม และการทอ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับทำให้ผ้าพื้นถิ่นชีพใหม่ แต่คงลักษณะผ้า และลายแบบเดิมเอาไว้

3.2 การปลูกฝังจิตสำนึกการแต่งกายด้วยผ้าไทย

ปลูกฝังให้คนในครอบครัวใส่ผ้าไทยในโอกาสต่าง ๆ รักษาวัฒนธรรมไทย ด้วยการใส่ผ้าไทย มีการเชิญชวนให้ใส่ผ้าไทย ชวนเด็กรุ่นใหม่ใส่ผ้าไทยเข้าวัด ทำบุญ ให้ความสำคัญในการใส่ผ้าไทยในวันสำคัญต่าง ๆ สร้างค่านิยมเป็นวัฒนธรรมองค์กร ในการแต่งกายผ้าไทย และผลิตสื่อออนไลน์เพื่อการกระตุ้นสำนึกรักวัฒนธรรมไทย และการแต่งกายด้วยผ้าไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม (2560) ได้กล่าวถึง ความภาคภูมิใจ ภูมิปัญญาที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน ลวดลายต่าง ๆ บนผืนผ้าสื่อความหมายให้ทราบถึงขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ฯลฯ ของแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกัน และผ้าไทยเป็นเครื่อง บ่งบอกเอกลักษณ์ความเป็นไทยด้านเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาในแต่ละภูมิภาคได้เป็นอย่างดี เพราะฉะนั้น เราควรภูมิใจในการแต่งกาย ด้วยผ้าไทย ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ เอกลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของคนไทย

3.3 การเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

ประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือจากผู้บริหาร และบุคลากรในหน่วยงาน ร่วมกันแต่งกายด้วยผ้าไทย จัดนิทรรศการผ้าไทยเพื่อให้ผ้าไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีการแต่งกายด้วยผ้าไทยของแต่ละท้องถิ่นเพื่อเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญา มีการถ่ายภาพ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มีการแต่งกายด้วยผ้าไทยลงบนสื่อออนไลน์เพื่อการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ และมอบผ้าไทยให้เป็นรางวัล และของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ดังที่ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงฟื้นฟู งานศิลปะที่แทบจะสูญสิ้นให้กลับคืนมา สร้างคุณค่า ความภาคภูมิใจแก่ประชาชน ชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม, (2565) ได้กล่าวถึง การเผยแพร่ผ้าทอมือว่าเป็นหัตถกรรมชนิดแรกที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง มีพระราชดำริริเริ่มให้เป็นอาชีพ เสริมของประชาชนในยามว่างจากการเพาะปลูก ทรงส่งเสริมให้ทอผ้าเพิ่มขึ้น และทรง รับซื้อมาเผยแพร่ให้คนไทยทั่วประเทศได้เห็นความงามของผ้าไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผ้าไหมไทย ซึ่งมีกรรมวิธีการทอที่วิจิตรหลายรูปแบบ เช่น มัดหมี่ แพรวา ชิด และจก เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม

(2560, หน้า 61) ได้กล่าวถึง การขอความร่วมมือ เชิญชวนให้หน่วยงาน และสถาบันต่าง ๆ ในองค์กรสวมใส่ผ้าไทย และแต่งกายผ้าไทยในโอกาสสำคัญ ๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไปจากการศึกษาวิจัย

1. ด้านสื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย

สื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่เลือกจากการโฆษณาจากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผ้าไทย ดังนั้น ควรมีการ โฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นการเพิ่มช่องทางการรับรู้ที่หลากหลาย ให้กับผู้บริโภค

2. ด้านลวดลายของผ้าไทย

การเลือกใช้ลวดลายของผ้าไทย ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่เลือกจากขนาดของลายผ้า รองลงมา เลือกลายโบราณ และเลือกลายธรรมชาติ เพราะฉะนั้น ควรมีการศึกษาลวดลายผ้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค จะทำให้ผู้ผลิตเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนในการผลิตสินค้า

