



การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย

กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปทุมชัย จังหวัดนครราชสีมา

RESEARCH AND DESIGN DEVELOPMENT OF THAI IKAT SILK IN THAI FASHION

INDUSTRY: CASE STUDY AT PAK THONG CHAI DISTRICT,

NAKHON RATCHASIMA PROVINCE

ศิมาศ ประทีปะวณิช

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2562

การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย
กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรม
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

RESEARCH AND DESIGN DEVELOPMENT OF THAI IKAT SILK IN THAI
FASHION INDUSTRY: CASE STUDY AT PAK THONG CHAI DISTRICT,
NAKHON RATCHASIMA PROVINCE



A Dissertation Submitted in partial Fulfillment of Requirements
for DOCTOR OF ARTS (D.A. (Arts and Culture))
Faculty of Fine Arts Srinakharinwirot University

2019

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย

กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

ของ

ศีมาศ ประทีปะวณิช

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรม

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรรณ์ นพอุดมพันธุ์)

(ศาสตราจารย์ พิเศษพิสิฐ เจริญวงศ์)

ที่ปรึกษาร่วม

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระวีวรรณ วรรณวิ
ไชย)

ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรรณี วิภูวนานนท์)

ชื่อเรื่อง	การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย
ผู้วิจัย	กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา
ปริญญา	ศีมาศ ประทีปะวณิช
ปีการศึกษา	ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	2562
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ได้แก่ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ 2) เพื่อพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึงรูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มประเด็นเฉพาะ เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กับประชากร 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) ประชาชนชาวบ้าน 2 ท่าน 2) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ 3 กลุ่ม 3) กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย 5 ท่าน ผลการวิจัยพบว่า 1) อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมาเป็นแหล่งผ้าไหมมัดหมี่ที่มีทักษะความรู้ความชำนาญในการผลิตในระบบหัตถกรรมจากบรรพบุรุษสู่ลูกหลานจนมาถึงระบบหัตถอุตสาหกรรมในปัจจุบัน โดยได้รับอิทธิพลจากบริษัท อุตสาหกรรมไหมไทย ในด้านองค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ดังนี้ เส้นใยเป็นการใช้เส้นยืนจากโรงงานและเส้นพุ่งจากอำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา สีสีย้อมผสมผสานทั้งสีธรรมชาติและสีเคมี มีความชำนาญในการทอผ้าพื้น ผ้าหางกระรอก และผ้าไหมมัดหมี่ด้วยวิธีการทอขัด ลวดลายเป็นลวดลายประยุกต์ และใช้การอบผ้าเป็นการตกแต่งสำเร็จ 2) ผลการวิเคราะห์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบผ้าไหมมัดหมี่ 18 แบบ นั้นมีความเหมาะสมกับและเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของ สี สัน ลวดลาย ผลของการทดลองขึ้นต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ 3 ผืน พบว่า ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่สามารถผลิตได้ตามเป้าหมาย 1 กลุ่ม และผลิตไม่ได้ตามเป้าหมาย 2 กลุ่ม เนื่องจากการใช้สี สัน และลวดลายที่มีขนาดใหญ่ นั้นแตกต่างจากรูปแบบที่เคยผลิตอยู่เดิมมากเกินไป

คำสำคัญ : การวิจัยและพัฒนา, ผ้าไหมมัดหมี่, อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย, อำเภอปักธงชัย, จังหวัดนครราชสีมา

Title	RESEARCH AND DESIGN DEVELOPMENT OF THAI IKAT SILK IN THAI FASHION INDUSTRY: CASE STUDY AT PAK THONG CHAI DISTRICT, NAKHON RATCHASIMA PROVINCE
Author	SIMART PRATEEPAVANICH
Degree	DOCTOR OF ARTS
Academic Year	2019
Thesis Advisor	Assistant Professor KITTIKORN NOPUDOMPHAN , Ph.D.

The objectives of this research were as follows: (1) to study the process of producing Thai ikat silk in the Pak Thong Chai District, Nakhon Ratchasima, including the elements of ikat silk, including fibers, colors, weaving methods, patterns and finishing; (2) to develop Thai ikat silk patterns in the Pak Thong Chai District in Nakhon Ratchasima which included eighteen patterns and three prototypes. By using descriptive analysis, qualitative analysis, the interview method and a focus group as the research methodology. The research tools used to collect data were structured interview with three purposive sampling population groups, as follows: (1) two village scholars; (2) three groups of Thai ikat silk manufacturers and distributors; (3) the group of target consumers consisted of five fashion experts with experience of using Thai silk to create contemporary fashion products. The results were as follow: (1) the Pak Thong Chai District in the Nakhon Ratchasima province is a source of Thai ikat silk as well as a source of knowledge, skills and expertise in handicraft manufacturing system, which was passed on from ancestors to posterity until reaching the current semi-industrial craft system. The influence of the Thai Silk Industry Company Limited (Jim Thompson), in terms of the elements of ikat silk as follows, using lengthwise yarns (warp) from the factory and crosswise yarns (weft) from Chakkarat District, Nakhon Ratchasima Province. The colors are a combination of both natural and chemical elements. Proficiency in weaving plain silk, squirrel tail silk and ikat silk used the plain weaving method. The patterns are semi-contemporary patterns and use sanforizing techniques for surface finishing; (2) the designs of eighteen ikat silk patterns were suitable and desired by target consumers, especially in terms of colors and patterns. The results of three ikat silk prototypes found that only one group of producers and distributors in the area could produce to order, the other two groups could not, due to color combinations and the oversized pattern designs were too different to the original styles.

Keyword : Research and Design Development, Thai ikat silk, Thai fashion industry, Pak Thong Chai District, Nakhon Ratchasima Province

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์เรื่อง การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สุดสาหรรมแพชั่นไทย กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอ ปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่าย อันได้แก่ หลักสูตร ศิลปวัฒนธรรม คณะศิลปกรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำ ในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรณ์ นพุดมพันธ์ ที่ปรึกษาหลักและประธาน หลักสูตร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรรณี วิภูวนานนท์ ที่ปรึกษาร่วม ศาสตราจารย์ พิเศษพิสิฐ เจริญวงศ์ ประธานกรรมการสอบปากเปล่า

ขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร.วิภูณ ตั้งเจริญ ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.สุรพล วิรุฬห์รักษ์ รองศาสตราจารย์พทุทธิ ศุภเศรษฐศิริ ครูผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ตลอดจนคณาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะศิลปกรรม ศาสตร์ ที่ให้การสนับสนุนเรื่องเวลาและอำนวยความสะดวกในการทำงานปริญญานิพนธ์

ขอขอบพระคุณปราชญ์ชาวบ้าน คุณสตรีอาตุณ คำสุข และคุณรำไพ มาทวิ กลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้า ไหมมัดหมี่ กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย และกลุ่มไหมทองสุนารี กลุ่มนัก ออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น คุณชาติรี เท่งฮะ (Shaka) คุณพลวัฐ ฟูลาภิ (Realistic Situation) คุณลภาภิดา จาด ชลบท (Flynow) คุณทนศ บุญประสาน (Othentic) และคุณเอก ทองประเสริฐ (Curated by Ek Thongprasert)ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ ขอขอบพระคุณ คุณประภาพรพรณ พากักดี คุณแพรวา รุจิณรงค์ และ คุณมนัสฐานต์ กงแก้ว ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ และการสัมภาษณ์

ขอขอบพระคุณทุนอุดหนุนการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) (เดิมใช้ชื่อ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ) ประจำปี 2561

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณครอบครัวและบุคคลรอบข้างที่มอบกำลังใจที่ดี เพื่อผลักดันให้ผู้วิจัยทำงานวิจัย ในครั้งนี้อย่างเต็มความสามารถ ผู้วิจัยขออุทิศประโยชน์ทั้งหมดแต่ผู้ให้ความอนุเคราะห์ทุกท่านและขอกราบ ขอบพระคุณจากใจจริง

ศิมาศ ประทีปะวณิช

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	5
ความสำคัญของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. ผ้าไหมไทย	8
2. ผ้าไหมมัดหมี่ในบริบทพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา	37
3. อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย	49
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	59
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	71
6. กรอบแนวคิดการวิจัย	74
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	75
1. วิธีการดำเนินการวิจัย.....	75

2. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	77
3. เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	79
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	81
5. การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล	82
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	84
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษา กระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุม ในส่วนของผู้ประกอบการผ้าไหมมัดหมี่ ได้แก่ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่ง สำเร็จ	85
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้	107
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล.....	150
สรุปผลการวิจัย.....	151
ส่วนที่ 1 กระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา โดย ครอบคลุมในส่วนของผู้ประกอบการผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งหมายถึง เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ	151
ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัยในด้านการพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอบักรัง ชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหม มัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน.....	154
ข้อเสนอแนะ	157
บรรณานุกรม	158
ภาคผนวก.....	163
ประวัติผู้เขียน.....	182

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ตารางแสดงพัฒนาการของไหมไทยในช่วงรัชกาลที่ 5.....	9
ตาราง 2 ตารางแสดงพัฒนาการของไหมไทยในช่วงรัชกาลที่ 6 เป็นต้นมา.....	11
ตาราง 3 ตารางวิธีการปลูกและดูแลรักษาต้นหม่อน.....	17
ตาราง 4 ตารางแสดงการแบ่งประเภทของเส้นไหมตามลักษณะต่าง ๆ.....	21
ตาราง 5 ตารางตัวอย่างสีย้อมเส้นไหมที่ได้จากธรรมชาติ.....	24
ตาราง 6 ผลวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) ของผ้าไหมปักธงชัย.....	45
ตาราง 7 ตาราง SWOT แพชั่นไทย.....	56
ตาราง 8 ตารางเปรียบเทียบอุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้าไหมมัดหมี่แบบดั้งเดิม และแบบประยุกต์.....	92
ตาราง 9 ตารางแสดงองค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ของแต่ละกลุ่มทอผ้าในพื้นที่.....	101
ตาราง 10 ตารางแสดงรายละเอียดด้านการตลาดผ้าไหมมัดหมี่ของแต่ละกลุ่มทอผ้าในพื้นที่...	103
ตาราง 11 ตารางสรุปมุมมองการเลือกใช้ผ้าไหมในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นของนักออกแบบ.....	127
ตาราง 12 ตารางแสดงความต้องการใช้ผ้าไหมมัดหมี่เป็นวัสดุของผู้บริโภค.....	131

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 ตราสัญลักษณ์เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทย มอก.179-2519.....	33
ภาพประกอบ 2 ตราสัญลักษณ์เครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	34
ภาพประกอบ 3 เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทานสีทอง	35
ภาพประกอบ 4 เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทานสีเงิน	36
ภาพประกอบ 5 เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทานสีน้ำเงิน	36
ภาพประกอบ 6 เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทานสีเขียว	37
ภาพประกอบ 7 กรอบแนวคิดวิจัย	74
ภาพประกอบ 8 นายสตราวุฒิ คำสุข ปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดู่ (ซ้าย) และนางรำไพ มาทวิ ศูนย์การเรียนรู้การมัดหมี่ บ้านจะโปะ (ขวา).....	85
ภาพประกอบ 9 กลุ่มที่ 1 นางประภาพรพรณ พากดี กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ (ซ้าย) กลุ่มที่ 2 นางพรทิพย์ ดวงสูงเนิน กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย (กลาง) กลุ่มที่ 3 นางศุภางค์ ต่างกลาง กลุ่มไหมทองสุรนารี (ขวา)	86
ภาพประกอบ 10 จากซ้ายมาขวา นายชาติรี เพ่งฮะ นายพลัญญ์ พลาภิ นางลภาภิตา จาดชลบท นายเอก ทองประเสริฐ และนายทเนศ บุญประสาน.....	108
ภาพประกอบ 11 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่.....	109
ภาพประกอบ 12 แรงบันดาลใจ (Inspiration) จากดอกพิกุล และลายน้ำไหล จากเขื่อนลำพระ เพลิง	109
ภาพประกอบ 13 แนวโน้มแฟชั่น (Fashion Trend) อารมณ์รวมและแนวความคิดในการออกแบบ (Mood & Concept) ของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่.....	110
ภาพประกอบ 14 สี (Colors) ของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่	111
ภาพประกอบ 15 แบบร่าง (Sketch Designs) สำหรับกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่.....	112
ภาพประกอบ 16 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย	113

ภาพประกอบ 17 แรงบันดาลใจ (Inspiration) จากนกยูง ดอกสารภี และผีเสื้อ	113
ภาพประกอบ 18 แนวโน้มแฟชั่น (Fashion Trend) อารมณ์ร่วมและแนวความคิดในการออกแบบ (Mood & Concept) ของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย	114
ภาพประกอบ 19 สี (Colors) ของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย	115
ภาพประกอบ 20 แบบร่าง (Sketch Designs) สำหรับกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย	116
ภาพประกอบ 21 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไหมทองสุรนารี	117
ภาพประกอบ 22 แรงบันดาลใจ (Inspiration) จากพุ่มดอกสารภี และปลาม้า	117
ภาพประกอบ 23 แนวโน้มแฟชั่น (Fashion Trend) อารมณ์ร่วมและแนวความคิดในการออกแบบ (Mood & Concept) ของกลุ่มไหมทองสุรนารี	118
ภาพประกอบ 24 สี (Colors) ของกลุ่มไหมทองสุรนารี	119
ภาพประกอบ 25 แบบร่าง (Sketch Designs) สำหรับกลุ่มไหมทองสุรนารี	120
ภาพประกอบ 26 การสนทนากลุ่มครั้งที่ 1	121
ภาพประกอบ 27 การสนทนากลุ่มครั้งที่ 1	122
ภาพประกอบ 28 รูปแบบที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 6 รูปแบบจากกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่	133
ภาพประกอบ 29 รูปแบบที่ไม่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 4 รูปแบบจากกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่	134
ภาพประกอบ 30 รูปแบบที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 6 รูปแบบจากกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ ทอมือชุมชนธงชัย	135
ภาพประกอบ 31 รูปแบบที่ไม่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 4 รูปแบบจากกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ ทอมือชุมชนธงชัย	135
ภาพประกอบ 32 รูปแบบที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 6 รูปแบบจากกลุ่มไหมทองสุรนารี	136
ภาพประกอบ 33 รูปแบบที่ไม่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 6 รูปแบบจากกลุ่มไหมทองสุรนารี	137
ภาพประกอบ 34 การสนทนากลุ่มครั้งที่ 2	137

ภาพประกอบ 35 การสนทนากลุ่มครั้งที่ 2.....	138
ภาพประกอบ 36 การสนทนากลุ่มครั้งที่ 2.....	138
ภาพประกอบ 37 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่.....	139
ภาพประกอบ 38 ตัวอย่างแบบร่างจากนักออกแบบสำหรับกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่.....	139
ภาพประกอบ 39 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย	140
ภาพประกอบ 40 ตัวอย่างแบบร่างจากนักออกแบบสำหรับกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย	140
ภาพประกอบ 41 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มไหมทองสุรนารี.....	141
ภาพประกอบ 42 ตัวอย่างแบบร่างจากนักออกแบบสำหรับกลุ่มไหมทองสุรนารี.....	141
ภาพประกอบ 43 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่.....	142
ภาพประกอบ 44 ต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่จากกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่.....	143
ภาพประกอบ 45 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย	144
ภาพประกอบ 46 ต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่จากกลุ่มทอผ้าร้านเรื่องไหม จังหวัดสุรินทร์.....	145
ภาพประกอบ 47 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มไหมทองสุรนารี.....	147
ภาพประกอบ 48 ต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่จากเดิมเต็ม สตูดิโอ กรุงเทพมหานคร	148

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ด้วยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ของรัฐบาลปัจจุบันมีประเด็นการพัฒนาหลักที่สำคัญหลายประการรวมไปถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อพัฒนาและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการให้ผลิตได้และขายเป็น ปัจจุบันประเทศไทยควรปรับโมเดลเศรษฐกิจแบบ “ทำมาก ได้น้อย” เป็น “ทำน้อย ได้มาก” รวมไปถึงเปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วย ประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบาย ที่เปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ที่มีศักยภาพสูง สอดคล้องกับแผนแม่บทการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพการผลิตของภาคอุตสาหกรรม พ.ศ. 2559-2564 โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้เสนอแผนการปฏิรูปเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถอุตสาหกรรมสาขาหลัก ต่อสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ จำนวน 5 สาขาหลัก โดยมีสาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรวมอยู่ด้วย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสาขาที่มีผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนด้านการทอผ้าที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมแฟชั่นไทยและเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อสนองความต้องการของตลาดในอนาคตจึงจำเป็นอย่างยิ่ง

สำหรับนักออกแบบแฟชั่นในอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย กระบวนการออกแบบเป็นสิ่งสำคัญ การนำความคิดสร้างสรรค์เข้าไปทุกภาคส่วนของกระบวนการออกแบบจะทำให้ผลงานโดดเด่นแตกต่าง และน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้วัสดุซึ่งนอกจากจะต้องเลือกใช้ให้เหมาะกับประโยชน์ใช้สอยอย่างมีความงามแล้ว วัสดุเป็นตัวแปรสำคัญที่จะส่งเสริมให้อัตลักษณ์ของงานออกแบบชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยมีตัวอย่างที่ชัดเจนจากต่างประเทศ เช่น ชาแนล (Chanel) ซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่า คือแบรนด์ชั้นสูงที่โดดเด่นในเรื่องของการใช้ผ้าทอ (Tweeds) เป็นวัสดุในการออกแบบของทุกฤดูกาลจนกลายเป็นอัตลักษณ์หนึ่งที่สำคัญของแบรนด์ (Charlotte Mankey Calasibetta, 1998: p.627) นอกจากนั้นยังมี มิสโซนี่ (Missoni) แบรนด์ดังจากอิตาลีที่เน้นในด้านการใช้ผ้าถักหลากหลายสีสันทันในการออกแบบมาตั้งแต่แรกเริ่ม (Charlotte Mankey Calasibetta, 1998: p.647) เป็นต้น ในส่วนของประเทศไทยนั้น ชาวไทยเองก็มีวัสดุท้องถิ่นที่เกิดจากภูมิปัญญาและสามารถนำไปพัฒนาเป็นสินค้าแฟชั่นซึ่งได้แก่ ผ้าไหมไทย นั่นเอง

ผ้าไหมได้สมญานามว่า "ราชินีแห่งเส้นใยผ้า" เป็นผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ของภูมิปัญญาชาวบ้านในหลาย ๆ พื้นที่ รวมถึงจังหวัดนครราชสีมา ที่เป็นเมืองศูนย์กลางของ "ผ้าไหมดี" มีแหล่งผลิตตามชุมชนหมู่บ้านในหลายอำเภอ เริ่มต้นตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม แปรรูปเป็นเส้นใย และทอเป็นผ้าไหมลวดลายต่าง ๆ รวมไปถึงการจำหน่ายครบวงจร สร้างรายได้แก่ชาวบ้าน เกษตรกร ผู้ประกอบการร้านค้า และประชาชนทั่วไปเป็นเม็ดเงินมหาศาล (สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์. 2553: ออนไลน์) โดยมีแหล่งผลิตตามชุมชนหมู่บ้านในหลายอำเภอ เช่น อำเภอสีดา อำเภอบัวใหญ่ อำเภอห้วยแถลง อำเภอเสิงสาง อำเภอปักธงชัย เป็นต้น ตามคำขวัญประจำจังหวัด คือ "ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน"

ผ้าไหมโคราช มีลักษณะกรรมวิธีการผลิตแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือประเภทหัตถกรรม ได้แก่ ผ้าไหมหางกระรอก ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมมัดหมี่ขิด ผ้าไหมลูกแก้ว ฯลฯ โดยมีแหล่งผลิตได้แก่ อำเภอบัวใหญ่ อำเภอประทาย อำเภอแก้งสนามนาง อำเภอเสิงสาง อำเภอห้วยแถลง กิ่งอำเภอสีดา กิ่งอำเภอบัวลาย ฯลฯ ส่วนประเภทอุตสาหกรรมนั้น ได้แก่ ผ้าไหมลายประยุกต์ ผ้าไหมพิมพ์ลาย ผ้าไหมพื้นเรียบ การแปรรูปผ้าไหม โดยมีแหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ที่อำเภอปักธงชัย (อ้อยทิพย์ เกตุเฮม, 2558, น. 21) ซึ่งมีชื่อเสียงอย่างมากในเรื่องของการผลิตผ้าไหมพื้นเรียบ ผ้าไหมหางกระรอก และผ้าไหมมัดหมี่

การที่ผ้าไหมจากนครราชสีมาได้ชื่อว่าเป็นผ้าไหมดีและเป็นที่รู้จัก เนื่องจากได้รับการพัฒนาจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะหลังการหายตัวไปของนายจิม ทอมป์สัน (Jim Thompson) บริษัท อุตสาหกรรมไหมไทยได้บุกเบิกก่อร่างสร้างผู้ทอกลุ่มใหม่ขึ้นมา โดยเริ่มต้นจากการเข้าไปผูกมิตรกับคนในพื้นที่เพื่อสำรวจคุณภาพเส้นไหม พร้อมกับจูงใจให้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมมากขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2523 หลังจากเริ่มต้นสร้างโรงงานทอผ้าด้วยที่ทอมือ บริษัท อุตสาหกรรมไหมไทยยังเปิดหลักสูตรสอนทอผ้าไหมที่โรงงานทอผ้าในอำเภอปักธงชัย เพื่อปลูกปั้นช่างทอผ้าฝีมือดี นำความรู้และเทคโนโลยีจากประเทศจีนมาพัฒนาสายพันธุ์หม่อนไหม พัฒนาระบบปฏิบัติการในอีกหลายรูปแบบ ทำให้ช่างทอสามารถทอผ้าได้อย่างมีมาตรฐานและทอลวดลายต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น และส่งเสริมให้มีการส่งออกผ้าไหมคุณภาพดีไปจำหน่ายต่างประเทศ นอกจากนั้นแล้วการคมนาคมยังสะดวกใกล้ระบบการขนส่งอีกด้วย (พนิดา สอนเสีรวานิช. 2559: ออนไลน์)

อย่างไรก็ตามสำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีหม่อนไหม กรมหม่อนไหม (2559: ออนไลน์) ได้สรุปมูลค่ารวมการนำเข้า ส่งออกรังไหมและเส้นไหม ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์จากไหม ปี พ.ศ. 2558 ไว้ว่า การนำเข้ารังไหมและเส้นไหมมีมูลค่า 75.17 ล้านบาท ส่งออก 48.03 ล้านบาท

มีดุลการค้าขาดดุล 27.14 ล้านบาท การนำเข้าผ้าไหมมีมูลค่า 42.24 ล้านบาท ส่งออก 147.53 ล้านบาท มีดุลการค้าเกินดุล 105.29 ล้านบาท การนำเข้าผลิตภัณฑ์จากไหมมีมูลค่า 432.17 ล้านบาท ส่งออก 263.76 ล้านบาท ดุลการค้าขาดดุล 168.42 ล้านบาท ถึงแม้ว่าการส่งออกผ้าไหมจะลดลงบ้างในบางปีแต่ในปี พ.ศ. 2558 ยังคงอยู่ในระดับดีและมีดุลการค้าเกินดุล แต่จะเห็นได้ว่าการส่งออกผลิตภัณฑ์จากไหมได้น้อยกว่าการนำเข้าเมื่อมูลค่าการส่งออกน้อยกว่านำเข้า จึงจำเป็นต้องลดราคาสินค้าลงเพื่อจูงใจให้คู่ค้าบริโภค เมื่อลดราคาสินค้าส่งออกลงรายได้ของผู้ผลิตในประเทศก็จะต่ำลงไปด้วย ทั้งยังเป็นสิ่งที่สังเกตได้ว่าคนไทยนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าไหมจากต่างประเทศมากกว่าภายในประเทศอีกด้วย ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมไหมซึ่งประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมต้นน้ำ (เส้นใยไหม) อุตสาหกรรมกลางน้ำ (ผ้าไหมผืน) และอุตสาหกรรมปลายน้ำ (ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไหม) ไม่สมบูรณ์

อาทิตยา สิริรัชชาดากุล (2559: สัมภาษณ์) ได้กล่าวถึงการบริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในประเทศไว้ว่า “มันเป็นเรื่องของค่านิยม คนไทยชอบของแบรนด์ของตัวเองมีกลับไม่อยากจะโดยมีเหตุผลที่หลากหลาย เช่น ใส่ผ้าไหมผ้าไทยแล้วดูเป็นคนบ้านนอกไม่เป็นแฟชั่น หากหน่วยงานไม่บังคับก็ไม่อยากใส่ หรือผ้าไหมแพงทั้งที่ความเป็นจริงแล้วหากเปรียบเทียบราคาเป็นชิ้นผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมไทยกลับมีราคาถูกดีหรือต่ำกว่าผลิตภัณฑ์แบรนด์จากต่างประเทศ รวมถึงการดูแลรักษาที่คิดว่ายุ่งยากแต่ปัจจุบันเมืองไทยมีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ทำให้ผ้าไหมไทยมีการดูแลรักษาได้ง่ายขึ้น” ดังนั้นค่านิยมจึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผ้าไหมในอุตสาหกรรมแฟชั่นภายในประเทศไทยไม่สามารถพัฒนาอย่างต่อเนื่องไปด้วยกันตามหลักของห่วงโซ่อุปทาน

นอกจากนี้ เอก ทองประเสริฐ (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2557: ออนไลน์) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผ้าไหมไทยกับแฟชั่นไว้ว่า

"เวลาคนพูดถึงผ้าไหม ปกติแล้วเขาจับผ้าไหมไปอยู่บนหิ้ง เขาจับผ้าไหมไปอยู่ในโพลีชั้นที่สูงมาก ตลอดเวลาสิบกว่าปีที่อยู่ในวงการ จะเห็นว่าดีไซเนอร์หน้าใหม่หรือเด็กนักเรียนแฟชั่นพยายามที่จะผสมผสานผ้าไหมลงกับชุดสตรีท แต่มันก็ยังไม่ใช่สักที อาจจะเป็นเรื่องด้วยว่าตัวผ้าไหมเอง ด้วยตัวแม่ทที่เรีลเองไม่ได้ถูกพัฒนาต่อ จึงถูกแช่แข็งไว้อย่างนั้นทำให้แก้ประหว่งคำว่าโมเดิร์นแฟชั่นกับผ้าไหมมันห่างเท่าเดิม เลยคิดว่าถ้าเราลองเอาไหมแล้วลองเอาผ้าไหมมาหุ้ม ให้มีซีลอุดเดิมอยู่ ซึ่งเราพยายามสื่อสารว่าทำอะไรให้ผ้า

ไหมไทยใกล้เข้ามา กับคำว่าโมเดิร์นมากขึ้น เพื่อให้ผ้าไหมดีเวลลอปเข้าสู่
แฟชั่นให้ได้ เข้าสู่ยุคปัจจุบัน ไม่อย่างนั้นแม้แต่คนกลุ่มแฟชั่นจริงๆ ผ้าไหมก็ยัง
ไม่ใช่ตัวเลือกแรกสำหรับพวกเขาที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบ"

จึงเห็นได้ว่านักออกแบบไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลกมีความเห็นว่าผ้าไหมไทยยังควรต้อง
ผ่านกระบวนการพัฒนาให้ทันสมัย และเหมาะกับแฟชั่นไทยในปัจจุบัน ดังนั้นนอกจากผ้าไหมไทย
ยังไม่ใช่ตัวเลือกอันดับต้นๆ ที่นักออกแบบแฟชั่นที่เป็นตัวแปรสำคัญในองค์ประกอบของ
อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยจะเลือกใช้ เนื่องมาจากรูปแบบที่ยังไม่พัฒนาไปในทิศทางที่ตรงกับความต้องการ
ของนักออกแบบไทยแต่ยังมีความเป็นไปได้ในอนาคต ชาญชัย สิริเกษมเลิศ ผู้อำนวยการ
สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมผ้าไทย
ไว้ว่า (กัญยารัตน์ วรฉัตร, 2557: ออนไลน์)

“คนไทยพยายามพัฒนาผ้าไหมโดยการเอาผ้าไหมที่ทอแล้วมาตัดเย็บ
ซึ่งทำยังไงก็ไม่โดดเด่น เพราะเราเอาของที่ทำได้แล้วครึ่งหนึ่งมาทำต่อ เหมือน
ถูกบังคับโซว แต่ถ้าเรารู้ตั้งแต่ต้น ทำผ้าไหมที่เป็นสมัยใหม่ ออกสู่ตลาดสากล
ทุกอย่างต้องมีการคิดตั้งแต่แรก การเลือกเส้นใย ปั่นเส้นด้าย เลือกสี ทอผ้า ไป
จนถึงการตกแต่งสำเร็จ”

ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ ปรากฏการณ์ พัฒนาการ และกระบวนการผลิตผ้า
ไหมมัดหมี่โดยเฉพาะในเรื่องของ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จของอำเภอ
ปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ เพื่อเติมเต็ม
ส่วนที่ขาดหายไปจากห่วงโซ่อุปทานในระบบอุตสาหกรรมไหมไทยในปัจจุบัน และเสริมช่องว่าง
ทางธุรกิจด้วยการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ และภูมิปัญญาเดิมที่มีมาช้านาน พร้อมทั้ง
ปรับค่านิยมของคนไทยในมิติของผ้าไหมมัดหมี่ที่เป็นแฟชั่น และส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
มัดหมี่สามารถก้าวไปสู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยได้อย่างสร้างสรรค์จนสามารถพัฒนาไปสู่ตลาด
สากล ซึ่งจะมีผลกับชุมชนผู้ผลิตให้มีตลาดที่กว้างขึ้น มีรายได้หมุนเวียนภายในชุมชน ทำให้คนรุ่นใหม่
ในชุมชนมีความสนใจที่จะต่อยอดและสืบทอดภูมิปัญญาด้วยความคิดสร้างสรรค์ และเป็น
แนวทางในการพัฒนาสำหรับชุมชนทอผ้าอื่น ๆ ในประเทศไทยต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งหมายถึง เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ
2. เพื่อพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ได้ผลวิจัยที่เป็นองค์ความรู้ในด้านกระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ โดยมีประเด็นสำคัญในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ซึ่งหมายถึง เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ ในพื้นที่อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา
2. ได้พัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน
3. ได้แนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอของไทยในพื้นที่ชุมชนอื่น ๆ

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของเนื้อหาการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหาการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ศึกษาเกี่ยวกับผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา ให้ทราบถึงกระบวนการผลิตของผ้าซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ
2. ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางเพื่อพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน

ขอบเขตของพื้นที่วิจัย

ขอบเขตพื้นที่วิจัยของการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ชุมชนที่ผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในอำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา
2. พื้นที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งหมายถึงกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร กำหนดประชากร คือ ประชาชนชาวบ้านในชุมชน ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่โดยมีพื้นที่เป้าหมายคือ อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

ซึ่งคือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย

กลุ่มตัวอย่าง

1. ประชาชนชาวบ้านในพื้นที่ของชุมชน

1.1 นาย สตราวุฒิ คำสุข ประชาชนชาวบ้าน บ้านดู่ อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

1.2 นาง รำไพ มาทวิ ศูนย์การเรียนรู้การมัดหมี่ บ้านจะโปะ อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

2. ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่จากพื้นที่เป้าหมาย ดังนี้

2.1 กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ หมู่ 6 บ้านดู่ ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

2.2 กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย หมู่ 2 ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

2.3 กลุ่มไหมทองสุรนารี หมู่ 2 ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

3. กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย จำนวน 5 ท่าน ได้แก่

3.1 นาย ชาทรี เท่งฮะ นักออกแบบแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น ชากะ (Shaka)

3.2 นาย พลภูมิ พลากู นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น เรียลลิสติก ซิทูเอชัน (Realistic Situation)

3.3 นาง ลภาภิตา จาดชลบท นักออกแบบแบรนด์เสื้อผ้าและกระเป๋าแฟชั่น ฟลาย นาว (FLY NOW)

3.4 นาย เอก ทองประเสริฐ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น คูเรเต็ด บาย เอก ทองประเสริฐ (Curated by Ek Thongprasert)

3.5 นาย ทนศ บุญประสาน นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น โอเธนติก (Othentic)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **มัดหมี่** หมายถึง กรรมวิธีในการทอผ้าอย่างหนึ่ง โดยเอาเชือกมัดเส้นด้ายหรือเส้นไหมเป็นเปลาะ ๆ ตามลาย แล้วย้อมสี เมื่อทอแล้วจะได้ลวดลายต่าง ๆ ตามที่มัดไว้
2. **ผ้าไหมมัดหมี่** หมายถึง ผ้าไหมมัดหมี่ที่ผลิตโดยชุมชนทอผ้าไหมในอำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา
3. **กระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่** หมายถึง กรรมวิธีการผลิตผ้าไหมมัดหมี่จากการผสมผสานองค์ประกอบของการทอผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ เข้าด้วยกัน
4. **แฟชัน** หมายถึง สมัยนิยม แบบหรือวิธีการที่นิยมกันทั่วไปในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เป็นการยอมรับจนเกิดเป็นค่านิยม มีกระบวนการเกิดภาษาใหม่ ซึ่งเป็นช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น
5. **อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย** หมายถึง กิจกรรมที่ใช้ทุนและแรงงาน เพื่อผลิตสิ่งของหรือจัดให้มีบริการเกี่ยวกับสินค้าแฟชั่น ประกอบด้วย 3 อุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ อุตสาหกรรมต้นน้ำ อุตสาหกรรมกลางน้ำ และอุตสาหกรรมปลายน้ำ ของประเทศไทย
6. **แนวโน้มแฟชั่น** หมายถึง ทิศทางของผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่กำลังจะเป็นสมัยนิยม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ผ้าไหมไทย
2. ผ้าไหมมัดหมี่ในบริบทพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา
3. อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดการวิจัย

1. ผ้าไหมไทย

1.1 ความเป็นมาของผ้าไหมไทย

ไหม เส้นใยไหม และผ้าไหมมีประวัติที่ยาวนานกว่า 2,000 – 3,000 ปีก่อนคริสตกาล สันนิษฐานว่าชาวจีนเป็นชาติแรกที่รู้จักนำเส้นใยไหมมาทอผ้า หลังจากนั้นกระบวนการผลิตไหมจึงได้แพร่ไปยังประเทศอินเดีย ประเทศต่างๆ ในเอเชีย และยุโรป (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2550, น. 287) จนพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมไหมระหว่างตะวันออก (เอเชีย) และตะวันตก (ยุโรป) อุตสาหกรรมการค้าเกี่ยวกับไหมถึงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญมากในระหว่างนั้น เนื่องจากผ้าไหมจัดเป็นของฟุ่มเฟือยและมักใช้กับเฉพาะราชนิกุลเท่านั้น โดยเป็นที่เห็นได้ชัดตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช (พ.ศ. 2199 - 2231) นับเป็นยุคทองของการค้าอาภรณ์อย่างกว้างขวาง เนื่องจากพระองค์ถึงกับทำการค้าผ้าด้วยพระองค์เอง โดยควบคุมการค้าผ้าที่มาจากต่างประเทศและที่ผลิตได้ในราชอาณาจักรมีคลังสินค้าตามหัวเมืองต่างๆ และยังเป็นศูนย์กลางการซื้อขายวัตถุดิบในการทอผ้าทั้งไหมและฝ้าย ผ้าเป็นเครื่องกำหนดตำแหน่งและฐานะตามสังคมของผู้ใช้ด้วย โดยใช้ชนิดของผ้าลดหลาดเป็นตัวกำหนดซึ่งได้สืบทอดมาถึงสมัยรัตนโกสินทร์ (กรมหม่อนไหม, 2557, น.13) เมื่อราวศตวรรษที่ 19 ในสมัยที่ประเทศอังกฤษยังมีอาณานิคมมาก พระเจ้าเจมส์ที่ 1 ได้พยายามจะก่อตั้งอุตสาหกรรมไหมขึ้นในพื้นที่ของประเทศอเมริกาในปัจจุบัน แต่ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากการเลี้ยงและผลิตไหมจะให้ผลดีในประเทศที่มีแรงงานมาก และราคาถูก ดังนั้น อุตสาหกรรมไหมจึงจำกัดอยู่ที่ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศอิตาลี และประเทศอินเดียเท่านั้น ในอุตสาหกรรมผลิตเส้นใยและทอผ้าไหมได้รับการขนานนามว่า “ราชินีแห่งเส้นใย” ด้วยลักษณะ

พิเศษที่ต้องมีความระมัดระวังในด้านการดูแลรักษา คุณสมบัติ และความเกี่ยวข้องจากการใช้งาน ที่จำกัดเฉพาะราชินิกุล (นวลแข ปาลิวนิช, 2542, น. 118-119)

การทอผ้าไหมในประเทศไทยในอดีตมีการทำกันในครัวเรือนเพื่อใช้เอง หรือทำขึ้นเพื่อใช้ในงานพิธี เช่น งานบุญ งานแต่งงาน จนมีพัฒนาการที่ชัดเจนในช่วงรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ที่ได้มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมกันทั่วไป โดยเฉพาะภาคอีสานนั้นได้ชื่อว่าการเลี้ยงไหมมากที่สุด แต่เส้นไหมที่ทำได้นั้นหยาบไม่สม่ำเสมอ และนำไปใช้ทอเป็นผ้าที่มีคุณภาพดีไม่ได้ ต้องมีการสั่งซื้อไหมดิบและผ้าไหมชนิดต่างๆ จากต่างประเทศเข้ามาใช้ ดังนั้นพระองค์จึงทรงมีพระราชดำริจะส่งเสริมการทำไหมเพื่อให้เพียงพอแก่การอุปโภคภายในประเทศโดยไม่ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศ ตามที่สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (2556: 8-9) ได้ระบุไว้ในรายงานโครงการศึกษาวิจัยอัตลักษณ์ไหมไทยและโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ไหมไทยร่วมสมัยต่อไปนี้

ตารางแสดงพัฒนาการของไหมไทยในช่วงรัชกาลที่ 5

ตาราง 1 ตารางแสดงพัฒนาการของไหมไทยในช่วงรัชกาลที่ 5

ปี พ.ศ.	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ. 2444	รัชกาลที่ 5 ได้ทรงดำริและโปรดเกล้าฯ ให้ทางราชการส่งเสริมการเลี้ยงไหม และได้ว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่นซึ่งคือศาสตราจารย์โทยาม่า (Kametaro Toyama) มาสำรวจแนวทางและส่งเสริมการเลี้ยงไหมในจังหวัดต่างๆ มีการตั้งกรมช่างไหมขึ้นในกระทรวงเกษตรธิการ (เทียบเท่ากระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในปัจจุบัน) โดยมีเจ้าพระยาเทเวศน์วงศ์วิวัฒน์เป็นเสนาบดี
พ.ศ. 2445	กระทรวงเกษตรธิการได้ให้คณะผู้เชี่ยวชาญหม่อนไหม สวทไหมเพื่อหาความรู้สำหรับใช้เป็นแนวทางพิจารณาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ในประเทศไทย ส่วนด้านการสาวไหม รัชกาลที่ 5 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ข้าหลวงในสมเด็จฯ พระพันปีหลวงฝึกหัดให้เครื่องสาวไหมของญี่ปุ่น ชนิดหมุนด้วยมือและใช้เท้าเหยียบ

ตาราง 1 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ. 2446	รัชกาลที่ 5 ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งกรมช่างไหมขึ้นโดยมี พระเจ้าลูกยาเธอพระองค์เจ้าเพ็ญพัฒนพงษ์ เป็นอธิบดี ที่ว่าการตั้งอยู่ที่ตำบลทุ่งศาลาแดง
พ.ศ. 2447	ตั้งสาขาของช่างไหมขึ้นที่มณฑลนครราชสีมาและเปิดโรงเรียนช่างไหมขึ้น ที่ตำบล ทุ่งศาลาแดง
พ.ศ. 2448	กรมช่างไหมได้ตั้งสาขาขึ้นอีกแห่งหนึ่งที่ บุรีรัมย์ เรียกว่า กองช่างไหม เมืองบุรีรัมย์
พ.ศ. 2450 - 2452	กรมช่างไหมได้ทดลองส่งเจ้าพนักงานชาวญี่ปุ่นออกไปสอนการทำสวนหม่อนเลี้ยงไหม และการสาวไหมตามวิธีสมัยใหม่ ซึ่งได้ทดลองแล้วพบว่าได้ผลดีกว่าเดิมให้แก่วาริชในอำเภอพุทไธสง มณฑลนครราชสีมา เมื่อเป็นผลสำเร็จจึงทำการสอนเพิ่มอีก 3 อำเภอ คือ อำเภอรัตนบุรี อำเภอสุวรรณภูมิ และอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย
พ.ศ. 2453	กรมการช่างไหมได้สอนการทำไหมเพิ่มขึ้นอีก 6 แห่งได้แก่ เมืองอุบล เมืองร้อยเอ็ด เมืองสุรินทร์ เมืองชัยภูมิ อำเภอศรีสะเกษ และอำเภอจตุรัส

ที่มา: รายงานโครงการศึกษาวิจัยอัตลักษณ์ไหมไทยและโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ไหมไทยร่วมสมัย (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2556, น. 8-9)

การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของราษฎรไทยดำเนินเรื่อยมาจนกระทั่งปี พ.ศ. 2456 การส่งเสริมจากภาครัฐได้ยุติลงหลังจากที่รัชกาลที่ 5 ได้เสด็จสวรรคตในปี พ.ศ. 2453 เนื่องจากเกษตรกรไทยยังคงทำในลักษณะแบบเดิมเพราะความเคยชิน ไม่ตอบรับการเปลี่ยนแปลงไปสู่แบบใหม่ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจากความช่วยเหลือของญี่ปุ่น และได้ให้ราษฎรประกอบอาชีพปลูกหม่อนเลี้ยงไหมตามอิสระเรื่อยมา เมื่อปี พ.ศ. 2475 ทางราชการจึงได้กลับมาส่งเสริมอีกครั้ง โดยได้มีการจัดตั้งโรงงานสาวไหมขึ้นเป็นแห่งแรกที่จังหวัดนครราชสีมา แต่ไม่นานก็ต้องปิดตัวลงเนื่องจากประสบปัญหาทางวัตถุดิบที่ราษฎรไม่ชำนาญในการเลี้ยงไหม และพันธุ์ไหมที่ได้จะมีเส้นใยสั้นและเป็นปุยไม่เหมาะกับการใช้กับเครื่องจักร รวมทั้งเป็นช่วงเวลาที่เกิดสงครามมหาเอเชียบูรพาอีกด้วย อย่างไรก็ตามแม้โรงงานจะปิดตัวลงแต่ราษฎรยังคงมีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในครัวเรือนอยู่ (นวลแข ปาลิวนิช, 2542, น. 119-120)

อย่างไรก็ตามพัฒนาการของผ้าไหมไทยยังคงอยู่ไม่ได้จากไปไหน แต่มีพัฒนาการในรูปแบบที่แตกต่างไปกว่าเดิม โดยผู้วิจัยได้นำมารวบรวมเป็นตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางแสดงพัฒนาการของไหมไทยในช่วงรัชกาลที่ 6 เป็นต้นมา

ตาราง 2 ตารางแสดงพัฒนาการของไหมไทยในช่วงรัชกาลที่ 6 เป็นต้นมา

ปี พ.ศ.	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ. 2453-2468	ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 มีการพัฒนา การทอผ้าจากที่ธรรมดาเป็นกึ่งระตูก แล้วแพร่หลายสู่ชนบท ยุคนี้เป็นช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงสังคมของไทยตามรอยอารยธรรมประเทศ ตะวันออก เนื่องจากผู้นำและชนชั้นปกครองได้ไปศึกษา มาจากประเทศตะวันตก เริ่มเปลี่ยนแปลงการแต่งกายในราชสำนัก ตามพระราชประสงค์ให้สตรี“นุ่ง ชิน พัน ขาว และเกล้า ผมมวย” สตรีในราชสำนักจึงเปลี่ยนจากนุ่งโจงกระเบนมาเป็นผ้าชิ้นสามัญก็เปลี่ยน การแต่งกายตามสตรีในราชสำนักในเวลาต่อมา (กรมหม่อนไหม. 2557: 15)

ตาราง 2 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ. 2468-2477	ในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 (พ.ศ. 2468-2477) และสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอนันตมหิตล รัชการที่ 8 (พ.ศ. 2477-2489) ยังคงมีการเปลี่ยนแปลงสังคมแบบก้าวกระโดดอย่างต่อเนื่อง สตรีสวมใส่ผ้าขึ้น ชำราชการเลิกล้างผ้าม่วง ในปี พ.ศ. 2478 เปลี่ยนมานุ่งกางเกงแบบตะวันตก ในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม นโยบายรัฐนิยม (พ.ศ. 2482 - 2487) สตรีจะสวมหมวก นุ่งกระโปรงใส่รองเท้า มีการตัดเย็บผ้าแบบตะวันตก ทำให้การทำไหมลงน้อยลงและอยู่ในวงจำกัด แต่ราษฎรตามหัวเมืองต่างๆ โดยเฉพาะในภาคอีสานก็ยังเลี้ยงไหมและทอผ้าไหมไว้ใช้ในครัวเรือนและใช้แทนเงินตราแลกเปลี่ยนสินค้า (กรมหม่อนไหม. 2557: 15)
พ.ศ. 2488	หลังสงครามโลกครั้งที่สองได้ยุติลง นาย เจมส์ แฮร์ริสัน วิสตัน ทอมป์สัน ชาวสหรัฐอเมริกาหรือที่คนไทยรู้จักในนามว่า จิม ทอมป์สัน ได้มีการปรับปรุงผ้าไหมไทยโดยใช้หลักการตลาด การผลิต เพื่อขยายตลาด และทำการบุกเบิกผ้าไหมของไทยไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา และแพร่เข้าสู่วงการภาพยนตร์ของชาติตะวันตก และละครบรอดเวย์ (พิพิธภัณฑ์บ้านไทย จิม ทอมป์สัน, ม.ป.ป.: ออนไลน์)
พ.ศ. 2500	กรมกสิกรรมได้โอนแผนกส่งเสริมการเลี้ยงไหมมาขึ้นอยู่กับกองการค้าค่าน้ำและทดลอง มีหน้าที่ศึกษาวิจัยปรับปรุงพันธุ์หม่อนและพันธุ์ไหม ปัจจุบันคือสถาบันวิจัยหม่อนไหม กรมวิชาการเกษตร (กรมหม่อนไหม. 2557: 15)

ตาราง 2 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ. 2503	ปีแอร์ บัลแมง นักออกแบบชาวฝรั่งเศสได้ใช้ผ้าไหมไทยทำการออกแบบและตัดเย็บฉลองพระองค์ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ครั้งเสด็จเยือนประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างเป็นทางการ ถือได้ว่าเป็นการเปิดโอกาสผ้าไหมของไทยสู่ตลาดต่างประเทศ (พิพิธภัณฑสถานไทย จิม ทอมป์สัน, ม.ป.ป.: ออนไลน์)
พ.ศ. 2511	ได้มีการสถาปนากรมส่งเสริมการเกษตรเป็นกรมหนึ่งในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ งานด้านการส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเป็นแผนงานหนึ่งของกรมปัจจุบันคือ กลุ่มส่งเสริมการผลิตหม่อนไหม สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตรมีหน้าที่ดำเนินการส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการตลาด ถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการผลิตหม่อนไหมแบบครบวงจรให้แก่กลุ่มเกษตรกร (กรมหม่อนไหม. 2557: 15)
พ.ศ. 2513	เสด็จฯ ไปทรงเยี่ยมราษฎรที่ประสบภัยน้ำท่วมใหญ่ในภาคอีสาน ที่จังหวัดนครพนม เมื่อปี พ.ศ.2513 ครั้งนั้นสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ได้ทอดพระเนตรฯ เห็นราษฎรที่มาเฝ้าฯ ถวายนุ่งห่มผ้าไหมไทยที่ทอใช้เองอย่างงดงาม (สำนักข่าวเจ้าพระยา. 2555: ออนไลน์)

ตาราง 2 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ. 2515	สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงโปรดเกล้าให้ราชเลขาณูการในพระองค์ ออกไปติดต่อรับซื้อผ้าไหมถึงบ้านของชาวบ้าน เริ่มจากจังหวัดนครพนม โดยรับซื้อทุกระดับฝีมือ และให้ราคาที่ชาวบ้านพอใจ และทรงรับซื้อผ้าทอประเภทอื่นๆ ด้วย รวมทั้งเก็บรายละเอียดเกี่ยวกับผู้ทโดยราชเลขาณูการฯ และจัดตั้งกลุ่มทผ้าไหมขึ้น ตามหมู่บ้านที่ออกปฏิบัติงาน รวมถึงรับชาวบ้านเข้าเป็นสมาชิก ผู้ทผ้าไหมเป็นก็ให้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เพื่อเป็นวัตถุดิบแก่ผู้ท โครงการนี้จึงได้ขยายออกไปจนทั่วภาคอีสาน และเป็นโครงการส่งเสริมอาชีพที่ทำรายได้ให้แก่ราษฎรอย่างกว้างขวาง จนถึงทุกวันนี้ (สำนักข่าวเจ้าพระยา. 2555: ออนไลน์)
พ.ศ. 2520-2530	มีการส่งเสริมของทางราชการและองค์กรพัฒนาเอกชน มีส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ทผ้าไหมรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มแม่บ้านปลูกหม่อนเลี้ยงไหมหรือกลุ่มทผ้า ซึ่งพัฒนาต่อมาเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ทำการผลิตและขาย รัง เส้นไหม รวมทั้งผ้าไหม การเลี้ยงไหมจึงกลายเป็นกิจกรรมเพื่อการขายเป็นหลัก เน้นการใช้ไหมพันธุ์ไทยลูกผสมที่ต้องขอจากกรมส่งเสริมการเกษตร เลี้ยงในโรงเรือนที่ถูกหลักวิชาการ และใช้สารเคมีในบางขั้นตอนซึ่งเป็นการทำตามองค์ความรู้ทางราชการ (สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2558: ออนไลน์)

ตาราง 2 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ. 2530	ธุรกิจการผลิตไหมที่ใช้วิธีการแบ่งขั้นตอนการผลิตด้วยการจ้างชาวบ้านเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศให้ได้รังไหม ส่งขายคืนบริษัทซึ่งจะนำไปสาวเป็นเส้นไหมด้วยเครื่องจักรและใช้ทอผ้าในระบบอุตสาหกรรม ทำให้ผู้เลี้ยงไหมส่วนหนึ่งเปลี่ยนไปเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศ ด้วยวิธีการและอุปกรณ์การผลิตที่ซื้อจากบริษัท ทำให้ต้องลงทุนสูงขึ้น ใช้สารเคมีมากขึ้นแต่ขายรังไหมให้บริษัทได้ในราคาสูง รายได้จึงสูงกว่าการเลี้ยงไหมโดยทั่วไป แต่เสี่ยงสูงเพราะไหมพันธุ์ลูกผสมต่างประเทศมีความต้านทานโรคต่ำ ตายง่าย สัตว์สวนผู้เลี้ยงไหมที่ประสบผลสำเร็จในการเลี้ยงไหมแบบนี้จึงน้อยกว่าการเลี้ยงไหมแบบอื่น แต่ก็กลายเป็นแหล่งเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการเลี้ยงไหม (สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2558: ออนไลน์)
พ.ศ. 2547	สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานสัญญาบัตรยกย่องไทยให้เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย เรียกว่าตรานกยูงพระราชทาน มีทั้งหมด 4 ประเภท (กรมหม่อนไหม, 2557: 58)
พ.ศ. 2547	คณะรัฐมนตรีได้จัดตั้งสถาบันหม่อนไหมแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ม.ป.ป.: ออนไลน์)

ตาราง 2 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	เหตุการณ์สำคัญ
พ.ศ. 2552	วันที่ 4 ธันวาคม 2552 ได้มีการสถาปนาสถาบันหม่อนไหมแห่งชาติ เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เป็นกรมหม่อนไหม ภายใต้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ฯ โดยให้มีบทบาทหน้าที่กำกับดูแลงานด้านหม่อนไหม ทั้งระบบคือศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ วิจัย สายพันธุ์ เทคโนโลยีการผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การตลาด การอนุรักษ์คุ้มครองไหมไทย ตลอดจนทำการตรวจสอบออกใบรับรองมาตรฐานผ้าไหมไทย (เฉลิมศรีและศิริพร, 2553)
พ.ศ. 2555	สืบเนื่องจากพ.ศ. 2546 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง กราบบังคมทูลขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตจากพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาต ให้อาคารหอระฆังกรพิพัฒน์ เป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ผ้า ซึ่งการนี้ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงพระกรุณาฯ รับเป็นประธานที่ปรึกษา ต่อมาในวันที่ 9 พฤษภาคม พุทธศักราช พ.ศ. 2555 พิพิธภัณฑ์ผ้าฯ จึงเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการ (พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ, 2556: ออนไลน์)

ปัจจุบันมีเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมมีจำนวนทั้งสิ้น 117,196 ราย จำแนกออกเป็นมีเกษตรกรประกอบอาชีพปลูกหม่อนเลี้ยงไหมหัตถกรรมประมาณ 71,630 ครัวเรือนและไหมอุตสาหกรรมประมาณ 2,552 ครัวเรือน โดยมีความหนาแน่นของจำนวนเกษตรกรอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือว่าร้อยละ 90 มีผู้ประกอบการทอผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประมาณ

41,764 รายซึ่งลดน้อยลงไปพอสมควร (เทคโนโลยีชาวบ้าน มติชนบท, 2558: ออนไลน์) ดังนั้นจึงต้องการหน่วยงานราชการอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหม่อนไหมไทย เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม รวมทั้งกระทรวงศึกษาธิการ ส่วนภาคเอกชนมีสมาคมไหมไทย เป็นศูนย์รวมของเอกชนเพื่อประสานงานร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไหมไทย อย่างไรก็ตามเพื่อให้ดำเนินการพัฒนาไหมไทยต่อไปในอนาคต

1.2 กระบวนการผลิตผ้าไหมไทย

กระบวนการผลิตผ้าไหมไทยประกอบไปด้วย การปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม เมื่อเลี้ยงไหมจนได้รังแล้วก็จะเข้าสู่กระบวนการสาวเส้นไหม การเตรียมเส้นไหม และการทอซึ่งมีเทคนิคที่โดดเด่นและแตกต่างกันไปตามพื้นที่ ดังนี้

1.2.1 การปลูกหม่อน

ต้นหม่อน เป็นพืชยืนต้นชนิดหนึ่งที่มีรูปร่างเป็นไม้ทรงพุ่ม ใบหม่อนเป็นแหล่งอาหารที่ดีที่สุดของหนอนไหม คุณภาพของใบหม่อนและกระบวนการบริหารจัดการแปลงหม่อนมีความสำคัญกับคุณภาพและผลผลิตของเส้นไหมเป็นอย่างมาก หม่อน เป็นพืชที่สามารถปลูกขึ้นได้ดีในดินเกือบทุกชนิด แต่จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ หลายด้าน โดยมีวิธีการเตรียมการดังนี้

ตารางวิธีการปลูกและดูแลรักษาต้นหม่อน

ตาราง 3 ตารางวิธีการปลูกและดูแลรักษาต้นหม่อน

ขั้นตอนการปลูกต้นหม่อน	วิธีการตามขั้นตอน
การเตรียมพื้นที่การปลูกหม่อน	1. พื้นที่ปลูกหม่อนควรอยู่ใกล้แหล่งน้ำ เพื่อสะดวกในการให้น้ำแปลงหม่อนช่วงฤดูแล้ง และควรอยู่ใกล้กับห้องเลี้ยงไหม เพื่อสะดวกในการเก็บใบหม่อนมาเลี้ยงไหม 2. หลีกเลี่ยงการปลูกหม่อนในพื้นที่ที่มีน้ำท่วมขัง และพื้นที่ที่มีการเกษตรพืชอื่นที่มีการใช้สารเคมี ซึ่งอาจจะส่งผลเป็นพิษต่อหนอนไหมได้

ขั้นตอนการปลูกต้นหม่อน	วิธีการตามขั้นตอน
	3. ควรมีการตรวจสอบสภาพความเหมาะสมของดินในพื้นที่ที่จะปลูกหม่อนก่อนที่จะทำการปลูก ทั้งนี้เพื่อการปรับสภาพดินให้เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของหม่อนได้อย่างถูกต้อง เช่น ระดับความเป็นกรดเป็นด่าง ควรอยู่ที่ 6.5-7 รวมถึงการไถเตรียมดินควรที่จะลึกไม่น้อยกว่า 50 เซนติเมตร และควรทำการไถอย่างน้อย 2 ครั้ง แล้วตามด้วยการไถพรวน ก็จะได้แปลงที่มีความเหมาะสมต่อการปลูกหม่อน 4. ช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมต่อการปลูกหม่อน คือ ช่วงฤดูฝน เพื่อให้โอกาสการรอดของต้นหม่อนสูง โดยทั่วไปประมาณเดือนพฤษภาคม เป็นต้นไป
การดูแลและบำรุงแปลงหม่อนใหม่	1. หลังจากการที่ได้ปลูกหม่อนลงในแปลงเรียบร้อยแล้ว ในระยะแรกหากไม่มีฝนหรือฝนทิ้งช่วงก็จะต้องมีการให้น้ำกับแปลงหม่อนเพื่อให้หม่อนสามารถที่จะเติบโตได้ 2. เมื่อทำการปลูกหม่อนแล้ว ควรทำการสำรวจดูว่าต้นหม่อนตายหรือไม่ เพื่อทำการปลูกซ่อม ซึ่งจะส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 3. ระยะเวลาที่ดีและเหมาะสมต่อการเก็บเกี่ยวใบหม่อนเลี้ยงไหม ควรให้ระยะเวลากับต้นหม่อนในการเจริญเติบโตที่สมบูรณ์ก่อนที่จะเก็บใบหม่อนครั้งแรก โดยทั่วไปควรมีอายุไม่น้อยกว่า 8 เดือนหลังจากการปลูก เพื่อให้ต้นหม่อนมีการเจริญเติบโตของรากที่สมบูรณ์ก่อน เพราะหากเก็บใบหม่อนโดยที่รากยังไม่แข็งแรงพอก็จะส่งผลทำให้ต้นหม่อนไม่สมบูรณ์

ตาราง 3 (ต่อ)

ขั้นตอนการปลูกต้นหม่อน	วิธีการตามขั้นตอน
การดูแลและบำรุงแปลงหม่อนเก่า	1. การให้น้ำกับต้นหม่อน ควรที่มีการจัดทำระบบการให้น้ำแก่แปลงหม่อน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากต้นหม่อนทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ 2. การให้ปุ๋ยกับต้นหม่อน ควรที่จะมีการตรวจระดับความอุดมสมบูรณ์ก่อนทั้งปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยเคมี โดยเกษตรกรสามารถปรึกษาหมอดินที่ประจำอยู่ในเขตพื้นที่ 3. ระยะเวลาในการใส่ปุ๋ย โดยทั่วไปควรใส่ในช่วงต้นฝน โดยอย่างน้อยใส่ปุ๋ยปีละ 1-2 ครั้ง โดยเฉพาะหลังการเก็บใบหม่อนทุกครั้งควรที่จะมีการใส่ปุ๋ยให้กับต้นหม่อน และข้อควรระวังในการใส่ปุ๋ยจะต้องทำการคลุกปุ๋ยให้ทั่วทั้งถ่วงก่อนการใช้ เพื่อให้ธาตุอาหารในถ่วงปุ๋ยมีการกระจายตัวกันอย่างทั่วถึง
การตัดแต่งกิ่งหม่อน	การตัดแต่งกิ่งหม่อน ควรที่จะปฏิบัติ คือ 1. การตัดต่ำ โดยทั่วไปจะตัดปีละครั้ง หรืออาจจะ 2 ปีต่อครั้งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของต้นหม่อนด้วย ตัดสูงจากพื้นดินประมาณ 30-35 เซนติเมตร 2. การตัดกลาง หลังจากที่ได้ตัดต่ำ 2-2 1/2 เดือน เก็บใบหม่อนเลี้ยงไหมแล้วให้ทำการตัดกลาง โดยตัดสูงจากพื้นดินประมาณ 60-80 เซนติเมตร

