วารสารแก่นเกษตร THAIJO

Content List Available at ThaiJo

Khon Kaen Agriculture Journal

Journal Home Page : https://li01.tci-thaijo.org/index.php/agkasetkaj

ระบบการผลิต การตลาด และเอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต้ จังหวัดชัยภูมิ

Production and marketing systems and it's uniqueness of Sao Ban Tae silk, Chaiyaphum province

พัชรินทร์ โกยทรัพย์มา[1,2], กัญลยา มิขะมา[3] และ ยศ บริสุทธิ์[2]*

Phatcharin Koythrupma[1,2], Kanlaya Mikhama[3] and Yos Borisutdhi[2]*

[1] *สำนักงานเกษตรอำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ*
[1] *Kaset Sombun District Agricultural Extension Office, Chaiyaphum, 36120*
[2] *คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขอนแก่น 40002*
[2] *Faculty of Agriculture, Khon Kaen University, Khon Kaen, 40002*
[3] *คณะเกษตรและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนครพนม*
[3] *Faculty of Agriculture and Technology, Nakhon Phanom University, Nakhon Phanom, 48000*

บทคัดย่อ: การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการผลิต การตลาด และเอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต้ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ดำเนินการในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 ถึง ธันวาคม พ.ศ. 2563 การศึกษานี้ใช้ประเด็นหัวข้อย่อยเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลขณะที่รวบรวมข้อมูล จำแนกประเภท เปรียบเทียบ หาความสัมพันธ์ สร้างข้อสรุปและวิจารณ์เชิงสร้างสรรค์ ตามลำดับ การศึกษาระยะที่ 1 ได้ศึกษาบริบทของพื้นที่โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้รู้ 18 ราย พบว่า บ้านแต้ เป็นหมู่บ้านหนึ่งของอำเภอเกษตรสมบูรณ์ มีการผลิตผ้าไหมมากว่า 200 ปี โดยผ้าไหมสาวบ้านแต้ถือได้ว่าเป็นผ้าไหมประจำอำเภอเกษตรสมบูรณ์ ระยะที่ 2 ได้ศึกษาระบบการผลิตและการตลาดจากผู้รู้ 31 ราย พบว่า (ก) รังไหม มีการผลิตรังไหมสีขาว เป็นการผลิตในรูปแบบเกษตรพันธสัญญาและจำหน่ายให้กับเอกชนทั้งหมด และรังไหมสีเหลืองที่เป็นผลผลิตจากการเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมและไหมพันธุ์พื้นบ้าน ซึ่งคนในพื้นที่นิยมนำรังไหมผลิตได้นำไปทำเป็นเส้นไหม (ข) เส้นไหมที่ผลิตในพื้นที่มีเฉพาะเส้นไหมจากรังไหมสีเหลืองและในพื้นที่นิยมนำมาผลิตเป็นผ้าไหมร้อยละ 31 เท่านั้น ส่วนอีกร้อยละ 69 จำหน่ายออกนอกพื้นที่ (ค) ผ้าไหม ผลิตตามคำสั่งซื้อ ร้อยละ 60 และ ผลิตเพื่อรอจำหน่าย ร้อยละ 40 และระยะที่ 3 จัดเวทีวิเคราะห์เอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต้ โดยมีผู้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ช่วงที่ 1 จำนวน 12 ราย เพื่อจำแนกกลุ่มผู้ผลิตไหม และระยะที่ 2 จำนวน 31 ราย พบว่า มี 3 เอกลักษณ์ร่วมซึ่งถือเป็นจุดเด่นของผ้าไหมสาวบ้านแต้ ได้แก่ (ก) การใช้เส้นไหมในพื้นที่มีขี้ไหมแทรกพองาม (ข) การใช้สีดำแท้แหล่งถึง (การใช้สีโทนเข้ม) และ (ค) การทอเป็นผืนแบบสองเขาขานกัน

คำสำคัญ: ผ้าไหมสาวบ้านแต้; ผ้าไหมเกษตรสมบูรณ์; การผลิตผ้าไหม; การตลาดผ้าไหม; เอกลักษณ์ผ้าไหม

ABSTRACT: This objective of this study aims to determine Sao Ban Tae silk's production and marketing systems and its' uniqueness. This study was conducted during the period from May 2019 to December 2020 by using sub-topics as tools for data collection and data analysis by analyses while data collection, categorization, comparison, construction and creation discussion, respectively. Phase 1: study on the area context by gathering information form 18 key informants (KIs), it showed that Ban Tae is a sub-district of Kaset Somboon district, Chaiyaphum province and has been producing silk for more than 200 years. Sao Ban Tae silk is regarded as the official silk of Kaset Somboon district. Phase 2: study on Sao Ban Tae silk production and marketing by gathering information from 31 KIs, it found that: (a) Cocoons, white cocoons it produced by contract farming and is sold to all private sectors. and yellow

* Corresponding author: yosboris@kku.ac.th, yospure@gmail.com

Received: date; June 19, 2023 Revised: date; December 6, 2023

Accepted: date; December 22, 2023 Published: date;

cocoons that are the product of raising hybrid silkworms and indigenous silkworms which people in the area often use cocoons to produce silk threads. (b) Silk threads produced in the area are only silk threads from yellow cocoons, and only 31 percent are produced in the area, while the other 69 percent were sold outside the area. (c) Silk found that 60% were made to order and 40% were made to stock, and (3) Phase 3, focus-group discussions with 12 KIs in activity 1 categorize silk producer groups and 31 KIs in activity 2 to analyze the identity of Sao Ban Tae silk, it was found that there were 3 common uniqueness, which is considered the highlight of Ban Tae silk: (a) using silk threads in the area with enough silk sludge inserted (b) using dark tone cooler and (3) weaving into a two-part piece of interlaced fabric.

Keywords: Sao Ban Tae silk; Kaset Somboon silk; silk production; silk marketing; uniqueness of silk

บทนำ

ผ้าไหม เป็นหัตถศิลป์ที่มนุษย์สร้างขึ้น ใช้เป็นอาภรณ์ที่งดงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งมีความวิจิตรงดงามด้วยลวดลาย สามารถสะท้อนค่านิยม วัฒนธรรม และสังคมของผู้ทอหรือผู้สวมใส่ได้เป็นอย่างดี ใช้วัตถุดิบจากเส้นใยธรรมชาติ ทำให้เกิดความรู้สึกสบายเมื่อสวมใส่ ผ้าไหมมีราคาสูงกว่าผ้าชนิดอื่นแต่ยังถูกเลือกใช้ในโอกาสสำคัญซึ่งมีการใช้ผ้าไหมในคนหลายกลุ่ม โดยเฉพาะคนกลุ่มที่มีฐานะดีจะเลือกใช้ผ้าไหมด้วยความพิถีพิถันละเมียดละไมเป็นพิเศษ (Wimolpan, 1980; ดวงกมล, 2557) โดยผืนผ้าไหมสามารถสอดแทรกเรื่องราวความเป็นมา และความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต 3 ประเภท ได้แก่ เรื่องราวของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ เรื่องราวของกลุ่มชนพื้นบ้านที่มีลักษณะเฉพาะถิ่น และเรื่องราวของคุณค่าของฝีมือการสร้างสรรค์งานศิลปะด้วยมือ (Luksanawat, 2008; Wilawan, 1990) หลายประเทศนิยมใช้ผ้าไหม อาทิ สหรัฐสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และประเทศในยุโรป เป็นต้น (ดวงกมล, 2557) โดยประเทศที่ส่งออกผ้าไหมรายใหญ่ของโลก ได้แก่ จีน บราซิล อิตาลี อินเดีย และเวียดนาม ตามลำดับ (ไพโรจน์, 2553)

ผ้าไหมไทย มีความงดงามและจำหน่ายไปยังต่างประเทศ ผ้าไหมไทยมีเอกลักษณ์แตกต่างจากผ้าไหมประเทศอื่น ได้แก่ ลักษณะปุ่มปมในไหมบางชนิด เนื้อผ้าฟูไม่เรียบ อ่อนนุ่ม มีน้ำหนักทิ้งตัว เลื่อมแวววาวเฉพาะตัว และมีลวดลายสวยงามแปลกตา ประกอบกับชาวต่างชาตินิยมผลิตภัณฑ์ทำมือ มีความประณีต และใช้วัตถุดิบจากเส้นใยธรรมชาติ ทำให้ผ้าไหมไทยมีความพิเศษทรงคุณค่า (จิรภา, 2550; วลี, 2554) ซึ่งจากรายงานของสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (2565) พบว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย มีมูลค่าการส่งออกของผ้าไหมทอมือเท่ากับ 5,522.27 ล้านบาทต่อปี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีแหล่งผลิตผ้าไหมที่สำคัญ อาทิ ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท จังหวัดขอนแก่น ผ้าไหมแพรวา จังหวัดกาฬสินธุ์ ผ้าไหมบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ และผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น (ศิริพร และคณะ, 2550) ซึ่งมีชื่อเสียงด้านความสวยงามและเอกลักษณ์อันโดดเด่น เป็นคุณค่าที่สามารถทำให้เกิดมูลค่าได้ และได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ความงามบนผืนผ้าไหมถือเป็นงานศิลปะที่เกิดจากความคิด และได้รวมตัวกันเป็นภาพเพื่อให้มีที่อยู่แน่นอน ซึ่งเป็นนามธรรมที่รอการถ่ายทอดเพื่อให้เป็นรูปธรรมชัดเจน โดยอาศัยส่วนประกอบพื้นฐานทางศิลปะ ได้แก่ สีสัน รูปร่าง รูปทรง และสัดส่วน (Kirarat, 1979) ซึ่งจากรายงานของสำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ (2565) พบว่า มีผู้ที่เกี่ยวข้องธุรกิจผ้าพื้นเมืองในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1,618 ราย สามารถสร้างรายได้ สร้างงานให้ชุมชน และสร้างยอดขายในประเทศกว่า 6,635,456 บาทต่อปี

