



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ ความต้องการทักษะแรงงานในอนาคตสำหรับการผลิตผ้าไทย และ
ผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย: กรณีศึกษาจังหวัดน่าน
(Future labor skill need for producing Thai traditional fabric and Thai
traditional fabric related products : a case study of Nan province)

โดย รองศาสตราจารย์ ดร.สุวณี สุรเสียงสังข์ และคณะ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตุลาคม พ.ศ.2545

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ ความต้องการทักษะแรงงานในอนาคตสำหรับการผลิตผ้าไทย และ ผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย: กรณีศึกษาจังหวัดน่าน

(Future labor skill need for producing Thai traditional fabric and Thai
traditional fabric related products : a case study of Nan province)

คณะผู้วิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวณิ สุรเสียงสังข์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ์ เอี่ยมกาญจนาลัย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แกมทอง อินทร์ตัน
4. อาจารย์นวลนัย ศรีโชติ

สังกัด

ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชุดโครงการทักษะแรงงาน

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

คำนำ

งานวิจัยนี้ ไม่สามารถสำเร็จลงได้ หากไม่ได้รับความร่วมมือและความกรุณาจากหน่วยงานหลายฝ่าย และผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน คณะผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาที่ได้รับมาโดยตลอดตั้งแต่การเริ่มงานวิจัยจนกระทั่งงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณหัวหน้ากลุ่มทอผ้าทุกกลุ่มในจังหวัดน่าน ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผ้า น่าน ผู้บริหารที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำ และขอขอบคุณ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 21 ท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์และแนวคิดในการทำงานวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ขอขอบคุณ

คุณบุญธรรม คุนอุบาล

ผู้อำนวยการสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท

จังหวัดน่าน

คุณวุฒิชัย วงษ์นาคเพ็ชร

พาณิชย์จังหวัดน่าน

คุณศิริกุล พึ่งสม

ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน

จังหวัดน่าน

คุณพัชรี ไชยา

จากสภาอุตสาหกรรมจังหวัดน่าน

คุณสมปรารถนา ไชยวุฒิ และคุณสมเกียรติ ส่วนบุญ

จากสำนักงานเกษตรและสหกรณ์

จังหวัดน่าน

คุณเจริญ ตระกูลแก้ว และคุณเจตนา ชาญวินิจ

จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดน่าน

คุณกนกภรณ์ เจริญภักดี และคุณเนรมิต เหมืองทองคำ

จากสำนักงานสาธารณสุข จังหวัดน่าน

คุณร่ำแพน จอมเมือง

ที่ปรึกษางานวิจัยท้องถิ่น จังหวัดน่าน

(กลุ่มฮักเมืองน่าน)

คุณภัทราวุฒิ ธนะวงศ์

ผู้ผลิตผ้า น่านโบราณ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ ศาสตราจารย์ ดร.เกื้อ วงศ์บุญสิน คุณมยุรี นกยูงทอง และฝ่ายประสานงานของโครงการ รวมทั้งบุคคลที่ไม่อาจกล่าวนามในที่นี้ ที่คอยให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ที่ทำให้งานวิจัยนี้ดำเนินไปอย่างราบรื่น และสำเร็จลงได้ด้วยดี นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างสูง ที่เล็งเห็นถึงประโยชน์ของงานวิจัย และให้การสนับสนุนเงินทุนการวิจัยครั้งนี้

ท้ายสุดนี้ คณะผู้วิจัยขอระลึกถึงพระคุณของคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้รากฐาน องค์ความรู้ และแนวคิดอันเอื้อประโยชน์ต่องานวิจัยนี้

รองศาสตราจารย์ ดร.สุวณิ สุรเสียงสังข์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ เอี่ยมกาญจนาสัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แกมทอง อินทร์นั

อาจารย์นวลหทัย ศรีโชติ

ความต้องการทักษะแรงงานในอนาคตสำหรับการผลิตผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย:

กรณีศึกษาจังหวัดน่าน

บทคัดย่อ

ผ้าไทยจัดว่าเป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ไทย หากต้องการพัฒนาคุณภาพของผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยให้สามารถแข่งขันได้จำเป็นต้องพัฒนาแรงงานและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะผ้าไทยที่มีที่ผลิตในจังหวัดน่านเป็นกรณีตัวอย่าง เพื่อให้เห็นถึงลักษณะของการผลิต การกระจาย การเปลี่ยนแปลงของตลาดผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย รวมทั้ง ลักษณะของทักษะแรงงานที่ต้องการในอนาคต

ตลาดของผ้าฝ้ายน่านมีขนาดใหญ่พอควรประมาณ 60 ล้านบาทต่อปี การรวมตัวของกลุ่มทอผ้ามีลักษณะรวมตัวกันเป็นกลุ่มๆ ตามแบบดั้งเดิมที่พบได้ในจังหวัดต่างๆ ซึ่งขาดการส่งเสริมและขาดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ การถ่ายทอดทักษะมีลักษณะแบบประเพณีหรือเพียงภายในกลุ่มทอผ้า การตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในเพียงระยะเริ่มต้น กลุ่มทอผ้าขาดทักษะทางด้านนี้เป็นอย่างมาก ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การเจาะตลาดไม่เป็นระบบ การกระจายสินค้าเป็นแบบเก่าซึ่งผ่านพ่อค้าคนกลางหรือนายหน้า ราคาถูกกำหนดตามตลาดแทนที่จะกำหนดตามคุณภาพประโยชน์หรือการใช้งานของผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดมีน้อยส่วนมากเป็นการจัดนิทรรศการซึ่งได้รับความสนใจน้อยลงในปัจจุบัน

จากการใช้ เทคนิค Delphi ในการพยากรณ์และวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญผ้าไทยในแต่ละสาขาจำนวนทั้งสิ้น 21 ท่าน สามารถสรุปได้ดังนี้คือ ตลาดของผ้าฝ้ายน่านในอนาคตยังสดใสและสามารถขยายตัวได้ แต่ธุรกิจจำเป็นต้องปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงกระบวนการผลิตโดยจำเป็นต้องมีนักออกแบบแนะนำ มีการพัฒนากระบวนการผลิตทุกขั้นตอนอย่างจริงจัง และมีการทำการตลาดโดยเน้นที่แผนการตลาด (การทำการตลาดอย่างมีระบบ) จุดเด่นของผ้าฝ้ายน่านอยู่ที่ลวดลายสวยงาม แต่จุดด้อยไม่สามารถป้องกันได้ ลวดลายและสีสรรของผ้าฝ้ายน่านยังไม่เป็นที่ต้องการของตลาด สำหรับทิศทางการพัฒนาผ้าฝ้ายน่านเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์โดยเน้นมาตรฐานมากขึ้นและความเป็นเอกลักษณ์ ให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตโดยเน้นการแนะนำจากนักออกแบบและให้ความสำคัญกับการตลาดโดยเน้นการจัดร้านโชว์ แฟชั่นโชว์ ลงนิตยสาร

รูปแบบในการทำการตลาดของผ้าฝ้ายน่านในอนาคตควรมีการเปลี่ยนแปลงในด้านผลิตภัณฑ์โดยให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน มีการกระจายสินค้าโดยการจัดตั้งศูนย์การกระจายและจำหน่ายสินค้า รวมทั้งมีการทำการตลาดโดยมีการวางแผน สำหรับกลุ่มลูกค้าในอนาคตไม่แตกต่างจากเดิมคือเป็นคนในวัยทำงานและนักท่องเที่ยว

ลักษณะการแข่งขันในอนาคตต้องมีการแบ่งกลุ่มตลาดและการเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมายโดยเน้นที่การทำการตลาดและการส่งเสริมการตลาด การผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์ รวมทั้งต้องมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์โดยอาศัยคำแนะนำจากนักออกแบบ

ระดับฝีมือแรงงานในปัจจุบันสามารถรองรับการผลิตในอนาคตได้แต่ต้องมีการพัฒนา โดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญแนะนำและการสร้างแรงจูงใจ ต้องมีการสืบทอดแรงงาน มีการสร้างมาตรฐานฝีมือ รวมทั้งต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ นอกจากนี้องค์กรของรัฐและเอกชนควรมีบทบาทในการพัฒนาทักษะแรงงาน สำหรับคู่แข่งในอนาคตนั้นไม่ต่างจากคู่แข่งในปัจจุบันคือเป็นคู่แข่งภายในประเทศ

งานวิจัยนี้ได้สะท้อนและยืนยันแนวทางต่างๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายน่านและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าฝ้ายน่าน ซึ่งมั่นใจได้ว่าสามารถนำไปประยุกต์กับผ้าไทยในภูมิภาคอื่นได้ถ้าสิ่งแวดล้อมของธุรกิจนี้ในอนาคตยังคงคล้ายคลึงกับปัจจุบัน ส่วนทักษะแรงงานที่สำคัญที่ต้องพัฒนาคือทักษะในการผลิตสินค้าและทักษะในการทำการตลาดอย่างมีระบบ ซึ่งควรได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาทักษะดังกล่าว

Future labor skill need for producing Thai traditional fabric and Thai traditional fabric
related products : a case study of Nan province.

Abstract:

Thailand is well-known for its traditional and unique textile products. However, with the changing consumer preferences, varieties of product quality and competitiveness, Thai traditional textile products will have to improve to maintain its markets both domestically and internationally. Hence, labor skills in this industry will be challenged. Nan traditional textile industry was selected to illustrate the characteristics of the production, distribution, changing market trends and the labor skill needs in the future.

The study showed that the traditional textile market in Nan was relatively large with an estimate of about 60 million baht per year. The production was based on weaving groups in a community with traditional production methods and designs being transferred from generation to generation. There was little formal and systematic training assistance outside the group. Most weaving groups lack marketing skills. They mainly relied on the distributors for product marketing as well as for some factors of production. Due to a lack of creativity and skills in product design, they usually rely on product imitation and on distributor's initiatives. Most of the traditional textile producers competed on price basis. The price was determined by the market rather than by applications benefits of the products.

The forecast of the future situation of traditional textile industry based on a Delphi technique revealed that the market was still favourable and expanding provided that the products were improved and the marketing was more aggressive and systematically planned. Improved products would require better design and hence designers' advice in all stages of production. In general, the patterns of Nan traditional textile products were distinctive but the designs and colour were not usually responsive to the market's demand. The study indicated that Nan textile products could improve its competitiveness with those from other provinces and neighbouring countries if their product standard and uniqueness were improved. More emphasis should also be placed on product quality, consumer-based designs and marketing to be able to compete in the future. At the same time, a central unit responsible for product distribution and sales would be necessary. Marketing Plan especially market segmentation, target market selection, unique product development and promotion would be particularly important for the future even if the consumers might not be much different from the current groups.