1.2.2 การเลี้ยงไหม

ไหมหรือตัวไหมจัดเป็นแมลงประเภทผีเสื้อ ตัวหนอนไหมกินพืชได้หลายชนิดแต่ชอบกินใบหม่อนมากที่สุด และเนื่องจากหม่อนจัดเป็นพืชยืนต้นซึ่งเจริญเติบโตค่อนข้างช้า ชาวบ้านที่เลี้ยงไหมจึงนิยมปลูกสวนหม่อนควบคู่ไปด้วย วงจรชีวิตของไหมประกอบด้วย ระยะที่เป็นไข่ ระยะตัวหนอน ระยะดักแด้ และระยะผีเสื้อ ตัวไหมมีคุณสมบัติพิเศษคือ ช่วงระยะซึ่งเป็นดักแด้ ตัวหนอนจะสร้างรังไหมห่อหุ้มตัวเอง ซึ่งรังไหมนี้สามารถสาวออกมาเป็นเส้นใยเส้นเล็กๆ ซึ่งมีความเหนียว เป็นมันวาวสวยงาม เหมาะต่อการนำไปทอเป็นผืนผ้า วงจรชีวิตของไหมหรือหนอนไหมใช้เวลาประมาณ 45-52 วัน หนอนไหมจะกินใบหม่อนหลังจากฟักออกจากไข่ประมาณวันที่ 10 จากนั้นจะหยุดกินอาหารและลอกคราบ ระยะนี้เรียกว่า “ ไหมนอน ” ต่อจากนั้นจะกินนอนและลอกคราบประมาณ 4 ครั้งเรียกว่า “ ไหมตื่น ” ลำตัวจะมีสีขาวเหลืองใสหัดสั้น และหยุดกินอาหาร ระยะนี้เรียกว่า “ หนอนสุก ” ช่วงนี้ผู้เลี้ยงไหมต้องรีบแยกหนอนไหมสุกออกจากกองใบหม่อน และเตรียม “ จ่อ ” คืออุปกรณ์ที่จะให้ตัวไหมเกาะเพื่อชักใยห่อหุ้มตัวหนอนจะเริ่มพ่นใยได้ประมาณ 6-7 วัน ก็จะสามารถเก็บรังไหมออกจากจ่อได้ เส้นใยของหนอนเกิดจากการขับของเหลวชนิดหนึ่ง มีสารโปร่งแสงเป็นองค์ประกอบ ใยไหมที่เห็นแต่ละเส้นจะประกอบด้วยเส้นใยเล็กๆ สองเส้นรวมกันสามารถฉีกแยกออกจากกันได้ ทั้งนี้รังไหมแต่ละรังจะให้สายไหมที่มีขนาดแตกต่างกัน ชั้นนอกสุดของรังจะมีความละเอียดพอสมควร ชั้นกลางจะเป็นเส้นหยาบและชั้นในสุดจะเป็นเส้นไหมที่ละเอียดที่สุด ซึ่งหนอนไหมแต่ละตัวจะชักใยยาวไม่เท่ากัน อาจสาวได้ยาวตั้งแต่ 350-1,200 หนอนไหมจะเจาะรังออกมาเป็นผีเสื้อเมื่ออยู่ในรังครบ 10 วัน ซึ่งผู้เลี้ยงจะคัดไหมที่สมบูรณ์ไว้ทำพันธุ์ ส่วนที่เหลือนำไปสาวไหมก่อนที่ผีเสื้อจะเจาะรังออกมา ซึ่งเส้นจะขาดและทำเส้นไหม

เส้นไหมนั้นสามารถแบ่งได้หลายลักษณะ เช่น แบ่งตามลักษณะการผลิต แบ่งตามลักษณะการทอหรือการผลิต และแบ่งตามคุณภาพของเส้นไหม ตามตาราง 4 ดังนี้

ตาราง 4 ตารางแสดงการแบ่งประเภทของเส้นไหมตามลักษณะต่าง ๆ

ลักษณะ	จำนวน ประเภท	รายละเอียดของประเภทต่างๆ
ลักษณะการ ผลิตเส้นใย	3 ประเภท	1. ไหมพื้นเมืองหรือไหมพันธุ์ไทย เป็นไหมที่ชาวบ้านเลี้ยงเพื่อใช้ทอผ้าไหมพื้นบ้าน รังไหมของไหมพันธุ์ไทยสีออกเหลือง ตุ่น มีขนาดเล็ก หัว ทำยแหลม คล้ายกระสวยให้ผลผลิตต่ำ เส้นไหมมีขนาดโต แต่ก็ความแข็งแรงเหนียวแน่น
		2. ไหมลูกผสม เป็นพันธุ์ไหมที่เกิดจากการผสมระหว่างพันธุ์ไทยกับไหมพันธุ์ต่างประเทศ รังไหมพันธุ์นี้มีสีเหลืองสด ขนาดใหญ่ ให้ผลผลิตสูงกว่าไหมพันธุ์ไทย และเส้นใยมีขนาดเล็กกว่าไหมพื้นเมือง
		3. ไหมโรงงาน หรือไหมพันธุ์ต่างประเทศลูกผสม เป็นพันธุ์ไหมจากการผสมระหว่างพันธุ์ญี่ปุ่นและพันธุ์จีน รังไหมมีสีขาว ขนาดใหญ่ ลักษณะกลมรีคล้ายรูปไข่เปลือกกังหนำ ให้ผลผลิตสูง เส้นใยละเอียดเหนียวแน่น นิยมเลี้ยงเพื่อส่งไปจำหน่ายยังโรงงานสาวไหม
ลักษณะการ ทอ หรือการ ผลิตผืนผ้า	2 ประเภท	1. ไหมเส้นพุ่ง (Weft) หมายถึง เส้นด้ายที่ใช้สำหรับพุ่งไปมา สลับกับเส้นยืน เพื่อให้ขัดกันเป็นผืนผ้า ด้ายเส้นพุ่งนี้มักพันหรือม้วนอยู่ในหลอด บรรจุในกระสวย เพื่อความสะดวกในการสอด หรือพุ่งด้าย ด้ายเส้นพุ่งจะพุ่งไปมา ในแนวนานกับหน้าผ้า นั่นคือ สลับซ้ายขวาของผู้ทอ โดยอาจพุ่งด้วยมือ (ในกรณีของกี่กระทบ หรือกี่พื้นบ้าน) หรือพุ่งด้วยการกระตุกเชือก (ในกรณีของกี่กระตุก) หรือด้วยการสอดตามปกติ โดยไม่ต้องออกแรงพุ่ง (ในกรณีที่ใช้กี่เอว) ก็ได้ ด้ายเส้นพุ่งมีความสำคัญในการทอผ้าเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการทอผ้ามัดหมี่ ผ้าจก และลวดลายอื่นๆ เนื่องจากเส้นพุ่งจะเป็นตัวกำหนดลักษณะ

ลักษณะ	จำนวน ประเภท	รายละเอียดของประเภทต่างๆ
		ลวดลาย ความสวยงาม ความแน่น และความประณีตของเนื้อผ้า หากการจัดเส้นพุ่งไม่ถูกต้อง ลวดลายของผ้าอาจจะไม่ปรากฏเลยก็ได้ ในการทอผ้าบางลวดลาย อาจใช้ด้ายเส้นพุ่งมากกว่า 1 เส้น อาจใช้มากหลายเส้น ตามจำนวนสีที่ต้องการ หรืออาจควบสองหรือสามเส้น พันเป็นเส้นเดียว เพื่อให้เกิดลวดลายสวยงาม ช่างทอที่มีฝีมือจะสามารถเลือกสีเส้นและลักษณะของเส้นพุ่งให้เหมาะสมกับชนิดของผ้า 2. ไหมเส้นยืน (Warp) หมายถึงเส้นด้ายชุดหนึ่ง ที่เรียงอยู่ในแนวตั้ง โดยจะมีเส้นพุ่งคอยขัดสลับให้กลายเป็นผืนผ้า โดยช่างทอจะต้องเตรียมเส้นด้ายยืนเอาไว้ก่อนเสมอ โดยอาจมีความยาวหลายสิบเมตร การเตรียมด้ายยืนเป็นเรื่องที่ยุ่งยากและใช้เวลามาก เมื่อเตรียมแล้วจะไม่สามารถเปลี่ยนเส้นด้ายยืนได้จนกว่าจะทอไปตลอดผืน เส้นยืนโดยทั่วไปจะมีขนาดเล็กกว่าเส้นพุ่ง มักจะใช้ด้ายที่มีคุณภาพสูง มีความทนทาน และเรียบ ไม่ขรุขระการทอผ้าโดยทั่วไปจะใช้เส้นยืนสีเดียว หากเส้นยืนสีเข้มก็จะทำให้เนื้อผ้ามีสีเข้ม หากเส้นยืนมีสีอ่อนก็จะทำให้ผ้ามีสีอ่อน แต่การทอผ้าบางชนิดเส้นยืนจะมีหลายสีตามความต้องการของช่างทอ

ตาราง 4 (ต่อ)

ลักษณะของ คุณภาพ หรือ ขนาดของ เส้นไหมพุ่ง	3 ประเภท	1. ไหมชั้นหนึ่ง หรือไหมน้อย เป็นเส้นใยที่ได้จากส่วนในสุดของรังไหม มีลักษณะละเอียดอ่อน เส้นเล็ก นิยมใช้เป็นเส้นยืนในการทอผ้า
		2. ไหมชั้นสอง เป็นเส้นไหมที่ได้จากการสาวควบกันทั้งปูยและเส้นใยทั้งหม้อในคราวเดียวกัน ลักษณะเส้นไหมที่สาวได้หยาบและเส้นใหญ่กว่าไหมชั้นหนึ่งใช้สำหรับเป็นเส้นไหมพุ่งได้เพียงอย่างเดียว
		3. ไหมชั้นสาม หรือไหมชั้นนอก หรือไหมใหญ่ หรือไหมหัว เป็นเส้นไหมที่ได้จากการสาวเส้นใยชั้นนอก ลักษณะเส้นไหมที่สาวได้จะเป็นเส้นหยาบและเส้นใหญ่กว่าไหมสอง

1.2.3 การสาวไหม การสาวไหมนั้นเริ่มจากการนำไหมสดไปอบให้แห้ง จากนั้นนำไหมที่อบแห้งไปต้มในน้ำที่สะอาดที่มีคุณสมบัติเป็นกลาง รังไหมจะเริ่มพองตัวออก ใช้ปลายไม้เกี่ยวเส้นใยออกมารวมกันหลาย ๆ เส้น การสาวต้องเริ่มต้นจากชวยรอบนอกและเส้นใยภายในรวมกัน เรียกว่า ไหมสาว หรือ ไหมเปลือก เมื่อสาวถึงเส้นใยภายในแล้ว เอารังไหมที่มีเส้นใยภายในแยกไปสาวต่างหากเรียกว่า เส้นไหมน้อย หรือ ไหมหนึ่ง ผู้สาวไหมต้องมีความชำนาญและทักษะจึงจะได้เส้นไหมที่มีคุณภาพดี

เมื่อเต็มรังไหมลงไปอีก รังไหมใหม่สามารถรวมเส้นกับรังไหมเก่าได้ โดยไม่ทำให้เส้นไหมขาด การตีเกลียวไหมจะช่วยทำให้ผ้าที่จะทอมีความหนา หลังจากเอาไหมสองไหมสามออก คนสาวจะใช้ไม้คียบลักษณะคล้ายไม้พาย มีร่องกลางสำหรับคียบ เกลียวรังไหมกดให้เส้นไหมตีเกลียวแน่นซึ่งต้องระมัดระวังอย่าตีความชำนาญ และมีเทคนิคในการทำให้รังที่ตีมเกาะกันเป็นเส้นตามขนาดที่ต้องการ ทำให้เส้นไหมพันหรือไขว้กันหลายๆ รอบ แล้วพักไว้ในกระบุง

จากนั้นจะนำมารอเข้า กง แล้วนำไปหมუნเข้า อีก เพื่อตรวจหาปมปม หรือตัดแต่งเส้นไหมที่ไม่เท่ากันออก จึงเอาเข้าเครื่องปั่นเพื่อให้เส้นไหมแน่นขึ้น ก่อนที่จะหมუნเข้าอีกครั้งเพื่อรวมเป็นใจ ซึ่งหนึ่งใจจะต้องหมუნกง 80 รอบ เรียกว่า ไหมดิบ เส้นไหมดิบที่ได้จะต้องทำการชุบให้อ่อนตัว โดยนำไปชุบน้ำสบู่อ่อน ๆ ประมาณ 15-20 นาที แล้วนำไปสไลด์และผึ่งลมให้แห้ง โดยหมั่นกระตุกให้เส้นไหมแยกตัวเพื่อนำไปเข้าระวิงได้

แล้วจึงกรอเส้นไหมเข้าหลอด โดยการดึงปลายไหมแต่ละหลอดเข้าไปรวมกัน ม้วนเข้าหลอดควมตามขนาดที่ต้องการ จากนั้นก็นำไปตีเกลียวประมาณ 330 รอบ ต่อความยาว 1 เมตร จากนั้นก็นำไหมไปนั่งหรือลวก เพื่อป้องกันมิให้เกลียวเส้นไหมหมุนกลับ หลังจากนั้นก็จะชุบน้ำเย็นแล้วกรอเข้าระวิง เรียกว่า ทำเช็ด ซึ่งจะทำให้เกลียวอยู่ตัว

1.2.4 การฟอกย้อม เส้นไหมนั้นประกอบด้วยโปรตีน 2 ส่วนคือส่วนที่เป็นเส้นใย เรียกว่า ไฟโบรอิน มีอยู่ประมาณ 62.5 – 67.0% และกาวยไหมเรียกว่า เซรีซิน มีประมาณ 23 – 27.5% นอกนั้นเป็น ไขมัน น้ำมัน แร่ธาตุต่างๆ และน้ำ เป็นต้น (กรมหม่อนไหม, 2556: ออนไลน์) ในการฟอกย้อมสีไหม สิ่งแรกจะต้องฟอกกาวยของเส้นไหมเพื่อขจัดกาวยและสิ่งสกปรกต่างๆ ออกก่อนแต่ต้องคำนึงถึงพันธุ์ไหม เนื่องจากเส้นไหมต่างกันจะมีเปอร์เซ็นต์ของกาวยที่ไม่เท่ากัน ดังนั้นระยะเวลาในการต้มฟอกกาวยจะแตกต่างกันไปด้วย นอกจากนี้ขนาดเช็ดหรือใจของเส้นไหมที่นำมาฟอกย้อมควรมีขนาดพอเหมาะคือโดยประมาณ 100 กรัม/เช็ด หากขนาดใหญ่จนเกินไปจะทำให้การฟอกกาวยออกจากเส้นไหมไม่สม่ำเสมอ โดยเฉพาะเส้นไหมที่อยู่ด้านในของเช็ดก็จะมีเปอร์เซ็นต์กาวยติดอยู่มากกว่าด้านนอก การกระตุกเส้นไหมเพื่อให้เรียงเส้นก็ทำได้ยาก เส้นไหมจะพันกันเมื่อย้อมสีจะทำให้เส้นไหมทั้งเส้นเช็ดติดสีไม่สม่ำเสมอ ส่งผลให้ผ้าไหมไม่ได้มาตรฐาน การย้อมสีไหมนั้นจะต้องนำไหมดิบมาฟอกเพื่อไม่ให้มีไขมันเกาะ โดยจะใช้ด่างจากขี้เถ้าไปฟอกไหม เรียกว่า การดองไหม จะทำให้เส้นไหมขาวนวลขึ้น แล้วจึงนำไปย้อม ในสมัยก่อนนิยมใช้สีจากธรรมชาติ เช่นในตาราง 5 ด้านล่างนี้

ตาราง 5 ตารางตัวอย่างสีย้อมเส้นไหมที่ได้จากธรรมชาติ

สีที่ต้องการ	ผลผลิตจากธรรมชาติที่ให้สีที่ต้องการ
สีแดง	ครั่ง ผลและใบคำแสด รากยอป่า มะไฟป่า รากของต้นเข็ม
สีเหลือง	แก่นของต้นเข
สีจำปาหรือสีส้ม	ดอกคำแสดหรือดอกกรรณิการ
สีน้ำเงิน	ต้นคราม

ตาราง 5 (ต่อ)

สีที่ต้องการ	ผลผลิตจากธรรมชาติที่ให้สีที่ต้องการ
สีเขียว	เปลือกไม้มะहुต
สีเขียวมะกอก	แก่นไม้ขนุน เปลือกขนุนทรี เปลือกต้นตะแบก
สีโพล	ใบสับปะรดอ่อนกับน้ำมะนาว
สีน้ำตาล	ต้นหมาก
สีม่วง	ต้นหว่า
สีดำ	มะเกลือ รากต้นชะพลู สมอ

การย้อมด้วยสีธรรมชาติมีข้อดี คือ สีไม่ฉูดฉาด สีอ่อนเย็นตากว่าสีสังเคราะห์ จึงทำให้สีของผ้านดงามสัมพันธ์กับรูปแบบของผ้าพื้นเมือง สีธรรมชาติจะติดสีได้ดีในเส้นไหมและฝ้าย วิธีย้อมคือ การนำคั้นเอาน้ำจากพืชที่ให้สีนั้นๆ ต้มให้เดือด จากนั้นนำไหมชุบน้ำให้เปียกบิดพอหมาด กระตุกให้เส้นไหมเรียงเส้นจึงแช่ในน้ำย้อมสี นำไปผึ่งให้แห้ง จะได้ไหมสีตามต้องการ

ปัจจุบันการย้อมด้วยสีธรรมชาติเริ่มหายไป เนื่องจากมีสีวิทยาศาสตร์เข้ามาแทนที่ ซึ่งหาซื้อได้ง่ายตามร้านขายเส้นไหมหรือผ้าไหม เมื่อละลายน้ำจะแตกตัว ย้อมง่าย สีสดใส ราคาค่อนข้างถูก หนต่อการซัก

1.2.5 การทอ ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมของไทยมีการสืบทอดต่อเนื่องกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน และมีความหลากหลายทางวิถี วัฒนธรรม ความเชื่อตามท้องถิ่น ซึ่งกรรมวิธีทำให้เกิดลวดลายในผ้าไหมไทยแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ลวดลายจากกรรมวิธีการทอ เช่น จก ยก ขิด ขัด ลวดลายจากกรรมวิธีการเตรียมลวดลายเส้นด้ายก่อนทอ เช่น การมัดหมี่ และลวดลายจากกรรมวิธีการทำลวดลายหลังจากเป็นผืนผ้า เช่น การย้อม การมัดย้อม อย่างไรก็ตาม กรรมหม่อนไหมได้จำแนกผ้าไหมไทยตามกรรมวิธีการทอผ้าไหมไทยออกเป็น 6 ชนิด ได้แก่ การทอขัด การมัดหมี่ การจก การขิด การยก และการควบเส้น (กรรมหม่อนไหม, ม.ป.ป, น. 3) ดังนี้

1.2.5.1 การทอขัด เป็นวิธีการทอผ้าพื้นฐานของผ้าทุกชนิด คือมีเส้นพุ่ง และเส้นยืนซึ่งอาจเป็นสีเดียวกันหรือต่างสีกัน ทำให้เกิดลวดลายในเนื้อผ้าต่างกัน เช่น การทอเส้นยืนสลับสีก็จะเกิดผ้าลายริ้วทางยาว หรือถ้าทอเส้นพุ่งสลับสีก็จะได้ผ้าลายขวาง การทอเส้นยืนและเส้นพุ่งสลับสีก็จะได้ลายตาราง เป็นต้น

ผ้าไหมที่ใช้เทคนิคการทอขัด เรียงตามความหนาของเนื้อผ้า เช่น ผ้าไหมหนึ่งเส้น หมายถึง ผ้าไหมที่ทอขัดด้วยเส้นยืนและเส้นพุ่งเพียงเส้นเดียว ไม่ได้มีการควบเส้นใยเพิ่มเข้าไปผ้าไหมสองเส้น หมายถึง ผ้าไหมที่ทอขัดด้วยเส้นยืนเส้นเดียว ส่วนเส้นพุ่งจะมีการควบเส้นไหมเพิ่มเป็นสองเส้น เนื้อผ้าจะมีความหนามากกว่าผ้าไหมหนึ่งเส้นผ้าไหมสี่เส้น หมายถึง ผ้าไหมที่ทอขัดด้วยเส้นยืนเส้นเดียว ส่วนเส้นพุ่งจะมีการควบเส้นไหมเพิ่มเป็นสี่เส้น จะได้ผ้าเนื้อหนา การทอผ้าไหมที่มีความหนามากกว่าสี่เส้นขึ้นไป อาจทำได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้เส้นยืนเพียงเส้นเดียว หรืออาจใช้เส้นพุ่งมากกว่าสี่เส้นก็ได้ขึ้นกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ใช้สอยผ้าทอลายขัดที่เป็นเอกลักษณ์ในกลุ่มวัฒนธรรมต่างๆ เช่น ชิ่นก่านชิ่นทิว ชิ่นลายแดงโม ผ้าขาวม้า ผ้าสะเมอ ผ้าตาสมุก (ผ้าลายเกล็ดเต่า) ผ้าลายเมลิ์ดงา

1.2.5.2 จก การจกหมายถึง การควัก ขุด ค่อย ลักษณะการทอผ้าจกจึงเป็นลักษณะของการทอที่ผู้ทอต้องใช้วิธีล้วงดึงเส้นด้ายพุ่งพิเศษขึ้นลงเพื่อสร้างลวดลายจกเป็นเทคนิคการทำลวดลายบนผืนผ้าคล้ายการปักด้วยวิธีการเพิ่มด้ายพุ่งพิเศษเข้าไปเป็นช่วงๆ ไม่ติดต่อกันตลอดหน้ากว้างของผ้า โดยใช้ไม้ชนเม่น หรือนิ้วมือจากเส้นด้ายเส้นยืนยกขึ้น แล้วสอดใส่ด้ายพุ่งพิเศษเข้าไปเป็นช่วงๆ สลับสีตามต้องการคล้ายกับการปักไปในขณะทอ ซึ่งสามารถออกแบบลวดลายและสีสันทของผ้าได้ซับซ้อนและหลากหลายสีสันท การทำลวดลายในผ้าจกจะแตกต่างกันออกไปตามประโยชน์ใช้สอยโดยการทอจกในประเทศไทยส่วนใหญ่นิยมทอเป็นตีนชิ้น เพื่อนำไปประกอบกับตัวชิ้นจึงเรียกผ้าที่ทอด้วยเทคนิคจกว่า ผ้าชิ้นตีนจก หรือผ้าเชิงจก ซึ่งจะมีลวดลายที่แตกต่างจากลวดลายผ้าจกที่ทอเพื่อใช้ประโยชน์อื่นๆ เช่น หากทอเพื่อกิจกรรมทางศาสนา เช่น ผ้าคลุมศีรษะนาค ผ้าห่อคัมภีร์ธงในงานบุญต่างๆ จะเป็นลวดลายเกี่ยวกับศาสนาหรือสัตว์ในหิมพานต์ผ้าจกในแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไปทั้งลวดลาย สีสันทและการใช้สอย นอกจากจะทอจกเพื่อตกแต่งผ้าชิ้นแล้ว ยังนิยมทอเป็นหมอน ผ้าห่ม และสไบ

1.2.5.3 ขิด การขิดเป็นภาษาพื้นบ้านของภาคอีสาน หมายถึง สะกิดหรือจัดช้อนขึ้น ดังนั้นการทอผ้าขิดจึงหมายถึงกรรมวิธีการทอที่ผู้ทอใช้ไม้ เรียกว่า ไม้เก็บขิด สะกิดหรือช้อนเส้นยืนยกขึ้นเป็นช่วงระยะตามลวดลายตลอดหน้าผ้า แล้วพุ่งกระสวยสอดเส้นพุ่งพิเศษและเส้นพุ่งเข้าไปตลอดแนว ทำให้เกิดเป็นลวดลายยกตัวบนบนผืนผ้า ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลวดลายซ้ำๆ ตลอด

แนวผ้า โดยสีของลวดลายที่เกิดขึ้นเป็นสีของด้ายพุ่งพิเศษลักษณะของผ้าทอลายขีด สามารถดูได้จากลายซ้ำของเส้นพุ่งที่เป็นแนวสีเดียวกันตลอด อาจจะเหมือนกันทั้งผืนหรือไม่ก็ได้ แต่ต้องมีลายซ้ำที่มีจุดจบแต่ละช่วงของลายอย่างชัดเจนผ้าขีดมีการทอในหลายพื้นที่ ลวดลาย สีเส้น และการใช้งานแตกต่างกันไปตามกลุ่มวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น กลุ่มชาวภูไทไทลาว และไทกูยหรือส่วยเขมร ในภาคเหนือ เช่น กลุ่มไทยวนและไทลื้อในภาคกลาง เช่น กลุ่มไทครั่งหรือลาวครั่ง และในภาคใต้ที่บ้านนาหมื่นศรีจังหวัดตรัง ในชาวอีสานโดยทั่วไป นิยมทอผ้าขีดด้วยฝ้ายเพื่อใช้ทำหมอน

ลวดลายของผ้าขีดส่วนใหญ่จะเป็นลายจากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และความเชื่อ เช่น ลายหอบปราสาทหรือธรรมาสัน ลายพญานาค ลายช้าง ลายม้า ลายดอกแก้ว เป็นต้น ลวดลายขีดจะอยู่บริเวณส่วนกลางของตัวหมอน ส่วนหน้าหมอนนั้น นิยมเย็บปิดด้วยผ้าฝ้ายสีแดงในจังหวัดสุรินทร์ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ มีการทอทั้งหมอนขีด ขิดหัวขึ้นขิดตีนขึ้น สไบลายขีด และผ้าขาวม้าไหมเชิงขีด โดยส่วนใหญ่นิยมใช้เส้นไหมทอมากกว่าฝ้าย

1.2.5.4 ยก การทอผ้ายกคือ การเพิ่มลวดลายในเนื้อผ้าให้พิเศษขึ้น โดยใช้เทคนิควิธีเก็บตะกอลอย เช่นเดียวกับขีด โดยยกตะกอลอยเพื่อแยกเส้นด้ายยืนครั้งละกี่เส้นก็ได้ตามลวดลายที่วางไว้แล้ว ให้เส้นด้ายพุ่งผ่านไปเฉพาะเส้นเมื่อทอพุ่งกระสวยไปมาควบคู่ไปกับการยกตะกอลอยจะเกิดเป็นลวดลายขึ้นจากพื้นผ้า เนื่องจากการยกเป็นการเพิ่มลวดลายเข้าไปพิเศษจึงสามารถเลาะดึงเส้นไหมที่เป็นลวดลายออกได้โดยไม่เสียเนื้อผ้า ถ้าทอยกด้วยไหมจะเรียก ยกไหม ถ้าทอยกด้วยเส้นทองจะเรียก ยกทอง ถ้าทอยกด้วยเส้นเงินจะเรียก ยกเงิน ในประเทศไทยมีแหล่งที่ทอผ้ายกหลายภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ที่จังหวัดลำพูน เชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่จังหวัดร้อยเอ็ด สุรินทร์ภาคใต้ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช สงขลา เป็นต้น

1.2.5.5 การควบเส้น การทอแบบควบเส้นเป็นวิธีสร้างลวดลายและสีเหลืองกันของเส้นใยในพื้นผ้า โดยใช้เส้นไหมหรือเส้นใยฝ้ายสองสีที่มีน้ำหนักสีอ่อนแก่แตกต่างกันมาปั่นตีเกลียวรวมเป็นเส้นเดียวกัน โดยสี ที่เป็นเอกลักษณ์ในการควบ คือ สีเหลือง นำมาควบกับสีต่างๆ และนำมาใช้เป็นเส้นพุ่งหรือเส้นยืนในการทอโดยผ้าที่ทอจะเป็นผ้าพื้นสีเหลืองเรียกว่า ผ้าหางกระรอก หรือในภาษาอีสานเรียก ผ้ามับไม หรือ ผ่ากะเนียวในภาษาเขมร มีการทอมากในจังหวัดที่มีกลุ่มชนเชื้อสายเขมร เช่น สุรินทร์ บุรีรัมย์ การทอผ้าควบเส้นใช้วิธีการทอทำให้เกิดลวดลายได้ 3 แบบ ได้แก่

1. ลวดลายทางกระรอกที่พุ่งไปด้านขวา เป็นการทอดด้วยเส้นใยที่ตีเกลียว
ด้านขวา
2. ลวดลายทางกระรอกที่พุ่งไปด้านซ้าย เป็นการทอดด้วยเส้นใยที่ตีเกลียว
ด้านซ้าย
3. ลวดลายทางกระรอกที่มีสายพุ่งเป็นหยักแหลม เป็นการใช้กระสวย 2 อัน
พุ่งทอย้อนสลับซ้าย-ขวา

เทคนิคการควบเส้นในแต่ละท้องถิ่นมีการเรียกชื่อแตกต่างกันไปตามภาคของกลุ่มวัฒนธรรม ได้แก่ กลุ่มภูไท และไทลาว เรียกเทคนิคนี้ว่า เซ็น กลุ่มไทกูยเชื้อสายเขมร และชาวส่วย เรียกเป็นภาษาเขมรว่า กะเนียว กลุ่มไทวนเรียก บั่นไกกลุ่มไทพวนเรียกมะลั้งไมหรือมับไม กลุ่มไทภาคกลาง ภาคใต้และอีสานทั่วไปเรียกว่า ทางกระรอก โดยผ้าที่นิยมทอจากเทคนิคการควบเส้น ได้แก่ ผ้าโสร่งตาตาราง ผ้าขาวม้า ผ้าโจกกระเบน ผ้าขึ้นอันลูนเซียม ชินชีว ชินไก

1.2.5.6 มัดหมี่ เป็นศิลปะการสร้างลวดลายที่เกิดจากการมัดเส้นด้ายหรือเส้นไหมผูกให้เป็นลวดลายเป็นเปลาะๆ แล้วนำไปย้อมสี ลวดลายที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากการซึมของสีไปตามส่วนของเส้นไหมหรือเส้นด้ายที่ไม่ถูกมัดขณะย้อม เมื่อย้อมสีแล้วแกะเชือกออกจะเกิดเป็นลวดลายตามช่องของการมัดเส้นเชือกดังนั้นหากต้องการมัดหมี่ลายสีก็ต้องทำการมัดย้อมสีหรือเรียก โอบหมี่ โดยมัดเส้นเชือกบริเวณส่วนที่ย้อมแล้วเพื่อรักษาสีที่ย้อมครั้งแรกในบริเวณที่ไม่ต้องการย้อมทับสีใหม่ แล้วนำมาย้อมสีทับหลายครั้งเพื่อให้ได้ลวดลายสีสันทตามต้องการ

ลักษณะเฉพาะของผ้ามัดหมี่อยู่ที่รอยซึมของสีที่วิ่งตามบริเวณที่ถูกมัด ที่แม้จะใช้เวลาหมั่นยำในการทอมากเพียงไรก็จะเกิดลักษณะความเหลือมล้าของสีบนเส้นไหมให้เห็นแตกต่างกันไป ดังนั้นการมัดหมี่จึงนับเป็นศิลปะบนผืนผ้าซึ่งยากที่จะลอกเลียนให้เหมือนเดิมได้ในแต่ละผืนผ้า ลวดลายมัดหมี่ที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ เป็นลวดลายที่มาจากธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี และความเชื่อ เช่น ลายดอกแก้ว ลายต้นสน ลายนาค ลายใบไม้ ลายโคม ห้า ลายชันหมากเบ็ง (ลายบายศรี) เป็นต้น การทอผ้าโดยใช้เทคนิคการทอแบบมัดหมี่เพื่อให้เกิดลวดลายบนผืนผ้านี้มีอยู่เกือบทุกจังหวัดในประเทศไทย โดยเฉพาะทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เทคนิคการทอผ้าแบบมัดหมี่แบ่งได้ 3 ประเภท คือ

1.2.5.2.1 มัดหมี่เส้นพุ่ง เป็นมัดหมี่ที่มดย้อมลวดลายเฉพาะเส้นพุ่งเท่านั้น เป็นรูปแบบที่นิยมทอกันมากที่สุดในประเทศไทย โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลางบางจังหวัดในกลุ่มเชื้อสายลาวครั้ง ลักษณะโครงลวดลายของผ้ามัดหมี่จำแนกออกเป็นลักษณะใหญ่ ดังนี้

ก. หมี่รวดหรือหมี่โลด หรือบางท้องถิ่นในภาคอีสานเรียก หมี่หว่าน หมายถึงการมัดและทอลวดลายมัดหมี่ต่อเนื่องตลอดผืนผ้า ลักษณะลวดลายหากเป็นลายที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ ก็จะวางในลักษณะเป็นลายเดี่ยวห่างกันอย่างเป็นระเบียบ หากเป็นลายขนาดเล็กลงมาก็จะนิยมวางเป็นกลุ่มหรือลวดลายเล็กๆ ลายเดี่ยววางซ้ำๆ กันเป็นลายต่อเนื่องเต็มผืนผ้า

ข. หมี่ร้าย ลักษณะลวดลายเป็นแนวเฉียงทแยงไปทางเดียวกันบนผืนผ้า มีกรรมวิธีการทอโดยการเตรียมลวดลายและกรอเส้นพุ่งที่ซับซ้อนกว่า ทำให้ผ้าชนิดนี้มีต้นทุนและค่าแรงการผลิตที่สูงกว่าหมี่รวด ในการกรอด้วยมัดหมี่เข้าหลอดเพื่อใช้ทอจะต้องกรอจากหมี่ลำแรกถึงหมี่ลำสุดท้ายเป็นหลอดที่หนึ่ง ส่วนหลอดที่สองจะกรอจากหมี่ลำสุดท้ายมาถึงหมี่ลำแรก กรอสลับกันไปจนครบรอบ เมื่อนำมาทอก็ต้องทอหลอดคี่ หรือหลอดคู่อย่างเดียวจนหมด แล้วจึงทอหลอดที่เหลือตามลำดับ จึงจะได้ลวดลายมัดหมี่เป็นลายทแยงไปทางเดียวกัน

ค. หมี่คั่นหรือหมี่ข้อ เป็นการทอมัดหมี่สลับกับริ้วพื้น ลักษณะลวดลายจะเป็นแถบหรือมีเส้นแบ่งลวดลาย คั่นด้วยริ้ว ซึ่งอาจเป็นสีพื้นหรืออาจแทรกเส้นใยที่ควบบแบบหางกระรอกเข้าไปด้วย โดยระหว่างเส้นคั่นจะมีลวดลายมัดหมี่เล็กๆ เช่น ลายนาคร ลายดอกแก้ว ดังนั้น กระสวยเส้นพุ่งที่ใช้ทอหมี่คั่นจึงมีจำนวนมากกว่าการทอผ้ามัดหมี่แบบหมี่รวดและหมี่ร้าย โดยจะใช้กระสวยเส้นพุ่งประมาณ 3-4 กระสวย ประกอบด้วยมัดหมี่ 1 กระสวย เส้นใยสีพื้น 1-2 กระสวย และเส้นควบบแบบหางกระรอก 1 กระสวย เป็นต้น ขั้นตอนในการทอหมี่คั่นจึงต้องใช้ทักษะความชำนาญในการสลับกระสวยให้ถูกต้อง

ง. หมี่ตา เป็นผ้ามัดหมี่ของกลุ่มลาวครั้ง ที่มีโครงสร้างลวดลายแบบหมี่คั่น แต่การทอคั่นจะใช้เทคนิคขัดทอสลับกับมัดหมี่ โดยถ้าสลับด้วยลายขีดขนาดใหญ่จะเรียก หมี่ตาใหญ่ หากทอสลับด้วยขีดขนาดเล็กหรือเป็นริ้วคั่นธรรมดาจะเรียก หมี่ตาน้อย หรือ หมี่น้อย

ทั้งนี้ผ้ามัดหมี่ส่วนใหญ่จะมีลายที่เชิงต่างจากลายบนตัวชิ้น ผู้ทอมักทอลวดลายส่วนของเชิงขึ้นให้ต่างไป เพื่อให้เป็นส่วนของตีนชิ้น และทำให้ผ้าผืนนั้นงดงามขึ้นด้วย ส่วนใหญ่จะเป็นลายลักษณะคล้ายเกลียวคลื่นฟันเลื่อย หรือฟันปลาในรูปแบบต่างๆ โดยมักจะเป็นลายดัดแปลงที่เกี่ยวข้องกับลายหลักบนตัวชิ้น

1.2.5.2.2 มัดหมี่เส้นยืน เป็นมัดหมี่ที่มีมดย้อมลวดลายเฉพาะเส้นยืนเท่านั้น มัดหมี่เส้นยืนการทอมัดหมี่เส้นยืน นิยมทอในกลุ่มชาวไทยภูเขา เช่น ชาวละโว้และชาวกะเหรี่ยง นิยมทอด้วยฝัมน้ำแคบด้วยกี่ทอผ้าแบบกี่เอว แล้วเย็บต่อผ้าเพื่อเพิ่มหน้ากว้างให้พอกับการใช้งาน นอกจากนี้ยังพบในการมัดหมี่ของชาวไทยวน บริเวณ อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่ ลักษณะของมัดหมี่เป็นมัดหมี่เล็กๆ ในเส้นยืนปรากฏวางอยู่ในตัวขึ้น

1.2.5.2.3 มัดหมี่ซ้อนหรือมัดหมี่สองทาง เป็นผ้ามัดหมี่ที่มีมดย้อมลวดลาย ทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน การทอผ้ามัดหมี่ประเภทมัดหมี่ซ้อนหรือมัดหมี่สองทาง คือการมดย้อมลวดลาย ทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน ในประเทศไทยมีการทอผ้ามัดหมี่ประเภทนี้ในกลุ่มวัฒนธรรมไทกูย หรือ ส่วย เขมร ในจังหวัดสุรินทร์ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ผ้ามัดหมี่ซ้อนหรือมัดหมี่สองทาง ที่นิยมทอและเป็นที่รู้จัก เช่น ผ้าอัมปรม ซึ่งมีการทอกันมากในจังหวัดสุรินทร์ เป็นผ้าลายตารางที่ใช้สีโทนแดงเป็นสีหลัก แทรกสลับกับลายมัดหมี่กากบาทสีขาวขนาดเล็กละเอียด ซึ่งต้องใช้ความชำนาญและมีฝีมือในการทออย่างมากนอกจากนี้ยังมีลายผ้าแนวประยุกต์ที่มีความร่วมสมัย โดยประยุกต์จากลวดลายดั้งเดิม เป็นผ้ามัดหมี่ซ้อน ที่มีลายเส้นและสีสลับแปลกใหม่ร่วมสมัย

ในประเทศไทยมีการทอผ้ามัดหมี่ทั้ง 3 ประเภทแต่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการทอมัดหมี่เส้นพุ่ง

1.3 มาตรฐานของผ้าไหมไทย

การผลิตผ้าไหมไทยเป็นการแสดงออกถึงศิลปพื้นบ้าน และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งทำให้ผ้าไหมที่ทอในแต่ละภูมิภาค จะมีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง ทำให้ผ้าไหมไทยมีความหลากหลายในตัวเอง ทั้งทางด้านกรรมวิธีการทอลวดลายและรูปแบบของผ้าซึ่งเอกลักษณ์ต่างๆ เหล่านี้ สามารถใช้เป็นตัวกำหนดถึงแหล่งของการผลิตได้ ประเภทของผ้าไหมที่ทอพื้นบ้าน ถ้าหากแบ่งตามกรรมวิธีการทอสามารถแบ่งได้ดังนี้

เป็นผ้าไหมที่ทอลายขัดโดยใช้เส้นยืน และเส้นพุ่งธรรมดาตลอดกันทั้งผืน ผ้าที่ออกมาจะเป็นผ้าสีพื้นเรียบ ไม่มีลายโดยใช้เส้นยืนและเส้นพุ่งเป็นสีเดียวกันหรือใช้สีต่างกันก็ได้ เป็นผ้าที่นิยมใช้กันทั่วไป ซึ่งผ้าไหมไทยที่ส่งออกต่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม (กรมหม่อนไหม, 2557, น. 45-47) ได้กำหนดมาตรฐาน โดยแบ่งผ้าไหมเป็น 8 ชนิด ดังนี้

1.3.1. ผ้าไหมไทยชนิดบางมากพิเศษ (Sheer weight) หมายถึง ผ้าไหมไทยที่ทอโดยใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดระหว่าง 40 ถึงน้อยกว่า 60 ดีเนียร์ โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 34 เส้นต่อเซนติเมตร น้ำหนักผ้าไหม ระหว่าง 20 ถึง 50 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร และต้องเป็นไหมแท้เท่านั้น

1.3.2. ผ้าไหมไทยชนิดบางมาก (Light Weight) หมายถึง ผ้าไหมไทยที่ทอ โดยใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดระหว่าง 51 ถึงน้อยกว่า 85 ดิเนียร์ โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้นต่อเซนติเมตร น้ำหนักผ้าไหม ระหว่าง 60 ถึง 70 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร และต้องเป็นไหมแท้เท่านั้น

1.3.3 ผ้าไหมไทยชนิดบาง (Medium Weight) หมายถึง ผ้าไหมไทยที่ทอโดยใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดระหว่าง 60 ถึงน้อยกว่า 80 ดิเนียร์ โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้นต่อเซนติเมตรสำหรับไหมอุตสาหกรรม และใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดระหว่าง 120 ถึงน้อยกว่า 200 ดิเนียร์ โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 24 เส้นต่อเซนติเมตร สำหรับผ้าไหมที่ใช้เส้นไหมสาวมือ (เส้นไหมไทยพื้นบ้าน) โดยผ้าที่ทอทุกชนิดต้องมีน้ำหนักผ้าไหมระหว่าง 86 ถึง 120 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร และต้องเป็นไหมแท้เท่านั้น

1.3.4. ผ้าไหมไทยชนิดหนา (Heavy Weight) หมายถึง ผ้าไหมไทยที่ทอโดยใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดระหว่าง 80 ถึงน้อยกว่า 120 ดิเนียร์ โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้นต่อเซนติเมตรสำหรับไหมอุตสาหกรรม และใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดไม่น้อยกว่า 200 ดิเนียร์ โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 20 เส้นต่อเซนติเมตร สำหรับผ้าไหมที่ใช้เส้นไหมสาวมือ (เส้นไหมไทยพื้นบ้าน) โดยผ้าที่ทอทุกชนิดต้องมีน้ำหนักผ้าไหมระหว่าง 121 ถึง 179 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร และต้องเป็นไหมแท้เท่านั้น

1.3.5. ผ้าไหมไทยชนิดหนามาก (Extra Heavy Weight) หมายถึง ผ้าไหมไทยที่ทอโดยใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดระหว่าง 80 ถึงน้อยกว่า 120 ดิเนียร์ โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้นต่อเซนติเมตรสำหรับไหมอุตสาหกรรม และใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดระหว่าง 120 ถึงน้อยกว่า 200 ดิเนียร์โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 20 เส้นต่อเซนติเมตร สำหรับผ้าไหมที่ใช้เส้นไหมสาวมือ (เส้นไหมไทยพื้นบ้าน) โดยผ้าที่ทอทุกชนิดต้องมีน้ำหนักผ้าไหมระหว่าง 180 ถึง 275 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร และต้องเป็นไหมแท้เท่านั้น

1.3.6. ผ้าไหมไทยชนิดหนาพิเศษ (Drapery Weight) หมายถึง ผ้าไหมไทยที่ทอโดยใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดระหว่าง 80 ถึงน้อยกว่า 120 ดิเนียร์ โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 20 เส้นต่อเซนติเมตรผ้าที่ทอต้องมีน้ำหนักผ้าไหมระหว่าง 180 ถึง 275 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร และต้องเป็นไหมแท้เท่านั้น

1.3.7. ผ้าไหมไทยชนิดหนามากพิเศษ (Upholstery Weight) หมายถึง ผ้าไหมไทยที่ทอโดยใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดระหว่าง 160 ถึงน้อยกว่า 200 ดิเนียร์ โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อย

กว่า 12 เส้นต่อเซนติเมตร โดยผ้าที่ทอด้วยเส้นไหมที่สาวด้วยมือ (ไหมพื้นเมือง) ต้องมีน้ำหนักผ้าไหมมากกว่า 239 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร และต้องเป็นไหมแท้เท่านั้น

1.3.8. ผ้าไหมไทยที่มีสิ่งอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่ง (Decorated Thai silk) หมายถึงผ้าไหมไทยที่ทอโดยใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดระหว่าง 60 ถึงน้อยกว่า 80 ดิเนียร์ โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้นต่อเซนติเมตร สำหรับไหมอุตสาหกรรม และ ใช้เส้นไหมยืนที่มีขนาดระหว่าง 120 ถึงน้อยกว่า 200 ดิเนียร์ โดยใช้เส้นยืนจำนวนไม่น้อยกว่า 12 เส้นต่อเซนติเมตร สำหรับผ้าไหมที่ใช้เส้นไหมสาวมือ(เส้นไหมไทยพื้นบ้าน) โดยผ้าที่ทอทุกชนิดต้องมีน้ำหนักผ้าไหมน้อยกว่า 50 กรัมต่อหนึ่งตารางเมตร และต้องเป็นไหมแท้เท่านั้น

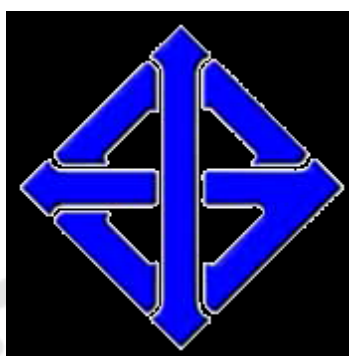
1.4 ระดับคุณภาพของผ้าไหมไทย

ในปัจจุบันมีการนำเข้าวัตถุดิบเส้นไหม และเส้นใยสังเคราะห์จากต่างประเทศ ทั้งมีการนำเข้าถูกกฎหมายและลักลอบนำเข้าแบบผิดกฎหมาย ทำให้วัตถุดิบเส้นไหมจึงมีทั้งคุณภาพได้มาตรฐานและคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐานทำให้ผ้าไหมไทยมีคุณภาพต่ำลง กระนั้นผู้ผลิตก็ยังคงใช้ตราสัญลักษณ์ว่า "ผ้าไหมไทย" หรือ "Thai Silk" เพื่อการค้า ยังผลให้ผู้ซื้อทั้งของประเทศไทยและตลาดต่างประเทศไม่มั่นใจในคุณภาพของผ้าไหมไทย จากปัญหาดังกล่าวสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จึงทรงมีกระแสพระราชดำริสให้หน่วยงานที่รับผิดชอบไปดำเนินการวิเคราะห์หาสาเหตุและแนวทางการแก้ไข จนได้มาซึ่งมาตรฐานอุตสาหกรรมผ้าไหมไทยจากหลายหน่วยงานในรูปแบบที่แตกต่างกัน ดังนี้

1.4.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผ้าไหมไทยมาตรฐาน 52 เลขที่ มอก.179-2519 ดังนี้ (กรมหม่อนไหม, 2557, น. 44) มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมผ้าไหมไทยมาตรฐาน มอก.179-2519 เป็นมาตรฐานทั่วไป (สมัครใจ) ที่ประกาศโดยกระทรวงอุตสาหกรรม เมื่อปี พ.ศ. 2519 ที่ประกาศโดยอาศัยอำนาจพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2548 มาตรฐานผ้าไหมฉบับนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นเครื่องหมายมาตรฐานรับรองผ้าไหมไทยสำหรับผ้าไหมที่ส่งออกของสมาคมไหมไทย และคณะกรรมการส่งเสริมสินค้าไหมไทย

ตามมาตรฐาน มอก.179-2519 ฉบับนี้ ใช้ในการกำหนดมาตรฐานเพื่อการรับรองผ้าไหมไทยที่ทอด้วยมือและทอด้วยเครื่องจักร ซึ่งเป็นมาตรฐานทั่วไป(สมัครใจ) ผ้าไหมไทยที่ได้รับเครื่องหมาย มอก. 179-2519 แสดงถึงผ้าไหมนั้นมีคุณภาพมาตรฐานตามข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ทำให้ผ้าไหมไทยที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานนี้มีความได้เปรียบกว่าคู่แข่ง ผ้าไหมที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานฉบับนี้ผู้ผลิตจะต้องมีข้อความระบุให้ชัดเจนถึงกระบวนการทอผ้าไหมที่

ริมผ้าทุกระยะหนึ่งเมตรตลอดทั้งผืนด้วยข้อความ ผ้าไหมไทยทอด้วยมือ (Thai silk hand-woven in Thailand with 100 % pure silk) หรือ ผ้าไหมไทยทอด้วยเครื่องจักร (Thai silk machine-woven in Thailand with 100 % pure silk) ให้ชัดเจน



ภาพประกอบ 1 ตราสัญลักษณ์เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทย มอก.179-2519

1.4.2 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช) 56 (กรมหม่อนไหม, 2557, น. 48) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นมาตรฐานสมัครใจที่จัดทำโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนด้านมาตรฐานและการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ได้จากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและสามารถประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนนโยบายสำคัญของรัฐบาลตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในการแก้ไขปัญหาความยากจนของชุมชนโดยมุ่งให้ความสำคัญของการนำภูมิปัญญาชาวบ้านและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพัฒนาคุณภาพหาจุดเด่น และสร้างควมมีเอกลักษณ์ของสินค้าในท้องถิ่น ปัจจุบันสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรให้ส่งเข้าประกวดตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) จะต้องผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนฉบับนี้ โดยค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบและวิเคราะห์ที่ได้รับการสนับสนุนจากกรมพัฒนาชุมชน



ภาพประกอบ 2 ตราสัญลักษณ์เครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือระดับพื้นบ้านให้ได้รับการพัฒนาเทียบเท่าสินค้าอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายการรับรอง เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมมีหลายประเภทตามชนิดของผ้าที่มีการผลิตในแต่ละท้องถิ่นซึ่งรวมทั้งผ้าฝ้ายและผ้าไหม และผ้าเส้นใยผสมขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ใช้ โดยผ้าไหมเป็นสินค้าชุมชนประเภทหนึ่งที่สามารถขอการรับรองตามมาตรฐานนี้ประเภทของผ้าไหมที่สามารถขอรับรองภายใต้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนฉบับนี้มีหลายประเภท โดยจำแนกประเภทตามเทคนิคและวิธีการทอที่ทำให้เกิดลวดลายพื้นผ้าไหม ได้แก่ ผ้าขิด ผ้ายก ผ้าไหมแพรวา เป็นต้น โดยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับผ้าไหมประเภทต่างๆ ได้ประกาศใช้เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2546 และได้ปรับปรุงแก้ไข โดยยกเลิกมาตรฐานฉบับเดิม และประกาศใช้ฉบับใหม่ เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2552 เนื้อหารายละเอียดตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทุกประเภท มีหลักการในการกำหนดเงื่อนไข หลักเกณฑ์และข้อกำหนดทั่วไปที่เหมือนกัน จะแตกต่างในส่วนของมาตรฐานที่เป็นเอกลักษณ์ของผ้าแต่ละประเภทเท่านั้น

1.4.3 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทาน (กรมหม่อนไหม, 2557, น. 58) ปี พ.ศ. 2545 หน่วยงานซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับผ้าไหมไทย เช่น กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (หน่วยงานเดิมของกรมหม่อนไหม) คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ร่วมกันจัดสัมมนาหาแนวทางแก้ไขจนได้ข้อสรุปเป็นมาตรการคุ้มครองไหมไทยและออกข้อบังคับในการผลิตผ้าไหมไทยโดยออกตรา

สัญลักษณ์รับรองคุณภาพผ้าไหมไทยไว้เป็นระดับต่างๆ และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานสัญลักษณ์นกยูงไทย หรือที่เรียกกันว่า ตรานกยูงพระราชทาน (Royal Peacock Logo) ให้เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสำหรับ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยไว้ 4 ชนิด คือ

1.4.3.1 นกยูงสีทอง (Royal Thai Silk) เป็นผ้าไหมซึ่งผลิตจากวัตถุดิบ เส้นไหม กระบวนการผลิตแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านดั้งเดิมของไทยอย่างแท้จริงและใช้เส้นไหมพันธุ์ไทย พื้นบ้านเป็นทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน เส้นไหมจะต้องสาวเส้นด้วยมือผ่านพวงสาวลงภาชนะ การทอ ด้วยกี่ทอมือแบบพื้นบ้านชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือ ย้อมด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลาย สิ่งแวดล้อม และต้องผลิตในประเทศไทย



ภาพประกอบ 3 เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทานสีทอง

1.4.3.2 นกยูงสีเงิน (Classic Thai Silk) เป็นผ้าไหมซึ่งผลิตขึ้นแบบภูมิปัญญา พื้นบ้านผสมผสานกับการประยุกต์ใช้เครื่องมือและกระบวนการผลิตในบางขั้นตอน ใช้เส้นไหม พันธุ์ไทยพื้นบ้านหรือที่ได้รับการปรับปรุงจากพันธุ์ไทยเป็นเส้นพุ่งหรือเส้นยืน เส้นไหมต้องผ่านการ สาวด้วยมือ หรืออุปกรณ์ที่ใช้มอเตอร์ขับเคลื่อนขนาดไม่เกิน 5 แรงม้า การทอต้องทอด้วยกี่ทอมือ ชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือหรือกี่กระตุก และต้องทำการผลิตในประเทศไทย



ภาพประกอบ 4 เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทานสีเงิน

1.4.3.3 นกยูงสีน้ำเงิน (Thai Silk) เป็นผ้าไหมซึ่งผลิตด้วยภูมิปัญญาของไทยโดยการประยุกต์เทคโนโลยีการผลิตให้เข้ากับสมัยนิยมและทางธุรกิจธุรกิจ ใช้เส้นไหมแท้เป็นเส้นพุ่งและเส้นยืน ย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทอด้วยกี่แบบใดก็ได้ และต้องผลิตในประเทศไทย



ภาพประกอบ 5 เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทานสีน้ำเงิน

1.4.3.4 นกยูงสีเขียว (Thai Silk Blend) เป็นผ้าไหมซึ่งผ่านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ผสมผสานกับภูมิปัญญาไทย เช่น ลวดลาย สี สัน ใช้เส้นไหมแท้กับเส้นใยอื่นที่มาจากวัสดุธรรมชาติ หรือเส้นใยสังเคราะห์ต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน หรือตามความต้องการของผู้บริโภค เส้นไหมแท้เป็นองค์ประกอบหลัก มีเส้นใยอื่นเป็นส่วนประกอบรอง สัดส่วนการใช้เส้นใยชนิดอื่นประกอบต้องระบุให้ชัดเจน ทอด้วยกี่ชนิดใดก็ได้ ย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และต้องผลิตในประเทศไทย



ภาพประกอบ 6 เครื่องหมายรับรองผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทานสีเขียว

2. ผ้าไหมมัดหมี่ในบริบทพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

นครราชสีมา (Nakhon Ratchasima) มีคำขวัญประจำจังหวัดคือ เมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน

ตราประจำจังหวัด: รูปอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีหน้าประตูชุมพล

ธงประจำจังหวัด: รูปอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีหน้าประตูชุมพล ในพื้นธงสีเขียวพื้นผ้าสีเสด

ต้นไม้ประจำจังหวัด: ต้นสาธร (Millettia leucantha)

ดอกไม้ประจำจังหวัด: ดอกสาธร

สัตว์น้ำประจำจังหวัด: ปลาน้ำหรือปลาวง (Leptobarbus hoevenii)

จังหวัดนครราชสีมา หรือที่เรียกกันว่า "โคราช" เป็นเมืองใหญ่บนดินแดนที่ราบสูง ที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากร มีธรรมชาติที่งดงาม มีความยิ่งใหญ่ของอารยธรรมขอมโบราณ ด้วยทำเลที่ตั้งที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย จังหวัดนครราชสีมา จึงเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวพักผ่อนวันหยุด ที่เป็นที่ยอมรับอันดับต้นๆ แห่งหนึ่งของชาวเมืองหลวง และจังหวัดใกล้เคียงในปัจจุบัน มีเนื้อที่ประมาณ 20,494 ตารางกิโลเมตร หรือ 12,808,728 ไร่ เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย สภาพพื้นที่มีทั้งบริเวณที่สูงทางตอนกลาง พื้นที่ลูกคลื่นและที่ราบลุ่มทางตอนเหนือ และบริเวณเทือกเขาและที่สูงทางตอนใต้ของจังหวัด อันเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำลำธารหลายสายที่ไหลไปทางตะวันออกของภูมิภาค มีแม่น้ำสายสำคัญ ได้แก่ แม่น้ำมูล แม่น้ำลำเชียงไกร ลำตะของ ลำพระเพลิง ลำตะคอง และลำปลายมาศ

โคราชมีความเจริญรุ่งเรืองต่อมาจนกลายเป็นชุมทางการค้าที่สำคัญระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับภาคกลาง จนในสมัยรัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้มีการจัดตั้งมณฑลนครราชสีมาขึ้นเป็นมณฑลแรกของประเทศ เพื่อควบคุมดูแลหัวเมืองในบริเวณใกล้เคียง โดย

ปัจจุบันจังหวัดนครราชสีมาเป็นเมืองศูนย์ราชการที่สำคัญรองจากกรุงเทพมหานคร และเป็นศูนย์กลางทางด้านต่างๆ ของภูมิภาค รวมทั้งเป็นที่ตั้งของกองกำลังหลักของกองทัพบกและกองทัพอากาศด้วย

จังหวัดนครราชสีมาแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 32 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนครราชสีมา อำเภอครบุรี อำเภอเสิงสาง อำเภอดง อำเภอบ้านเหลื่อม อำเภอจักราช อำเภอโชคชัย อำเภอด่านขุนทด อำเภอโนนไทย อำเภอโนนสูง อำเภอขามสะแกแสง อำเภอบัวใหญ่ อำเภอประทาย อำเภอปักธงชัย อำเภอพิมาย อำเภอห้วยแถลง อำเภอชุมพวง อำเภอสูงเนิน อำเภอขามทะเลสอ อำเภอสีคิ้ว อำเภอปากช่อง อำเภอหนองบุญมาก อำเภอแก้งสนามนาง อำเภอโนนแดง อำเภอวังน้ำเขียว อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอเมืองยาง อำเภอบัวลาย อำเภอสีดา อำเภอเทพารักษ์ อำเภอพระทองคำ อำเภอลำทะเมนชัย

การเดินทางสู่จังหวัดนครราชสีมา นครราชสีมาอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 259 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสู่จังหวัดนครราชสีมาได้หลายวิธี ทั้งทางรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และรถไฟ

2.1 วิถีวัฒนธรรม และประเพณีของจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลาย ซึ่งศูนย์วัฒนธรรมวิทยาลัยครุนครราชสีมา ได้จำแนกไว้ ดังนี้ กลุ่มไทโคราช กลุ่มไทลาว กลุ่มไทเขมร กลุ่มไทยวน กลุ่มมอญโบราณ กลุ่มชาวจีน โดยได้หล่อหลอมวัฒนธรรมที่หลากหลายเข้าด้วยกันจนเป็นวัฒนธรรมโคราช ได้แก่ เพลงโคราช ภาษาโคราช อาหารโคราช และผ้าโคราชที่ได้สร้างชื่อเสียงให้กับเมืองโคราชตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (อ้อยทิพย์ เกตุเฒ่า, 2558, น.15-16)

นครราชสีมาเป็นจังหวัดที่เต็มไปด้วยสีสันหลากหลาย ทั้งในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งธรรมชาติ อีกทั้งผู้คนในท้องถิ่นก็ยังคงรักษาขนบธรรมเนียมและประเพณีดั้งเดิมอันงดงามไว้ได้อย่างเข้มแข็ง ตลอดทั้งปีจึงมีการจัดงานเทศกาลเฉลิมฉลองและงานประเพณีที่สำคัญ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศหลายงาน โดยมีงานเด่นดังประจำปีที่น่าท่องเที่ยวไม่ควรพลาด คือ งานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี งานประเพณีแข่งเรือพิมาย งานเทศกาลเที่ยวพิมาย งานประเพณีแห่เทียนพิมาย งานน้อยหน้าและของดีเมืองปากช่อง งานผ้าไหมปักธงชัยและของดีเมืองโคราช เป็นต้น

งานผ้าไหมปักธงชัยและของดีเมืองโคราช จัดขึ้นในช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี ณ ลานอเนกประสงค์ หน้าที่ว่าการอำเภอปักธงชัย ภายในงานมีการออกร้านจำหน่ายผ้าไหมในราคา

ผู้ผลิต การออกร้านผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่หลากหลาย ประกวดธิดาผ้าไหม แฟชั่นโชว์ ผลิตภัณฑ์ใหม่มาดัดแปลงเป็นสินค้ารูปแบบอื่น ๆ มากขึ้น

2.2 บริบทพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

2.2.1 ประวัติความเป็นมาของอำเภอปักธงชัย อำเภอปักธงชัย (Amphoe Pak Thong Chai) ก็มีคำขวัญประจำอำเภอเช่นกัน คือ ลำพระเพลิงน้ำใส ผ้าไหมเนืองาม ข้าวหลามนก ออก ถั่วอกวังหมี หมีตะคุ

แต่เดิมปักธงชัยเป็นเมืองโบราณตั้งแต่ขอมเรืองอำนาจ ทั้งนี้สันนิษฐานได้จากเขตอำเภอปักธงชัยมีซากปรักหักพังของปราสาท หรือ เทวาลัยหลายแห่งที่เป็นศิลปกรรม และสถาปัตยกรรมที่ขอมนิยมสร้างตามเมืองต่างๆ ที่ตนปกครองอยู่ จากหลักฐานที่ปรากฏตามแผนที่ยุทธศาสตร์สมัยกรุงศรีอยุธยาได้ปรากฏชื่อ เมืองปัก ว่าตั้งอยู่ใกล้เมืองนครราชสีมา ความสำคัญก็คือ เป็นเมืองหน้าด่านทางทิศใต้ของเมืองนครราชสีมา เพื่อเป็นกองระวังหน้าคอยสอดแนมข้าศึก และคอยปะทะขัดขวางหน่วงเหนี่ยวไม่ให้ข้าศึกยกทัพประชิดเมืองนครราชสีมาเร็วเกินไป เมืองปักในสมัยนี้จึงถูกตั้งและเรียกว่า “ด่านจะโปะ” และได้รับพระบรมราชานุญาตให้ตั้งเป็นเมืองว่า “เมืองปักธงชัย” จากสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และเปลี่ยนฐานะเป็นอำเภอปักธงชัย โดยขึ้นอยู่ในการปกครองของจังหวัดนครราชสีมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (อ้อยทิพย์ เกตุโหม, 2558, น. 47)

2.2.2 ที่ตั้งและอาณาเขตของอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา อำเภอปักธงชัยตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัด อยู่ห่างจากนครราชสีมา 32 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข 304 (โคราช-ปักธงชัย-กบินทร์บุรี) มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับอำเภอสูงเนินและอำเภอเมืองนครราชสีมา
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับอำเภอโชคชัยและอำเภอครบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับอำเภอรังน้ำเขียว
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับอำเภอรังน้ำเขียวและอำเภอสูงเนิน
พื้นที่	1,374.3 ตารางกิโลเมตร
ประชากร	117,466 คน (พ.ศ. 2557)
ความหนาแน่น	85.47 คน / ตารางกิโลเมตร