ผ้าไหมในจังหวัดชัยภูมิ ถึงแม้จะเป็นจังหวัดที่ไม่มีชื่อเสียงด้านผ้าไหมระดับประเทศเท่าที่ควร แต่ก็มีผ้าไหมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะและมีชื่อเสียงในระดับพื้นที่ เช่น ผ้าไหมบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ (อำเภอบ้านเขว้า) และ ผ้าไหมสาวบ้านแต้ (อำเภอเกษตรสมบูรณ์) (พนารัตน์, 2560)

ผ้าไหมสาวบ้านแต้ เป็นคำนิยามผ้าไหมของการศึกษาครั้งนี้และเพื่อสร้างการรับรู้ต่อผู้บริโภคของผ้าไหมของอำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ที่มีเอกลักษณ์และมีความงดงามเฉพาะตัว โดยคำว่า บ้านแต้ เป็นชื่อชุมชนบ้านหนองแต้ ซึ่งเป็นชุมชนดั้งเดิมแห่งหนึ่งของอำเภอเกษตรสมบูรณ์ และคำว่า สาวบ้านแต้ เป็นที่รู้จักของคนไทยผ่านบทเพลงสาวบ้านแต้ (ขับร้องโดย วงดนตรีสุนทราภรณ์) ซึ่งเป็นเพลงประกอบภาพยนตร์ไทยเรื่องสาวบ้านแต้ เผยแพร่ปี พ.ศ. 2511 โดยในเนื้อหาของบทเพลงบทภาพยนตร์ได้

พรรณนาถึงบริบทชุมชนบ้านแต้ และผู้หญิงในชุมชนบ้านแต้ที่ดำรงชีวิตอย่างเรียบง่าย งดงาม มีการสวมใส่ผ้าไหมหรืออาภรณ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ นอกจากนั้น เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 ส่วนราชการในอำเภอเกษตรสมบูรณ์ได้ร่วมกันจัดงานสืบสานตำนานสาวบ้านแต้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการแต่งกายด้วยผ้าไหมที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของผู้หญิงและชายของคนในพื้นถิ่น และส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอเกษตรสมบูรณ์

จากการศึกษาขั้นต้น พบว่า ผ้าไหมสาวบ้านแต้ มีการผลิตมายาวนานมากกว่า 200 ปี โดยมีหลักฐานว่าราวปี 2360 นางบุญมี ซึ่งเป็นภรรยาของพระยาภักดีชุมพล (หรือ พยาแล อพยพมาจากเวียงจันทร์ ประเทศลาว) ซึ่งเป็นเจ้าเมืองชัยภูมิ ได้พาชาวบ้านปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ทอผ้าฝ้าย และผ้าไหม (ศูนย์ส่งเสริมผ้าไหมบ้านเขว้า, 2557) เพื่อส่งผ้าไหมและผ้าฝ้ายขาวเป็นเครื่องบรรณาการให้แก่เวียงจันทน์ สปป.ลาว และได้มีการพัฒนาการผลิตและการใช้สวมใส่ในพื้นที่อย่างแพร่หลายมานาน การผลิตผ้าไหมสาวบ้านแต้ในพื้นที่ต่างๆ ของอำเภอเกษตรสมบูรณ์มีการผลิตในหลายตำบล โดยเฉพาะตำบลโนนกอก ตำบลบ้านบัว ตำบลบ้านหัน มีผู้ผลิตค่อนข้างมาก ซึ่งนอกจากจะเป็นการผลิตเพื่อสวมใส่เอง ยังผลิตเพื่อจำหน่ายและรับจ้างผลิตผ้าไหมจนสามารถเป็นอาชีพเสริมและเป็นอาชีพหลักได้ในบางครัวเรือน ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน โดยจะมีการซื้อจำหน่ายเฉพาะกลุ่ม และยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายเท่าที่ควร และจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ยังไม่มีการรายงานว่าเอกลักษณ์ผ้าไหมที่โดดเด่นของผ้าไหมสาวบ้านแต้มีคุณลักษณะอย่างไร จึงมีคำถามว่า ระบบการผลิต การตลาด และเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงผ้าไหมสาวบ้านแต้เป็นอย่างไร เอกลักษณ์ (uniqueness) ในการศึกษานี้ ได้ทำการศึกษาถึงลักษณะโดดเด่น บ่งบอกความเป็นตัวตนผ่านการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ที่มีอยู่ร่วมกันในผืนผ้าไหม ซึ่งคำตอบที่ได้จากการศึกษานี้นอกจากเป็นการเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต้แล้ว ยังเป็นข้อค้นพบพื้นฐานสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางการส่งเสริมการผลิต การตลาด และความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต้ให้คนต่างพื้นที่ได้รู้จักแพร่หลายต่อไป

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพเป็นหลัก พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพิ่มเติมเพื่อให้อธิบายผลการศึกษาให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยการศึกษาดำเนินการ 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่1 ทำความเข้าใจบริบททั่วไปของพื้นที่: สร้างประเด็นหัวข้อย่อย (sub-topics) เกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ศึกษา ได้แก่ ที่ตั้งและสภาพพื้นที่ และบริบททางการเกษตร เพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเกษตรสมบูรณ์ และข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มย่อย ตลอดจนการสังเกต เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ คือ ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจ (key informants) ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน และผู้ผลิตไหม จำนวน 18 ราย ดำเนินการในช่วงเดือนพฤษภาคม - ธันวาคม พ.ศ. 2562

ระยะที่ 2 ศึกษาระบบการผลิตและการตลาดผ้าไหมสาวบ้านแต้ : นำผลการศึกษาจากระยะที่ 1 มาเป็นพื้นฐานในการสร้างประเด็นหัวข้อย่อยเพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตผ้าไหมและการตลาดผ้าไหมสาวบ้านแต้ โดยการสัมภาษณ์การสนทนากลุ่มย่อย ตลอดจนการสังเกต เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ คือ ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจการผลิตและการตลาดผ้าไหมสาวบ้านแต้ คือ ผู้ผลิตรังไหมและผ้าไหม จำนวน 31 ราย ดำเนินการศึกษาในช่วงเดือนมกราคม ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2563

ระยะที่ 3 วิเคราะห์เอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต้: การศึกษานี้ได้ดำเนินการศึกษา 2 ระยะย่อย ดังนี้

ระยะที่ 3.1 จำแนกประเภทผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบการผลิตและตลาดผ้าไหม: นำผลการศึกษาจากระยะที่ 1 และ 2 สร้างประเด็นหัวข้อย่อยเพื่อเป็นเครื่องมือในการสนทนากลุ่มกับผู้ผลิตไหม จำนวน 12 ราย ซึ่งเลือกผู้ร่วมสนทนากลุ่มแบบเฉพาะเจาะจงเพื่อทำการจำแนกประเภทผู้ผลิตผ้าไหมสาวบ้านแต้ ด้วยการจัดเวทีประชุมแบบมีส่วนร่วม สามารถจำแนกได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้ผลิตรังไหมและเส้นไหมสีเหลือง: กลุ่ม A (2) ผู้ผลิตรังไหมสีเหลือง เส้นไหมสีเหลือง และทอผ้าเพื่อเก็บไว้และใช้เอง และจำหน่ายตามโอกาส: กลุ่ม B และ (3) ผู้ผลิตรังไหม เส้นไหมสีเหลือง และผ้าไหมเพื่อจำหน่าย และมีการรับจ้างผลิตผ้าไหมเป็นหลัก: กลุ่ม C พร้อมทั้งกำหนดสมมุติฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับเอกลักษณ์ผ้าไหมสาวบ้านแต้ เพื่อใช้ประกอบการจัดกิจกรรมระดมสมอง โดยดำเนินการในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2563

