การบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน

Sustainable Management of Mudmee Silk Patterns

วิเนตร ดอนเส[1] อนันต์ รัศมี[2] และเอื้ออัมพร ทิพยฆัมพร[3]

Winet Donse, Ananta Rusmee and Eua-Amporn Thipkamporn

Received: January 21, 2023

Revised: February 25, 2023

Accepted: March 02, 2023

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น และ 3) นำเสนอแนวทางการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี ดำเนินการเป็น 2 ระยะคือ ระยะที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 340 ตัวอย่าง ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อตรวจสอบความตรงตามกรอบแนวคิดในการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาภาคสนามด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 20 คน เพื่อยืนยันรูปแบบหลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณแล้ว ผลการวิจัย พบว่า 1) การบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =4.10, S.D.= 0.576) และเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ การบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อส่งเสริมพัฒนา การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ด้านการตลาด การสร้างกลุ่มช่างทอผู้สืบทอด และการสร้างนวัตกรรมผ้าไหมมัดหมี่ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น พบว่าผลการตรวจสอบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-Square = 123.37, df = 110, p-value = 0.181 RMSEA = 0.018) โดยการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่าง

[1-3] มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา; Suan Sunandha Rajabhat University

Corresponding author, e-mail: winetdonse2512@gmail.com, Tel. 099-5050450

ยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับอำนาจการซื้อของผู้บริโภค = 0.88, การสร้างผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ = 0.80, ภูมิปัญญาท้องถิ่น = 0.85, และบริบทชุมชน = 0.75 และ 3) แนวทางการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น โดยอาศัยบริบทชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ที่เป็นเอกลักษณ์ มีความทันสมัย และส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างความต้องการให้กับผู้บริโภค

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่, อย่างยั่งยืน

Abstract

The objectives of this research article were 1) to study the management of Mudmee silk patterns in Khon Kaen Province; 2) to study factors affecting the sustainable management of Mudmee silk patterns in Khon Kaen Province; and 3) to present guidelines for sustainable management of Mudmee silk patterns in Khon Kaen province. This research was a mixed methods research. It was carried out in 2 phases: Phase 1 was a quantitative research. The researcher collected data from 340 samples using structural equation model analysis with a statistical package to verify the validity of the conceptual framework of research with statistical packages; Phase 2 was a qualitative research. A field study was conducted by means of in-depth interviews with 20 key informants to confirm the model after quantitative data analysis. The results of the research were as follows: 1) management of Mudmee silk patterns in Khon Kaen province, overall was at a high level ($\bar{X}$= 4.10, S.D.= 0.576) and the average sort descending order was as follows: integration of all sectors to promote development, increasing the value of Mudmee silk products in marketing, creation of successor weavers, and the creation of Mudmee silk innovation; 2) factors affecting sustainable management of Mudmee silk patterns in Khon Kaen Province found that the inspection results were consistent with the empirical data (Chi-Square = 123.37, df = 110, p-value = 0.181 RMSEA = 0.018). Sustainable management of Mudmee silk patterns was associated with purchasing power of consumers = 0.88, Mudmee silk product creation = 0.80, local knowledge = 0.85, and community

context = 0.75; and 3) sustainable Mudmee silk pattern management guidelines in Khon Kaen province based on the community context, local wisdom, creation of unique and modern Mudmee silk products, and promotion of marketing to create demand for consumers.

Keywords: Management, Mudmee Silk Pattern, Sustainable

บทนำ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือถือเป็นแหล่งภูมิปัญญาด้านการผลิตวัสดุเส้นใยสำหรับการทอผ้าที่สำคัญของประเทศไทย ชาวบ้านอีสานมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีขั้นพื้นฐานง่าย ๆ ด้วยอุปกรณ์ที่ผลิตขึ้นเอง เพื่อใช้ในการผลิตวัสดุเส้นใย ทั้งเส้นใยไหมพื้นบ้านที่มีคุณภาพสูง และเส้นใยฝ้ายเข็นมือ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หลักฐานผ้าอีสานโบราณของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์นั้นแสดงให้เห็นชัดเจนว่ากลุ่มชาติพันธุ์ใด มีความเชี่ยวชาญในการใช้วัสดุเส้งใยท้องถิ่นชนิดใดในการทอผ้า บางกลุ่มก็มีทักษะทั้งเส้นใยไหมและเส้นใยฝ้าย ซึ่งบางกลุ่มมีลักษณะร่วมกันที่แสดงร่องรอยของความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มไว้ด้วย รวมทั้งชนิดเส้นใยส่งผลต่อรูปแบบเครื่องทอผ้าที่เหมาะสมกับเส้นใยนั้น ๆ นอกจากนี้อุปกรณ์การผลิตเส้นใยบางชิ้น มีการประยุกต์ให้สามารถใช้งานได้ร่วมกันระหว่างการผลิตเส้นใยไหมและเส้นใยฝ้าย เช่น การใช้ “กง” ปั่นฝ้าย หรือ “หลา” ปั่นฝ้าย มาใช้ในการปั่นควบตีเกลียวเส้นใยไหมหรือปั่นหลอดไหมมัดหมี่ เพื่อเรียงลำดับไว้ใช้ทอผ้า (สิทธิชัย สมานชาติ, 2562) “ผ้าไหมมัดหมี่” ถือเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่ผู้ออกแบบ (Designer) ทั่วโลกกำลังสนใจ ซึ่งเกิดผลมาจากการช่วยกระตุ้นและผลักดันของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น การช่วยส่งเสริมตามนโยบายนิยมไทยของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) กระทรวงพาณิชย์ ที่ได้นำเอาไหมมัดหมี่มาต่อยอดออกแบบใหม่ โดยนำผ้าไทยมาสร้างสรรค์เป็นแฟชั่นสำหรับประเทศเมืองหนาว หรือการส่งเสริมทางด้านการพาณิชย์ จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ที่ได้ช่วยผลักดันให้ศิลปินนักออกแบบรุ่นใหม่ๆ หันมาสร้างแรงบันดาลใจจาก “ผ้าไหมมัดหมี่”และนำมาต่อยอดจนเกิดเป็นสินค้าแนวร่วมสมัย เช่น ปลอกหมอน โซฟา โคมไฟ กระเป๋า รองเท้า สร้อยคอ ต่างหู เป็นต้น และอีกความสำเร็จหนึ่งจากการพัฒนาและความคิดสร้างสรรค์ที่ทำให้ผ้าไหมมัดหมี่ไปปรากฏต่อสายตาชาวโลกได้อย่างที่สุด คือการที่ผู้ออกแบบ (Designer) ระดับโลกได้นำผ้าไหมไทย ผ้าไหมมัดหมี่มาออกแบบ เช่น แบรนด์ SIRIVANNAVARI, TOD'S JIMMY CHOO, KATE SPADE นับเป็นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับ ผ้าไหมมัดหมี่อีสานที่