การปกครองส่วนภูมิภาคอำเภอปักธงชัย แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 16 ตำบล 215 หมู่บ้าน

2.2.3 อุตสาหกรรมชุมชนของอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา จากคำขวัญประจำอำเภอปักธงชัยที่ว่า ลำพระเพลิงน้ำใส ผ้าไหมเนื้องาม ข้าวหลามนกออก ถั่วอกวังหมี หมีตะคุ นั้นแสดงให้เห็นถึงอุตสาหกรรมชุมชนของชาวปักธงชัยอย่างชัดเจน ดังนี้

2.2.3.1 ลำพระเพลิงน้ำใส หมายถึง ลำน้ำพระเพลิงที่เป็นลำน้ำสาขาที่สำคัญทางฝั่งซ้ายของแม่น้ำมูลสายแรก อยู่ในเขตจังหวัดนครราชสีมาตลอดสายโดยมีต้นน้ำจากเทือกเขาชันกำแพงในตอนใต้สุดของอำเภอปักธงชัย เนื่องจากฝนในลุ่มน้ำนี้มีน้อย การเพาะปลูกโดยทั่วไปจึงขาดแคลนน้ำแต่ในเวลาน้ำนองก็ท่วมต้นข้าวที่ยังเล็กอยู่เสียหายประชาชนได้รับความเดือดร้อนเรื่องน้ำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องน้ำในลุ่มน้ำนี้ กรมชลประทานจึงได้ก่อสร้างเขื่อนลำพระเพลิงและระบบส่งน้ำเมื่อ พ.ศ. 2506

2.2.3.2 ผ้าไหมเนื้องาม หมายถึง เนื่องจากอำเภอปักธงชัยมีชื่อเสียงเรื่องการทอผ้าไหม ชาวปักธงชัยได้รับการถ่ายทอดด้านฝีมือการทอและวิธีปลูกหม่อน เลี้ยงไหมมาหลายชั่วอายุคนผ้าไหมปักธงชัยเป็นของดีของเมืองโคราช ผ้าไหมปักธงชัยมีความโดดเด่นที่เนื้อผ้าหนาแน่น เนียน ลวดลายสวยงาม สีสดทนนาน ชักแล้วเนื้อผ้าไม่ย้วย เช่น ผ้าหางกระรอก นอกจากนี้ยังมีผ้ามัดหมี่ ผ้าพื้น และผ้าขิด ที่ทั้งสวยงามและมีคุณภาพดี

2.2.3.3 ข้าวหลามนกออก หมายถึง ข้าวหลามจากตำบลนกออก ที่เป็นตำบลหนึ่งของอำเภอปักธงชัย ห่างจากที่ว่าการอำเภอไปทางทิศใต้ประมาณ 5 กม. ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา ทำสวน บ้านนกออกมีชื่อเสียงในการทำข้าวหลามที่อร่อยมาก ข้าวหลามเป็นอาหารพื้นบ้านชนิดหนึ่งที่รับประทานเป็นอาหารว่าง หรืออาหารหลักในบางมื้อก็ได้ เพราะทำจากข้าวเหนียว ชาวบ้านจะทำข้าวหลามหลังฤดูเก็บเกี่ยวข้าวใหม่หรือช่วงเวลารว่างจากการทำนา ทำสวน เพื่อรับประทานในครอบครัวหรือนำไปฝากญาติมิตร

2.2.3.4 ถั่วอกวังหมี หมายถึง ผักชนิดหนึ่งที่ผลิตจากเมล็ดถั่วเขียว โดยใช้วิธีการเพาะในไห มีลักษณะอวบอ้วน รับประทานได้ทั้งดิบและสุก ประุงอาหารได้หลายชนิด โดยเฉพาะรับประทานกับผัดหมี่โคราช (หมีตะคุ) ผลิตเป็นอาชีพและมีชื่อในชุมชนวังหมี

2.2.3.5 หมีตะคุ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นของอำเภอปักธงชัย และจังหวัดนครราชสีมา (โคราช) เนื่องจากในอดีตมีการปลูกข้าวกันทุกครัวเรือนพอมีข้าวเป็นจำนวนมากแล้ว ซึ่งในสมัยบรรพบุรุษได้ใช้ภูมิปัญญาที่มีนำข้าวมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลายๆ อย่างทั้งอาหารคาว อาหารหวาน เช่น เส้นหมี่ เส้นขนมจีน ข้าวโป่ง ทำให้เกิดความหลากหลายในการบริโภคซึ่งในชุมชนเกือบทุกครัวเรือนของชาวบ้านในตำบลตะคุ อำเภอปักธงชัย จะมีการปั้นเตาหมี่ขึ้นเพื่อใช้ในการผลิตเส้นหมี่ ไว้บริโภคและจำหน่าย

หรือแลกของที่ต้องการ ซึ่งแต่ก่อนจะเรียกว่าเส้นไหมที่ถูกมือ นิยมผัดรับประทานในทุกๆ โอกาส จนมีคำพูดคำหนึ่งว่า ถ้ามาโคราชไม่ได้กินคั่วไหมโคราช ถือว่ามาไม่ถึงโคราช

2.3 การทอผ้าไหมในอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

ตั้งแต่รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ที่ได้มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมกันทั่วไป จนกระทั่งพ.ศ. 2445 กรมช่างไหมได้มีการทดลองส่งเจ้าพนักงานชาวญี่ปุ่นออกไปสอนการทำสวนหม่อน เลี้ยงไหม และการสาวไหมตามวิธีสมัยใหม่ ซึ่งได้ทดลองแล้วพบว่าได้ผลดีกว่าเดิมให้แก่ราษฎรในมณฑลนครราชสีมา ถึงแม้จะไม่ประสบความสำเร็จมากนัก ในปีพ.ศ. 2475 ทางราชการจึงได้กลับมาส่งเสริมอีกครั้ง (อ้อยทิพย์ เกตุเฒ, 2558: 16-18) โดยได้มีการจัดตั้งโรงงานสาวไหมขึ้นเป็นแห่งแรกที่จังหวัดนครราชสีมา และราษฎรได้ประกอบอาชีพปลูกหม่อนเลี้ยงไหมตามอิสระเรื่อยมา โดยเฉพาะที่อำเภอปักธงชัยที่มีชื่อเสียงในเรื่องของการทอผ้าไหมหางกระรอก และผ้าไหมมัดหมี่

จากข้อมูลของกรมหม่อนไหม (ม.ป.ป, น. 65-68) “ผ้าหางกระรอก” เป็นผ้าทอโบราณที่มีลักษณะลวดลายเรียบง่ายแต่แฝงด้วยความประณีตและงดงาม ลักษณะเนื้อผ้าที่มีความเหนียวลื่น เห็นเป็นลายเส้นเล็กๆ ในตัว ซึ่งมองดูแล้วคล้ายกับขนของหางกระรอก จึงเป็นที่มาของชื่อเรียกดังกล่าว นอกจากนี้ ชื่อเรียกผ้าชนิดนี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น บางพื้นที่เรียกว่า “ผ้าควบ” เพราะถือเอาวิธีการทอแบบตีเกลียวควบมาใช้เป็นชื่อเรียก บางพื้นที่เรียกว่า “ผ้ากระเนียว” ซึ่งเป็นภาษาเขมรหมายถึงการนำไหมสองสีมาควบกัน บางพื้นที่เรียกว่า ผ้าวา ผ้ายาว ซึ่งเป็นการเรียกตามลักษณะความยาวของผืนผ้าที่ยาวกว่าผ้าถุงเท่าตัวแต่คนส่วนใหญ่นิยมเรียกว่า ผ้าหางกระรอกมากกว่าผ้าหางกระรอกถือเป็นผ้าทอโบราณ โดยเฉพาะจังหวัดนครราชสีมา มีการทอผ้าหางกระรอกมานานกว่าร้อยปี และได้ชื่อว่าเป็นแหล่งทอผ้าหางกระรอกที่ทอผ้าได้งดงามที่สุดแห่งหนึ่ง

2.3.1 ประเภทของผ้าไหมโคราช ผ้าไหมโคราชนั้น ส่วนใหญ่มีการผลิตอยู่ในหลายอำเภอ แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือการผลิตในเชิงหัตถกรรม และการผลิตแบบอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอำเภอปักธงชัยนั้น ถือเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมทั้งแบบหัตถกรรมและอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงมาก มีการใช้เส้นไหมจากโรงงาน มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัย รวมไปถึงสีย้อมและวิธีการทอ จนเกิดคำเรียกว่า “ผ้าไหมปักธงชัย” ซึ่งแบ่งได้หลายประเภทตามเทคนิคการทอ (อ้อยทิพย์ เกตุเฒ, 2558, น. 21) ดังนี้

2.3.1.1 ผ้าพื้นเรียบ เป็นผ้าไหมที่ทอลายขัดโดยใช้เส้นยืน และเส้นพุ่งธรรมดาตลอดกันทั้งผืน ผ้าที่ออกมาจะเป็นผ้าสีพื้นเรียบไม่มีลายโดยใช้เส้นยืนและเส้นพุ่งเป็นสีเดียวกัน หรือใช้สีต่างกันก็ได้ เป็นผ้าที่นิยมใช้กันทั่วไป ซึ่งเป็นชนิดของผ้าไหมไทยที่นิยมส่งออกต่างประเทศ

2.3.1.2 ผ้ามัดหมี่ เป็นผ้าไหมที่ใช้กรรมวิธีการย้อมเส้นด้ายก่อนการทอ ทั้งที่ย้อมเฉพาะด้ายพุ่ง ย้อมเฉพาะด้ายยืน หรือย้อมทั้งด้ายพุ่งและด้ายยืน แต่ส่วนใหญ่ที่อำเภอปักธงชัย นั้นนิยมย้อมด้ายพุ่ง เพื่อให้เมื่อทอผ้าออกมาเป็นผืนแล้ว เกิดเป็นลวดลายและสีสันตามที่ต้องการ โดยคำว่า "มัดหมี่" มาจากกรรมวิธีการ "มัด" เส้นด้ายเป็นกลุ่มๆ ก่อนการย้อมสี ส่วน "หมี่" นั้นหมายถึงเส้นด้าย ในต่างประเทศนิยมใช้คำว่า อิซัด (ikat) ซึ่งเป็นคำศัพท์ภาษาอินโดนีเซีย-มลายู

2.3.1.3 ผ้าขาวม้า เป็นผ้าไหมที่มีรูปลักษณะเป็นผ้ารูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความกว้างประมาณ 60 เซนติเมตร ยาว 1.50 เซนติเมตร ส่วนใหญ่จะทอเป็นผ้าลายตารางที่เล็กกว่าผ้าตารางหรือผ้าโล่งเฉพาะตรงกลางของผืนผ้า จับคู่สีเป็นคู่ๆ ทอสลับกันไปจนเต็มผืนผ้า โดยทอแบบปล่อยเส้นไหมที่ขายทั้ง 2 ข้างให้ยาวเป็นริ้วๆ นับเป็นผ้าอเนกประสงค์ ปัจจุบันมีการใช้เส้นฝ้าย หรือใยสังเคราะห์มาทอได้เช่นกัน

2.3.1.4 ผ้าโล่ง เป็นผ้าชนิดเดียวกันกับผ้าซิ่น เนื่องจากมีพัฒนาการร่วมกันมา มีวิธีการทอในลักษณะเดียวกัน เพียงแต่แตกต่างกันด้วยลักษณะของลวดลายเท่านั้น ผ้าโล่งเป็นผ้าที่ทอขึ้นเพื่อใช้สอยสำหรับผู้ชาย ผ้าโล่งที่ทอด้วยไหมมีไว้สำหรับนุ่งในคราวเข้าร่วมพิธีกรรมหรืองานบุญสำคัญๆ ผ้าโล่ง เป็นผ้าผืนยาวมีไว้สำหรับนุ่งผู้ชายหรือขมวดชายนุ่งแบบหยักกรั้ง ผ้าโล่งนิยมทอเป็นลวดลายสลับสีระหว่างเส้นพุ่งกับเส้นยืนเป็นตารางใหญ่ สีเหลี่ยมจัตุรัส มีหลากหลายสี มีความกว้างประมาณ 100 เซนติเมตร ยาว 200 เซนติเมตร (จักรทอไหมไทย, ม.ป.ป.: ออนไลน์)

2.3.1.5 ผ้าหางกระรอก ลักษณะสำคัญของผ้าหางกระรอกคือ เป็นผ้าพื้นเรียบที่ใช้เทคนิคการทอที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าไทคือ "การควบเส้น" ที่นำเส้นพุ่งพิเศษโดยใช้เส้นไหมหรือเส้นฝ้าย 2 เส้น 2 สี มาตีเกลียวควบเข้าด้วยกันให้เป็นเส้นเดียว ที่เรียกว่า "เส้นควบ" "เส้นลูกลาย" "ไหมลูกลาย" หรือ"เส้นหางกระรอก" ใช้อุปกรณ์ในการตีคือ โน และโบก ซึ่งต้องอาศัยทักษะความชำนาญของผู้ตีเกลียว ที่จะทำได้เกลียวถี่หรือเกลียวห่างตามต้องการ ส่วนเส้นไหมที่จะนำมาตีเกลียวนั้นควรเป็น เส้นไหมน้อยที่คัดเป็นพิเศษให้ได้เส้นไหมที่สม่ำเสมอ จากนั้นจึงนำไปใช้เป็นเส้นพุ่งในการทอผ้าหางกระรอกโดยทั่วไปนิยมใช้สีเหลืองมาควบ เมื่อนำมาทอเป็นเส้นพุ่งบนผืนผ้าทอพุ่งขัดกับเส้นยืนซึ่งใช้อีกสีหนึ่งอาจเข้มหรืออ่อนกว่าสีที่ใช้ เพื่อให้เกิดลายขัด

เด่นขึ้นมา ผ้าที่ทอได้จะมีลักษณะลวดลายเล็กๆ ในตัวมีสีเหลืองอมม่วงวาวระยับ ดูคล้ายจะมีปูชน
 อ่อนขึ้นมา เหมือนกับเส้นขนของหางกระรอกจึงเรียกว่า “ผ้าหางกระรอก”

2.3.1.6 ผ้าขิด หมายถึง ผ้าที่ทอโดยวิธีใช้ไม้เขี่ยหรือสะกิดซ้อนเส้นด้ายยืนขึ้น
 แล้วสอดเส้นด้ายพุ่งไปตามแนวเส้นยืนที่ถักมัดซ้อนขึ้นจังหวะของการสอดเส้นพุ่งซึ่งถี่ห่างไม่เท่ากัน
 ให้เกิดลวดลายรูปแบบต่างๆ อย่างงดงาม เนื่องจากคำว่า ขิด เป็นภาษาพื้นบ้านของภาค
 ตะวันออกเฉียงเหนือ มาจากคำว่า สะกิด หมายถึงการมัดซ้อนขึ้น สะกิดขึ้น

2.3.1.7 ฝ่ายยกดอกประยุกต์ หมายถึงการทอผ้าที่มีการเพิ่มลวดลายในเนื้อผ้าให้
 พิเศษขึ้น โดยใช้เทคนิควิธีเก็บตะกอลอย เช่นเดียวกับขิด โดยยกตะกอลอยเพื่อแยกเส้นด้ายยืนครั้งละก
 เส้นก็ได้ตามลวดลายที่วางไว้แล้ว ให้เส้นด้ายพุ่งผ่านไปเฉพาะเส้น เมื่อทอพุ่งกระสวยไปมาครบค
 ู่ไปกับการยกตะกอลอยจะเป็นลวดลายขึ้นขึ้นจากพื้นผ้า เนื่องจากการยกเป็นการเพิ่มลวดลายเข้า
 ไปพิเศษจึงสามารถเลาะลายออกทั้งหมดโดยไม่เสียเนื้อผ้า ถ้าทอยกด้วยไหมจะเรียก ยกไหม ถ้า
 ทอยกด้วยเส้นทองจะเรียก ยกทอง ถ้าทอยกด้วยเส้นเงินจะเรียก ยกเงิน

2.3.1.8 ผ้าพิมพ์ลาย เป็นผ้าไหมที่มีการสร้างลวดลายด้วยเทคนิคการพิมพ์
 สำหรับที่อำเภอปักธงชัยเป็นการผลิตโดยโรงงานอุตสาหกรรม

2.3.1.9 ผ้าบาติก หมายถึงผ้าที่มีวิธีการทำโดยใช้เทียนปิดส่วนที่ไม่ต้องการให้ติด
 สี และใช้วิธีการแต้ม ระบาย หรือย้อมในส่วนที่ต้องการให้ติดสี ผ้าบาติกบางชิ้นอาจจะผ่านขั้นตอน
 การปิดเทียน แต้มสี ระบายสีและย้อมสีนับเป็นสิบๆ ครั้ง ส่วนผ้าบาติกอย่างง่ายอาจทำโดยการ
 เขียนเทียนหรือพิมพ์เทียนแล้วจึงนำไปย้อมสีที่ต้องการ

2.3.1.10 ฝ่ายวน หมายถึงผ้าที่ทอด้วยชาวบ้านโนนกลุ่ม ที่เป็นหมู่บ้านหนึ่งใน
 จังหวัดนครราชสีมา ที่ได้รับการสืบทอดภูมิปัญญาด้านการทอผ้ามาจากบรรพบุรุษชาวโยนกนครที่
 มีความรู้ด้านการทอผ้าของชาวชาวไทย - ยวน ที่เรียกว่า “ผ้าขึ้น” คำว่าผ้าขึ้น เป็นภาษาทาง
 ภาคเหนือหมายถึง ผ้าพุ่ง การทอผ้าของบ้านโนนกลุ่มแรกเริ่มนั้นเป็นการทอผ้าที่ทอใช้กันเอง ในหมู่
 ครอบครัว เรียกชื่อผ้าตามคนทอผ้าว่า “ฝ่ายวน” ซึ่งหมายถึงผ้าของชาวโยนกนคร (ไท - ยวน)

2.3.2 ผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ปัจจุบันได้มีการ
 พัฒนาระบบการทอจากระบบหัตถกรรมจนกลายเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน โดยมี
 องค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

2.3.2.1 เส้นใย ชุมชนทอผ้าในปักธงชัยนิยมใช้ด้ายยืนที่สั่งมาจาก บริษัทจุลไหม
 ไทย เนื่องจากมีมาตรฐานในการผลิตไหม ด้วยการตีเกลียวได้สม่ำเสมอ เส้นด้ายมีความเหนียว
 แข็งแรง มีขนาดที่สม่ำเสมอ และหลากหลายทำให้ผู้ที่เอามาทอ เอามาฟอก มาย้อมมันง่ายขึ้น ไม่

ยุ่งยาก เนื่องจากผลิตด้วยเครื่องจักรอุตสาหกรรม ส่วนด้ายพุ่งนิยมสั่งเส้นไหมพื้นบ้านจาก อำเภอจักรราช เนื่องจากมีคุณภาพที่ดี และต้องการใช้วัตถุดิบภายในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา (ประภาพรพรณ พากักดี. 2560: สัมภาษณ์)

2.3.2.2 สี ส่วนใหญ่แล้วในปัจจุบันชุมชนทอผ้าในพื้นที่นิยมใช้สีเคมีในการย้อมเส้นด้าย และจะได้สีตรงตามต้องการไม่ผิดเพี้ยน เนื่องจากส่วนใหญ่รับทอผ้าตามคำสั่งเป็นจำนวนมาก มีบางกลุ่มเท่านั้นที่ใช้สีธรรมชาติ ซึ่งมีอยู่น้อยมาก ประมาณ 1-2 กลุ่มเท่านั้น ซึ่งไม่แน่ใจว่าเป็นการย้อมสีธรรมชาติ 100เปอร์เซ็นต์หรือไม่ (วิรุฒ สิงหวิสัย, 2560: สัมภาษณ์)

2.3.2.3 วิธีการทอ เนื่องด้วยชนิดของผ้าซึ่งคือมัดหมี่ วิธีการทอส่วนใหญ่จึงเป็นการทอขัดด้วยกี่กระตุก 2 ตะกอนกว้าง 100 – 103 เซนติเมตร โดยเวลาทอช่างทอจะต้องคอยดูให้ลวดลายที่มัดเรียงตัวสวยงามตามที่ควรจะเป็น (พรทิพย์ ดวงสูงเนิน. 2560: สัมภาษณ์)

2.3.2.4 ลวดลาย ผ้าไหมมัดหมี่ของปักธงชัยมักเป็นลวดลายประยุกต์จากธรรมชาติหรือสิ่งของที่พบเห็นได้ตามชีวิตประจำวัน เช่น ลายกุญแจ ลายแว่นตา ลายดอกกุหลาบ ลายดอกชบา ลายกระต่าย และลายผีเสื้อ เป็นต้น โดยมีการจดลิขสิทธิ์ไว้ที่อำเภอปักธงชัยเป็นบางส่วน (อ้อยทิพย์ เกตุเฒ. 2558: 49)

อย่างไรก็ตามผ้าไหมจากอำเภอปักธงชัยที่เป็นที่นิยมส่วนใหญ่จะเป็นผ้าพื้น ผ้ามัดหมี่ ในบางครั้งหากมีผ้าพื้นที่เป็นพับหลังจากนำส่งให้ผู้บริโภค แล้วบางครั้งจะนำผ้าส่วนนั้นไปพิมพ์ลายเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ นอกจากนี้แล้วยังสามารถนำไปปักลวดลายด้วยเครื่องจักรอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าได้อีกทางหนึ่ง (สาตราวุฒิ คำสุข, 2560: สัมภาษณ์)

2.3.2.5 การตกแต่งสำเร็จ การตกแต่งสำเร็จหรือฟินีซิง (Finishing) เป็นกระบวนการหนึ่งในการตกแต่งสิ่งทอ ซึ่งมักกระทำเป็นขั้นตอนสุดท้ายต่อจากกระบวนการเตรียมผ้าและการย้อมสี โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือเพิ่มเติมคุณสมบัติบางอย่างให้กับผลิตภัณฑ์สิ่งทอเพื่อให้สิ่งทอนั้นมีคุณสมบัติการใช้สอยดีขึ้นหรือเป็นที่พอใจของผู้ใช้มากขึ้น ได้แก่ การตกแต่งให้นุ่ม การตกแต่งขาว การตกแต่งให้มันเงา การตกแต่งเพื่อให้่ายต่อการดูแลรักษา การตกแต่งให้ทนไฟ การตกแต่งให้ขึ้นขน การตกแต่งกันน้ำ เป็นต้น (บุญช่วยอุตสาหกรรม, 2556: ออนไลน์) ซึ่งสำหรับผ้าไหมนั้นปัจจุบันการตกแต่งสำเร็จมักเป็นการใช้น้ำยาอบผ้า หรืออบผ้าเพื่อให้ผ้าเรียบร้อยสวยงาม พร้อมทั้งจะใช้งานได้ทันที

จะเห็นได้ว่าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การทอผ้าไหมเป็นหนึ่งในวิถีการใช้ชีวิตของชาวบ้านในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา อย่างไรก็ตามผ้าไหมที่เป็นที่นิยมในการทอของอำเภอปักธงชัยนั้นคือ ผ้าไหมพื้นเรียบ ผ้าไหมมัดหมี่ประยุกต์ ผ้าไหมมัดหมี่ชุด ส่วนผ้าไหมหางกระรอกที่อยู่ใน

อดีตเป็นผ้าทอโบราณที่มีการทอเป็นผ้านุ่งโจงกระเบนสำหรับชนชั้นสูง ผ้าไหมพื้นเรียบ ผ้าไหมมัดหมี่ และมีผ้าไหมประยุกต์บ้างตามแต่ผู้บริโภคต้องการ

2.3.3 ผลวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) ของผ้าไหมปักธงชัย ที่ผ่านมานั้นสำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจได้ทำการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) ของผ้าไหมปักธงชัย ไว้ ดังตาราง 6 ผลวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) ของผ้าไหมปักธงชัย ด้านล่างนี้

ตาราง 6 ผลวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) ของผ้าไหมปักธงชัย

หัวข้อการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
จุดเด่น (Strength) จากปัจจัยภายใน	1. ปักธงชัยเป็นแหล่งผ้าไหมที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาช้านาน ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของตนเองโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผ้าสีพื้น ที่มีความมันเงา สีสวยงาม ทำให้เป็นที่นิยมของ นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 2. การทอมือที่ละเอียดประณีต ย้อมสีธรรมชาติ เป็นเสน่ห์สำหรับชาวตะวันตก ทำให้สินค้าขายได้ในราคาสูง 3. ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีทักษะความรู้ความชำนาญในการผลิตจากการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีในครัวเรือนจากบรรพบุรุษสู่ลูกหลานจนถึงปัจจุบัน 4. เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านไม่ซับซ้อน ทำให้ไม่ต้องใช้ต้นทุนการบำรุงรักษาเครื่องจักรสูงนัก 5. มีแรงงานฝีมือจำนวนเพียงพอ ค่าจ้างไม่แพงมากเมื่อเทียบกับทักษะฝีมือ

หัวข้อการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
	6. มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการอยู่หนาแน่นในพื้นที่ ทำให้การแลกเปลี่ยนทรัพยากรและความรู้ระหว่างกันทำได้ง่าย ซึ่งผู้ประกอบการก็มีการเหลือซึ่งกันและกันพอสมควรในเรื่องการถ่ายทอดความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิต
จุดด้อย (Weakness) จากปัจจัยภายใน	1. เส้นไหมที่มีอยู่ในพื้นที่ไม่เพียงพอกับปริมาณที่ต้องการใช้ ต้องนำเส้นไหมมาจากแหล่งผลิตอื่นๆ ทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด รวมทั้งจากต่างประเทศ ทำให้การควบคุมคุณภาพการผลิตทำได้ลำบากเนื่องจากคุณภาพของเส้นไหมที่ซื้อมาจากแต่ละแหล่งแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน 2. เนื่องจากผู้ประกอบการในอำเภอปักธงชัยมีหลากหลายกลุ่ม ทั้งที่เป็นระดับวิสาหกิจ ชุมชน ระดับ SME และ ระดับอุตสาหกรรม ทำให้คุณภาพสินค้าที่ออกมามีคุณภาพแตกต่างกันไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันขาดเอกภาพ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ 3. ขาดบุคลากรที่มีความรู้ในด้านการบำรุงรักษาซ่อมแซมเครื่องจักรที่ใช้ เช่น เครื่องสาวไหม เครื่องทอผ้าไฟฟ้า ทำให้อายุการใช้งานเครื่องจักรสั้นกว่าที่ควรจะเป็น และเมื่อเครื่องจักรชำรุดเสียหายก็ทำให้การทำงานหยุดชะงัก เนื่องจากต้องรอผู้มีความรู้ด้านเครื่องจักรมาซ่อมแซมซึ่งมักใช้เวลานาน 4. ผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดความรู้ความสามารถในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเพื่อการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า มักจะผลิตสินค้าตามความนึกคิดของตัวเองโดยไม่ได้ศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ทำให้มีสินค้าค้างสต็อกจำนวนมากบ่อยๆส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องทางการเงิน

หัวข้อการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
	5. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจทั้งด้านการผลิตและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่ม OTOP และผู้ประกอบการรายย่อย ทำให้ขาดวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจโดยเฉพาะการทำตลาดเชิงรุก 6. ผู้ผลิตบางส่วนคำนึงถึงความปลอดภัยของธุรกิจในระยะสั้นโดยเน้นปริมาณการจำหน่ายด้วยการแข่งขันด้านราคามากกว่าการจำหน่ายที่เน้นคุณภาพ
โอกาส (Opportunity) จากปัจจัยภายนอก	1. รัฐบาลมีนโยบายทั้งในระดับประเทศ กลุ่มจังหวัดและจังหวัดในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอ ซึ่งรวมทั้งผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อช่วยส่งเสริมนโยบายที่จะทำให้กรุงเทพเป็นเมืองแฟชั่น ขณะเดียวกันก็ให้การสนับสนุนส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงผ้าไหมไทย มีการทำ Road Show จัดงานแฟชั่นผ้าไหมไทยทั้งในและต่างประเทศ 2. ผู้ประกอบการทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนด้านการฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้เทคนิคต่างๆจากหน่วยงานรัฐ รวมทั้งสถาบันเฉพาะทางหลายแห่ง เช่น สถาบันเพื่อการพัฒนาและวิจัยหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สถาบันไหมแห่งชาติ ศูนย์พัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พัฒนาชุมชน รวมทั้งสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษา 3. ผ้าไหมไทยมีเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ทำให้ผลผลิตจากอุตสาหกรรมไหมยังมีโอกาสอีกมากในตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ

หัวข้อการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
ภาวะคุกคาม (Threats) จากปัจจัยภายนอก	1. ปริมาณเส้นไหมที่มีอยู่ในประเทศไม่เพียงพอกับความต้องการ ต้องมีการนำเข้าทำให้มีต้นทุนในส่วนวัตถุดิบสูงขึ้น 2. เส้นไหมของประเทศเพื่อนบ้านมีราคาถูกกว่า ทำให้มีการลักลอบนำเข้าเส้นไหมอย่างผิดกฎหมาย มีผลกระทบต่อราคาไหมที่ผลิตได้ในประเทศ และการเปิดเขตการค้าเสรีในอนาคตอาจมีผลต่ออุตสาหกรรมต้นน้ำในประเทศเนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า และผ้าไหมไทยอาจมีข้อเสียเปรียบด้านราคาเมื่อเทียบกับชาติอื่นๆ โดยเฉพาะ จีน เวียดนาม และอินเดีย 3. มีการแข่งขันจากผ้าทอพื้นเมืองที่ทำจากวัสดุอื่นที่มีราคาถูกกว่า และดูแลรักษาง่ายกว่า เช่น ผ้าฝ้ายทอพื้นเมือง เป็นต้น 4. แรงงานทอผ้าส่วนใหญ่เป็นแรงงานตามฤดูกาล ทำให้ขาดแคลนแรงงานในการผลิตเมื่อถึงฤดูของการทำนา การทำงานไม่ต่อเนื่อง บางครั้งจึงผลิตสินค้าไม่ทันกับความต้องการ ทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจ 5. ผู้บริโภคทั้งชาวไทย และต่างประเทศส่วนใหญ่พบปัญหาการดูแลรักษาผ้าไหม

ที่มา: สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ. (ม.ป.ป.: ออนไลน์)

ดังนั้น เพื่อการนำเข้าผ้าไหมปักธงชัยเข้าสู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยจึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องพัฒนาพร้อมกันทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคการศึกษาอีกด้วย

3. อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย

คำว่าอุตสาหกรรม เป็นคำนาม หมายถึง กิจกรรมที่ใช้ทุนและแรงงานเพื่อผลิตสิ่งของหรือจัดให้มีบริการ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2554: ออนไลน์) กระบวนการเริ่มต้นขึ้นในตอนปลายของคริสต์ศตวรรษที่ 18 ในช่วงของการปฏิวัติอุตสาหกรรม (Industrial Revolution) ด้วยการเปลี่ยนจากเศรษฐกิจแบบพึ่งพาแรงงานคนและสัตว์เป็นหลักไปเป็นเศรษฐกิจแบบพึ่งพาเครื่องจักรเป็นหลักของสหราชอาณาจักร โดยเริ่มในอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นอุตสาหกรรมแรก

อุตสาหกรรมแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

ก. อุตสาหกรรมครัวเรือน คืออุตสาหกรรมการผลิตง่ายๆ เล็กๆ มักทำกันในครอบครัวหรือหมู่บ้าน ไม่ใช้แรงงาน ทุนและปัจจัยมาก แต่มักจะได้กำไรต่ำ อุตสาหกรรมจำพวกนี้มีตัวอย่าง เช่น หัตถกรรมจักสาน เซรามิก ถ้วยชามต่างๆ รวมไปถึงสินค้าประเภทอาหารบรรจุถุงหรือหีบห่อที่มีเยื่อห่อบางชนิด เป็นต้นด้วย และสินค้าโอท็อป (หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์) บางชนิดเองก็ถือเป็นอุตสาหกรรมครัวเรือนด้วย

ข. อุตสาหกรรมโรงงาน คืออุตสาหกรรมที่ผลิตในโรงงาน สินค้ามักมีมาตรฐานเดียวกัน ไม่แตกต่างกันมากนัก พบมากในเขตเมืองหรือเขตที่มีความเจริญต่างๆ สินค้าเหล่านี้มักเป็นสิ่งอุปโภคบริโภค และสินค้าฟุ่มเฟือยต่างๆ เช่นกระดาดาชิตชู บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง เครื่องนุ่งห่ม สุรา บุหรี่ เป็นต้น และสินค้าบางประเภทมีการโฆษณาส่งเสริมการขายด้วย

คำว่า แฟชั่น เป็นคำนามหมายถึง สมัยนิยม แบบ หรือวิธีการที่นิยมกันทั่วไปในช่วงระยะเวลาหนึ่ง (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2554: ออนไลน์) ดังนั้นอุตสาหกรรมแฟชั่นจึงหมายความว่า กิจกรรมที่ใช้ทุน และแรงงานในการผลิตแบบ สิ่งของ หรือบริการที่เป็นสมัยนิยม

อุตสาหกรรมแฟชั่นเริ่มต้นขึ้นหลังปี พ.ศ. 2500 โดยก่อนหน้านี้คนส่วนใหญ่หากมีฐานะจะเป็นการสั่งตัดเย็บเครื่องแต่งกายรายบุคคล หรือการตัดเสื้อผ้าแบบวัดตัวตัด (Costume Made) โดยช่างตัดเสื้อ หากมีฐานะยากจนก็จะตัดเย็บด้วยตนเอง แต่หลังจากนั้นเมื่อเริ่มมีเครื่องจักรเข้ามาเกี่ยวข้องในการตัดเย็บ หรือจักรเย็บผ้า และเข้าสู่ระบบทุนนิยม มีห้างสรรพสินค้า เริ่มมีการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Ready – To – Wear) ออกมา จนกระทั่งพัฒนามาถึงผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีขนาดเดียวกัน ราคาเดียวกันเป็นจำนวนมาก (Mass Production) ทำให้อุตสาหกรรมแฟชั่นเริ่มต้นอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ปัจจุบันอุตสาหกรรมแฟชั่นยังได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารที่มีการพัฒนาขึ้นพร้อมๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อวิทยุ โทรทัศน์ จนถึงยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคของ

อินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามในยุคเริ่มแรกของ อุตสาหกรรมแฟชั่นนั้นเริ่มที่ฝั่งยุโรป ต่อมาที่ฝั่งอเมริกา จนมาถึงยุคปัจจุบันอุตสาหกรรมแฟชั่นนั้นเป็นออกแบบในประเทศใดประเทศหนึ่ง แต่การผลิตและจำหน่าย นั้นทำในอีกประเทศหนึ่ง เช่น แฟชั่นที่ผลิตโดยบริษัทแฟชั่นในสหรัฐอเมริกา ออกแบบในประเทศ แต่ผลิตในจีนหรือเวียดนามหรือ ศรีลังกาแล้วนำกลับมาในประเทศและกระจายขายสินค้าทั่วโลกอีกครั้ง

อุตสาหกรรมแฟชั่น เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตผลงาน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ทั้งนี้อุตสาหกรรมแฟชั่นค่อนข้างมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจพอสมควร เนื่องจากครอบคลุมถึง 3 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก ประกอบไปด้วย อุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ รวมถึงอุตสาหกรรมเครื่องหนังและผลิตภัณฑ์ (การดี เลียวไพโรจน์ และคณะ, 2557, น. 6)

3.1 องค์ประกอบอุตสาหกรรมแฟชั่น

อุตสาหกรรมแฟชั่น ประกอบด้วย 3 ห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ อุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) อุตสาหกรรมกลางน้ำ (Midstream) และอุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream)

3.1.1 อุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) ได้แก่ อุตสาหกรรมเส้นใย ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ เส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ อุตสาหกรรมเส้นใยมีการลงทุนสูง แต่มีปัญหาสำคัญคือ การผลิตวัตถุดิบเพื่อป้อนให้กับอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์ภายในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการ และสามารถผลิตวัตถุดิบได้น้อยชนิด

3.1.2 อุตสาหกรรมกลางน้ำ (Midstream) ได้แก่ อุตสาหกรรมปั่นด้าย อุตสาหกรรมทอผ้าและดักผ้า และอุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์ และตกแต่งสำเร็จ ผู้ประกอบการได้มีการรวมกลุ่มกันเป็นสมาคม เพื่อความเข้มแข็ง ได้แก่ สมาคมอุตสาหกรรมการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ (The Thai Synthetic Fiber Manufacturers' Association) สมาคมอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย (The Thai Textile Manufacturing Association) สมาคมอุตสาหกรรมทอผ้าไทย (The Thai Weaving Industry Association) สมาคมอุตสาหกรรมฟอก ย้อม พิมพ์และตกแต่งสิ่งทอไทย (The Association of Thai Textile Bleaching, Dyeing, Printing and Finishing Industries) สมาคมไหมไทย (Thai Textile Merchants Association) และสมาคมพ่อค้าผ้าไทย (Thai Textile Merchants Association) เป็นต้น

3.1.3 อุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตเสื้อผ้า อุตสาหกรรมเครื่องประกอบเครื่องแต่งกาย เช่น เครื่องหนัง อัญมณี เป็นต้น และอุตสาหกรรมการค้าปลีกแฟชั่น โดยอุตสาหกรรมการผลิตเสื้อผ้า ประกอบด้วยผู้ผลิตเสื้อผ้ากันหนาว ผู้ผลิตเสื้อผ้าชั้นในและชุดนอน ผู้ผลิตเสื้อผ้าทำงาน ผู้ผลิตเสื้อผ้างีฬา ผู้ผลิตเสื้อผ้าโอกาสพิเศษ และผู้ผลิตเสื้อผ้าเฉพาะต่างๆ เช่น เสื้อกันไฟ เสื้อกันเคมี เป็นต้น มีองค์กรและสมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมปลายน้ำ ได้แก่ สมาคมเครื่องนุ่งห่มไทย มูลนิธิพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย อุตสาหกรรมเครื่องประกอบเครื่องแต่งกาย เช่น หมวก กระเป๋า รองเท้า และเครื่องประดับ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมี สมาคมเครื่องหนัง สมาคมอัญมณี สมาคมเครื่องหนังไทย สมาคมอัญมณีไทย เป็นต้น

3.2 การสนับสนุนอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยจากภาครัฐและเอกชน

ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับจากผลการสำรวจนานาชาติให้เป็นแหล่งรองรับการลงทุนที่น่าดึงดูดที่สุดแห่งหนึ่งอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2553 ธนาคารโลกได้จัดให้ไทยเป็นประเทศที่มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจมากเป็นอันดับที่ 12 ของโลก ปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายเร่งพัฒนาประเทศใน 6 สาขาหลัก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558, น. 10-16) ได้แก่ 1) เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร 2) พลังงานทดแทน 3) ยานยนต์ 4) อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 5) แฟชั่น และ 6) อุตสาหกรรมบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ซึ่งรวมถึง อุตสาหกรรมบันเทิง บริการเพื่อสุขภาพ และการท่องเที่ยว ดังนั้น อุตสาหกรรมแฟชั่นจึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องพัฒนาพร้อมกันทุกภาคส่วน ทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคการศึกษา

โดยรัฐบาลมีแนวทางส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นแบบครบวงจร โดยเร่งปรับโครงสร้างสถาบันสิ่งทอให้เป็นสถาบันเพื่อการออกแบบแฟชั่นสมัยใหม่ ทำให้เกิดนวัตกรรมการผลิตสินค้าแฟชั่นออกสู่ตลาดโลก สร้างผู้ประกอบการแฟชั่นใหม่ในอนาคต โดยมีเป้าหมายหลักคือการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ

นอกจากการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยในภาพรวมแล้ว ยังควรที่จะต้องเน้นการพัฒนาในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมหรือมีการวางแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา โดยมีทิศทางที่สอดคล้องกับการพัฒนาในภาพรวมของอุตสาหกรรมของประเทศ ให้มีลักษณะที่พิเศษและเพื่อใช้เป็นแนวทางนำร่องในการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เหมาะสมตามคุณลักษณะของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม ตามแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 (National Industrial Development Master Plan) ของกระทรวงอุตสาหกรรม

โดยแบ่งเป็นบทบาทของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในปัจจุบัน ซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรม (2554: ก12) ได้ให้ข้อมูลในด้านบทบาทของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในปัจจุบันว่า อุตสาหกรรมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันดำเนินธุรกิจโดยการเป็นผู้รับจ้างผลิตจากคำสั่งผลิต ดังนั้นแนวทางการพัฒนาจึงจำเป็นต้องยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น และสร้างความร่วมมือในการขยายเครือข่ายการผลิตไปยังผู้ประกอบการในภูมิภาค เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิต จากนั้นต้องส่งเสริมการยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการไทยสู่การออกแบบและการดำเนินการทางตลาดเพื่อสร้างตราสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติต่อไป

ทั้งนี้แม้ว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย จะมีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่าอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ และในระดับโลก อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมสิ่งทอถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพ อีกทั้งยังมีการใช้เงินลงทุนและวัตถุดิบในประเทศเป็นจำนวนมาก และมีจำนวนสถานประกอบการและจำนวนแรงงานค่อนข้างสูง ดังนั้น แม้มูลค่าโดยรวมของอุตสาหกรรมนี้อาจไม่มากนัก แต่ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างผลประโยชน์แก่ประเทศไทยโดยตรง (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554: ก2)

นอกจากนี้สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2557: ออนไลน์) ยังได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและแฟชั่น ปีพ.ศ. 2559 – 2574 ขึ้น โดยอุตสาหกรรมสิ่งทอและธุรกิจแฟชั่นไทยมีปัจจัยเกื้อหนุนการพัฒนาโครงสร้างสู่ อุตสาหกรรมใหม่ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และองค์ความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย ความก้าวหน้าของวัฒนธรรมการแต่งกาย ทักษะฝีมือที่มีความคิดสร้างสรรค์ การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ องค์ความรู้การผลิตครบวงจร ความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมเอเชียซึ่งเป็นภูมิภาคที่เศรษฐกิจขนาดใหญ่ เมื่อโครงสร้างการผลิตสิ่งทอของโลกเปลี่ยนแปลง เอเชียขยายตัวเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนสิ่งทอเครื่องนุ่งห่มของโลก อุตสาหกรรมไทยจึงต้องกำหนดยุทธศาสตร์ ที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมสิ่งทอและธุรกิจแฟชั่นให้สอดคล้องกัน มีเป้าหมายระยะยาวคือ “มุ่งสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลทางวัฒนธรรมในระดับสากลอย่างยั่งยืน (Toward Sustainable Creative Industries with Strong Soft Power) กำหนดเป็นแผนระยะยาวถึงปีพ.ศ. 2573 ให้สอดคล้องกับแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ แบ่งเป็นเป้าหมาย 3 ระยะ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2557: ออนไลน์) คือ

ระยะที่ 1 พ.ศ. 2559 เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคด้านการค้า การจัดหาสินค้าสิ่งทอแฟชั่น Sourcing and Trade from Thailand ขยายขอบเขตอุตสาหกรรมสู่ผู้ประกอบการระดับภูมิภาค (ASEAN Business) มีการตัดสินใจด้านการออกแบบและคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ปรับปรุงกฎระเบียบ แก้ไขปัญหาข้อขัดข้องของห่วงโซ่มูลค่า ลดอุปสรรคทางการค้าให้เป็นศูนย์กลางการทำธุรกิจของอาเซียน สร้างกลไกการถ่ายทอดเทคโนโลยี พัฒนากลยุทธ์การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ระยะที่ 2 พ.ศ. 2564 เป็นศูนย์รวมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ระดับโลก Design and Development Solution for International Brands มีความพร้อมสาธารณูปโภคและบุคลากร เพื่อให้ประเทศไทยมีความเหมาะสมในการเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ (Head Quater) และสำนักงานใหญ่ภูมิภาค (Regional Head Quater) ของบริษัทสิ่งทอและแฟชั่นระดับโลก ทำให้มีการตัดสินใจเรื่องสำคัญของกระบวนการธุรกิจสิ่งทอและแฟชั่นในประเทศไทย ตลอดจนการจัดจำหน่ายสินค้าในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) และเอเชียใต้ (BIMSTEC) ผ่านไทย

ระยะที่ 3 พ.ศ. 2574 เป็นผู้นำวัฒนธรรมแฟชั่น และการออกแบบสิ่งทอของโลก Global Fashion Culture Influencer มีความเข้มแข็งของทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย บูรณาการกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ผลักดันมีแบรนด์สิ่งทอและแฟชั่นไทย เป็นแบรนด์ระดับโลก (international brands) อย่างน้อย 20 แบรนด์ และเป็นแบรนด์ระดับโลกอย่างน้อย 1 แบรนด์ ขยายอิทธิพลทางวัฒนธรรมร่วมสมัยของไทยอย่างเป็นระบบไปยังตลาดโลก

นอกจากการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและแฟชั่น ปี 2559 – 2574 แล้วกระทรวงอุตสาหกรรมยังได้วางแผนที่จะส่งเสริมความแข็งแกร่งของแฟชั่นไทยสู่ยุค 4.0 โดยตั้งเป้าที่จะดันยอดส่งออกจากปีละ 6 แสนล้านบาทให้ได้ 1 ล้านล้านบาทภายใน 5 ปี ด้วยการนำเทคโนโลยีผสมผสานกับนวัตกรรมเสริมแกร่ง ด้วยการ

3.2.1. การเปิดตัวโครงการเสริมสร้างศักยภาพอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยสู่ยุค 4.0 เพื่อสนองนโยบายอุตสาหกรรม 4.0 และการก้าวสู่การเป็นฮับแฟชั่นของอาเซียน หลังจากอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยยังประสบปัญหาในเรื่องการส่งออกอย่างต่อเนื่อง จากภาวะคำสั่งซื้อที่ชะลอตัว ภาวะเศรษฐกิจโลก ดังนั้น การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันถือเป็นสิ่งที่รัฐบาลควรเร่งดำเนินการอย่างเร่งด่วน โดยเน้นให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการให้เข้าถึงแหล่งทุน การให้ความรู้ด้านการออกแบบ การเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิต การลดต้นทุนการผลิต และการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นต้น โดยเน้น 4 กิจกรรมหลักคือ 1) การสร้างนักออกแบบในอุตสาหกรรมแฟชั่น

2) กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอดตราสินค้าสู่อาเซียน หรือ D Space โดยเป็นความร่วมมือกับคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นผู้พัฒนาแบรนด์สินค้าแฟชั่นไทย 3) กิจกรรม Modern Thai Silk เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบใหม่ไทยร่วมสมัย เน้นอิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับเทรนด์โลก และ 4) กิจกรรมพัฒนาผ้าผืนสู่เป้าหมายการเป็นผู้นำสิ่งทออาเซียน ด้วยการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการและความเปลี่ยนแปลงของตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าผืนทั้งในและต่างประเทศ (ผู้จัดการออนไลน์, 2560: ออนไลน์)

โดย ดร.สมชาย หาญหิรัญ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. 2560: ออนไลน์) ได้กล่าวถึงโครงการเสริมสร้างศักยภาพอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยสู่ยุค 4.0 ไว้ว่า

“กระทรวงอุตสาหกรรมตั้งเป้าพัฒนาผ้าผืน โดยเน้นการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่มาเพิ่มมูลค่า ซึ่งผ้าผืนไม่ได้จำกัดแค่นำไปทำเป็นเครื่องนุ่งห่มได้เท่านั้น แต่สามารถนำไปใช้ได้ ในอุตสาหกรรมเครื่องหนัง สิ่งทอ เครื่องประดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญขั้นตอนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำโดยเน้นความต้องการของตลาดเป็นหลัก ซึ่งการนำนวัตกรรมมาใช้กับผ้าผืนก็จะเป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าได้อีกทางหนึ่ง เช่น การนำผ้าขนสัตว์มาทอร่วมกับผ้าไหมไทย และต่อไปทางกระทรวงฯ มีแผนจะนำผ้าไหมไทยออกสู่อาเซียนผ่านเส้นทางสายไหม”

3.2.2 การเปิดตัวกิจกรรมการพัฒนาออกแบบแฟชั่นเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักศึกษา (Fashion Smart Start Up 2016: F2S) Creative Designers Creation ภายใต้โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ SMEs สู่ตลาดโลก (Global Reach) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ร่วมกับ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ เพื่อสานต่อนโยบายรัฐ ด้วยการพัฒนานักศึกษาด้านออกแบบปี 3 และ ปี 4 ในพื้นที่ภาคเหนือ จัดอบรมการออกแบบสร้างสรรค์-ทันเทรนด์โลก หลักสูตรใหม่ ปูเส้นทาง Start Up และมุ่งสู่ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์รองรับอุตสาหกรรม 4.0 ซึ่งกิจกรรมนี้ได้ทำการพัฒนาหลักสูตรใหม่เพื่อเติมเต็มจากหลักสูตรเดิมในห้องเรียน ประกอบไปด้วยหลักสูตร การสร้างทักษะและปรับวิธีคิดอย่างเป็นระบบทั้งวงจรผลิตภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์ ซึ่งตัวโครงการจะให้ความสำคัญในแนวคิดหลักเรื่อง ทูทางวัฒนธรรม ที่ส่งเสริมให้นักออกแบบมองเห็นคุณค่าของท้องถิ่น วัฒนธรรมประจำภาค โดยนำมาผสมผสานกับไอเดียสร้างสรรค์ เทคโนโลยีการออกแบบและการ

ผลิตเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นภายใต้กลิ่นอายแห่งความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนให้คนทั่วโลกได้เห็น พร้อมหลักสูตรวิเคราะห์ต้นทุน และการสร้างโอกาสทางการตลาด (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. 2560: ออนไลน์)

โดย นางอนงค์ ไพจิตรประภาภรณ์ รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้กล่าวถึง กิจกรรมการพัฒนาออกแบบแฟชั่นเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักศึกษา (Fashion Smart Start Up 2016 : F2S) Creative Designers Creation ภายใต้โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ SMEs สู่อุตสาหกรรมโลก (Global Reach) ไว้ว่า

“โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมส่งเสริมผลักดันให้เกิดบุคลากรในสายอุตสาหกรรมออกแบบ – แฟชั่น (สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย เครื่องหนัง และรองเท้า เครื่องประดับ) สู่เส้นทางนักออกแบบมืออาชีพ สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลในด้านการสร้าง SMEs กลุ่ม Global Reach Start Up ให้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการออกแบบ Design Driven Economy รองรับอุตสาหกรรม 4.0 โดยสร้างศักยภาพให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้ทักษะตั้งแต่เรื่องของแนวโน้มการออกแบบ การคัดเลือกวัตถุดิบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนการสื่อสารทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และการนำเสนอผลงานการออกแบบ เพื่อเป็นพื้นฐานสำคัญในการก้าวกระโดดไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และพัฒนาต่อเนื่องจนสามารถแข่งขันในระดับอาเซียน (ASEAN) ได้อย่างเต็มภาคภูมิ”

3.3 สถานการณ์ปัจจุบันของผ้าไหมในอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย

ในปี พ.ศ. 2557 ตลาดผ้าไหมไทยมีมูลค่าซื้อขายถึง 6,000 ล้านบาทต่อปี สินค้ากลางน้ำ หรือผ้าไหม มีปริมาณการส่งออกที่ 496,499,291 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 76.26 ในขณะที่สินค้าต้นน้ำ หรือไหมดิบ มีมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 3.8 และสินค้าปลายน้ำมีมูลค่าลดลงร้อยละ 2.95 เมื่อเทียบกับปีต่อปี (ชนิกานต์ การวิวัฒน์, 2558: ออนไลน์)

จากโครงการเตรียมความพร้อมและสร้างเครือข่ายภาคธุรกิจอุตสาหกรรมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำของระบบโครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ซึ่งเน้นการใช้แรงงานเข้มข้น (Labor Intensive) ไม่จำเป็นต้อง

ลงทุนสูงและใช้เทคโนโลยีการผลิตไม่ซับซ้อนแต่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้ค่อนข้างสูง ซึ่งเทคโนโลยีการผลิตส่วนใหญ่ยังใช้เครื่องจักรที่มีอายุการใช้งานมานานแต่ก็ยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูง นอกจากนี้ แรงงานไทยเป็นแรงงานที่มีฝีมือ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จึงมีความประณีตและเป็นที่ต้องการของตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการทอ และเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการถักสำหรับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ อุตสาหกรรมไหม อุตสาหกรรมนอนูฟแวร์ ซึ่งผลิตผ้าอ้อมเด็ก ชุดผ่าตัดของแพทย์ ผลิตภัณฑ์ไว้ใช้ในโรงพยาบาล และอุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อการเคหะ เป็นต้น ที่ผ่านมามาประเทศไทยได้เปรียบด้านค่าจ้างแรงงานโดยผลิตตามคำสั่งซื้อ (OEM) แต่ผลจากค่าแรงที่สูงขึ้นทำให้ผู้ว่าจ้างได้ย้ายฐานการผลิตไปประเทศอื่น ดังนั้น ประเทศไทยต้องเร่งให้มีการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างสินค้าที่เป็นตราสินค้า (Brand Name) ของไทยเอง และพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีความรวดเร็วและแม่นยำขึ้น ดังนั้น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงได้ทำการวิเคราะห์ SWOT แฟชั่นไทย (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2555, น. 16-17) ไว้ดังนี้

ตาราง 7 ตาราง SWOT แฟชั่นไทย

จุดแข็ง (Strengths)	1. มาตรฐานการผลิตและมีฝีมือแรงงานไทยดีกว่าประเทศอื่นในอาเซียน แรงงานมีฝีมือทักษะสูง พัฒนาฝีมือได้เร็ว มีคุณภาพการผลิต ความประณีตและสามารถทำรูปแบบที่ตลาดต้องการได้ 2. ไทยมีห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมครบถ้วน ทั้งอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ 3. ผู้ประกอบการมีองค์ความรู้ ประสบการณ์ ความพร้อมมากกว่าประเทศอื่นในอาเซียน 4. ความเชื่อมั่นในคุณภาพ มาตรฐานการผลิต แรงงาน และสิ่งแวดล้อมของไทยมีภาพลักษณ์ดีในตลาดโลก
--------------------------------	--

จุดอ่อน (Weaknesses)	1. ต้นทุนแรงงานสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน 2. การขาดแคลนแรงงาน 3. ต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์สูง ขาดระบบการขนส่งทางราง 4. ผลกระทบด้านราคาสินค้าที่มีการนำเข้าจากอาเซียนด้วยกัน ซึ่งมีต้นทุนต่ำกว่า 5. ผู้ประกอบการยังไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ขาดการออกแบบพัฒนา 6. ขาดการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ
โอกาส (Opportunities)	1. ประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนมีต้นทุนแรงงานต่ำกว่าไทย 2. ไทยตั้งอยู่ศูนย์กลางของแหลมอินโดจีน 3. ใช้ CLMV เป็นฐานการส่งออกนอก AEC เพื่อประโยชน์จากสถานะ Least Developed Countries: LDCs 4. การรับและแบ่งงานตามความถนัดในสายโซ่อุปทาน (Supply & Value Chain) มีความร่วมมือในการผลิตร่วมกันและใช้ชิ้นส่วนต่างๆ ในการประกอบร่วมกัน โดยใช้จุดแข็งของแต่ละประเทศ

อุปสรรค (Threats)	1. ประเทศอื่นในอาเซียนก็ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน 2. มีการแข่งขันมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ 3. อุปสรรคที่สำคัญของไทย คือการสร้างตำแหน่งทางการแข่งขันของประเทศในฐานะศูนย์กลางแฟชั่นของภูมิภาค ซึ่งสิงคโปร์และฮ่องกงมีความชัดเจนในด้านนี้มากกว่าไทยอยู่มาก (สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย, 2558: ออนไลน์)
---------------------------------	--

ที่มา: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2555, น.16-17

สำหรับธุรกิจแฟชั่นของไทยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากผู้บริโภคหลายๆ กลุ่มทั้งหญิงและชาย โอกาสของผู้ประกอบการอยู่ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีแนวโน้มอย่างมากในการเผยแพร่แฟชั่นสินค้าจากไทย ออกสู่ต่างประเทศ โดยสามารถแบ่งนักช้อปปิ้งออกเป็น 4 กลุ่ม (การดี เลียวไพโรจน์ และคณะ, 2557, น. 16-17) ได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 นักช้อปปิ้งทั่วไป คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ และนิยมซื้อสินค้าติดไม้ติดมือกลับไปด้วย

กลุ่มที่ 2 นักช้อปปิ้งเชิงวัฒนธรรม คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวในสถานที่ประวัติศาสตร์ ส่งผลให้มีการซื้อสินค้าแฟชั่นที่อิงกับสถานที่เพื่อเป็นของที่ระลึก ของฝาก หรือของใช้ในกรณีที่มีความชอบส่วนตัว

กลุ่มที่ 3 นักช้อปปิ้งแบบมุ่งเป้า เป็นนักช้อปปิ้งที่มีการเตรียมตัวล่วงหน้า ในการจับจ่ายแบบตั้งใจ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญต่อการผลิตภัณฑ์ และจะคำนึงถึงคุณภาพการใช้งาน ประสิทธิภาพต่างๆ ของสินค้าเป็นอย่างมาก

กลุ่มที่ 4 นักช้อปปิ้งตามกระแส เป็นกลุ่มนักช้อปปิ้งที่มีการเตรียมไว้ล่วงหน้า โดยมีแรงกระตุ้นมากจากสภาพแวดล้อม คำเชิญชวน หรือ แฟชั่นกระแสนิยมๆ ต่างๆ ของโลก

จากภาพรวมด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมแฟชั่น (สิ่งทอและเครื่องแต่งกาย เครื่องหนังและรองเท้า เครื่องประดับ และอุปกรณ์ตกแต่ง) เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างยิ่ง โดยเห็นได้จากมูลค่าการส่งออกและการบริโภคภายในประเทศที่สร้างรายได้ และการจ้างแรงงานมากกว่า 2.0 ล้านคน มีมูลค่าการส่งออกในแต่ละปีไม่ต่ำกว่า 20,000 ล้านดอลลาร์

เหรียญสหรัฐ หรือ 600,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมทั้งหมด แบ่งเป็นมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประมาณ 7,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยตลาดส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และอาเซียน มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่อง-หนังและรองเท้าประมาณ 1,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป จีน และเวียดนาม และมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับประมาณ 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสวิสเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และฮ่องกง เป็นตลาดส่งออกสำคัญ (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2560: ออนไลน์) จะเห็นได้ว่าแนวโน้มผ้าไหมในอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยนั้นสามารถพัฒนาไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงจนสามารถแข่งขันในระดับอาเซียน (ASEAN) ได้

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

เพื่อความอยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ที่มีเทคโนโลยีที่ก้าวไกลทำให้รับรู้ได้ถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมแม้ว่าจะอยู่ใกล้กันครึ่งโลก ในกลุ่มคนบางประเภทจะไม่ยอมเปลี่ยนแปลงแม้สิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป และยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิม แต่ก็จะมีคนบางส่วนที่สามารถปรับตัวเข้ากับบริบท สิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไป สามารถเรียนรู้จนเกิดการยอมรับวัฒนธรรมใหม่ได้ แต่ในขณะเดียวกันวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีติดตัวมาก็ยังคงอยู่สามารถแสดงออกมาได้ในเวลาที่เหมาะสม ถือเป็นการผสมผสานทางวัฒนธรรมคุณลักษณะดังกล่าวเป็นการปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ ยอมรับสิ่งใหม่ แต่ยังคงรากเหง้าเดิม ส่วนกลุ่มคนอีกประเภทหนึ่งก็คือพวกที่ปรับตัวแล้วกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมใหม่ไม่คงเหลือซึ่งของเดิม เป็นการผสมผสานทางวัฒนธรรม จะเกิดขึ้นสมบูรณ์แบบเมื่อไม่สามารถทำการแยกคนออกจากกลุ่ม จะพบในกลุ่มของรุ่นลูกหลานเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการอบรมสั่งสอน การเลี้ยงดูของครอบครัวเป็นหลัก

ในขณะเดียวกันในเมืองไทย คนไทยที่อยู่กับที่ไม่ย้ายถิ่นไปไหน แต่ก็ต้องยอมรับว่าจะมีผู้คนหลากหลายเข้ามาหา การปรับตัวให้เข้ากับกระแสเศรษฐกิจ และสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสำหรับการดำรงชีวิตควรทำอย่างไร จึงจะเป็นการปรับตัวที่เข้ากับสถานการณ์ ยอมรับสิ่งใหม่ แต่ยังคงไว้ซึ่งรากเหง้าเดิม

4.1 ทฤษฎีนิเวศวิทยาทางวัฒนธรรม (Theory of Cultural Ecology)

นิเวศวิทยาวัฒนธรรม คือการศึกษาการปรับตัวของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคม การปรับตัวของมนุษย์ในที่นี้หมายถึงกระบวนการที่มนุษย์ปรับสภาพร่างกาย การดำรงชีวิตและสังคมวัฒนธรรมเพื่อที่จะให้มีชีวิตรอดภายใต้สภาพแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ จะเป็นการศึกษาลักษณะของการใช้เทคโนโลยี ระบบเศรษฐกิจ และการจัดระเบียบทางสังคม ภายใต้ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่กำหนดโดยสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งอาจศึกษาในมิติประวัติศาสตร์หรือสิ่งที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน ข้อถกเถียงสำคัญคือ สังคมของมนุษย์ดำรงอยู่ในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติได้อย่างไร และสภาพแวดล้อมส่งผลต่อการจัดรูปแบบและระเบียบทางสังคมของมนุษย์อย่างไร โดยได้รับการพัฒนามาจากวิวัฒนาการ ซึ่งช่วยให้เกิดความเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างประชากรมนุษย์ (งามพิศ สัตย์สงวน, 2558, น. 36-37)