ระยะที่ 3.2 จัดเวทีระดมสมองวิเคราะห์เอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต้: นำผลการศึกษาระยะที่ 1, 2 และ 3.1 มานำเสนอต่อเวทีกิจกรรมการระดมสมอง เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ณ สำนักงานเกษตรอำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมจัดเวทีระดมสมอง คือ ผู้ที่มีความรู้ด้านการเลี้ยงหนอนไหม การผลิตรังไหม และการทอผ้าไหม ได้แก่ ชาวบ้านผู้ผลิตรังไหมสีขาว ชาวบ้านผู้ผลิตรังไหมสีเหลือง และชาวบ้านผู้ผลิตผ้าไหม จำนวน 31 ราย ด้วยการจัดเวทีมีขั้นตอน 4 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1: แบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่ม ตามประเภทของผู้ผลิตผ้าไหม (ระยะที่ 3.1) ได้แก่ กลุ่ม A จำนวน 11 ราย กลุ่ม B จำนวน 6 ราย และกลุ่ม C จำนวน 14 ราย ขั้นตอนที่ 2: ให้แต่ละกลุ่มร่วมกันระดมสมองถึงจุดเด่น ข้อจำกัด และคุณลักษณะของผลผลิตรังไหม เส้นไหม และผ้าไหมภายใต้บริบทของแหล่งที่มาหรือพื้นที่ที่แสดงให้เห็นหรือบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของผ้าไหมสาวบ้านแต้ ขั้นตอนที่ 3: ให้ตัวแทนแต่ละกลุ่มออกมานำเสนอผลการวิเคราะห์เอกลักษณ์ผ้าไหมสาวบ้านแต้ โดยพิจารณาจากผลผลิตรังไหม เส้นไหม และผ้าไหม ขั้นตอนที่ 4: อภิปรายทั่วไป พร้อมสร้างข้อสรุปเอกลักษณ์ผ้าไหมสาวบ้านแต้ร่วมกันผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยกิจกรรมระยะนี้จัดขึ้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ณ สำนักงานเกษตรอำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

การวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 3 ระยะ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิค 6C (ยศ, 2558) ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลขณะที่รวบรวมข้อมูล (data analysis wile data collection: C1) เช่น การจัดเวทีได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลขณะที่ทำการจัดเวทีไปพร้อมด้วย (iterative) ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์จำแนกประเภท (Categorization: C2) (เช่น การแยกประเภทข้อมูล ใน **Table 1**) ขั้นตอนที่ 3 การเปรียบเทียบ (comparison: C3) (เช่น เปรียบเทียบสัดส่วนหรือร้อยละของแต่ละประเภทใน **Table 2**) ขั้นตอนที่ 4 หาความสัมพันธ์หรือเชื่อมโยง (compilation or correlation: C4) (เช่น การเชื่อมโยงความสัมพันธ์การไหล (flow) ของแต่ละส่วนย่อยใน **Figure 1** and **Figure 2**) ขั้นตอนที่ 5 การสร้างข้อสรุป (construction: C5) (เช่น **Figure 1** and **Figure 2**) และขั้นตอนที่ 6 วิจารณ์เชิงสร้างสรรค์ (creation: C6) (เช่น การวิจารณ์เชิงสร้างสรรค์ของผลการศึกษาแต่ละส่วน) ตามลำดับ

ผลการศึกษาและวิจารณ์

1.บริบททั่วไปของพื้นที่อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

บ้านหนองแต้ เป็นหมู่บ้านหนึ่งของอำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ โดยผ้าไหมสาวบ้านแต้ เป็นนามเรียกขานของชื่อผ้าไหมซึ่งมาจากคำว่า บ้านหนองแต้ ผ้าไหมถือเป็นผ้าไหมประจำอำเภอเกษตรสมบูรณ์ โดยบริบททั่วไปของอำเภอเกษตรสมบูรณ์ มีสังเขปดังนี้

1) ที่ตั้งและสภาพพื้นที่: อำเภอเกษตรสมบูรณ์ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของจังหวัดชัยภูมิ มีระยะทางห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 432 กิโลเมตร และห่างจากตัวจังหวัดระยะทางประมาณ 102 โดยแบ่งเขตปกครองออกเป็น 11 ตำบล รวมทั้งหมด 144 หมู่บ้าน โดยพื้นที่ตอนกลางของอำเภอเกษตรสมบูรณ์เป็นที่ราบลุ่มสลับเนิน มีลำน้ำพรมไหลผ่าน เป็นพื้นที่เหมาะสมต่อการปลูกข้าว ตอนบนเป็นที่ราบลุ่มสลับเนิน เป็นพื้นที่เหมาะสมต่อการปลูกพืชไร่และเลี้ยงสัตว์ ทางทิศใต้และทิศตะวันตกเป็นพื้นที่ป่าไม้และภูเขาสูงสลับซับซ้อน ซึ่งมีภูเขาที่เป็นป่าต้นน้ำสำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย คือ เทือกเขาภูเขียว (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเกษตรสมบูรณ์, 2559) จากลักษณะพื้นที่ดังกล่าว อำเภอเกษตรสมบูรณ์จึงเป็นพื้นที่ผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดชัยภูมิ

2) บริบททางการเกษตร: อำเภอเกษตรสมบูรณ์มีพื้นที่ทั้งหมด 820,476 ไร่ เป็นพื้นที่การเกษตร 280,000 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 34.15 ของพื้นที่ทั้งหมด ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา มีการใช้ประโยชน์ที่ดิน ประกอบด้วย พื้นที่ทำนา 160,000 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 55.59 พื้นที่ปลูกพืชไร่ 120,000 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 43.55 ได้แก่ อ้อยโรงงาน มันสำปะหลัง ยาสูบ และถั่วเหลือง พื้นที่ปลูกพืชผัก 1,400 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.50 และพื้นที่ปลูกไม้ผล ได้แก่ ส้มโอ ซึ่งปลูกมากในพื้นที่ตำบลโนนทองพื้นที่ประมาณ 1,000 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.36 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด โดยประชาชนมีรายได้จากอาชีพทางการเกษตร จากการผลิตพืชหลัก 4 ชนิด ได้แก่ ข้าว อ้อยโรงงาน พืชผัก และส้มโอ คิดเป็นมูลค่า 700, 1,200, 40 และ 12 ล้านบาทต่อปี ตามลำดับ (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเกษตรสมบูรณ์, 2559) สำหรับการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม พบว่า เป็นการผลิตในลักษณะเป็นอาชีพเสริมหรือรายได้เสริมของครัวเรือนเกษตรกร โดยมีพื้นที่ปลูกหม่อน 825 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 9 ของพื้นที่ปลูกหม่อนทั้งจังหวัด (9,300 ไร่) และมีผู้เลี้ยงไหม 1,060 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.30 ของผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมทั้งจังหวัด (6,860 ราย) (ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ ชัยภูมิ, 2562)

2. การผลิตและการตลาดผ้าไหมสาวบ้านแต้

2.1 การผลิตผ้าไหมสาวบ้านแต้

การผลิตผ้าไหมสาวบ้านแต้ สามารถจำแนกผลิตภัณฑ์จากไหมออกได้ 3 ประเภท ได้แก่ (1) ผลิตรังไหมสีขาว (2) ผลิตรังสีไหมเหลือง และ (3) ทอผ้าไหม โดยการผลิตทั้ง 3 ประเภท มีการกระจายการผลิตในแต่ละตำบล **(Table 1)** ดังนี้

1) การผลิตรังไหม (cocoon crop): พบว่ามี 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 การผลิตรังไหมสีเหลือง (yellow cocoon) เป็นการการผลิตรังไหมแบบทั่วไป (ไม่ผลิตภายใต้พันธสัญญา) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหัตกรรมหรือทอผ้าไหมในชุมชน จากการศึกษาพบว่ามีพื้นที่ปลูกหม่อนกว่า 500 ไร่ (ร้อยละ 12 ของพื้นที่ปลูกหม่อนทั้งจังหวัด (4,100 ไร่)) และมีผู้เลี้ยงไหม ประมาณ 1,000 ราย (ร้อยละ 17 ของผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมทั้งจังหวัด (6,000 ราย)) (ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ ชัยภูมิ, 2562) โดยการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเพื่อหัตกรรมหรือทอผ้าไหมนี้ เป็นวิถีการผลิตแบบดั้งเดิมกว่า 100 ปี ซึ่งผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมรูปแบบนี้พบมากในตำบลบ้านหัน สระโพนทอง บ้านยาง กุดเลาะ บ้านบัว โนนกอก หนองข่า และบ้านเป้า **(Table 1)** การผลิตรังไหมสีเหลืองนี้จะผลิตจากไหม 2 สายพันธุ์ ได้แก่ ไหมพันธุ์ลูกผสมร้อยละ 70 ของปริมาณการผลิต ได้แก่ พันธุ์เหลืองสระบุรีและพันธุ์เหลืองไพโรจน์ ได้รับพันธุ์ไหมจากระยะไข่มาเลี้ยงจากศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ จังหวัดชัยภูมิ และไหมพันธุ์พื้นบ้านร้อยละ 30 ของปริมาณการผลิต ได้แก่ พันธุ์นางน้อย นางสิ่ว และนางหมอก เริ่มต้นการเลี้ยงด้วยวิธีต่อพันธุ์ตามวงจรชีวิตของไหม โดยได้รับพันธุ์ไหมจากเครือข่ายผู้เลี้ยงในพื้นที่ และ รูปแบบที่ 2 การผลิต รังไหมสีขาว (white cocoon) เป็นการผลิตภายใต้เกษตรพันธสัญญา (contract farming) ก่อนฤดูการผลิตจะมีตัวแทนบริษัทนำพันธ์ตัวไหมระยะที่ 2 ให้ชาวบ้านเลี้ยง การจำหน่ายต้องจำหน่ายผลผลิตให้กับบริษัท 100% โดยการตั้งราคาจะขึ้นอยู่กับคุณภาพของแต่ละคน ซึ่งบริษัทจะสุ่มตรวจคุณภาพรังไหมของชาวบ้านและให้ราคาตามเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด สถานที่รับซื้อมี 2 ที่ ได้แก่ สถานที่แรก คือ จำหน่ายที่บริษัทโดยตรง สถานที่สอง คือ จำหน่าย จุดรวบรวบผลผลิต โดยจะมีจุดรับซื้อ 2 จุด คือ บ้านหนองบัวเหลือง ตำบลหนองโพนงาม อำเภอเกษตรสมบูรณ์ และบ้านนาคานหัก ตำบลกุดชุมแสง อำเภอหนองบัวแดง พื้นที่ปลูกหม่อน 325 ไร่ (ร้อยละ 6.5 ของพื้นที่ปลูกหม่อนทั้งจังหวัด(5,200 ไร่)) และมีผู้เลี้ยงไหม 60 ราย (ร้อยละ 7 ของผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมทั้งจังหวัด (860 ราย)) (ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ ชัยภูมิ, 2562) ซึ่งผู้ผลิตรังไหมรูปแบบนี้พบมากในตำบลหนองโพนงาม บ้านเดื่อ หนองข่า และโนนทอง **(Table 1)** โดยเฉพาะอย่างยิ่งตำบลหนองโพนงาม พบว่า มีการปลูกหม่อนเลี้ยงใหม่เพื่อจำหน่ายผลผลิตรังไหมให้โรงงานอุตสาหกรรมมานานกว่า 30 ปี เนื่องจากเป็นพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์