ไปไกลทั้งเรื่องราว และลวดลาย เสมือนการสะท้อนวัฒนธรรมนับร้อยปีผ่านเรือนร่างของผู้สวมใส่ที่กำลังเดินทางไกลออกไปสู่สายตาของคนทั่วโลก (เผ่าทอง ทองเจือ และกิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์, 2559)

จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดแรกของภาคอีสานที่เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ของการทอผ้ามัดหมี่หยั่งลึกยาวนานมากว่า 200 ปี และเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของการทอผ้ามัดหมี่อย่างแท้จริง ความงดงามของผ้ามัดหมี่จังหวัดขอนแก่นได้รับการประกาศจากสภาหัตถกรรมโลกให้เป็นเมืองหัตถกรรมโลกแห่งผ้ามัดหมี่ประจำปี พ.ศ. 2561 สร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยลือไกลไปทั่วโลก (WESMILE MAGAZINE, 2564) สร้างความภาคภูมิใจของชาวขอนแก่นอันเกิดจากการบูรณาการส่งเสริมจากภาครัฐและเอกชน ได้แก่ หอการค้าจังหวัดขอนแก่น สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น ภายใต้การสนับสนุนโดยผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น และนายกสมาคมการค้าส่งเสริมหัตถกรรมไทย ผลักดันให้เกิดขึ้นจนสำเร็จทำให้คุณค่าแห่งงานหัตถกรรมผ้ามัดหมี่ ซึ่งเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชาวบ้านอย่างแนบแน่นได้สืบสานยืนยาวต่อไปด้วยบริบทชุมชนจากคำโบราณกล่าวว่า “ยามว่างจากนา ผู้หญิงทอผ้า ผู้ชายจักสาน”สะท้อนถึงวิถีชีวิตชาวอีสานที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม หลังว่างจากงานทำนาก็ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ปลูกฝ้ายเพื่อนำเส้นไหมและฝ้ายมาทอผ้ามัดหมี่ใช้ในครัวเรือนเป็นทรัพยากรของท้องถิ่น สตรีอีสานจึงเรียนรู้การทอผ้าจากรุ่นสู่รุ่นจากผู้เป็นแม่หรือยายผู้เป็นช่างทอที่มีองค์ความรู้ในทักษะการทอผ้า ชุมชนจึงมีความตระหนักรู้สำนึกในคุณค่าของผ้าไหมมัดหมี่ ภาคภูมิใจนำมาสวมใส่ในงานประเพณีต่าง ๆ และเก็บเป็นมรดกให้ลูกหลาน แม้การทอผ้าคือวิถีที่ทำกันมานานในหลายจังหวัด หากแต่แหล่งวัตถุดิบจะอยู่ที่ขอนแก่น ทำให้มีเกษตรกรผู้ปลูกช่างทอผ้า ฟอกผ้า ย้อมสี ตลอดจนร้านค้าไหมและผลิตภัณฑ์จากหม่อนไหมมากมาย รวมไปถึงผ้ามัดหมี่ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว (สำนักอนุรักษ์และตรวจสอบมาตรฐานหม่อนไหม, 2565)

แม้ในปัจจุบันในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นยังมีการผลิตผ้าไหมมัดหมี่อยู่แต่ทว่าการเปลี่ยนแปลงประเทศให้เป็นประเทศที่พัฒนาในลักษณะทุนนิยม อันเป็นกระแสวัฒนธรรมตะวันตกที่ผ่านมาโดยมีการนำความรู้สมัยใหม่เข้ามาใช้ในการพัฒนา ทำให้ได้บทเรียนการพัฒนาประเทศตามแบบสมัยใหม่ ก่อให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ มากมาย เช่น ท้องถิ่นชนบทถูกดูดกลืนทรัพยากรไปสู่เมืองใหญ่ ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย ถูกครอบงำความรู้และสติปัญญาจากส่วนกลาง และทำให้สังคมขาดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน จากการได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นเหตุผลน่าเชื่อถือมีหลายปัจจัยทั้ง กระบวนการผลิต ระบบภูมิปัญญา การบริหารจัดการ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ส่งผลต่อลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ปรากฏว่าลวดลายผ้าไหมมัดหมี่มีการเปลี่ยนแปลงไปมากตามปัจจัยต่าง ๆ จากอดีตจนถึงปัจจุบันลวดลายส่วนใหญ่จะได้มาจากสภาพแวดล้อมและธรรมชาติที่เป็นอยู่