3. ด้านราคาของผ้าไทย การวิเคราะห์ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา จากการวิจัยพบว่า ราคามีความหลากหลายขึ้นอยู่กับเนื้อผ้า คุณภาพของเนื้อผ้าที่ใช้วัตถุดิบ และลวดลายต่าง ๆ ดังนั้น ควรมีการกำหนดราคาที่มีความหลากหลาย และหลายช่วงราคา และกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของผ้าไหม เพื่อให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

4. ด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย

การเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย ส่วนใหญ่เลือกจากร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง รองลงมา เลือกสั่งซื้อจากระบบออนไลน์ และงานแสดงสินค้า OTOP จะเห็นได้ว่า ช่องทางการจำหน่ายผ้าไทยมีความหลากหลายช่องทางที่ได้รับความนิยม และมีการซื้อสินค้า

ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น จึงควรมีการรณรงค์ให้เลือกจากแหล่งจำหน่ายที่มีคุณภาพ และมีความน่าเชื่อถือ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนใหญ่ จึงควรรศึกษารูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดจำหน่ายในระบบตลาดสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ประสบผลสำเร็จในการจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์
2. ควรศึกษาความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดผ้าไหม และเทคนิคในการย้อมสีของผ้าไหม เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และมีการนำผ้าไหมมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้สอดคล้องกับสมัยนิยม
4. งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ในอนาคตมีรายละเอียดของข้อมูลในด้านต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยประเภทอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือขออนุญาตดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สถาบันศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โทร. ๘๘๘๕
 ที่ อว.๐๖๐๑.๒๙/ ๖๔๔ วันที่ ๒๐ มีนาคม ๒๕๖๖
 เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน รองอธิการบดี/ผู้ช่วยรองอธิการบดี/คณบดี/ผู้อำนวยการสำนัก/ผู้อำนวยการสถาบัน/ผู้อำนวยการกอง/
 หัวหน้าหน่วยงาน

ตามที่ สถาบันศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้ดำเนินงานโครงการวิจัย เรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากร ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยของบุคลากร และศึกษาแนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล โดยตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้รับการตอบแบบสอบถามจะนำไปสู่การส่งเสริม การอนุรักษ์ วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทย และทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทยเพื่อสืบสาน พัฒนาวัฒนธรรมไทยประจำท้องถิ่น รวมทั้งภูมิปัญญาไทยเพื่อความยั่งยืน

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินงานวิจัย เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุวัตถุประสงค์ นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทย จึงประสานขอความอนุเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายวิชาการ จำนวน ๒๐ คน และบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน จำนวน ๒๐ คน กรอกแบบสอบถามโครงการวิจัย ผ่าน URL : <https://forms.gle/EBU5TJaXW2sFTgPEA> หรือ QR Code แนบท้ายหนังสือนี้ (กรุณาส่งภายในวันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๖)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ปณิธิ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กรสรวง ปาณินท์)
 รองอธิการบดีฝ่ายศิลปวัฒนธรรม



แบบสอบถามงานวิจัย
 วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทย
 ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามการวิจัย

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

คำชี้แจง สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดให้คำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด ข้อมูลจะเก็บไว้เป็นความลับ และใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย

ตอนที่ 4 แนวทางในการส่งเสริมอนุรักษ์ปลูกฝังจิตสำนึก ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถามการวิจัยมา ณ โอกาสนี้

สถาบันศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () เลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- () 1. ชาย
- () 2. หญิง

2. สถานภาพ

- () 1. บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายวิชาการ
- () 2. บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสายสนับสนุน

3. อายุ

- () 1. อายุต่ำกว่า 25 ปี
- () 2. อายุ 25 - 30 ปี
- () 3. อายุ 31 - 40 ปี
- () 4. อายุ 41 - 50 ปี
- () 5. อายุ 51 - 60 ปี
- () 6. อายุมากกว่า 60 ปี

4. ระดับการศึกษา

- () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
- () 2. ปริญญาตรี
- () 3. ปริญญาโท
- () 4. ปริญญาเอก