จากการศึกษาพบว่า การผลิตรังไหมสีเหลือง (รูปแบบที่ 1) มีจำนวนผู้ผลิตมากกว่า และมีการใช้พื้นที่ปลูกหม่อนน้อยกว่าการผลิตรังไหมสีขาว (รูปแบบที่ 2) เนื่องจากผู้ผลิตสามารถจัดการได้ในระดับครัวเรือน ซึ่งมีการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างผู้ผลิตแบบพึ่งพากันจนกลายเป็นวัฒนธรรมในพื้นที่ อย่างไรก็ตามมีแนวโน้มการผลิตรังไหมสีขาว (รูปแบบที่ 2) เพิ่มขึ้น เนื่องจากใช้เวลาน้อยในการผลิตแต่ให้ผลผลิตและค่าตอบแทนที่เร็ว ซึ่งสามารถสร้างรายได้หลายรอบต่อปี **(Figure 1)**

Table 1 Products of silk, silk yarn and silk in Kaset Somboon District

Products		Production area (Sub-district)
1. Cocoon crop	1.1 Yellow cocoon	(1) Ban Han (2) Sa Phon Thong (3) Ban Yang (4) Kut Lo (5) Ban Bua (6) Non Kok (7) Nong Kha (8) Ban Pao
	1.2 White cocoon	(1) Nong Phon Ngam (2) Ban Duea (3) Nong Kha (4) Non-Thong
2. Silk yarn		(1) Ban Han (2) Sa Phon Thong (3) Ban Yang (4) Kut Lo (5) Ban Bua (6) Ban Pao
3. Silk fabric		1) Nong Kha

2) การผลิตเส้นไหม (silk yarn production): พบว่า มีเฉพาะการผลิตเส้นไหมที่สาวด้วยมือ (hand reeled Thai silk) โดยนำเอารังไหมสีเหลืองที่ผลิตในพื้นที่มาแปรรูปหรือเข็น เป็นเส้นด้ายหรือเส้นไหม (เข็น หมายถึง การแปรรูปเป็นเส้นไหมผ่านการกรอด้วยเหล่งให้เป็นเส้นด้าย) โดยมีการซื้อ-จำหน่ายรังไหมในพื้นที่แล้วนำมาเข็นเป็นเส้นไหม ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการจำหน่ายรังไหมกว่า 1 เท่าตัว คิดเป็นมูลค่าที่เพิ่มขึ้นราว 30 ล้านบาทต่อปี การนำรังไหมมาผลิตเส้นไหมในแต่ละครั้งสามารถทำให้ได้เส้นไหม 3 ชนิด ได้แก่ (1) เส้นไหมลีบ (mail 3) ร้อยละ 20 (2) เส้นไหมน้อย (mail 1) ร้อยละ 75 และ (3) เส้นไหมแลง (mail lang) ร้อยละ 5 ของผลผลิตเส้นไหมทั้งหมด สำหรับการผลิตเส้นไหมน้อยได้มีการใช้มาตรฐานการผลิต 2 มาตรฐาน ได้แก่ (1) มาตรฐาน มกษ. 8000-2555 ซึ่งเส้นไหมที่ผลิตได้จะมีราคาสูง พบในพื้นที่บ้านตลาดทราย ตำบลบ้านหัน และ (2) มาตรฐานที่กำหนดโดยผู้ผลิตเองโดยเน้นความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นสำคัญ การผลิตแบบนี้พบในทุกตำบลของอำเภอ นอกจากนี้ยังพบว่า เส้นไหมที่ผลิตได้ส่วนหนึ่ง (ร้อยละ 31) มีการซื้อจำหน่ายเส้นไหมกันในพื้นที่เพื่อนำมาทอเป็นผ้าไหมภายในพื้นที่ โดยเส้นไหมน้อยจะมีมูลค่าการซื้อจำหน่ายมากกว่าเส้นไหมลีบและเส้นไหมแลง อย่างไรก็ตามเส้นไหมส่วนใหญ่ถูกจำหน่ายออกนอกพื้นที่ (ร้อยละ 69) **(Figure 1)**

3) การผลิตผ้าไหม (silk fabric production): มีการผลิตผ้าไหม 7 ชนิด โดยส่วนใหญ่นิยมผลิตผ้าไหมมัดหมี่ **(Table 2)** โดยมีการใช้วัตถุดิบเส้นไหมจาก 2 แหล่ง ได้แก่ เส้นไหมในชุมชนเป็นหลัก และนำเส้นไหมจากภายนอกชุมชนมาใช้ในการผลิต โดยนำเส้นไหมโรงงานมาเป็นเส้นไหมทางยืน (warp) หรือนำมาใช้ในการผลิตในช่วงเส้นไหมในพื้นที่ขาดแคลน หรือเป็นการทดลองใช้วัตถุดิบใหม่ๆ หรือใช้สำหรับทอผ้าไหมที่ต้องการความละเอียดเป็นพิเศษ อาทิ ผ้าไหมแพรวา เป็นต้น **(Figure 1)**

Table 2 Type of Sao Ban Tae Silk

Type of silk		Sub-type of silk		Remark
Name	Percentage	Name	Percentage	
1. Weft ikat	50	1.1 Small	20	Using Chul Thai silk for weft
		1.2 Big	25	Using Chul Thai silk for weft
		1.3 Oblique	5	
2. Pha sin mai khan	10	2.1 Ancient pattern	5	
		2.2 Applied pattern	2.5	
		2.3 Normal pattern	2.5	
3. Plain silk	10	3.1 Mai 1	7	
		3.2 Mai 3	3	
4. Sarong	10	4.1 Even pattern	6	
		4.2 Ood pattern	4	
5. Kamar band	10	5.1 Even pattern	6	Using Chul Thai silk for weft
		5.2 Ood pattern	4	Using Chul Thai silk for weft
6. Twisted Yarn	5	6.1 Long	2.5	
		6.2 Short	2.5	
7. Other	5	7.1 Waist band	2	Using Chul Thai silk for weft
		7.2 Hem piece	2	
		7.3 Breast cloth	-	
		7.4 Shawl	1	
		7.5 Discontinuous Supplementary Weft Cloth	-	Using Chul Thai silk for weft

จากผลการศึกษายังพบว่า การผลิตผ้าไหมประกอบหลัก 3 ประการ ได้แก่ (1) ใช้วัตถุดิบเส้นไหมที่ผลิตในพื้นที่ (2) สีของผ้าไหม เน้นการใช้สีเข้มเป็นหลัก และมีการใช้สีเข้มตัดกับสีสว่างเพื่อให้สีของผ้าไหมมีความโดดเด่น และ (3) การทอผ้าใช้การทอด้วยกี่ทอมือ ทอด้วยฟืมสองตะกอหรือสองเขารูปแบบทอขัดธรรมดา ทำให้เนื้อผ้าไม่มีลายในตัว นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผ้าไหมสวยงามและมีคุณภาพ ได้แก่ ประสบการณ์ ความชำนาญ และจินตนาการของผู้ผลิต นอกจากนี้ยังพบว่า การผลิตผ้าไหมมีแนวโน้มการผลิตมากขึ้น 4 ประเด็น ได้แก่ (1) ผ้าไหมที่ผลิตมากที่สุด ได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ (weft ikat) (2) ผ้าไหมที่ผลิตเพิ่มขึ้น ได้แก่ ผ้าไหมคั่น (Pha Sin Mai Khan) ผ้าไหมพื้น (plain silk) และผ้าขาวม้าไหม (Kamar band) (3) ผ้าไหมที่ผลิตน้อยลง ได้แก่ ผ้าโสร่งไหม (Sarong) และผ้าไหมควบ (twisted yarn) ผ้าหัวซิ่น (waist band) ผ้าตีนซิ่น (hem piece) และ (4) ผ้าทอที่ผลิตเพื่อจำหน่าย ใช้เฉพาะกลุ่ม และมีลักษณะประยุกต์ ได้แก่ ผ้าเบี่ยง (Breast cloth) ผ้าคลุมไหล่ (Shawl) และผ้าขิดแพรวา (discontinuous supplementary weft cloth)