ของชุมชน โดยมีอิทธิพลที่เกิดจากสัตว์ จากพืช จากสิ่งของเครื่องใช้ วรรณกรรม นิทานพื้นบ้าน และลักษณะภูมิประเทศเช่น ลวดลายโบราณที่ทำตามวัสดุต่าง ๆ สำหรับในปัจจุบันลวดลายต่าง ๆ น่าจะมีการพัฒนาและมีการประดิษฐ์ลวดลายต่าง ๆ ที่ทันสมัยและเพิ่มขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม และพื้นที่จังหวัดขอนแก่นถือเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีกลุ่มทอผ้าไหมอยู่หลายกลุ่ม ซึ่งยังคงสืบสานการทอผ้าไหมอยู่ในปัจจุบัน ผลจากการศึกษาค้นคว้าดังกล่าวจะเป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาการผลิตลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างมีดุลยภาพ โดยเฉพาะประชาชนผู้เป็นสมาชิกพื้นฐานของสังคม และเป็นเจ้าของภูมิปัญญาอย่างแท้จริง รวมทั้งเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อการอนุรักษ์ และพัฒนาลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ไปในทิศทางที่ถูกต้อง เป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญา สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งเน้นการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) มีแบบแผนการวิจัยแบบกลุ่มเดียวศึกษาสภาวการณ์โดยไม่มีการทดลอง ประกอบด้วย

การวิจัยเชิงปริมาณ

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มประชาชนผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่นจำนวน 8,565 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดตัวอย่างตามกฎอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างและจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปร ไว้เป็น 1 พารามิเตอร์ ใช้ตัวอย่าง 10–20 ตัวอย่าง (Lindeman, R. H., Merenda, P. F., & Gold, R. Z., 1972) จากกรอบแนวคิดการวิจัยพบว่ามีค่าพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณภายใต้โมเดลลิสเรลทั้งหมด 17 พารามิเตอร์ ใช้เส้นพารามิเตอร์ละ 20 ตัวอย่างเท่ากับ 17x 20 = 340 ตัวอย่าง

3) เครื่องมือที่ใช้การวิจัย ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ แบ่งเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย 3.1) ปัจจัยส่วนบุคคล 3.2) การบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน3.3) บริบทชุมชน 3.4) ภูมิปัญญาท้องถิ่น 3.5) การสร้างผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ 3.6) อำนาจการซื้อของผู้บริโภค โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 8.00-1.00 ทุกข้อ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.987

4) การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามจากกลุ่มประชาชนผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น จำนวน 340 คน

5) การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ตัวแทนกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ ตัวแทนนำชุมชน นักวิชาการด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เจ้าหน้าที่รัฐ รวมผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญที่ในการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวนทั้งหมด 20 คน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือโดยการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการศึกษาภาคสนามด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อยืนยันผลการศึกษาเชิงปริมาณจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 20 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

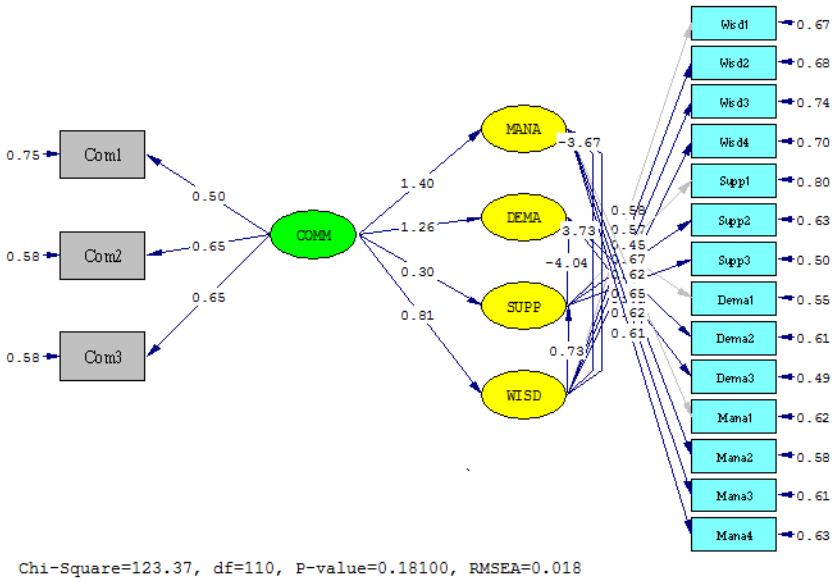
4) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความ สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่เกิดขึ้นมาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปร่วมกันของปัจจัยนั้นและนำเสนอข้อมูลเป็นข้อความแบบบรรยายเพื่อสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณและนำเสนอการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

1. การบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.10, S.D.= 0.576) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้านคือ การบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อส่งเสริมพัฒนา ($\overline{X}$=4.21, S.D.= 0.682) อยู่ในระดับมาก 3 ด้านคือ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ผ้าไหมมัดหมี่ด้านการตลาด ($\bar{X}$=4.16, S.D.= 0.717) การสร้างกลุ่มช่างทอผู้สืบทอด ($\bar{X}$=4.14, S.D.= 0.691) และการสร้างนวัตกรรมผ้าไหมมัดหมี่ ($\bar{X}$=3.91, S.D.= 0.745) ตามลำดับ

2. ผลการตรวจสอบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-Square = 123.37, df = 110, p-value = 0.181 RMSEA = 0.018) ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น มีดังนี้



ภาพที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม ของตัวแปรแฝงจากค่า BETA และ GAMMA แสะแสดงค่าของตัวแปรประจักษ์จากค่า Lambda Y, Lambda X และค่าความคลาดเคลื่อน (Error) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม ของตัวแปรแฝงจากค่า BETA และ GAMMA แสะแสดงค่าของตัวแปรประจักษ์จากค่า Lambda Y, Lambda X และค่าความคลาดเคลื่อน (Error)