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท
- () 2. 15,001 - 25,000 บาท
- () 3. 25,001 - 35,000 บาท
- () 4. 35,001 - 45,000 บาท
- () 5. 45,001 - 55,000 บาท
- () 6. มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 วัฒนธรรมการแต่งกายผ้าไทยของบุคลากร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () รายการที่ท่านเลือก

1. ท่านร่วมแต่งกายด้วยผ้าไทย (ทุกวันพุธ) ตามคำเชิญของมหาวิทยาลัยหรือไม่

- () 1. เข้าร่วม () 2. ไม่เข้าร่วม

2. การเลือกใช้ผ้าไทย ท่านเลือกใช้ด้วยเหตุผลใดมากที่สุด

- () 1. ตามกระแสความนิยม
 () 2. ผ้าไทยสวมใส่สบาย
 () 3. เป็นผ้าที่มีลวดลายสวยงาม
 () 4. ตามคำเชิญชวนของมหาวิทยาลัย
 () 5. ช่วยสนับสนุนสินค้าภูมิปัญญาผ้าท้องถิ่น
 () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ท่านเลือกใช้ผ้าไทยโดยตัดสินใจเลือกใช้จากสิ่งใดมากที่สุด

- () 1. สื่อเป็นแรงจูงใจ
 () 2. สีสันทของผ้า
 () 3. ลวดลายของผ้า
 () 4. เนื้อผ้า
 () 5. ราคา
 () 6. คุณภาพ
 () 7. การจัดจำหน่าย
 () 8. การดูแลรักษา

4. ท่านสวมใส่ผ้าไทยบ่อยเพียงใด

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| () 1. ทุกวัน | () 5. 3 เดือนครั้ง |
| () 2. สัปดาห์ละครั้ง | () 6. 6 เดือนครั้ง |
| () 3. สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง | () 7. ปีละครั้ง |
| () 4. เดือนละครั้ง | () 8. นาน ๆ ครั้ง |

5. ท่านใช้ผ้าไทยเป็นเครื่องแต่งกายในโอกาสใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ชุดทำงาน
- () 2. ชุดที่ใช้ในพิธีการ
- () 3. ชุดแต่งงาน
- () 4. ชุดลำลอง
- () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. ผ้าไทยที่ท่านเคยใช้ มีชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ผ้าฝ้ายทอมือ
- () 2. ผ้าไหมประดิษฐ์
- () 3. ผ้าไหมมัดหมี่
- () 4. ผ้าตีนจก
- () 5. ผ้าขิด
- () 6. ฝ้ายกดอก
- () 7. ผ้าแพรวา
- () 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องรายการที่ท่านเลือก

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย	การเลือกใช้	
	เลือกใช้	ไม่เลือกใช้
1. ด้านสื่อที่เป็นแรงจูงใจในการใช้ผ้าไทย		
1.1 โทรทัศน์		
1.2 หนังสือพิมพ์		
1.3 นิตยสารแฟชั่น		
1.4 การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผ้าไทย		
1.5 การโฆษณาจากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ		
2. ด้านสีสันทนของผ้าไทย		
2.1 ผ้าย้อมสีธรรมชาติ		
2.2 ผ้าย้อมสีสังเคราะห์/สีวิทยาศาสตร์		
2.3 ผ้าสีอ่อน		
2.4 ผ้าสีเข้ม		
3. ด้านลวดลายผ้าไทย		
3.1 ขนาดของลายผ้า		
3.2 ลายโบราณ		
3.3 ลายประยุกต์		
3.4 ลายธรรมชาติ		
3.5 ลายเรขาคณิต		
4. ด้านเนื้อผ้าของผ้าไทย		
4.1 เนื้อผ้ามีความนุ่ม		
4.2 เนื้อผ้ามีความหนา		
4.3 เนื้อผ้าบางเบา		
4.4 เนื้อผ้าเป็นเงามัน		
4.5 เนื้อผ้าหยาบ		