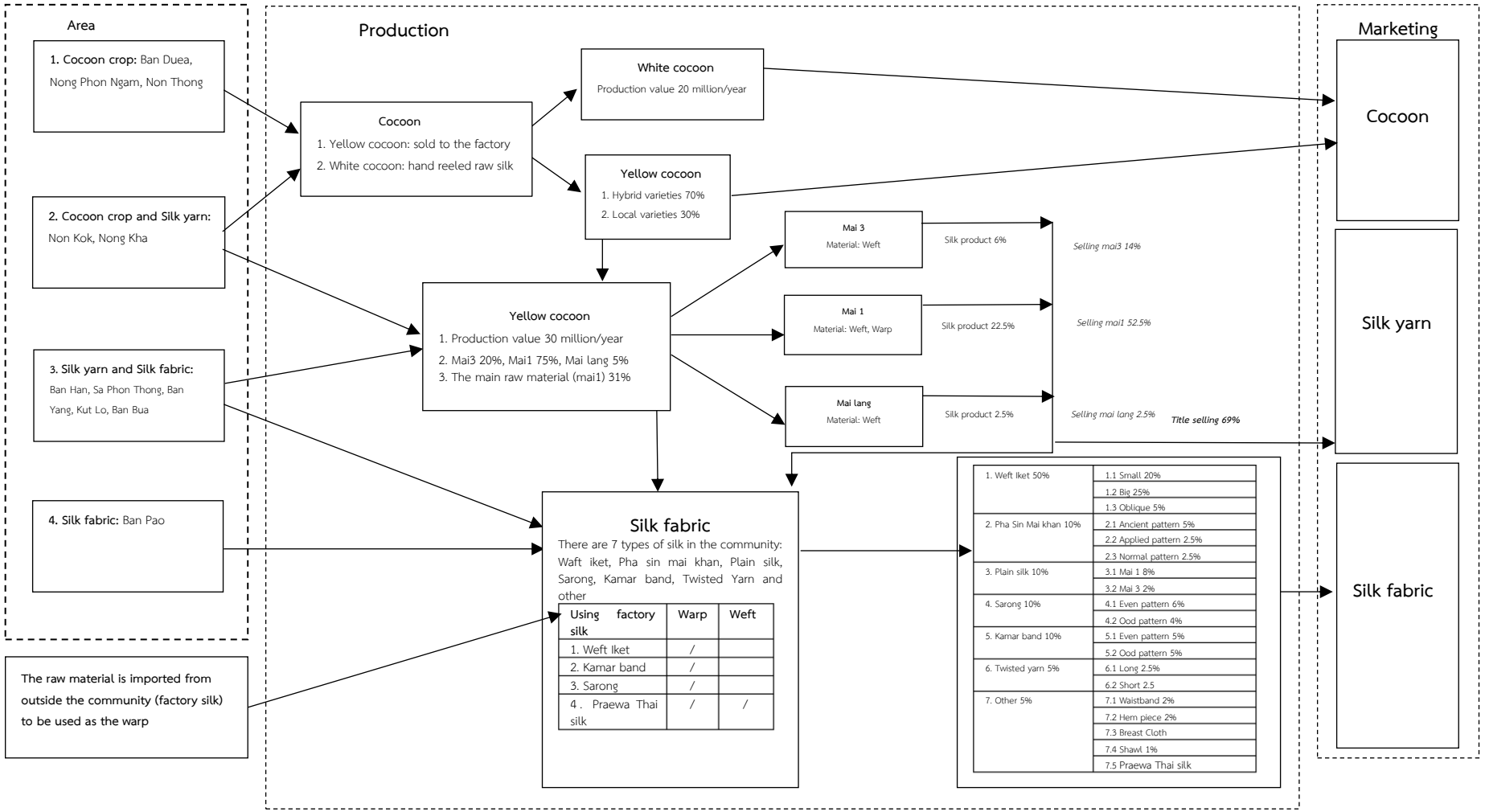

Figure 1 Flow of Sao Ban Ta silk production system

2.2. การตลาดผ้าไหมสาวบ้านแต้

จากการศึกษาการตลาดผ้าไหมสาวบ้านแต้ พบว่า สามารถจำแนกบนพื้นฐานของผลผลิตได้ดังนี้

1) ตลาดรังไหม: การตลาดรังไหมหากพิจารณาตามประเภทรังไหมที่ผลิต พบว่า (1) การตลาดรังไหมสีเหลือง รังไหมสีเหลืองที่เหลือจากการนำมาผลิตเป็นเส้นไหมและทอผ้าไหมในพื้นที่ ผู้ผลิตรังไหมได้จำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมซื้อแล้วนำไปจ้างคนในพื้นที่ทำการแปรรูปเป็นเส้นไหม จากนั้นนำเส้นไหมไปจำหน่ายต่อให้กับคนทั้งในและนอกพื้นที่ (2) การตลาดรังไหมสีขาว เป็นการตลาดภายใต้เกษตรพันธสัญญา ซึ่งเอกชนมีจุดบริการและรวบรวมซื้อผลผลิต 2 แหล่งในพื้นที่ ได้แก่ จุดบริการ ณ บ้านหนองบัวเหลือง ตำบลหนองโพนงาม อำเภอเกษตรสมบูรณ์ และ จุดบริการ ณ บ้านนาคานหัก ตำบลกุดชุมแสง อำเภอหนองบัวแดง ดังนั้นผู้ผลิตจึงจำหน่ายรังไหมที่ผลิตได้ทั้งหมดให้บริษัทเอกชน โดยราคาการซื้อจำหน่ายขึ้นกับคุณภาพของรังไหมที่ผลิตได้ โดยรังไหมที่มีคุณภาพดีมีราคาประมาณ 250 บาท/กิโลกรัม และคุณภาพต่ำที่สุดราคาประมาณ 100 บาท/กิโลกรัม **(Figure 2)**

2) ตลาดเส้นไหม: เส้นไหมที่ผลิตในพื้นที่คือการตลาดเส้นไหมที่ได้จากรังไหมสีเหลืองเท่านั้น การตลาดเส้นไหมดังกล่าวมีทั้งซื้อจำหน่ายเพื่อนำมาใช้ในการทอเป็นผ้าไหมในพื้นที่ และจำหน่ายให้คนนอกพื้นที่ ดังนี้ (1) จำหน่ายเส้นไหมในพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นจำหน่ายเส้นไหมเพื่อนำไปผลิตผ้าไหมร้อยละ 31 ของผลผลิตเส้นไหมทั้งหมด ได้แก่ เส้นไหมน้อย เส้นไหมลึบ และเส้นไหมแลง ร้อยละ 52.5, 14.0 และ 2.5 ตามลำดับ ซึ่งมีการตกลงราคาระหว่างผู้ซื้อกับผู้จำหน่ายภายใต้ราคาตลาดเส้นไหมทั่วไป (2) จำหน่ายเส้นไหมให้คนนอกพื้นที่ เป็นการจำหน่ายให้ผู้รวบรวมซื้อร้อยละ 69 ของผลผลิตเส้นไหมทั้งหมด ได้แก่ เส้นไหมลึบ เส้นไหมน้อย และเส้นไหมแลงร้อยละ 14 52.5 และ 2.5 ตามลำดับ โดยผู้ซื้อกำหนดราคาตามราคาตลาดเส้นไหม ได้แก่ เส้นไหมน้อย ไหมลึบ และไหมแลง กิโลกรัมละ 1,500 500 และ 500 บาท ตามลำดับ นอกจากนั้น ผู้รวบรวมซื้อเส้นไหมได้นำวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตมาจำหน่าย หรือแลกเปลี่ยนกับเส้นไหมในชุมชน **(Figure 2)**