ตัวแปรผล	MANA			DEMA			SUPP			WISD		
ตัวแปรเหตุ	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
COMM	0.75**	-0.65	1.40	0.66**	-0.60	1.26	0.90**	0.60**	0.30	0.81**	-	0.81**
	(0.08)	(1.67)	(1.68)	(0.08)	(1.56)	(1.56)	(0.12)	(0.15)	(0.16)	(0.09)	-	(0.09)
MANA	-	-	-	0.67**		0.67**	-4.04	-	-4.04	0.71**	-2.96	3.67
				(0.03)		(0.03)	(4.39)		(4.39)	(0.19)	(3.10)	(3.08)
DEMA	-	-	-	-	-	-	-4.04	-	-4.04	0.77**	-2.96	3.73

ตัวแปรผล	MANA			DEMA			SUPP			WISD		
ตัวแปรเหตุ	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
							(4.12)		(4.12)	(0.20)	(2.95)	(2.93)
SUPP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.73**	-	0.73**
										(0.18)		(0.18)
ค่าสถิติ	Chi-Square= 123.37, p-value = 0.181, df= 110, GFI = 0.96, AGFI = 0.95, RMSEA = 0.018											

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, **p < .01 *p < .05

TE = ผลรวมอิทธิพล IE = อิทธิพลทางอ้อม DE = อิทธิพลทางตรง

จากตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน เรียงลำดับดังนี้ บริบทชุมชน (0.75) ภูมิปัญญาท้องถิ่น (0.71) อำนาจการซื้อของผู้บริโภค (0.67) โดยพบว่า 1) บริบทชุมชนมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนทางตรง = 1.40, ทางอ้อม = -0.65 และอิทธิพลรวม = 0.75 2) ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนทางตรง = 3.67, ทางอ้อม = -2.96 และอิทธิพลรวม = 0.713) อำนาจการซื้อของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนทางตรง = 0.67, ทางอ้อม ไม่มีและอิทธิพลรวม = 0.67

3. แนวทางการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การสร้างกลุ่มผู้ถ่ายทอดและสืบทอด การบูรณาการส่งเสริมและพัฒนาทุกภาคส่วน การสร้างนวัตกรรมผ้าไหมมัดหมี่ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ด้านการตลาด โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ เป็นพื้นฐานในการสร้างความยั่งยืนทั้งเรื่องของ 1) บริบทชุมชน ประกอบด้วย ทรัพยากรในท้องถิ่น องค์ความรู้และทักษะการทอผ้า ความตระหนักรู้และสำนึกในคุณค่าผ้าไหมมัดหมี่ 2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย การเรียนรู้ การสั่งสมความรู้ การถ่ายทอดกระจายความรู้ การปรับเปลี่ยนประยุกต์ใช้ความรู้ 3) การสร้างผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ ประกอบด้วย การใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมและเทคโนโลยีใหม่ การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ การสร้างอาชีพ และ 4) อำนาจการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย รสนิยม รายได้ ราคาดุลยภาพซึ่งสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาล้วนเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะพัฒนาไปสู่การพัฒนาและอนุรักษ์ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ได้อย่างยั่งยืนสืบต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

1. การบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.10) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้านคือ การบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อส่งเสริม

พัฒนา อยู่ในระดับมาก 3 ด้านคือ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ด้านการตลาด การสร้างกลุ่มช่างทอผู้สืบทอด และการสร้างนวัตกรรมผ้าไหมมัดหมี่ ตามลำดับทั้งนี้เพราะกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่มีการจัดการเชิงบูรณาการร่วมกับกลุ่มอื่น ๆ กล่าวคือมีการใช้ทรัพยากร เช่น ไหม หูก กี่ ร่วมกัน ประชุมกันเพื่อวางแผนอย่างสม่ำเสมอ มีการสร้างเทรนการตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ไปสู่กลุ่มตลาดใหม่ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วย และพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ในกิจกรรมเส้นทางสายไหมของภูมิภาคอีสาน นอกจากนั้นยังส่งเสริมให้ปราชญ์ในท้องถิ่นพัฒนาลวดลายใหม่ ๆ จากความคิดสร้างสรรค์เพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาไปสู่กลุ่มช่างทอผู้สืบทอดอีกทีหนึ่ง มีการพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการบำรุงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไป รวมทั้งมีการนำองค์ความรู้ด้านการทอผ้ามาสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมลายผ้าขึ้นมาใหม่ และมีการพัฒนาผ้าไหมโดยให้อยู่บนพื้นฐานของชุมชนไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้คนจนเกินไปนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของปิลันลน์ ปุณญประภา และคณะ (2561) ที่พบว่า แนวทางการสืบทอดภูมิปัญญาแบ่งออกเป็น 3 แนวทาง 1) การสร้างกลุ่มผู้ถ่ายทอดและกลุ่มผู้สืบทอดให้มากขึ้น ทั้งกลุ่มผู้ใหญ่ และเยาวชน 2) การเพิ่มช่องทางในการสืบทอดผ่านหน่วยงานภาครัฐ และชุมชน ทั้งนี้ต้องมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและบูรณาการกับทุกภาคส่วน 3) การสืบทอดด้านศิลปวัฒธรรม ด้วยการบรรจุเนื้อหาภูมิปัญญาอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อป้องกันการสูญหายไปพร้อมตัวผู้ถ่ายทอด