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย	การเลือกใช้	
	เลือกใช้	ไม่เลือกใช้
5. ด้านราคาของผ้าไทย		
5.1 ผ้าฝ้ายทอมือ		
1. ราคาต่ำกว่า 500 บาท		
2. ราคา 501 - 1,000 บาท		
3. ราคา 1,001 - 1,500 บาท		
4. ราคามากกว่า 1,500 บาท		
5.2 ผ้าไหมประดิษฐ์		
1. ราคาต่ำกว่า 300 บาท		
2. ราคา 301 - 500 บาท		
3. ราคา 501 - 1,000 บาท		
4. ราคามากกว่า 1,000 บาท		
5.3 ผ้าไหมมัดหมี่		
1. ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท		
2. ราคา 1,001 - 1,500 บาท		
3. ราคา 1,501 - 2,000 บาท		
4. ราคามากกว่า 2,000 บาท		
5.4 ผ้าตีนจก		
1. ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท		
2. ราคา 1,001 - 1,500 บาท		
3. ราคา 1,501 - 2,000 บาท		
4. ราคามากกว่า 2,000 บาท		

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย	การเลือกใช้	
	เลือกใช้	ไม่เลือกใช้
5.5 ผ้าจิด		
1. ราคาต่ำกว่า 500 บาท		
2. ราคา 501 - 1,000 บาท		
3. ราคา 1,001 - 1,500 บาท		
4. ราคามากกว่า 1,500 บาท		
5.6 ผ้ายกดอก		
1. ราคาต่ำกว่า 1,200 บาท		
2. ราคา 1,201 - 2,000 บาท		
3. ราคา 2,001 - 2,500 บาท		
4. ราคามากกว่า 2,500 บาท		
5.7 ผ้าแพรวา		
1. ราคาต่ำกว่า 1,500 บาท		
2. ราคา 1,501 - 2,000 บาท		
3. ราคา 2,001 - 2,500 บาท		
4. ราคามากกว่า 2,500 บาท		
6. ด้านคุณภาพของผ้าไทย		
6.1 สวมใส่สบาย		
6.2 ผ้าที่ทอด้วยมือ		
6.3 เนื้อผ้ามีความยืดหยุ่น		
6.4 เนื้อผ้ายับยาก		
7. ด้านการจัดจำหน่ายผ้าไทย		
7.1 ร้านค้าต่าง ๆ		
7.2 ร้านของศูนย์ศิลปาชีพ		
7.3 งานแสดงสินค้า OTOP		
7.4 ร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง		
7.5 สั่งซื้อจากระบบออนไลน์		

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ผ้าไทย	การเลือกใช้	
	เลือกใช้	ไม่เลือกใช้
8. ด้านการดูแลรักษา		
8.1 เป็นผ้าที่ดูแลรักษาง่าย		
8.2 เป็นผ้าที่ซักด้วยมือเท่านั้น		
8.3 เป็นผ้าที่ซักได้ทั้งมือและเครื่อง		
8.4 เป็นผ้าที่ซักรวมกับผ้าชนิดอื่นได้		
8.5 เป็นผ้าที่ต้องใช้เวลาในการรีดน้อย		

ตอนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมอนุรักษ์ ปกป้องจิตสำนึกความภาคภูมิใจในความ
เป็นไทย และเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทย

1. ท่านมีการส่งเสริมอนุรักษ์การแต่งกายด้วยผ้าไทยอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

2. ท่านมีการปกป้องจิตสำนึกการแต่งกายด้วยผ้าไทยอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

3. ท่านมีการเผยแพร่การแต่งกายด้วยผ้าไทยอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ถ้ามี)

.....
.....
.....