3) ตลาดผืนผ้าไหม: เป็นกระบวนการตั้งแต่การนำเส้นไหมสู่ขั้นตอนการผลิตจนได้เป็นผืนผ้าไหมไปยังผู้บริโภค ซึ่งมีรูปแบบการผลิตแบบกลางน้ำ แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) การตลาดโดยการผลิตตามคำสั่งซื้อ (made to order) เป็นการผืนผลิตไหมตามคำสั่งซื้อหรือสั่งจ้างร้อยละ 60 ของผลผลิตผ้าไหมทั้งหมด เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการนำวัตถุดิบเส้นไหมเข้าสู่กระบวนการผลิตจนได้เป็นผืนผ้าไหมกลับไปสู่ผู้สั่ง ซึ่งเป็นคนในชุมชนร้อยละ 40 และเป็นคนนอกชุมชนร้อยละ 10 ของผู้สั่งซื้อทั้งหมด นอกจากนั้น ยังมีการรับจ้างการผลิตในบางขั้นตอน อาทิ มัดหมี่ สืบหูก ทอผ้า เป็นต้น โดยส่วนใหญ่ผู้สั่งจะนำวัตถุดิบเส้นไหมมาเอง และผลิตผ้าไหมตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งใช้สีสันและลวดลายประยุกต์เพื่อให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีพื้นฐานการย้อมสีอิ่ม และใช้สีเข้มตัดกับสีสว่างร่วมกับการสร้างลวดลายแบบเหลี่ยมเป็นหลัก และ (2) การตลาดโดยการผลิตเพื่อรอจำหน่าย (made to stock) เป็นการผลิตผืนผ้าไหมเพื่อใช้เอง มีการสวมใส่แบบไม่แปรรูป และจำหน่ายออกบางโอกาสร้อยละ 40 ของผลผลิตผ้าไหมทั้งหมด ผู้ซื้อเป็นคนในชุมชนประมาณร้อยละ 31 และเป็นคนนอกชุมชนประมาณร้อยละ 9 ของผู้ซื้อผ้าไหมทั้งหมด โดยผลิตผ้าไหมตามความต้องการของผู้ผลิตเป็นหลัก ซึ่งสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์บนผืนผ้าไหมผ่านการเลือกใช้สีสันและลวดลายได้อย่างอิสระและส่วนใหญ่เป็นรูปแบบเดิมที่มีในชุมชน ซึ่งมีการย้อมสีอิ่ม และใช้สีโทนเข้มตัดกับสีโทนสว่างร่วมกับลวดลายแบบเหลี่ยมเป็นหลัก **(Figure 2)** การตลาดผ้าไหมทั้ง 2 รูปแบบข้างต้น ผู้ซื้อมีเป้าหมายหลักในการนำผ้าไหมไปใช้ 2 ประการ ได้แก่ (1) นำไปใช้เป็นของสมนาคุณ (ภาษาอีสานเรียกว่า ของสมมา) ซึ่งใช้ในงานบุญหรือประเพณีในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงที่ใช้ผ้าไหมเป็นของสมนาคุณหรือเป็นของฝาก และ (2) นำไปใช้ตัดเย็บเพื่อสวมใส่เอง ซึ่งจากเป้าหมายดังกล่าว มีการนำไปใช้เพื่อสวมใส่ในโอกาสสำคัญตามค่านิยมในชุมชน เรียกลักษณะการสวมใส่นี้ว่า “เอ้” หรือ การอวดความสวยงาม

นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า (1) รูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม สามารถแบ่งออกตามกลุ่มผู้ใช้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (ก) ผ้าไหมที่ใช้สำหรับหญิง ได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าซิ่นคั่น ผ้าซิ่นควบ หัวซิ่น ตีนซิ่น ผ้าขิดแพรวา และ (ข) ผ้าไหมที่ใช้สำหรับชาย ได้แก่ ผ้าขาวม้า ผ้าโสร่ง และผ้าควบยาว แต่ในปัจจุบันมีแนวโน้มการใช้ผ้าไหมแบบแบ่งตามเพศหญิง- ชายน้อยลง ซึ่งสามารถนำผ้าไหมมาประยุกต์และแปรรูปเพื่อใช้สำหรับหญิงหรือชายได้ อาทิ นำผ้าขาวม้ามาตัดเสื้อสำหรับหญิง นำผ้าไหมมัดหมี่มาตัดเสื้อสำหรับชาย เป็นต้น (2) ราคาผ้าไหม ทั้งนี้ ราคาของผ้าไหมขึ้นอยู่กับความสวยงามและคุณภาพของผืนผ้าไหม เช่น การใช้สีและการสร้างลวดลายสวยงามสม่ำเสมอ เนื้อผ้าเรียบร้อยสม่ำเสมอ ริมผ้าทั้ง 2 ข้างเรียบร้อยสม่ำเสมอ ขนาดผืนผ้าแต่ละชนิดได้มาตรฐานมีความเหมาะสม โดยมีการกำหนด

ราคาตามผู้จำหน่ายรายอื่นในชุมชนซึ่งมีราคาใกล้เคียงกัน แต่มีความสวยงามและคุณภาพต่างกัน ทำให้สามารถจำหน่ายผ้าไหมได้ต่างกัน (3) ช่องทางการจำหน่ายผ้าไหม พบว่า ผู้ผลิตนิยมจำหน่าย ณ สถานที่ผู้ผลิต ซึ่งลูกค้าเดินทางไปซื้อหรือสั่งทอด้วยตนเอง และมีการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ แอพพลิเคชั่นเฟสบุ๊ค (Facebook) หรือ ไลน์ (Line) เป็นต้น ซึ่งลูกหลานเป็นผู้ช่วยจำหน่าย และสำหรับด้าน (4) การส่งเสริมการตลาด พบว่า มีหน่วยงานภาครัฐได้มีรณรงค์ให้สวมใส่ผ้าไทยในพื้นที่ ส่งผลทำให้ผู้ผลิตสามารถจำหน่ายผ้าไหมได้มากขึ้น