นักมานุษยวิทยาที่สำคัญในกลุ่มนี้ได้แก่

จูเลียน เอช สจ๊วต (Julian H. Steward) ซึ่งให้ความหมายนิเวศวิทยาว่า “คือ การปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อม” นิเวศวิทยาทางวัฒนธรรม จึงหมายถึงวิธีการศึกษาหาข้อกำหนดหรือหลักเกณฑ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผลกระทบจากการปรับตัวเข้ากับสภาวะแวดล้อม (ของมนุษย์แต่ละสังคม)

คลิฟฟอร์ด กีทซ์ (Clifford Geertz) ได้ศึกษาพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของแบบแผนการเกษตรในอินโดนีเซีย ได้เขียนหนังสือ “Agricultural Involution” (1963) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของระบบนิเวศที่มีต่อโครงสร้างสังคม หัวใจที่สำคัญของแนวคิดนี้ก็คือ “การรวมเอา ระบบสังคม วัฒนธรรมและสภาวะทางชีววิทยาเข้าด้วยกันในการศึกษาการพัฒนาของสังคม” และได้สรุปว่าทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรมนี้ จะช่วยให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างประชากร สิ่งแวดล้อมทางสังคมและลักษณะทางกายภาพในสังคมได้

มาร์วิน แฮร์ริส (Marvin Harris) ศึกษาการทำสงครามของชนบรรพกาล (Primitive Warfare) โดยอธิบายว่า “สงครามเป็นกลไกอันหนึ่งในการปรับจำนวนประชากรให้เหลือพอที่จะสามารถอาศัยอยู่ในระบบนิเวศหนึ่งได้อย่างเหมาะสม”

หลังสงครามโลกครั้งที่สอง การวิจัยในเรื่องนิเวศวิทยาวัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปหลายส่วน การวิจัยได้สะท้อนภาพความสำคัญของความรู้ด้านภูมิศาสตร์ นิเวศวิทยา การบริโภคนิยม มานุษยวิทยานิเวศน์ และทฤษฎีที่อธิบายโครงสร้างระบบ นอกจากนี้ยังสนใจประเด็นเกี่ยวกับการศึกษาประสบการณ์ของมนุษย์ที่มีต่อธรรมชาติ เนื่องจากวัฒนธรรมแต่ละแห่งจะก่อเป็นรูปร่างได้ต้องขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม มนุษย์จะจัดระบบธรรมชาติด้วยการตั้งชื่อ

จัดประเภท สร้างสัญลักษณ์ที่เกี่ยวกับพืช สัตว์ และอากาศที่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต สมาชิกในวัฒนธรรมหนึ่งๆ จะแสดงออกโดยสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม แต่การศึกษา มานุษยวิทยาเชิงนิเวศน์ไม่อาจล่องลอยไปได้ถ้ามองข้ามปัจจัยเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ฮาโรลด์ คองลิน ศึกษาชนเผ่าฮานูในฟิลิปปินส์ พบว่าแบบแผนวัฒนธรรมของคนเหล่านั้นขึ้นอยู่กับ การเพาะปลูก ซึ่งเป็นตัวอย่างการศึกษาแรกๆ ของมานุษยวิทยานิเวศน์

แนวคิดเรื่องระบบจึงกลายเป็นสิ่งสำคัญต่อการวิจัยทางนิเวศน์ แนวคิดนี้อธิบาย เรื่องโครงสร้าง ลำดับชั้น และความสัมพันธ์แบบวงจร ซึ่งก่อให้เกิดความเข้าใจต่อแบบแผน ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม นอกจากนั้นยังมีความสนใจที่จะศึกษา ปฏิสัมพันธ์เชิงนามธรรม เช่น พิธีกรรมและสัญลักษณ์ ซึ่งเกี่ยวโยงไปถึงเรื่องการบริโภค สภาพ อากาศ และเทคนิคการยังชีพ

4.2 ทฤษฎีวิวัฒนาการทางวัฒนธรรม (Theory of Cultural Evolution)

(จูดีศักดิ์ เวชกามา, 2559, น. 136-147)

ทฤษฎีวิวัฒนาการได้รับอิทธิพลมาจากทฤษฎีวิวัฒนาการทางชีวภาพของชาร์ลส์ ดาร์วิน (Charles Darwin) ต่อมาได้ถูกนำไปใช้ในการศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งคือการเปลี่ยนแปลงอย่างมีกระบวนการเป็นขั้นเป็นตอนไปตามลำดับ จากขั้นหนึ่งไปสู่อีกขั้นหนึ่ง โดยมี พัฒนาการที่ก้าวหน้ากว่าขั้นที่ผ่านมา จากความเรียบง่ายไปสู่ความซับซ้อนมากขึ้นไปเรื่อยๆ จน เกิดเป็นสังคมที่สมบูรณ์ โดยมีนักสังคมวิทยาที่สร้างทฤษฎีวิวัฒนาการทางวัฒนธรรม ดังนี้

อวกุสต์ กอมต์ (Auguste Comte) ที่เสนอว่าสังคมมนุษย์มาพัฒนาการ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้เป็น 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นเทววิทยา 2) ขั้นอุปธิปรัชญา 3) ขั้นวิทยาศาสตร์

ลิวอิส เฮนรี มอร์แกน (Lewis Henry Morgan) ที่เสนอว่ามี 3 ขั้นตอนเช่นกัน แต่ เป็น 1) สังคมคนป่า 2) สังคมอนาอารยชน 3) สังคมอารยธรรม

เฮอร์เบิร์ต สเปนเซอร์ (Herbert Spencer) เสนอว่า วิวัฒนาการของสังคมมนุษย์ เป็นแบบสายเดียว ทุกอย่างมาจากแหล่งเดียวกัน และมารวมตัวกันด้วยกระบวนการสังเคราะห์ จึง ทำให้มนุษย์มีความสามารถในการปรับตัวได้ และจะนำไปสู่การพัฒนาได้เป็นอย่างดี

โรเบิร์ต เรดฟิลด์ (Robert Redfield) เสนอว่า การเปลี่ยนแปลงเริ่มต้นจาก สังคม ชาวไปไปสู่สังคมเมือง

ทฤษฎี Elevationism เป็นทฤษฎีวิวัฒนาการทางของวัฒนธรรมหรือพฤติกรรมของมนุษย์ มีผู้ให้กำเนิดคือ เอ็ดเวิร์ด บี เทเลอร์ (Edward B. Taylor) ชาวอังกฤษ โดยสนใจที่จะศึกษา มุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมมนุษย์ ทั้งพฤติกรรมส่วนตัวและพฤติกรรมกลุ่ม โดยตั้งข้อสังเกตถึงพฤติกรรม ส่วนตัวกลายมาเป็นพฤติกรรมกลุ่ม และเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในสังคมได้อย่างไร

อย่างไรก็ตามแม้จะมีนักสังคมวิทยาหลายคนพยายามจะถกเถียงเพื่อทำความเข้าใจในทฤษฎีนี้ในแง่ของบทสรุปว่าจะอะไรที่เป็นสาเหตุที่ทำให้วัฒนธรรมของมนุษย์พัฒนาไปได้เรื่อยๆ จึงทำให้เกิดการย้อนความไปถึงแนวคิดของชาร์ลส์ ดาร์วิน ที่ว่า “ความอยู่รอดของผู้ที่เหมาะสม (Survival for the Fittest)” ที่เชื่อว่าสิ่งมีชีวิตจะอยู่รอดได้ แสดงว่าธรรมชาติเป็นผู้เลือกแล้วว่าแข็งแรงที่สุด สมควรที่จะอยู่รอดได้ เพราะสามารถต่อสู้กับภัยธรรมชาติรอบตัวได้โดยอิงถึงสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งนักสังคมวิทยาบางคนจึงได้มีข้อคิดเห็นว่า ผู้ที่เจริญได้ก็คือผู้ที่ปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมทุกอย่างในทุกระดับได้ ดังนั้นสิ่งแวดล้อมที่ต่างกันทำให้มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม สังคมจะเจริญได้หรือพัฒนาไม่ขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวนั่นเอง และเมื่อเอาสิ่งแวดล้อมเข้ามาเป็นปัจจัยในการพิจารณาจะเห็นได้ว่าเหตุใดบางสังคมเจริญและบางสังคมไม่เจริญ

4.3 แนวคิดทางการตลาด

แนวคิดทางการตลาดนั้นมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพ และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และการตลาดเป็นกลไกหลักในการผลักดันให้ระบบเศรษฐกิจสามารถขยายตัวและเติบโต การตลาดเป็นเครื่องมือในการยกระดับการดำรงชีวิตของผู้บริโภคในสังคมให้สูงขึ้น ซึ่งเกิดขึ้นจากระบบการแข่งขันทางการตลาดที่จะเป็นปัจจัยให้ผู้ผลิตเร่งพัฒนาสินค้าหรือบริการของตนให้มีคุณภาพเกิดความสะดวกรวดเร็ว หรือมีราคาต่ำกว่าคู่แข่ง รวมทั้งเป็นปัจจัยให้เกิดการกระจายรายได้และการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น

4.3.1 แนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) วิวัฒนาการแนวความคิดทางการตลาด สามารถแบ่งได้ 5 ลักษณะ ดังนี้

4.3.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการผลิต (มุ่งเน้นการปรับปรุงการผลิตให้ดีขึ้น และหาวิธีการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด และผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้สะดวก) แนวความคิดแบบมุ่งเน้นการผลิต (Production Concept) เป็นแนวความคิดที่เก่าแก่ที่สุดของฝ่ายขาย โดยคิดว่าผู้บริโภคพอใจที่จะซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ตนชอบ หาซื้อง่าย และต้นทุนต่ำเท่านั้น ดังนั้นหน้าที่ด้านการตลาดคือปรับปรุงผลิตในปริมาณมากภายใต้ต้นทุนการผลิตที่ต่ำที่สุด สินค้าที่ผลิตออกมาสามารถขายได้เกือบทั้งหมด เนื่องจากอุปสงค์ (Demand) หรือปริมาณความต้องการในสินค้าที่จะ

ใช้บริโภคมีมากกว่าอุปทาน (Supply) ซึ่งเป็นปริมาณของการเสนอขายสินค้าที่ผลิตสินค้าออกสู่ตลาด

แนวความคิดทางการตลาดแบบมุ่งเน้นการผลิตนี้ จะยึดหลักว่าผู้บริโภคจะพิจารณาซื้อด้วยความพึงพอใจในสินค้าที่มีราคาต่ำและหาซื้อได้ง่าย นักการตลาดจึงต้องปรับปรุงการผลิตให้ดีขึ้น เพื่อลดต้นทุนให้ต่ำและจัดจำหน่ายให้ทั่วถึง ซึ่งจะเป็นตลาดของผู้ขายหรือตลาดผูกขาด

4.3.1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product Concept) (จะต้องปรับปรุงและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เหนือกว่าคู่แข่งตลอดเวลา) เนื่องจากผลของการมุ่งเน้นการผลิตที่ใช้ต้นทุนต่ำ เพื่อให้ได้ผลผลิตจำนวนมาก โดยสินค้าที่ผลิตออกมาจำหน่ายไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านคุณภาพและราคาทำให้เกิดภาวะสินค้าล้นตลาด ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องพยายามคิดค้นหาวิธีที่จะทำให้สินค้าเกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยปรับปรุงสินค้าให้มีคุณภาพและรูปลักษณะที่ดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับราคา เพื่อสร้างความแตกต่างแนวความคิดทางการตลาดแบบนี้จะยึดหลักว่าผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจในสินค้าที่มีคุณภาพและรูปลักษณะที่ดีที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับราคาจึงต้องปรับปรุงคุณภาพและพัฒนาให้ดีกว่าคู่แข่ง

4.3.1.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการขาย (จะต้องหาวิธีการสื่อสารให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับและเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาซื้อผลิตภัณฑ์) (Selling Concept) เป็นแนวความคิดที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางการขาย เนื่องจากคู่แข่งที่มีอยู่มากในตลาด ได้มีการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพเท่าเทียมกันประกอบกับเป็นช่วงที่ผู้บริโภคคำนึงถึงความจำเป็นในการใช้สินค้า กล่าวคือผู้บริโภคจะซื้อเฉพาะสินค้าที่จำเป็นและตรงกับความต้องการเท่านั้น นักการตลาดจึงต้องจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งวิธีการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคคือการอาศัยพนักงานขายให้เป็นผู้นำเสนอขายสินค้า กิจกรรมต่าง ๆ พยายามที่ปรับปรุงรูปแบบวิธีการขาย โดยมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการขายให้กับพนักงานขาย มีการส่งเสริมการตลาดในด้านต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมการขายด้วยของแถมของแจก การเผยแพร่ข่าวสาร การจัดกิจกรรมเพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และตัดสินใจซื้อสินค้า

แนวความคิดทางการตลาดแบบมุ่งเน้นการขาย จะยึดหลักว่าผู้บริโภคจะซื้อสินค้าต่อเมื่อมีความจำเป็น นักการตลาดจึงต้องพยายามปรับปรุงหน่วยงานขายให้มีประสิทธิภาพด้วยการคัดสรรพนักงานที่มีความสามารถในด้านของเทคนิคการขาย โดยพยายามคิดค้นหาวิธีการขายรูปแบบใหม่ ๆ

4.3.1.4 แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาด (ต้องทราบความต้องการแท้จริงของตลาดเป้าหมาย และสามารถจัดผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น จะต้องมีการทำวิจัยการตลาด เพื่อพัฒนาส่วนประสมทางตลาดให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย) (Marketing Concept) เป็นแนวความคิดที่กิจการให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคมากขึ้น โดยเริ่มมีการศึกษาวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นอันดับแรกและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปผลิตเป็นสินค้าขึ้นมา เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแนวความคิดแบบเดิมที่มุ่งเน้นแต่ทางด้านการผลิต เมื่อมีสินค้าจำนวนมากแล้วก็นำออกขายแก่ผู้บริโภค ธุรกิจจึงต้องทำการหาข้อมูลทางการตลาดเกี่ยวกับผู้บริโภคให้มากที่สุดแล้วนำข้อมูลที่ได้รับมาดำเนินการผลิต แนวความคิดทางการตลาดแบบมุ่งเน้นการตลาด จะยึดหลักว่าผู้บริโภคจะซื้อสินค้าด้วยความพึงพอใจนอกเหนือจากคุณภาพของสินค้า นักการตลาดจึงต้องทำการวิจัยตลาด วิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภค แล้วนำข้อมูลมาผลิตเป็นสินค้าหรือปรับปรุงสินค้าให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคซึ่งมีความแตกต่างกับแนวความคิดทางการขายด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.3.1.5 แนวความคิดการตลาดเพื่อสังคม (จะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้บริโภค ของบริษัท และของสังคม) (Social Marketing Concept) เป็นแนวความคิดสมัยใหม่ที่ธุรกิจในปัจจุบันนี้ให้ความสนใจ และใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจการ ขณะเดียวกันผู้บริโภคก็มีความคิดเห็นว่าธุรกิจควรให้บริการช่วยเหลือแก่สังคมในด้านต่าง ๆ โดยมีมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายเพียงเท่านั้น แต่ควรจะคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การไม่ผลิตสินค้าด้วยคุณภาพ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม รวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด ด้วยการปฏิบัติตามหลัก 3 R's คือ Re-fill หมายถึงการผลิตสินค้าชนิดเดิม ทำให้ประหยัดวัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์ Re-use = หมายถึงการผลิตสินค้าที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้ซ้ำหรือกลับมาใช้ประโยชน์อื่นได้ และ Recycle หมายถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษหรือพลาสติกที่ผลิตจากวัสดุที่ใช้แล้วนำมาผลิตใหม่

แนวความคิดทางการตลาดแบบมุ่งเน้นสังคม จะยึดหลักว่าการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันจะต้องควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคมองกิจการในแง่ดีว่าเป็นผู้ทำธุรกิจเพื่อสังคม ห่วงใยสังคม และห่วงใยสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันแนวความคิดในการดำเนินงานทางการตลาดเปลี่ยนไปจากการมุ่งผลิตหรือขายไปเน้นความสำคัญของผู้บริโภคหรือตลาด เพราะปัจจุบันมีคู่แข่งจำนวนมาก ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกผลิตภัณฑ์ได้มากกว่าการตลาดสมัยใหม่นี้อาจยึดหลักการดังนี้

ก. ลูกค้าคือหน่วยสำคัญ ลูกค้าคือหัวใจของตลาด (ต้องกำหนดความต้องการของผู้บริโภคให้ได้และสนองความต้องการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ)

ข. ดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย (เป้าหมาย คือ กำไรสูงสุด ส่วนเป้าหมายอื่นที่ต้องคำนึงถึง คือ การครองตลาด ยอดขาย การป้องกันผลิตภัณฑ์ ความเจริญของบริษัท เป็นต้น)

ค. คำนึงถึงความต้องการของสังคม (สังคมไม่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่สร้างมลพิษให้กับชุมชนเขาหรือไม่ประสงค์ที่จะบริโภคอาหารที่มีสารเคมีเจือปน หรือสินค้าไม่ได้มาตรฐาน)

4.3.2 กระบวนการการตลาด การตลาด คือ การกระทำกิจกรรมต่างๆ ในทางธุรกิจที่มีผลให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการนั้นๆ ให้ได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกัน ก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ องค์ประกอบของการตลาดมีดังนี้

ก. มีสิ่งที่จะโอนเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ คือ สินค้าหรือบริการ

ข. มีตลาด คือ ผู้ซื้อที่ต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ

ค. มีผู้ขายสินค้าหรือบริการ

ง. มีการแลกเปลี่ยน

4.3.3 แผนการตลาด หรือ Marketing Plan หมายถึง เอกสารที่สรุปใจความสำคัญของแผนธุรกิจทั้งหมดซึ่งอธิบายการกำหนดทิศทางหรือแนวทาง วิเคราะห์สถานการณ์ กลยุทธ์ทางการตลาดและวิธีในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้กิจการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ อีกทั้งยังเป็นตัวสะท้อนความเป็นไปได้ของธุรกิจ โดยคำนึงถึงการทำงาน การบริหารทรัพยากรให้เกิดหมุนเวียนที่มีประโยชน์สูงสุด ประกอบไปด้วย

4.3.3.1 บทสรุปสำหรับผู้บริหารและเนื้อหา (Executive Summary) สรุปเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของบริษัท และวัตถุประสงค์การตลาด

4.3.3.2 การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดในปัจจุบัน (Current Marketing Situation) เป็นการนำข้อมูลภูมิหลังของบริษัท ด้านผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง

4.3.3.3 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เป็นการระบุถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่กระทบต่อสายผลิตภัณฑ์

4.3.3.4 การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective) การตัดสินใจเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการตลาด

4.3.3.5 การกำหนดส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาดจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับ

กับการปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งมีหลากหลายมาก เช่น 4Ps 5Ps ที่เหมาะกับการทำธุรกิจประเภทผลิตและจำหน่ายสินค้า ส่วนประสมทางการตลาดแบบ 5Ps ประกอบด้วย ผู้บริโภคเป้าหมาย (People) ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่วน 7Ps 8Ps นั้นเหมาะกับการทำธุรกิจประเภทให้บริการ

4.3.3.6 โปรแกรมเกี่ยวกับการปฏิบัติ (Action Program) เป็นการแสดงว่าแผนการตลาดนั้นจะมีโปรแกรมการตลาดที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างไร

4.3.3.7 งบกำไรขาดทุนโดยประมาณการ (Projected Profit-and-loss Statements) เป็นการสร้างงบประมาณสนับสนุนแผน งบประมาณนี้แสดงยอดที่ได้จากการพยากรณ์

4.3.3.8 การควบคุม (Controls) เป็นส่วนสุดท้ายของแผนการตลาด เป็นการตรวจสอบความก้าวหน้าของแผน วัดผลการดำเนินงานทางการตลาด โดยใช้การวิเคราะห์ยอดขาย กำไร ส่วนครองตลาด ฯลฯ

4.3.4 เครื่องมือที่ใช้วางกลยุทธ์ทางการตลาด (STP) กลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์แปลว่า “แนวทางเพื่อบรรลุเป้าหมาย” มาจากภาษาอังกฤษว่า “Strategy” ซึ่งเป็นเรื่องที่ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบต้อง “กำหนด” หรือ “เลือกใช้” หรือ “เลือก” จากในบรรดาทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ดังนั้น คำๆ นี้จึงเป็นการมอง “ภาพใหญ่ในการขับเคลื่อน” และยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ย่อมต้องมาก่อน “ยุทธวิธีหรือรายการ/ปฏิบัติการ” เมื่อพูดถึงกลยุทธ์ธุรกิจก็ต้องเลือกระหว่าง “จะเป็นผู้นำด้านต้นทุนให้ได้” หรือ “จะมุ่งสร้างความแตกต่าง” เมื่อจะให้วางกลยุทธ์การสื่อสาร ก็ย่อมต้องเข้าใจว่าคำตอบที่ต้องได้คือ ต้องการจะบอกอะไรผู้รับสาร และหากพูดถึงกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญคือ STP ซึ่งหมายถึง

4.3.4.1 ตัวอักษร S ย่อมาจาก Segmentation แปลว่าการแบ่งส่วนตลาด หมายถึง การแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มย่อยที่มีความเหมือนกันโดยใช้เกณฑ์ต่างๆ ตัวอย่างเกณฑ์กรณีตลาดผู้บริโภค เช่น เกณฑ์ประชากรศาสตร์ (แบ่งกลุ่มคนออกตามอายุ เพศ สถานภาพ สมรส การศึกษา อาชีพ รายได้) เกณฑ์ภูมิศาสตร์ (แบ่งกลุ่มคนออกตามโซนทำเล ภูมิภาค ภูมิภาค ประเทศ) เกณฑ์จิตลักษณะ (แบ่งคนออกตามบุคลิกลักษณะนิสัยและวิถีชีวิต) เกณฑ์พฤติกรรม (แบ่งคนออกตามพฤติกรรมการซื้อ การใช้ หรือประโยชน์ที่ต้องการจากผลิตภัณฑ์) ฯลฯ สารสำคัญอยู่ที่การเลือกเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดอย่างสร้างสรรค์

4.3.4.2 T ย่อมาจาก Targeting แปลว่า การเลือกตลาดเป้าหมาย เป็นการกำหนดว่า “ส่วนตลาดย่อยๆ” ที่แบ่งไว้จากขั้นตอน S-Segmentation จะเลือกกลุ่มใด และจะเลือกกลุ่มเดียวอย่างมุ่งมั่นหรือเลือกหลายกลุ่มโดยตอบสนองให้แตกต่างกัน หรือเลือกทั้งหมดโดยมุ่งตอบสนองเหมือนกัน

4.3.4.3 P ย่อมาจาก Positioning แปลว่า การวางตำแหน่ง หมายถึงการกำหนดตำแหน่งของตนเองให้เป็นที่รู้จักจดจำว่า “แตกต่างออกจากคู่แข่ง” และ “โดนใจกลุ่มเป้าหมายมากกว่า” ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ทั้ง Product Positioning – การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเราให้เกิดการรับรู้จดจำว่าแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น หรือ Brand Positioning-การวางตำแหน่งตราของเราเป็นให้แตกต่างโดดเด่นโดนใจและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมายมากกว่าตราของคู่แข่ง

กลยุทธ์ที่ดีคือผลผลิตจากการวิเคราะห์ที่เชื่อมโยงปัจจัยแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน โอกาสและอุปสรรค จุดแข็งและจุดอ่อน ทั้งในปัจจุบันและอนาคตทั้งใกล้ไกล รวมไปถึงการกำหนดกลยุทธ์ที่ดี เนื่องจากกลยุทธ์เป็นสิ่งกำกับให้ส่วนผสมทางการตลาด (4Ps 5Ps 7Ps 8Ps) และงานการตลาดมุ่งไปในทางเดียวกัน

4.4 กระบวนการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่น

ในยุคก่อนประวัติศาสตร์ มนุษย์ใช้เครื่องห่อหุ้มร่างกายจากสิ่งที่ได้มาจากธรรมชาติ เช่น ใบไม้ ใบหญ้า หนังสัตว์ ขนนก ดิน สีต่างๆ ฯลฯ มนุษย์บางเผ่าพันธุ์รู้จักการใช้สิ่งที่ทำมาจากต้นพืช โดยนำมาเขียนหรือสักตามร่างกายเพื่อใช้เป็นเครื่องตกแต่งแทนการใช้เครื่องห่อหุ้มร่างกาย ต่อมามนุษย์มีการเรียนรู้ ถึงวิธีที่จะดัดแปลงการใช้เครื่องห่อหุ้มร่างกายจากธรรมชาติให้มีความเหมาะสมและสะดวกต่อการแต่งกาย เช่น มีการผูก มัด สาน ถัก ทอ อัด ฯลฯ และมีการวิวัฒนาการเรื่อยมา จนถึงการรู้จักใช้วิธีตัดและเย็บ จนในที่สุดได้กลายมาเป็นเทคโนโลยีจนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้ ปัจจุบันเครื่องแต่งกายสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท คือ

4.4.1 ประเภทของเครื่องแต่งกาย สามารถแบ่งได้หลายประเภท เช่น

4.4.1.1 การแบ่งประเภทของเครื่องแต่งกายด้วยโอกาสใช้สอย ซึ่งมีหลากหลาย คือ โอกาสลำลอง (ไม่เป็นทางการ) โอกาสในการทำงาน (เป็นทางการ) โอกาสพิเศษ (เป็นทางการในระดับสากล)

4.4.1.2 การแบ่งประเภทของเครื่องแต่งกายด้วยวิธีการการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ซึ่งหมายถึงกระบวนการในการแบ่งหรือแยกลูกค้าออกเป็นกลุ่มย่อยๆ เพื่อให้ลูกค้าที่มีลักษณะความต้องการคล้ายคลึงกันมาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพ

ในการทำงานทางการตลาดและจัดสรรงบประมาณในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีความต้องการแตกต่างกัน สามารถแบ่ง ออกได้เป็น 3 กลุ่ม ซึ่งคือ

ก) เสื้อผ้าชั้นสูง หรือ โอต์ กูตูร์ (Haute Couture) หรือ ไฮต์ แฟชั่น (High Fashion) ที่ถือกำเนิดในช่วงศตวรรษที่ 19 ที่กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส มีการจัดโชว์สำหรับเสื้อผ้าชั้นสูงปีละ 2 ครั้ง เป็นการผลิตแบบวัดตัวตัด (Custom-made) เฉพาะสำหรับผู้บริโภค มีราคาสูงมาก มีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและมีไว้เพื่อสื่อสารความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบรวมทั้งเป็นการจัดวางแบรนด์ให้อยู่ในกระแส ซึ่งไม่ใช่ทุกแบรนด์จะทำได้ แบรนด์เสื้อผ้าจะสามารถใช้คำว่า โอต์ กูตูร์ กับแบรนด์ของตนเองได้ต่อเมื่อผ่านมาตรฐานของสมาคมเสื้อผ้าชั้นสูงของฝรั่งเศส เดอะ แชมเบอร์ ซินดีเคิล เดอ ลา กูตูร์ (The Chambre Syndicale de la Couture) เสียก่อน ปัจจุบันคำว่า บีสโป๊ก (Bespoke) และ เมด ทู เมเชอร์ (Made-to-measure) ก็สามารถใช้ได้กับเสื้อผ้าที่มีการวัดตัวตัดเช่นเดียวกัน (Toby Meadows. 2009: 9)

ข) เสื้อผ้าสำเร็จรูป หรือ เพรท-อะ-พอร์เท (Pret A Porter) หรือ เรดี้ ทู เวียร์ (Ready To Wear: RTW) ถือกำเนิดหลังจากเสื้อผ้าชั้นสูงในปี ค.ศ. 1960 โดยแตกออกมาจากแบรนด์เดียวกัน มีการจัดโชว์ได้หลายครั้งในแต่ละปีตามแต่กำหนดการของสัปดาห์แฟชั่น (Fashion Week) มีราคาสูงปานกลางจัดเป็นกลุ่มที่อยู่ตรงกลางระหว่างเสื้อผ้าชั้นสูงและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตเป็นจำนวนมาก เพื่อผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขายเป็นคอลเลกชันให้กับห้างสรรพสินค้า ร้านบูติกที่ต้องการ หรือมีร้านค้าปลีกเป็นช่องทางแบรนด์เองเพื่อทำการจำหน่ายตรงให้กับผู้บริโภค (Toby Meadows. 2009: 10)

ค) เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำนวนมาก (Mass) จะผ่านกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนน้อยกว่าเสื้อผ้าชั้นสูง และเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีการผลิตเป็นจำนวนมาก มีการกำหนดขนาดมาตรฐาน โดยมีการผลิตล่วงหน้าตามแนวโน้มแฟชั่นแล้วจึงนำออกมาจำหน่าย เป็นประเภทที่มีราคาต่ำที่สุด (Toby Meadows. 2009: 10)

4.4.1.3 การแบ่งประเภทของเครื่องแต่งกายด้วยฤดูกาล มักจะเห็นได้ชัดเจนกว่าในต่างประเทศ เช่น ฤดูหนาว ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน และฤดูใบไม้ร่วง

4.4.2 กระบวนการออกแบบเครื่องแต่งกาย การออกแบบเครื่องแต่งกายโดยเฉพาะการออกแบบเพื่อการขายนั้นมีการบวนการหลายขั้นตอน ประกอบไปด้วย

4.4.2.1 โจทย์ทางการออกแบบ (Design Brief) มีหลายประเภท เช่น โจทย์ที่กำหนดในเรื่องของฤดูกาล ประโยชน์การใช้สอยของผลิตภัณฑ์ โจทย์ที่ตอบสนองความต้องการ

ของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นข้อกำหนดโครงร่างสำหรับการออกแบบ (Colin Renfrew; & Elinor Renfrew, 2009 , p. 140)

4.4.2.2 แรงบันดาลใจ (Inspiration) ที่มาจากพลังในตนเองของนักออกแบบ ใช้เป็นแรงขับเคลื่อนการคิดและการกระทำที่พึงประสงค์ให้บรรลุผลสำเร็จได้ตามต้องการโดยไม่ต้องอาศัยสิ่งจูงใจภายนอก เช่น การได้รับแรงบันดาลใจมาจากการแต่งกายในสมัยต่างๆ ในอดีตที่ผ่านมาไปแล้ว แรงบันดาลใจไม่เป็นเพียงสิ่งสำคัญสำหรับนักออกแบบเสื้อผ้าเท่านั้น ยังเป็นแรงขับที่จะเคลื่อนศิลปินให้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะในสาขาอื่นๆ อีกด้วย (Jay Chlderin, 2013, p. 20)

4.4.2.3 การค้นคว้าข้อมูลเพื่อพัฒนา (Research and Development)) เป็นกลวิธีรวบรวมข้อมูลที่เชื่อมโยงกับโจทย์ทางการออกแบบและแรงบันดาลใจทั้งหมดที่นักออกแบบสนใจมาไว้ด้วยกัน ถือเป็นการค้นคว้าข้อมูลเพื่อพัฒนา และใช้เป็นแหล่งกำเนิดความคิดและการสร้างสรรค์ (Colin Renfrew; & Elinor Renfrew. 2009 :18-19) โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วงคือ

ก) การสร้างบอลูน (Balloon Idea) เป็นการรวบรวมข้อมูลดิบทั้งหมดในเบื้องต้น โดยมากมาจากแรงบันดาลใจ กลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีความคล้ายคลึงกับการจัดแผนที่ทางความคิด แต่มีภาพรวมที่กว้างกว่าและยังไม่ได้ผ่านการวิเคราะห์

ข) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) เมื่อเก็บรวบรวมที่เพียงพอสำหรับความต้องการแล้ว ก็จะมีการ แยกประเภท หาข้อสรุปเกี่ยวกับลักษณะต่างๆ ของข้อมูล การพิจารณาหาว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้มีความสัมพันธ์กับข้อมูลอื่นหรือไม่อย่างไร แล้วจึงการตีความข้อมูลเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ใหม่ให้เป็นไปในแนวทางที่ต้องการ

ค) การจัดแผนที่ทางความคิด (Mind Mapping) เมื่อมีการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วนักออกแบบก็จะสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้เลือกมาสร้างกระบวนการทางความคิดอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงทุกอย่างเข้าด้วยกัน ในขั้นตอนนี้จะทำให้นักออกแบบสามารถมีแนวทางในการออกแบบที่ชัดเจนขึ้น

4.4.2.4 อารมณ์รวมและแนวความคิดในการออกแบบ (Mood & Concept) เป็นส่วนที่ใช้นำเสนอข้อมูลทั้งหมดที่สังเคราะห์ออกมาเป็นภาพรวมจากแรงบันดาลใจ เช่น ภาพถ่ายที่สนใจ ตัวอย่างวัสดุ ภาพแบบร่างคร่าวๆ เป็นต้น (Jay Chlderin, 2013, p. 21-22) โดยการสร้างอารมณ์ เล่าเรื่อง และแสดงแนวความคิด (Concept) ที่ชัดเจนในการออกแบบ เนื่องจากแนวความคิดนั้นถือเป็นจุดกำเนิดที่สำคัญของการสร้างสรรค์ผลงาน (Olivier Gervat, 2008, pp. 84-85)

4.4.2.5 โครงร่างเงา (Silhouettes) คือโครงสร้างภายนอกหรือกรอบโครงที่ผลิตภัณฑ์เป็นเมื่อมีผู้สวมใส่ เป็นสิ่งแรกที่ถูกเห็นในครั้งแรกและตอบสนองต่อผลงานของนักออกแบบ ดังนั้นนักออกแบบต้องมีความเข้าใจเป็นอันดับหนึ่งในหลักของโครงสร้างภายในเพื่อที่จะกำหนดโครงร่างเงา หรือโครงสร้างภายนอก เป็นรูปทรงที่ชัดเจน เพื่อสื่อสารถึงผู้บริโภค (Olivier Gervat, 2008, p. 33)

4.4.2.6 เทคนิค (Techniques) สำหรับเครื่องแต่งกายเทคนิคหรือวิธีการสร้างความแปลกใหม่และแตกต่างที่มักเกิดขึ้นกับพื้นผิวของวัสดุ เช่น การพิมพ์ลายด้วยมือ การพิมพ์ลายด้วยระบบดิจิทัล การพิมพ์ลายแบบใช้ความร้อนทรานสเฟอร์ การใช้เครื่องเลเซอร์ตัดเจาะ ผืนผ้าเป็นลวดลาย การตอกให้เกิดรู เป็นต้น ซึ่งมักจะเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือเครื่องมือทุนแรงต่างๆ

4.4.2.7 รายละเอียดตกแต่ง (Details) เสื้อผ้าส่วนใหญ่มีโครงร่างเงาและเส้นสายที่สวยงาม หากแต่รายละเอียดตกแต่งที่จะใช้ในการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับเข็มและด้าย เช่น การปักด้าย การปักลูกบิด จะเป็นการกำหนดให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างผลงานของนักออกแบบแต่ละคน สื่อสารถึงเรื่องราว และสร้างความกลมกลืนให้กับผลงานการออกแบบ (Olivier Gervat, 2008, p. 54)

4.4.2.8 สี (Colors) สีเป็นสิ่งที่รับรู้ได้โดยง่าย เป็นหน้าที่ของนักออกแบบในการเลือกใช้สีที่จะบูรณาการระหว่างโครงร่างเงา รายละเอียดตกแต่ง และพื้นผิวต่างๆ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้พบเห็น โดยมากมาจากแรงบันดาลใจ เพื่อความชัดเจนในแนวทางของการออกแบบ (Jay Chlдерin. 2013, pp. 109-110)

4.4.2.9 วัสดุและพื้นผิว (Materials & Textures) การมองเห็นและรู้สึกได้ถึงผิวสัมผัสของผลิตภัณฑ์ที่นักออกแบบเลือกใช้เป็นส่วนประกอบสำคัญนั้น เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องคำนึงถึงให้สอดคล้องกับโครงร่างเงา และรายละเอียดตกแต่ง รวมทั้งประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์อีกด้วย (Olivier Gervat, 2008, p. 66)

4.4.2.10 แบบร่าง (Sketch Designs) การออกแบบร่างเป็นการสื่อสารความคิดในการออกแบบทั้งหมดให้ออกมาเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

4.4.2.11 การเขียนแบบทางเทคนิค (Technical Drawings) เป็นการวาดภาพที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับผังของผลิตภัณฑ์ หรืออาจเรียกได้ว่าการเขียนแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งมีความสำคัญมากในการผลิต (Olivier Gervat, 2008, p. 162)

นอกจากที่กล่าวไปแล้วยังรวมไปถึงการนำเสนอผลงาน (Presentation) เพื่อให้ผ่านไปถึงกระบวนการผลิต (Production) โดยเมื่อผลิตเสื้อผ้าตัวอย่างแล้วก็นำเสื้อผ้าเหล่านั้นไปการถ่ายแบบภาพชุด (Look book) และใช้สำหรับเตรียมเอกสารข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์ (Press Kit) จนกระทั่งการจัดการเดินแบบ (Fashion Show) หรือในปัจจุบันนี้ออกแบบรวมทั้งแบรนด์ต่างๆ นิยมจัดทำภาพชุดออนไลน์เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุน และเวลาในการเผยแพร่หลังจากนี้นักออกแบบก็จะรอคอยผลตอบรับจากผลงานที่ได้สร้างสรรค์ไว้

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัทมา สมพงษ์ (2551) การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผลิตสินค้าผ้าไหม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ความรู้และวิธีการถ่ายทอดเกี่ยวกับการทำผ้าไหม ของกลุ่มผลิตสินค้าผ้าไหม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า มีองค์ความรู้ที่แบ่งออกได้เป็น 3 อย่าง คือ 1. องค์ความรู้เกี่ยวกับลายผ้า 2. องค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตผ้าไหม 3. องค์ความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือและอุปกรณ์การทอผ้าไหม มีวิธีการถ่ายทอด 2 วิธี คือ 1. เป็นการถ่ายทอดภายในชุมชนคือถ่ายทอดระหว่างเครือญาติหรือครอบครัว 2. เป็นการถ่ายทอดภายนอกชุมชน ซึ่งคือการได้รับอบรมจากส่วนราชการ

พิมพ์นิภา รัตนจันทร์ และคณะ (2556) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของนักท่องเที่ยวในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่าเพศต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อจำนวนหลายของผ้าไหมต่างกัน โดยเพศหญิงมีจำนวนหลายในการซื้อผ้าไหมมากกว่าเพศชาย ผู้บริโภคที่มีอายุ 41-50 ปี มีจำนวนหลายในการซื้อผ้าไหมมากกว่าอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี และมากกว่าอายุ 31 - 40 ปี และมากกว่าอายุ มากกว่า 51 ปี ขึ้นไป และระดับการศึกษาไม่มีผลกับพฤติกรรมการจ่ายเงินในการซื้อผ้าไหม

อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรโสภณ จอมภักดิ์ จันทะคัต (2554) การศึกษาพฤติกรรมการซื้อผ้าไหมของผู้บริโภค ในจังหวัดนครชัยบุรินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผ้าไหม ในจังหวัดนครชัยบุรินทร์ ผลจากการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 51 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมซื้อผ้าไหมโทนสีดา สีน้ำตาล และสีน้ำตาลทอง ลวดลายที่นิยมซื้อมากที่สุด คือ ลายหางกระรอก โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อให้เพื่อน เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความหรูหรา โดยเลือกซื้อผ้าไหมจากงานจัดแสดงสินค้าต่างๆ เพราะราคาถูกกว่าแหล่งอื่น ผ้าไหมที่ได้รับการนิยมในการซื้อมากที่สุด คือ ผ้าไหมของจังหวัดนครราชสีมา โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผ้าไหมครั้งละประมาณระหว่าง 1,001-1,500 บาท และชำระเงินด้วยเงินสด ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างรับทราบข้อมูลในการซื้อผ้าไหมจากงานแสดงสินค้า

มาริดา ประพิน (2547) การตลาดผ้าไหมของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านคู อำเภอบักธงชัยจังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสภาพทั่วไป การผลิต การตลาด ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดผ้าไหม และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านคู อำเภอบักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม พบว่าทางกลุ่มให้ความสำคัญด้านการคัดสรรคุณภาพของวัตถุดิบเส้นใยไหม ด้านราคาทางกลุ่มให้ความสำคัญในด้านต้นทุนและมีการตั้งราคาโดยคำนึงถึงการแข่งขันด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านคู ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยคำนึงถึงทำเลที่ตั้งย่านธุรกิจ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าทางกลุ่มได้ให้ความสำคัญ ในการใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดโดยการเข้าร่วมงานนิทรรศการ โครงการต่างๆ และการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานรัฐ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก พบว่า ทางกลุ่มมีจุดแข็งในด้านสินค้ามีคุณภาพเป็นที่ยอมรับจากทางภาครัฐและเอกชน ทำให้กลุ่มมีชื่อเสียง ด้านคุณภาพ ทางด้านจุดอ่อน พบว่า ปัญหาภายในกลุ่มยังขาดความรู้ทางด้านการวางแผนการบริหารงานและให้ความร่วมมือ ทางด้านโอกาส พบว่า ทางกลุ่มได้รับเงินทุนสนับสนุนจากทางภาครัฐ ในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ และการประชาสัมพันธ์ ทางด้านอุปสรรค พบว่าระหว่างกลุ่มภายในอำเภอบักธงชัยมีการแข่งขันในด้านการลดราคาสินค้า จนเป็นอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านคู

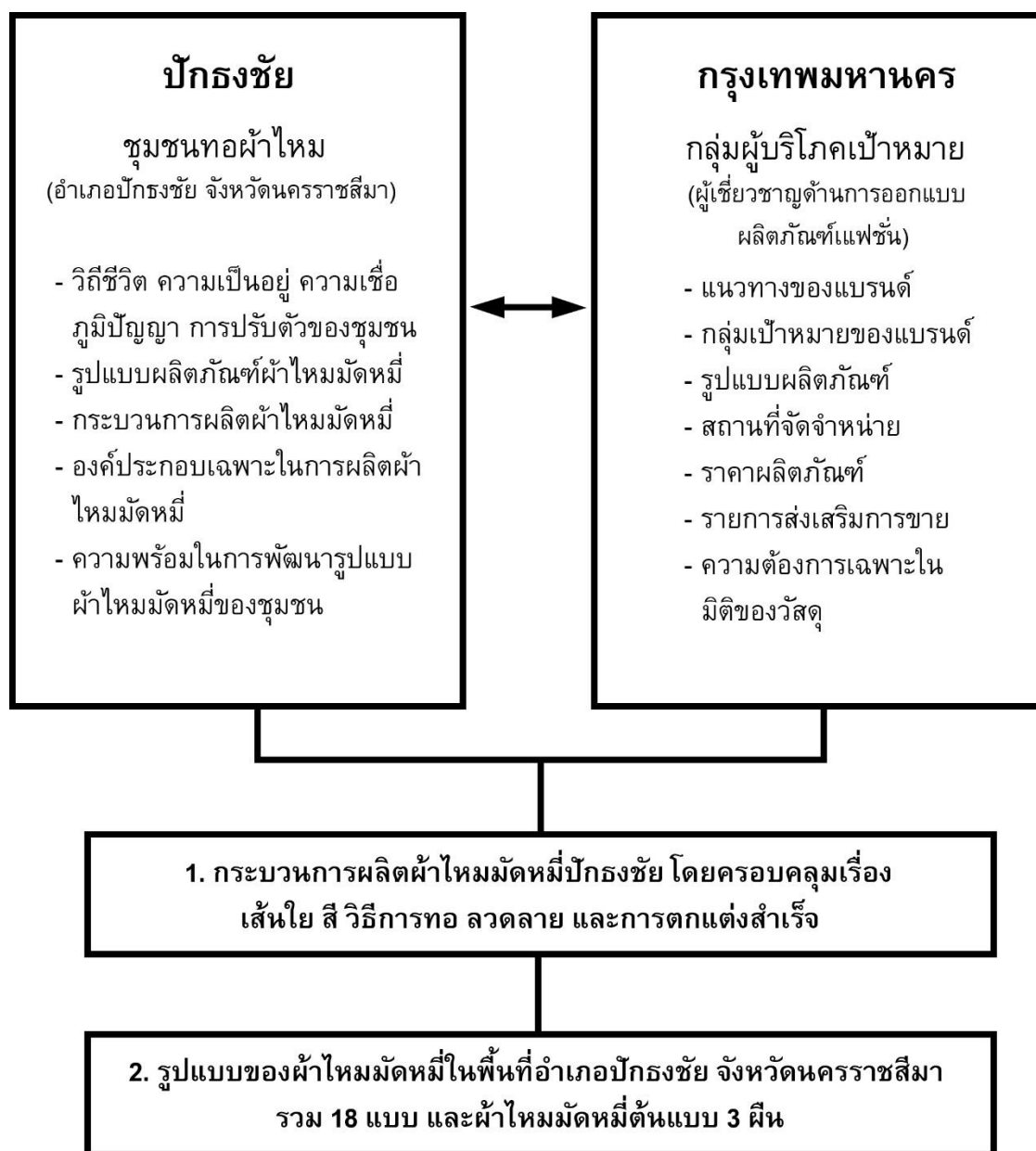
พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2541) การสำรวจความคิดเห็นของผู้ผลิตและผู้บริโภคที่มีต่อผ้าไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความรู้ และความเข้าใจในผ้าไทย ตลอดจนศึกษาข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะที่มีต่อเทคนิควิธีการผลิต แนวพัฒนาการกระบวนการผลิตสินค้า รวมไปถึงพฤติกรรมกรรมการรับข่าวสารของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับผ้าไทยซึ่งสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติได้ดำเนินไปแล้ว

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1. ผู้บริโภคชาวไทยในกรุงเทพฯและปริมณฑล ยังมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผ้าไทยตลอดจนพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยน้อยมาก ส่วนใหญ่มีการใช้แต่ผ้าไหมและเป็นการใช้โอกาสพิเศษเสียเป็นส่วนใหญ่ ความรู้เกี่ยวกับผ้าไทยประเภทต่าง ๆ ยังจำกัดอยู่ในเฉพาะคนบางกลุ่มอายุ นอกจากนั้น สำหรับทัศนคติเกี่ยวกับคุณภาพด้านต่างๆ ของผ้าไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าผ้าไทยเป็นผ้าที่มีคุณภาพด้านต่างๆ ระดับปานกลางจนถึงดี และดีมาก ประเด็นที่เห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุด ด้านราคาเห็นว่าแพงเกินไป 2. ในด้านผู้ผลิต พบว่าผู้ผลิตยังพอใจและเห็นว่า ผ้าไทยยังควรคงไว้ซึ่งการผลิตด้วยการทอมือแบบดั้งเดิม เพราะมีความเป็นเอกลักษณ์ไทยและสวยงามเหมือนงานศิลปะที่ผู้รักในความงามจะสัมผัสได้โดยตรงจากผ้าไทยแต่ละประเภท ต้องมีการพัฒนาด้านการออกแบบลวดลายละวดการผลิดที่มีคุณภาพให้มากขึ้นเพื่อพัฒนาคุณภาพของผ้าให้มีลักษณะสากลมีการใช้กันแพร่หลายมากขึ้น 3. ในด้านผู้บริโภคชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่ที่พำนักในประเทศไทยจะมีพฤติกรรมการใช้และเห็นคุณค่าในความงดงามของผ้าไทยทั้งซื้อใช้เองและซื้อเป็นของฝาก โดยผู้มีอิทธิพลและให้ความรู้ด้านการเลือกซื้อ และการใช้ผ้าไทยจากเพื่อนคนไทย หรือผู้ที่รู้จักนั่นเอง นอกจากนี้นักกลุ่มชาวต่างประเทศยังให้ข้อเสนอแนะว่าผู้ที่จะเป็นสื่อชักชวนให้คนต่างประเทศสนใจใช้ผ้าไทยได้ดีที่สุด คือการที่คนไทยหันมาสวมใส่ แสดงความเป็นเอกลักษณ์ได้ชัดเจนที่สุด สำหรับผู้บริโภคชาวต่างประเทศที่เป็นนักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมไทยคิดว่าสวยงามแต่ค่อนข้างเห็นว่ามีราคาแพงและสีสันทนเกินไปไม่เหมาะกับการใช้ในต่างประเทศ สำหรับแหล่งที่นักท่องเที่ยวเชื่อว่าสามารถซื้อหาผ้าที่มีคุณภาพได้ดี คือจากห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ

ศรียะพันธ์ พุ่งเกรียรติ (ม.ป.ป.) ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาไหมไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นคว้าให้ได้มาซึ่งปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาไหมไทย ผลวิจัยที่ค้นพบคือ ผ้าไหมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีค่าสูง ดังนั้นตลาดโดยทั่วไปจึงต้องเน้นที่คุณภาพ เริ่มตั้งแต่เส้นไหมดิบที่ต้องมีความสม่ำเสมอ การทอที่มีฝีมือ การออกแบบและการตกแต่งสำเร็จที่ทันสมัยและมีคุณภาพ ประเทศไทยมีวัตถุดิบที่พอเพียง ดังนั้นจึงควรให้ความสนใจในรูปแบบของการทอผ้า การออกแบบ การตกแต่ง การพิมพ์ย้อม และคุณภาพควบคู่กันไปตามความต้องการของตลาดโลก และส่งเสริมอย่างครบวงจรทั้งทางด้านวัตถุดิบ การผลิต และการตลาดด้วย

6. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพประกอบนี้



ภาพประกอบ 7 กรอบแนวคิดวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากหนังสือ เอกสาร บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมมัดหมี่จากอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา และอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัย ด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ในการศึกษาปรากฏการณ์ การดำรงอยู่ และการปรับตัวในด้านการทอผ้า จวบจนเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยของชุมชน มาผสมผสานกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ในปัจจุบัน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาและสังเคราะห์ให้ได้มาซึ่งแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่สำหรับผู้บริโภคเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. วิธีการดำเนินการวิจัย

1.1 วิธีวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

โดยมีลำดับขั้นตอนศึกษาวิเคราะห์ดังนี้

1.1.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการทอผ้าไหมมัดหมี่ในชุมชนจากปราชญ์ชาวบ้าน รวมทั้งผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ประเด็นที่ศึกษาคือ พัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และองค์ประกอบในการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่เดิม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ (Interview Method) โดยเลือกสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Group Interview) 3-5 คน และสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-To-Face Interview) ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

1.1.2 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งคือนักออกแบบแฟชั่นที่มีประสบการณ์ในการใช้ผ้าไหมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย โดยมีประเด็นที่ศึกษา คือ ทักษะคิด พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ รสนิยม การใช้สอย และมุมมองที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ ที่ต้องการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่น ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ (Interview Method) โดยเลือกการสนทนากลุ่มประเด็นเฉพาะ (Focus Group) และใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยแบ่งเป็น

ก) บุคคลที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ทางด้านการทอผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ของชุมชน ได้แก่ 1) ปราชญ์ชาวบ้าน นาย สตราวุฒิ คำสุข ปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดู่ อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา และ 2) นาง จำไพ มาทวี่ ศูนย์การเรียนรู้การมัดหมี่ บ้านจะโปะ อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

ข) บุคคลที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในชุมชนกลุ่มทอผ้าจากอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมาจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ หมู่ 6 บ้านดู่ ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา 2) กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย หมู่ 2 บ้านจะโปะ ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา และ 3) กลุ่มไหมทองสุรนารี หมู่ 2 บ้านจะโปะ ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

ค) บุคคลที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย จำนวน 5 ท่าน คือ 1) นาย ชาทรี เท่งฮะ นักออกแบบแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น ชากะ (Shaka) 2) นาย พลภูมิ พลากู นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น เรียลลิสติก ซิทูเอชั่น (Realistic Situation) 3) นาง ลภาภิดา จาดชลบท นักออกแบบแบรนด์เสื้อผ้าและกระเป๋าแฟชั่น ฟลาย นาว (FLY NOW) 4) นาย เอก ทองประเสริฐ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น คูเรเต็ด บาย เอก ทองประเสริฐ (Curated by Ek Thongprasert) และ 5) นาย เทนศ บุญประสาน นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น โอθενติก (Othentic)

1.2 วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ซึ่งการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพผู้วิจัยมีดังนี้

1.2.1 การจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) จากการสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์ โดยการนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ ได้แก่

ก) ข้อมูลในด้านพัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และองค์ประกอบด้านการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่เดิม จากปราชญ์ชาวบ้าน และกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่

ข) ข้อมูลในด้าน ทักษะคติ พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ รสนิยม การใช้สอย และมุมมองที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ที่ต้องการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเครื่องแต่งกาย

แฟชั่น จากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย นักออกแบบที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลงานเครื่องแต่งกายแฟชั่นร่วมสมัย เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ สำหรับการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี

1.2.2 การวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction) โดยนำข้อมูลที่ได้จากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น มาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปร่วมกัน

1.2.3 การสังเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการจำแนกและจัดระบบข้อมูลเพื่อตอบความมุ่งหมายของวิจัยว่า คืออะไร เป็นอย่างไร

2. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

2.1 การเลือกพื้นที่การวิจัย

ผู้วิจัยเลือกเขตพื้นที่การวิจัยภาคสนาม คือ ชุมชนผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมในอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา และพื้นที่กรุงเทพฯ ที่เป็นพื้นที่อยู่อาศัยของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

2.2 การเลือกกลุ่มประชากร

การเลือกกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มประชากรในการศึกษาวิจัยและลงเก็บข้อมูลภาคสนาม ที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมมัดหมี่ และผู้บริโภคใหม่ในพื้นที่เป้าหมาย ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้านในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมจากพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ผู้บริโภคเป้าหมาย คือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างให้ตรงตามหลักเกณฑ์หรือจุดมุ่งหมายของผู้วิจัย มีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

2.3.1 ปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 2 ท่าน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

- ก. เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านประวัติศาสตร์ในพื้นที่ชุมชน
- ข. เป็นผู้ที่เป็นที่ปรึกษากรในชุมชนยอมรับนับถือ
- ค. เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมมัดหมี่เป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 10 ปี

ปราชญ์ชาวบ้าน ได้แก่ 1) นาย สตราวุฒิ คำสุข ปราชญ์ชาวบ้านบ้านบ้านดู่ อำเภอ ปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา และ 2) นาง รำไพ มาทวิ ศูนย์การเรียนรู้การมัดหมี่ บ้านจะโปะ อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

2.3.2 ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ จำนวน 3 กลุ่ม โดยมีเกณฑ์การ คัดเลือก ดังนี้

ก. กลุ่มชาวบ้านที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิต และจัด จำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ชุมชน ต่อเนื่องกันมาจนถึงปัจจุบันไม่ต่ำกว่า 10 ปี

ข. ผลិតภัณฑ์ของกลุ่มจะต้องมีผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชน (มผช.) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ค. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะต้องผ่านการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (ดาว) ซึ่งจัดโดย กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และได้รับดาวอย่างน้อย 3 ดาว

ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ ได้แก่ 1) กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ หมู่ 6 บ้านดู่ ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา 2) กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย หมู่ 2 ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา และ 3) กลุ่มไหมทองสุรนารี หมู่ 2 บ้าน จะโปะ ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

2.3.3 กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย จำนวน 5 ท่าน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

ก. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหม ไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย

ข. บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการแฟชั่นในประเทศที่เป็นเจ้าของธุรกิจแบรนด์ สิ้นค้าแฟชั่น หรือทำงานในธุรกิจเครื่องแต่งกายแฟชั่นมาเป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 10 ปี

ค. สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือร้านค้าของแบรนด์ตั้งอยู่บริเวณ ศูนย์กลางแฟชั่นของประเทศไทย ได้แก่ ศูนย์การค้าสยาม พารากอน ศูนย์การค้าสยาม เซ็นเตอร์ ศูนย์การค้าสยาม ดิสคัฟเวอรี่ และในพื้นที่สยามสแควร์

ง. ลักษณะโครงสร้างทางธุรกิจ และภาพรวมของแบรนด์เป็นบริษัทที่มี ตำแหน่งทางการตลาดในระดับ B ขึ้นไป ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ใช้ได้หลาย โอกาส

กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย ได้แก่ 1) นาย ชาทรี เท่งฮะ นักออกแบบแบรนด์เสื้อผ้า แฟชั่น ชากะ (Shaka) 2) นาย พลัฏฐ์ พลาวี นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น เรียลลิ สติก ซิทูเอชั่น (Realistic Situation) 3) นาง ลภาภิดา จาดชลบท นักออกแบบแบรนด์เสื้อผ้าและ

กระเป๋าสตางค์ ฟลาย นาว (FLY NOW) 4) นาย เอก ทองประเสริฐ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ เสื้อผ้าแฟชั่น คูเรเต็ด บาย เอก ทองประเสริฐ (Curated by Ek Thongprasert) และ 5) นายทเนศ บุญประสาน นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น โอθενติก (Othentic)

3. เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยเครื่องมือวิจัยที่จำแนกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

3.1 เครื่องมือและลักษณะข้อมูลในการวิจัย

เครื่องมือและลักษณะข้อมูลในการวิจัยของพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาพัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และองค์ประกอบด้านผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่เดิม จากปราชญ์ชาวบ้าน และกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ ดังนี้

3.1.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) รวมทั้งสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-To-Face Interview) กับกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลด้านพัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และองค์ประกอบด้านการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่เดิม จากปราชญ์ชาวบ้าน และกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่

3.1.2 การสังเกตการณ์ (Observation Method) แบบมีส่วนร่วมโดยเข้าไปสังเกตกับชุมชน การสังเกตการณ์ลักษณะปรากฏการณ์ เหตุการณ์ พฤติกรรม ลักษณะเฉพาะของกลุ่มในพื้นที่สถานที่ต่างๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านพัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และองค์ประกอบด้านการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่เดิม จากปราชญ์ชาวบ้าน และกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่

ลักษณะข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ เอกสารและวิจัยที่เกี่ยวข้อง ภาพถ่าย ภาพวาด ผ้าไหมมัดหมี่ เสียงบันทึกการสนทนา บทสัมภาษณ์

เครื่องมือและลักษณะข้อมูลในการวิจัยของพื้นที่กรุงเทพฯ เพื่อศึกษาข้อมูลในด้านทัศนคติ พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ รสนิยม การใช้สอย และมุมมองที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ที่ต้องการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่น จากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย นักออกแบบที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย

เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ

3.1.3 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มผู้บริโภคนเป้าหมาย ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย เกี่ยวกับข้อมูลด้านข้อมูลในด้าน ทักษะคติ พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ รสนิยม การใช้สอย และมุมมองที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ที่ต้องการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่น จากกลุ่มผู้บริโภคนเป้าหมาย นักออกแบบที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย

ลักษณะข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ เอกสารและวิจัยที่เกี่ยวข้อง ภาพวาด ผ้าไหมมัดหมี่ เสียงบันทึกการสนทนา บทสัมภาษณ์

3.2 เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือในการวิจัยมี ดังนี้

3.2.1 กำหนดประเด็นและจำนวนข้อคำถามของแบบสัมภาษณ์และประเด็นการสนทนา

3.2.2 สร้างแบบสัมภาษณ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มประชากรในพื้นที่อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) สำหรับผู้ให้ข้อมูลด้านพัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และองค์ประกอบด้านการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่เดิม

3.2.3 สร้างแบบสัมภาษณ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มประชากรในพื้นที่กรุงเทพฯ จากทฤษฎีหลักการที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูลในด้าน ทักษะคติ พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ รสนิยม การใช้สอย และมุมมองที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ที่ต้องการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่น จากกลุ่มผู้บริโภคนเป้าหมาย นักออกแบบที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย

ในพื้นที่กรุงเทพฯ เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย

3.2.4 นำเสนอแบบสัมภาษณ์ต่อประธานและกรรมการผู้ควบคุมปริญญาโท เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข

3.2.5 ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและเสนอต่อประธานและกรรมการผู้ควบคุมปริญญาโท เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และนำไปใช้เก็บข้อมูลต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้มีลำดับตามข้อวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาพัฒนาการของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาพัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และกระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่เดิม มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในพื้นที่เป้าหมาย ดังนี้

4.1.1 การสำรวจภาคสนาม (Field Survey) แบบไม่เป็นทางการ และเป็นทางการผ่านผู้นำชุมชน

4.1.2 การสัมภาษณ์ (Interview Method) โดยเลือกสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Group Interview) 3-5 คน และสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-To-Face Interview) ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยมีการบันทึกเสียงและถ่ายภาพ สำหรับผู้ให้ข้อมูลด้านพัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และองค์ประกอบด้านการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่เดิม

4.1.3 การสังเกตการณ์ (Observation Method) แบบมีส่วนร่วมโดยเข้าไปสังเกตกับชุมชน การสังเกตการณ์ลักษณะปรากฏการณ์ เหตุการณ์ พฤติกรรม ลักษณะเฉพาะของกลุ่มในพื้นที่สถานที่ต่าง ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูล ด้านพัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และกระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่เดิม