****ขอขอบพระคุณในความร่วมมืออย่างดียิ่งในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้****

สถาบันศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2560). *การรณรงค์ส่งเสริมการใช้ “ผ้าไทย” มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการ โรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. (2565). *ภาษาศิลป์ จากท้องถิ่น...สู่สากล*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกิจการ โรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- กรมหม่อมใหม่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2555). *จดหมายข่าว. กรมหม่อมใหม่*. ปีที่ 3 ฉบับเดือน (พฤษภาคม - มิถุนายน 2555), กรมหม่อมใหม่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมหม่อมใหม่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2556). *พระมารดาแห่งใหม่ไทย*. หนังสือประกาศพระเกียรติคุณพระมารดาใหม่ไทย เฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา. กรมหม่อมใหม่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กาสัก เต๊ะขันหมาก. (2550). *การสังเคราะห์องค์ความรู้ เรื่อง “ภูมิไทย ชุมไทย” คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*. ทูลสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม.
- ใจภักดี บุรพเจตนา. (2563). *เครื่องแต่งกายเชิงวัฒนธรรม : แฟชั่นไทยร่วมสมัย*. วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการวิจัยและงานสร้างสรรค์. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2563).
- ชนิดา ตั้งถาวรศิริกุล. (2541). *สี่สัญลักษณ์ ผ้าลาวเวียงจันทน์*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ชิน อยู่ดี. (2507). *ภาพเขียนบนผนังถ้ำสมัยก่อนประวัติศาสตร์พบในประเทศไทย*. ศิลปากร 8. (พฤศจิกายน 2507), หน้า 50-51.
- ชิน อยู่ดี. (2514). *สัตว์ยุคหินในประเทศไทย*. ศิลปากร 15. (กันยายน 2514), หน้า 53-59.

- ณัชชาภัทร เวียงแสง และรุ่งนภา กิตติลาภ และสมพงษ์ จ้อยศิริ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น. *วารสารธรรมทรรศน์*. ปีที่ 19 ฉบับที่ 3 (พฤศจิกายน - ธันวาคม 2559).
- คารา ทีปะปาล. (2541). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- ทัศนีย์ วงศ์สอน. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- ธงชัย สันติวงษ์ (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ปิยะพร กัญชนะ. (2546). *วันเวลาของผ้าไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์ ที เจ เจ จำกัด.
- พรชัย และแดนเดอร์สัน. (2523). รายงานการสำรวจเบื้องต้นแหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ในจังหวัดกระบี่. *ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและสังคมของนครศรีธรรมราช*. กรุงเทพฯ : กรุงเทพมหานครการพิมพ์.
- พัฒนร์พี ชันชกาญจน์. (2526). ภาพเขียนสมัยก่อนประวัติศาสตร์ที่เขาจันทร์งาม. *วารสารเมืองโบราณ 9*. (ธันวาคม 2525 - มีนาคม 2526), หน้า 8-17.
- พิบูล ทีปะปาล. (2545). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- พิมพ์ศิริ มณีผ่อง. (2544). *รายงานการวิจัยเรื่อง การสำรวจสถานะความรู้เกี่ยวกับธุรกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ภัทรกร อันตระการ ศราวุธ ตี๋มขลิบ และสุนีย์ วรธนโกมล. (2560). พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไทยของกลุ่มวัยทำงาน. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*. ปีที่ 29, ฉบับที่ 101 (ม.ค. - มี.ค. 2560). หน้า 117-126.
- ภูเนตุ จันทร์จิต, แสน ไชยบุญ และพิสิษฐ์ เอมดวง. (2557). *ไทยโซ่ง: การอนุรักษ์ผ้าโบราณเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์*. *จันทร์เกษมสาร*. ปีที่ 20 ฉบับที่ 39 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2557). สถาบันวิจัยและพัฒนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทร์เกษม.