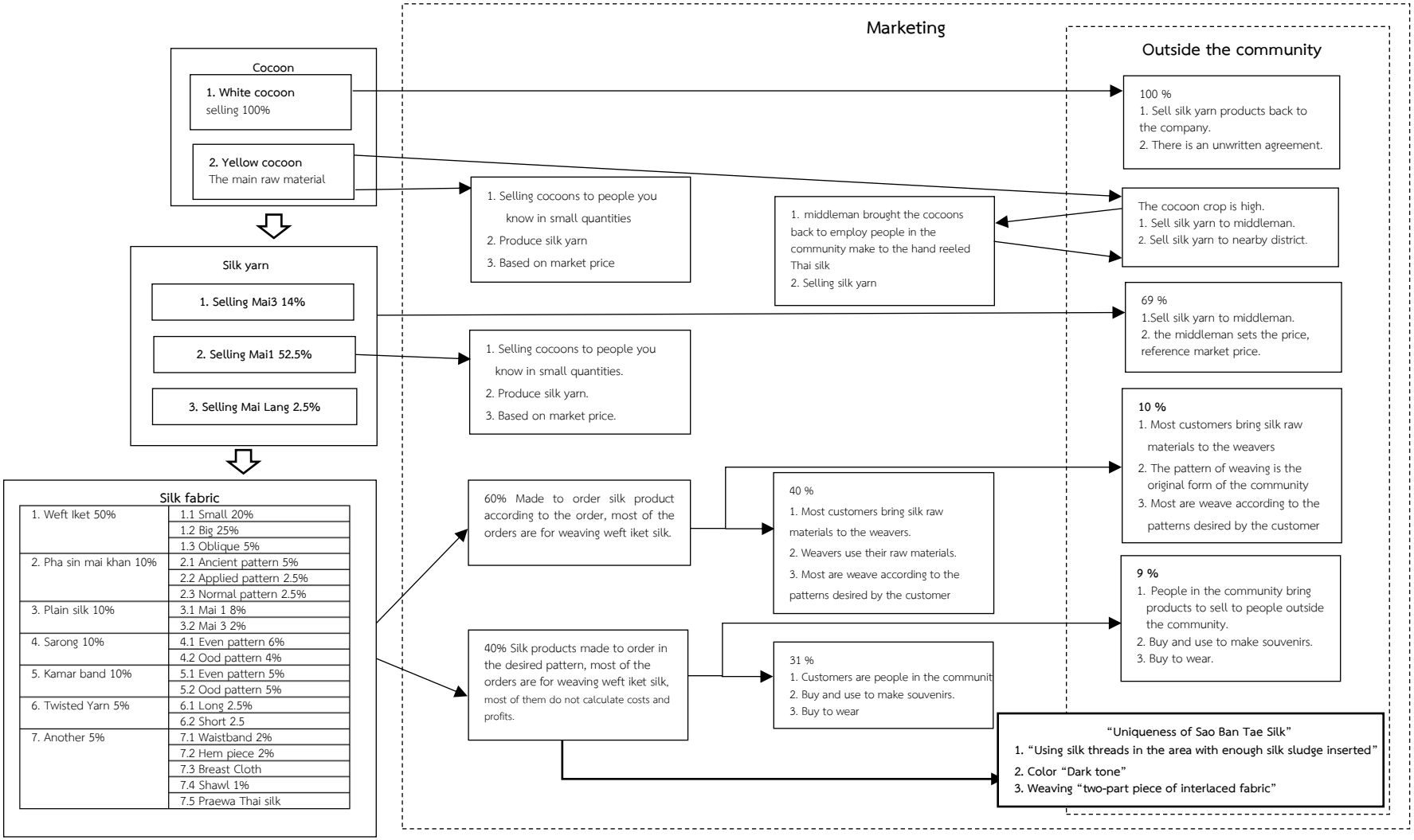

Figure 2 Flow of Sao Ban Ta silk marketing system

3. เอกลักษณ์ผ้าไหมสาวบ้านแต้

เอกลักษณ์ (uniqueness) ในการศึกษานี้ ได้ทำการศึกษาถึงลักษณะโดดเด่น บ่งบอกความเป็นตัวตนผ่านการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ที่มีอยู่ร่วมกันในผืนผ้าไหม ซึ่งในการกำหนดเอกลักษณ์ของผ้าไหมนั้น ปิยวรรณ และคณะ (2560) ได้รายงานว่า การกำหนดเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ ต้องกำหนดจากสิ่งที่มีอยู่จริงหรือแสดงออกบนเนื้อผ้าไหม อาทิ ชาติพันธุ์ โบราณสถาน ลักษณะคน ลักษณะพื้นที่ หรือลักษณะการสินค้า เป็นต้น สอดคล้องกับ พนารัตน์ (2560) ที่รายงานว่า เอกลักษณ์ มีการสั่งสมในลักษณะร่วมกันมาเป็นเวลานาน อาทิ ลวดลายผ้าไหมที่มีการใช้ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรม เป็นต้น ดังนั้น การศึกษานี้จึงได้ให้ผู้ร่วมกิจกรรมร่วมกันวิเคราะห์และสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของผ้าไหมจากสิ่งที่เป็นอยู่ทั้งด้านวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต วิธีการหรือเทคนิคการผลิต ตลอดจนการออกแบบสร้างสรรค์การผลิต โดยสิ่งเหล่านี้จะถ่ายทอดหรือแสดงออกบนเนื้อผ้าหรือผืนผ้าไหม

ในการศึกษาเอกลักษณ์นี้ได้นำผ้าไหมสาวบ้านของตัวเองจากที่บ้าน จำนวน 7 ชนิด ได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าชิ่นคั่น ผ้าโสร่งไหม ผ้าขาวม้าไหม ผ้าควบไหม หัวชิ่น และตีนชิ่น มาทำการศึกษาร่วมกันทำการวิเคราะห์เอกลักษณ์ผ้าไหมสาวบ้านแต้ พบว่า ทั้ง 7 ชนิด มีเอกลักษณ์ในลักษณะเดียวกัน 3 ประการ ซึ่งในผืนผ้าหนึ่งๆ มีเอกลักษณ์ 3 ประการร่วมกันในผืนผ้า ดังนี้

1) ใช้วัตถุดิบเส้นไหมในพื้นที่และมีขี้ไหม (ปุ่มปม) (silk sludge) พองาม: เอกลักษณ์ร่วมที่สำคัญของผ้าไหมสาวบ้านแต้ คือ การใช้วัตถุดิบเส้นไหมที่ผลิตในท้องถิ่น ซึ่งเส้นไหมที่ผลิตในท้องถิ่นเป็นการผลิตเส้นไหมด้วยมือทำให้เส้นไหมมี “ขี้ไหม” หรือปุ่มปมแทรกอยู่ซึ่งไม่เรียบหรือเหมือนเส้นไหมที่ผลิตแบบอุตสาหกรรม ดังนั้นเมื่อนำเอาเส้นไหมมาทอเป็นผ้าไหมจึงทำให้ผืนผ้าไหมมีปุ่มปมไม่เรียบ ซึ่งเกิดจากผ้าไหมมีขี้ไหมหรือปุ่มปมแทรกอยู่ในผืนผ้าไหม ซึ่งส่วนนี้ ถือเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของผ้าไหมสาวบ้านแต้ ทั้งนี้ การมีขี้ไหมหรือปุ่มปมแทรกดังกล่าวต้องมีระดับพองามประมาณร้อยละ 10-30 ของผืนผ้าไหม ทั้งนี้ ผ้าไหมที่ผลิตในพื้นที่อื่นอาจมีขี้ไหมหรือปุ่มปมแทรกในลักษณะเดียวกันนี้ อย่างไรก็ตาม จากการการระดมสมองของผู้เข้าร่วมเวทีการจัดกิจกรรมเพื่อระบุเอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต้ในครั้งนี้ได้มีฉันทามติว่า การมีขี้ไหมแทรกในผืนผ้าถือเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต่ ทั้งนี้ผ้าไหมดังกล่าวต้องผลิตจากเส้นไหมที่เข็นหรือทำเส้นด้ายโดยคนในพื้นที่เท่านั้น

Figure 3 Silk sludge

2) สี “ดำแท้แหล่ถึง” หรือ สีโทนเข้ม (dark tone color): ดำแท้แหล่ถึง เป็นเอกลักษณ์ร่วมที่บอกถึงผ้าไหมสาวบ้านแต้ ซึ่งสีโทนเข้มเป็นลักษณะการย้อมสีอิ่ม ประกอบด้วยโทนสีหลัก 3 สี ได้แก่ (1) สีสิ่ว หรือ สีโทนเขียวเข้ม (2) สีแหล่ หรือ สีโทนน้ำเงินเข้ม และ (3) การใช้สีโทนเข้มตัดกับโทนสว่าง เช่น การใช้สีโทนแดง เหลือง และสีขาว ร่วมกับการสร้างลวดลายในผืนผ้า ซึ่งสามารถใช้สีโทนเข้มเป็นสีพื้นหรือใช้สีโทนสว่างเป็นสีพื้นก็ได้ โดยมีการใช้สีร่วมกับการสร้างลวดลายแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นรูปลายแบบเหลี่ยมและลวดลายประยุกต์ ซึ่งเพิ่มรูปลายแบบกลมหรือเส้นโค้งในผืนผ้า ปัจจุบันมีแนวโน้มการผลิตผ้าไหมโดยใช้สีสันร่วมสมัย และสร้างลวดลายแบบประยุกต์เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามยังคงมีการใช้สี “สีดำแท้แหล่ถึง” เป็นหลัก

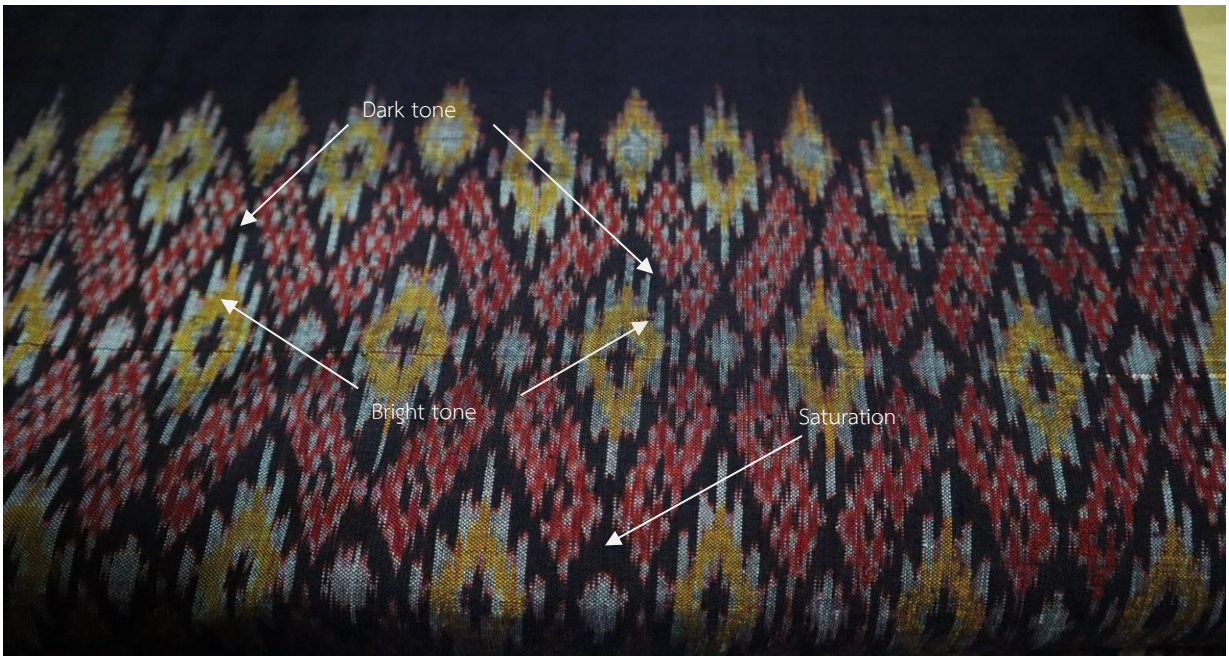

Figure 4 Dark tone Color

3) ทอ “สองเขา-ขานกัน” การทอแบบสองเขา-ขานกัน เป็นเอกลักษณ์ร่วมที่บอกถึงผ้าไหมสาวบ้านแต้ เป็นการทอผ้าโดยใช้กี่แบบดั้งเดิมทอด้วยฟืมสองเขาหรือตะกอ ทำให้เนื้อผ้าขานกันหรือขัดสานกันจากการทอระหว่างเส้นยืนกับเส้นพุ่งที่มีขนาดต่างกันและโคมกันหรือข่มกันจากการทอที่มีขนาดเส้นพุ่งต่างกัน