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นพบว่า มี 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน คือ บริบทชุมชน (0.75) ภูมิปัญญาท้องถิ่น (0.71) อำนาจการซื้อของผู้บริโภค (0.67) ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 บริบทชุมชนมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน ทางตรง = 1.40, ทางอ้อม = -0.65 และอิทธิพลรวม = 0.75 สูงสุดเป็นอันดับ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าบริบทชุมชนมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืนถึงร้อยละ 75 ทั้งนี้เพราะในท้องถิ่นมีการปลูกหม่อนเพื่อเลี้ยงไหมอย่างมีคุณภาพและมีปริมาณพอใช้ในกลุ่ม และใช้การทอผ้าไหมมัดหมี่ตามลวดลายภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ ซึ่งอาศัยองค์ความรู้และทักษะการทอผ้ามัดหมี่ที่ประณีตและมีจินตนาการในลวดลายที่ต้องการ นอกจากนั้นชุมชนยังมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการทอผ้าไหมให้กับผู้สนใจการทอผ้าพื้นบ้านจนนำไปสู่การพัฒนาวิธีการทอผ้าอีกด้วย และที่สำคัญคือ คนในชุมชนรู้สำนึกว่าการทอผ้าไหมมัดหมี่ของคนไทยนับเป็นภูมิปัญญาที่สืบสานมีคุณค่าอย่างยิ่งที่ถูกถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ เป็นการแสดงถึงการ

รักษาสภาพแวดล้อมโดยเป็นความสัมพันธ์ที่ดีต่อธรรมชาติและประวัติศาสตร์ของตน เป็นภูมิปัญญาที่เกิดจากวิถีการดำเนินชีวิต ว่างจากการทำนามาทอผ้ามาแต่อดีต เป็นมรดกที่ท้องถิ่นและกลุ่มชนชาวอีสานสร้างขึ้นมา และการทอผ้าไหมมัดหมี่มาจากการถ่ายทอดภูมิปัญญาที่มีคุณค่าจากรุ่นสู่รุ่นให้แก่ลูกหลานจนมาถึงปัจจุบันสอดคล้องกับงานวิจัยของประภาศรี ถนอมธรรม (2561) ที่พบว่า ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมมัดหมี่ลายอัตลักษณ์เกิดจาก คติความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนวัสดุ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้าไหมมัดหมี่ ถูกกลั่นกรองออกมาเป็นภูมิปัญญาในด้านการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การสาวไหม วิธีการลอกลาย วิธีการมัดลาย วิธีการมัดย้อม และวิธีการทอผ้าไหมมัดหมี่ พบว่าลายผ้าไหมที่เป็นลายอัตลักษณ์เกิดจากการนำลายขอนารีและลายหมี่คั่นไปประยุกต์ผสมผสานกับลายอื่น และลายผ้าไหมที่เป็นลายอัตลักษณ์ของจังหวัดชัยภูมิมี 17 ลาย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภางค์พิมพ์ คล้ายธานี (2562) ที่พบว่า อัตลักษณ์ที่โดดเด่นผ้าทอนั้นอยู่ที่กระบวนการผลิตและเทคนิคของแต่ละสถานที่ของกลุ่มผ้าทอเพราะเหตุนี้จึงทำให้กลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทยมีผ้าทอที่มีความสวยงามและเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของอาเซียนทำให้ผ้าทอพื้นเมืองไทยนั้นเป็นผ้าที่อาเซียนมีความสนใจในความสวยงามของผ้าทอไทยและเป็นสินค้าที่ส่งออกและเป็นสินค้าที่ทำให้เป็นที่รู้จักว่าผ้าทอพื้นเมืองไทย การบริหารจัดการผ้าทอพื้นเมืองเพื่ออัตลักษณ์ที่โดดเด่นในอาเซียน ซึ่งมีหลักพุทธธรรมการบริหารจัดการผ้าทอพื้นเมืองเพื่ออัตลักษณ์ที่โดดเด่นในอาเซียน

2.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน ทางตรง = 3.67, ทางอ้อม = -2.96 และอิทธิพลรวม = 0.71 สูงสุดเป็นอันดับ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน ถึงร้อยละ 71 ทั้งนี้เพราะช่างทอผ้าไหมมัดหมี่มีระบบความรู้ ทักษะในการสร้างลวดลายก่อนที่จะทำการย้อมสี มีการผสมผสานความรู้ดั้งเดิมกับเทคโนโลยีจากภายนอกท้องถิ่นด้วย ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ยังแสดงถึงวัฒนธรรมประเพณีและวิถีการดำรงชีวิตจริงของแต่ละท้องถิ่น ช่างทอผ้าไหมมัดหมี่มีความสนใจใฝ่รู้ สั่งสม ความรู้ ความสามารถในการทอผ้า นอกจากนั้นช่างทอผ้ามีการสร้าง การกระจายและการใช้ความรู้ หรือภูมิปัญญาการทอผ้าไหมมัดหมี่จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งอย่างต่อเนื่อง ผ่านความเชื่อทางศาสนาด้วย และมีการประยุกต์คุณค่าของการทอผ้าไหมมัดหมี่ที่แฝงเร้นอยู่ภายในท้องถิ่นเข้ากับยุคสมัยใหม่ ที่ต้องอาศัยความตั้งใจ สนใจ และความเข้าใจที่ละเอียดอ่อนซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั่นเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของหทัยรัตน์ บุณยรัตพันธุ์ เงินทอง (2558) ที่พบว่า กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ในตำบลศรีบุญเรืองได้เริ่มรวมตัวเป็นกลุ่มขึ้นครั้งแรกจำนวน 2 กลุ่ม ในปี พ.ศ. 2533 ในปัจจุบันได้มีจำนวนกลุ่มเพิ่มขึ้นเป็น จำนวน 8 กลุ่ม