In general, the current labor skill, if improved, particularly in production and systematic marketing, could serve the future market of the traditional textile industry. Such higher skill development would require experts' and designers' advice and collaboration so as to set skill standard, to improve products, and to develop creativity. Once skills were developed, they should be transferred. The effort to improve skills would require assistance and support from both the public and private organizations. The research findings of this project are likely to be applicable to other provinces producing traditional textile products under the similar future business environments.

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญแผนภาพ	ฉ
สาระสำคัญสำหรับผู้บริหาร	ญ
Executive Summary.....	ค
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 ความเป็นมาของงานวิจัย.....	3
2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
2.2 มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในพระบรมราชินูปถัมภ์	4
บทที่ 3 ข้อมูลสรุปและสารสนเทศพื้นฐานของจังหวัดน่าน	8
บทที่ 4 ประวัติความเป็นมาของผ้าไทย	13
4.1 ผ้าทอเอกลักษณ์วัฒนธรรมประจำถิ่น	13
4.2 ผ้าทอพื้นเมืองของชุมชนน่าน	13
4.3 ขั้นตอนการทอผ้าพื้นเมืองของชาวเมืองน่าน	17
4.4 ขั้นตอนการย้อมผ้าสีธรรมชาติ.....	18
4.5 ผ้าไทยในโลกปัจจุบัน.....	19
บทที่ 5 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	35
5.1 ระเบียบวิธีวิจัย	35
5.2 ปัญหาและข้อจำกัด.....	40
บทที่ 6 ผลการวิจัยระยะที่ 1	44
6.1 ผลการสำรวจกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย ในจังหวัดน่าน (FORM A).....	44
6.2 ผลการสำรวจผู้ผลิตผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในจังหวัดน่าน (FORM B)	72

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

6.3	ผลการสำรวจผู้บริหารระดับกลางหรือระดับสูงในหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการผลิต ผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในจังหวัดน่าน (FORM C)	97
6.4	ผลการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ ประกอบผ้าไทยในจังหวัดน่าน (FORM D)	108
บทที่ 7	ผลการวิจัยระยะที่ 2 ความต้องการในอนาคตของผ้าไทย และทักษะแรงงานในอนาคต ที่ใช้ในการผลิต	119
7.1	ความสามารถขยายตัวของตลาดผ้าน่าน	119
7.2	จุดเด่นและจุดด้อยของผ้าน่าน	119
7.3	ตลาดของผ้าน่านในปัจจุบันกับความต้องการของตลาด	120
7.4	ทิศทางในการพัฒนาผ้าน่านเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน.....	120
7.5	ลักษณะขนาด และประเภทแรงงานของการผลิตผ้าน่านในอนาคต.....	121
7.6	รูปแบบในการทำการตลาดของผ้าน่านในอนาคต.....	121
7.7	ลักษณะของกลุ่มลูกค้าในอนาคต และการเข้าไปแข่งขันในตลาด.....	122
7.8	ศักยภาพในการรองรับการพัฒนาและการผลิตในอนาคตของระดับ ฝีมือแรงงาน	122
7.9	องค์กร/หน่วยงาน ที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทักษะแรงงานให้มี ศักยภาพ	123
7.10	คู่แข่งในในอนาคต และลักษณะการแข่งขันในอนาคต.....	123
บทที่ 8	ข้อสรุป ข้อวิจารณ์ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	116
8.1	ข้อสรุป.....	124
8.2	ข้อวิจารณ์	125
8.3	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	128
	รายการอ้างอิง.....	129

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก.....	130
ภาคผนวก ก.....	131
ภาคผนวก ข.....	143
ภาคผนวก ค.....	168
ภาคผนวก ง.....	170
ภาคผนวก จ.....	173
ภาคผนวก ฉ.....	180
ภาคผนวก ช.....	204
ภาคผนวก ซ.....	227

	หน้า
ตารางที่ 5.1	จำนวนสมาชิกและจำนวนตัวอย่างที่สุ่มจำแนกตามกลุ่มทอผ้า..... 42
ตารางที่ 5.2	รายชื่อผู้เชี่ยวชาญทั้ง 21 ท่าน..... 43
ตารางที่ 6.1	การกระจายของกลุ่มทอผ้าในจังหวัดน่าน..... 44
ตารางที่ 6.2	ผลผลิตของกลุ่มทอผ้าตามประเภทของผ้าขึ้นและสัดส่วน ผลผลิตผ้าขึ้น..... 51
ตารางที่ 6.3	ผลผลิตรวมประเภทผลิตภัณฑ์ประกอบผ้า..... 54
ตารางที่ 6.4	สัดส่วนผลผลิตผ้าขึ้นและสัดส่วนของผลผลิตต่อผลผลิตรวม..... 57
ตารางที่ 6.5	ผลผลิตของกลุ่มทอผ้าประเภทผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย..... 58
ตารางที่ 6.6	สัดส่วนของผู้ผลิตผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยต่อ ประชากรหญิง 1,000 คน 60
ตารางที่ 6.7	คุณลักษณะต่างๆ ของกลุ่มทอผ้า..... 61
ตารางที่ 6.8	ร้อยละของผู้ผลิตจำแนกตามลักษณะทั่วไปของผลผลิตส่วนใหญ่ที่ผลิต และไม่เคยเป็นสมาชิกกลุ่มอื่น 80
ตารางที่ 6.9	ร้อยละของจำนวนผู้ผลิตที่ผลิตผ้าไทยจำแนกตามประเภทของผ้าไทย ที่ผลิตเป็นส่วนใหญ่..... 81
ตารางที่ 6.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้ต่อปีของผู้ผลิตผ้าไทย และผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย..... 82
ตารางที่ 6.11	รายได้รวมต่อปีของแต่ละกลุ่มผู้ผลิตผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย..... 83
ตารางที่ 6.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระยะเวลาที่เป็นสมาชิกกลุ่ม ปัจจัยของผู้ผลิตผ้าไทย..... 83
ตารางที่ 6.13	ร้อยละของผู้ผลิตที่เห็นประโยชน์ที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกในด้านต่างๆ..... 84
ตารางที่ 6.14	ร้อยละของผู้ผลิตที่ได้รับความรู้และทักษะการผลิตผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ ประกอบผ้าไทยครั้งแรกจำแนกตามแหล่งความรู้..... 86
ตารางที่ 6.15	ร้อยละของผู้ผลิตจำแนกตามหน้าที่ที่ทำในกลุ่ม..... 87
ตารางที่ 6.16	ประมาณการจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผ้าไทยหลังจากเข้าร่วมกลุ่ม..... 89

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 6.17	ประมาณการจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตที่ <u>ไม่ประสบปัญหา</u> ในการเข้าร่วมกลุ่มจำแนกตามกลุ่ม 90
ตารางที่ 6.18	ร้อยละของผู้ที่ผลิตจำแนกตามทักษะที่เห็นว่าควรได้รับการพัฒนา มากขึ้น 91
ตารางที่ 6.19	ประมาณการจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตที่เห็นว่าภาระดำเนินงาน ของกลุ่มจะดีขึ้นในอนาคต 5 ปี 92
ตารางที่ 6.20	ประมาณจำนวนและร้อยละของผู้ผลิตที่มีบทบาทในการถ่ายทอด ทักษะการทอผ้าให้กับบุคคลอื่น 93
ตารางที่ 6.21	ประมาณจำนวนผู้ผลิตที่มีบทบาทในการถ่ายทอดทักษะการทอผ้า จำแนกตามผู้ที่ได้รับ 94
ตารางที่ 6.22	ร้อยละของผู้ผลิตที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดทักษะด้านการทอผ้าไทย และผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยจำแนกตามขนาดของอายุกลุ่มทอผ้า 95
ตารางที่ 6.23	จำนวนหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการผลิตผ้าไทย และผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในจังหวัดน่านจำแนกตามแหล่งที่สังกัด 101
ตารางที่ 6.24	จำนวนหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการผลิต ผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในจังหวัดน่านจำแนกตาม อายุของหน่วยงาน 101
ตารางที่ 6.25	จำนวนและร้อยละของหน่วยงานที่จำแนกตามความรับผิดชอบที่ เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการผลิตผ้าไทยและ ผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในจังหวัดน่านจำแนกตามอายุของหน่วย 102

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 3.1	แผนที่แสดงที่ตั้งจังหวัดน่าน 12
แผนภาพที่ 4.1	ตัวอย่างแสดงลวดลายผ้า 20
แผนภาพที่ 6.1	อายุของกลุ่มทอผ้า..... 65
แผนภาพที่ 6.2	จำนวนสมาชิกของกลุ่มทอผ้า..... 65
แผนภาพที่ 6.3	ร้อยละของจำนวนกลุ่มทอผ้าจำแนกตามกิจกรรมภายในกลุ่ม 66
แผนภาพที่ 6.4	ร้อยละของจำนวนกลุ่มทอผ้าจำแนกตามประเภทของการ สนับสนุนที่ได้รับ..... 66
แผนภาพที่ 6.5	ร้อยละของจำนวนกลุ่มทอผ้าจำแนกตามระดับความพอใจใน ราคาขายได้..... 67
แผนภาพที่ 6.6	ร้อยละของจำนวนกลุ่มทอผ้าจำแนกตามความคิดเห็นถึงผลการ ดำเนินงานในปัจจุบัน..... 67
แผนภาพที่ 6.7	ร้อยละของจำนวนกลุ่มทอผ้าจำแนกตามความคิดเห็นต่อความ สำเร็จของกลุ่มในอนาคต 68
แผนภาพที่ 6.8	แผนที่แสดงที่ตั้งของกลุ่มทอผ้าของ 3 อำเภอ (อำเภอเวียงสา อำเภอทุ่งช้าง และอำเภอปัว)..... 69
แผนภาพที่ 6.9	ร้อยละของผู้ผลิตที่แสดงบทบาทในการถ่ายทอดทักษะการทอผ้า จำแนกตามการได้รับความรู้การทอผ้าไทยเป็นครั้งแรก..... 96
แผนภาพที่ 6.10	ร้อยละของผู้บริหารที่ให้ความคิดเห็นจำแนกตามกลุ่มอายุ 103
แผนภาพที่ 6.11	ร้อยละของหน่วยงานจำแนกตามรูปแบบการส่งเสริมการตลาดที่ หน่วยงานให้ความช่วยเหลือ 103
แผนภาพที่ 6.12	ร้อยละของหน่วยงานจำแนกตามรูปแบบการผลิตที่หน่วยงานให้ การส่งเสริม 104
แผนภาพที่ 6.13	ร้อยละของผู้บริหารจำแนกตามความคิดเห็นต่อการพัฒนาด้าน การผลิตที่ควรได้รับการส่งเสริมในอนาคต..... 104
แผนภาพที่ 6.14	ร้อยละของผู้บริหารจำแนกตามความคิดเห็นต่อการพัฒนาผ้าที่ ควรได้รับการส่งเสริมในอนาคต..... 105
แผนภาพที่ 6.15	ร้อยละของผู้บริหารจำแนกตามความคิดเห็นต่อการพัฒนาลายผ้า ที่ควรได้รับการส่งเสริมในอนาคต 105

สารบัญแผนภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภาพที่ 6.16	ร้อยละของผู้บริการจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการ จัดหาทุนที่ควรได้รับการส่งเสริมในอนาคต..... 106
แผนภาพที่ 6.17	ร้อยละของผู้บริหารจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านตลาด ที่ควรได้รับการส่งเสริมในอนาคต 106
แผนภาพที่ 6.18	ร้อยละของผู้บริหารจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านบริหาร การจัดการที่ควรได้รับการส่งเสริมในอนาคต 107

สาระสำคัญสำหรับผู้บริหาร

1. ความนำ

ทรัพยากรมนุษย์นับเป็นทรัพยากรที่สำคัญในกระบวนการผลิต ปัญหาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งประเทศกำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้ สืบเนื่องจากคุณภาพของแรงงานที่ต่ำ การพัฒนาและเพิ่มทักษะในการทำงานโดยไร้ทิศทางหรือไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เป็นที่ทราบโดยทั่วไปแล้วว่าในการผลิตสินค้าหรือบริการใด ๆ นั้นต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (McKitterick., 1957) ดังนั้นหากเราสามารถหาลักษณะของทักษะแรงงานที่ต้องการในอนาคตได้ ย่อมทำให้เราสามารถวางแผนในการพัฒนาแรงงานที่สนองตอบต่อความต้องการนั้นๆ ได้ การที่จะค้นหาลักษณะของทักษะแรงงานในอนาคตได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจในกระบวนการผลิต ตลาด และกลุ่มผู้บริโภคของสินค้าที่ต้องการในอนาคต (Koselka, 1992; Strom, 1993) รวมทั้งต้องทราบสภาพลักษณะ ปริมาณและคุณภาพของทักษะแรงงานที่มีอยู่ในปัจจุบันในการผลิตสินค้านั้น หรือสินค้าที่ใกล้เคียงกัน

สินค้าใดก็ตามที่มีความแตกต่าง และมีความเป็นเอกลักษณ์ในตัวเองย่อมสามารถแข่งขันในตลาดที่มีความพิเศษ (Niche market) ได้ง่าย (Gardner and Levy; 1955; Linneman and Staton, 1991) ผ้าไทยจัดได้ว่าเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างและมีความเป็นเอกลักษณ์ไทยประเภทหนึ่ง การพัฒนาคุณภาพของผ้าไทยให้มีคุณภาพสูงขึ้น และการพัฒนาฝีมือแรงงานในการผลิตผ้าไทยเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาดและการสร้างไว้ซึ่งศิลปอันมีค่าของไทย ย่อมเป็นสิ่งที่ควรได้รับความสนใจ การพัฒนาคุณภาพของผ้าไทย และผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยให้เทียบเคียงคู่แข่ง จำต้องมีแรงงานที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับกระบวนการผลิต รวมทั้งเทคโนโลยีและวัตถุดิบที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ในการแข่งขันทางการตลาดจำเป็นต้องทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคต่อผ้าไทย และผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยว่ามีแนวโน้มเป็นเช่นไร ตลาดใดที่ควรเข้าไปแข่งขัน เพื่อนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาคุณภาพของทักษะแรงงาน และเทคโนโลยีในการผลิตให้เหมาะสม และสอดคล้องกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนของประเทศต่อไป จากการที่ผ้าไทยทอมีนั้นก็มีเทคนิคการผลิตหลากหลายวิธี และแต่ละท้องถิ่นมีผ้าทอที่มีคุณลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนแตกต่างกันไป (ทบวงมหาวิทยาลัย, 2541) ด้วยเหตุนี้ การศึกษาครั้งนี้จึงได้เลือกศึกษาเฉพาะผ้าไทยทอที่ผลิตขึ้นในจังหวัดน่านเพียงจังหวัดเดียวเป็นกรณีตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นกระบวนการในการค้นหาลักษณะของตลาดของผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในอนาคต และการนำผลการศึกษามาใช้ในการหาลักษณะทักษะของแรงงานสำหรับการผลิตผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในอนาคต

ผ้าทอพื้นเมือง นับเป็นศิลปหัตถกรรมที่สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมจากบรรพบุรุษมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นหัตถกรรมพื้นเมืองที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองที่ชาวเมืองน่านมีความภูมิใจ

เป็นอย่างมาก และยังเป็นที่ยินยของคนที่ทั่วไปอย่างกว้างขวาง สามารถทำรายได้ให้แก่ประชาชน ส่งผลให้ฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้น จังหวัดน่าน มีผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบลวดลายเป็นของเมืองน่าน โดยเฉพาะ มีทั้งผ้าทอพื้นเมืองลวดลายแบบเก่า ที่เรียกกันว่า ชิ่นน่าน และลวดลายเดิม คิดสร้างแบบขึ้น เพื่อใช้เป็นสินค้าพื้นเมืองที่เรียกกันว่า ผ้าลายน้ำไหล หรือเรียกสั้นๆ ว่า ผ้าทอน้ำไหล ซึ่งเป็นลายทอใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมของผู้ใช้ นำไปดัดแปลงตัดเสื้อผ้าทั้งหญิงและชาย และผ้าลายมุก ซึ่งเป็นผ้าทอพื้นเมืองที่ชาวบ้านทอใช้กันมานานแล้ว ก่อนที่จะมีการออกแบบลายน้ำไหล

เทคโนโลยีการผลิตเครื่องนุ่งห่มของคนเมืองน่านมีการผสมผสานและเลือกสรรงานเป็นภูมิปัญญาชั้นสูง ที่สืบทอดมาหลายชั่วอายุคน ทั้งการทอ การย้อม และการประดิษฐ์ลวดลายจนกลายเป็นเอกลักษณ์ประจำเมืองน่านที่ควรอนุรักษ์และพัฒนาสืบไป ผ้าขึ้นพื้นเมืองน่านนั้นมีลวดลายต่าง ๆ ที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งมีด้วยกันทั้งหมด 7 ชนิด อันได้แก่ ผ้าขึ้นคำเคิบ ผ้าขึ้นป้อง ผ้าขึ้นม่าน ผ้าขึ้นคาดก่าน (มัดก่าน) ผ้าขึ้นยกดอก ผ้าลายน้ำไหล และผ้าลายไหลลือ

2. การดำเนินงานวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แบ่งการดำเนินงานวิจัยออกเป็น 2 ระยะ

การดำเนินงานวิจัยระยะที่ 1

การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งทุติยภูมิและใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องโดยใช้แบบสอบถาม แบ่งผู้เกี่ยวข้องออกเป็น 4 กลุ่มคือ หัวหน้ากลุ่มทอผ้า ผู้ผลิตผ้า ผู้บริหารในองค์กรที่ให้การสนับสนุนการผลิตผ้า และผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้า สำหรับกลุ่มผู้ผลิตผ้าไทยนั้นได้ใช้วิธีการสำรวจตัวอย่างโดยใช้แผนการสุ่มอย่างง่าย โดยทำการสำรวจเฉพาะกลุ่มทอผ้าที่อยู่ใน 3 อำเภอ คือ อำเภอทุ่งช้าง อำเภอปัว และอำเภอเวียงสา ส่วนผู้เกี่ยวข้องอีก 3 กลุ่มใช้การสัมภาษณ์ทุกหน่วยตัวอย่าง การเก็บรวบรวมในภาคสนามทำในช่วง 12 พฤษภาคม – 16 มิถุนายน 2544 การวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้ใช้สถิติพรรณนา

การดำเนินงานวิจัยในระยะที่ 2

การดำเนินงานวิจัยในระยะที่ 2 นี้ ใช้วิธีวิจัยแบบ Delphi Techniques ซึ่งเป็นกระบวนการที่รวบรวมความคิดเห็นหรือการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเกี่ยวกับอนาคต โดยใช้หลักการระดมความคิดจากผู้เชี่ยวชาญหลายท่านที่มีความรู้ ความสามารถ และยินดีที่จะให้ความร่วมมืออย่างแท้จริง แต่การระดมความคิดนี้จะไม่มีการเผชิญหน้ากันระหว่างผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ผู้เชี่ยวชาญสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่และเป็นอิสระ โดยไม่มีอิทธิพลจากกลุ่มมาเกี่ยวข้อง และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล แต่อย่างไรก็ตาม การตอบแบบสอบถามนี้ต้องมีการตอบหลายรอบ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้ถ่วงถ่วงความคิดอย่างรอบคอบมากที่สุด โดยการวิจัยครั้งนี้ได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจนได้ข้อมูลที่เป็นฉันทามติ เป็นจำนวน 2 ครั้ง ซึ่งครั้งแรก เป็นคำ

ถามปลายเปิด โดยให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ และอย่างอิสระ ส่วนการสัมภาษณ์ในรอบที่ 2 คำถามจะพัฒนามาจากคำถามในรอบแรก โดยนำความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญมาสังเคราะห์ และสรุปเป็นคำถามปลายปิด หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ในการประเมินความเป็นฉันทามติ ในงานวิจัยได้กำหนดเกณฑ์ที่ระดับมากกว่า หรือเท่ากับร้อยละ 60 ตามเทคนิค และวิธีของ Flanders (Flanders, 1989)

การทำ Delphi Techniques รอบที่ 1 ได้ดำเนินการระหว่าง วันที่ 28 พฤศจิกายน 2545 และถึงวันที่ 2 เมษายน 2545 ส่วนการทำ Delphi Techniques รอบที่ 2 ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ระหว่างวันที่ 13 มิถุนายน 2545 และถึงวันที่ 16 สิงหาคม 2545 โดยได้รับอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าไทยในแต่ละสาขา จำนวนทั้งสิ้น 21 ท่าน อันประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจ 13 ท่าน นักวิชาการ 4 ท่าน และนักออกแบบ 4 ท่าน