Figure 5 Weaving by two-part piece of interlaced fabric

จากผลการศึกษาเอกลักษณ์ผ้าไหมสาวบ้านแต้ที่พบเอกลักษณ์ร่วม 3 ประการข้างต้นนั้น มีความสอดคล้องตามหลักการของศิริพร และ นันทวรรณ (2555) รายงานว่า สิ่งที่บอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าไหม คือ วัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิต และลวดลายที่มาจากภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น และวลี (2554) รายงานว่า เอกลักษณ์ไหมไทยที่แตกต่างจากประเทศอื่น คือ ลักษณะปุ่มปมในไหมบางชนิด และมีลวดลายที่สวยงามแปลกตา และ วัลย์จรรยา และคณะ (2561) พบว่า เอกลักษณ์ของผ้าไหมชนบท อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น คือลายและเทคนิคการทอผ้า ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษรุ่นสู่รุ่น มีจุดเด่น คือ ความวิจิตรงดงาม ประณีต การออกแบบลวดลายและสีสันของผ้าไหมที่มีความโดดเด่นแตกต่างจากผ้าไหมที่อื่น ๆ ที่เลียนแบบได้ยาก ทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดผ้าไหม นอกจากนี้ ธัญญลักษณ์ (2566); ภูริณัฐ (2566); ภูริณัฐ (2565) ได้รายงานในทำนองเดียวกันว่า สินค้าของไทยหลายรายการซึ่งรวมถึงความผ้าไหมไทยหนึ่งในเป็นสินค้าที่สามารถส่งเสริมเป็นสินค้าพลังละมุน หรือ soft power ได้ ดังนั้น ด้วยความมีเอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต้ จึงเป็นหนึ่งในสินค้าที่สามารถต่อยอดและผลักดันให้เป็นหนึ่งในสินค้าพลังละมุนของอำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ได้เช่นกัน

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผ้าไหมสาวบ้านแต้ มีการผลิตและการตลาดทั้งในรูปแบบของรังไหม เส้นไหม และผ้าไหม โดยรังไหมมีการผลิตรังไหมสีขาว เป็นการผลิตในรูปแบบเกษตรพันธสัญญาและจำหน่ายให้กับเอกชนทั้งหมด ส่วนรังไหมสีเหลืองที่เป็นผลผลิตจากการเลี้ยงไหมพันธุ์ลูกผสมและไหมพันธุ์พื้นบ้าน ซึ่งคนในพื้นที่นิยมนำรังไหมผลิตได้มาทอเป็นเส้นไหม สำหรับเส้นไหม พบว่า ในพื้นที่มีการผลิตเฉพาะเส้นไหมจากรังไหมสีเหลืองและนำมาผลิตเป็นผ้าไหมประมาณร้อยละ 31 เท่านั้น ส่วนอีกประมาณร้อยละ 69 จำหน่ายออกนอกพื้นที่ ในด้านการตลาดผ้าไหม พบว่า มีการตลาด 2 รูปแบบ คือ การตลาดด้วยการผลิตตามคำสั่งซื้อ ร้อยละ 60 และการตลาดโดยการผลิตเพื่อรอจำหน่าย ร้อยละ 40 นอกจากนี้ยังได้ทำการจัดเวทีเพื่อร่วมวิเคราะห์เอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต้ พบว่า เอกลักษณ์ผ้าไหมสาวบ้านแต้ มี 3 เอกลักษณ์ร่วม คือ ใช้เส้นไหมในพื้นที่มีขี้ไหมแทรกพองาม ใช้สีดำแท้แหล่งหรือใช้สีโทนเข้ม และทอเป็นผืนแบบสองเขาขานกัน ดังนั้น ในการส่งเสริมผ้าไหมสาวบ้านแต้ นอกจากเน้นความเป็นเอกลักษณ์แล้ว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับอำเภอ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหรือกรมหม่อนไหมควรส่งเสริมด้านการนำเส้นไหมที่ผลิตได้ในพื้นที่มาผลิตเป็นผ้าไหมให้มากขึ้นพร้อมทั้งประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของผ้าไหมสาวบ้านแต้โดยใช้พลังละมุน (soft power) ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ควบคู่กับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายไปสู่ตลาดในหลากหลายรูปแบบ

คำขอบคุณ

ขอขอบคุณผู้ผลิตผ้าไหมในอำเภอเกษตรสมบูรณ์ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ ผู้รู้ และผู้นำชุมชนในอำเภอเกษตรสมบูรณ์ และศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ จังหวัดชัยภูมิ ที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการศึกษานี้ ขอขอบคุณสำนักงานเกษตรอำเภอภูเขียว และสำนักงานเกษตรอำเภอเกษตรสมบูรณ์ เอื้ออำนวยและสนับสนุนการดำเนินการศึกษาในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

กัญญารินทร์ ไชยจันทร. 2565. .ภูมิปัญญาของปราชญ์ท้องถิ่นผ้าไหมมัดหมี่ในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. 17(2): 88-100.

จิรภา มะอะอุ. 2550. การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผ้าผืน และเสื้อผ้าสำเร็จรูป ที่ทำจากไหมของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.

ดวงกมล บูรณสมภพ. 2557. ความต้องการสำหรับผ้าไหมไทยในตลาดต่างประเทศมากขึ้น. แหล่งข้อมูล: http://www.th.aectourismthai.com/content1/2432. ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2562.

ธัญญลักษณ์ รุ้งแสงจันทร์. 2566. อ านาจอ่อนกับการพัฒนาสังคมไทย. วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์. 31(1): 89-117.

ปิยวรรณ ปิ่นแก้ว, เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง และพงสนอง วงค์สิงห์ทอง. 2560. การศึกษาเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ จังหวัดนครปฐม. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย. 1(37): 223-244.

พนารัตน์ เดชกุลทอง. 2560. แนวทางการสร้างอัตลักษณ์ผ้าไหมบ้านนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ. สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, ชัยภูมิ.

ไพโรจน์ ลิ้มจำรูญ. 2553. ต่างชาติชอบผ้าไหมทอมือไทย ยอดจำหน่ายพุ่งทะลุ 4,000 ล้านบาท. แหล่งข้อมูล: https://www.thairath.co.th/content/85421. ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2562.

ภูริณัฐ แก้วสิยา. 2566. ประเภท Soft Power (5F) ที่ใช้สื่อสารส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. 2(2): 54-82.

ยศ บริสุทธิ์. 2558. การศึกษาชุมชน: แนวคิดฐานการวิจัยและกระบวนการทางวิทยาศาสตร์. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วลี มโนมัธย์. 2554. เอกลักษณ์ของไหมไทย. แหล่งข้อมูล: https://www. thaikasetsart.com/. ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2562.

วัลย์จรรยา วิระกุล, อุมาวรรณ วาทกิจ, และ จีรนันท์ เขิมขันธ์. 2561. แนวทางการเพิ่มมูลค่าผ้าไหมมัดหมี่ที่มีประสิทธิผล เพื่อส่งเสริมคุณค่าตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 12: 532-547.

ศิริพร บุญชู, และนันทวรรณ รักพงษ์. 2555. ภูมิปัญญาการผลิตเส้นไหมไทยพื้นบ้านอีสาน. แหล่งข้อมูล: https://www.qsds.go.th/wp-content/uploads/2017/pdf/2013-07-25-Handbook_of_indigenous_Thai_Silk_Yarn.pdf. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2562.

ศิริพร บุญชู. 2550. ไหมไทยและความคุ้มครองด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์. สำนักพิมพ์ สถาบันหม่อนไหมแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ, กรุงเทพฯ.

ศูนย์ส่งเสริมผ้าไหมบ้านเขว้า. 2557. ประวัติศูนย์ส่งเสริมผ้าไหมบ้านเขว้า จ.ชัยภูมิ. แหล่งข้อมูล: https://www.db.sac.or.th/museum/museum-detail/1352. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2564.

ศูนย์หม่อนไหม เฉลิมพระเกียรติฯ ชัยภูมิ. 2562. ความรู้เกี่ยวกับไหม. แหล่งข้อมูล: https://qsds.go.th/newosrd/พันธ์ไหม/. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2564.

สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย. 2565. สรุปรายงานการส่งออกผลิตภัณฑ์ศิลปะหัตกรรมไทย ช่วงเดือนเมษายน 2565. แหล่งข้อมูล: https://www.sacit.or.th/th/detail/2022-05-31-08-44-10. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2566.

สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์. 2566. กระทรวงอุตสาหกรรม เตรียมดัน “ผ้าไหมไทยร่วมสมัย” ไปตลาดโลก เจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่-วัยทำงาน พร้อมดึงอัตลักษณ์และดีไซน์ เพิ่มมูลค่าสินค้าไทย. แหล่งข้อมูล: https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG230602170145602. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2566.

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเกษตรสมบูรณ์. 2559. ข้อมูล จปฐ. แหล่งข้อมูล: https://district.cdd.go.th/kaset/service/community-learning-center/. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564.

Kirarat, B. 1979. Philosophy of Art. Thai Wattanapanit Printing House. Bangkok.

Luksanawat, P. 2008. Aesthetics. Ramkhamhaeng University. Bangkok.

Wilawan, W. 1990. Mud me Thai...Rural fiber. Bangkok Printing House. Bangkok.

Wimolpan, P. 1980. Pha E- san. Pikkhanat Printing House. Bangkok.