ในปัจจุบันจำนวนผู้มีความรู้และภูมิปัญญาทางด้านกระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่มีจำนวนลดน้อยลงอย่างน่าเป็นห่วง การผลิตและการทอผ้าไหมในปัจจุบันเป็นการดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อในปัจจุบัน มากกว่าที่จะเป็นการออกแบบลวดลายและดำเนินการทอแบบดั้งเดิม ในกระบวนการย้อมสีของผ้าไหมก็มีการใช้สีเคมีมาแทนสีธรรมชาติ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม และมีการเปลี่ยนแปลงขั้นตอน หรือวิธีการผลิตที่ไม่ได้อิงอยู่กับภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม ด้านสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนในปัจจุบัน ในบทความนี้ให้ข้อเสนอแนะว่า หน่วยงานของรัฐทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นควรมี การส่งเสริมและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านการทอผ้าไหมมัดหมี่ รวมถึงการออกแบบลวดลาย และการย้อมสีแบบดั้งเดิม โดยการเพิ่มรายวิชาหรือการอบรมเรื่องการทอผ้าไหมมัดหมี่ในโรงเรียนของชุมชน รวมทั้งปลูกฝังให้ผู้ผลิตเห็นถึงความสำคัญของผ้าไหมมัดหมี่ที่เป็นหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญ ของชาวตำบลศรีบุญเรือง ให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยไม่มองว่าผ้าไหมมัดหมี่เป็นเพียงแค่สินค้า เพื่อการค้าขายเท่านั้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสวัสดิ์ แก้วแบน (2562) ที่พบว่า ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมลายโบราณของชุมชนบ้านแกใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การผลิตเส้นไหม การฟอกย้อม เอกลักษณ์ลวดลาย เทคนิคกรรมวิธีในการทอ เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต การแปรรูป และการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้ การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การผลิตเส้นไหม การฟอกย้อม เอกลักษณ์ลวดลาย เอกลักษณ์ลวดลายในการทอผ้าไหมของชุมชนแกใหญ่ การทอผ้าไหมเป็นภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่าที่ส่งสม สืบทอดจากบรรพบุรุษเป็นเวลาอันยาวนาน เป็นผลผลิตที่สำคัญยิ่งอย่างหนึ่งที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ โดยรูปแบบของการทอผ้าไหมส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง ประเพณี ค่านิยมรสนิยม ตัวตน อัตลักษณ์ดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ เทคนิคกรรมวิธีในการทอผ้าไหม

2.3 อำนาจการซื้อของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน ทางตรง = 0.67, ทางอ้อมไม่มี และอิทธิพลรวม = 0.67 สูงสุดเป็นอันดับ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าอำนาจการซื้อของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน ถึงร้อยละ 67 ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคซื้อผ้าไหมมัดหมี่เนื่องจากมีคุณภาพสวยงามและมีความทนทาน มีลวดลายของผ้าให้เลือกหลากหลาย เป็นศิลปะการทอผ้าพื้นเมือง มีสีสวยงาม สม่ำเสมอ ประณีต และใส่ใจในทุกรายละเอียด เหมาะสมกับผู้สวมใส่ที่บ่งบอกถึงฐานะทางสังคม ผู้บริโภคที่มีรายได้ดีมักนิยมสะสมผ้าไหมมัดหมี่ไว้เป็นมรดกมอบให้ลูกหลานและให้เป็นของขวัญหรือของที่ระลึกสำหรับบุคคลสำคัญ นอกจากนั้นการทอผ้าไหมมัดหมี่และการ