3. ผลการศึกษา

3.1 ผลการศึกษาระยะที่ 1

โครงการวิจัยนี้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับความต้องการทักษะแรงงานในอนาคตสำหรับการผลิตผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในจังหวัดน่านซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้ว่าตลาดของผ้าไหมมีขนาดใหญ่พอควรประมาณ 60 ล้านบาทต่อปี ผลิตภัณฑ์ที่ทำรายได้มากที่สุดคือ ผ้าลายน้ำไหล (ร้อยละ 34.99) รองลงมาคือ ผ้าลายทูลี (ร้อยละ 33.03) และผ้าลายชั้นป้อม (ร้อยละ 22.83) ของรายได้จากการผลิตผ้าชิ้นทั้งหมด การรวมตัวของกลุ่มทอผ้ามีลักษณะรวมตัวกันเป็นกลุ่มๆ (64กลุ่ม)ตามแบบดั้งเดิมที่พบได้ในจังหวัดต่างๆซึ่งขาดการส่งเสริมและการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ การถ่ายทอดทักษะมีลักษณะแบบประเพณีหรือเพียงภายในกลุ่มทอผ้า (ร้อยละ 50.57) ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในชั้นประถมศึกษา โดยมีอายุเฉลี่ย 35-45 ปี และทำงานทอผ้ามาแล้วเฉลี่ย 6.16 ปี การตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ในเพียงระยะเริ่มต้น กลุ่มทอผ้าขาดทักษะทางด้านนี้เป็นอย่างมาก ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การเจาะตลาดไม่เป็นระบบ การกระจายสินค้าเป็นแบบเก่าซึ่งผ่านพ่อค้าคนกลางหรือนายหน้า ราคาถูกกำหนดตามตลาดแทนที่จะกำหนดตามคุณประโยชน์หรือการใช้งานของผลิตภัณฑ์การส่งเสริมการตลาดมีน้อยส่วนมากเป็นการจัดนิทรรศการซึ่งได้รับความสนใจน้อยลงในปัจจุบัน

3.2 ผลการศึกษาระยะที่ 2

ในช่วงที่สองโครงการวิจัยนี้มุ่งศึกษาหาความต้องการในอนาคตของผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย และทักษะแรงงานในอนาคตที่ใช้ในการผลิตโดยใช้กรณีศึกษาจังหวัดน่านโดยใช้เทคนิค Delphi ในการพยากรณ์และวิเคราะห์ ซึ่งโครงการวิจัยในช่วงที่สองนี้ได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าไทยในแต่ละสาขาจำนวนทั้งสิ้น 21 ท่าน ข้อมูลที่ได้รวบรวมมานั้น พบว่า

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันกับ
ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผ้าไทย ดังนั้นจึงมิได้ดำเนินการทำเคลฟาย รอบที่ 2 ต่อไป
ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

- ตลาดของผ้าน่านในอนาคตยังสดใสและสามารถขยายตัวได้ แต่ธุรกิจจำเป็นต้องปรับปรุง
ผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงกระบวนการผลิตโดยจำเป็นต้องมีนักออกแบบแนะนำ มีการพัฒนา
กระบวนการผลิตทุกขั้นอย่างจริงจัง และมีการทำการตลาดโดยเน้นที่แผนการตลาด (การทำการ
ตลาดอย่างมีระบบ)
- จุดเด่นของผ้าน่านอยู่ที่ลวดลายสวยงาม แต่จุดด้อยไม่สามารถบ่งชี้ชัดเจนได้ นอกจากนี้ลวดลาย
และสีสรรของผ้าน่านยังไม่เป็นที่ต้องการของตลาด
- ทิศทางในการพัฒนาผ้าน่านเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันควรให้ความสำคัญกับ
 - ผลิตภัณฑ์โดยเน้นมาตรฐานมากขึ้นและความเป็นเอกลักษณ์
 - กระบวนการผลิตโดยเน้นการแนะนำจากนักออกแบบ
 - การตลาดโดยเน้นการจัดร้านโชว์ แฟชั่นโชว์ ลงนิตยสาร
- รูปแบบในการทำการตลาดของผ้าน่านในอนาคตควรมีการเปลี่ยนแปลง
 - ด้านผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน
 - การกระจายสินค้าโดยการจัดตั้งศูนย์การกระจายและจำหน่ายสินค้า
 - การทำการตลาดโดยมีการวางแผน
- กลุ่มลูกค้าในอนาคตไม่แตกต่างจากเดิม
- ลักษณะการแข่งขันในอนาคตต้องมี
 - การแบ่งกลุ่มตลาดและการเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมายโดยเน้นที่การทำการตลาดและการ
ส่งเสริมการตลาด การผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์
 - การปรับปรุงผลิตภัณฑ์โดยอาศัยคำแนะนำจากนักออกแบบ
- ระดับฝีมือแรงงานในปัจจุบันสามารถรองรับการผลิตในอนาคตได้แต่ต้องมีการพัฒนา
 - โดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญแนะนำและการสร้างแรงจูงใจ
 - การสืบทอดแรงงาน
 - การสร้างมาตรฐานฝีมือ
 - ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ
- องค์กรของรัฐและเอกชนควรมีบทบาทในการพัฒนาทักษะแรงงาน
- คู่แข่งขันในอนาคตไม่ต่างจากคู่แข่งขันในปัจจุบันซึ่งคือคู่แข่งขันภายในประเทศ
การวิจัยในช่วงที่สองนี้ได้สะท้อนและยืนยันแนวทางต่างๆในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าน่านและ
ผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าน่าน ซึ่งเราอาจมั่นใจได้ว่าสามารถนำไปประยุกต์กับผ้าไทยในภูมิภาคอื่นได้

ถ้าสิ่งแวดล้อมของธุรกิจนี้ในอนาคตยังคงคล้ายคลึงกับปัจจุบัน ดังนั้นทักษะแรงงานที่สำคัญคือ ทักษะในการผลิตสินค้าและทักษะในการทำการตลาดอย่างมีระบบ

4. มุมมองในอนาคตด้านการตลาดของผ้าไทยและทักษะแรงงานในการผลิตผ้าไทย

การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

ธุรกิจผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในจังหวัดน่านดำเนินการตลาดโดยมีการแบ่งส่วนตลาดน้อยมาก ส่วนมากเป็นการทำการตลาดมวลชน (Mass Marketing) โดยที่ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตไม่ได้นำหลักทฤษฎีเข้ามาประยุกต์ ทำให้มีการดำเนินการตลาดแบบซ้ำซ้อนและขาดจุดขาย กล่าวคือผลิตภัณฑ์ต่างๆจะถูกผลิตตามความถนัดหรือประเพณีที่สืบทอดกันมา เมื่อมีกลไกทางการตลาดเข้ามาบีบคั้นทำให้ผู้ผลิตหันมาเน้นการผลิตปริมาณมากๆ มากกว่าการผลิตที่เน้นคุณภาพ และส่งผลให้ผู้ผลิตที่มีความละเอียดและต้องใช้เวลามากในการผลิตไม่ได้รับการส่งเสริม นายหน้า ผู้ส่งออกหรือผู้จัดซื้อจากต่างประเทศได้เริ่มเข้ามาบีบคั้นในการทำการตลาดโดยได้เริ่มคัดแปลงผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยและมีการผสมผสานลายจากหลายแหล่ง ทำให้ลายดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ถูกทอดทิ้งและเริ่มสูญหายไป

ลักษณะการตลาดที่เน้นการใช้งาน (Application) หรือคุณประโยชน์ (Benefits) และการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) เริ่มเกิดเป็นส่วนแบ่งตลาดที่ชัดเจน เช่นการผลิตผ้าเป็นชิ้น/ชุดเพื่อใช้ในการตัดเสื้อผ้าซึ่งเป็นส่วนแบ่งตลาดที่ใหญ่ที่สุดประมาณร้อยละ 79.22 และการผลิตผ้าพื้นเพื่อใช้ในการตกแต่งบ้าน เช่นผลิตผ้าปูโต๊ะ ปลายเตียง ฝาผนัง ฯลฯ ซึ่งมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ประกอบผ้า นอกจากนี้ยังมีการแบ่งส่วนตลาดที่มุ่งเน้นผู้ใช้ (User) เป็นหลัก เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทย หรือนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่การแบ่งในลักษณะที่สองนี้มีการพัฒนาน้อยมาก

การเจาะตลาด (Targeting)

การเจาะตลาดของผู้ผลิตและผู้ขายในจังหวัดน่านดำเนินการตลาดที่มุ่งเน้นส่วนตลาดเดียวกันหรือใกล้เคียงกันคือตลาดคนไทยที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้า ส่วนตลาดอื่นๆเป็นตลาดเล็กแต่มีศักยภาพสูงเช่นตลาดการตกแต่งบ้าน และผลิตภัณฑ์ตกแต่งต่างๆ

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

ผู้นำและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยไม่มีการกำหนดตำแหน่งอย่างชัดเจนสืบเนื่องมาจากการทำการตลาดแบบมวลชนและการผลิตตามประเพณีหรือวิถีชีวิต ตำแหน่งที่พอจะมีอยู่ในปัจจุบันคือผ้าโบราณ และผ้าชนวนการประกวดรางวัล ก็เป็นส่วนที่เล็กน้อย การทำตราผลิตภัณฑ์ การเสริมสร้างคุณประโยชน์ และการปรับมาตรฐานและคุณภาพจะเป็นหัวใจในการทำการตลาดต่อไป

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ผ่านานและผลิตภัณฑ์ประกอบผ่านาน ส่วนมากจะผลิตตามประเพณีหรือตามความต้องการของตลาดซึ่งมักจะไม่มีเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้ซื้อไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายที่มาจากหลายแหล่งผลิตได้ ทำให้ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์อยู่เพียงที่ราคาของสินค้า ประจวบกับการทำการตลาดแบบลอกเลียนแบบทำให้ผู้คิดค้นลายใหม่หรือผลิตภัณฑ์ใหม่มีความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะสั้นเท่านั้น การสร้างตราสินค้าเริ่มมีการพัฒนามากขึ้นและมีการริเริ่มจากร้านค้าปลีก หรือร้านค้าจากต่างประเทศ

ดังนั้นการที่จะขยายขนาดตลาดของผ่านานนั้น ควรมีการปรับผลิตภัณฑ์ให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ทำผลิตภัณฑ์อื่นได้ เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและมีความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น ตลอดจนลดตายและสีสรรของผ่านานก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน ในขณะเดียวกัน ทิศทางในการพัฒนาผ่านานเพื่อส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งนั้น ควรจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น และควรคงความเป็นเอกลักษณ์ให้คงเดิม ทั้งนี้การเข้าไปแข่งขันในตลาดนั้น ควรจะมีผู้เชี่ยวชาญ หรือนักออกแบบ เข้ามาช่วยแนะนำและให้คำปรึกษาในด้านการออกแบบ และการเลือกใช้วัสดุคุณภาพให้แก่นักออกแบบ นอกจากนี้ควรให้ความรู้เกี่ยวกับผ้าไทยที่มีความเป็นมาของประเพณีและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันแก่นักออกแบบ เพื่อสร้างความเข้าใจ และสามารถให้คำแนะนำแก่นักออกแบบได้อย่างถูกต้องทิศทาง ทำให้แรงงานสามารถปรับผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดได้ โดยแบ่งเกรดของผลิตภัณฑ์ และวัตถุประสงค์การนำไปใช้ของผู้บริโภค ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับคุณภาพของวัตถุดิบราคา และต้นทุนการผลิต รวมถึงส่งผลให้แรงงานมีงานทำอย่างต่อเนื่อง และสามารถพัฒนาทักษะแรงงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ราคา (Price)