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ทัศนคติ พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ รสนิยม การใช้สอย และมุมมองที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ที่ต้องการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่น จากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย นักออกแบบที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ในพื้นที่กรุงเทพฯ เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย มีการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

4.2.1 การสัมภาษณ์ (Interview Method) โดยเลือกการสนทนากลุ่มประเด็นเฉพาะ (Focus Group) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ซึ่งมีการบันทึกเสียงและถ่ายภาพ

5. การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเ้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยจะเน้นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ นั้นมีความเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งถ้าทุกแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

5.1.2 นำข้อมูลมาวิเคราะห์จัดจำแนกเป็นรายประเด็นที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิดการวิจัยและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เชื่อมโยงข้อมูลตามข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับพัฒนาการของผ้าไหมมัดหมี่ โดยมีประเด็นที่ศึกษาคือ พัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และองค์ประกอบด้านการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่เดิมของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้ได้มาซึ่งพัฒนาการของผ้าไหม รวมถึงศึกษาทัศนคติ พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ รสนิยม การใช้สอย และมุมมองที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ที่ต้องการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่น จากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย นักออกแบบที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ในพื้นที่กรุงเทพฯ เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย

5.2 การสังเคราะห์ข้อมูล

5.2.1 นำข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลด้านพัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และองค์ประกอบด้านการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่เดิม รวมถึงปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมปักธงชัยมาสังเคราะห์ให้ได้มาซึ่งแบบร่างลวดลายสำหรับการทอผ้าไหมมัดหมี่ใหม่ จำนวน 30 ลาย โดยกำหนดเป็นจำนวน 10 ลายต่อกลุ่มผู้ให้ข้อมูลด้านการผลิตและจัดจำหน่าย

5.2.2 นำแบบร่างลวดลายสำหรับการทอผ้าไหมมัดหมี่ จำนวน 30 ลาย มาสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อให้ได้มาซึ่งลวดลายที่เหมาะสมจำนวน 6 ลายต่อ 1 กลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่าย รวมเป็นทั้งหมด 18 ลาย

5.2.3 นำแบบร่างลวดลายสำหรับการทอผ้าไหมมัดหมี่ จำนวน 18 ลาย มาสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อให้ได้มาซึ่งลวดลายที่เหมาะสมที่สุด 1 ลายต่อกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่าย แล้วนำไปเข้าสู่การผลิตจริงจำนวนทั้งหมด 3 ลาย รวมทั้งเพื่อนำความคิดเห็นไปวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางที่จะส่งเสริมวิถีสวมชนผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ได้แก่ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ โดยเฉพาะในด้านการปรากฏการณ์ การดำรงอยู่ และการปรับตัวในด้านการทอผ้า จวบจนเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยของชุมชน มาผสมผสานกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ในปัจจุบัน เพื่อพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษากลุ่มประชากรจำนวน 3 กลุ่ม ที่มีความสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา และอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (In-depth Structured Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยจะขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ได้แก่ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ได้แก่ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างรายบุคคลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ประชากรกลุ่มที่ 1 ปราชญ์ชาวบ้านจำนวน 2 ท่าน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านประวัติศาสตร์ในพื้นที่ชุมชน และเป็นผู้ที่เป็นที่ประชากรในชุมชนยอมรับนับถือ รวมทั้งเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมมัดหมี่เป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 10 ปี

ประชากรกลุ่มที่ 1 ปราชญ์ชาวบ้าน



ภาพประกอบ 8 นายสตราวุฒิ คำสุข ปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดู่ (ซ้าย) และนางรำไพ มาทวี ศูนย์การเรียนรู้การมัดหมี่ บ้านจะโปะ (ขวา)

ประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่จำนวน 3 กลุ่ม โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นกลุ่มชาวบ้านที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิต และจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ชุมชน ต่อเนื่องกันมาจนถึงปัจจุบันไม่ต่ำกว่า 10 ปี นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะต้องมีผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะต้องผ่านการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (ดาว) ซึ่งจัดโดยกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และได้รับดาวอย่างน้อย 3 ดาว

ประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่



ภาพประกอบ 9 กลุ่มที่ 1 นางประภาพรณ พากักดี กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านคู (ซ้าย)

กลุ่มที่ 2 นางพรทิพย์ ดวงสูงเนิน กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย (กลาง)

กลุ่มที่ 3 นางศุภางค์ ต่างกลาง กลุ่มไหมทองสุรนารี (ขวา)

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับประชากรกลุ่มที่ 1 และ 2 เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอบักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งหมายถึง เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จพบว่า

ความเป็นมาของผ้าไหมปักธงชัย

ตั้งแต่สมัยก่อนคนไทยส่วนใหญ่มีการทอผ้าใช้เองในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบเป็นฝ้ายและไหมแตกต่างกันไปตามพื้นที่ ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2446 รัชกาลที่ 5 ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งกรมกรมช่างไหมขึ้น และตั้งสาขาของช่างไหมขึ้นที่มณฑลนครราชสีมา ในปี พ.ศ. 2447 โดยจากหลักฐานที่ปรากฏตามแผนที่ยุทธศาสตร์สมัยกรุงศรีอยุธยาได้ปรากฏชื่อ เมืองปัก ว่าตั้งอยู่ใกล้เมืองนครราชสีมา ความสำคัญก็คือ เป็นเมืองหน้าด่านทางทิศใต้ของเมืองนครราชสีมา เพื่อเป็นกองระวังหน้าคอยสอดแนมข้าศึกและคอยปะทะขัดขวางไม่ให้ข้าศึกยกทัพประชิดเมือง

นครราชสีมาเร็วเกินไป เมืองปักในสมัยนี้จึงถูกตั้งและเรียกว่า “ด่านจะโปะ” และได้รับพระบรมราชานุญาตให้ตั้งเป็นเมืองว่า “เมืองปักธงชัย” จากสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และเปลี่ยนฐานะเป็นอำเภอปักธงชัย โดยขึ้นอยู่ในการปกครองของจังหวัดนครราชสีมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งมีประชากรส่วนใหญ่มีเชื้อสายลาว (ลาวเวียง) สอดคล้องกับ สัตตราวุฒิ คำสุข ปราชญ์ชุมชนที่ได้กล่าวไว้ว่า

“คนในพื้นที่อำเภอปักธงชัยนั้นสืบสายมาจากชาวลาว ที่มาพร้อมกันสามร้อยครัว โดยยึดด่านจะโปะเป็นหลัก ด่านจะโปะเป็นด่านของขอม แล้วอีกเจ็ดร้อยครัวก็ไปอยู่เมืองล่างที่เคยไปมาหาสู่กับสระบุรีไปถึงเขานางบวช พอดีกันกับสมัยรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 มีการสนับสนุนการทอผ้าไหมจากภาครัฐทำให้คนเริ่มนิยม ก็มาตรงกับผ้าของคนอำเภอปักพอดี” (สัมภาษณ์, 2562)

การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของราษฎรไทยดำเนินเรื่อยมาจนกระทั่งปี พ.ศ. 2456 การส่งเสริมจากภาครัฐได้ยุติลงหลังจากที่รัชกาลที่ 5 ได้เสด็จสวรรคตในปี พ.ศ. 2453 เนื่องจากเกษตรกรไทยไม่ตอบรับการเปลี่ยนแปลงไปสู่แบบใหม่ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจากญี่ปุ่น ราษฎรจึงประกอบอาชีพปลูกหม่อนเลี้ยงไหมตามอิสระเรื่อยมา เมื่อปี พ.ศ. 2475 ทางราชการกลับมาส่งเสริมอีกครั้ง โดยได้มีการจัดตั้งโรงงานสาวไหมขึ้นเป็นแห่งแรกที่จังหวัดนครราชสีมา แต่ไม่นานก็ปิดตัวลงเนื่องจากประสบปัญหาทางวัตถุดิบที่ราษฎรไม่ชำนาญในการเลี้ยงไหม และพันธุ์ไหมที่ได้จะมีเส้นใยสั้นและเป็นปุ๋ยไม่เหมาะกับการใช้กับเครื่องจักร อย่างไรก็ตามแม้โรงงานจะปิดตัวลงแต่ราษฎรยังคงมีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในครัวเรือนอยู่ จนพัฒนากันเป็นการค้าการขายขึ้น สอดคล้องกับ สัตตราวุฒิ คำสุข ปราชญ์ชุมชนบ้านดู่ ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ที่บ้านดู่ ปักธงชัยนี้เราเริ่มทำกับเป็นการค้าสมัยรุ่นแม่ใหญ่ที่นั่นแหละ ทำตั้งแต่อายุ 20 ตอนนั้นก็ประมาณ 80 ปีมาแล้ว” (สัมภาษณ์, 2562) พรทิพย์ ดวงสูงเนิน หัวหน้ากลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย ยังได้กล่าวไว้อีกด้วยว่า

“ที่บ้านทอผ้ามาประมาณ 70 ปีมาแล้ว เริ่มกันจากรุ่นยายทวดซึ่งทำกันแต่ผ้าพื้น กับผ้าสอดหางกระรอก แล้วก็ผ้ามัดหมี่ อย่างแม่พี่ ยายบุญมากก็เรียนจบแค่ ป.4 แล้วก็ออกมาทำงานทอผ้าเลย ก็ทำมาตั้งแต่ตอนนั้นเลยก็ตั้งแต่ปี 2510 ก็ทำช่วยคุณยายทวด

มาเลย” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ ศุภางค์ ต่างกลาง หัวหน้ากลุ่มไหมทองสุรนารี ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ของคนในกลุ่มปีปัจจุบันนี้ 60 – 70 ปีแล้วนะที่ทำกันมาตั้งแต่รุ่นแม่รุ่นยาย พี่เอง เป็นสาวจบโรงเรียนก็ทอผ้าเป็นแล้ว อย่างพี่เนี่ยพี่ก็มาเรียนเพิ่มเมื่อตอนมีครอบครัวนี้แหละจริง ๆ ก็จบออกมาพ่อแม่ก็สอนทอผ้าเลยเกิดความเคยชิน เกิดความเห็นตั้งแต่เด็ก ๆ มันก็เลยได้ทุกอย่างที่ยายพาทำ บางทีอุปกรณ์การทอผ้าของยายก็ยังใช้อยู่” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับรำไพ มาทวิ ปราชญ์ชาวบ้านศูนย์การเรียนรู้การมัดหมี่ บ้านจะโปะ ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“เริ่มกันมา 50 – 60 ปีแล้ว ก็ทำกันมาตลอดตั้งแต่เรียนจบ ป.4 ไม่ได้เรียนต่อ แต่มาทอผ้ามัดหมี่กับมัดหมี่ส่งน้อง ๆ เรียน” (สัมภาษณ์, 2562)

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าประชากรกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ได้ทำการทอผ้าไหม และผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่มายาวนานประมาณ 50 – 70 ปี โดยเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาในครัวเรือนจากบรรพบุรุษตั้งแต่รุ่นคุณปู่คุณย่าคุณตาคุณยายเพื่อเป็นการหารายได้เสริมจากการทำไร่นา ทั้งจากการสืบทอดอย่างครุพักลักจำ ด้วยความเคยชินที่เห็นผู้ใหญ่ในครัวเรือนปฏิบัติกันอย่างเป็นประจำในยามว่าง และการถ่ายทอดด้วยการให้ช่วยเหลือผู้ใหญ่ในบ้านอย่างเป็นขั้นเป็นตอนเนื่องจากต้องการความช่วยเหลือทางด้านแรงงาน รวมทั้งเป็นกุศโลบายในการปลูกฝังให้มีการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ของคนในชุมชน ซึ่งค่อย ๆ สัมมาจนนำมาประกอบเป็นอาชีพจวบจนปัจจุบัน ทั้งนี้ประชากรกลุ่มที่ 2 ส่วนใหญ่มักเป็นทายาทรุ่นที่ 3 ของการผลิตผ้าไหม และผ้าไหมมัดหมี่ ในพื้นที่

พัฒนาการผ้าไหมปักธงชัย

หลังจากรัฐบาลเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชาวบ้านในพื้นที่ปลูกหม่อน เลี้ยงไหม ทอผ้าไหมกันแล้วแม้ว่าโรงงานที่จัดตั้งด้วยรัฐบาลจะประสบปัญหาจนต้องปิดตัวไป แต่การทอผ้าไหมในพื้นที่ก็ยังคงอยู่ไม่ได้จากไปไหน แต่มีพัฒนาการในรูปแบบที่แตกต่างไปกว่าเดิม ดังที่ สาทรรำวุฒิ คำสุข ปราชญ์ชุมชนบ้านดู่ ได้กล่าวไว้ว่า

“ประมาณปีพ.ศ. 2480 เนื่องจากความแห้งแล้งของพื้นที่อำเภอปทุมธานี จังหวัด นครราชสีมา ต่อมามันแล้งจนว่าไม่มีอะไรข้าวปลาอาหารจะกินเนอะ ก็เอาผ้าไหมอยู่ใน บ้านไปแลกของเจ็ดตลาดแลกข้าวปลาอาหารเขาแล้วคนเจ็กก็เอาผ้าไปขายเกิดติดตลาด มา จะให้มาปลูกเองก็ปลูกไม่ทัน เขาก็เลยให้ชาวบ้านรับจ้างทอ คือเขาเป็นเจ้าของไหมคน จีนเขาก็ไปรับไหมจีนก็เป็นไหมโรงงาน เส้นมันก็เนื้อมันกว่า ก็ดีกว่าไหมไทยไหมเลี้ยง ก็มา ทำทางกระรอกราชสำนัก สมัยผ้าทางกระรอกเป็นผ้าถุงใจ แต่ผู้หญิงไม่ได้ใส่คนลาว เนี่ย ผ้าทางกระรอกผู้หญิงไม่ได้ใส่ไม่ได้ใช้ผู้ชายเป็นผู้ใช้ มันก็เลยมีชื่อเสียงขึ้น แต่ถามว่า ทอกันไหม ทอกันหมดโดยเฉพาะกลุ่มชนชาติพันธุ์ไทยลาว จึงเป็นจุดเริ่มต้นธุรกิจการทอ ผ้าไหมประเภทต่าง ๆ ในพื้นที่ขึ้น” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกันกับ ศุภางค์ ต่างกลาง หัวหน้ากลุ่มไหมทองสุรนารี ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ตามที่พี่ฟังผู้ใหญ่มาก่อน เขาก็เล่าถึงความหลังว่ามีคนจีนที่มาอยู่ปทุมธานีเข้ามา ตั้งก่อน จิม ทอมป์สัน ก่อนอะไรเลยนะ เขามาสอนพวกชาวบ้านสาวไหมด้วยเข้าไป คน ในหมู่บ้านก็จะไปรับไหมจากเจ็กคนเนี่ยมาทอ ก่อนที่ จิม จะมาตั้ง อะไรขายดีก็ทอกันไป ตามเค้าสั่ง ก็มีผ้าทางกระรอกกับมัดหมี่นี่แหละที่ทำส่งเค้า” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้อง กับประภาพรณ พากดี หัวหน้ากลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ผ้าทางกระรอกเป็นผ้าเอกลักษณ์ของโคราช สีส้มแสดและสีเทา ทำกันจน กลายเป็นเอกลักษณ์เลย ๆ แต่ถ้าจะให้พูดจริง ๆ ตลาดที่กว้างก็คือผ้าลายขัดพื้นฐาน หรือ ผ้าพื้น และผ้ามัดหมี่ที่ทำขายไปเรื่อย ๆ ขายได้ตลอดทั้งปี” (สัมภาษณ์, 2562)

สอดคล้องกับที่ อ้อยทิพย์ เกตุเฒ (2558, น. 21) ได้กล่าวไว้ว่า ผ้าไหมโคราชนั้น ส่วนใหญ่มีการผลิตอยู่ในหลายอำเภอ แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือการผลิตในเชิงหัตถกรรม และการ ผลิตแบบอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอำเภอปทุมธานีนั้น ถือเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมทั้งแบบหัตถกรรม และอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงมาก มีการใช้เส้นไหมจากโรงงาน มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัย รวมไปถึง สีย้อม และวิธีการทอ จนเกิดคำเรียกว่า “ผ้าไหมปทุมธานี” ซึ่งแบ่งได้หลายประเภทตามเทคนิค การทอ

โดยเฉพาะผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัยนั้นมักเป็นลวดลาย ประยุกต์จากธรรมชาติหรือสิ่งของที่พบเห็นได้ตามชีวิตประจำวัน เช่น ลายกุญแจ ลายแว่นตา ลาย ดอกกุหลาบ ลายดอกชบา ลายกระต่าย และลายผีเสื้อ เป็นต้น โดยมีการจดลิขสิทธิ์ไว้ที่อำเภอปัก ธงชัยเป็นบางส่วน (อ้อยทิพย์ เกตุเฒ. 2558: 49) สอดคล้องกับสาตราวุฒ คำสุข ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“อย่างไรก็ตามผ้าไหมจากอำเภอปักธงชัยที่เป็นที่นิยมส่วนใหญ่จะเป็นผ้าพื้น ผ้า มัดหมี่ เพราะจริง ๆ แล้ว ผ้าโบราณรุ่นดั้งเดิมไม่มีผ้ามัดหมี่แต่จะเป็นแต่ชิ้นคั่น พอเลิกต่อ หัวต่อตีนแล้วถึงมามีมัดหมี่ลายซ้อลายขอลายหมี่ดอกหญ้าขึ้นมา อย่างชิ้นของย่าทวดผม ที่เสียไปตอนผมอายุ 18 ปี ย่าทวดเสียตอนอายุ 107 ปี อันนี้ประมาณ 150 ปีที่แล้ว ก็ยังไม่ มีหมี่นะครับ เป็นชิ้นใหม่และก็เป็นชิ้นคั่น อีกอย่างหนึ่งที่มาใช้ผ้ามัดหมี่ก็เพื่อปกปิดลาย ของตัวเองด้วยซ้ำ เพราะเราไม่อยากเป็นลาว” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกันกับ จำเริญ มาทวิ ปราชญ์ชาวบ้านจากศูนย์การเรียนรู้การมัดหมี่ บ้านจะโปะ ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“บ้านจะโปะที่นิยมกันจะเป็นผ้าไหมมัดหมี่ ถ้าจะคิดทั่วปักธงชัยร้านผ้าไหมอะไร เขาก็ทอจะขายไปทางผ้าพื้น บางคนเขาก็ทอเครื่องแบบนี้ มันเป็นอย่างนั้น อำเภอปักธงชัย ก็หลายหมู่บ้านเนอะ เขาก็ทำของเขาไป อย่างบ้านโนนปักนี้เขาก็ทอเป็นผ้าพื้นไง อย่างใน จะโปะนี่ก็มีแต่ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าพื้นไม่ค่อยมี ถ้าผ้าพื้นส่วนใหญ่จะเป็นผ้าทอเครื่อง” (สัมภาษณ์, 2562) นอกจากนี้ พรทิพย์ ดวงสูงเนิน หัวหน้ากลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชน ธงชัย ยังได้กล่าวไว้อีกด้วยว่า

“ที่บ้านทอผ้ามาประมาณ 70 ปีมาแล้ว เริ่มกันจากรุ่นยายทวดซึ่งทำกันแต่ผ้าพื้น กับผ้าสอดหางกระรอก แล้วก็ผ้ามัดหมี่ อย่างแม่พี่ ยายบุญมากก็เรียนจบแค่ ป.4 แล้วก็ ออกมาทำงานทอผ้าเลย ก็ทำมาตั้งแต่ตอนนั้นเลยก็ตั้งแต่ปี 2510 ก็ทำช่วยคุณยายทวด มาเลย” (สัมภาษณ์, 2562)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มประชากรทอผ้าในชุมชน อำเภอปักธงชัย มีความ หลากหลายทางชาติพันธุ์ ได้แก่ กลุ่มไทโคราช กลุ่มไทลาว กลุ่มไทเขมร กลุ่มไทยวน กลุ่มมอญ โบราณ กลุ่มชาวอินเดีย กลุ่มชาวจีน เป็นต้น โดยได้หล่อหลอมวัฒนธรรมที่หลากหลายเข้าด้วยกัน

จนเป็นวัฒนธรรมโคราช ได้แก่ เพลง ภาษา อาหาร และผ้าโคราชที่ได้สร้างชื่อเสียงให้กับเมืองโคราชมาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะในด้านการทอผ้าไหม ประชากรที่ทอผ้าในชุมชนนั้นมีความถนัดและโดดเด่นในด้านการทอผ้าไหมหางกระรอกและผ้าไหมมัดหมี่เป็นพิเศษ โดยผ้าไหมหางกระรอกในพื้นที่ได้รับอิทธิพลจากชาวไทยเชื้อสายเขมร ซึ่งนิยมใช้เทคนิคการทอชนิดนี้ในการทอผ้าเพื่อสร้างลวดลายและสีเหลืองกันของเส้นใยในผืนผ้า ให้มีความสวยงามแปลกตามากขึ้น ส่วนผ้าไหมมัดหมี่นั้นเกิดขึ้นจากการปรับลวดลาย และวิธีการทอของชาวไทยเชื้อสายลาวจากดั้งเดิมที่เป็นการทอผ้าชิ้นคั่น มากลายเป็นการมัดหมี่ เพื่อความสร้างกลมกลืนในการอยู่อาศัยในพื้นที่ใหม่ รวมทั้งการทำงานตามความต้องการของตลาดที่ได้รับคำสั่งจากพ่อค้าชาวจีนในพื้นที่

ปรากฏการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นกับผ้าไหมปักธงชัย

ปรากฏการณ์ที่สำคัญกับพัฒนาการในการทอผ้าของพื้นที่คือ เมื่อปี พ.ศ. 2488 หลังสงครามโลกครั้งที่สองได้ยุติลง นาย เจมส์ แฮร์ริสัน วิลสัน ทอมป์สัน (James Harrison Wilson Thompson) ชาวสหรัฐอเมริกาหรือที่คนไทยรู้จักในนามว่า จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson) ได้มีการปรับปรุงผ้าไหมไทยโดยใช้หลักการตลาด การผลิต เพื่อขยายตลาด และทำการบุกเบิกผ้าไหมของไทยไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา และแพร่เข้าสู่วงการภาพยนตร์ของชาติตะวันตก และละครบรอดเวย์ (พิพิธภัณฑ์บ้านไทย จิม ทอมป์สัน, ม.ป.ป.: ออนไลน์) โดยได้มาตั้งโรงงานอุตสาหกรรมไหมไทยที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา สร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างมากมาย สอดคล้องกับ ประภาพรพรณ พากักดี หัวหน้ากลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“พักหลังตั้งแต่ จิม ทอมป์สัน มาบ้านก็กระจายงานให้ชาวบ้านทำแล้วก็มีไอเดียให้ทำมัด紐มัดนี้ ชาวบ้านก็เลยเริ่มพัฒนาตั้งแต่ตอนนั้นมา” (2562, สัมภาษณ์) สอดคล้องกับ สาทรวุฒิ คำสุข ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ตอนแรก ๆ ชาวบ้านก็ทอผ้ากันไปยังไม่มีความคิดใหม่ ๆ เท่าไรทำกันมาแบบไหนก็ทำกันไปแบบนั้น แต่พอ จิม เข้ามาเค้ามามีพร้อมทุนกับอุปกรณ์สมัยใหม่หลายอย่าง แล้วก็จ้างพวกคนบ้านนี้แหละไปทำงานด้วย แบบอย่างในการทอประณีตเทคนิคก็เอามาจาก จิม ก็ว่าได้ เพราะว่าชาวบ้านก็เป็นลูกจ้างเขา” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ ศุภางค์ ต่างกลาง หัวหน้ากลุ่มไหมทองสุรนารี ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“สมัยนั้นพวกเราชาวบ้านได้ความรู้จาก จิม มาประยุกต์ใช้มากเหมือนกัน โดยเฉพาะที่ทอผ้า วิธีการทอที่ประณีตขึ้น ไปถึงการย้อมก็เริ่มย้อมได้ดีขึ้น แม้กระทั่งการสาวกรรม้วนก็ได้จากจิม” (สัมภาษณ์, 2562)

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้จัดทำตารางเปรียบเทียบอุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้าไหมมัดหมี่แบบ และแบบประยุกต์ไว้ในตารางที่ 8 ดังนี้

ตารางเปรียบเทียบอุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้าไหมมัดหมี่แบบดั้งเดิม และแบบประยุกต์

ตาราง 8 ตารางตารางเปรียบเทียบอุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้าไหมมัดหมี่แบบดั้งเดิม และแบบประยุกต์

ชนิดของอุปกรณ์	อุปกรณ์แบบดั้งเดิม	อุปกรณ์แบบประยุกต์
หลาหรือโนปั่นด้าย	 หลาแบบดั้งเดิม ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย สีมาศ ประทีปวงนิช	 หลาแบบประยุกต์ ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย สีมาศ ประทีปวงนิช
เครื่องคันหมี่ โสงคันหมี่ (คนในพื้นที่เรียกว่า เครื่องเหล่งหมี่)	 โสงคันหมี่แบบดั้งเดิม ที่มา: (mamminnie, 2017)	 โสงคันหมี่แบบประยุกต์ ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย สีมาศ ประทีปวงนิช

ตาราง 8 (ต่อ)

ชนิดของอุปกรณ์	อุปกรณ์แบบดั้งเดิม	อุปกรณ์แบบประยุกต์
หลักมัดหมี่ หรือโฮงมัดหมี่	 หลักมัดหมี่แบบดั้งเดิม ที่มา: กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2559, น. 20)	 หลักมัดหมี่แบบประยุกต์ ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย ดิมาศ ประทีปวงนิช
กี่ทอผ้า	 กี่แบบดั้งเดิม ที่มา: ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน). (ม.ป.ป., ออนไลน์)	 กี่แบบประยุกต์ ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้วิจัย ดิมาศ ประทีปวงนิช

จากตารางข้างต้น จะเห็นได้ว่า หลาหรือโนปั่นด้าย และเครื่องเหลนหมี่หรือโฮงคันหมี่ ได้มีการพัฒนาจากการจากปั่นด้วยแรงงานมนุษย์โดยใช้มือ มาเป็นการปั่นด้วยการถีบ จนกระทั่งบริษัทอุตสาหกรรมไหมไทยหรือจิม ทอมป์สัน (Jim Thompson) ได้มาตั้งโรงงานผลิตผ้าไหม และชักชวนให้ชาวบ้านในชุมชนไปทำงานในโรงงานทอผ้าไหม เมื่อไม่ได้ทำงานในบริษัทแล้วชาวบ้านจึงได้องค์ความรู้ในด้านอุปกรณ์ต่าง ๆ ออกมาพัฒนาเป็นการใช้มอเตอร์พลังงานไฟฟ้าแทนเครื่องไม้เครื่องมือที่ใช้แรงงานคน เนื่องจากคนในชุมชนได้เข้าไปสัมผัสการทอผ้าไหมในระบบอุตสาหกรรม สตรีที่ทอผ้าเป็นจึงได้นำมาบอกเล่าต่อบุรุษที่เป็นช่างไม้และได้ร่วมกันพัฒนาอุปกรณ์ดังกล่าว

ในส่วนของหลักมัดหมี่ ได้มีการพัฒนาจากการนั่งมัดกับพื้นในแนวตั้งเป็นการสร้างโครงไม้ผสมเหล็ก (ส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์ที่หาได้ง่ายๆ ในบริเวณ) โดยมีชาวองรับหลักหมี่ที่สามารถปรับความลาดเอียงได้ รวมถึงเป็นการต่อหลักให้สูงขึ้นทำให้ง่ายต่อการมัดลายหมี่ และสามารถนั่งทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานโดยไม่มีความปวดเมื่อย รวมทั้งจากที่แต่เดิมใช้ปอกกล้วยหรือเชือกกล้วยมาปาดให้บางแล้วใช้เป็นอุปกรณ์สำหรับมัดลายหมี่ ปัจจุบันชาวบ้านในชุมชนเลือกใช้ปอฟางหรือเชือกพลาสติกมัดอีกด้วย

นอกจากนี้ที่ทอผ้าแบบดั้งเดิมที่มีการผูกเครือยาวไว้ด้านบนของกี่ และทอด้วยวิธีการสอดมือ ก็ได้พัฒนาเป็นกี่ที่มีบริเวณแขวนม้วนด้ายยืน ที่นอกจากจะช่วยให้สามารถทำการทอได้อย่างต่อเนื่อง เส้นด้ายเป็นระเบียบเรียบร้อย ยังมีการปรับใส่รางกระสวยให้เป็นกึ่งตะกุกที่ทำให้การทอผ้ามีความรวดเร็วขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

หลังจากวันอาทิตย์ที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2510 จิม ทอมป์สัน ได้หายตัวไปจากโรงแรมแห่งหนึ่งในประเทศมาเลเซีย ทำให้แนวทางในการทำธุรกิจของบริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย เปลี่ยนเป้าหมายทางธุรกิจไปจากเดิมที่ผลิตผ้าไหมสำหรับเครื่องแต่งกายเป็นเน้นการผลิตผ้าไหมสำหรับเคหะสิ่งทอมากขึ้น ชาวบ้านที่ได้รับการจ้างงานจากบริษัทก็ค่อย ๆ ทอยยกกันออกมาประกอบธุรกิจกันด้วยตนเองร่วมกับคนในพื้นที่ บางส่วนที่รับจ้างทำงานให้บริษัทจากที่บ้าน ด้วยความรู้ ความชำนาญที่ได้รับการฝึกฝน และประสบการณ์จริงจากการทำงานกับบริษัทผสมผสานกับการสนับสนุนจากรัฐบาลในช่วงเวลาต่อมา

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า เหตุผลสำคัญที่ทำให้คนในชุมชนมีพัฒนาการในการทอผ้ามากขึ้น เกิดจากการที่ จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson) มาตั้งโรงงานอุตสาหกรรมไหมไทยในพื้นที่ที่ยังมีจากจ้างงานจากคนในชุมชนให้เข้าไปทำงานในโรงงานเป็นจำนวนมาก จึงก่อให้เกิดพัฒนาการทางด้านฝีมือ และองค์ความรู้ติดตัวมาด้วย อย่างไรก็ตามระบบการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมมักเป็นการทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายแยกเป็นฝ่าย และแผนก โดยมักเป็นการแบ่งหน้าที่ตามกระบวนการต่าง ๆ ได้แก่ การเตรียมเส้นด้ายนั้นทำให้ลูกจ้างในแผนกมีองค์ความรู้เฉพาะทางในด้านการฟอก ลอกกวาดของเส้นไหม ส่วนในแผนกของการมัดและการย้อม ลูกจ้างจะมีความเชี่ยวชาญในการขึ้นลำหมี่ การมัดและการย้อมเป็นพิเศษ ในด้านการทอ ลูกจ้างจะมีความสามารถในการทอลวดลายได้ตรงตามต้องการรวมทั้งมีความรวดเร็วมากกว่าคนอื่น ๆ เป็นต้น ดังนั้นภายหลังจากการที่ได้เข้าทำงานกับ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทยแล้วองค์ความรู้ที่ติดตัวคนในชุมชนจึงเป็นองค์ความรู้เฉพาะด้านตามหน้าที่ที่ได้รับ หรือตามความถนัดของ

แต่ละบุคคล ไม่ได้มีความเชี่ยวชาญอย่างลึกซึ้ง และครอบคลุมอย่างรอบด้านในทุกกระบวนการ
อีกต่อไป

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2544 สมัยของนายกรัฐมนตรี ทักษิณ ชินวัตร โครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon, One Product) หรือเรียกย่อว่า โอทอป (OTOP) ซึ่งเป็นโครงการ
กระตุ้นธุรกิจประกอบการท้องถิ่น ซึ่งมีที่มาจากแนวคิดจาก One Village, One Product ของเมือง
โออิตะ ประเทศญี่ปุ่น โดยมีหลักปรัชญาพื้นฐาน 3 ประการ คือ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล
(Local Yet Global) 2) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) 3) การสร้าง
ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ได้กลายเป็นโครงการหลักโครงการหนึ่งของ
รัฐบาล โดยโครงการดังกล่าวมีเป้าหมายจะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่าย
ในท้องถิ่นแต่ละตำบล ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ส่งเสริมการ
พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างความเข้มแข็ง ทำให้คนในชุมชน
สามารถคิดเอง ทำเองในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมใน
ท้องถิ่น โดยเกิดเครือข่ายบริหารระบบการเชื่อมโยงแหล่งผลิตให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่
สอดคล้องกับศักยภาพการผลิตตามห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) สู่การตลาดในแต่ละระดับ จึงทำ
ให้การผลิตสินค้าพื้นถิ่นและการค้าไหมกลับมาคึกคักขึ้นอีกครั้ง

หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2547 โครงการกรุงเทพมหานครเมืองแฟชั่น ซึ่งเป็นโครงการรณรงค์ทาง
ภาครัฐระดับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เนื่องจากการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและ
เป็นการยกระดับอุตสาหกรรมแฟชั่นทั้งระบบไปในระดับโลก เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและ
อุตสาหกรรมด้านสิ่งทอ และส่งเสริม ดีไซน์เนอร์ไทยให้เป็นที่รู้จัก เหมือนเป็นการประชาสัมพันธ์และ
การส่งเสริมทางการตลาดให้ต่างชาติเข้ามาซื้อสินค้าแฟชั่นและสิ่งทอจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น
หากประสบความสำเร็จตามความคาดหวังของรัฐบาลในยุคนั้นประเทศไทยก็จะมีรายได้จาก
อุตสาหกรรมเหล่านี้ และคาดว่าจะขยายวงกว้างมายังผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นโดยเฉพาะผ้าทอของแต่
ละจังหวัดเพิ่มขึ้น แต่โครงการก็ไม่ได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเกิดการเปลี่ยนชุดรัฐบาล
เสียก่อน

อย่างไรก็ตามแม้ว่าประเทศไทยจะมีการเปลี่ยนรัฐบาลและหน่วยงานรัฐฯ ที่ทำให้
ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินนโยบาย แต่การทอผ้าไหมในพื้นที่ที่ปักธงชัยยังมีการดำเนินการ
ต่อมาจนปัจจุบัน โดยได้มีพัฒนาการในส่วนของกระบวนการผลิต และองค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่
ดังนี้

กระบวนการผลิต และองค์ประกอบผ้าไหมผ้าไหมมัดหมี่ปักธงชัย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างรายบุคคลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของกระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ โดยครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งหมายถึง เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ ดังนี้

ในด้านเส้นใย ไร่ไพ มาทวิ ปราชญ์ชาวบ้านจากศูนย์การเรียนรู้การมัดหมี่ บ้านจะโปะ ได้กล่าวไว้ว่า

“บ้านนี้มัดแต่ไหมอย่างเดียว ฝ้ายไม่ทำ เพราะเรามัดให้เค้าอย่างเดียวเราก็ไม่ต้องไปหาเส้นด้าย หาปอวางสำหรับมัดมาจากไหน เค้าหามาให้หมด เส้นด้ายส่วนใหญ่ก็มีแค่ 2 แหล่งคือ จากจุลไหมไทยกับไหมบ้านจากอำเภอจักราช” (สัมภาษณ์, 2562) เช่นเดียวกับที่ สตราวุฒิ คำสุข ปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดู่ ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“เส้นไหมมีแหล่งที่มาหลายที่ แต่บ้านที่ทอมัดหมี่คุณภาพดี ๆ ส่วนใหญ่แล้วจะใช้ไหมยืนเป็น ไหมจุล และไหมพุ่งเป็นไหมบ้าน ถ้าบ้านไหนเป็นผ้าพื้นอย่างเดียวก็ไหมโรงงานหมด แกมทอเครื่องอีกด้วย” (สัมภาษณ์, 2562) ในขณะที่ ประภาพรณ พากัฏฐิ กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ ได้เล่าของที่มาของวัตถุดิบว่า

“ไหมจุลเขามีขนาดให้เราเลือก เขามีความหลากหลายและก็นั่งทำงานเส้นไหมมันสั้น มันสม่ำเสมอจะมาฟอก มาย้อม มากรอ คือมันง่ายไปหมด ถ้าเป็นของบริษัทอื่นจะมีปัญหา เส้นบิ่น เส้นขาด เส้นแตก และเส้นก็ไม่สม่ำเสมอ จะมีปัญหาเยอะ แต่พอใช้ของจุลก็ไม่เคยมีปัญหาเลย เราใช้มัดหมี่ก็ใช้ไหมหนัก 3 ซีด สามารถมัดและทอได้ 4 หลาหรือ 4 เมตร” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกันกับ พรทิพย์ ดวงสูงเนิน กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ไหมเส้นยืนเป็นไหมจุลคะ ไหมพุ่งก็ไหมบ้านจากจักราช เวลาไหมดิบเขามาก็ไปจ้างเขาทำ จ้างเขาฟอก ทำเองหมดไม่ไหว ที่ใช้ไหมพุ่งเป็นไหมบ้านเพราะมันจะแน่น นุ่ม ใส่สบาย และระบายอากาศได้ดีกว่าไหมโรงงาน ไหมโรงงานก็จะไม่ค่อยซับเหงื่อ”

(สัมภาษณ์, 2562) เช่นเดียวกับ ศุภางค์ ต่างกลาง กลุ่มไหมทองสุรนารี ที่ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบว่า

“เราใช้ไหมบ้านเฉพาะด้ายพุ่งนะคะ ด้ายยืนเราจะใช้ไหมของจุลไหมไทย มันแข็งแรงดี แต่ถ้าจะทอผ้าแก้วเราจะใช้ไหมจุลทั้งเส้นยืนและเส้นพุ่ง แล้วสลับด้ายพุ่งที่มัดหมี่จากไหมบ้านของทางจักรราชเป็นการทอคั่นกับส่วนที่เป็นผ้าแก้ว ที่ต้องการไหมที่เส้นเล็กและเสมอกันมากกว่าปกติเวลาทอออกมาจะได้บางใสตามต้องการ” (สัมภาษณ์, 2562)

เนื่องจากคนในพื้นที่ในปัจจุบันจะไม่มีความรู้ชำนาญในด้านการปลูกหม่อน เลี้ยงไหมแล้ว ความเหมาะสมของพื้นที่ก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ชุมชนทอผ้าไหมในอำเภอบักรงชัย ไม่สามารถปลูกหม่อนเลี้ยงไหมได้ด้วยตนเอง แต่มีการสั่งซื้อเส้นไหมจากทั้งโรงงานอุตสาหกรรมและจากพื้นที่อำเภออื่นในตัวจังหวัดนครราชสีมาเป็นการทดแทน เมื่อคนในพื้นที่มีแหล่งที่มาที่แน่นอนของวัตถุดิบดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งในปัจจุบันสามารถสั่งซื้อและให้ทางโรงงานหรือทางผู้ผลิตเส้นใยส่งมาให้ถึงพื้นที่ โดยไม่ต้องเสียเวลาไปถึงที่เหมือนสมัยก่อน ขั้นตอนต่อไปคือการเตรียมเส้นไหมสำหรับการทอด้วยวิธีการมัดย้อมตามขั้นตอนต่าง ๆ คือ การเตรียมไหมเส้นยืน และไหมเส้นพุ่ง ซึ่งมีขั้นตอนเบื้องต้นเหมือนกัน คือการนำไหมดิบที่มีลักษณะเป็นใจไปฟอกลอกกาออกเสียก่อน แล้วจึงนำเส้นไหมไปตีเกลียวเพื่อเพิ่มความแข็งแรง หลังจากนั้นในส่วนของด้ายยืน จะเป็นการนำเส้นไหมที่ลอกกาแล้วมาเข้ากงเพื่อกรอเข้าอัก แล้วนำเส้นไหมที่กรอด้วยอักนำเข้าหลักฟืม เพื่อค้นเส้นยืนเตรียมการทอตามจำนวนผืนผ้าหรือความยาวที่ผู้ทอต้องการ ในส่วนของด้ายพุ่งซึ่งเป็นการเตรียมเส้นไหมสำหรับนำไปมัดหมี่ โดยนำเส้นไหมมาค้นเส้นพุ่งให้เป็นลำด้วยที่เหล่งหมี่ (แทนโฮงหมี่ในสมัยก่อน) ซึ่งการค้นเส้นพุ่งแต่ละลายจะมีจำนวนลำไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับลาย หลังจากนั้นจึงนำไปเข้ากับหลักมัดหมี่ เพื่อมัดหมี่และย้อมเส้นไหมต่อไป ส่วนใหญ่แล้วขั้นตอนก่อนที่มัดย้อมเส้นไหมข้างต้น กลุ่มทอผ้าในพื้นที่ได้ใช้วิธีการจ้างทำตามความถนัดของแต่ละคน ไม่ได้ทำเองหมดทุกขั้นตอนโดย พรทิพย์ ดวงสูงเนิน กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย ได้กล่าวไว้ว่า

“การมัดหมี่นั้นเราจะต้องเอาไหมสองเส้นตีเกลียวกัน มันถึงจะทอง่ายและแข็งแรงพอ ถ้าไม่ตีเกลียวใช้ไหมเส้นเดียวมันจะบาง ไม่มีคุณภาพตามที่ต้องการ ถ้าเราจ้างคนอื่นมัดเค้าก็จะตีเกลียวให้เราด้วย แต่ถ้าเรามัดเองเราก็ตีเกลียวเอง” (สัมภาษณ์, 2562) เช่นเดียวกับ ประภาพรพรณ พากักดี กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“คนมัดก็คนหนึ่ง คนเล่งก็คนหนึ่งนะเมื่อได้เส้นไหมมาก็ว่าจะส่งให้บ้านที่เค้าเล่งหมี่กันในราคาชดละ 15 บาท พอเสร็จแล้วจึงส่งไปให้คนมัด แล้วถ้าบางครั้งเราอยากได้ผ้าบางลาเขาก็มัดให้ได้อยู่ถ้าเรามีตัวอย่างลายไปให้” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ ศุภางค์ ต่างกลาง กลุ่มไหมทองสุรนารี ที่ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ไว้ว่า

“กลุ่มก็คือเราจ้างเขาทำขั้นตอนอื่นที่เราไม่ถนัด ถ้าการผลิตก็คือตัวเราเป็นหลัก การตลาด และการออกแบบลายเป็นของเราเอง แต่เราใช้แรงงานคนในหมู่บ้านทำขั้นตอนต่าง ๆ ให้ เป็นแบ่งงานกัน กระจายรายได้ให้ชุมชน เพราะการทำผ้ามัดหมี่มีหลายขั้นตอนมันไม่เหมือนผ้าไหมพื้น ไหมพื้นเนี่ยเค้าไปย้อมตามสีที่สั่ง แล้วก็สาวมากรอใส่หลอดทอได้เลย แต่ถ้างานมัดหมี่ก็ตั้งแต่กระบวนการคิดเส้นไหม กระบวนการฟอกก็ฟอก อีกคนหนึ่งกระบวนการกรอก็กรอ ไปเล่งหมี่ (การค้นลำนหมี่) ขึ้นลามา เอามาใส่หลักแล้วก็มัด เมื่อมัดเสร็จอีกคนหนึ่งก็ย้อม กรอแล้วกลับมาย้อมอีก ย้อมอีกก็เอาไปมัดอีก มัดก็เอาไปฟอกย้อมอีกสองรอบสามารถบอกว่ามาถึงกระบวนการทอ เป็นอะไรที่กว่าจะได้ผ้ามัดหมี่ออกมาต้องผ่านคนทำหลายคน ถ้าเราทำหมดคนเดียวก็จะช้าเราเอาส่วนที่เราไม่ถนัดมาทำด้านที่เราถนัดจะดีกว่า” (สัมภาษณ์, 2562)

จะเห็นได้ว่ากระบวนการเตรียมเส้นไหมก่อนการมัดและย้อม กลุ่มประชากรมักจ้างวานผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในขั้นตอนต่าง ๆ โดยเฉพาะ เพื่อเป็นการประหยัดเวลาในการผลิต ทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนอีกด้วย ในส่วนของสีและลวดลายที่ใช้ในการมัดและย้อม ประภาพรพรณ พากักดี กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ ได้กล่าวไว้ว่า

กลุ่มของเรานั้นเริ่มการย้อมสีธรรมชาติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 มีคนเค้าให้ไปอบรม มั่นก็ยาก ตอนแรกไปกันหลายกลุ่มแต่คนที่ทำมาเรื่อย ๆ สม่่าเสมอก็คจะมีแต่กลุ่มเรา ส่วนลายเนี่ยเราับออร์เดอร์เป็นหลัก คนสั่งอยากได้อะไรเราก็ทำให้เค้าได้หมด แต่ส่วนใหญ่เป็นลายประยุกต์แล้ว บางครั้งก็มัดเอง บางครั้งก็จ้างมัด แต่ของเราเป็นสีธรรมชาติเลยต้องย้อมเอง คนอื่นย้อมไม่ได้ อย่างเรา” (สัมภาษณ์, 2562) แตกต่างจาก พรทิพย์ ดวงสูงเนิน กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ของเราใช้สีเคมีหมด เพราะว่ามันง่าย ได้สีที่แน่นอน และเสร็จเร็ว เราจะเด่นด้าน การย้อมมัดหมี่ได้หลากหลายสี และทำได้เป็นจำนวนมาก มัดหมี่ลายหนึ่งนี้สามารถผลิตได้เป็นพับ ๆ พับหนึ่งก็มีความยาวประมาณ 30 – 50 เมตร ส่วนลายเนี่ยเราเป็นลายประยุกต์ ก็คิดกันเองจากของที่เห็น ๆ กันรอบตัว เช่น ขอรวมใจ โบว์ นกยูง ของเรามัดเองย้อมเอง เพราะเราถนัดทำได้เร็วไม่ต้องไปจ้างคนอื่น” (สัมภาษณ์, 2562) ในส่วนของการใช้สี การมัดและการย้อม ศุภางค์ ต่างกลาง กลุ่มไหมทองสุรนารี ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สีของกลุ่มฯ ไว้อีกแบบหนึ่ง คือ

“เราทำได้ทั้งสีเคมีและสีธรรมชาติ แต่ต้องแยกกันเด็ดขาดนะ เดี่ยวสีมันจะกินกัน เสียหายไปอีก ของธรรมชาติเราก็ใช้ใบหูกวางบ้าง ส้มครามมาจากสกลนครบ้าง สีเคมีก็ปกติ เหมือนที่เค้าใช้กันทั่วไป แต่พี่ก็ทั้งมัดทั้งย้อมเอง ได้หมดนะ ถ้าวาง” (สัมภาษณ์, 2562)

ในเรื่องของชนิดของสี มีกลุ่มที่นิยมย้อมด้วยสีธรรมชาติอย่างจริงจังเพียงกลุ่มเดียว ซึ่งคือ กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านคู ซึ่งเกิดจากการได้เข้ารับการอบรมจากภาครัฐ ส่วนกลุ่มอื่น ๆ นิยมใช้สีเคมีในการมัดและย้อมเนื่องจากต้องการให้กระบวนการผลิตมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ตามกำหนดเวลาของ ออร์เดอร์ที่ได้รับ นอกจากนี้แล้ววิธีการทอทั้ง 3 กลุ่มต่างใช้วิธีการมัดหมี่ และที่กระตุกเหมือนกัน โดย ศุภางค์ ต่างกลาง กลุ่มไหมทองสุรนารี ได้กล่าวถึงปริมาณการทอที่ได้ในแต่ละวันว่า

“ถ้ามาตรฐานที่เขาทอกันจริง ๆ ก็หลังจากเสร็จงานบ้านซักผ้ากันเรียบร้อยแล้ว ก็มาทอกี่ได้วันละสองเมตร ผ้าผืนถ้าสาว ๆ ก็ 40-50 ก็วันละ 4 เมตร แต่ถ้าคนอายุ 60 -70 เนี่ย 2 เมตรก็ขอให้ได้เถอะ แต่ว่าแรงงานที่นี้ไม่ใช่ว่าตื่นเช้ามากก็เข้าก็เลยนะ คือเขาจะเสร็จจากงานบ้านก่อนถึงจะมาทอผ้า งานทอผ้าเป็นงานอดิเรก บางคนก็จะเป็นอย่างนี้ สามสี่โมงก็เลิกทอคือเราไม่ได้ว่าจ้างเป็นวันๆ มีคนตาย งานบวช งานแต่งงานก็หยุดงานกันวันสองวัน ค่าจ้างค่าแรงก็ตามแรงงานที่คุณผลิต คือหาลาละ 100 บาท” (สัมภาษณ์, 2562)

เช่นเดียวกันกับ ประภาพรณ พากักดี กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“มัดหมี่เราจะทำแค่สี่เมตร มัดแค่สี่เมตร เพราะถ้าเรามัดเกินกว่านั้น การซึมของสีหรือข้อของสีมันจะใหญ่ไปจะทำให้ไม่สวย กำลังผลิตนะถ้าคนทอเก่งๆ วันหนึ่งมัดเฉพาะหมี่นะมีได้วันละหนึ่งผืนคือสองเมตร ที่นี้เรามีที่ตั้งไว้ให้ก็จะมีคนนั่งประจำก็ทอได้เท่าไรก็ว่าไป” (สัมภาษณ์, 2562)

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้รวบรวมและจัดทำตารางแสดงองค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มทอผ้าในพื้นที่ทั้ง 3 กลุ่ม ที่ประกอบไปด้วยข้อมูลในด้าน เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลายดั้งเดิม ลวดลายประยุกต์ และการตกแต่งสำเร็จ ดังนี้

ตารางแสดงองค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ของแต่ละกลุ่มทอผ้าในพื้นที่

ตาราง 9 ตารางแสดงองค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ของแต่ละกลุ่มทอผ้าในพื้นที่

องค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่	กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านคู	กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชน องช้อ	กลุ่มไหมทองสุรนารี
เส้นใย	- เส้นด้ายยืน สักจากโรงงานจุดไหมไทย - เส้นด้ายพุ่ง สักจากอำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา - ใช้เส้นด้ายพุ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติชนิดอื่นได้ เช่น ใยสับปะรด ค้าย	- เส้นด้ายยืน สักจากโรงงานจุดไหมไทย - เส้นด้ายพุ่ง สักจากอำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา	- เส้นด้ายยืน สักจากโรงงานจุดไหมไทย - เส้นด้ายพุ่ง สักจากอำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา
สี	สีธรรมชาติ	สีเคมี	สีเคมี สีธรรมชาติ
วิธีการทอ	การมัดหมี่ การทอขัด การทอยกดอก	การมัดหมี่ การทอขัด	การมัดหมี่ การทอขัด
ลวดลายดั้งเดิม	ลายพื้นฐาน เช่น ลายดอกหญ้า ลายแห ลายกระจับ ลายดาว ลายขอ	ลายพื้นฐาน เช่น ลายดอกหญ้า ลายแห ลายกระจับ ลายดาว ลายขอ	ลายพื้นฐาน เช่น ลายดอกหญ้า ลายแห ลายกระจับ ลายดาว ลายขอ
ลวดลายประยุกต์	 ผ้ามัดหมี่ลายคลื่น เส้นยืนย้อมคราม เส้นพุ่งย้อมฝักคูณ	 ผ้ามัดหมี่ย้อมสีเคมีลายโบว์ผสมกับกลองดวงใจ	 ผ้ามัดหมี่ย้อมสีเคมีลายสี่ดาวคั่นทางกระบอก
การตกแต่งสำเร็จ	การอบผ้า การปักลาย	การอบผ้า	การอบผ้า

ในส่วนขององค์ประกอบในการผลิตนั้นมีการเลือกใช้เส้นใยไหมจากแหล่งเดียวกัน โดยสั่งซื้อด้ายยืนจากบริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย เนื่องจากด้ายยืนนั้นต้องการความแข็งแรง และเส้นใยที่สม่ำเสมอ มีขนาดที่เท่ากันตลอดทั้งเส้นจึงต้องการเส้นใยไหมที่ผลิตจากเครื่องจักรของโรงงาน ทั้งยังเป็นการประหยัดเวลาและต้นทุนในการเตรียมเส้นด้ายเป็นอย่างดี ส่วนเส้นพุ่งทางชุมชนเห็นว่าสามารถใช้เส้นใยไหมพื้นบ้านได้ เพื่อความนุ่มนวล มั่นคง มีคุณภาพดี ทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนอื่นในจังหวัดเดียวกันจึงสั่งจากอำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา

การเลือกสีย้อมในชุมชนนั้นมักกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่เพียงแห่งเดียวที่ใช้สีย้อมธรรมชาติ ส่วนกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยนั้นใช้สีเคมีเพียงอย่างเดียวเนื่องจากมีความเชี่ยวชาญในการผลิต และมีการสั่งซื้อจากภายนอกเป็นจำนวนมากกว่ากลุ่มอื่นจึงเลือกใช้สีเคมีเพื่อเป็นการประหยัดเวลาและต้นทุน กลุ่มไหมทองสุรนารีเลือกใช้ทั้งสีย้อมธรรมชาติและสีเคมีโดยอิงจากการสั่งซื้อของผู้บริโภคและฤดูกาลเนื่องจากใช้สีย้อมธรรมชาติภายในพื้นที่

วิธีการทอและลวดลายของแต่ละกลุ่มจะขึ้นพื้นฐานด้วยวิธีการทอขัด โดยใช้กี่กระตุก 2 ตะกอ เนื่องจากส่วนใหญ่จะผลิตเป็นผ้าไหมพื้น และผ้าไหมมัดหมี่ซึ่งลวดลายในผ้ามัดหมี่จะเกิดขึ้นในกระบวนการมัดหมี่และย้อมที่เกิดขึ้นก่อนการทอ ลวดลายส่วนใหญ่แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ลายดั้งเดิมและลายประยุกต์ โดยมีพื้นฐานมากจากรูปทรงที่เห็นจากธรรมชาติ ได้แก่ ต้นไม้ ดอกไม้ เป็นต้น และรูปทรงเรขาคณิตที่เห็นจากข้างของเครื่องใช้ ได้แก่ หม้อ กุญแจ เป็นต้น มีเพียงกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่เพียงแห่งเดียวเท่านั้นที่มีการใช้กี่หลายตะกอ (แล้วแต่ลวดลาย) เนื่องจากเป็นแห่งเดียวที่ใช้เทคนิคการทอยกผสมผสานกับการมัดหมี่ด้วย โดยปัจจุบันก็ทอผ้าได้พัฒนาจากการทอด้วยการสอดมือเป็นการใช้กี่กระตุก แต่ระยะเวลาในการทอกับจำนวนที่ได้รับจะใกล้เคียงกันคือ 1 วันทอได้ประมาณ 2 หลาหรือ 2 เมตร เนื่องจากคนทอในพื้นที่ทำการทอผ้าเป็นรายได้เสริมหลังจากจัดการธุระส่วนตัวในแต่ละวันให้เสร็จสิ้นก่อนที่จะเริ่มทอ ไม่ได้ทอผ้าในลักษณะของโรงงานที่มีเวลาเริ่มและเลิกงานที่แน่นอน โดยเป็นการเดินทางมาทอผ้าที่กลุ่มไม่ได้มีกี่ทอผ้าของตนเอง

การตกแต่งสำเร็จที่นิยมสำหรับผ้าไหมคือ การอาบน้ำยาเพื่อเป็นการดูแลรักษาผ้าไหมก่อนนำไปใช้ โดยนำผ้าไหมไปแช่น้ำ และอาบน้ำยาเคลือบเส้นใย ต้องอาบน้ำยารชนิดที่ทำให้เส้นใยแข็งเพื่อให้เนื้ออยู่ตัว ไม่หดย่อยต่อการตัดเย็บ แต่ห้ามขย่ำยี้โดยเด็ดขาดเนื่องจากจะทำให้เส้นใยไหมหักได้ง่าย เมื่ออาบน้ำยาเคลือบเส้นใยแล้วให้สลัดผ้าแล้วนำไปตากในที่ร่ม ไม่ควรตากแดดจะทำให้สีซีดเร็ว จัดผ้าที่ตากให้เรียบที่สุดเท่าที่จะทำได้ แล้วจึงนำไปรีดโดยต้องพรมน้ำยาชนิดเคลือบเงาและใช้ไฟในการรีดค่อนข้างแรง เพื่อให้ง่ายต่อการรีด ไม่เป็นรอยต่าง รีดได้รวดเร็ว การอาบน้ำยาผ้าไหมนั้นจะทำให้ผ้ามีคุณสมบัติพิเศษ ทำให้เส้นใยแข็งตัว คงทน เพิ่มความเงา ง่ายต่อการรีด ป้องกันการเคลื่อนตัวของเส้นไหม ขั้นตอนนี้มีผลสำคัญมาก ถ้าไม่อาบน้ำยารีก่อนจะทำให้รีดไม่เรียบ อย่างไรก็ตามในขั้นตอนการอาบน้ำยาของกลุ่มทอผ้าชุมชนนิยมส่งโรงงานอาบน้ำยาที่อยู่ในพื้นที่ เนื่องจากต้องการความชำนาญในการอาบน้ำยาและรีด โดยเสียค่าใช้จ่ายหลักระหว่าง 10 บาท

ตารางแสดงรายละเอียดด้านการตลาดผ้าไหมมัดหมี่ของแต่ละกลุ่มทอผ้าในพื้นที่

ตาราง 10 ตารางแสดงรายละเอียดด้านการตลาดผ้าไหมมัดหมี่ของแต่ละกลุ่มทอผ้าในพื้นที่

การตลาดผ้าไหมมัดหมี่	กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านคู่	กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย	กลุ่มไหมทองสุรนารี
รูปแบบและขนาดผลิตภัณฑ์	- ทอแยกเป็นผ้าพื้น และผ้าลาย ความยาวไม่จำกัด (ผ้าพับ) แต่ไม่ทอผ้าพื้นและลายในผืนเดียวกัน (ผ้าชุด) - ทอผ้าชุดจะใช้เทคนิคการทอยกตรงบริเวณลวดลาย - มาตรฐานหน้าผ้าคือหน้ากว้าง 100 – 103 เซนติเมตร	- ทอแยกเป็นผ้าพื้น และผ้าลาย ความยาวไม่จำกัด (ผ้าพับ) และทอผ้าพื้นกับผ้าลายในผืนเดียวกัน (ผ้าชุด) - มาตรฐานหน้าผ้าคือ หน้ากว้าง 100 – 103 เซนติเมตร	- ทอแยกเป็นผ้าพื้น และผ้าลาย ความยาวไม่จำกัด (ผ้าพับ) และทอผ้าพื้นกับผ้าลายในผืนเดียวกัน (ผ้าชุด) - มาตรฐานหน้าผ้าคือหน้ากว้าง 100 – 103 เซนติเมตร
มาตรฐานผลิตภัณฑ์	- ได้โอทอปคัดสรรในระดับ 5 ดาว - ได้รับใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยชนิด Classic Thai Silk เป็นตราเครื่องหมาย นกยูงสีน้ำเงิน และนกยูงสีเขียว	- ได้โอทอปคัดสรรในระดับ 3 และ 5 ดาว	- ได้โอทอปคัดสรรในระดับ 4 ดาว - ได้รับใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยชนิด Classic Thai Silk เป็นตราเครื่องหมาย นกยูงสีเงิน และนกยูงสีน้ำเงิน
กลุ่มเป้าหมาย	สตรีกลางคนที่มีอายุประมาณ 45 ปีขึ้นไป เพื่อนำไปใช้เองหรือเป็นของขวัญของฝาก	สตรีกลางคนที่มีอายุประมาณ 45 ปีขึ้นไป เพื่อนำไปใช้เองหรือเป็นของขวัญของฝาก	สตรีกลางคนที่มีอายุประมาณ 45 ปีขึ้นไป เพื่อนำไปใช้เองหรือเป็นของขวัญของฝาก

ตาราง 10 (ต่อ)

การตลาด ผ้าไหม มัดหมี่	กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหม บ้านดู่	กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอ มือชุมชนธงชัย	กลุ่มไหมทองสุรนารี
แ ห ลั ง จำหน่าย	- มีการออกงาน OTOP ต่างๆ - มีคนสั่ง	- มีการออกงาน OTOP ต่างๆ - มีคนสั่ง	- มีการออกงาน OTOP ต่างๆ - มีคนสั่ง
เอ ก ลั ก ษ ณ์ เฉพาะกลุ่ม	- มีการผสมผสานเส้นใย ธรรมชาติอื่น เช่น ผ้าฝ้าย ไผ่ สับปะรด - มีการผสมผสานเทคนิคการ ทอในผืนเดียว เช่น ลวดลาย มัดหมี่ ผสมผสานกับทาง กระรอก และการทอแบบยก - ผ้าที่ทอสามารถใช้ได้ทั้ง 2 ด้าน	- ทอได้เรียบร้อย จำนวน มากอย่างรวดเร็ว ตามเวลา ที่กำหนด	- ทอผ้าไหมแก้ว (ชุด) ได้
ตัวอย่างผ้า ไหมมัดหมี่ที่ แ ส ต ง ถึง เอ ก ลั ก ษ ณ์ เฉพาะกลุ่ม	 ผ้าไหมมัดหมี่สอดทางกระรอก ผสมกับการทอยกลายลูกแก้ว	 ผ้าไหมมัดหมี่ลายดาว 5 สาย และเข็มขัด	 ผ้ามัดหมี่ไหมแก้วไร่เชิง ลายดอกชากระ
การดำรงอยู่	มีผู้สืบทอด เป็นลูกหลานของ สมาชิกในกลุ่ม	ไม่แน่ใจว่าจะมีผู้สืบทอด หรือไม่	ไม่แน่ใจว่าจะมีผู้สืบทอด หรือไม่

รูปแบบและขนาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่นั้นกลุ่มทอผ้าในชุมชนสามารถทอทั้งผ้าพื้นและผ้าลายที่มีหน้ากว้างมาตรฐานคือ หน้ากว้าง 100 - 103 เซนติเมตรจากเดิมที่ทอหน้ากว้างเพียง 90 - 93 เซนติเมตรเนื่องจากมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ตัดเสื้อผ้ามากขึ้น โดยสามารถทอความยาวไม่จำกัด แต่มักไม่เกิน 30 - 50 เมตรขึ้นอยู่กับตลาด มีบางกลุ่มไม่ทอผ้าพื้นและลายในผืนเดียวกัน (ผ้าชุด) แต่บางกลุ่มทอผ้าชุดได้

กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้โอทอปคัดสรรในระดับ 4 - 5 ดาว แต่เป็นบางกลุ่มที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยตรานกยูงพระราชทาน เนื่องจากมีขั้นตอนที่ใช้เวลานานไม่สามารถเก็บผ้าตัวอย่างไว้ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมารับไปตรวจสอบมาตรฐานได้ และการทอผ้าไหมมีต้นทุนสูงจึงจำเป็นต้องนำออกจำหน่ายเพื่อให้เกิดเงินหมุนเวียนในกลุ่มเสียก่อน

กลุ่มเป้าหมายนั้นมักเป็นสตรีอายุประมาณ 45 ปีขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์การใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่เพื่อนำไปตัดเครื่องแต่งกายไว้สวมใส่ไปทำงาน และงานสังสรรค์ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงนำไปเป็นของขวัญของฝากเนื่องจากผ้าไหมมัดหมี่มีภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สูงค่า มีราคา เป็นการให้เกียรติแก่ผู้รับ

แหล่งจำหน่ายกลุ่มทอผ้ามักใช้วิธีจับฉลากกับกรมพัฒนาชุมชนของตัวจังหวัดเพื่อไปออกงานจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามโครงการย่อยของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น งานโอทอป หรืองานผ้าไหมปักธงชัยและของดีเมืองโคราช ที่จัดเป็นประจำบริเวณหน้าที่ว่าการอำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ในช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างจังหวัดนครราชสีมา กับองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครราชสีมา

เอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างนั้นมี ดังนี้ กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ มีเอกลักษณ์ในการผสมผสานเส้นใยธรรมชาติอื่น เช่น ฝ้าย ไยสังปะรด รวมทั้งมีการผสมผสานเทคนิคการทอในผืนเดียว เช่น ลวดลายมัดหมี่ ผสมผสานกับหางกระรอก และการทอแบบยก นอกจากนั้นผ้าที่ทอสามารถใช้ได้ทั้ง 2 ด้านอีกด้วย ส่วนกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยทอมีเอกลักษณ์ในด้านของเวลาและจำนวนที่ผลิต ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะมีความเรียบร้อย ผลิตได้เป็นจำนวนมากตามเวลาที่กำหนด สุดท้ายกลุ่มไหมทองสุรนารียังคงสามารถผลิตทอผ้าไหมแก้วมัดหมี่จึงโดดเด่นในแง่ของรูปแบบ เนื่องจากปัจจุบันไม่ค่อยมีกลุ่มไหนผลิตอีกแล้ว

ส่วนในด้านของการดำรงนั้นปัจจุบันสามารถดำรงอยู่ได้จากภูมิปัญญาที่ได้มาจากรุ่นพ่อแม่ตาทาย หากแต่อายุของสมาชิกในกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายนั้น มีอายุประมาณ 40 ปีขึ้น

ไป บางกลุ่มมีผู้สืบทอด แต่บางกลุ่มไม่มี เนื่องจากเรื่องของสวัสดิการ ทั้งการทอผ้าคนรุ่นใหม่เห็นว่าเป็นงานจำเจไม่ค่อยเห็นคุณค่าเรื่องของภูมิปัญญา เลยไม่ค่อยซึมซับ หากไม่ได้มีใจรักชอบส่วนใหญ่ว่าจะทำงานโรงงานกันหมดเพราะรายได้เป็นตัวแปร คนที่ทำในปัจจุบันมักเป็นการรับจ้างที่จะพอมีรายได้อยู่แล้วระดับหนึ่งจึงรับเป็นงานพิเศษ

ปัจจุบันพื้นที่อำเภอปักธงชัยยังคงผลิตผ้าไหมพื้นและผ้าไหมมัดหมี่ ด้วยการเริ่มต้นจากภูมิปัญญา วิถีชีวิต ประเพณี และได้รับการพัฒนาต่อยอดทางด้านเทคนิควิธีการมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการบริหารจัดการภายในกลุ่มที่แบ่งหน้าที่ตามถนัดของแต่ละคน นอกจากนี้ความสะดวกสบายในการคมนาคมสำหรับติดต่อซื้อของผลิตภัณฑ์กับกรุงเทพมหานคร ที่ได้ชื่อว่าเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมแฟชั่นของประเทศไทย แต่อาจยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ยังคงต้องการเอกลักษณ์ (Identity) ซึ่งหมายถึง ลักษณะเฉพาะที่ไม่มีใครเหมือน ทำให้เป็นจุดเด่น เป็นที่รู้จักและจดจำได้ หรือขาดตัวกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างคนในพื้นที่ที่นับได้ว่าเป็นผู้ผลิตที่อยู่กลางน้ำกับนักออกแบบในอุตสาหกรรมแฟชั่นที่เป็นผู้ผลิตสินค้าแปรรูปจากผ้าไหมมัดหมี่ที่อยู่ปลายน้ำ ผู้วิจัยพบว่าการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา นั้น ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งคือ

1) กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ มีเอกลักษณ์ย้อมสีธรรมชาติ การผสมผสานเส้นใยอื่นในการทอ รวมทั้งมีการผสมผสานเทคนิคการทอในผืนเดียว เช่น ลวดลายมัดหมี่ ผสมผสานกับหางกระรอก และการทอแบบยก นอกจากนั้นผ้าที่ทอสามารถใช้ได้ทั้ง 2 ด้าน

2) กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยทอมี่เอกลักษณ์ในด้านของเวลาและจำนวนที่ผลิต ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะมีความเรียบง่าย ผลิตได้เป็นจำนวนมากตามเวลาที่กำหนด

3) กลุ่มไหมทองสุรนารียังคงสามารถผลิตทอผ้าไหมแก้วมัดหมี่จึงโดดเด่นในแง่ของรูปแบบ เนื่องจากปัจจุบันไม่ค่อยมีกลุ่มไหนผลิตอีกแล้ว

ดังนั้นจากข้อมูลที่ได้กล่าวไปข้างต้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า ชุมชนทอผ้าไหมมัดหมี่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมาเริ่มมีความคุ้นเคยกับระบบการทำงานแบบอุตสาหกรรมจากประสบการณ์ที่ได้รับทั้งระหว่าง และหลังการทำงานกับโรงงานอุตสาหกรรมไหมไทย แม้ว่าจะอยู่แค่ในระดับหัตถอุตสาหกรรม แต่ความสามารถในการปรับตัวทั้งพื้นที่ทำให้ผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่น่าจะมีโอกาสในการพัฒนาเข้าสู่อุตสาหกรรมแฟชั่นของไทยได้ ด้วยการให้ความสนับสนุนเพิ่มเติมทางด้านความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนา ดัดแปลง ปรับปรุงให้ทันสมัย และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากนักออกแบบชั้นนำของเมืองไทยได้

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการพัฒนารูปแบบของผ้า

การพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา จัดว่าเป็นการพัฒนาในช่วงห่วงโซ่อุปทานกลางน้ำ เพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยที่หมายถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ โดยเน้นความต้องการของตลาดเป็นหลัก ซึ่งประกอบไปด้วยหลักการต่าง ๆ ดังนี้

แนวคิดทางการตลาด (Marketing Concept) เป็นแนวคิดแบบมุ่งเน้นผู้บริโภค ซึ่งจะซื้อสินค้าด้วยความพึงพอใจนอกเหนือจากคุณภาพของสินค้า จึงต้องทำการวิจัยตลาด วิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภค แล้วนำข้อมูลมาผลิตเป็นสินค้าหรือปรับปรุงสินค้าให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคซึ่งมีความแตกต่างกับแนวความคิดทางการขายด้านต่าง ๆ

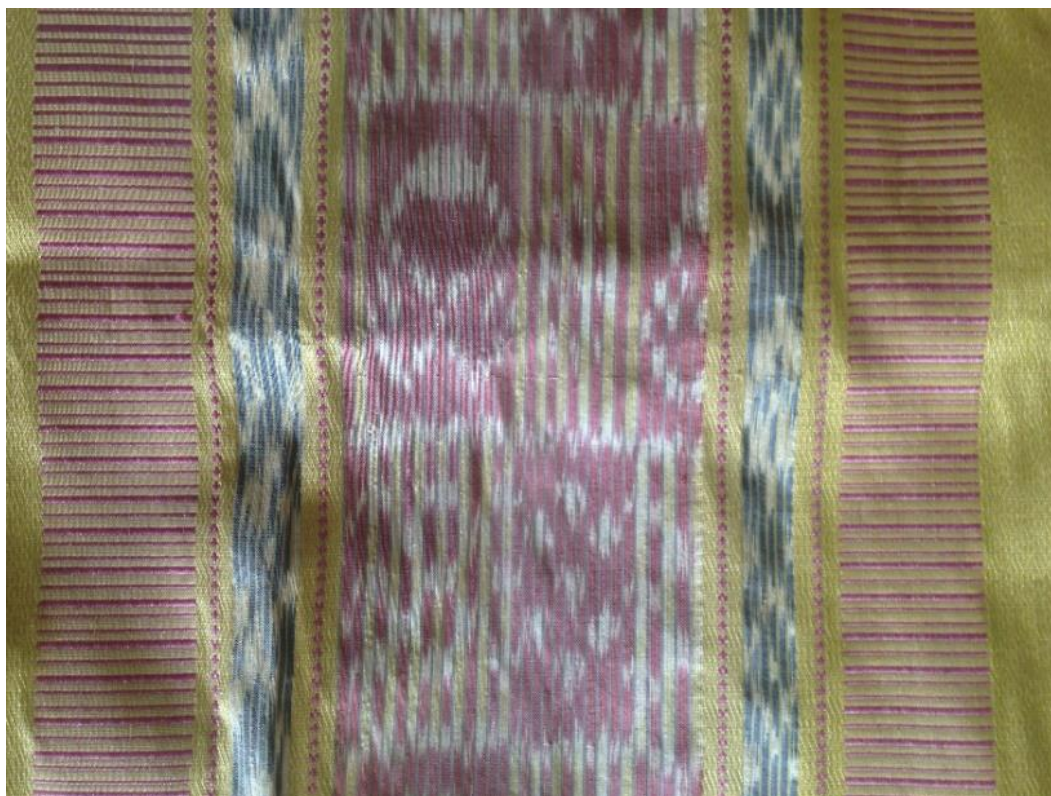
แนวคิดทางกระบวนการออกแบบแฟชั่น ที่แบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยการแบ่งหรือแยกลูกค้าออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ เพื่อให้ลูกค้าที่มีลักษณะความต้องการคล้ายคลึงกันมาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างเฉพาะเจาะจงในแต่ละกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการแตกต่างกันเพื่อความชัดเจนในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมที่สุด ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มเป้าหมายปลายน้ำซึ่งคือ ประชากรกลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยจำนวน 5 ท่าน ได้แก่ 1) นาย ชატรี เท่งฮะ นักออกแบบแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น ชากะ (Shaka) 2) นาย พลัฏฐ์ พลาภิ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น เรียลลิสติก ชิพูเอชั่น (Realistic Situation) 3) นาง ลภาภิดา จาดชลบท นักออกแบบแบรนด์เสื้อผ้าและกระเป๋าแฟชั่น ฟลาย นาว (FLY NOW) 4) นาย เอก ทองประเสริฐ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น คูเรเต็ดบาย เอกทองประเสริฐ (Curated by Ek Thongprasert) และ 5) นาย ทเนศ บุญประสาน นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่น โอθενติก (Othentic) ที่ให้ความสำคัญกับเสื้อผ้าสำเร็จรูป ที่มีราคาสูงปานกลางจัดเป็นกลุ่มที่อยู่ตรงกลางระหว่างเสื้อผ้าชั้นสูงและเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผลิตเป็นจำนวนมาก เพื่อผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปขายเป็นคอลเลกชันให้กับห้างสรรพสินค้า ร้านบูติกที่ต้องการ หรือมีร้านค้าปลีกเป็นช่องทางแบรนด์เองเพื่อทำการจำหน่ายตรงให้กับผู้บริโภค



ภาพประกอบ 10 จากซ้ายมาขวา นายชาติรี เท่งฮะ นายพลวัฐฐ์ พลาภิ นางลภาภิดา จาดชลบท
นายเอก ทองประเสริฐ และนายทเนศ บุญประสาน

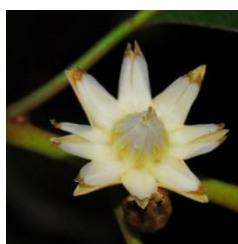
หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงทำการพัฒนารูปแบบผ้าไหมมัดหมี่ ตามหลักการออกแบบด้วย
โจทย์ทางการออกแบบ (Design Brief) ที่เหมาะสมกับขีดความสามารถ และเอกลักษณ์เฉพาะ
กลุ่มของประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ ด้วยวิธีการผสมผสาน
ระหว่างแรงบันดาลใจจากท้องถิ่นจากธรรมชาติที่พบเห็นได้ในจังหวัดนครราชสีมา หรือลวดลายที่
ประยุกต์มาจากลวดลายดั้งเดิมที่ทางกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายมีความเชี่ยวชาญในการผลิตอยู่
เดิม เช่น ดอกพิกุล นกยูง ปลาหมึก ฝักส้ม น้ำไหลในเขื่อนลำพระเพลิง หรือต้นและดอกสารภีที่เป็น
ต้นไม้ประจำจังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น รวมทั้งเลือกศึกษาเทรนด์แฟชั่น (Fashion Trend)
จากบริษัท WGSN (World Global Style Network) ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตฐานข้อมูลทางแฟชั่นของ
ประเทศอังกฤษ ที่ทำการวิจัย วิเคราะห์ รวมทั้งสังเคราะห์เทรนด์และแนวโน้มต่าง ๆ ในเรื่องของ
ผู้บริโภค การตลาด ธุรกิจ Retail ไปจนถึงแนวโน้มของนวัตกรรมโลก โดยเลือกใช้ WGSN2020
แนวโน้มแฟชั่นสำหรับผลิตภัณฑ์แฟชั่นในฤดูร้อนในปี ค.ศ. 2020 ที่เหมาะสมและสนับสนุน
เอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มของประชากรกลุ่มที่ 2 ให้โดดเด่นยิ่งขึ้นเข้ากันกับความต้องการของ
ประชากรกลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่มี
ประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย เพื่อที่จะได้นำไปเป็น
ตัวอย่างต้นแบบเบื้องต้นด้วยการพิมพ์ลวดลายลงบนผืนผ้า ในการนำเสนอให้กับประชากรกลุ่มที่
3 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้า
ไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย จำนวน 5 ท่าน เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางของ
รูปแบบผ้าไหมมัดหมี่ที่กลุ่มนักออกแบบทดลองผลิตผ้าต้นแบบต่อไป ดังนี้

1) กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นคือการย้อมสีธรรมชาติ การผสมผสานเส้นใยอื่นในการทอ รวมทั้งมีการผสมผสานเทคนิคการทอในผืนเดียว เช่น การทอแทรกเส้นไหมหางกระรอก การทอยก



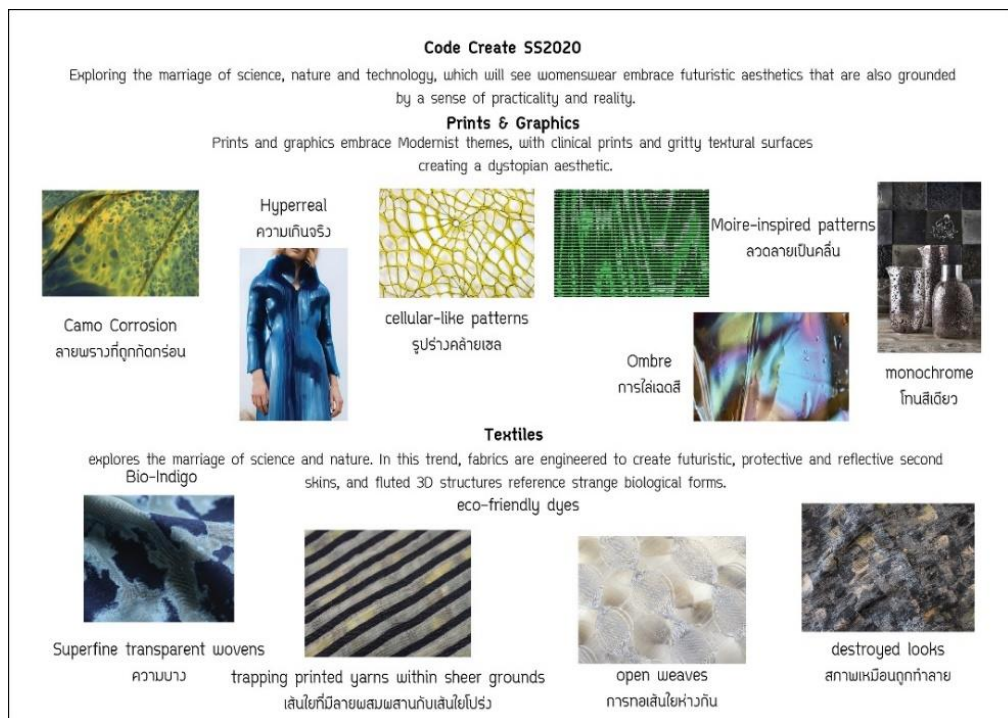
ภาพประกอบ 11 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่

แรงบันดาลใจ (Inspiration) มาจากลวดลายธรรมชาติที่พบเห็นได้ในพื้นถิ่น และ ลวดลายที่มีความถนัดในการผลิตเป็นพิเศษ ซึ่งคือ ดอกพิกุล และลายน้ำไหลจากเขื่อนลำพระเพลิง



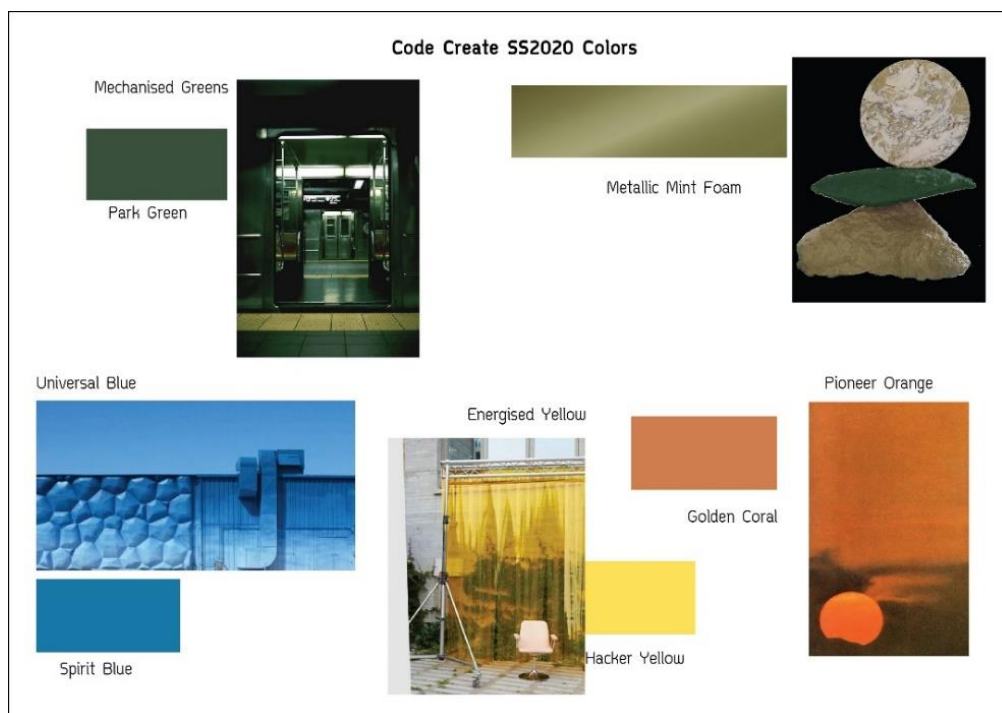
ภาพประกอบ 12 แรงบันดาลใจ (Inspiration) จากดอกพิกุล และลายน้ำไหล
จากเขื่อนลำพระเพลิง

แนวโน้มแฟชั่น (Fashion Trend) ผู้วิจัยได้นำแนวโน้มแฟชั่นจากบริษัท WGSN 2020 ใน Theme: Code Create 2020 ที่มีแนวทางในการสนับสนุนเอกลักษณ์ของกลุ่มให้โดดเด่นยิ่งขึ้น โดยมีอารมณ์ร่วมและแนวความคิดในการออกแบบ (Mood & Concept) เป็นเรื่องของเส้นและรูปทรงที่เป็นธรรมชาติ เน้นลวดลายที่ให้ความรู้สึกถึงการกัดกร่อน และความเหนือจริงด้วยการขยายลวดลายจากขนาดที่เคยผลิตในแบบปกติให้มีขนาดใหญ่ขึ้นแต่ยังคงมีรูปทรงคล้ายเดิม



ภาพประกอบ 13 แนวโน้มแฟชั่น (Fashion Trend) อารมณ์ร่วมและแนวความคิดในการออกแบบ (Mood & Concept) ของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่

สี (Colors) สีจาก Theme: Code Create กล่าวถึงการผสมผสานระหว่างความเป็นวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีเข้ากับธรรมชาติ ทำให้เกิดความเปรียบเทียบและความหลากหลายด้วยสีที่อยู่ในธรรมชาติและสีอื่น ๆ ที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นดิจิทัลด้วยความอิมิตซ์ของสี เช่น สีฟ้าของน้ำ สีเขียว และ สีภูเขาบอมบ์ของสีแดงดิน และใช้แนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเมื่อการบริโภคเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเน้นความสำคัญของโทนสีจากธรรมชาติที่กลุ่มผู้ผลิตมีความถนัดและได้ใช้เป็นประจำอยู่แล้ว คือ โทนเหลืองจากแก่นขนุนหรือเข้แดงส้มจากครั่งผสมผสานกับโทนน้ำเงินหรือฟ้าจากครามและอัญชัน

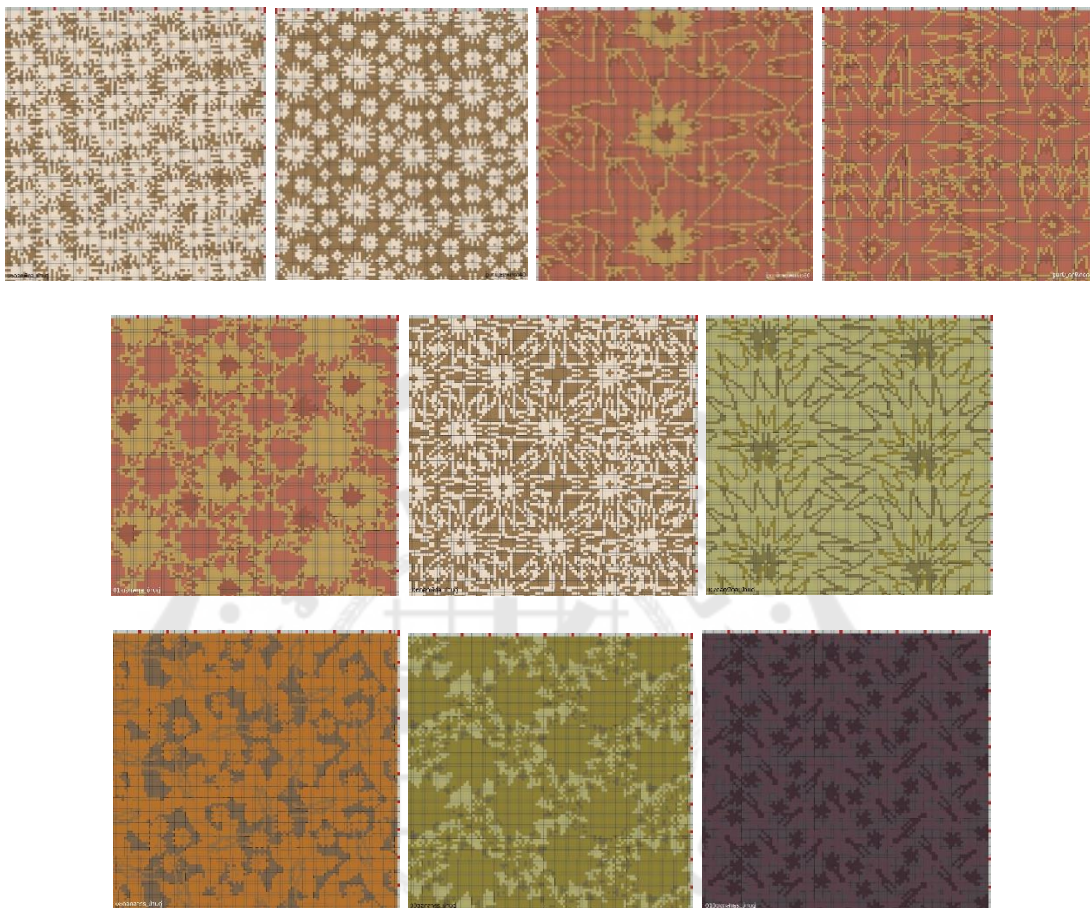


ภาพประกอบ 14 สี (Colors) ของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่

วัสดุและพื้นผิว (Materials & Textures) จาก Theme: Code Create นั้นกล่าวถึงการใช้ประโยชน์จากศักยภาพของสิ่งที่มีเหมือนมีมลพิษ มีการสลายตัว มีการปนเปื้อน ผุ สึกกร่อน การกัดเซาะบนพื้นผิวและรูปแบบ ก่อให้เกิดความแตกต่างของลวดลายที่ไม่ชัดเจน ต่างจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ที่มีลวดลายคมชัดแบบที่เป็นอยู่เพื่อให้เป็นทางเลือกที่น่าดึงดูดใจ ให้ธรรมชาติกำหนดรูปแบบ สร้างพื้นผิวที่ประณีตแต่เต็มไปด้วยผิวสัมผัสและร่อง แต่ยังคงมีน้ำหนักเบาอยู่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้เส้นยืนเป็นเส้นไหมโรงงานจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เส้นพุ่งเป็นการผสมผสานเส้นไหมบ้าน 100 % จากอำเภोजักราช และเส้นไหมโรงงานที่เป็นไหม 50% กับฝ้าย 50% เพื่อเป็นการสร้างพื้นผิวตามต้องการ

แบบร่างสำหรับกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ นั้นได้มีการลดทอนลวดลายจากดอกพิกุล และนำมาผสมผสานกับลายน้ำไหลจากเขื่อนลำพระเพลิง แล้วจึงมีการปรับขนาดของลวดลายใหญ่มีความใหญ่กว่าปกติ โดยใช้สีโทนธรรมชาติ เช่น สีจากเข ใบหญ้า คราม และครั่ง เป็นต้น การเลือกใช้วัสดุจะเป็นการผสมผสานระหว่างเส้นไหมโรงงาน เส้นไหมบ้าน และเส้นใยไหมผสมเส้นใยฝ้าย ทอสลักับเส้นพุ่งที่ทำการมัดหมี่ไว้แล้ว

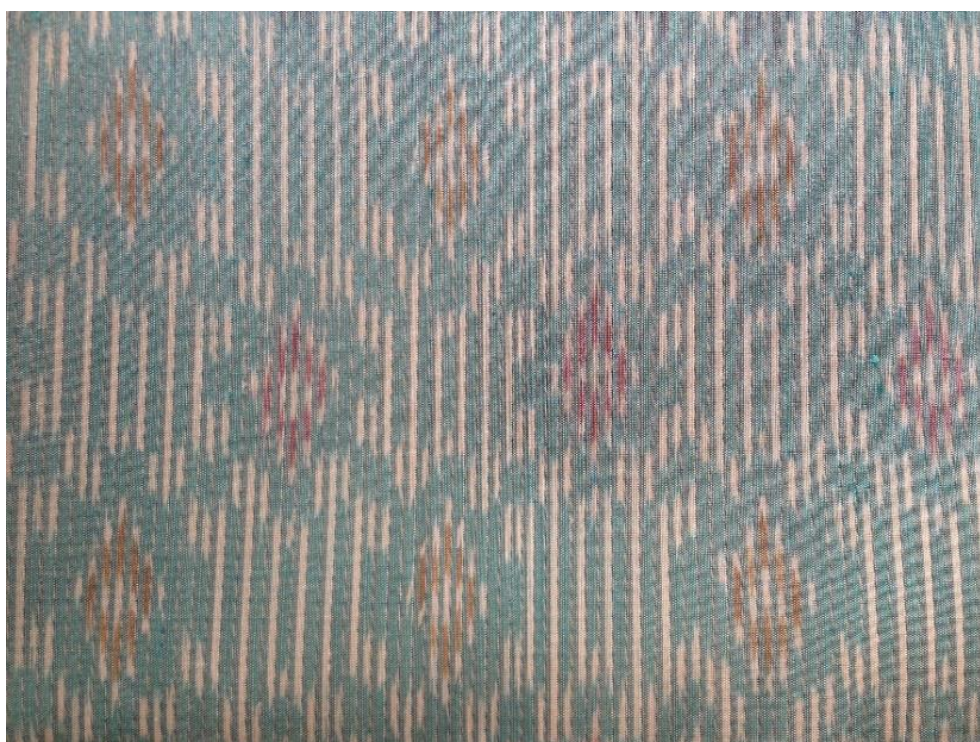
แบบร่าง (Sketch Designs)



ภาพประกอบ 15 แบบร่าง (Sketch Designs) สำหรับกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่

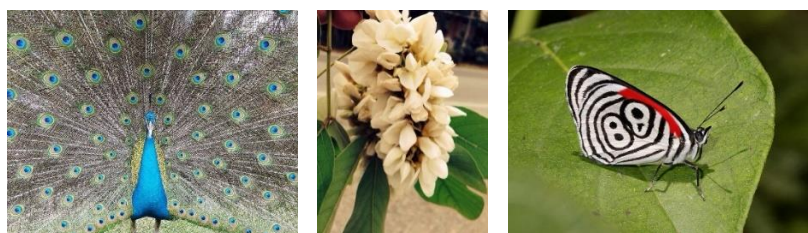
หลังจากได้แบบร่างทั้ง 10 แบบแล้ว ผู้วิจัยจึงนำลวดลายไปนำเสนอให้กับทางกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ โดยทำการอธิบายที่มาที่ไปของลวดลาย แนวโน้มแฟชั่น และความต้องการของนักออกแบบในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ให้ความสนใจในการทดลองผลิตต้นแบบในครั้งนี้เป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ก็มีประสบการณ์ในการทำงานตามสั่งจากต่างประเทศมาบ้าง เช่น สวิตเซอร์แลนด์ หรือ ญี่ปุ่น เป็นต้น ทั้งยังมีความเข้าใจในแนวโน้มแฟชั่นพอควร เนื่องจากเคยได้รับการอบรมเรื่องเรื่องแนวโน้มแฟชั่นจากภาครัฐ ก็มีความสนใจที่จะทดลองผลิต แม้ว่าจะมีความกังวลเรื่องการใช้สีให้เหมือนต้นแบบอยู่บ้างเพราะเป็นการใช้สีจากธรรมชาติที่มีข้อจำกัดและซับซ้อนมากกว่าสีเคมี แต่ทางกลุ่มฯ ได้ทำการตกลงที่จะทำการผลิตต้นแบบให้

2) กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยทอมี่เอกลักษณ์ในด้านของเวลาและจำนวนที่ผลิต ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะมีความเรียบง่าย ผลิตได้เป็นจำนวนมากตามเวลาที่กำหนด เนื่องจากนิยมใช้สีเคมีที่ลดทอนกระบวนการมัดย้อมลงได้มากกว่าการย้อมด้วยสีธรรมชาติ นอกจากนั้นทางกลุ่มยังสามารถทำการมัดและย้อมได้ด้วยสมาชิกภายในเอง ไม่จำเป็นต้องรอเวลาในการจ้างแรงงานอื่น



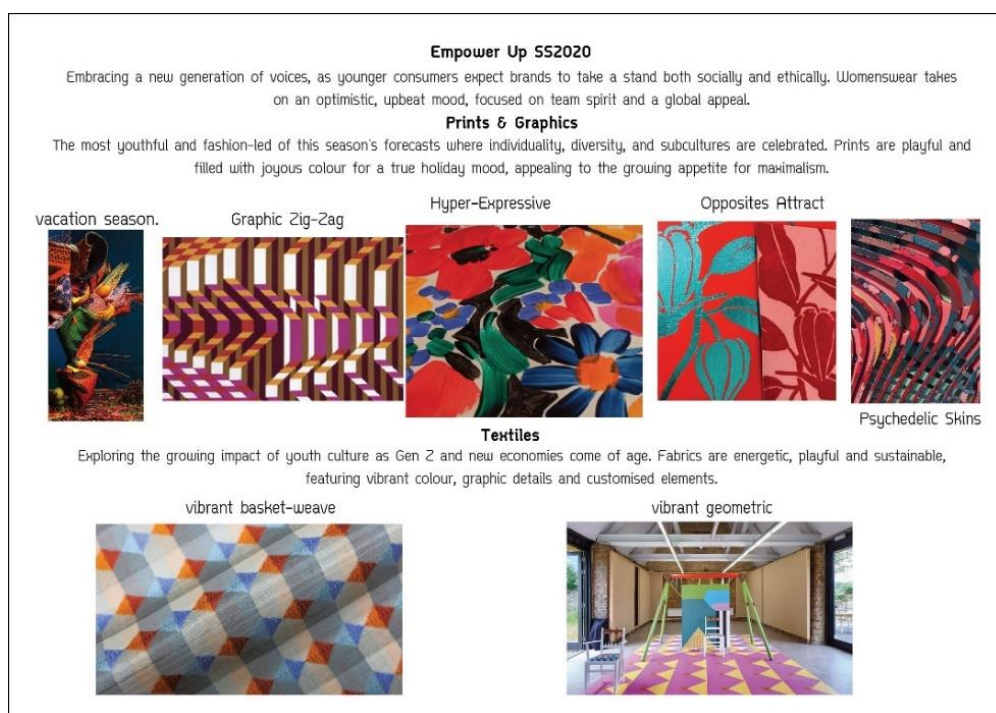
ภาพประกอบ 16 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย

แรงบันดาลใจ (Inspiration) จากลวดลายธรรมชาติที่ประยุกต์สืบทอดกันมา ทางกลุ่มเคยผลิตและจำหน่ายได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งคือ นกยูง ดอกสารภี และผีเสื้อ



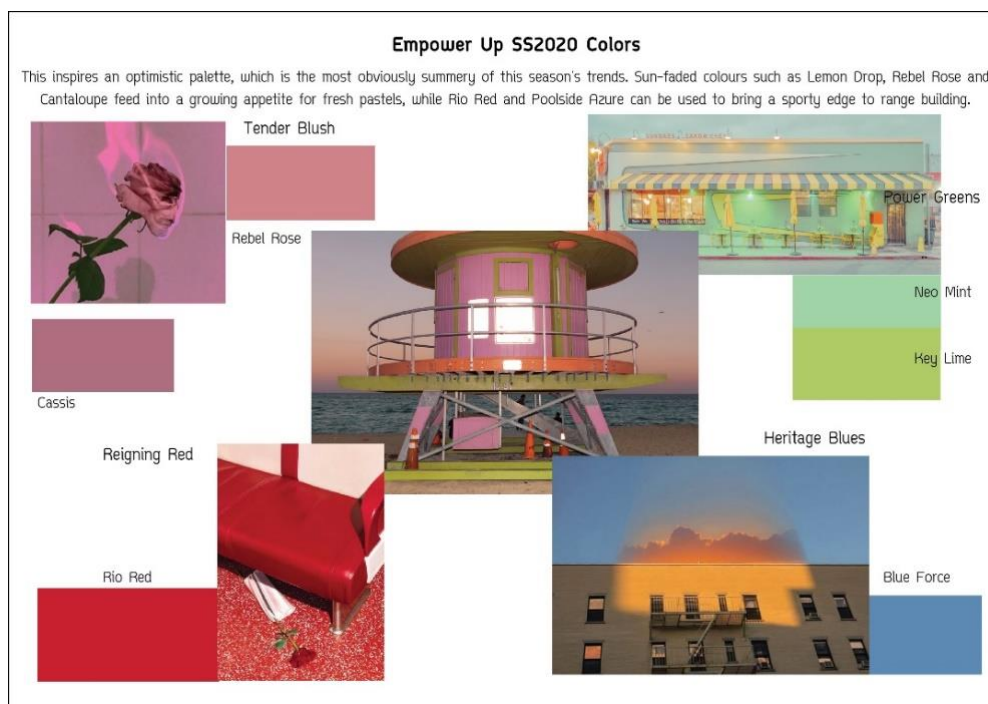
ภาพประกอบ 17 แรงบันดาลใจ (Inspiration) จากนกยูง ดอกสารภี และผีเสื้อ

แนวโน้มแฟชั่น (Fashion Trend) ผู้วิจัยได้นำแนวโน้มแฟชั่นจากบริษัท WGSN 2020 ใน Theme: Empower Up 2020 ที่มีแนวทางในการสนับสนุนเอกลักษณ์ของกลุ่มโดยเฉพาะการใช้สีที่หลากหลายนี้อาจเนื่องจากการใช้สีเคมีให้โดดเด่นยิ่งขึ้นอารมณ์รวมและแนวความคิดในการออกแบบ (Mood & Concept) เป็นเรื่องของลวดลายที่เป็นเรขาคณิตที่เหนือจริง ให้ความรู้สึกหลุดตาหรือมีความเคลิบเคลิ้ม และเหมือนกำลังอยู่ในระหว่างการท่องเที่ยวพักผ่อนด้วยความสดชื่นและสดใส



ภาพประกอบ 18 แนวโน้มแฟชั่น (Fashion Trend) อารมณ์รวมและแนวความคิดในการออกแบบ (Mood & Concept) ของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย

สี (Colors) สีจาก Theme: Empower Up กล่าวถึงคนรุ่นใหม่ และประเทศเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นใหม่ ให้ความรู้สึกสดชื่นสดใสของความเยาว์วัย เป็นแรงบันดาลใจให้ใช้สีในช่วงฤดูร้อนที่ชัดเจนที่สุด โดยเป็นสีจากสิ่งต่าง ๆ ที่โดนแสงแดด สีที่มาจากผลไม้หน้าร้อน เพื่อให้ความรู้สึกถึงความเท่ เบี้ยวจากธรรมชาติในหน้าร้อนแบบโลกอนาคตเล็กน้อย เพื่อให้เกิดความสดใหม่ เป็นสีหลัก ที่ให้ความรู้สึกถึงความกระฉับกระเฉง และทะมัดทะแมงที่ทันสมัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้เป็นสีเคมีที่ใช้วิธีการจับคู่สีจากสีคู่ประกอบที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรสี เพื่อให้ความรู้สึกโดดเด่น เหนือจริง คล้ายจะขัดแย้งกันแต่กลับสนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยอาจปรับสีให้อ่อนลงหรือเข้มขึ้นเล็กน้อย

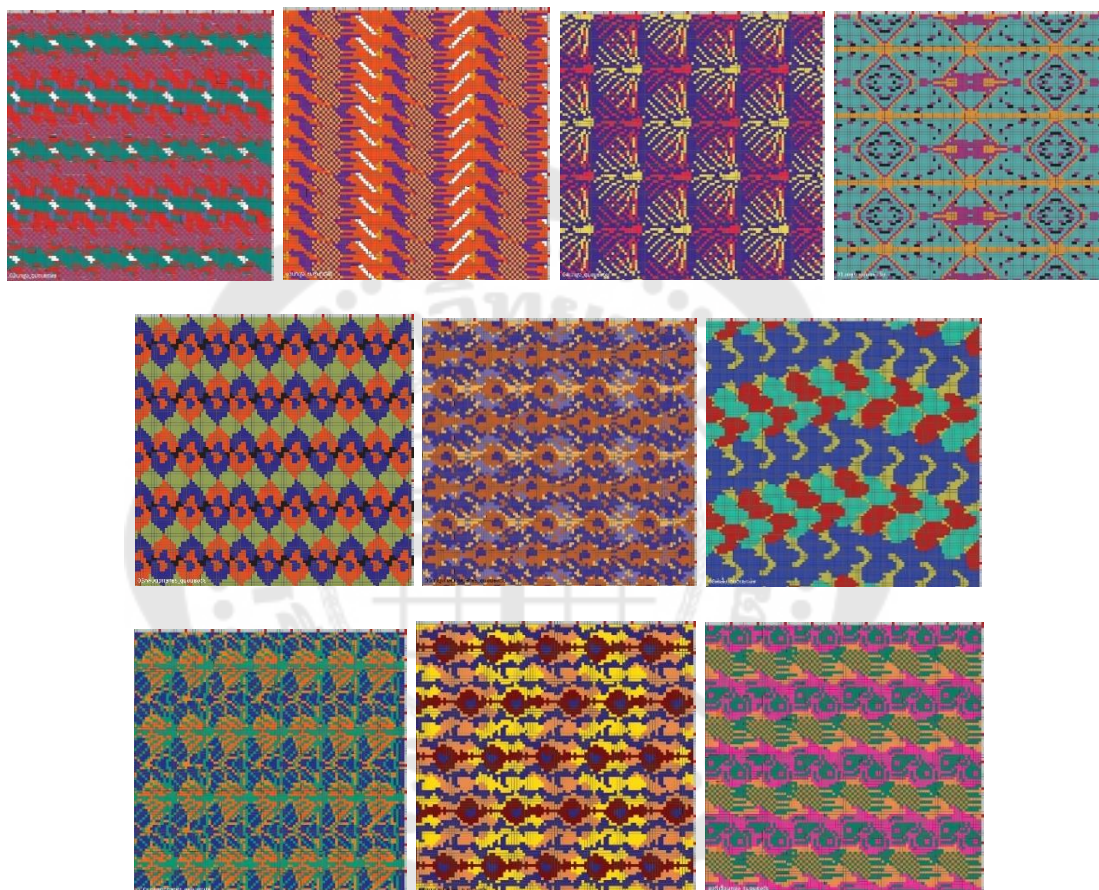


ภาพประกอบ 19 สี (Colors) ของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย

วัสดุและพื้นผิว (Materials & Textures) จาก Theme: Empower Up กล่าวถึงความเยาว์วัย ความสดใส สดชื่น และเศรษฐกิจใหม่เริ่มเข้ามา พื้นผิวมีความกระตือรือร้น ชี้เล่น และมีสีสันโดยลดทอนรายละเอียดลงให้มีความเป็นกราฟิกภายในองค์ประกอบของลวดลายที่มากกว่า ธีม (Theme) อื่น ๆ เป็นรูปแบบที่มีชีวิตชีวามากขึ้น ด้วยการปะทะกันของสี เช่น น้ำสีของน้ำมะนาวที่คั้นออกมาสด ๆ มาผสมผสานกับสีของกลีบกุหลาบสีชมพูที่มีความเข้มกว่าปกติ เพื่อสร้างมิติให้กับลวดลาย อย่างไรก็ตามการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยมีเงื่อนไขและข้อจำกัดบางอย่างในการผลิต เนื่องจากทางกลุ่มฯ นิยมผลิตผ้าที่มีผิวสัมผัสเรียบเนียน ไม่นิยมผสมผสานเส้นใยอื่นเข้าไปในเนื้อผ้า เพราะไม่มีความชำนาญและเห็นว่าไม่สวยงาม อีกทั้งมีความถนัดในการใช้สีสันทากหลายด้วยสีเคมี เพื่อการผลิตได้อย่างรวดเร็วกว่ากลุ่มอื่น ๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดให้เส้นยืนเป็นเส้นไหมจากโรงงานจุลไหมไทย ส่วนเส้นพุ่งเป็นเส้นไหมบ้านจากอำเภोजักราช โดยปรับลดรายละเอียดของผิวสัมผัสลง แต่ใช้สีสันทากในการย้อมในแบบของความเปรียบต่างของสีคู่ประกอบ ซึ่งเป็นการจับคู่สีที่มีตำแหน่งตรงข้ามกันในวงจรัส เป็นการขับเน้นอารมณ์และความรู้สึกที่ให้ความเยาว์วัย ความสดชื่นด้วยคู่ทดแทนผิวสัมผัส

แบบร่างสำหรับกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยนั้น ได้มีการลดทอนลวดลายจาก นกยูง ดอกสาธรร และผีเสื้อ แล้วจึงมีการปรับขนาดของลวดลายใหญ่มีความใหญ่กว่าปกติ โดยใช้โทนสีตัดกัน การเลือกใช้วัสดุจะเป็นการผสมผสานระหว่างเส้นไหมโรงงาน เส้นไหมบ้าน

แบบร่าง (Sketch Designs)



ภาพประกอบ 20 แบบร่าง (Sketch Designs) สำหรับกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย

หลังจากได้แบบร่างทั้ง 10 แบบแล้ว ผู้วิจัยจึงนำลวดลายไปนำเสนอให้กับทางกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย โดยทำการอธิบายที่มาที่ไปของลวดลาย แนวโน้มแฟชั่น และความต้องการของนักออกแบบในเบื้องต้น พบว่า กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย ให้ความสนใจในการทดลองผลิตต้นแบบในครั้งนี้ ด้วยมีความสามารถในการทำงานเองได้ทุกขั้นตอน ทั้งยังมีความเข้าใจในแนวโน้มแฟชั่นพอควรเนื่องจากการได้มีการผ่านการอบรมจากโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐ แม้ว่าจะมีความกังวลเรื่องการใช้สีที่มีความหลากหลายในผืนเดียวกันแต่ทางกลุ่มฯ ได้ทำการตกลงที่จะทำการผลิตต้นแบบให้

3) กลุ่มไหมทองสุรนารียังคงสามารถผลิตทอผ้าไหมแก้วมัดหมี่ ซึ่งเป็นการทอ สลับระหว่างเส้นไหมที่ทำการมัดหมี่กับเส้นไหมแก้วที่ให้ผลเป็นผ้าไหมที่มีความโปร่งบางกว่าผ้าไหมทั่วไป จึงโดดเด่นในแง่ของรูปแบบ เนื่องจากปัจจุบันไม่ค่อยมีกลุ่มไหนผลิตอีกแล้ว



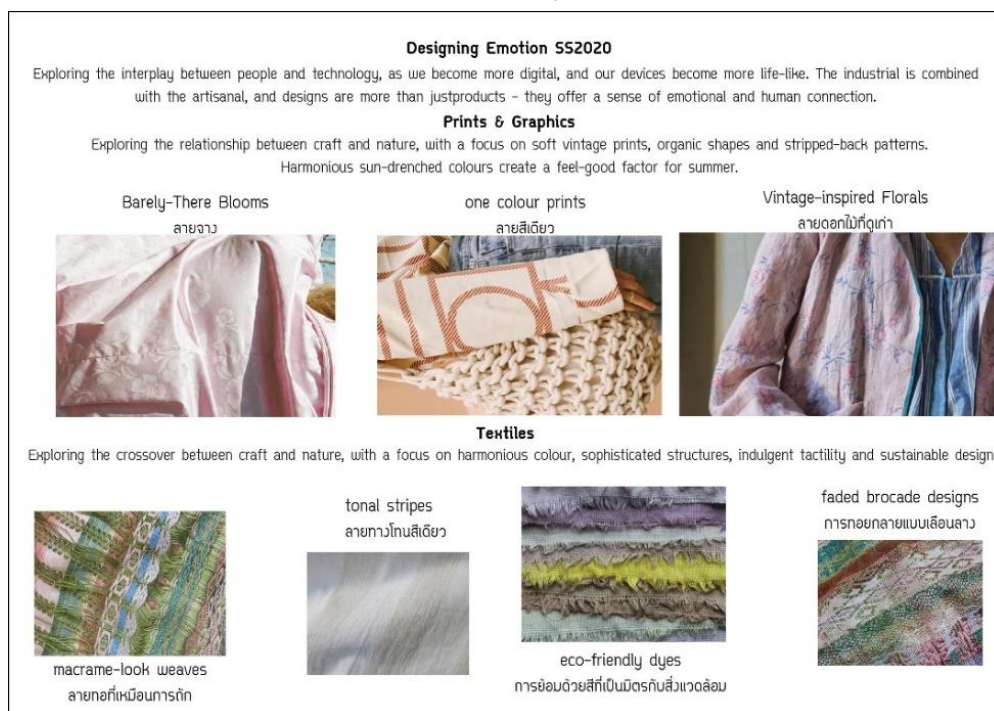
ภาพประกอบ 21 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไหมทองสุรนารี

แรงบันดาลใจ (Inspiration) จากธรรมชาติที่พบเห็นได้รอบตัวในท้องถิ่น และสิ่งที่มีสัญลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งคือ ดอกสาธร์ที่มาจากต้นสาธร์ ต้นไม้ประจำจังหวัด นครราชสีมา และปลาม้าที่เป็นปลาที่มีในพื้นที่ อาศัยอยู่ในเขื่อนลำพระเพลิง



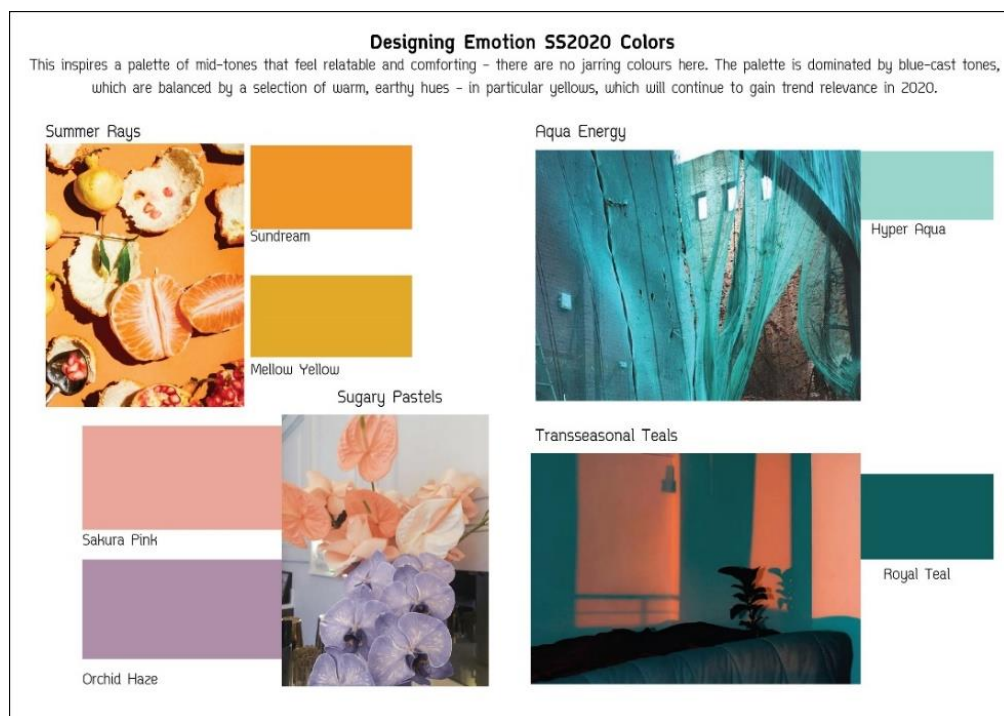
ภาพประกอบ 22 แรงบันดาลใจ (Inspiration) จากพุ่มดอกสาธร์ และปลาม้า

แนวโน้มแฟชั่น (Fashion Trend) ผู้วิจัยได้นำแนวโน้มแฟชั่นจากบริษัท WGSN 2020 ใน Theme: Designing Emotion 2020 ที่มีแนวทางในการสนับสนุนเอกลักษณ์ของกลุ่ม โดยเฉพาะ เนื่องจากแนวโน้มแฟชั่นนี้ให้อารมณ์รวมและแนวความคิดในการออกแบบ (Mood & Concept) เป็นเรื่องของความอ่อนหวาน มีความละเอียดอ่อนที่ดูเหมือนผ่านกาลเวลามาระยะหนึ่ง เหมาะกับชนิดของผ้าไหมแก้วที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม



ภาพประกอบ 23 แนวโน้มแฟชั่น (Fashion Trend) อารมณ์รวมและแนวความคิดในการออกแบบ (Mood & Concept) ของกลุ่มไหมทองสุรนารี

สี (Colors) สีจาก Theme: Designing Emotion เป็นสีที่ให้ความรู้สึกดีที่มีความอ่อนลงจากโทนปกติ อ่อนลงด้วยการเจือจางของสีให้รู้สึกถึงความใส ความสะอาด และใช้โทนกลางที่มีความกลมกลืนกัน เช่น สีเหลืองกับส้ม สีฟ้ากับสีน้ำเงิน เป็นการใช้สีที่ให้ความรู้สึกโปร่งใส บาง ด้วยกลุ่มไหมทอง สุรนารีมีความสามารถในการใช้สีทั้งจากธรรมชาติ และสีเคมี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกให้ทางกลุ่มฯ ใช้สีเคมีเนื่องจากสีเคมีสะดวกในการควบคุมโทนสีให้เป็นไปตามต้องการได้ง่ายกว่าสีธรรมชาติ โดยเป็นการปรับการใช้งานให้อ่อนจาง อ่อนหวาน

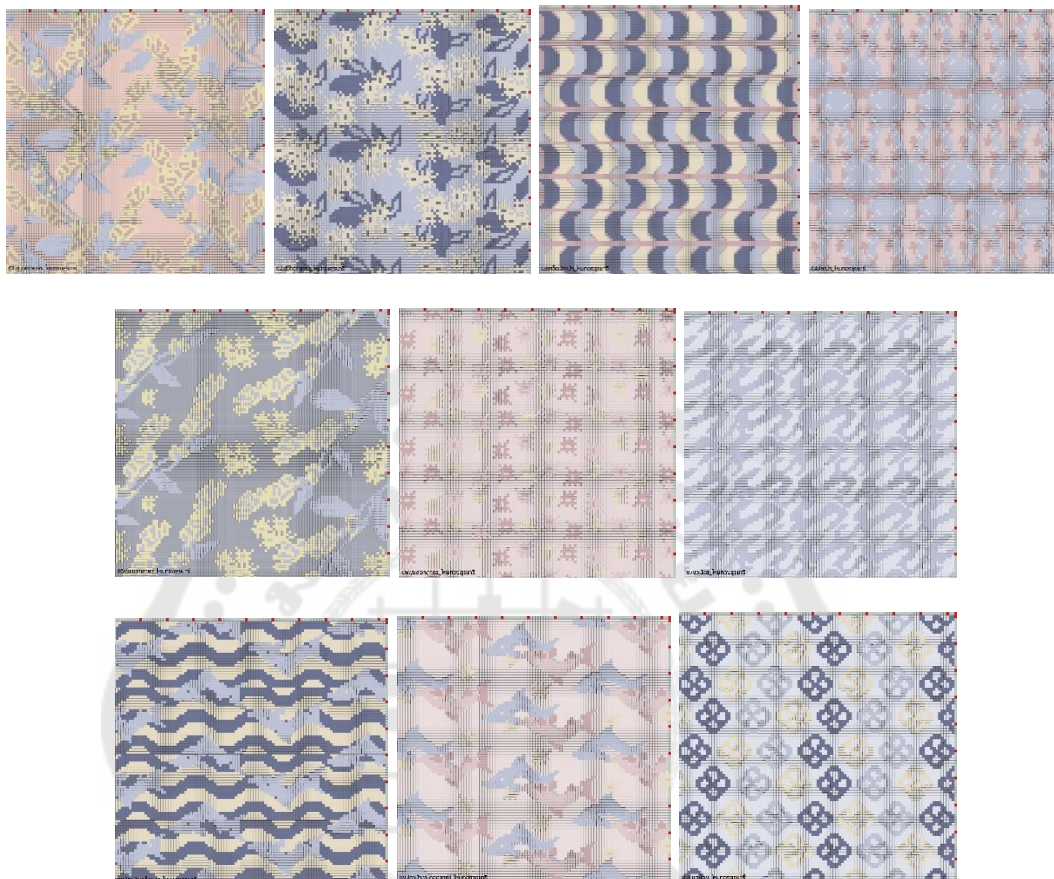


ภาพประกอบ 24 สี (Colors) ของกลุ่มไหมทองสุรนารี

วัสดุและพื้นผิว (Materials & Textures) จาก Theme: Designing Emotion มีการกล่าวถึงวัสดุในแง่ของการผสมผสานระหว่างงานฝีมือของมนุษย์เข้ากับธรรมชาติ โดยเน้นที่ความกลมกลืนของสีที่ก่อให้เกิดโครงสร้างที่ซับซ้อน เกิดการสัมผัสที่ผ่อนคลาย บางเบาในช่วงฤดูร้อนแบบดั้งเดิม เช่น ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นสนิมในเส้นด้ายที่โปร่งบางอย่างเป็นธรรมชาติ หรือใช้เส้นใยที่ไม่ได้ย้อมในบางช่วง พื้นผิวที่ให้ความรู้สึกรับสัมผัสของการทอดแบบทอดกล้วยแบบไม่ชัดเจนนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกให้ทางกลุ่มไหมทองสุรนารีใช้เส้นยืนเป็นเส้นไหมโรงงานจากจุลไหมไทย เส้นพุ่งมัดหมี่เป็นเส้นไหมบ้านจากอำเภอกักราช และเส้นพุ่งไหมแก้วเป็นเส้นไหมโรงงานจากจุลไหมไทยเช่นกัน เนื่องจากผ้าแก้วต้องประกอบขึ้นจากเส้นไหมที่มีความใส โปร่ง และเล็กกว่าปกติ

แบบร่างสำหรับกลุ่มไหมทองสุรนารีนั้น ได้มีการลดทอนลดทอนจาก พุ่มดอกสาธิต และปลาม้าแล้วจึงมีการปรับขนาดของลดทอนใหญ่มีความใหญ่กว่าปกติ โดยใช้โทนสีอ่อนจางให้ความนุ่มนวล การเลือกใช้วัสดุจะเป็นการผสมผสานระหว่างเส้นไหมโรงงาน เส้นไหมบ้าน (เส้นไหมดิบ) เพื่อสร้างความโปร่งใสให้กับเนื้อผ้า

แบบร่าง (Sketch Designs)



ภาพประกอบ 25 แบบร่าง (Sketch Designs) สำหรับกลุ่มไหมทองสุรนารี

หลังจากได้แบบร่างทั้ง 10 แบบแล้ว ผู้วิจัยจึงนำลวดลายไปนำเสนอให้กับทางกลุ่ม กลุ่มไหมทองสุรนารี โดยทำการอธิบายที่มาที่ไปของลวดลาย แนวโน้มแฟชั่น และความต้องการของนักออกแบบในเบื้องต้น พบว่า กลุ่มไหมทองสุรนารีให้ความสนใจในการทดลองผลิตต้นแบบในครั้งนี้พอสมควร มีความสนใจในโทนสีที่ดูมีความอ่อนหวาน ลวดลายมีความเป็นธรรมชาติ มีความเหมาะสมกับเอกลักษณ์ของทางกลุ่มฯ ที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตผ้าไหมแก้วเนื้อความโปร่งบางเป็นพิเศษ ทั้งยังมีความเข้าใจในแนวโน้มแฟชั่นพอควรจากการเข้าอบรมจากโครงการต่าง ๆ จากภาครัฐ แต่เนื่องจากเส้นใยของไหมแก้วนั้นหากย้อมด้วยสีธรรมชาติแล้วอาจได้สีที่ไม่เหมือนกับแบบ ทางกลุ่มฯ จึงมีการปรับเปลี่ยนจากการใช้สีธรรมชาติ (คราม) มาเป็นสีเคมีเพื่อความสะดวกและแม่นยำในการย้อม แม้จะมีความไม่แน่ใจและติดขัดบ้างในเรื่องของระยะเวลาในการผลิตแต่ทางกลุ่มฯ ได้ทำการตกลงที่จะทำการผลิตต้นแบบให้

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

จากการสนทนากลุ่มด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างรายบุคคลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้สอดคล้องกับวิวัฒนาการแนวความคิดทางการตลาด ในด้านแนวความคิดเกี่ยวกับการตลาด (ต้องทราบความต้องการแท้จริงของตลาดเป้าหมาย และสามารถจัดผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น จะต้องมีการทำวิจัยการตลาด เพื่อพัฒนาส่วนประสมทางตลาดให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย) (Marketing Concept) เป็นแนวความคิดที่กิจการให้ความสำคัญต่อผู้บริโภคมากขึ้น โดยเริ่มมีการศึกษาวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นอันดับแรกและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ไปผลิตเป็นสินค้าขึ้นมา เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแนวความคิดแบบเดิมที่มุ่งเน้นแต่ทางด้านการผลิต เมื่อมีสินค้าจำนวนมากก็นำออกขายแก่ผู้บริโภค และเพื่อให้ทราบถึงทัศนคติพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ รสนิยม การใช้สอย และมุมมองที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ที่ต้องการนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นของประชากรกลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งหมายถึงนักออกแบบแฟชั่นที่มีประสบการณ์ในการใช้ผ้าไหมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย จำนวน 5 ท่าน โดยมีเกณฑ์คัดเลือกคือ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลงานแฟชั่นร่วมสมัย เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการแฟชั่นในประเทศที่เป็นเจ้าของธุรกิจแบรนด์สินค้าแฟชั่น หรือทำงานในธุรกิจเครื่องแต่งกายแฟชั่นมาเป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 10 ปี และมีสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือร้านค้าของแบรนด์ตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางแฟชั่นของประเทศไทย ได้แก่ ศูนย์การค้าสยาม พารากอน ศูนย์การค้าสยาม เซ็นเตอร์ ศูนย์การค้าสยาม ดิสคัฟเวอรี และในพื้นที่สยามสแควร์ ดังนี้