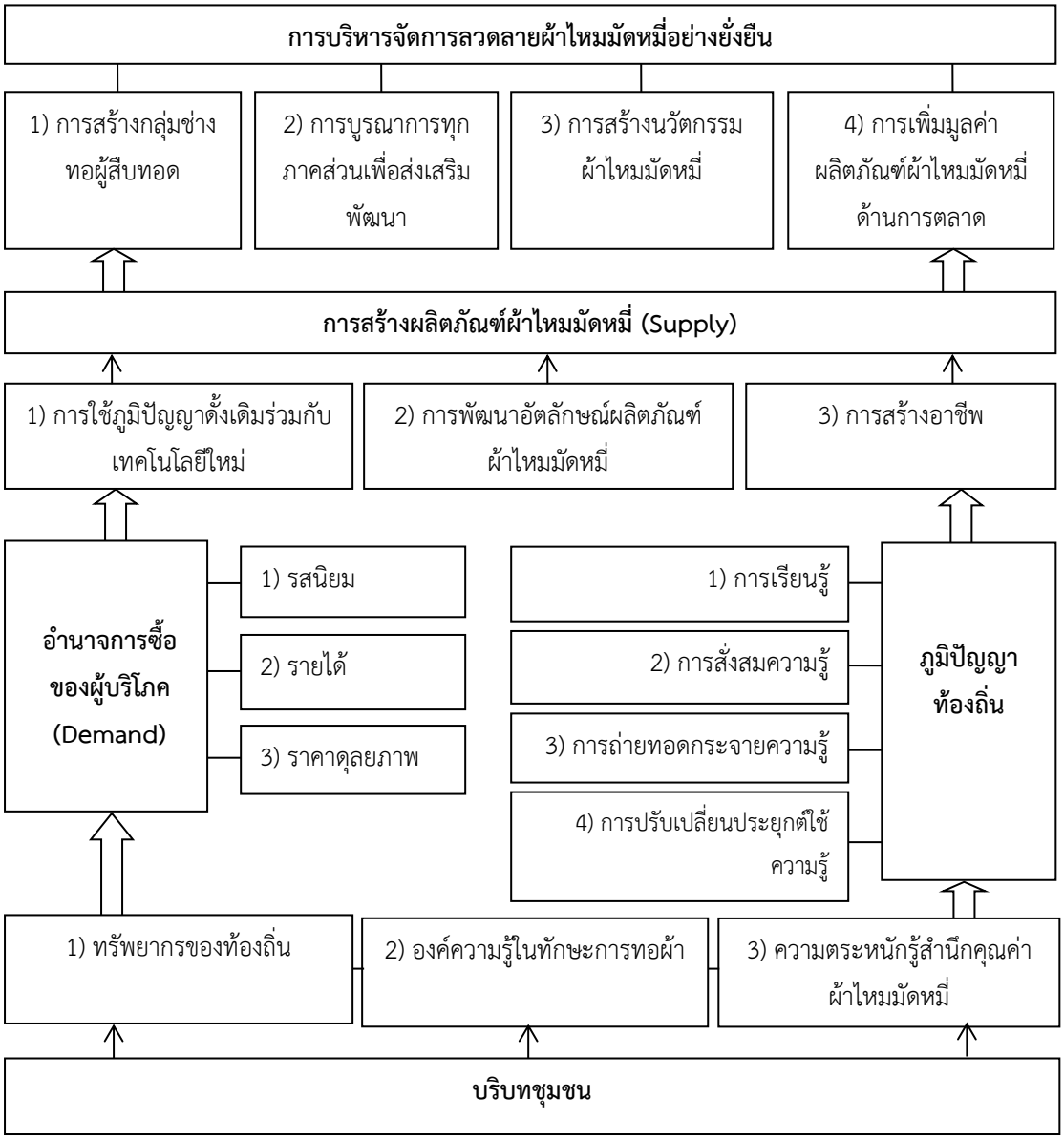
ประดิษฐ์ลวดลายลงบนผ้าก็ขึ้นอยู่กับความนิยม และความต้องการของลูกค้าด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริชัย ดีเลิศ และสุภาวดี รัตนพงศ์พันธ (2561) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6Ps ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว รองลงมาคือ ปัจจัยด้านด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา ด้านกระบวนก่อนการตัดสินใจซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีผล คือ ปัจจัยด้านสถานภาพ อายุ และรายได้ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจาหน่าย ด้านกระบวนการซื้อจริง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีผล คือ ปัจจัยด้านสถานภาพ อายุ อาชีพ และรายได้ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ด้านกระบวนการหลังการซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นช่วงหลังการซื้ออยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผล คือ ปัจจัยด้านอายุของกลุ่มผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว

3. แนวทางการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย การสร้างกลุ่มผู้ถ่ายทอดและสืบทอด การบูรณาการส่งเสริมและพัฒนาทุกภาคส่วน การสร้างนวัตกรรมผ้าไหมมัดหมี่ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ด้านการตลาด โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ เป็นพื้นฐานในการสร้างความยั่งยืนทั้งเรื่องของ 1) บริบทชุมชน ประกอบด้วย ทรัพยากรในท้องถิ่น องค์ความรู้และทักษะการทอผ้า ความตระหนักรู้และสำนึกในคุณค่าผ้าไหมมัดหมี่ 2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย การเรียนรู้ การสั่งสมความรู้ การถ่ายทอดกระจายความรู้ การปรับเปลี่ยนประยุกต์ใช้ความรู้ 3) การสร้างผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ ประกอบด้วย การใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมและเทคโนโลยีใหม่ การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ การสร้างอาชีพ และ 4) อำนาจการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย รสนิยม รายได้ ราคาดุลยภาพซึ่งสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาล้วนเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะพัฒนาไปสู่การพัฒนาและอนุรักษ์ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ได้อย่างยั่งยืนสืบต่อไปสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภางค์พิมพ์ คล้ายธานี (2562) ที่พบว่า อัตลักษณ์ที่โดดเด่นผ้าทอนั้นอยู่ที่กระบวนการผลิตและเทคนิคของแต่ละสถานที่ของกลุ่มผ้าทอเพราะเหตุนี้จึงทาให้กลุ่มผ้าทอพื้นเมืองไทยมีผ้าทอที่มีความสวยงามและเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของอาเซียนทาให้ผ้าทอพื้นเมืองไทยนั้นเป็นผ้าที่อาเซียนมีความสนใจในความสวยงามของผ้าทอไทยและเป็นสินค้าที่ส่งออกและเป็นสินค้าที่ทาให้เป็นที่รู้จักว่าผ้าทอพื้นเมืองไทยการบริหารจัดการผ้าทอพื้นเมืองเพื่ออัตลักษณ์ที่โดดเด่นในอาเซียน ซึ่งมีหลักพุทธธรรมการบริหารจัดการผ้าทอพื้นเมืองเพื่ออัตลักษณ์ที่โดดเด่นในอาเซียน มีหลักพุทธธรรม ดังนี้ 1) สังคหวัตถุ 4 2) โภควิภาค 4 เป็นหลักพุทธธรรมที่สามารถนาไปใช้จริงในการบริหาร และส่งเสริมผ้าทอพื้นเมืองไทยทาให้ผ้าทอพื้นเมืองมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นที่

สนใจในประเทศอาเซียน และระดับโลกจนถึงปัจจุบัน และรูปแบบการบริหารจัดการผ้าทอพื้นเมืองเพื่ออัตลักษณ์ที่โดดเด่นในอาเซียน เป็นรูปแบบที่มีการบริหารจัดการผ้าทอ 3 ส่วน 1) การบริหารจัดการผ้าทอพื้น 2) การส่งเสริมและพัฒนาศิลปะการทอผ้าไทย 3) ขั้นตอนการผลิตผ้าทอที่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในอาเซียน ตามรูปแบบโมเดล Step Promote Buddhism Model จากผลวิจัยแล้วนั้นเป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพสามารถนำไปบริหารกลุ่มผ้าทอจังหวัดอื่น ๆ ได้