การกำหนดราคามักจะถูกกำหนดโดยผู้ผลิตและผู้ค้าคนกลาง โดยที่ผู้ผลิตมีความเข้าใจในโครงสร้างของต้นทุนน้อยมาก กำไรและรายได้ส่วนมากตกกับผู้ค้าคนกลาง ราคาที่จำหน่ายในท้องตลาดค่อนข้างคงที่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ขาดจุดขายที่เด่นชัด และมีความคล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์ที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนลาว คุณภาพที่แตกต่างกันประเมินได้ยากด้วยสายตา ราคาของผลิตภัณฑ์ที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนลาวจึงเป็นตัวกำหนดราคาพื้นฐาน เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของประเทศลาวมีคุณภาพต่ำกว่าผลิตภัณฑ์จากประเทศไทย ตลอดจนการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้นด้วย

ช่องทางการจำหน่ายและการกระจายสินค้า (Distribution)

ผ่านานและผลิตภัณฑ์ประกอบผ่านานมีการขายปลีกผ่านทางร้านค้าต่างๆ ในปริมาณหนึ่งในสามของผลผลิตทั้งหมด ส่วนที่เหลือเป็นการรับจ้างผลิตเพื่อทำการส่งออกหรือมีการนำไป

ประกอบกับผลิตภัณฑ์อื่นๆเช่นटकแต่งบ้าน ฯลฯ ลักษณะการค้าขายโดยทั่วไปยังคงใช้ลักษณะการ
ขายผ่านช่องทางแบบเดิมเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการขยายตัวตามแนวดิ่ง (Vertical integration) โดยการ
ขยายตัวไปข้างหน้า (Forward Integration) เริ่มมีมากขึ้นเช่นการดำเนินกิจกรรมการขายเองโดยการ
เปิดเป็นร้านค้าปลีก หรือมีการส่งตรงถึงผู้ค้าปลีกเองเพื่อเป็นการเพิ่มกำไรที่เดิมต้องจ่ายให้กับนาย
หน้า นอกจากนี้ทางร้านค้าปลีกรายใหญ่ๆก็เริ่มมีการขยายตัวแบบถอยหลัง (Backward Integration)
ไปก่อตั้งกลุ่มทอผ้าเพื่อเป็นการลดต้นทุน และเป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์
ถึงกระนั้นก็ดี เจ้าของธุรกิจผ้าไทย นักออกแบบ และนักวิชาการ ส่วนใหญ่ต้องการให้มีศูนย์การ
กระจายและการจำหน่ายสินค้า ทั้งนี้สามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดจำหน่ายและการ
กระจายสินค้า เพื่อให้ถึงผู้บริโภคได้รวดเร็ว สะดวก และประหยัด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผ่านานและผลิตภัณฑ์ประกอบผ่านานมีการส่งเสริมด้วยตนเองน้อยมากส่วนใหญ่ได้รับ
การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐบาลในการจัดนิทรรศการต่างๆ และการออกร้านทั่วไป การส่งเสริม
ทางด้านอื่นมีน้อยมาก อาทิเช่นการลดราคาที่ร้านค้าปลีก การฝากขายตามแหล่งท่องเที่ยว
ทั่วไป การส่งเสริมการตลาดคงต้องมีการพัฒนาไปอีกมากเพื่อเป็นการเรียกร้องความสนใจของผู้
ซื้อ ประกอบกับเป็นการให้ความรู้แก่สาธารณชนเพื่อที่จะสร้างความเข้าใจและเป็นการเพิ่มคุณค่า
ให้กับผลิตภัณฑ์ในสายตาของผู้บริโภคมากขึ้น และควรนำสื่อเข้ามาช่วยในด้านการส่งเสริมการ
ตลาด เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ โดยเน้นการลงนิตยสาร จัดร้านโชว์ แฟชั่นโชว์

5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับทักษะแรงงานในการผลิตผ้าไทยในอนาคต

ทักษะแรงงานในการผลิตผ้าไทยในอนาคตนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของผ้าไทยในปัจจุบัน
และความต้องการในอนาคต รวมทั้งศักยภาพของแรงงานปัจจุบัน กล่าวโดยสรุปแล้วทักษะแรง
งานที่ควรพัฒนาให้มีศักยภาพมีดังนี้

1. ทักษะแรงงานพื้นฐาน เช่น ฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษ และคอมพิวเตอร์ เพื่อ
พร้อมที่จะรองรับการเพิ่มศักยภาพ
2. ทักษะด้านการผลิตสินค้า เพื่อสร้างมาตรฐานและคุณภาพ
3. ทักษะด้านการสร้างความแตกต่าง เช่น การออกแบบ สี ลวดลาย บรรจุภัณฑ์ เพื่อให้
ให้เป็นที่ต้องการของตลาด โดยอาศัยความร่วมมือจากนักออกแบบหรือนักวิชาการ
4. ทักษะในการวางแผนการตลาดอย่างมีระบบและต่อเนื่อง เพื่อให้ธุรกิจการผลิตผ้า
ไทยในอนาคตมีความยั่งยืน เช่น การแบ่งกลุ่มตลาด และการเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย การเจาะ
ตลาด และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ รวมทั้งต้องสามารถวางแผนการตลาดได้
5. ทักษะในการถ่ายทอดทักษะการผลิต เพื่อให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้อย่าง
ต่อเนื่อง

ศักยภาพและการอยู่รอดของผ้าไทยในอนาคตนั้น นอกเหนือจากจะขึ้นอยู่กับทักษะแรงงานดังที่กล่าวแล้วข้างต้น ยังขึ้นอยู่กับทักษะแรงงานอื่น ๆ เช่น การพัฒนาทัศนคติของผู้ผลิตที่มีต่อธุรกิจการผลิตผ้าไทย ทักษะในการคำนวณและการบริหารต้นทุน รวมถึงทักษะในการสร้างสัมพันธ์ภาพกับผู้ที่เกี่ยวข้อง อันจะนำมาซึ่งความร่วมมือและความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไทยให้ยังคงดำรงความเป็นเอกลักษณ์ ตลอดจนให้มีศักยภาพในการแข่งขันทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศต่อไป

Executive summary

I. Introduction

Human resource is a crucial factor in a production process. However, most developing countries have common human resource problems: low skill, inappropriate policy and plan in relation to the market demand for human resources. Generally, production of any product must be based on consumer's demand. (McKitterick., 1957). This is common to the production of human resources. If the future demand for human resources can be identified, a plan for their production is possible. In order to seek the future human resource demand, it is necessary to assess the current labor skills in the production of products or their similarities, to understand the production process, the market and the future consumer demand for associated goods and services (Koselka, 1992; Strom, 1993).

In general, unique products are usually highly competitive in a niche market (Gardner and Levy: 1955; Linneman and Staton, 1991). Thai textile products are characterized for their uniqueness and their cultural values. Improved quality will enable the products to become more desirable. This will require higher labor skills, appropriate quality of raw materials and technology according to the production process. The knowledge of consumer demand and trends is necessary to determine target markets. The information is important for human resource and production technology development planning according to the national objectives of social and economic development plan. Due to the fact that there are varieties of Thai traditional textile products in different localities, the study selected the hand-woven textile products of Nan Province to demonstrate how future labor skills can be identified for a potentially niche product.

Traditional Thai textile product is a handicraft of which the skills and product patterns have been passed on from generation to generation. In Nan, the traditional product patterns, particularly, Nam Lai (Water Pattern) and other older ones are prides of the province. All patterns are unique and specialized of Nan. Seven major traditional patterns are Sin Kum Kerb, Sin Pong, Sin Man, Sin Kad Gan (Mat Gan), Sin Yok Dok, Sin Nam Lai, and Thai Lue. These patterns were developed from the ancient time using local technology. Overtime they have been modified to modern styles, weaving technology, dying but yet remain the unique and fine characteristics which should be conserved and passed on to the future generation. Nan traditional textile products are symbols of the overall Thai heritage. They are well known and widely used. The products appear in the market as cloth and modified textile goods. They are relatively important source of income secondary to income from agricultural work.

2. Research methodology

The study planned for 2 phases:

2.1 Phase I: Review the traditional textile industry in Nan from secondary sources. Structured questionnaires were employed to collect information from 4 groups: leaders of textile products/weaving groups, textile product producers, supporting agencies, and distributors. The samples were randomly selected. There were 64 weaving groups in Nan. Three districts were selected for the study: Tung Chang, Pua, and Viang Sa. Weaving Group Leaders of selected groups were interviewed. Other groups were interviewed in the fieldwork during 12 May to 16 June 2000. Descriptive statistics were used to analyze the results.

2.2 Phase II: Future perspectives of Thai textile industry. Delphi method was applied in 2 rounds to collect the future perspectives from various experts and stakeholders of traditional Thai textile products. The objective is to collect information on the market trend, competitiveness and required skill needs for the future. The method aimed to seek consensus result of research based on freedom and uninfluenced responses in the first round. Then the results were synthesized and analyzed to set close-ended questions in the second round to establish consensus. In this study 60% majority was used for consensus based on Flanders's technique (Flanders, 1989).

The first round took place from 28 November 2001 to 2 April 2002. The second round was conducted from 13 June to 16 August 2002. Twenty one experts were used in the Delphi sessions. Out of all experts, thirteen are owners of the business, four were academics and the remaining four were designers.

3. Findings of the research

3.1 Phase I

In this phase, basic information was collected to describe the labor skill, market and the production of the traditional textile industry in seeking to identify the future labor skill needs. The market size was about 60 million baht per year. Three most commercialized patterns in terms of income from cloth products were Nam Lai, accounted for about 35%, Thai Luc about 33%, and Sin Pong, about 23%. There were 64 traditional weaving groups in Nan. All were developed primarily by their own initiatives with little support, unsystematic training. The knowledge and skills were transferred by mainly traditional means, from relatives in the families and peers in the weaving groups. The majority of the weavers have primary education and are in average age of 35-45 years with average work of 6.16 years. Most weaving groups lack marketing skills and mainly rely on the distributors and middleman. Marketing activities are only in the basic stage and unsystematic. There is little attempt in product promotion. Besides, products are imitated, thus competing with each other. As a result, traditional textile producers tend to be price takers rather price setters. The price depends on the market rather than on its use and craftsmanship value.