ภาพประกอบ 26 การสนทนากลุ่มครั้งที่ 1



ภาพประกอบ 27 การสนทนากลุ่มครั้งที่ 1

จากมุมมองของนักออกแบบการเลือกใช้ผ้าไหมในการสร้างสรรค์ผลงานแฟชั่นมักแบ่งไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์และประโยชน์ใช้สอย ดังเช่น ชาทรี เท่งฮะ นักออกแบบแบรนด์ Shaka ได้กล่าวไว้ว่า

“ผ้าไหมใช้ในแบรนด์ Shaka Saku ในชุดราตรีกลุ่มเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Ready to wear) เลือกเพื่อให้ลงตัวกับงานออกแบบ โดยตามปกติมักเลือกใช้ผ้าไหมจาก Jim Thomson เนื่องจากคุณสมบัติผ้าที่มีเนื้อทอแน่นและมีลวดลายเป็นกราฟิก (Graphic) ที่มีความร่วมสมัย และในแง่ของคุณค่าของผ้าไหมสร้างให้เกิดความดึงดูดกับเครื่องแต่งกายประเภทสำเร็จรูปของแบรนด์ เนื่องจากผ้าไหมสร้างมูลค่าทางสินค้าได้ง่ายไม่ต้องแต่งแต้มประดับผิวผ้าเพิ่มเติม โดยคัดเลือกผ้าไหมที่มีลวดลายสวย ไม่ต้องเติมแต่งมาก และตรงกับแบบร่างของงานออกแบบ” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ ทเนศ บุญประสาน นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Othentic ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ใช้ผสมผสานในแบรนด์ Olanor เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ เกิดทางเลือกใหม่ในงานออกแบบ โดยมักใช้ไหมพื้นและผ้าลายน้ำไหล จากแหล่งผ้าไทยที่ ดี โอลด์ สยาม (The Old Siam) ผ้าไหมปักธงชัย ผ้าไหมสุรินทร์ ด้วยความผูกพันกับวิถีชุมชนมาตั้งแต่

กำเนิด (จังหวัดเลย) จึงเห็นคุณค่าและต้องการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น และนำมาใช้ในงานออกแบบเพื่อสร้างทางเลือกใหม่ ๆ จากวัสดุที่มีคุณค่าในการนำมาสร้างผลงาน” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ พลัฏฐ์ พลาภิ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Realistic Situation และ Mesh Museum ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ใช้ในงานออกแบบคอลเลกชัน (Collection) ที่เคยร่วมงานกับกระทรวงวัฒนธรรม โดยแบรนด์ Realistic Situation เลือกใช้ผ้าไหมจากวังสราญไทยจาก ดิโอลด์ สยาม (The Old Siam) และแบรนด์ Mesh Museum ใช้ผ้าไหมจาก Jim Thomson โดยเลือกใช้เพราะคุณสมบัติความแน่นของเนื้อผ้าเหมาะกับงานออกแบบ และเห็นว่าเพราะมีความต้องการในตลาด ลูกค้าต้องการสวมใส่ผ้าไหมแต่ยังคงหาซื้อสิ่งที่ต้องการ (แบบเสื้อ) ไม่ได้ ส่วนตัวเห็นว่าถ้าสามารถใช้ผ้าไหมมาผสมกับรูปแบบแฟชั่นที่ลูกค้าต้องการ จะได้รับการตอบรับที่ดี และที่แบรนด์เลือกใช้ผ้าไหมมัดหมี่ในการออกแบบเพราะเห็นว่าผ้ามัดหมี่มีความร่วมสมัยมากที่สุด” (สัมภาษณ์, 2562) นอกจากนี้ ลภากิตา จาดชลบท นักออกแบบแบรนด์ Fly Now ยังได้กล่าวไว้ว่า

“เลือกใช้ในงานออกแบบของกลุ่ม High End Product เนื่องจากผ้าไหมทำให้มูลค่าของสินค้าเพิ่มขึ้น โดยจะนำผ้าที่มีลวดลายผสมในงานออกแบบ วางในชั้นในของกระเป๋า ในกลุ่มของเสื้อผ้าเลือกผ้าไหมที่เหมาะสมกับงานออกแบบ โดยเลือกใช้ผ้าไหมจาก Jim Thomson และ Passaya เพราะคุณสมบัติผ้าที่แน่น ลวดลายสวยร่วมสมัย เมื่อมีการทดลองผสมผสานกับวัสดุอื่น ๆ เป็นการสนับสนุนวัตถุดิบภายในประเทศ โดยคำนึงถึงปริมาณในการผลิต เวลาในการผลิตเป็นสำคัญ” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ เอก ทองประเสริฐ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Curated by Ek Thongprasert ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้เพื่อทำการแข่งขันกับตลาดสากล โดยมองว่างานผ้าไหมมัดหมี่นั้นเป็นศิลปะทางวัฒนธรรมประเภทงานฝีมือ (Craft) มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness) ถือเป็นจุดแข็ง และเห็นว่าสามารถพัฒนาผู้ผลิตในท้องถิ่นให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเกิดความร่วมสมัยได้” (สัมภาษณ์, 2562)

จากที่นักออกแบบได้กล่าวไว้ข้างต้น จะเห็นได้ว่า นักออกแบบทุกท่านมีความสนใจในการนำผ้าไหมมัดหมี่ไปใช้เป็นวัตถุดิบในการออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่นในแบรนด์ของ

ตนเอง ทั้งยังเห็นพ้องกันว่าผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่สามารถนำไปพัฒนาให้น่าสนใจเพิ่มขึ้นได้ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าผ้าไหมมัดหมี่จะมีความงาม และยังสามารถนำไปพัฒนาตลาดขายให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคได้ ก็ยังมีข้อเสียในการนำไปใช้สร้างสรรค์ผลงานอยู่บ้าง โดย ชาศรี เท่งฮะ นักออกแบบแบรนด์ Shaka ได้กล่าวไว้ว่า

“ขนาดความกว้างของหน้าผ้าที่มีความแคบ และส่งผลถึงการทำงาน การวางผ้า ตัดต่อลาย และปัญหาด้านเพดานราคาสินค้า เนื่องจากผ้าไหมมีต้นทุนที่สูง อีกทั้งยัง คงต้องสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ผลิตผ้า และนักออกแบบที่นำผ้าไปแปรรูป ชาวบ้านยังไม่ เข้าใจถึงความต้องการของนักออกแบบ หากพัฒนาร่วมกันก็จะทำให้เกิดการต่อยอดได้” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ พลัฏฐ์ พลาภิ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Realistic Situation และ Mesh Museum ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ลวดลายที่มีโครงสร้างเฉพาะทำให้มีข้อจำกัดในงานออกแบบ นักออกแบบจึง ต้องแก้ปัญหา เช่น การตัดต่อชนลวดลายในงานออกแบบ นอกจากนี้ยังรวมถึงการ เลือกใช้ให้ถูกกับแบบอีกด้วย” (สัมภาษณ์, 2562) นอกจากนี้ ทนศ บุญประสาน นัก ออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Othentic ได้กล่าวเสริมไว้ว่า

“ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าไหมสามารถใส่ได้เฉพาะในบางโอกาสด้วยรูปลักษณะที่ ดูเป็นทางการ ปัญหาที่เคยเจอคือจำนวนในการสั่งซื้อ สีไม่เหมือนเดิมเมื่อสั่งซ้ำ สีไม่ล่ำ เสมอ และการเก็บรักษาผ้าไหมเมื่อเก็บไว้จะกินตัวเอง ถ้าสามารถทำลวดลายให้เข้ากับ ตลาดได้มากขึ้น และปรับราคาต้นทุนให้ลดลงได้จะดีขึ้นมาก” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ เอก ทองประเสริฐ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Curated by Ek Thongprasert ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ผ้าไหมมัดหมี่มีโครงสร้างเดียวลวดลายที่ดูแข็ง และไม่สามารถหาซื้อผ้าที่ ต้องการซ้ำได้ หรือต้องการจำนวนเพิ่ม ผู้ผลิตยังขาดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาเส้นใย และผู้สืบทอดซึ่งจะทำให้ภูมิปัญญานี้จะเลือนหายไปไม่ช้า แต่ยังสามารถพัฒนาได้หากเน้นเรื่อง ความคงทนของเส้นใย เช่น การผสมใยผ้าธรรมชาติ ไหมแถมฝ้าย ทำให้ดูแลง่ายขึ้น”

(สัมภาษณ์, 2562) นอกจากนี้ ลภากิตา จาตชลบท นักออกแบบแบรนด์ Fly Now ยังได้กล่าวไว้ว่า

“เวลาใช้ผ้าไหมมัดหมี่จะมีปัญหาเรื่องการประกอบงาน การวางลายผ้า ให้เข้ากับรูปทรงของผลิตภัณฑ์ ทำให้ต้องทดลองขึ้นโครงสร้างใหม่ทำให้เกิดการเสียเวลา แต่เห็นว่ายังสามารถพัฒนาได้จากความร่วมมือระหว่างชุมชน และผู้ออกแบบลายผ้าให้เกิดองค์ความรู้จากการแลกเปลี่ยนมุมมองซึ่งกันและกัน” (สัมภาษณ์, 2562)

จึงเห็นได้ว่า ด้วยข้อจำกัดบางอย่าง โดยเฉพาะความกว้างของหน้าผ้า สีเส้นและลวดลาย การผลิตชิ้นผ้า ที่เกิดขึ้นจากวิธีการมัดหมี่นั้นสร้างข้อจำกัดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้นักออกแบบทุกท่านได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนารูปแบบผ้าไหมมัดหมี่จากการตลาดด้วยการใช้แนวโน้มแฟชั่น (Fashion Trend) เพื่อการพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่เข้าสู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย โดย ชาตรี เท่งฮะ นักออกแบบแบรนด์ Shaka ได้แนะนำถึงการใช้แนวโน้มแฟชั่นไว้ว่า

“แนวโน้มแฟชั่นสามารถนำมาใช้ในการปรับประยุกต์ลวดลายผ้าให้มีความร่วมสมัยได้” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ พลัฏฐ์ พลาภิ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Realistic Situation และ Mesh Museum ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“แนวโน้มแฟชั่นสามารถนำมาใช้ในการปรับลวดลาย และสีให้มีความร่วมสมัย” (สัมภาษณ์, 2562) นอกจากนี้ เอก ทองประเสริฐ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Curated by Ek Thongprasert ยังได้กล่าวเสริมถึงแนวโน้มแฟชั่นไว้ว่า

“ถ้าจำกัดไว้แค่แนวโน้มแฟชั่น Fashion Trend อาจไม่เพียงพอต่อการพัฒนาธุรกิจผ้าไหม เนื่องจากระยะเวลาการผลิตไม่สอดคล้องกับกระแสฤดูกาลแฟชั่น แต่ถ้าเป็น Mega Trend ซึ่งเป็นกระแสวิวัฒนาการในวงกว้างอาจจะก่อให้เกิดกระแสความเปลี่ยนแปลงในการผลิตและการทอได้ดีกว่า” (สัมภาษณ์, 2562)

นักออกแบบส่วนใหญ่มักทำงานโดยการศึกษาแนวโน้มแฟชั่นควบคู่และนำไปสนับสนุนในการทำงานออกแบบในแต่ละฤดูกาลเป็นปกติ ดังนั้นแนวโน้มแฟชั่นจึงมีความสำคัญ

กับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากการนำไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่นตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ อย่างไรก็ตามนักออกแบบบางท่านให้ความเห็นไว้ว่าด้วยระยะเวลาการใช้งานของแนวโน้มแฟชั่นมีระยะที่สั้นจนเกินไปสำหรับประชากรกลุ่มที่ 2 ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ เนื่องจากยังคงทำงานในแบบหัตถอุตสาหกรรมที่มีการใช้เวลาในการทำงานพอสมควร ดังนั้นแนวโน้มแฟชั่นโดยตรงอาจไม่เหมาะกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มักมีเงื่อนไขและข้อจำกัดในด้านระยะเวลาในการผลิต แต่กลับเห็นว่าการใช้ เมกะ เทรนด์ (Mega Trend ซึ่งหมายถึง แรงผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจศาสตร์มหภาคในระดับโลก ที่จะทำให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการดำรงชีวิตของมนุษย์ ให้เป็นไปตามแรงขับเคลื่อนที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะที่ผันผวนและมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นได้ในช่วงเวลาที่สั้นลงเรื่อย ๆ) เช่น เทรนด์ผู้สูงวัย ที่สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะทางของผู้บริโภคสูงวัยในปัจจุบัน เทรนด์ที่มีความเกี่ยวข้องกับทางด้านเทคโนโลยี เทรนด์รักษ์โลกกร้อน หรือเทรนด์ที่เกี่ยวข้องกับความเท่าเทียมในสังคม อาจเหมาะสมในการพัฒนาในระดับกลางน้ำมากกว่า นักออกแบบยังให้ความเห็นถึงการใช้สอยของผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมมัดหมี่ในอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยปัจจุบันเพิ่มเติม โดย ชาตรี เท่งสะ นักออกแบบแบรนด์ Shaka ได้กล่าวถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้ามัดหมี่ไว้ว่า

“เริ่มเห็นการหยิบใช้เพิ่มขึ้น แต่ยังคงเห็นว่าลูกค้ายังคงเลือกผ้าที่สวมใส่สบายเป็นหลัก” (สัมภาษณ์, 2562) ส่วน ทนศ บุญประสาน ทนศ บุญประสาน นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Othentic ได้กล่าวเสริมไว้ว่า

“เริ่มเห็นการหยิบใช้บ่อยขึ้น น่าจะเกิดขึ้นจากกระแสของโครงการที่ได้รับการสนับสนุนของรัฐบาล และการนำเสนอของนักออกแบบที่ใช้ผ้าไหมมากขึ้น” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ พลัฏฐ์ พลาภิ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Realistic Situation และ Mesh Museum ได้กล่าวไว้ว่า

“เพิ่งทำ Collection ล่าสุดออกไป มีความเป็นไปได้ว่าจะดีในตลาดแฟชั่น เพราะทาง แบรนด์ได้รับการตอบรับที่ดี แต่ต้องการดูแลตอบรับในระยะยาว” (สัมภาษณ์, 2562) ส่วนแฟชั่น Ready to Wear ยังไม่พบในตลาดมากนัก” ลภภาภิดา จาดชลบท นักออกแบบแบรนด์ Fly Now ยังได้ให้ความเห็นไว้ว่า

“มีกระแสของกลุ่ม Celebrities ที่เริ่มใช้ผ้าไหม และทำแบรนด์ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ทำให้เกิดกระแสนิยมมากขึ้น” (สัมภาษณ์, 2562) ส่วน เอก ทองประเสริฐ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Curated by Ek Thongprasert ได้กล่าวไว้ว่า

“โดยส่วนตัวเริ่มมีการใช้ผ้าไหมมัดหมี่ในงานออกแบบมาพักหนึ่งแล้ว เพราะอยากนำเสนอวัฒนธรรมไทยผ่านทางผ้า งานล่าสุดที่ใช้คือไปออกงานแฟร์ที่ฝรั่งเศสต้นปีที่ผ่านมา ได้ผลตอบรับเป็นอย่างดี” (สัมภาษณ์, 2562)

จากข้อมูลสัมภาษณ์ในด้านประสบการณ์ของนักออกแบบที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่กับแบรนด์ข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำตารางสรุปมุมมองการเลือกใช้ผ้าไหมในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นของนักออกแบบ เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลสำคัญจากนักออกแบบ ดังนี้

ตาราง 11 ตารางสรุปมุมมองการเลือกใช้ผ้าไหมในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นของนักออกแบบ

ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้ผ้าไหมในการสร้างสรรค์ผลงาน

มีการนำไปใช้ทั้งในกลุ่มชุดราตรีและกลุ่มเสื้อผ้าลำลอง หรือชิ้นงานที่มีการปักและดูแลไม่บ่อยเนื่องจากภาพลักษณ์ในด้านการดูแลรักษาของผ้าไหมในสายตาของผู้บริโภคยังคงมีความยาก รวมทั้งใช้ผสมผสานกับวัสดุอื่น โดยเลือกใช้เพราะคุณสมบัติความแน่นของเนื้อผ้า และเพื่อลดต้นทุนและให้ลงตัวกับงานออกแบบ

วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้ผ้าไหมในการผลิตสินค้าของแบรนด์

เนื่องจากปัจจุบันยังมีความต้องการในตลาดอยู่ รวมทั้งเลือกใช้เพื่อทำการแข่งขันกับตลาดสากล ด้วยผ้าไหมมัดหมี่มีคุณค่าทางศิลปะทางวัฒนธรรมประเภทงานฝีมือ (Crafting) อย่างเห็นได้ชัด ทั้งยังมีความร่วมสมัยมากที่สุดในการนำผ้าไหมทั้งหมดถือเป็นจุดแข็งและเป็นเอกลักษณ์ของไทย สร้างมูลค่าทางสินค้าได้ง่ายไม่ต้องแต่งแต้มการปรับผิวผ้าเพิ่มเติม รวมทั้งเป็นการสนับสนุนวัตถุดิบภายในประเทศ

ตาราง 11 (ต่อ)

ข้อจำกัดในการนำผ้าไหมมัดหมี่ไปเป็นวัตถุดิบของแบรนด์
มีขนาดความกว้างของหน้าผ้าที่แคบ ยากต่อการวางผ้าตัดต่อลาย ก่อให้เกิดข้อเสียระหว่างการประกอบสร้างผลิตภัณฑ์ และมีข้อจำกัดในงานออกแบบ ทั้งยังขาดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาเส้นใย ทำให้มีรูปแบบเป็นทางการมีข้อจำกัดในการนำไปใช้งานตามโอกาสใช้สอย นอกจากนี้พบว่าผ้าไหมทำให้ผลิตภัณฑ์มีต้นทุนที่สูงขึ้น และบางครั้งมีปัญหาด้านจำนวนในการสั่งซื้อ สีไม่เหมือนเดิมเมื่อสั่งซ้ำ สีไม่สม่ำเสมอ
การนำเทรนด์แฟชั่นมาเป็นส่วนประกอบในการพัฒนารูปแบบผ้าไหมมัดหมี่
การใช้เทรนด์แฟชั่นมีผลต่อการพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่เข้าสู่อุตสาหกรรมแฟชั่น ด้วยการช่วยให้ผู้ประกอบการมีตัวอย่างในการปรับลดลายและสีให้มีความร่วมสมัย และหากใช้ Mega Trend ซึ่งเป็นกระแสวิวัฒนาการในวงกว้างอาจจะก่อให้เกิดกระแสความเปลี่ยนแปลงในการผลิตและการทอได้มากกว่าเดิม
ผลตอบรับในการใช้ผ้าไหมมัดหมี่เป็นวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภคของแบรนด์
ผลตอบรับในการใช้ผ้าไหมมัดหมี่เป็นวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภคของแบรนด์
เริ่มเห็นการบริโภคเพิ่มมากขึ้น ขึ้นอยู่กับลดลายและสีส้น โดยเห็นว่าเป็นการเลือกผ้าที่สวมใส่สบาย ด้วยกระแสจากโครงการสนับสนุนของรัฐ การนำเสนอของนักออกแบบ รวมทั้งมีกระแสการใช้ผ้าไหมของกลุ่มคนที่มีชื่อเสียง (Celebrities) ทำให้มีความเป็นไปได้ในตลาดแฟชั่น ทางแบรนด์ได้รับการตอบรับที่ดีแต่ต้องการดูแลตอบรับในระยะยาว

จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันนักออกแบบมีการนำผ้าไหม หรือผ้าไหมมัดหมี่ไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งเกิดจากกระแสในสังคมบางกลุ่ม แต่หากว่ามีการพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่ให้ตอบสนองความต้องการของนักออกแบบได้มากกว่าเดิม อาจทำให้กลุ่มชุมชนสามารถนำผ้าไหมมัดหมี่เข้าสู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยได้ โดยนักออกแบบให้ความเห็นในด้านการเลือกวัตถุดิบจากผ้าไหมไว้ ดังนี้ ชาติรี เท่งยะ นักออกแบบแบรนด์ Shaka ได้กล่าวไว้ว่า

“เวลาเลือกผ้าไหมจะเลือกจาก สี ลวดลาย เส้นใย การทอ ตามลำดับ ถ้ามีความเป็นพื้นเมืองและใช้สีดั้งเดิมจะเข้ากับงานออกแบบยาก ควรปรับสีและลวดลายให้ร่วมสมัยเหมาะกับงานออกแบบในตลาดแฟชั่นปัจจุบัน” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ ลภาภิดา จาดชลบท นักออกแบบแบรนด์ Fly Now ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“นักออกแบบจะเลือกผ้าไหมจากสีเส้นและลวดลายที่เหมาะสมที่ตรงกับการทำงาน” สอดคล้องกับ ทนศ บุญประสาน นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Othentic ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“จะเลือกจากสีก่อน คือกู้ควรทำให้ใส่สบายควรมีบุคลากรที่มีความชำนาญในการออกแบบคูกู้จะทำให้งานน่าสนใจมีความลงตัวสวยงามขึ้น โดยคูกู้ควรออกแบบให้เหมาะกับผิวของผู้ใช้ ดูซับผิวให้สว่าง” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ พลัฏฐ์ พลาภิ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Realistic Situation และ Mesh Museum ที่ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า

“เวลาเลือกผ้าจะเรียงลำดับความสำคัญจาก สีเส้น ลวดลาย เส้นใยการทอ การตกแต่งสำเร็จ เพราะสีเส้นและลวดลายที่มีความร่วมสมัยจะทำให้เลือกได้ง่าย” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ ลภาภิดา จาดชลบท นักออกแบบแบรนด์ Fly Now ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“เลือกจาก สีเส้น ลวดลาย เส้นใย การทอ และการตกแต่งสำเร็จ โดยลวดลายสีเส้นควรผสมกันให้ลงตัวจะดี” (สัมภาษณ์, 2562) สอดคล้องกับ เอก ทองประเสริฐ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Curated by Ek Thongprasert ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“เลือกจาก สีเส้น ลวดลาย เส้นใย การทอ การตกแต่งสำเร็จ สีควรออกแบบให้เข้ากับการจับคู่ของเสื้อผ้าที่มีอยู่ของคนในปัจจุบัน” (สัมภาษณ์, 2562)

จากความเห็นของนักออกแบบในข้างต้น จะเห็นได้ว่า นักออกแบบส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านการคัดเลือกรูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ โดยให้ความสำคัญกับ สีเส้น และลวดลายเป็นอันดับแรก หลังจากนั้นจึงพิจารณาจาก วิธีการทอ และการตกแต่งสำเร็จ ซึ่งนอกจากสีเส้น และลวดลายจะเป็นส่วนแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักออกแบบในการคัดเลือกผลงานทั้งนี้นักออกแบบยังกล่าวถึงความต้องการเพิ่มเติมในแง่ของผู้บริโภคผ้าไหมมัดหมี่ในอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย โดย ชชาติ เท่งฮะ นักออกแบบแบรนด์ Shaka ได้กล่าวไว้ว่า

“หากเป็นไปได้ถ้ามีการแทรกเส้นใยพิเศษอาจยิ่งทำให้น่าสนใจมากขึ้น ลวดลายทำให้มีมิติแบบกราฟิก ไม่ต้องละเอียดใช้ที่เส้นไม่คมทำให้ลายไม่แข็งดูเบลอ เหมาะกับงานแฟชั่น สีใช้สีพื้นแบบ Monotone จากเดิมที่ดูเก่าและเขยที่เขยสีมากแต่ได้ความรู้สึกว่าน้อย” (สัมภาษณ์, 2562) ส่วน ทนศ บุญประสาน นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Othentic ได้กล่าวไว้ว่า

“ผ้าไหมใส่ยากเพราะมีความวาว ถ้าทำให้ความวาวลดลงจะทำให้โอกาสการออกแบบมีความหลากหลายมากขึ้น” (สัมภาษณ์, 2562) นอกจากนี้ พลัฏฐ์ พลาภิ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Realistic Situation และ Mesh Museum ยังได้กล่าวเสริมด้วยว่า

“ทางแบรนด์ให้ความสนใจกับความบางและหนาของผ้า ในการทำงาน โดยเส้นใยควรมีความทนทานและแน่น รวมถึงราคาที่เป็นตัวแปรในการตัดสินใจ” (สัมภาษณ์, 2562) นอกจากนี้ ลภาภิดา จาดชลบท นักออกแบบแบรนด์ Fly Now ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า

“ควรแทรกเส้นใยพิเศษทำให้มีเกิดความทนทานขึ้น สำหรับงานสำเร็จของกระเป๋า รองเท้าที่ทำจากวัสดุผ้า โดยต้องเคลือบกรรมวิธีกันน้ำและมีการตกแต่งเพิ่มที่ผิววัสดุเพื่อให้งานออกแบบที่น่าสนใจและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า” (สัมภาษณ์, 2562) ส่วน เอก

ทองประเสริฐ นักออกแบบและเจ้าของแบรนด์ Curated by Ek Thongprasert ได้ให้ความเห็นไว้ว่า

“การวางลายผ้าในการตัดเย็บ ควรออกแบบให้ลายมีความเป็น แออสเทรกต์อาร์ต (Abstract Art: ศิลปะนามธรรม) เหมาะกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ ส่วนเส้นใยต้องทำให้เหมาะกับการดูแล ทนต่อการปั่นด้วยเครื่องซักผ้า” (สัมภาษณ์, 2562)

จากความเห็นของนักออกแบบในข้างต้น จะเห็นได้ว่า นักออกแบบมีความต้องการและให้ความสำคัญกับผิวสัมผัส ความแน่นของเนื้อผ้า การผสมผสานเส้นใยเพื่อสร้างความแปลกใหม่และลดต้นทุน คูลีที่สวองาม ลวดลายร่วมสมัย แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการตกแต่งสำเร็จเนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์เองมีความงามในตัวอยู่แล้ว การตกแต่งสำเร็จเพิ่มเติมจะเป็นการเพิ่มต้นทุน นอกจากนี้แล้วนักออกแบบไม่ได้ให้ความสำคัญกับการรับรองคุณภาพมาตรฐานมากนัก

ตาราง 12 ตารางแสดงความต้องการใช้ผ้าไหมมัดหมี่เป็นวัสดุของผู้บริโภค

ความต้องการด้านผิวสัมผัสของเนื้อผ้า

จำนวนเส้นในการทอ ควรมีจำนวนที่เหมาะสมที่ทำให้เนื้อผ้ามีความแน่นเหมาะกับงานออกแบบ หรือไม่ต้องเรียบเนียนเสมอไป

ความต้องการด้านความกว้างหรือความแคบของหน้าผ้า

นักออกแบบมีความเข้าใจในด้านของการใช้แรงงานในการผลิตผ้าไหมว่ามีความเกี่ยวข้องกับผ้าไหมโดยเฉพาะกับกระบวนการทอ เนื่องจากหน้ากึ่งผ้าทอมือมาตรฐานในปัจจุบันมีหน้ากว้างประมาณ 103 เซนติเมตร (หากมากกว่านั้นต้องใช้แรงงานทอถึง 2 คน ทำให้มีต้นทุนสูงขึ้น) อย่างไรก็ตามนักออกแบบยังคงต้องการหน้าผ้าที่กว้างขึ้น เนื่องจากจะทำให้ง่ายต่อการทำงาน และมีผลกับการตัดต่องาน การวางลวดลายสำหรับชิ้นงานออกแบบ

ตาราง 12 (ต่อ)

ความต้องการด้านเส้นใย
ต้องการเนื้อผ้าที่มีเส้นใยที่คงทนแข็งแรง ลดความผันแปรเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยให้กับผ้าใหม่ หรือควรผสมเส้นใยอื่น ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ มีผิวสัมผัสที่ต่างจากเดิมและง่ายต่อการดูแล ทำให้เนื้อผ้ามีความแตกต่างรวมทั้งทำให้ราคาค้นทุนต่ำลง
ความต้องการด้านสีสันทัน
เนื่องจากโดยทั่วไปสีสันทันและลวดลายของผ้ายังคงมีความเป็นพื้นเมืองอยู่มาก ทั้งยังใช้สีแบบดั้งเดิมเป็นส่วนใหญ่ เข้ากับงานออกแบบได้ยาก ควรปรับคู่สีและลวดลายให้มีความเป็นกราฟิกมากขึ้น ตัดทอนความเสมือนจริงให้ลดน้อยลงเพื่อความร่วมมือ จะทำให้เหมาะกับงานออกแบบและตรงกลุ่มเป้าหมายใหม่
ความต้องการด้านลวดลาย และวิธีการทอ
ควรพัฒนาลวดลายให้ที่มีความร่วมมือมีความเป็นสากล และเหมาะกับงานออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่น เช่น ลายฮาร์วีย์ (Houndstooth) หรือลวดลายฟันสุนัขล่าเนื้อลาย แฮริงบอนส์ (Herringbones) หรือลายกระดูกปลาแฮริง เป็นต้น รวมทั้งการออกแบบลวดลายให้เกิดมิติลวงตาในงานทอโดยทำให้เกิดขึ้นได้ด้วยการเลือกใช้คู่สี เพราะลายที่เป็นอยู่นั้นมีความแบน ทำให้ไม่น่าสนใจ และหลีกเลี่ยงลวดลายทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม
ความต้องการด้านการตกแต่งสำเร็จ
นอกจากการอบผ้าก่อนทำการแปรรูป นักออกแบบเห็นว่าการตกแต่งสำเร็จอื่นไม่มีความจำเป็นมากนัก เพราะลักษณะของเนื้อผ้าและลวดลายนั้นเหมาะสมสำหรับรูปแบบที่นำเสนอให้ลวดลายโดดเด่น จึงสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องทำอะไรเพิ่ม และยังหากมีการตกแต่งสำเร็จเพิ่มเติมจะทำให้เป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตให้สูงขึ้น

ตาราง 12 (ต่อ)

ความต้องการด้านการรับรองคุณภาพมาตรฐาน

โดยรวมปัจจุบันมองว่าไม่มีความจำเป็น แต่ควรมีการแบ่งมาตรฐานการทอผ้าเป็น 2 กลุ่มผู้บริโภค โดยแบ่งเป็น 1) กลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกส่งผ้าขึ้น และ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยว และแบ่งกระบวนการผลิตให้เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่มนั้นจะเหมาะสมกับการพัฒนาผ้าไหมไทยมากกว่าเดิม

จากข้อมูลข้างต้นในการสนทนากลุ่มครั้งที่ 1 นักออกแบบได้ทำการคัดเลือกรูปแบบผ้าไหมมัดหมี่สำหรับกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่จากทั้งหมด 10 แบบ เหลือเพียง 6 แบบ ดังนี้



ภาพประกอบ 28 รูปแบบที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 6 รูปแบบจากกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่

จากการสนทนากลุ่มของประชากรกลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ที่ได้ทำการเลือกรูปแบบสำหรับกลุ่มผ้าไหมบ้านดู่ที่นักออกแบบให้ความสนใจทั้งหมด 6 แบบ เนื่องจากมีการคู่สีผสมผสานที่ได้ทำการลดสีที่มีความเป็นไทยแบบดั้งเดิมลง และเป็นการผสมผสานสีที่มีความเป็นเมือง ความร่วมสมัยที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายของคนเมืองใหญ่ (Urban wardrobe) เห็นเพียงน้ำหนักสี และลวดลายที่สวยงาม น่าสนใจ เหมาะกับแฟชั่นร่วมสมัย แตกต่างจากลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ที่เคยเห็นทั่วไป โดยเฉพาะเส้นกรอบลวดลายที่ไม่คมชัดจนเกินไป ดูเป็นงานศิลปะ ยังคงความเป็นไทยผิดแผกจากงานดั้งเดิมของชนบท แต่มีความใหม่แปลกตาและการตัดทอนลวดลายให้มีความเป็นธรรมชาติน้อยลงแต่ยังบ่งบอกถึงที่มาของลวดลาย นอกจากนั้นแล้วยังมีรายละเอียดของลวดลายที่ผสมผสานขนาดเล็กและใหญ่เข้าด้วยกัน การขยายขนาดของลวดลายที่ใหญ่ขึ้นทำให้มีขนาดที่น่าสนใจ และความซ้ำของลวดลายลดลงสามารถนำไปใช้งานได้ง่าย สามารถนำไปใช้ได้สำหรับกลุ่มผู้บริโภคทั้งชายและหญิง



ภาพประกอบ 29 รูปแบบที่ไม่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 4 รูปแบบจากกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่

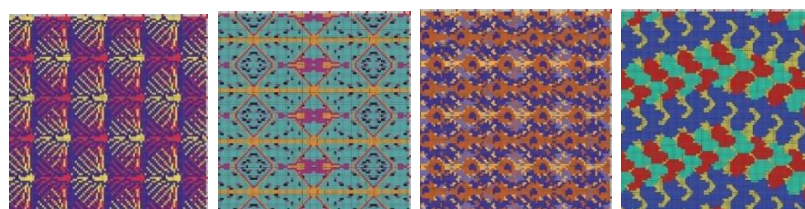
จากการสนทนากลุ่มของประชากรกลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ที่ได้ทำการคัดเลือกรูปแบบสำหรับกลุ่มผ้าไหมบ้านดู่ที่ นักออกแบบไม่ให้ความสนใจทั้งหมด 4 แบบ เนื่องจากมีคู่สีที่ไม่น่าสนใจ หรือคู่สีที่ซ้ำกับลวดลายอื่น ลวดลายไม่มีมิติด้วยโทนสีที่ใกล้เคียงกันไม่มีความโดดเด่น

จากข้อมูลข้างต้นในการสนทนากลุ่มครั้งที่ 1 นักออกแบบได้ทำการคัดเลือกรูปแบบผ้าไหมมัดหมี่สำหรับกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยจากทั้งหมด 10 แบบ เหลือเพียงละ 6 แบบ ดังนี้



ภาพประกอบ 30 รูปแบบที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 6 รูปแบบจากกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่
ทอมือชุมชนธงชัย

จากการสนทนากลุ่มของประชากรกลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ที่ได้ทำการเลือกรูปแบบสำหรับกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยที่นักออกแบบให้ความสนใจทั้งหมด 6 แบบ เนื่องจาก มีการจัดใช้คู่สีที่น่าสนใจ มากกว่า 1 คู่สีใน 1 ลวดลายทำให้ลวดลายและสีเส้นมีความโดดเด่นด้วยสีที่ตัดกันอย่างน่าสนใจ ทำให้มีความร่วมสมัยมากกว่าเดิมแต่ยังเป็นคู่สีที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นไทยแต่ดูแปลกตา และแตกต่างจากงานที่เคยเห็นมา มีความเป็นสากลมากขึ้น ลวดลายมีการตัดทอนลงไม่เป็นการเล่าเรื่องราวแบบพื้นถิ่น (Narrative Comparison) ตามแบบดั้งเดิม มีความเป็นศิลปะแบบนามธรรม (Abstract) ทำให้องค์ประกอบต่าง ๆ ของลวดลายทำให้นำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีการสวมใส่หรือใช้งานได้ง่ายขึ้น



ภาพประกอบ 31 รูปแบบที่ไม่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 4 รูปแบบจากกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่
ทอมือชุมชนธงชัย

จากการสนทนากลุ่มของประชากรกลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ที่ได้ทำการคัดรูปแบบสำหรับกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยที่นักออกแบบไม่ให้ความสนใจทั้งหมด 4 แบบ เนื่องจากคู่สีบางคู่ขาดความเป็นไทย เช่น คู่สีฟ้าน้ำทะเลกับสีชมพูดูคล้ายชุดอันบกของประเทศเกาหลี เป็นต้น และบางคู่สีมีความเปรียบต่างที่มากจนเกินไปทำให้นำไปใช้งานได้ยาก รวมทั้งลวดลายส่วนใหญ่ก็นั้นไม่สามารถบ่งบอกถึงแรงบันดาลใจได้เนื่องจากทำการตัดทอนมากเกินไป นอกจากนั้นแล้วการจัดวางลวดลายที่ซ้ำกันทั้งรูปแบบและขนาดที่เรียงแถวกันอย่างมีระเบียบจนเกินไปเพื่อให้เกิดความกลมกลืนกันนั้นคล้ายกับการวางลวดลายแบบดั้งเดิมจนทำให้ไม่มีความแปลกใหม่ และลวดลายไม่มีมิติ

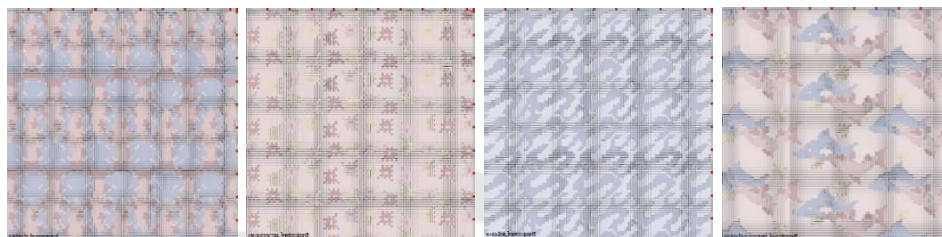
จากข้อมูลข้างต้นในการสนทนากลุ่มครั้งที่ 1 นักออกแบบได้ทำการคัดเลือกรูปแบบผ้าไหมมัดหมี่สำหรับกลุ่มไหมทองสุรนารีจากทั้งหมด 10 แบบ เหลือเพียงละ 6 แบบ ดังนี้



ภาพประกอบ 32 รูปแบบที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 6 รูปแบบจากกลุ่มไหมทองสุรนารี

จากการสนทนากลุ่มของประชากรกลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ที่ได้ทำการเลือกรูปแบบสำหรับกลุ่มไหมทองสุรนารีที่นักออกแบบให้ความสนใจทั้งหมด 6 แบบ เนื่องจากเป็นการ

ใช้สีคู่สีแบบโทนออนโทน (Tone on Tone) ซึ่งเป็นการใช้สีเดียวกันแต่เพิ่มความมืดและความสว่างลงในเรื่องสีทำให้มีความน่าสนใจ ด้วยมีการใช้สีเข้มที่เด่นขึ้นมาในบางจุดทำให้เกิดมิติ และทำให้ลวดลายดูมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เหมาะกับวัสดุและเอกลักษณ์ของกลุ่มฯ (ความบางของไหมแก้ว) รวมทั้งลายที่ปรับขนาดใหญ่ทำให้ละลายความเป็นไทยดั้งเดิมที่ดูแข็งลง



ภาพประกอบ 33 รูปแบบที่ไม่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 6 รูปแบบจากกลุ่มไหมทองสุรนารี

จากการสนทนากลุ่มของประชากรกลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ที่ได้ทำการคัดรูปแบบสำหรับกลุ่มไหมทองสุรนารีที่นักออกแบบไม่ให้ความสนใจทั้งหมด 4 แบบ เนื่องจากการจัดคู่สีไม่ทำให้เกิดมิติ ทำให้ลวดลายจมลงไม่น่าสนใจ ทั้งการจัดวางลวดลายเป็นการเรียงแถวมากเกินไปคล้ายลวดลายแบบดั้งเดิม

การสรุปรูปแบบผ้าเพื่อนำไปทดลองผลิตจริง



ภาพประกอบ 34 การสนทนากลุ่มครั้งที่ 2



ภาพประกอบ 35 การสนทนากลุ่มครั้งที่ 2



ภาพประกอบ 36 การสนทนากลุ่มครั้งที่ 2

การคัดเลือกรูปแบบผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการออกเสียงร่วมกันเพื่อคัดเลือกรูปแบบผ้าไหมมัดหมี่เพียง 1 แบบเพื่อนำไปทดลองขึ้นต้นแบบต่อไป เป็นลวดลายที่มาจากดอกพิกุล กระจายตัวเต็มพื้นที่ ไม่มีการทำลวดลายที่แสดงให้เห็นถึงเชิงผ้าและมีการขยายขนาดของลวดลายให้ใหญ่กว่าปกติ มีสีสันเหลืองผสมผสานกับสีออกเทาอมน้ำเงิน เหมาะสมกับเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่

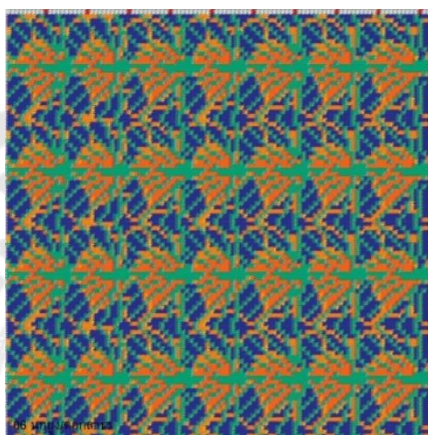


ภาพประกอบ 37 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่



ภาพประกอบ 38 ตัวอย่างแบบร่างจากนักออกแบบสำหรับกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่

การคัดเลือกรูปแบบผ้าไหมมัดหมี่กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการออกเสียงร่วมกันเพื่อคัดเลือกรูปแบบผ้าไหมมัดหมี่เพียง 1 แบบเพื่อนำไปทดลองขึ้นต้นแบบต่อไป เป็นลวดลายที่มาจากการผสมผสานระหว่างนกยูงและดอกสารภี เป็นการตัดทอนลวดลายจากธรรมชาติให้มีความเป็นเรขาคณิตเป็นกราฟิกมากขึ้น และเรียงตัวเป็นแถบเต็มพื้นที่ ไม่มีการทำลวดลายที่แสดงให้เห็นถึงเชิงผ้า โดยมีสีสันทันจากการจับคู่สีระหว่างนกยูง ซึ่งคือสีเขียวฟ้า น้ำทะเลผสมผสานกับสีเหลืองที่เป็นสีคู่ประกอบในวงจรสี เหมาะสมกับเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย



ภาพประกอบ 39 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย



ภาพประกอบ 40 ตัวอย่างแบบร่างจากนักออกแบบสำหรับกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย

การคัดเลือกรูปแบบผ้าไหมมัดหมี่กลุ่มไหมทองสุรนารีของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการออกเสียงร่วมกันเพื่อคัดเลือกรูปแบบผ้าไหมมัดหมี่เพียง 1 แบบเพื่อนำไปทดลองขึ้นต้นแบบต่อไปเป็นลวดลายที่มาจากพุ่มดอกสารภี โดยทำการตัดทอนลวดลายให้มีความเป็นเรขาคณิตเป็นกราฟิก และเรียงตัวเป็นแถบเต็มพื้นที่ ไม่มีการทำลวดลายที่แสดงให้เห็นถึงเชิงผ้า โดยใช้สีน้ำเงินจากครามอมชมพูในหลายระดับเพื่อเป็นการสร้างมิติในลวดลายให้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการใช้สีเหลืองที่เป็นสีคู่ประกอบในวงจรัสแต่ลดความสดใส และความอึมครึมเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นดอกสารภี เหมาะสมกับเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มไหมทองสุรนารี



ภาพประกอบ 41 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มไหมทองสุรนารี



ภาพประกอบ 42 ตัวอย่างแบบร่างจากนักออกแบบสำหรับกลุ่มไหมทองสุรนารี

2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากขั้นตอนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน

หลังจากได้มีการคัดเลือกลวดลายจากกลุ่มประชากรกลุ่มที่ 3 นักออกแบบแฟชั่นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อนำส่งลวดลายตัวอย่างที่ได้พิมพ์ในระบบดิจิทัลลงผืนผ้า ให้แก่กลุ่มประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ทั้ง 3 ชุมชนเพื่อนำไปพัฒนาต้นแบบต่อไป ดังนี้

การผลิตต้นแบบจากกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่



ภาพประกอบ 43 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่

จากการพูดคุยรายละเอียดในการขึ้นต้นแบบผ้า ประภาพรณ พากดี หัวหน้ากลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ พบว่าทางกลุ่มฯ ตกลงที่จะทำการผลิตต้นแบบให้ ด้วยเห็นว่าลวดลายท้าทายมีความน่าสนใจ เป็นลวดลายที่มีขนาดใหญ่กว่าลวดลายที่เคยผลิตแบบปกติ การมัดหมี่ต้องมัดหลายล้ากว่าเคยผลิตมา ส่วนที่มีความยากที่สุดน่าจะเป็นในขั้นตอนการย้อมสี แต่คาดว่าจะย้อมด้วยเข ฟอกออกแล้วลงครามทับ พอสุดท้ายค่อยลงอัญชันให้มีความอมเทา ด้วยสีธรรมชาติสีเทาแบบอ่อนตามแบบแล้วไม่แน่ใจว่าจะใช้สีจากอะไร

นอกจากนี้ยังพบว่า ทางกลุ่มมีประสบการณ์ในการรับผลิตผ้าผืนจากต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น สวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น ซึ่งมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและแตกต่าง จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทางกลุ่มฯ คาดว่าการผลิตต้นแบบน่าจะเป็นไปได้ตามที่ตกลงกัน



ภาพประกอบ 44 ต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่จากกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่

ในด้านการผลิตต้นแบบตามสั่งของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่ แต่แรกมีความกังวลเล็กน้อยในเรื่องของจำนวนลำของเส้นไหม ว่าจะต้องมีการขึ้นลำหมี่เป็นจำนวนมาก แต่เมื่อได้ทำการทดลองจริงปรากฏว่า จำนวนลำของหมี่นั้นมี 65 ลำ ซึ่งไม่ได้มากเกินความสามารถของคนในกลุ่มที่จากเดิมจะทำการเตรียมเส้นไหมแค่ 25 – 33 ลำเท่านั้น กระบวนการที่ยากและใช้เวลามากกว่าส่วนอื่นคือ การฟอกย้อม เนื่องจากสีธรรมชาตินั้นฟอกกัสดีออกได้ยากกว่าสีเคมี โดยได้มีการเริ่มต้นจากการย้อมด้วยเขเป็นอันดับแรก ทำการมัดแล้วค่อยฟอกออก เมื่อฟอกสีของเขตรงบริเวณที่ไม่ต้องการออกไปแล้ว จึงลงสีครามเพิ่มเติม นอกจากนั้นจึงเพิ่มเทคนิคเพิ่มเติมคือการแต้มด้วยสีจากอัญชัน ตรงบริเวณที่จะทำให้ผลคล้ายกับลวดลายมีตงเงาะกระทบตามแบบ เพื่อให้เกิดมิติมากขึ้น

สรุปแล้วจะเห็นได้ว่าผลการทดลองผลิตผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่สามารถผลิตได้ตามเป้าหมาย โดยผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ของทางกลุ่มฯ นั้นมีความใกล้เคียงกับแบบที่ให้ไปเป็นอย่างมาก เนื่องจากกลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่มีความสนใจในตัวลวดลายที่มอบให้ในเบื้องต้นเป็นอย่างมาก มีความเปิดกว้างและความชอบที่จะทดลองสิ่งใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ มีความกล้าที่จะผสมผสานเทคนิคต่าง ๆ เข้าด้วยกัน (การมัดย้อมเส้นหมี่และการแต้มเส้นหมี่) เพื่อให้ตอบโจทย์ของผลงานที่ผู้บริโภคสั่งมาให้มากที่สุด ด้วยมีการรับออเดอร์การทอผ้าลวดลายแปลก ๆ และแตกต่างจากต่างประเทศอยู่เป็นประจำ ทำให้มีประสบการณ์ในการปรับตัวและพัฒนาฝีมือให้เข้ากับตลาดใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา

การผลิตต้นแบบจากกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย



ภาพประกอบ 45 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย

จากการพูดคุยรายละเอียดในการขึ้นต้นแบบผ้า พรทิพย์ ดวงสูงเนิน หัวหน้ากลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย พบว่าทางกลุ่มฯ ปฏิเสธที่จะทำการผลิตต้นแบบให้ เนื่องจากเมื่อเห็นลวดลายแล้วเกิดความไม่แน่ใจทางด้านกระบวนการมัดและย้อม ด้วยขนาดของลวดลายที่ใหญ่กว่าปกติซึ่งทำให้มีการมัดหมี่จำนวนมาก อาจเป็น 100 ลำขึ้นไป ที่มากกว่าปกติที่เคยทำ (เคยทำ 25 – 47 ลำ) ซึ่งไม่เหมาะกับขนาดของหลักมัดหมี่ที่มี ทั้งสีสันทันที่มีการผสมผสานหลายคู่ทำให้การฟอกย้อมต้องทำหลายรอบ เป็นการเสียเวลามากขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้ยังมียางที่ต้องนำผ้าไหมในกลุ่มฯ ไปจัดจำหน่าย ทั้งสมาชิกในกลุ่มบางคนมีอาการเจ็บป่วย ทำให้ไม่มีแรงงานและเวลาในการผลิตให้

ผู้วิจัยจึงต้องหาทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โดยได้ทำการปรึกษากับหัวหน้ากลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยทอ ที่ได้ให้คำแนะนำ คือ ส่งไปผลิตที่สุรินทร์ หรือบุรีรัมย์ ที่มีความชำนาญในการมัดหมี่ที่มีจำนวนมาก นอกจากนี้แล้วผู้วิจัยจึงได้หารือในเรื่องของการทอว่า หากมีเส้นไหมที่มัดย้อมมาแล้วจากสุรินทร์หรือบุรีรัมย์โดยส่งมาทั้งหัวหมี่ที่มีการมัดย้อมเสร็จเรียบร้อยแล้ว และเพื่อจะได้เห็นตัวอย่างทางด้านกรรมวิธีการมัดลวดลายที่มีจำนวนมากของทางสุรินทร์หรือบุรีรัมย์ ทางกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยจะทำการทอให้ได้หรือไม่ ทางกลุ่มจึงตกลงที่จะทอผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบให้

ผู้วิจัยได้ติดต่อสื่อสารกับกลุ่มทอผ้าไหมที่สุรินทร์จนได้ผู้ผลิตผ้าไหมมัดหมี่ที่ตกลงทำการมัดหมี่ให้คือกลุ่มทอผ้าร้านเรืองไหม เลขที่ 58 หมู่ 5 ตำบลลำดวน อำเภอลำดวน จังหวัดสุรินทร์ มนัญญานต์ กงแก้ว เจ้าของร้านเรืองไหม ได้ตกลงที่จะทำการผลิตหัวหมี่ให้ เนื่องจากเห็นว่า เป็นงานที่ทำขาย ช่างมัด ช่างย้อม และช่างทอของที่ร้านมีอายุมากก็จริงแต่มีความชอบในการทดลองทำสิ่งใหม่ ๆ เป็นการส่วนตัวประกอบกับต้องมีตัวกลางเป็นคนสื่อสารให้เข้าใจ ซึ่งหากสื่อสารได้เข้าใจตรงกันแล้วก็จะทำให้การผลิตสามารถทำได้

หลังจากใช้เวลาประมาณ 2 อาทิตย์ทางกลุ่มร้านเรืองไหมได้ทำการส่งหัวหมี่ที่มัดย้อมเรียบร้อยแล้ว โดยมีกระบวนการในการมัดย้อมด้วยการมัดลวดลายบนลำหมี่ทั้งหมด 47 ลำ ไม่ได้มีจำนวนลามากอย่างที่คิดไว้ตอนต้น แต่ขั้นตอนที่ที่ยากที่สุดคือการฟอกย้อม ที่ใช้เวลามากกว่าเดิมเป็น 2 เท่า เริ่มจากการย้อมด้วยสีเขียว มัดลวดลายแล้วจึงทำการฟอกออก มัดลวดลายแล้วย้อมซ้ำด้วยสีเหลือง หลังจากนั้นก็ทำการมัดลวดลายแล้วทำการฟอกออก สุดท้ายจึงมัดลวดลายอีกครั้งแล้วย้อมทับด้วยสีน้ำเงิน เมื่อเสร็จแล้วจึงส่งไปให้กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยเพื่อทำการทอ

อย่างไรก็ตาม ทางกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัยทอ ได้ปฏิเสธการทอผ้าไหมมัดหมี่ให้ เนื่องจากเห็นว่ากรรมวิธีนั้นเป็นการมัดมาคนละแบบจากที่เคยทำ กะขนาดด้วยสายตาคร่าว ๆ แล้วเห็นว่า ความกว้างของหัวหมี่ไม่ถึงหน้าก็ หน้าพืม ที่ขึ้นเส้นยืนไว้แล้ว เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าจะไม่ทันการณ์จึงตัดสินใจให้ทางกลุ่มร้านเรืองไหมทอให้ต่อไป



ภาพประกอบ 46 ต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่จากกลุ่มทอผ้าร้านเรืองไหม จังหวัดสุรินทร์

สรุปแล้วจะเห็นได้ว่าผลการทดลองผลิตผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย ไม่สามารถผลิตได้ตามเป้าหมาย เนื่องจากข้อจำกัดในด้านของความชำนาญในการมองการแตกลวดลายจากต้นแบบและค้นลำนี่ตามลวดลาย เมื่อเห็นลวดลายมีขนาดใหญ่กว่าปกติแล้วทางกลุ่มฯ เกิดความไม่แน่ใจในจำนวนของลำนี่ซึ่งคาดการณ์แล้วอาจมีจำนวนที่มากกว่าปกติที่เคยทำ (เคยทำ 25 – 47 ลำนี่) มากจนเกินไป ทั้งจำนวนของลำนี่นั้นไม่เหมาะสมกับขนาดของเครื่องเล่งหมี่ที่ต้องใช้ในการขึ้นลำนี่ และหลักมัดหมี่ที่มีจำนวนช่องรวมทั้งความสูงไม่ตอบรับกับจำนวนลำนี่ที่มีความสำคัญมากในขั้นตอนของการมัดลวดลาย นอกจากนี้แล้วยังมีเรื่องของสีสันทึกลากหลายทำให้เกิดการเสียเวลาในการมัดลวดลายและฟอกย้อมกว่าเดิมหลายเท่า ทั้งสมาชิกในกลุ่มบางคนมีอาการเจ็บป่วย พร้อมกันกับต้องเตรียมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ไปจำหน่ายตามงานประจำปีต่าง ๆ ทำให้ไม่มีทั้งแรงงานและเวลาในการผลิตให้

นอกจากที่กล่าวไว้ข้างต้น ถึงแม้ว่าจะมีหัวหมี่ที่มีการมัดย้อมสำเร็จเรียบร้อยส่งมาจากสุรินทร์ทางกลุ่มฯ ก็ยังไม่สามารถทอผ้าไหมมัดหมี่ให้ได้ เนื่องจากเห็นว่าขนาดที่คาดว่าจะไม่เหมาะสมกับอุปกรณ์และก๊ทอผ้าที่มีอยู่ ด้วยขนาดและความกว้างของฟืมที่มีการขึ้นเส้นยืนไว้ก่อนแล้วทางกลุ่มฯ จึงไม่สามารถผลิตต้นแบบให้ได้

อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบที่ได้มาจากทางกลุ่มทอผ้าเรื่องใหม่ จังหวัดสุรินทร์นั้น แม้จะมีความงามอยู่พอสมควรแต่กลับมีความแตกต่างจากลวดลายตัวอย่างอยู่มาก ทั้งในเรื่องของโทนสี ด้วยชาวไทยเขมรนั้นจะนิยมใช้สีที่มีความเข้มข้น หรือสีที่มีความอิมตัวสูง ปกติมี 5 สี ได้แก่ สีดำ แดง เหลือง น้ำเงิน และเขียว ซึ่งเป็นการใช้สีที่เป็นเนื้อสีสดโดยไม่มีการเพิ่มหรือลดความมืดและความสว่างของสีให้เกิดมิติ สีเหล่านี้ได้มาทั้งจากการย้อมด้วยสีธรรมชาติและสีเคมี เนื้อผ้ามักมี 2 สี ด้านหน้าเป็นสีอ่อน อีกด้านหนึ่งเป็นสีเข้มกว่า นอกจากนี้ยังมีเรื่องของลวดลาย ที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ โดยได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากกัมพูชามักลวดลายเล็กถี่ที่บรรจงประดิษฐ์ขึ้น ซึ่งล้วนมีที่มาและความหมายอันเป็นมงคล (กรมหม่อนไหม, ม.ป.ป.: ออนไลน์) จึงทำให้ผ้าไหมต้นแบบมีสีสันทึดและตัดกันจนเกินไปจนเกินไป ถึงแม้ว่าจะมีความสามารถในการฟอกย้อมได้หลากหลายสีสันทึดในผ้าผืนเดียวแต่ก็ไม่มี ความชำนาญในการใช้สีให้เกิดมิติในลวดลาย ส่วนในเรื่องของลวดลายนั้นมีความเล็กกว่าลวดลายตัวอย่างอยู่มาก เพราะขาดความชำนาญในการมัดลวดลายที่ใหญ่กว่าปกติ เพราะถึงมีความชำนาญในการขึ้นลำนี่ที่มีจำนวนมาก แต่เป็นการมัดหมี่จำนวนลำนี่มากเพื่อให้เกิดลวดลายเล็ก และละเอียดแบบประณีตบรรจง ไม่ใช้การขึ้นจำนวนลำนี่เพื่อเป็นการขยายลวดลายให้ใหญ่ขึ้นกว่าธรรมดา

การผลิตต้นแบบจากกลุ่มไหมทองสุรนารี



ภาพประกอบ 47 รูปแบบเพื่อนำไปผลิตต้นแบบของกลุ่มไหมทองสุรนารี

จากการพูดคุยรายละเอียดในการขึ้นต้นแบบผ้า ศุภางค์ ต่างกลาง หัวหน้ากลุ่มไหมทอง สุรนารี พบว่าทางกลุ่มฯ ปฏิเสธที่จะผลิตต้นแบบให้ เนื่องจากมีงานอื่นที่ต้องทำอยู่แล้ว และผ้าไหมแก้วเป็นผ้าที่ใช้เส้นไหมที่เล็กกว่าปกติ กระบวนการในการขึ้นลำหมีที่ทำอยู่ในปัจจุบันเป็นการนำมอเตอร์มาติดกับที่แหล่งหมี เวลาทำจริงเส้นไหมอาจจะขาด ทางกลุ่มฯ ไม่อยากให้เกิดความเสี่ยงในความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้แล้วการฟอกย้อมของเส้นไหมตามแบบที่ต้องการยังเป็นปัญหา เนื่องจากเส้นไหมแก้วเป็นเส้นไหมที่ผ่านการต้มฟอกลอกกวาดแค่ 30% ของเส้นไหมปกติ เส้นไหมที่ใช้ทอผ้าแก้วจึงเป็นเส้นไหมที่เรียกว่า เส้นไหมดิบ ซึ่งหากผ่านการฟอกย้อมตามแบบและลวดลายที่เป็นอยู่ทำให้ต้องใช้น้ำในอุณหภูมิที่สูงขึ้น เส้นไหมที่ผ่านการฟอกย้อมในน้ำอุณหภูมิสูงจะสุก ทำให้เส้นไหมไม่ใส ไม่สามารถนำไปทอเป็นผ้าไหมแก้วได้ นอกจากนี้ลวดลายตามแบบมีขนาดใหญ่เกินไป คาดว่าจะต้องขึ้นลำหมีเป็นร้อยลำ ไม่เคยทำมาก่อนไม่สามารถผลิตให้ได้

ผู้วิจัยจึงต้องหาทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โดยได้ทำการปรึกษากับหัวหน้ากลุ่มไหมทองสุรนารี ได้คำแนะนำให้ส่งไปผลิตหัวหมีที่ขอนแก่น เพราะทางขอนแก่นใช้วิธีการต้มหมีเนื่องจากไหมต้มใช้สีเย็นต้มเอาไม่ต้องต้ม เส้นไหมก็จะเป็นไหมดิบอยู่สามารถนำมาทอให้มีคุณสมบัติที่บางเป็นไหมแก้วได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้หารือในเรื่องของการต่อไปว่า หากมีเส้นไหมที่แต่มมาแล้ว โดยส่งมาทั้งหัวหมี่ ทางกลุ่มหัวหน้ากลุ่มไหมทองสุรนารี จะทำการทอให้หรือไม่แต่ทางกลุ่มไม่ตกลง ผู้วิจัยจึงได้ติดต่อผู้ผลิตผ้าไหมมัดหมี่ที่ตกลงทำการมัดหมี่ให้คือ เต็มเต็ม สตูดิโอ 158 ซอยลาดพร้าว 15 แยก 2 แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร แพรวา รุจิณรงค์ เจ้าของเต็มเต็ม สตูดิโอ ซึ่งได้ตกลงทำการผลิตให้ เนื่องจากมีประสบการณ์ในการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ที่มีรูปแบบที่แตกต่างจากที่เห็นในตลาดทั่วไป มีความชำนาญในการผลิตต้นแบบที่มาจากการวิจัย จากลวดลายที่เห็นทางเต็มเต็ม สตูดิโอได้ทำการมัดหมี่รวมทั้งหมด 39 ลำหมี่ โดยเห็นว่าลวดลายไม่ได้มีความยาก แต่ขั้นตอนที่ยากที่สุดคือกระบวนการฟอกย้อม ด้วยการย้อมเส้นไหมแก้วต้องคือน้ำหนักสีเป็น 2 เท่า และการใช้ด้ายยืนเป็นสีขาวถ้าย้อมเหมือนแบบตั้งแต่แรกสีจะอ่อนไป จึงต้องคิดเผื่อเวลาทอขัดกับสีขาวด้วย เมื่อทำการฟอกย้อมเรียบร้อยแล้วจึงส่งไปทอกับช่างทอประจำที่สุรินทร์

นอกจากนี้ แพรวา รุจิณรงค์ เจ้าของเต็มเต็ม สตูดิโอ (สัมภาษณ์, 2562) กล่าวถึงท้ายไว้ว่า

“เป็นธรรมชาติของกลุ่มทอผ้า ถ้าเห็นว่างานจะทำให้เสียเวลา หรือมีความยากกว่างานปกติที่เคยทำ ทำให้ไม่อาจรับงานได้ จากที่ทำงานด้านนี้มาหลายปีแล้ว เราเจอมาหลายแบบต้องเป็นคนที่เปิดใจอยากทดลองสิ่งใหม่ ๆ ถึงจะสำเร็จ” (สัมภาษณ์, 2562)