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยสามารถสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน ได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แนวทางการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน

จากแผนภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่อย่างยั่งยืน สามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ดังนี้การบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ จากการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการสร้างกลุ่มผู้ถ่ายทอดและสืบทอดการบูรณาการส่งเสริมและพัฒนาทุกภาคส่วนการสร้างนวัตกรรมผ้าไหมมัดหมี่การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ด้านการตลาด โดยมีปัจจัยพื้นฐานที่จะสร้างความยั่งยืนในการบริหารจัดการลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ได้แก่ 1) การสร้าง

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ (Supply) ประกอบด้วย การใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมและเทคโนโลยีใหม่ การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ การสร้างอาชีพ 2) อำนาจการซื้อของผู้บริโภค (Demand) ประกอบด้วย รสนิยม รายได้ ราคาดุลยภาพ 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย การเรียนรู้ การสั่งสมความรู้ การถ่ายทอดกระจายความรู้ การปรับเปลี่ยนประยุกต์ใช้ความรู้ และ 4) บริบทชุมชน ปรกอบด้วย ทรัพยากรในท้องถิ่น องค์ความรู้และทักษะการทอผ้า ความตระหนักรู้และสำนึกในคุณค่าผ้าไหมมัดหมี่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. รัฐบาลควรมีนโยบายการศึกษาที่เน้นการสร้างองค์ความรู้ท้องถิ่น ให้โรงเรียนในท้องถิ่นบรรจุเกี่ยวกับศิลปหัตถกรรม ไว้ในหลักสูตรด้วย เพื่อเป็นการสร้างกลุ่มช่างทอสมัยใหม่ที่มีความทันสมัยให้เข้ามาสืบสานงานศิลป์ต่าง ๆ

2. รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่งเสริมการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ให้เกิดความหลากหลายในการนำมาใช้ประโยชน์ ช่วยเสริมช่องทางการจำหน่ายกับผู้ผลิต เพื่อให้การผลิตมีความต่อเนื่อง

3) หน่วยงานภาครัฐควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมบูรณาการกับกลุ่มผู้มีความสนใจหรือทายาทในการสืบสานการทอผ้าต่อไป

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. กลุ่มช่างทอผ้าไหมมัดหมี่ต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มองการเปลี่ยนแปลงในอนาคตให้ออก พัฒนาการทอผ้าไหมให้มีความโดดเด่น เป็นแฟชั่นที่เข้าถึงคนทุกกลุ่ม ทุกชนชั้น เพื่อขยายการตลาดและสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศด้วย

2. กลุ่มช่างทอผ้าไหมมัดหมี่ควรมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการสร้างผลิตภัณฑ์ด้วย และให้มีการทอแบบ 2 ระบบ คือ มีระบบทอมือ กับระบบเทคโนโลยี เพื่อให้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเข้าสู่ตลาดและเพื่อการตอบรับที่ดีจากลูกค้า

3. กลุ่มช่างทอผ้าไหมมัดหมี่ควรมีการรับประกันสินค้าทุกอย่างที่ผลิต มีรูปแบบชัดเจนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และส่งเสริมการตลาดด้วยการลด แลก แจก แถม ตามเทศกาลต่าง ๆ ด้วย

เอกสารอ้างอิง

ประภาศรี ถนอมธรรม. (2561). คุณค่าอัตลักษณ์ของผ้ามัดหมี่ฟื้นเมืองของจังหวัดชัยภูมิ. *รมยสาร*, *16*(2), 33-54.

ปิลันลน์ ปุณญประภา และคณะ. (2561). ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาต่อภูมิปัญญาและการสืบทอดผ้าทอไทยพวนบ้านใหม่ จังหวัดนครนายก. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, *6*(1), 159-168.

เผ่าทอง ทองเจือ และกิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์. (2559). *มัดหมี่ สายสัมพันธ์แห่งเอเชีย*. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน).

สวัสดิ์ แก้วแบน. (2562). ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมลายโบราณของชุมชนบ้านแกใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์*, *4*(1), 71-85.

สำนักอนุรักษ์และตรวจสอบมาตรฐานหม่อนไหม. (2565). *ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท*. เข้าถึงได้จาก https://qsds.go.th/silkcotton/k_8.php

สิทธิชัย สมานชาติ. (2562). *มรดกภูมิปัญญาสิ่งทออีสาน*. กรุงเทพฯ : ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

สิริชัย ดีเลิศและสุภาวดี รัตนพงศ์พันธ. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มผู้บริโภคตลาดเฉพาะกลุ่ม*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป). คณะวิทยาการจัดการ : มหาวิทยาลัยศิลปากร

สุภางค์พิมพ์ คล้ายธานี. (2562). การบริหารจัดการผ้าทอพื้นเมืองเพื่ออัตลักษณ์ที่โดดเด่นในอาเซียน. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์*, *6*(3), 1232-1248.

หทัยรัตน์ บุณยรัตพันธุ์ เงินทอง. (2558). ปัญหาของกลุ่มผลิตผ้าไหมมัดหมี่ในตำบลศรีบุญเรือง อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น. *วารสารการบริหารท้องถิ่น, 9*(1), 100-117.

Lindeman, R. H., Merenda, P. F., & Gold, R. Z. (1980). *Introduction to Bivariate and Multivariate Analysis*. Retrived from http:// www. llinois.com/content/apl

WESMILE MAGAZINE. (2564). *ผ้ามัดหมี่ขอนแก่น งามผ้าไทย ลือไกลไปทั่ว*. เข้าถึงได้จาก http://wesmilemagazine. com/khon-kaen-mudmee-worlds-renowned-thai-fabrics/