3.2 Phase II

This phase explored the future demand for traditional textile products and skill needs based on Delphi method.

The findings are summarized as follows:

- Nan traditional textile market can be expanded providing that there is product improvement and upgraded production techniques in all stages. Designing and designers are important additional inputs for product improvement, but presently are negligible.
- There is a strong need for more systematic marketing.
- Nan traditional textile is unique with fine and beautiful pattern, which is the strength. Although there is no apparent weakness, there is a need to assess the color and styles of pattern that may not be attractive to consumers.
 - Direction for improvement to increase the competitiveness of the industry in the future is to improve standard and identity of the products.
 - The role of designers should be more appreciated and become key inputs in the production.
 - More systematic, well-planned and active marketing strategies particularly in fashion business such as exhibition in showroom, fashion shows and magazines are important.
 - Products should be distributed and sold through distribution centers.
- Consumer groups may not be different from the existing groups.
- In future competition, business must segment the market and select appropriate target market by emphasizing marketing practices, promotions and offering unique merchandize.
- Existing labor skill can be upgraded by following expert's advice and incentive development, labour skill transfer, standard setting and creative design ideas.
- Government and private agencies should have more role in skill development.
- Competitors in the future will remain within the country.

4. Future perspectives of the market and labor skills

4.1 Market segmentation

Market of traditional textile product in Nan is relatively small in comparison with the total textile market. The product is sold through mass marketing. There are multiple market outlets and target market is absent. The products are repetitive and produced by traditional skills that have been transferred from forefathers rather than by responding to market demand. The production aims at volume and mass production rather than at quality, designs, and styles. But because the products require a long production time and fine skills, hence, little support has been provided to promote the activities. However, exporters and foreign distributors started to enter the industry by using their marketing skills,

production designs to modernize and diversified products with mixed skills of various local specializations. Therefore some of the traditional patterns have been lost and neglected.

The characteristics of marketable products are based on their application and use benefits. Higher value added products are mainly in garments, accounted for 79.22%, and the rest are decorative textile-related products. The latter emphasizes the use value by consumers, primarily local and foreign tourists. But the market for textile-related products are not well developed.

4.2 Targeting

Distributors and middlemen mainly decide the markets for producers. So far, they concentrate largely on the local market and Thai consumers only. Markets other than the traditional cloth and textile-related products, such as furniture and decorations have high potentials but have been untapped.

4.3 Positioning

There is no clear positioning of Nan textile products as a result of mass production and the complacency of inherited technology. Little effort has been devoted to the research and development of brand and quality, essential for marketing. Specific market targets and clear positioning will be useful to promote the traditional textile products.

4.4 Market Mix

There could be at least two markets: markets for traditional/cultural products which aim to conserve and promote traditional patterns, unique products, and market for modified traditional textile products which should emphasize on marketing both inside and outside Thailand.

4.5 Product

Products are produced as a part of the old tradition to weave for personal or family uses, or in response to market demand. Little attention is paid on the product quality. Purchasers cannot identify significant differences of traditional textile products from various sources, partly as a result of extensive imitations and their similarities. New products are highly subject to imitations which may be one of the factors that discourage new innovations. The only difference mattered seems to be product prices. Some new designs and brand name development have just recently begun, particularly among retailed and foreign owned stores.

An expansion of Nan traditional textile market will require more extensive applications. Nan traditional cloth is transformed into related-textile products to provide larger consumer choices. Nan textile already has the advantages in the unique designs and colors which will be attractive for textile-related products. Focus should be placed on product quality and standards. Effort to maintain the uniqueness and identity of Nan textile should be encouraged. At the same time, textile experts and designer should work closely to advise producers in the production process from the stage of raw material to product designs and marketing. Experts and designers should have better comprehension of the traditional and cultural evolution for Thai textile industry to provide appropriate advice and direction to producers according to the market demand and trends. Producers should be aware of the necessity of product grading and consumer's tastes and

values to determine their production process, to select raw materials and related prices, as well as cost accordingly. Advice from experts can also help in creating continuity of work and of skill development.

4.6 Price

Product prices are usually determined by producers and distributors or the middleman. Producers have little understanding of the cost structure. A larger part of profit and income benefit the middle persons. Since products are not distinctively different, the price received by producers are relatively uniformed, and hence the price of products. Apart from the similar local products, there are even cheaper competing substitutes from Laos. Basically, the middleman and distributors set their purchase price on Lao products. This practice puts Thai producers and products at disadvantage even if the quality of Thai products is generally higher. For the middleman, quality is not a basis of their purchase price. In fact, to be fair, the price should be based on the quality. Since, Thai producers have little market skills and experience and may be unwilling to devote time for marketing, they have low bargaining power. Additionally, weaving is an off-farm income-generating activities supplementing income from agricultural work, the producers do not feel serious about it. Their main concern is with their agricultural products.

4.7 Distribution

A large proportion of traditional textile products is mass production for contracted business destined for exports. Only one-thirds is for retail distribution. It is possible to observe vertical integration with forward linkage as well as backward links created by the distributors. In some areas, distributors have rather close links with the contracted producers in securing the markets as well as providing necessary production inputs. Therefore, the formerly free weavers become hired weavers. However, recently, with networks of friends and relatives in other provinces, producers are beginning to expand forwardly to do their own distribution to capture higher profits formerly gained by the middleman. Some of the large retail stores expand their business toward backward integration by forming owned textile producer groups to reduce the cost, to have some control of the production and to increase value added of products. Most of the producers and distributors expressed a desire to have a center for product distribution and sales with application of new technology to speed up the distribution and flows of business between the producers and consumers.

4.8 Promotion

Nan textile producers have not actively taken many initiatives to do own sale promotion. They mainly depend on the official departments to organize exhibition and trade fair. There are more rooms to promote markets such as product sales and displayed at larger tourist attraction sites. Product promotion should be more active to expand markets and attract consumers by educating and introducing Nan products in the market. There must be more creativity to increase the value added of the conventional textile products. Modern technology should be applied to increase promotion and to target specific markets, particularly higher end markets. More extensive use of different means and media as product displayed and advertisement in fashion shops and magazines is advantageous for sale promotion and marketing.

5. Policy recommendation

The future labor skills and their demand depend on the characteristics of the current traditional Thai products.

In summary the labor skills in this industry should be developed in the following ways:

1. Development of basic skills: speaking, listening, reading and writing Thai, English and computer languages, must be prepared to build higher skills.
2. Higher skills to upgrade quality and product standards.
3. Promotion of creativity and skills to develop new product development, new styles, new designs and styles, and improved quality based on markets and consumer's preferences. Such skill development will require collaboration and close links between producers, business, researchers/academics, and designers.
4. Skills in systematic, well-designed and strategic marketing with continuity over different period times.
5. Skill in technology and knowledge transfer of the traditional textile production should be developed and promoted for appropriate and continuous skill transfer.

The survival and sustainability of the traditional Thai textile industry depend not only the labor skills related to production and marketing, but also the labor's business attitude, technical skills in mathematics and sciences, management skill in cost/resource administer, and public relation skills to promote cooperation and collaboration with various stakeholders. All these skills are essential for the competitiveness capacity of Thai textile products to fully exploit their product identity and uniqueness in the local and international markets.

บทที่ 1

บทนำ

1.1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ทรัพยากรมนุษย์นับเป็นทรัพยากรที่สำคัญในกระบวนการผลิต ปัญหาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งประเทศกำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้ สืบเนื่องจากคุณภาพของแรงงานที่ต่ำ การพัฒนาและเพิ่มทักษะในการทำงานโดยไร้ทิศทางหรือไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เป็นที่ทราบโดยทั่วไปแล้วว่าในการผลิตสินค้าหรือบริการใด ๆ นั้นต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (McKitterick., 1957) ดังนั้นหากเราสามารถหาลักษณะของทักษะแรงงานที่ต้องการในอนาคตได้ ย่อมทำให้เราสามารถวางแผนในการพัฒนาแรงงานที่สนองตอบต่อความต้องการนั้นๆ ได้ การที่จะค้นหาลักษณะของทักษะแรงงานในอนาคตได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจในกระบวนการผลิต ตลาด และกลุ่มผู้บริโภคของสินค้าที่ต้องการในอนาคต (Koselka, 1992; Strom, 1993) รวมทั้งต้องทราบสภาพลักษณะ ปริมาณและคุณภาพของทักษะแรงงานที่มีอยู่ในปัจจุบันในการผลิตสินค้านั้น หรือสินค้าที่ใกล้เคียงกัน

สินค้าใดก็ตามที่มีความแตกต่าง และมีความเป็นเอกลักษณ์ในตัวเองย่อมสามารถแข่งขันในตลาดที่มีความพิเศษ (Niche market) ได้ง่าย (Gardner and Levy; 1955; Linneman and Staton, 1991) ผ้าไทยจัดได้ว่าเป็นสินค้าที่มีความแตกต่างและมีความเป็นเอกลักษณ์ไทยประการหนึ่ง การพัฒนาคุณภาพของผ้าไทยให้มีคุณภาพสูงขึ้น และการพัฒนาฝีมือแรงงานในการผลิตผ้าไทยเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาดและการสร้างมูลค่าเพิ่มของไทย ย่อมเป็นสิ่งที่ควรได้รับความสนใจ ปัจจุบันนี้ยังไม่มีรายงานการศึกษาใดที่ระบุถึงสภาพตลาดของผ้าไทยที่มีลักษณะความต้องการของผู้บริโภคต่อผ้าไทยที่เผยแพร่ต่อสาธารณชน ที่พบเห็นโดยทั่วไปคือ การรณรงค์ให้ประชาชนหันกลับมาใช้ผ้าไทยมากขึ้น เพื่อดำรงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ไทย หากผ้าไทย และผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยต้องพัฒนาคุณภาพให้เทียบเคียงคู่แข่ง จำต้องมีแรงงานที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับกระบวนการผลิต รวมทั้งเทคโนโลยีและวัตถุดิบที่มีคุณภาพ นอกจากคุณภาพของผ้าไทยที่ต้องได้รับการพัฒนาแล้ว ในการแข่งขันทางการตลาดจำเป็นต้องทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคต่อผ้าไทย และผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยว่ามีแนวโน้มเป็นเช่นไร ตลาดใดที่ควรเข้าไปแข่งขัน เพื่อนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาคุณภาพของทักษะแรงงาน และเทคโนโลยีในการผลิตให้เหมาะสม และสอดคล้องกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนของประเทศต่อไป