ภาพประกอบ 48 ต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่จากเต็มเต็ม สตูดิโอ กรุงเทพมหานคร

สรุปแล้วจะเห็นได้ว่าผลการทดลองผลิตผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มไหมทองสุรนารี ไม่สามารถผลิตต้นแบบได้ตามเป้าหมาย เนื่องจากผ้าไหมแก้วเป็นผ้าไหมที่มีความโปร่งบางที่ต้องใช้เส้นไหมที่มีขนาดเล็กกว่าปกติ ซึ่งกระบวนการในการขึ้นลำหมี่นั้นเป็นการใช้ที่แหล่งหมี่แบบติดมอเตอร์ที่มีความแรงและเร็วกว่าการขึ้นลำหมี่ด้วยแรงงานคน เวลาใช้แล้วจะทำให้เส้นไหมขาดไม่เป็นเส้นใยที่ยาวติดต่อกัน มีความเสี่ยงในด้านความเสียหายและเป็นการเสียเวลาในการแก้ไข นอกจากนี้แล้วยังมีปัญหาในการฟอกย้อม เนื่องจากเส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้าแก้วเป็นการใช้เส้นไหมดิบ หากใช้วิธีการผ่านการฟอกย้อมตามปกติที่ใช้น้ำต้มในอุณหภูมิที่สูงจะทำให้เส้นไหมสุก เป็นเส้นไหมที่มีความชุ่มไม่ก่อให้เกิดความโปร่งบางในเนื้อผ้า ทั้งยังขาดประสิทธิภาพในการมัดลวดลายที่มีขนาดใหญ่กว่าปกติ จึงคาดว่าจะต้องขึ้นลำหมี่เป็นจำนวนมาก และทางกลุ่มฯ ต้องมีการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อไปจัดจำหน่ายตามกำหนดการที่มีอยู่เดิม จึงทำให้ไม่สามารถที่จะผลิตผ้าไหมต้นแบบให้ได้

ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ให้เติมเต็ม สตุติโอ ทำการผลิตให้ ซึ่งทางเติมเต็ม สตุติโอสามารถทำการผลิตต้นแบบให้ได้ เนื่องจากมีประสิทธิภาพในการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ที่มีรูปแบบที่แตกต่าง โดยเฉพาะรูปแบบที่มาจากการทดลองและการวิจัย โดยไม่ได้มีปัญหาในการมัดลวดลาย แต่ต้องใช้เวลามากในกระบวนการฟอกย้อม ที่ต้องคือน้ำหนักสีเป็น 2 เท่า จากเทคนิคการทอที่ต้องทอขัดเส้นใยที่มัดย้อมเรียบร้อยแล้วกับเส้นยืนที่มีสีขาว

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งหมายถึง เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ โดยเฉพาะในด้านของปรากฏการณ์ การดำรงอยู่ และการปรับตัวในด้านการทอผ้า จวบจนเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยของชุมชน มาผสมผสานกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ในปัจจุบัน เพื่อพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษากลุ่มประชากรจำนวน 3 กลุ่ม ที่มีความสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา และอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (In-depth Structured Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยจะขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างรายบุคคลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับวัตถุประสงค์ของวิจัยข้อที่ 1 กระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งหมายถึง เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ ซึ่งคือ ประชากรกลุ่มที่ 1 ปราชญ์ชาวบ้านจำนวน 2 ท่าน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านประวัติศาสตร์ในพื้นที่ชุมชน และเป็นผู้ที่เป็นที่ประชากรในชุมชนยอมรับนับถือ รวมทั้งเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมมัดหมี่เป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 10 ปี และประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่จำนวน 3 กลุ่ม โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นกลุ่มชาวบ้านที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิต และจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ชุมชนต่อเนื่องกันมาจนถึงปัจจุบันไม่ต่ำกว่า 10 ปี นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะต้องมีผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะต้องผ่านการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (ดาว) ซึ่งจัดโดยกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และได้รับดาวอย่างน้อย 3 ดาว และผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของวัตถุประสงค์

ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน ซึ่งคือประชากรกลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลงานเครื่องแต่งกายแฟชั่นร่วมสมัย จำนวน 5 ท่าน โดยมีเกณฑ์คัดเลือก คือเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลงานแฟชั่นร่วมสมัย เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการแฟชั่นในประเทศที่เป็นเจ้าของธุรกิจแบรนด์สินค้าแฟชั่น หรือทำงานในธุรกิจเครื่องแต่งกายแฟชั่นมาเป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 10 ปี มีสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือร้านค้าของแบรนด์ตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางแฟชั่นของประเทศไทย ได้แก่ ศูนย์การค้าสยาม พารากอน ศูนย์การค้าสยาม เซ็นเตอร์ ศูนย์การค้าสยาม ดิสคัฟเวอรี และในพื้นที่สยามสแควร์ รวมทั้งลักษณะโครงสร้างทางธุรกิจ และภาพรวมของแบรนด์เป็นบริษัทที่มีตำแหน่งทางการตลาดในระดับ B ขึ้นไป ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ใช้ได้หลายโอกาส ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งการสรุปผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัยในด้านกระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งหมายถึง เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ

ส่วนที่ 2 สรุปและอภิปรายผลการวิจัยในการพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน

ส่วนที่ 1 กระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งหมายถึง เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ

ผลการวิจัยพบว่า ในเบื้องต้นชุมชนทอผ้าในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา มีความถนัดและโดดเด่นในด้านการทอผ้าไหมมัดหมี่เป็นพิเศษ โดยเกิดขึ้นจากการปรับตัวและวิธีการทอของชาวไทยลาวจากดั้งเดิมที่เป็นการทอผ้าชิ้นคั่น มากลายเป็นการมัดหมี่ เพื่อความสร้างกลมกลืนในการอยู่อาศัยในพื้นที่ใหม่ รวมทั้งการทำงานตามความต้องการของตลาดที่ได้รับคำสั่งจากพ่อค้าชาวจีนในพื้นที่ สอดคล้องกับทฤษฎีนิเวศวิทยาทางวัฒนธรรม (Theory of Cultural

Ecology) ซึ่งเป็นการปรับตัวของมนุษย์ต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคม เพื่อที่จะให้มีชีวิตรอด หรือมีความกลมกลืนภายใต้สภาพแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง (งามพิศ สัตย์สงวน, 2558, น. 36-37) เหตุผลสำคัญที่ทำให้คนในชุมชนมีพัฒนาการในการทอผ้ามากขึ้น เกิดจากการที่ จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson) มาตั้งโรงงานอุตสาหกรรมไหมไทยในพื้นที่ ทั้งยังมีจากจ้างงานจากคนในชุมชนให้เข้าไปทำงานในโรงงานเป็นจำนวนมาก จึงก่อให้เกิดพัฒนาการทางด้านฝีมือ และองค์ความรู้ติดตัวมาด้วย อย่างไรก็ตามระบบการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมมักเป็นการทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายแยกเป็นฝ่าย และแผนก ดังนั้นองค์ความรู้ที่ติดตัวคนในชุมชนจึงเป็นองค์ความรู้เฉพาะด้านตามหน้าที่ที่ได้รับ หรือตามความถนัดของแต่ละบุคคล ไม่ได้ครอบคลุมอย่างรอบด้านและลึกซึ้งอีกต่อไป สอดคล้องกับทฤษฎีวิวัฒนาการทางวัฒนธรรม (Theory of Cultural Evolution) (จูติคัคคิต เวชกามา, 2559, น. 136-147) ที่ได้รับอิทธิพลมาจากทฤษฎีวิวัฒนาการทางชีวภาพของ ชาร์ลส์ ดาร์วิน (Charles Darwin) ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างมีกระบวนการเป็นขั้นเป็นตอนไปตามลำดับ จากขั้นหนึ่งไปสู่อีกขั้นหนึ่ง

ดังนั้นในปัจจุบันพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมาจึงถือว่าเป็นแหล่งผ้าไหมมัดหมี่ที่มีการสืบทอดภูมิปัญญาภายในชุมชนจนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาช้านาน มีทักษะความรู้ความชำนาญในการผลิตในระบบหัตถกรรมจากบรรพบุรุษสู่ลูกหลาน สอดคล้องกับ อรณิชา ทศตา และ คนะฯ (2560, ออนไลน์) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การเรียนรู้ของบุคคลภายในกลุ่มทอผ้าไหมจะเป็นกระบวนการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม ซึ่งเริ่มต้นจากบุคคลในครอบครัวตามธรรมเนียมประเพณีของสังคม มุ่งให้คนในครอบครัวนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันและถ่ายทอดให้แก่คนในครอบครัวรุ่นต่อไป จนมาถึงระบบหัตถอุตสาหกรรมในปัจจุบัน เทคโนโลยีที่ใช้เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านไม่สลับซับซ้อน ทำให้ไม่มีต้นทุนการบำรุงรักษาเครื่องจักรสูงนัก ทั้งยังใช้เส้นใยที่มีคุณภาพผสมผสานกับการเลือกใช้สีส้นและลวดลายที่หลากหลาย ร่วมกับวิธีการทอมือที่ละเอียดประณีต และมีการตกแต่งสำเร็จเพื่อความพร้อมในการนำไปใช้งาน จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ของแต่ละกลุ่มมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น เหมาะสำหรับการผลิตเพื่อเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยได้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การทอผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ปัจจุบันกระบวนการผลิตมีความคล้ายคลึงกันทั้งอำเภอ ที่มีพัฒนาการทางด้านวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ นั้นต่างได้รับมาพัฒนาหลังจากที่ได้มีประสบการณ์ในการทำงานในบริษัท อุตสาหกรรมไหมไทยของ จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson) ที่เป็นการยกระดับจากอุปกรณ์ที่ต้องให้แรงงานคนเป็นการติดมอเตอร์เป็นแรงงานไฟฟ้า เช่น หลาหรือโนปั่นด้าย เครื่องกรอเส้นไหม และเครื่องแหล่งหมี่ เป็นต้น นอกจากนั้นในส่วนของหลักหมี่ ที่ได้มีการพัฒนา

จากการนั่งมัดกับพื้นในแนวตั้งเป็นการสร้างโครงไม้ผสมเหล็ก ทำให้สามารถนั่งทำงานได้อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน รวมทั้งปอพงหรือเชือกพลาสติกที่ใช้สำหรับมัดหมี่โดยเฉพาะ และที่ทอผ้าได้พัฒนาเป็นที่ที่มีบริเวณแขวนม้วนด้ายยืน ปรับใส่รางกระสวยให้เป็นกักระตุกที่ทำให้การทอผ้ามีความรวดเร็วขึ้น

จากแต่เดิมคนเดียวทำทุกขั้นตอน กลับพัฒนาปรับเปลี่ยนไปเป็นการแบ่งหน้าที่ในการผลิตแต่ละขั้นตอนตามความถนัดเฉพาะทางของคนในพื้นที่ เป็นการรับจ้างแยกเป็นประเภทของงานตามบ้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นอีกสิ่งได้องค์ความรู้มาจาก จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson) เช่นเดียวกันกับพัฒนาการในด้านวัสดุ อุปกรณ์ในการผลิต

ในส่วนของเส้นใยนั้นในพื้นที่ไม่ได้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมด้วยตนเอง แต่มีการเลือกใช้เส้นใยไหมจากแหล่งเดียวกัน โดยสั่งซื้อด้ายยืนจากบริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย เนื่องจากด้ายยืนนั้นต้องการความแข็งแรง และเส้นใยที่มีขนาดที่เท่ากันอย่างสม่ำเสมอ เป็นการประหยัดเวลาดำเนินทุนในการเตรียมเส้นด้ายเป็นอย่างดี ส่วนเส้นพุ่งเป็นการเลือกใช้เส้นใยไหมพื้นบ้าน เป็นการส่งจากอำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา เป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนอื่นในจังหวัดเดียวกันอีกทางหนึ่ง

ส่วนขั้นตอนการมัดหมี่ ขั้นตอนการย้อมสี ขั้นตอนการแก้มี่ กลุ่มทอผ้ามักจะลงมือปฏิบัติเอง เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ซับซ้อนและเป็นกระบวนการที่ใช้เวลามากที่สุด โดยการใช้สีนั้นมีการใช้ทั้งสีย้อมที่มาจากธรรมชาติเพื่อสร้างความแตกต่างในบางกลุ่ม และบางกลุ่มมีการเลือกใช้สีเคมีเพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงความผิดพลาดในด้านของโทนสีของผลิตภัณฑ์ เพื่อความรวดเร็วประหยัดเวลาและต้นทุน

วิธีการทอและลวดลายของแต่ละกลุ่มจะขึ้นพื้นด้วยวิธีการทอขัด โดยใช้กักระตุก 2 ตะกอล เนื่องจากส่วนใหญ่จะผลิตเป็นผ้าไหมพื้น และผ้าไหมมัดหมี่ซึ่ง ลวดลายส่วนใหญ่แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ลายดั้งเดิมและลายประยุกต์ โดยมีพื้นฐานมากจากรูปทรงที่เห็นจากธรรมชาติ และรูปทรงเรขาคณิตที่เห็นจากข้าวของเครื่องใช้ มีบางกลุ่มที่มีการใช้กัหลายตะกอลเมื่อต้องการใช้เทคนิคการทอยกผสมผสานกับการมัดหมี่ โดยส่วนมากขั้นตอนการทอผ้านั้นกลุ่มทอผ้าจะทอเองมาการจ้างช่างมาทอที่กลุ่ม หรือช่างทอที่มีก็เป็นของตนเองสามารถนำกลับไปทอที่บ้านได้

การตกแต่งสำเร็จที่นิยมสำหรับผ้าไหมคือ การอาบนํ้ายาเพื่อเป็นการดูแลรักษาผ้าไหมก่อนนำไปแปรรูป ซึ่งการอาบนํ้ายาผ้าไหมนั้นจะทำให้ผ้ามีคุณสมบัติพิเศษ ทำให้เส้นใยแข็งแรงคงทน เพิ่มความเงา ง่ายต่อการรีด ป้องกันการเคลื่อนตัวของเส้นไหม อย่างไรก็ตามในขั้นตอนการ

อาบนํ้ายาของกลุ่มทอผ้าชุมชนนิคมส่งโรงงานอาบนํ้ายาที่อยู่ในพื้นที่ เนื่องจากต้องการความชำนาญในการอาบนํ้ายาและรีด

กล่าวโดยสรุปแล้ว ในแง่ของกระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา นั้น มีการบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกันทั้งอำเภอ กล่าวคือ ไม่ได้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมด้วยตนเองแต่ใช้วิธีการสั่งซื้อมาจากที่อื่น โดยเฉพาะด้ายยืนซึ่งเป็นเส้นไหมโรงงานจากบริษัทจุลไหมไทย และด้ายพุ่งเป็นเส้นไหมบ้านส่งจากอำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา มีการแบ่งหน้าที่ในการผลิตแต่ละขั้นตอนตามความถนัดของคนในพื้นที่ เช่น ขั้นตอนการสาวไหม ขั้นตอนการฟอกไหม ขั้นตอนเตรียมเส้นไหม การคันเครือเส้นยืน การคันเส้นพุ่ง การกรอเส้นไหม เข้าหลอด จะเป็นการจ้างงานเฉพาะกลุ่มที่ชาวบ้านในชุมชนมีความถนัดเฉพาะทางตามประเภทของงานไปตามบ้านต่าง ๆ ส่วนขั้นตอนการมัดหมี่ ขั้นตอนการย้อมสี ขั้นตอนการแก้มี่ กลุ่มทอผ้ามักจะลงมือปฏิบัติเองเนื่องจากเป็นขั้นตอนที่สำคัญต้องมีการดูแลอย่างใกล้ชิด แต่หากมีความเร่งด่วน มีข้อจำกัดของเวลาและมีการสั่งผลิตเป็นจำนวนมากก็สามารถสั่งจ้างผู้เชี่ยวชาญในการมัดหมี่ในพื้นที่ได้ ส่วนขั้นตอนการทอผ้านั้นกลุ่มทอผ้าจะทอเอง ซึ่งจะเป็นการจ้างทอโดยให้ช่างมาทอที่กลุ่ม หรือให้ช่างทอนำเส้นด้ายกลับไปทอที่บ้านก็ได้ จะเห็นได้ว่ากระบวนการทอผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่นั้นได้มีการปรับระบบการบริหารจัดการเป็นรูปแบบทางธุรกิจมากขึ้น โดยได้รับอิทธิพลมาจากโรงงานอุตสาหกรรมไหมไทย ซึ่งทำให้พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา มีชื่อเสียงทางด้านการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ที่มีคุณภาพในทุกวันนี้ สอดคล้องกับ สุภาพร พรหมนิยม. (2542, ออนไลน์) ที่ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยภายนอกที่นำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจการทอผ้าไหมมัดหมี่ ได้แก่ การบริหารจัดการทางด้านการผลิต การตลาด แรงงาน การเงิน การมีส่วนร่วมของสมาชิกที่มีการกระจายหน้าที่กันทำ แบ่งหน้าที่กันทำ และการมีความเป็นผู้นำ ของสมาชิกกลุ่ม

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัยในด้านการพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยครอบคลุมถึง รูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มประชากรกลุ่มที่ 3 กลุ่มเป้าหมาย ความพึงพอใจกับลวดลายและรูปแบบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากแรงบันดาลใจที่มาจากท้องถิ่นทั้งดั้งเดิมและประยุกต์ ด้วยวิธีการนำแนวโน้มแฟชั่นเข้ามาเสริมในด้านของอารมณ์ความรู้สึก และสีสัน ผสมผสานเข้ากับเอกลักษณ์อันโดดเด่นของกลุ่มประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ มีรายละเอียดดังนี้

ในด้านของเส้นใย กลุ่มเป้าหมายมีความพอใจในการผสมผสานเส้นใยอื่นเข้าไปในเนื้อผ้า ด้วยนอกจากทำให้มีผลต่อผิวสัมผัสแล้วนั้น ยังมีผลต่อความงามทางสายตาอีกด้วย ทำให้เกิดความแปลกใหม่ น่าสนใจ เป็นอีกทางที่ทำให้ลดต้นทุนลงได้

การใช้สีส้น มีการจับคู่สีที่น่าสนใจเข้าด้วยกันไล่ระดับของสีส้นให้มีมิติมากขึ้นกว่าเดิมทำให้ลวดลายและสีส้นมีความร่วมสมัยมากขึ้น

ลวดลายและวิธีการทอ ด้วยเส้นและรูปทรงที่เป็นธรรมชาติที่ตัดทอนความดั้งเดิมจนเป็นเรขาคณิตดูมีความเป็นนามธรรมแต่ยังมีความเป็นไทยอยู่ มีการผสมผสานระหว่างลายเล็กและมีการขยายสัดส่วนของลวดลายให้ใหญ่ขึ้นกว่าปกติเข้าด้วยกัน ทำให้มีความเป็นสากลมากขึ้น จะเห็นได้ว่าน้ากออกแบบมีความสนใจในการนำผ้าไหมมัดหมี่ไปใช้เป็นวัตถุดิบในการออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่นในแบรนด์ ทั้งยังเห็นพ้องกันว่าผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่สามารถนำไปพัฒนาให้น่าสนใจเพิ่มขึ้นได้

ในด้านของการตกแต่งสำเร็จพื้นฐาน ซึ่งคือ การอบผ้านั้น กลุ่มเป้าหมายไม่ได้ให้ความสำคัญกับส่วนนี้เท่าไรนัก ด้วยเห็นผ้าหากสีส้นและลวดลายของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามลงตัวอยู่แล้ว การตกแต่งสำเร็จเพิ่มเติมก็ไม่มีความจำเป็น ทั้งยังเป็นการเพิ่มต้นทุนขึ้นอีกด้วย

นอกจากที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มประชากรกลุ่มที่ 3 กลุ่มเป้าหมาย ลวดลายและรูปแบบที่ไม่ก่อให้เกิดความพึงพอใจที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากแรงบันดาลใจที่มาจากท้องถิ่นทั้งดั้งเดิมและประยุกต์ ด้วยวิธีการนำแนวโน้มแฟชั่นเข้ามาเสริมในด้านของอารมณ์ความรู้สึก และสีส้น ผสมผสานเข้ากับเอกลักษณ์อันโดดเด่นของกลุ่มประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ในบางแบบนั้นมีรายละเอียด ดังนี้

ในส่วนของเส้นใย กลุ่มเป้าหมายไม่นิยมเส้นใยที่มีความมันเงาจนเกินไป เนื่องจากจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับโอกาสใช้สอยเพียงบางอย่างเท่านั้น เช่น งานราตรี งานแต่งงาน หรืองานบวช เป็นต้น ไม่เหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันในอุตสาหกรรมแฟชั่นอย่างแท้จริง

การใช้จับคู่สีที่มีความใกล้เคียงและกลมกลืนกันจนเกินไปทำให้ขาดมิติ ผลิตภัณฑ์ไม่น่าสนใจ รวมทั้งถึงแม้ว่าจะเป็นการใช้คู่สีที่สวยงามแต่กลับไม่แสดงออกให้เห็นถึงความเป็นไทย หรือคู่สีมีความเปรียบต่างที่มากจนเกินไปทำให้นำไปใช้งานได้ยาก

ในด้านของลวดลายและวิธีการทอนั้น กลุ่มเป้าหมายมักจะไม่เลือกลวดลายที่การตัดทอนมากจนเกินไป รวมทั้งการจัดวางลวดลายที่ซ้ำกันโดยเป็นการเรียงแถวกันอย่างมีระเบียบ ซึ่งคล้ายกับการวางลวดลายแบบดั้งเดิมจนทำให้ไม่มีความแปลกใหม่ และลวดลายไม่เกิดมิติ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ประชากรกลุ่มที่ 3 กลุ่มเป้าหมาย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีประสบการณ์ใช้ผ้าไหมไทยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ให้ลำดับความสำคัญในการคัดเลือกรูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ โดยให้ความสำคัญกับ สี สัน ลวดลาย เส้นใย วิธีการทอ และการตกแต่งสำเร็จตามลำดับ เนื่องจากสี สัน และลวดลายเป็นสิ่งแรกที่ตามองเห็น ซึ่งการมองเห็นจะเป็นส่วนแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักออกแบบในการคัดเลือกวัตถุดิบ ที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2541) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ผ้าไทยต้องมีการพัฒนาด้านการออกแบบลวดลายละวดการผลิดที่มีคุณภาพให้มากขึ้นเพื่อพัฒนาคุณภาพของผ้าให้มีลักษณะสากลมีการใช้กันแพร่หลายมากขึ้น เป็นหลักการคัดเลือกวัสดุและวัตถุดิบเบื้องต้นสำหรับคนที่ทำงานทางด้านการออกแบบให้ สอดคล้องกับความต้องการในการสื่อสารความเป็นตัวตนของแบรนด์ที่ถ่ายทอดผ่านผลงานการออกแบบให้กลุ่มผู้บริโภคของแบรนด์สนใจผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถจำหน่ายได้

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ มีทั้งสามารถทำการผลิตต้นแบบให้ได้เป็นเพียงบางกลุ่ม

ในส่วนของกลุ่มฯ ที่ทำการผลิตต้นแบบให้ได้ เนื่องจากทางกลุ่มฯ มีประสบการณ์ในด้านความหลากหลายในการทำงานแตกต่างกัน โดยหากเป็นกลุ่มได้รับออเดอร์จากต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ ทำให้มีความคุ้นชินกับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อยู่เป็นประจำ ทั้งนี้ยังรวมถึงมีปัจจัยสำคัญทางด้านทัศนคติ มีความเปิดใจ ชื่นชอบสิ่งใหม่ที่มีความท้าทายเพื่อฝึกฝนและพัฒนาฝีมือของตนเอง ทั้งยังมีคนรุ่นใหม่ทั้งคนในพื้นที่และนอกพื้นที่เป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารกับช่างย้อมช่างทอที่เป็นคนรุ่นเก่าของกลุ่มต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีทำให้สามารถสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ได้ สมาชิกในกลุ่มฯ ยังชื่นชอบความท้าทาย มีความสนใจในการศึกษาและฝึกฝนเทคนิควิธีการในการย้อมและทอผ้าในลักษณะอื่น ๆ เป็นพิเศษ

ในส่วนของกลุ่มฯ ที่ไม่สามารถทำการผลิตต้นแบบให้ได้ เนื่องจากขาดความคุ้นชินกับการสร้างสรรค์ลวดลายแบบใหม่ ลวดลายที่ไม่เคยทำมาก่อน ทางกลุ่มเห็นว่าควรต้องทำสิ่งใหม่เป็นการยาก เสียเวลามากกว่าปกติ มีความนิยมที่จะผลิตแบบเดิม ๆ ซ้ำ ๆ มากกว่าเนื่องจากสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้อย่างสม่ำเสมออยู่แล้ว นอกจากนี้แล้วยังมีเรื่องของข้อจำกัดทางด้านเวลา เส้นใย การฟอกย้อมอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีการสนับสนุนองค์ความรู้ในด้านการพัฒนาเส้นใย (ระดับต้นน้ำ) ไม่ว่าจากภาครัฐหรือเอกชน เพื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ระดับต้นน้ำจนถึงระดับปลายน้ำ
2. ผู้วิจัยเห็นว่า ทางกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ควรมีตัวกลางในการติดต่อสื่อสารที่มีความเข้าใจในวัฒนธรรมการทำงานของผู้ผลิตในระดับกลางน้ำ และกลุ่มนักออกแบบที่อยู่ในระดับปลายน้ำ
3. ผู้วิจัยเห็นว่า วัฒนธรรมการทำงานของกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ควรมีการพัฒนาในด้านการบริหารจัดการภายในให้มากกว่าเดิม ด้วยความร่วมมือระหว่างชุมชน และผู้ออกแบบลายผ้าให้เกิดองค์ความรู้จากการแลกเปลี่ยนมุมมองซึ่งกันและกัน



บรรณานุกรม

- Charlotte Mankey Calasibetta. (1998). *Fairchild's Dictionary of Fashion (Second Edition)*. United States of America: Fairchild Publications, a division of ABC Media, Inc.
- Colin Renfrew; & Elinor Renfrew. (2009). *Basics Fashion Design 04: Developing A Collection*. Switzerland: AVA Publishing SA.
- Jay Calderin. (2013). *The Fashion Design: Reference + Specification Book*. United States of America: Rockport Publishers, Inc.
- Olivier Gervail. (2008). *Fashion Concept To Catwalk*. United Kingdom: A&C Black Publishers.
- Toby Meadows. (2009). *How To Set Up & Run A Fashion Label*. United Kingdom: Laurence King Publishing Ltd.
- การดี เลียวไพโรจน์ และคณะ. (2558). *ต่อยอดไอเดียทำธุรกิจกับ 5 ธุรกิจสร้างสรรค์สาขาแฟชั่น*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: พีทู ดีไซน์ แอนด์ ปริ้นท์.
- งามพิศ สัตย์สงวน. (2558). *การวิจัยเชิงคุณภาพทางมนุษยวิทยา*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ฐิติศักดิ์ เวชกามา. (2559). *แนวคิด ทฤษฎี วัฒนธรรม*. ฉบับปรับปรุง 2559. มหาสารคาม: พีคอม.
- นวลแข ปาลิวนิช. (2542). *ความรู้เรื่องผ้าและเส้นใย (ฉบับปรับปรุงใหม่)*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- [วิบูลย์ ลิ้มสุวรรณ. \(2550\). สารานุกรมผ้า เครื่องักทอ. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.](#)
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2556). *รายงานโครงการศึกษาวิจัยอัตลักษณ์ใหม่ไทยและโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่ไทยร่วมสมัย*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรม
- อ้อยทิพย์ เกตุเฒ. (2558). *ของดีโคราช เล่ม 6: ผ้าโคราช*. นครราชสีมา: สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2555). *โครงการเตรียมความพร้อมและสร้างเครือข่ายภาคธุรกิจอุตสาหกรรมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)*. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560, จาก <http://strategy.dip.go.th>

- กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2556). *การฟอกย้อมสี*. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2560, จาก http://www.qsds.go.th/qsds_sout
- กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (ม.ป.ป.). *ประวัติกรมหม่อนไหม*. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2560, จาก <http://qsds.go.th/newqsds>
- กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2557). *มาตรฐานหม่อนไหม*. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2558, จาก <http://www.qsds.go.th/ocs>
- กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (ม.ป.ป.). *ภูมิปัญญาผ้าไหมไทย*. สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2559, จาก <http://qsds.go.th/newqsds>
- กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (ม.ป.ป.). *ผ้าโฮล*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2562, จาก https://qsds.go.th/silkcotton/k_1.php
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2554). *แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574: National Industrial Development Master Plan*. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560, จาก <http://www.oie.go.th/>
- กันยารัตน์ วรจักร. (2557). *ดร.ชาญชัย สิริเกษมเลิศ: มองทางรอดสิ่งทอไทย ด้วยเทคโนโลยีเพิ่มมูลค่า*. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.tcdc.or.th/creativethailand>
- จักรทองไหมไทย. (ม.ป.ป.). *ประเภทของผ้าไหมโคราช*. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.chattongthaisilk.com>
- ชนิกานต์ การวิวัฒน์. (2558). *เจาะตลาดเส้นใยจีนกับตลาดใหม่สำหรับอุตสาหกรรมผ้าไหมไทย*. สืบค้น เมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina>
- เทคโนโลยีชาวบ้าน มติชนบพ. (2558). *เทคโนโลยีการเกษตร*. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2560, จาก <http://info.matichon.co.th/techno>
- บุญช่วยอุตสาหกรรม. (2556). *การตกแต่งสำเร็จ*. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560, จาก <http://www.boonchuay.com>
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2557). *ดีไซเนอร์แบรนด์ดังแฮรี่ไอดี้นำผ้าไทยลงจาก "หิ้ง"*. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.prachachat.net>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2560). *อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยสู่ยุค 4.0 ผันดันยอดส่งออกทะลุ 1 ล้านล้านบาท*. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560, จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel>
- ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (ม.ป.ป.). *ช่างทอผ้าตีนจก: ภาพชีวิตที่ใกล้เลือนหาย*. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2559, จาก <http://vijai.trf.or.th/article>

พนิดา สอนเสีรวานิข. (2559). หล้งม่านไหม 'จิม ทอมป์สัน' สุรินทร์ ศุภสวัสดิ์พันธุ์ 'คุณภาพ' คือหัวใจความสำเร็จ. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.matichon.co.th>

พิพิธภัณฑ์บ้านไทย จิม ทอมป์สัน. (ม.ป.ป.). เรื่องราวของไหม: จิม ทอมป์สัน นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2560, จาก

<http://www.jimthompsonhouse.com>

พิพิธภัณฑ์บ้านไทย จิม ทอมป์สัน. (ม.ป.ป.). เรื่องราวของไหม: ต้นทศวรรษ 1960 (พ.ศ. 2503) ไหมไทยก้าวขึ้นสู่ความนิยมในวงการแฟชั่นชั้นสูง. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2560, จาก

<http://www.jimthompsonhouse.com>

พิพิธภัณฑ์ผ้าในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ. (2556). การก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ผ้า ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2560, จาก

<http://www.qsmthailand.org>

ศูนย์พัฒนาเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ. (ม.ป.ป.). อุตสาหกรรมเชิงนิเวศ. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560, จาก <http://ecocenter.diw.go.th>

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2555). ผลการศึกษาวิจัยและพัฒนาต้นแบบไหมไทยร่วมสมัย. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.okmd.or.th>

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2560). กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เดินหน้าตีวงเข้มนักศึกษาสู่เส้นทางนักออกแบบมืออาชีพเชิงสร้างสรรค์. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560, จาก

<http://www.thaitextile.org>

สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย. (2558). อุตสาหกรรมแฟชั่น อุตสาหกรรมไเอเดีย. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://federationthaisme.org>

สำนักข่าวเจ้าพระยา. (2555). “ผ้าไหม” สายใยรักจาก “พระราชินี” ถึง “ราษฎร” สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.chaoprayanews.com>

สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม. (มค2559). แผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2560-2564. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560, จาก <http://www.industry.go.th>

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2554). แฟชั่น. สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.royin.go.th/dictionary/>

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2554). อุตสาหกรรม. สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.royin.go.th/dictionary/>

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2557. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560, จาก <http://www.sme.go.th/th/images>
- สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์. (2553). ผ้าไหมโคราช. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://hq.prd.go.th/prtechnicaldm>
- สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ. (ม.ป.ป.). ผลวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภาวะคุกคาม (SWOT Analysis) ของผ้าไหมปักธงชัย. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2560, จาก http://cm.nesdb.go.th/cluster_swot
- สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีหม่อนไหม กรมหม่อนไหม. (2559). สรุปปริมาณ มูลค่า นำเข้า-ส่งออก รังไหม เส้นไหม ผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ไหม ปี 2556-2558. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2560, จาก http://qsds.go.th/odt_new
- สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2558). ประวัติความเป็นมาของไหมไทย. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2560, จาก <https://esanwisdom.kku.ac.th>
- สุภาพร พรหมนิยม. (2542). ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจการทอผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มสตรีและผลกระทบต่อชุมชนชนบทกรณีศึกษาตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2561, จาก <http://research.culture.go.th/index.php/research/item/317-2012-09-16-04-20-15.html>
- อรณิชา ทศตา, สุกัญญา ใจอดทน, จันทรีจิรา ใจอดทน. (2560). การถ่ายทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านในการทอผ้าไหมอำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2561, จาก http://journal.nmc.ac.th/th/admin/Journal/2560Vol11No1_710.pdf
- ประภาพรรณ พากักดี. (2562, 11 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่กลุ่มหัตถกรรมผ้าไหมบ้านดู่
- พรทิพย์ ดวงสูงเนิน. (2562, 13 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ทอมือชุมชนธงชัย
- จำเริญ มาทวี่. (2562, สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่ศูนย์การเรียนรู้การมัดหมี่ บ้านจะโปะ
- วิรุฒ สิงห์วิสัย. (2560, 6 เมษายน). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่กลุ่มผู้ผลิตไหมบ้านธงชัย

ศุภางค์ ต่างกลาง. (2562, สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่กลุ่มไหมทองสุรนารี
 สัตราวุฒิ คำสุข. (2562, 7 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัด
 โพธิ์ศรี

อาทิตยา สิริมีชชาดากุล. (2559, 9 กรกฎาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่ร้านมัสชาดา
 ไหมไทย

ชาติรี เท่งฮะ. (2562, 4 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่โรงแรม S31 สุขุมวิท 31
 ทนศ บุญประสาน. (2562, 4 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่โรงแรม S31
 สุขุมวิท 31

พลัญฐ์ พลาภิ. (2562, 4 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่โรงแรม S31 สุขุมวิท 31
 ลภาภิดา จาดชลบท. (2562, 4 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่โรงแรม S31
 สุขุมวิท 31

เอก ทองประเสริฐ. (2562, 4 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่โรงแรม S31
 สุขุมวิท 31

ชาติรี เท่งฮะ. (2562, 25 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่โรงแรม S31 สุขุมวิท 31
 ทนศ บุญประสาน. (2562, 25 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่โรงแรม S31
 สุขุมวิท 31

พลัญฐ์ พลาภิ. (2562, 25 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่โรงแรม S31
 สุขุมวิท 31

ลภาภิดา จาดชลบท. (2562, 25 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่โรงแรม S31
 สุขุมวิท 31

เอก ทองประเสริฐ. (2562, 25 สิงหาคม). สัมภาษณ์โดย ศีมาศ ประทีปะวณิช ที่โรงแรม S31 สุขุมวิท



ภาคผนวก



MF-04-version-2.0

วันที่ 18 ต.ค. 61



หนังสือยืนยันการยกเว้นการรับรอง
คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(เอกสารนี้เพื่อแสดงว่าคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ ได้พิจารณาโครงการวิจัยนี้)

ชื่อโครงการวิจัย : การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย กรณีศึกษาพื้นที่อำเภอบึงกุ่มชัย
จังหวัดนครราชสีมา
ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย : นางสาวศิมาศ ประทีปะวณิช
หน่วยงานต้นสังกัด : คณะศิลปกรรมศาสตร์
รหัสโครงการวิจัย : SWUEC-G-082/2562X

โครงการวิจัยนี้เป็นโครงการวิจัยที่เข้าข่ายยกเว้น (Research with Exemption from SWUEC)

วันที่ยืนยัน : 3 พฤษภาคม 2562

ยืนยันโดย : คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดำเนินการ
รับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, the
Belmont Report, CIOMS Guidelines และ the International Conference on Harmonization in Good Clinical
Practice (ICH-GCP)

ออกให้ ณ วันที่ 11 มิถุนายน 2562

ลงชื่อ).....

(นายปิยชาติ บุญเพ็ญ)

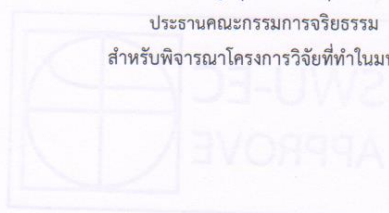
กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการจริยธรรม
สำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

หมายเลขรับรอง : SWUEC/X/G-082/2562

(ลงชื่อ).....

(แพทย์หญิงสุรีพร ภัทรสุวรรณ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรม
สำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์





ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1: แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างสำหรับ

กลุ่มตัวอย่างที่ 1 กลุ่มผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน (Key Informants)

กลุ่มตัวอย่างที่ 2 กลุ่มผู้ปฏิบัติ ผู้ผลิต (Casual Informants)

หัวข้อ: การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

ความมุ่งหมายของการวิจัย:

1. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดย ครอบคลุมในส่วนขององค์ประกอบผ้าไหมมัดหมี่ซึ่งหมายถึง เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ

2. เพื่อพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดย ครอบคลุมถึงรูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน

ขอบเขตของข้อมูล: เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการทอผ้าไหมมัดหมี่ในชุมชน จาก ปราชญ์ชาวบ้าน รวมทั้งผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา ประเด็นที่ศึกษาคือ พัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่ และกระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งคือ เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย รวมทั้งการตกแต่งสำเร็จ จนกลายมาเป็นรูปแบบ และกลุ่มเป้าหมาย ที่มีอยู่เดิม

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.ชื่อ-สกุล
- 2.อายุ
- 3.เพศ
- 4.ที่อยู่ปัจจุบัน
- 5.ความถนัดพิเศษ
- 6.อาชีพ
 - 6.1 อาชีพหลัก
 - 6.2 อาชีพเสริม
- 7.วัน เดือน ปี ที่ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 พัฒนาการของการทอผ้าไหมมัดหมี่

1.การทอผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่ที่มีมาตั้งแต่เมื่อใด
2.ความแตกต่างในการทอผ้าไหมมัดหมี่ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน เป็นอย่างไรบ้าง ใน
แง่ของ

2.1 ผู้ทอ

2.2 วัตถุประสงค์ของการทอ

2.3 การเรียนรู้และถ่ายทอดวิธีการทอ

2.4 อุปกรณ์การทอผ้า

2.5 กระบวนการทอ

2.6 เส้นใย

2.7 สีสีย้อม

2.8 ลวดลาย

2.9 การตกแต่งสำเร็จ

2.10 กลุ่มเป้าหมาย

3.เหตุการณ์ หรือสิ่งใดที่สำคัญและมีอิทธิพลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านการทอผ้า
ไหมมัดหมี่ในพื้นที่

ตอนที่ 3 ภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมมัดหมี่

การเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์

1.ทำการทอผ้าไหมมัดหมี่เป็นหรือไม่

2.ทำการทอผ้ามาได้ที่ปี

3.เรียนรู้การทอผ้าตั้งแต่อายุเท่าใด

4.ใครผู้สอนการทอผ้าให้

5.ในพื้นที่มีวิธีการเรียนรู้และถ่ายทอดเรื่องการทอผ้าอย่างไร

กระบวนการผลิตผ้าไหม

1.เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผ้าไหมมัดหมี่มีอะไรบ้าง

2.ผู้ใดเป็นผู้ประดิษฐ์อุปกรณ์หรือจัดหาอุปกรณ์การทอผ้ามาให้ อย่างไร

3.ทำการดูแลรักษาเครื่องมือหรืออุปกรณ์การทอผ้าหรือไม่ อย่างไร

4.มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในพื้นที่หรือไม่

4.1 ถ้ามี ปลุกหม่อนเลี้ยงไหมอย่างไร พันธุ์อะไร ใครเป็นคนปลุก มีต้นทุนเท่าไร
คุณภาพเป็นอย่างไร

4.2 ถ้าไม่มี นำเส้นไหมมาจากที่ไหน เนื่องจากอะไร

5. มีการสาวไหมหรือไม่ อย่างไร

5.1 ถ้ามี มีขั้นตอนวิธีการสาวไหมอย่างไร ผู้ใดเป็นคนสาวไหม ลักษณะของเส้นไหม
เป็นอย่างไร

5.2 ถ้าไม่มี นำเส้นไหมที่สาวแล้วมาจากที่ไหน เนื่องจากอะไร

1. การฟอกไหมมีวิธีการทำอย่างไร ใช้อะไรฟอก ใครเป็นคนทำ

2. การย้อมสีไหมมีวิธีการทำอย่างไร ใช้สีอะไรย้อม (สีธรรมชาติ/สีสังเคราะห์)
คุณภาพสีเป็นอย่างไร ใครเป็นคนย้อม

3. สีที่ใช้ในการย้อมผ้าไหมที่ได้รับความนิยมคือสีอะไร (สีธรรมชาติ/สีสังเคราะห์)

4. การทอผ้าไหมมัดหมี่มีขั้นตอนการทำอย่างไร มีสีอะไรบ้างที่ผลิต

5. ผ้าไหมมัดหมี่ที่เป็นที่นิยมมีสีอะไรบ้าง

6. ผ้าไหมมัดหมี่ที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปักธงชัยมีสีอะไรบ้าง

7. ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ปักธงชัยมีกี่รูปแบบ อะไรบ้าง

8. ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่แบบดั้งเดิม

8.1 ใครเป็นผู้ทำลวดลายผ้า

8.2 มีการทอที่ลวดลาย อะไรบ้าง

8.3 แต่ละลายมีขั้นตอนการทำอย่างไร

8.4 มีการออกแบบลวดลายเองหรือมีผู้ออกแบบให้ ใครเป็นคนออกแบบ

8.5 แต่ละลายมีความเชื่ออย่างไร

8.6 มีการเรียนรู้และการถ่ายทอดอย่างไร

8.7 ยังมีการทำลวดลายผ้าอยู่หรือไม่

9. ลวดลายผ้าไหมแบบประยุกต์

9.1 ใครเป็นผู้ทำลวดลายผ้า

9.2 มีการทอที่ลวดลาย อะไรบ้าง

9.3 แต่ละลายมีขั้นตอนการทำอย่างไร

9.4 มีการออกแบบลวดลายเองหรือมีผู้ออกแบบให้ ใครเป็นคนออกแบบ

9.5 แต่ละลายมีความเชื่ออย่างไร

9.6 มีการเรียนรู้และการถ่ายทอดอย่างไร

9.7 ยังมีการทำลวดลายผ้าอยู่หรือไม่

10. ปัจจุบันผ้าไหมที่ทอในอำเภอปักธงชัยเป็นลวดลายแบบดั้งเดิมหรือลวดลายแบบใหม่

11. ลวดลายผ้าไหมที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอปักธงชัยมีลายอะไรบ้าง

12. ลวดลายที่ทอเป็นลายเฉพาะที่อำเภอปักธงชัยมีอะไรบ้าง แต่ละลายมีความหมายอย่างไร

13. ลวดลายที่เป็นที่นิยมหรือเป็นที่ต้องการของท้องตลาดคือลายอะไร

14. ความยากง่ายของแต่ละขั้นตอนการผลิต มีเทคนิคการทำอย่างไร

15. ระยะเวลาในการทอผ้าไหมแต่ละผืนใช้เวลาเท่าไร ใช้เวลาช่วงใดบ้าง

ผ้ากับความเชื่อและพิธีกรรม

1. ในแต่ละขั้นตอนการผลิตผ้าไหมมีความเชื่อและพิธีกรรมหรือไม่ อย่างไร

2. มีความเชื่อและพิธีกรรมในการใช้ผ้าไหมหรือไม่ อย่างไร

3. ผ้าไหมมีความสำคัญหรือมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตหรือไม่อย่างไร

ตอนที่ 4 การพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย

การพัฒนาคน

1. มีการจัดอบรม สัมมนา ศึกษาดูงานเกี่ยวกับการผลิตผ้าไหมหรือไม่อย่างไร

2. มีการเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนความรู้เรื่องการผลิตผ้าไหมจากแหล่งอื่น ๆ หรือไม่อย่างไร

3. มีการเรียนรู้และถ่ายทอดเทคนิคใหม่ ๆ ในการผลิตผ้าไหมหรือไม่ อย่างไร

การพัฒนาเครื่องมือ

1. เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีเพียงพอเหมาะสม หรือไม่อย่างไร

2. มีการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตหรือไม่ อย่างไร

3. มีการนำเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตผ้าไหมหรือไม่ อย่างไร

การพัฒนาวัตถุดิบ

1. มีการพัฒนาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมหรือไม่ อย่างไร เช่น การพัฒนาพันธุ์หม่อน และพันธุ์ไหม

2. การคัดเลือกเส้นใยไหมที่มีคุณภาพ ได้มีการส่งไปตรวจสอบจากแหล่งอื่น ๆ หรือไม่ อย่างไร

3.มีการคัดเลือกเส้นใยไหมจากแหล่งอื่น ๆ หรือไม่ เพื่อให้ได้คุณภาพมากกว่าแห่งเดิมหรือไม่อย่างไร

4.มีการผสมผสานวัตถุดิบอื่นๆ ลงไปในการทอผ้าหรือไม่ อย่างไร

การพัฒนา เนื้อผ้า ลวดลาย สีสันท

1.สามารถทอผ้าไหมมัดหมี่เป็นแบบอื่นนอกเหนือจากที่มีอยู่ได้หรือไม่ ถ้าได้จะเป็นในรูปแบบใดถ้าไม่เพราะอะไร

2.เทคนิคการทอแต่ละแบบเหมือนหรือต่างกันอย่างไร

3.มีการควบคุมคุณภาพของผ้าไหมหรือไม่ อย่างไร ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ผิวสัมผัสเนื้อผ้า

3.2 ความแคบและความกว้างของหน้าผ้า

3.3 รูปแบบ

3.4 ลวดลาย

3.5 สีสันท

3.6 อื่น ๆ

4.มีการนำวัสดุยสังเคราะห์ เข้ามาเป็นส่วนประกอบของลวดลาย หรือไม่ อย่างไร และเริ่มมีตั้งแต่เมื่อใด

เกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์

1.การผลิตผ้าไหมในชุมชน ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หรือไม่ ระดับใดบ้าง

2.การผลิตผ้าไหมในชุมชน ได้รับเครื่องหมายรับรองตราคุณภาพพระราชทาน จากกรมหม่อนไหมกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ บ้างหรือไม่ ชนิดใดบ้าง

3.การผลิตผ้าไหมในชุมชน ได้รับการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) หรือไม่ ระดับใดบ้าง

การตลาด

1.กลุ่มเป้าหมายหลักของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ในชุมชน เป็นอย่างไร

2.ลวดลาย โทนสี และเป็นที่ต้องการของตลาดคือ ลวดลาย และโทนสีใดบ้าง

3.มีการคิดลวดลายขึ้นใหม่หรือไม่ อย่างไร เพราะเหตุใด

4.มีการวางแผนล่วงหน้าเกี่ยวกับการผลิตหรือไม่ อย่างไร

5.ปัญหาด้านการผลิตผ้าไหมมีอะไรบ้าง

- 6.ปริมาณการผลิตผ้าไหมเพียงพอหรือไม่ อย่างไร
- 7.แหล่งจำหน่ายหลักของผ้าไหมที่ผลิตมีที่ใดบ้าง เพียงพอหรือไม่ อย่างไร
- 8.ข้อเสนอแนะอื่น ๆ



แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2: ชุดหัวข้อ และประเด็นการสนทนากลุ่ม

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ 3 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (Target Group)

หัวข้อ: การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา

ความมุ่งหมายของการวิจัย:

1. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดย ครอบคลุมในส่วนของการประกอบผ้าไหมมัดหมี่ซึ่งหมายถึง เส้นใย สี วิธีการทอ ลวดลาย และการตกแต่งสำเร็จ

2. เพื่อพัฒนารูปแบบของผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดย ครอบคลุมถึงรูปแบบของผ้า 18 แบบ และผ้าไหมมัดหมี่ต้นแบบ 3 ผืน

ขอบเขตของข้อมูล: เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งคือนักออกแบบแฟชั่นที่มีประสบการณ์ในการใช้ผ้าไหมสร้างสรรค์ผลงานเครื่องแต่งกายแฟชั่นร่วมสมัย โดยมีประเด็นที่ศึกษาคือ ทักษะ ทักษะ ทักษะผู้บริโภค ความต้องการ รสนิยม การใช้สอย และมุมมองที่มีต่อผ้าไหมมัดหมี่ที่ต้องการนำไปใช้เป็นวัสดุในการผลิตเครื่องแต่งกายแฟชั่น

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล
2. อายุ
3. เพศ
4. ที่อยู่ปัจจุบัน
5. ความถนัดพิเศษ
6. อาชีพ
 - 6.1 อาชีพหลัก
 - 6.2 อาชีพเสริม
7. วัน เดือน ปี ที่ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 มุมมอง ทักษะ ทักษะในการเลือกซื้อผ้าไหมมัดหมี่ของผู้บริโภค

1. ท่านใช้ซื้อผ้าไหมในการสร้างสรรค์ผลงานแฟชั่นประเภทใด ด้วยเหตุใด
2. ท่านใช้หรือซื้อผ้าไหมจากแหล่งใด และชนิดใดมากที่สุด เนื่องจากอะไร

3. ท่านทราบหรือไม่ว่า ผ้าไหมมัดหมี่มีกระบวนการขั้นตอนในการผลิตอย่างไร
4. วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้หรือซื้อผ้าไหมมัดหมี่ในการสร้างสรรค์ผลงาน คืออะไร
5. ท่านมีความเชื่อในการใช้ผ้าไหมมัดหมี่หรือไม่ อย่างไร
6. ท่านคิดว่าข้อดีของการใช้ผ้าไหมมัดหมี่ในการสร้างสรรค์ผลงาน คืออะไร
7. ท่านคิดว่าข้อเสียของการใช้ผ้าไหมมัดหมี่ในการสร้างสรรค์ผลงาน คืออะไร
8. ท่านมีปัญหาในการใช้ผ้าไหมมัดหมี่ในการสร้างสรรค์ผลงาน หรือไม่ อย่างไร
9. ท่านคิดว่าผ้าไหมมัดหมี่ปกรณชัยสามารถรับการพัฒนาเข้าสู่อุตสาหกรรมแฟชั่นได้อย่างไร
10. ท่านคิดว่าแนวโน้มแฟชั่น (Fashion Trend) มีผลต่อการพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่เข้าสู่อุตสาหกรรมแฟชั่นหรือไม่ อย่างไร

ตอนที่ 3 ความต้องการใช้ผ้าไหมมัดหมี่เป็นวัสดุในการผลิตเครื่องแต่งกายแฟชั่นของผู้บริโภค

1. ท่านใช้ผ้าไหมมัดหมี่ในการสร้างสรรค์ผลงานบ่อยแค่ไหน เพราะเหตุใด และปริมาณในการซื้อเป็นอย่างไร
2. การใช้สอยของผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมมัดหมี่ในอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยปัจจุบันเป็นอย่างไร
3. ท่านคิดว่าสิ่งใดเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้วัสดุในการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบ
4. ลักษณะของรูปแบบผ้าไหมมัดหมี่แบบใดที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย ในแต่ละด้าน ดังนี้
 - 4.1 ผิวสัมผัสเนื้อผ้า
 - 4.2 ความแคบและความกว้าง
 - 4.3 เส้นใย
 - 4.4 สีสันท
 - 4.5 ลวดลาย และวิธีการทอ
 - 4.6 การตกแต่งสำเร็จ
 - 4.7 เอกลักษณ์

4.8 ความหลากหลาย

4.9 ความประณีตของฝีมือการทอ

4.10 ชื่อเสียงของแหล่งผลิต

4.11 คุณภาพ

4.12 ราคา

4.13 การดูแลรักษา

5. อยากให้ผ้าไหมที่ท่านใช้หรือซื้อได้ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานหรือไม่ อย่างไร
6. อยากให้ผ้าไหมที่ท่านใช้หรือซื้อผ่านการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานงานใดบ้าง
7. อยากให้ผ้าไหมผ่านเกณฑ์คุณภาพหรือมาตรฐานอะไรบ้าง เพราะอะไร
8. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นด้านการตลาดที่มีความสำคัญต่อการผ้าไหมมัดหมี่ไปใช้เป็นวัสดุในการผลิตเครื่องแต่งกายแฟชั่นของผู้บริโภค

1. ท่านคิดว่าผู้ประกอบการทอผ้าไหมมัดหมี่ควรมุ่งเน้นทำการตลาดในด้านใดมากที่สุด
2. ท่านคิดว่าตลาดเครื่องแต่งกายแฟชั่นสำหรับโอกาสใช้สอยแบบใด ที่เหมาะกับผ้าไหมมัดหมี่
3. ปัญหาทางเศรษฐกิจประเภทใด ที่ท่านคิดว่าส่งผลกระทบต่อผ้าไหมมัดหมี่มากที่สุด
4. ท่านคิดว่าทำอย่างไรผ้าไหมมัดหมี่จึงจะมีภาพลักษณ์โดยรวมที่เหมาะสมกับแบรนด์ของท่าน
5. ข้อมูลข่าวสารด้านการส่งเสริมทางการตลาดของผ้าไหมมัดหมี่ควรเป็นเช่นไร
6. ท่านคิดว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 5Ps ของผ้าไหมมัดหมี่ควรเป็นเช่นไร ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

6.1 กลุ่มผู้บริโภค 1st P (People)

6.2 ผลิตภัณฑ์ 2nd P (Product)

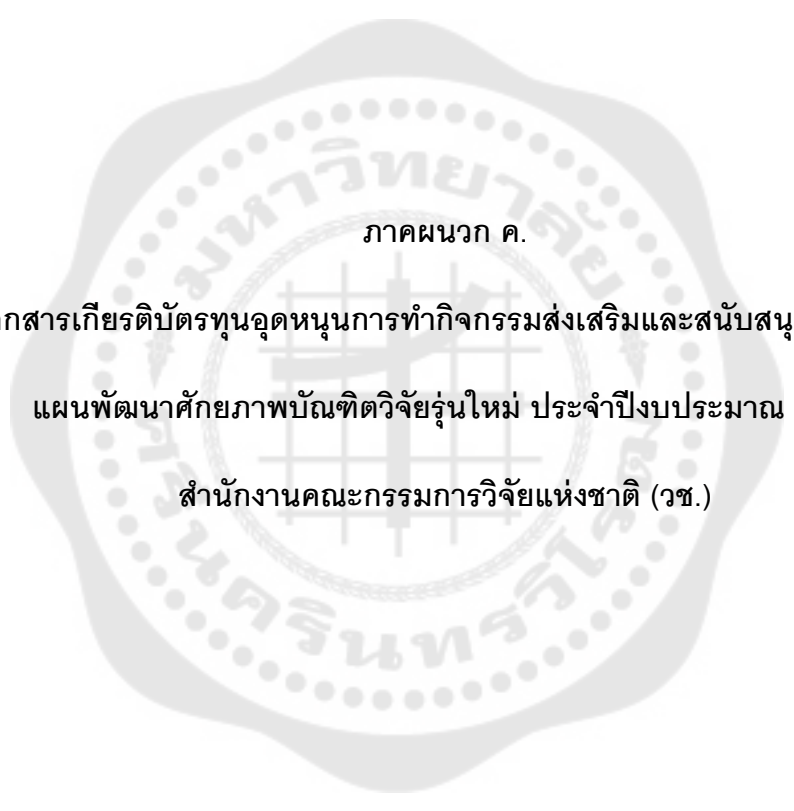
6.3 ราคา 3rd P (Price)

6.4 ช่องทางการจัดจำหน่าย 4th P (Place)

6.5 การส่งเสริมการตลาด 5th P (Promotion)

7. ท่านคิดว่าความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการผ้าไหมมัดหมี่เป็นอย่างไร
8. ท่านคิดว่าวัสดุประเภทผ้าไหมมัดหมี่ สามารถพัฒนาเข้าสู่อุตสาหกรรมแฟชั่นได้หรือไม่อย่างไร
9. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ





ภาคผนวก ค.

เอกสารเกียรติบัตรทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย

แผนพัฒนาศักยภาพบัณฑิตวิจัยรุ่นใหม่ ประจำปีงบประมาณ 2561

สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

คณะกรรมการศาสตร์
รับที่ 0413
วันที่ 14 มี.ค. 2561
เวลา 15.50 น.

ด.ล.สมท
ค.ค.ป.ก.ม.ว.



มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
เลขที่รับ 1381
วันที่ 14 มี.ค. 61
เวลา 14-15 น.

ที่ วช ๐๐๐๔/ว ๑๐๗๔/๑๖
งานสารบรรณ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
๑๙๖ ถนนพหลโยธิน จตุจักร กทม. ๑๐๔๐๐

กรุงเทพฯ ๒๕๖๑

เรื่อง ขอนำส่งเกียรติบัตรทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย แผนพัฒนาศักราช
บัณฑิตวิทยาลัยรุ่นใหม่ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑

เรียน ศ.ดร.กมล ภัทรพงศ์พร (ศรีนครินทรวิโรฒ)

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. บัญชีรายชื่อผู้รับทุน จำนวน ๑ ฉบับ
๒. เกียรติบัตรทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย แผนพัฒนาศักราช
บัณฑิตวิทยาลัยรุ่นใหม่ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑

ตามที่ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ได้จัดพิธีลงนามสัญญารับทุนและพิธีมอบ
เกียรติบัตรแก่นิสิต/นักศึกษาได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย แผนพัฒนา
ศักราชบัณฑิตวิทยาลัยรุ่นใหม่ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑ เมื่อวันที่ ๓๐ มกราคม ๒๕๖๑
ณ ห้องคอนเวนชันเซ็นเตอร์ โรงแรมรามารักษ์ ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร และมีนิสิต/นักศึกษาได้รับทุนในสังกัดของ
ท่านไม่สามารถเข้าร่วมพิธีมอบเกียรติบัตร ตามวัน เวลา และสถานที่ดังกล่าว นั้น

ในการนี้ วช. จึงเห็นสมควรมอบเกียรติบัตรตามบัญชีรายชื่อผู้รับทุนให้กับท่าน
(สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑ และ ๒) เพื่อส่งมอบเกียรติบัตรแก่ผู้ได้รับทุนเพื่อเชิดชูเกียรติและสร้างขวัญกำลังใจต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการต่อไปด้วย จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

เรียน คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

นางสาววิภากรัตน์ ตีอ่อง
(นางสาววิภากรัตน์ ตีอ่อง)
รองเลขาธิการคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

14 มี.ค. 2561 14 มี.ค. 2561
14 ก.พ. ๖๑

1. ทราบ
2. ดำเนินการตามเสนอ

กองบริหารแผนและงบประมาณการวิจัย
ฝ่ายติดตามการใช้งบประมาณการวิจัย
โทร. ๐ ๒๕๖๑ ๒๕๕๕ ต่อ ๕๐๘ (สสิริ/เกษร/จารุวรรณ/วรรณธิดา/สุภาพรณ)
โทรสาร ๐ ๒๕๕๐ ๕๕๕๕
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ graduate.nrct@nrct.go.th

14 ก.พ. ๖๑
16 ก.พ. ๖๑

บัญชีรายชื่อผู้รับทุน

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ลำดับ	ชื่อโครงการ	นิสิต/นักศึกษา (ผู้รับทุน)	อาจารย์ที่ปรึกษา
1	การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่ สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา	นางสาวศีมาศ ประทีปะวณิช	ผศ.ดร.กิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ขอมอบเกียรติบัตรฉบับนี้ เพื่อแสดงว่า

นางสาวศิวมาศ ประทีปะวณิช

ได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัย แผนพัฒนาศักราชภาพบัณฑิตวิจัยรุ่นใหม่ ประจำปี ๒๕๖๑
ระดับปริญญาเอก

เรื่อง การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่สู่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา
ให้ไว้ ณ วันที่ ๓๐ เดือน มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๑

(ศาสตราจารย์สิริฤกษ์ ทรงศิวิไล)
เลขาธิการคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



The National Research Council of Thailand

certifies that

Miss Simart Pratepavanich

is granted FY2018 Thesis Grant for Doctoral Degree Student

*under the topic : Research and Design Development of Thai Ikat
Silk in Thai Fashion Industry: Case Study at Pak Thong Chai
District, Nakhon Ratchasima province*

Given on 30th, January 2018

S. Songsivilai

(Prof. Sirirung Songsivilai)

Secretary-General

National Research Council of Thailand

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

ศิมาศ ประทีปะวณิช

วุฒิการศึกษา

พ.ศ. 2540 ปริญญาศิลปบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

พ.ศ. 2544 Associate in Applied Science (A.A.S.)

Magna Cum Laude, Major: Fashion Design

Fashion Institute of Technology (FIT.)

State University of New York (SUNY.) USA.

พ.ศ. 2554 ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบัณฑิตศิลป์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2562 ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาศิลปวัฒนธรรม

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ที่อยู่ปัจจุบัน

136 ซอยพระรามหก 30 ถนนพระรามหก

แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400