- มณฑนา ไชยเลิศ. (2546). พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของหมู่บ้านอุตสาหกรรมเพื่อการท่องเที่ยวบ้านดอนหลวง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รจนา ชื่นศิริกุลชัย. (2557). การสร้างนักร้องแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความเป็นอัตลักษณ์ด้านนาต่อการพัฒนาแฟชั่นในระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- รจนา ชื่นศิริกุลชัย และธีรรัตน์ ชื่นศิริกุลชัย. (2562). นวัตกรรมแฟชั่นผ้าไทยสี่ธรรมชาติ จากว่านยาอุณะ ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์สู่สากล (พิมพ์ครั้งที่ 1). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา. ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยวัฒนธรรมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากกรมส่งเสริมวัฒนธรรม ประจำปีงบประมาณ 2562. เชียงใหม่ : จรัสธุรกิจการพิมพ์.
- รัฐันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2560). พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ : นัยยะเพื่อการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดตามความต้องการของผู้ซื้อ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 37 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มีนาคม 2560.
- วิยะดา ทองมิตร และบังอร กรโกวิท. (2522). ภาพเขียนสีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ที่ภูปลาร้า. เมืองโบราณ 5. (มิถุนายน - กรกฎาคม 2522), หน้า 5-18.
- ศิริ ผาสุก. (2544). ผ้าไหมพื้นบ้าน *Hand Thaisilk* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ศิริัญญา หาญไชนะ. (2545). เส้นสายลายไหม (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร. คุรุสภาลาดพร้าว.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2541). *การบริหารยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2537). *การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม สถาบันราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี. (2541). *ผ้าทอพื้นเมืองลพบุรี สระบุรี*.

ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม สถาบันราชภัฏเทพสตรี ลพบุรี.

สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 2562. *คู่มือการเรียนรู้ เรื่อง ลวดลายผ้าทอ*. จัดทำในโครงการการจัดการความรู้ในคลังพิพิธภัณฑ์ เพื่อจัดทำหนังสือความรู้เรื่องลวดลายผ้าทอ, สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุด แสงวิเชียร. (2517). *เรื่องก่อนประวัติศาสตร์ของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : พิพิธภัณฑ์ก่อนประวัติศาสตร์.

สุภาภรณ์ สุนทรา พิมพ์ใจ สารพิมพ์ และหทัยรัตน์ สอนขุน. (2562). *คู่มือการเรียนรู้ เรื่องลวดลายผ้าทอ*. ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อศุขย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรไท ผลดี. (2536). *ลวดลายของผ้าไท : มรดกร่วมอันเป็นเอกลักษณ์ของผ้าไท*.

เสนอในสัมมนาทางวิชาการเพื่อเสนองานวิจัยเรื่อง “ผ้า : มรดกร่วมของเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้” ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ณ หอประชุมเล็ก ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย (1 - 2 กันยายน 2536).

อรนุช นาคชาติ และณัฐสุรางค์ ปุคคละนนท์. (2560). *การพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ ในการผลิตผ้าไหมย้อมสีด้วยเมล็ดมะขามเพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ : กรณีศึกษา ผ้าขาวม้าบ้านท่าพระบือ ตำบลสำโรง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์*. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ : กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม ปีงบประมาณ 2560.

อารดา พลอาษา. (2560). *การศึกษาดังกล่าว การอนุรักษ์ การส่งเสริมและการเพิ่มคุณค่า การทอผ้าไหมทางกระรอกคู่ดินแดง อำเภอนาโพธิ์ และอำเภอยุทธยา จังหวัดบุรีรัมย์*. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, กระทรวงวัฒนธรรม.

Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie. (1994). *Consumer behavior*. 5th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ยุคสมัยของผ้าไทย. <https://thaiunique.wordpress.com/2010/10/05/ยุคสมัยของผ้าไทย/วิธีการทอผ้า>. <https://sites.google.com/a/kjwit.ac.th/ponlapass/pathor/pha-phun-meuxng-ni-phakh-tang>

ศิลปะการทอผ้าพื้นเมืองของไทยในปัจจุบัน. https://archive.lib.cmu.ac.th/full//T/2556/edvoc40556tc_ch2.pdf

สมเด็จพระราชินี ทรงสืบสาน รักษา ต่อยอด “งานผ้าไทย” สมเด็จพระพันปีหลวง.
https://www.matichon.co.th/court-news/news_3380698

สืบสาน อนุรักษ์ศิลป์ผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน ผู้การพัฒนาค่อยอดมรดกภูมิปัญญา
ผ้าไทย. <https://qsds.go.th/newqssckri/wp-content/uploads/sites/98/2021/08/laikor.pdf>