เนื่องด้วยผ้าไทยทอมีอนันต์มีเทคนิคการผลิตหลากหลายวิธี และแต่ละท้องถิ่นมีผ้าทอที่มีคุณลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนแตกต่างกันไป (ทบวงมหาวิทยาลัย, 2541) การหาทักษะแรงงานในอนาคตสำหรับการผลิตผ้าไทยทอมีทั้งหมดที่ผลิตขึ้นในประเทศไทยนั้นย่อมเสียเวลา

และค่าใช้จ่ายจำนวนมาก การศึกษานี้จึงเลือกศึกษาเฉพาะผ้าไทยทอมือที่ผลิตขึ้นในจังหวัดน่าน เพียงจังหวัดเดียวเป็นกรณีตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นกระบวนการในการค้นหาลักษณะของตลาดของผ้าไทย และผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในอนาคต และการนำผลการศึกษามาใช้ในการหา ลักษณะทักษะของแรงงานสำหรับการผลิตผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์

ระยะที่ 1

1. เพื่อวิเคราะห์ตลาดของผ้าไทย และ ผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย ที่ผลิตในจังหวัดน่านในปัจจุบัน
2. เพื่อหา ลักษณะและทักษะของแรงงานที่ผลิตผ้าไทย และ ผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย รวมทั้งกระบวนการในการผลิตแรงงานที่ใช้ในการผลิตผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในจังหวัดน่านในปัจจุบัน

ระยะที่ 2

3. เพื่อวิเคราะห์หาลักษณะและการเปลี่ยนแปลงของตลาดผ้าไทยที่ต้องการผลิตในอนาคต รวมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตลาดดังกล่าว
4. เพื่อหาลักษณะทักษะของแรงงานที่ต้องการในอนาคตในการผลิตผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในจังหวัดน่าน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ผ้าไทย หมายถึงผ้าที่ทอด้วยมือไม่ว่าจะทำด้วยวัสดุใดก็ตาม และต้องผลิตขึ้นภายในชุมชนนั้นๆ

ระยะเวลาที่คาดการณ์ตลาดผ้าไทยในอนาคตเป็นเวลาเพียง 5 ปี

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ลักษณะของตลาดผ้าไทย และผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทย รวมทั้ง เทคโนโลยีที่ต้องใช้ในการผลิตผ้าไทย และผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยในอนาคต
2. ลักษณะและทักษะของแรงงานที่ต้องการในอนาคตในการผลิตผ้าไทยและผลิตภัณฑ์ประกอบผ้าไทยของจังหวัดน่าน
3. รูปแบบและกระบวนการในการค้นหาลักษณะ และทักษะของแรงงานที่ต้องการในอนาคตที่ตรงตามความต้องการของตลาด ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชุมชนและสินค้าอื่นได้ อันจะทำให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นไปอย่างเหมาะสม

บทที่ 2

ความเป็นมาของงานวิจัย

2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาตลาดของผ้าไทยในปัจจุบันยังไม่ได้รับการสนใจจากหน่วยงานใด ทั้งในภาครัฐหรือภาคเอกชน ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะตลาดที่เป็นตลาดเล็กและกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ (fragmented) ผ้าไทยมีคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เช่น กลุ่มชนที่มีเชื้อสายลาว กลุ่มชนเชื้อสายผู้ไท จะนิยมทอผ้าจิด กลุ่มชนเชื้อสายโยนกซึ่งอยู่ทางตอนเหนือของประเทศจะนิยมการทอจก และการยก กลุ่มชนเชื้อสายเขมรบริเวณอีสานตอนใต้ ในจังหวัดสุรินทร์และบุรีรัมย์ นิยมการทอผ้ามัดหมี่ เป็นต้น การทอผ้าและการคิดประดิษฐ์ลวดลายลงบนผืนผ้านั้นมีหลายรูปแบบ มีรายละเอียดแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความนิยม ความเชื่อ วัตถุดิบที่หาได้ และประเพณีของกลุ่มชนนั้นๆ ผ้าไทยทอมีมากมายหลายชนิด มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น ผ้ามัดหมี่ ที่ขอนแก่น ผ้าซิ่น ที่หาดเสี้ยว ผ้าตีนจก ที่ลพบุรี ที่หาดเสี้ยว หรือที่ราชบุรี ผ้ายกที่ลพบุรี โดยผ้าที่ผลิตในแต่ละท้องถิ่นจะมีลวดลายและวิธีการในการทอแตกต่างกัน (ทววงมหาวิทยาลัย, 2541)

การถ่ายทอดแบบลวดลายและวิธีการทอผ้านั้นไม่มีหลักการที่แน่นอน มักจะเป็นการถ่ายทอดจากช่วงอายุหนึ่งไปยังอีกช่วงอายุหนึ่งเท่านั้น การดำเนินงานผลิตมีลักษณะเป็นแบบธุรกิจครอบครัวเรือน (cottage business) (Cohen, 2000) คล้ายกับธุรกิจการทำอาหาร การทำขนมไทย หรือการทำด้วยขามเบญจรงค์ ซึ่งธุรกิจเหล่านี้มีการส่งเสริมอย่างมาก นอกจากการส่งเสริมของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในพระบรมราชูปถัมภ์ที่ได้ดำเนินการเป็นรูปธรรมมานานแล้ว กลุ่มสตรีบางหมู่บ้าน อาทิ กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านทุ่งจั่ว หมู่ 2 ตำบลสถาน อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายได้รวมตัวกันถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าให้แก่สตรีในหมู่บ้านนั้นๆ และร่วมกันผลิตผ้าออกจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับความช่วยเหลือจากศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานของจังหวัดนั้นในด้านเทคนิคการทอ การให้สีสันทนและลวดลายต่างๆรวมทั้งการบริหารจัดการกลุ่มด้วย (อาภากร ว่องเขตกร, 2543)

ขนาดและศักยภาพของตลาดมีการศึกษาน้อยมาก มีแต่เป็นเพียงส่วนย่อยๆของการศึกษาธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย (นิพนธ์ พัวพงศกร, 2539) ซึ่งการศึกษาของธุรกิจสิ่งทอไม่ได้เน้นธุรกิจแบบครัวเรือนแต่เป็นการศึกษาธุรกิจขนาดใหญ่ เน้นการผลิตโดยอาศัยเครื่องจักรเป็นหลัก โดยมุ่งหวังในการส่งออกและการตลาดแบบการตลาดมวลชน (Mass Marketing) การที่ผ้าไทยทอมีได้รับการส่งเสริมน้อยนอกจากจะทำให้ศิลปวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นหายสาบสูญไปแล้ว ยังเป็นการเสียโอกาสของเศรษฐกิจท้องถิ่นอีกด้วย เศรษฐกิจในท้องถิ่นนั้นสามารถเลี้ยงตนเองได้หากมีการศึกษาศักยภาพของผ้าไทยหรือหัตถกรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ทางคณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาลักษณะของตลาดผ้าไทยทอด้วยมือและสินค้าหัตถกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ดำรง

ความเป็นเอกลักษณ์ (uniqueness) ของสินค้านั้นไว้ หากไม่ได้รับการสนับสนุน ความคิดสร้างสรรค์ของคนและแรงงานฝีมือของคนในท้องถิ่นนั้นก็พลหายไป หากคนในท้องถิ่นหรือภาครัฐไม่ตระหนักถึงความสำคัญนี้ ธุรกิจในครัวเรือนก็จะเหือดหายไปและแรงงานต่างๆ ก็จะถูกพัฒนาเพื่อมุ่งไปสู่การผลิตแบบมวลชน (Mass production) ซึ่งเป็นการผลิตสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกันและผลิตเป็นจำนวนมากๆ การตลาดและการผลิตในลักษณะดังกล่าวนี้เป็นการทำลายคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าในสายตาของผู้บริโภค

คำถามที่พบคือจะทำอย่างไรที่จะรักษาลักษณะตลาดที่เป็น fragment และความเป็นเอกลักษณ์นี้ไว้ได้ ตลาดประเภทนี้มีศักยภาพมากน้อยเพียงใด แรงงานฝีมือสำหรับธุรกิจนี้มีความยั่งยืนเพียงใด ซึ่งการพัฒนาทักษะแรงงานโดยไม่คำนึงถึงศักยภาพของสินค้าย่อมเป็นการลงทุนที่เปล่าประโยชน์ ดังนั้นเราจำเป็นต้องหาคำตอบสำหรับคำถามนี้เพื่อใช้ในการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ต่อไป

มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในพระบรมราชูปถัมภ์นับได้ว่าเป็นหน่วยงานที่สำคัญ ที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตผ้าไทยทอมือและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมต่างๆ ในที่นี้จะกล่าวถึงประวัติของมูลนิธิพอสังเขป ลักษณะของชุมชนในภาคเหนือ การสืบทอดวัฒนธรรมการทอผ้าและตัวอย่างของผ้าทอมือที่มีการผลิตขึ้นในภูมิภาคนั้น

2.2 มูลนิธิส่งเสริม ศิลปาชีพในพระบรมราชูปถัมภ์ (ทบวงมหาวิทยาลัย , 2541)

เมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถทรงเสด็จพระราชดำเนินไปเยี่ยมประชาชนในต่างจังหวัดในแถบอีสาน ราษฎรจะแต่งกายด้วยผ้าพื้นเมืองที่ทอขึ้นเองมารับเสด็จ สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ทรงเห็นชาวอีสานนุ่งผ้าไหมมัดหมี่ ทรงซาบซึ้งในความงดงามของผ้าไหมมัดหมี่เป็นอย่างมาก ทั้งยังทรงเห็นว่างานศิลปะที่ชาวบ้านรู้จักและสืบทอดกันมาแต่รุ่นบรรพบุรุษ และยังใช้ในชีวิตประจำวัน ถ้าได้รับการส่งเสริมเป็นอาชีพ จะเหมาะสมที่สุด จึงทรงสนับสนุนให้ชาวบ้านทอผ้ามัดหมี่เพื่อการจำหน่าย โดยสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ จะทรงรับซื้อไว้เพื่อนำไปเผยแพร่และหาตลาดให้ชาวบ้านด้วย การทอผ้ามัดหมี่ในอีสานได้ขยายไปยังงานศิลปหัตถกรรมฝีมือคนไทยทุกภาค มีทั้งงานที่ง่ายและยาก ที่ต้องใช้ฝีมือ เวลา และความอดทน เช่น เครื่องเงิน เครื่องทอง เครื่องถม เครื่องจักรสานและเครื่องแกะสลักที่ประณีต การพัฒนาอาชีพด้านหัตถกรรมนี้เป็นพระปณิธานของสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ที่ทรงมุ่งหวังจะช่วยเหลือคนไทยที่ยากจนในท้องถิ่นให้มีรายได้เพิ่มขึ้นเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น

นอกจากนี้สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ยังทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ท่านผู้หญิงสุประภาดา เกษมสันต์ ราชเลขานุการในพระองค์สมเด็จพระบรมราชินีนาถ และคุณหญิงจรูญจิตต์ ทิยะระ นางสนองพระโอษฐ์ ออกไปรับซื้อผ้าไหมมัดหมี่จากชาวบ้าน ในจังหวัดนครพนม ร้อยเอ็ด มหาสารคาม กาฬสินธุ์ สุรินทร์ บุรีรัมย์ ฯลฯ และยังทรงตรวจคุณภาพผ้าไหมที่ออกไปรับซื้อ และพระราชทานคำแนะนำ

นำให้ชาวบ้านขายพืชมทอผ้า เพื่อจะได้มีหน้ากว้างตามมาตรฐาน และให้ทอดติดต่อกันยาวขึ้น แทนที่จะทอเป็นตุ่งๆ ส่วนด้านคุณภาพนั้นได้ทรงพระราชทานคำแนะนำให้ทอให้แน่นและ รมักระวังเรื่องการย้อมเพื่อให้สีเสมอกันและมีคุณภาพดี

สำหรับในด้านการเผยแพร่ผ้าไหมมัดหมี่ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวาง สมเด็จพระกรุณา ให้จัดจำหน่ายผ้าไหมมัดหมี่ในเขตพระราชฐานเนื่องในโอกาสต่างๆ ที่มีผู้มาเฝ้าฯ จำนวนมาก และโปรดให้มีการแสดงแบบเสื้อ โดยเชิญทั้งแขกชาวไทยและต่างประเทศ เพื่อให้คนมีความคิดว่า ผ้าไหมมัดหมี่นี้ ไม่ใช่ผ้าไทยจะใช้เป็นผ้านุ่งเพื่อไปวัดเท่านั้น

นอกจากความพยายามในการเผยแพร่ผ้าไหมมัดหมี่ให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางในประเทศแล้ว สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวยังมีพระวิริยะอุตสาหะเสด็จฯ ไปทรงเผยแพร่ด้วยพระองค์เองในต่างประเทศ อาทิ พระองค์ได้เสด็จพระราชดำเนิน ไปยังหลายรัฐในประเทศสหรัฐอเมริกา และได้จัดให้มีการแสดง แบบเสื้อที่เมืองดัลลัส ซึ่งทำให้ชาวอเมริกันสนใจและชื่นชมในความงดงามของผ้าไหมมัดหมี่เป็นอย่างมาก หรือการเสด็จพระราชดำเนินไปฝรั่งเศส ที่ทำให้คนยุโรปได้มีโอกาสชื่นชมกับผ้าไทยและ หัตถกรรมของไทย ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงเป็นผู้นำที่ สำคัญในการพัฒนาและอนุรักษ์ผ้าไทยให้กลับมามีบทบาทและรับใช้ชีวิตของคนไทยอีกครั้งหนึ่ง

เมื่อทรงช่วยเหลือราษฎรมาเป็นเวลานานพอสมควร มีงานที่ขยายกว้างขวางขึ้น จึงมีผู้กราบ บังคมทูล ขอให้ทรงจัดตั้งเป็นมูลนิธิ จึงเป็นที่มาของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ใน สมเด็จพระนาง เจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยวัตถุประสงค์หลักของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ คือส่งเสริมให้ ชาวบ้านหารายได้พิเศษ โดยเฉพาะชาวนา ชาวไร่ และราษฎรผู้มีรายได้น้อย ให้มีความรู้เกี่ยวกับการ ทำงานจักสาน การทอผ้า การเลี้ยงปลา และการเกษตรต่างๆ

ผู้ที่ทราบว่ามีมูลนิธิฯ ทำงานด้านนี้จึงมาขอความร่วมมือให้มูลนิธิฯ ช่วยอนุรักษ์งานศิลป หัตถกรรมที่หายากเพิ่มขึ้น ครูและผู้มีฝีมือได้เข้าร่วมส่งเสริมศิลปะโดยการถ่ายทอดความรู้แก่ สมาชิก ดังนั้นมูลนิธิศิลปาชีพฯ จึงเป็นศูนย์กลางของผู้มีฝีมือทางหัตถกรรมไทยจำนวนมาก

ปัจจุบันมูลนิธิฯ มีโครงการส่งเสริมศิลปาชีพในภาคต่างๆ มากมาย ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะ โครงการในภาคเหนือที่เกี่ยวข้องกับการทอผ้าเท่านั้น

ลักษณะของชุมชนและโครงการศิลปาชีพในภาคเหนือ

ภาคเหนือของประเทศไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมต่างจากภาคอื่นๆ ของประเทศ กลุ่มคนหลายเชื้อชาติที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วยชาวพื้นราบและ กลุ่มชาวเขา แบ่งเป็น กลุ่มไทวน กลุ่มไทลื้อ กลุ่มไทใหญ่ และชาวเอเชีย เช่น ชาวจีน มุสลิม และอินเดีย ส่วนชาวเขาแบ่งเป็น ม้ง เย้า มูเซอร์ ลีวอ กะเหรี่ยง ลัวะ ถิ่น และขมุ

การสืบทอดทางวัฒนธรรม

ภาคเหนือของประเทศไทยเรา ในสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีชื่อว่า “ล้านนา” และปกครองกันแบบวัฒนธรรมเจ้า และได้รับภูมิปัญญาทางด้านศิลปหัตถกรรมแบบ “ วัฒนธรรม

เจ้า” โดยเฉพาะด้านการทอผ้า ผ้าทอที่ใช้เป็นหลัก คือ ผ้าฝ้ายที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ส่วนผ้าทอที่ผู้ทอต้องมีฝีมือเป็นพิเศษ คือ การทอตีนจก

ศิลปหัตถกรรมของการทอผ้าชาวเหนือสืบทอดมาตั้งแต่ ในสมัยพระราชชายา เจ้าดารารัศมี (พ.ศ. 2417-2476) ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยได้มีการตั้งโรงทอสำหรับทอผ้าที่นครเชียงใหม่จำนวน 20 หลัง และทรงรวบรวมผู้ชำนาญในการทอผ้ายกดอก และขึ้นตีนจกมาทอที่โรงทอที่ทรงตั้งขึ้น และในสมัยของ เจ้าพงศ์แก้ว ณ ลำพูน ได้ถ่ายทอดความรู้วิชาทอผ้าด้วยกี่พื้นบ้านไว้จนถึงปัจจุบัน

นอกจากที่กล่าวแล้วยังมีการถ่ายทอดความรู้ในการทอผ้าที่ชาวบ้านคิดค้นได้เอง และได้รับการสืบทอดต่อมาตามประเพณีของชุมชน ซึ่งเป็นการสืบทอดประสบการณ์จากอดีตจนถึงปัจจุบัน กลุ่มชนที่อาศัยในภาคเหนือตอนบน คือ ชาวไทยวน จะมีการทอผ้าใช้ในครัวเรือน เช่น ผ้าซิ่น ผ้าเช็ด ผ้าห่ม ผ้าปูที่นอน หมอน มุ้ง เป็นต้น ผ้าทอที่มีชื่อเสียงของกลุ่มไทยวน คือ ผ้าซิ่นตีนจก ที่อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอลอง จังหวัดแพร่ อำเภอตรอน และ อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีชาวไทลื้อ ที่อพยพย้ายถิ่นฐานมาจากดินแดนสิบสองปันนา (มณฑลยูนนาน ประเทศจีน) มาตั้งถิ่นฐานในเชียงใหม่และลำพูน ได้ตั้งชื่อชุมชนตามชื่อในภูมิถิ่นเดิม ชนกลุ่มนี้นิยมทอผ้าลายซิดและลายน้ำไหล สำหรับชาวเขาจะอยู่ในที่สูง นิยมทอผืนลายที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และสามารถแยกได้ว่าเป็นผ้ามาจากเผ่าใด คือ ผ้าทอของชาวม้ง จะแตกต่างจากผ้าของชาวเย้า หรือผ้าของชาวเขาเผ่าอื่น ซึ่งแสดงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง

โครงการศิลปาชีพในภาคเหนือ เริ่มขึ้นที่ตำบลบ้านภาค กิ่งอำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ ในวันที่ 20 กรกฎาคม 2519 โดยให้ราษฎรฝึกทอผ้า โดยเริ่มจากการทอผ้าฝ้ายให้ชำนาญก่อนจึงเริ่มทอผ้าไหม และมีการเย็บปักถักร้อยด้วย ปัจจุบันโครงการศิลปาชีพในภาคเหนือมีถึง 28 แห่ง ในพื้นที่ 8 จังหวัด คือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน 11 แห่ง เชียงใหม่ 9 แห่ง กำแพงเพชร 3 แห่ง และในจังหวัดต่อไปนี้อีกจังหวัดละแห่ง คือ พะเยา ลำปาง แพร่ น่าน และที่อุตรดิตถ์ นอกจากนี้เมื่อสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถทรงเสด็จเยี่ยมเยียนราษฎรจะทรงคัดเลือกราษฎรมารับการฝึกศิลปาชีพ ในโรงฝึกศิลปาชีพ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ หรือที่สวนจิตรลดา

ตัวอย่างผ้าทอมือที่มีชื่อเสียงของภาคเหนือ

ผ้าจก

ผู้หญิงภาคเหนือจะใส่ผ้าซิ่น และผ้าซิ่นนี้จะบอกถึงสถานภาพของผู้ใส่ ผ้าซิ่นของผู้หญิงชาวไท โดยผ้าซิ่นมี 3 ส่วนที่สำคัญ คือ หัวซิ่น ตัวซิ่น และตีนซิ่น ส่วนที่บอกความแตกต่างของผ้า คือ ตีนซิ่น ซึ่งใช้นุ่งในโอกาสพิเศษ เช่น งานพิธี เวลาไปทำบุญที่วัด ตีนซิ่นจะมีลายงดงามแต่งตามเอกลักษณ์และด้วยเทคนิคการทอกลดลาย สีที่งดงามและเรียกว่า ผ้าตีนจก การทอมีโครงสร้างที่แน่นแน่นอน ลาย

แกนอยู่ตรงกลาง ลายประกอบอยู่บนลายแกน ผ้าลายจกที่มีชื่อเสียง อยู่ที่อำเภอ
แม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอทอง จังหวัดแพร่

ผ้าพื้นเมือง

ราษฎรมักจะมีความรู้พื้นฐานการทอผ้า ศูนย์ศิลปาชีพจะสนับสนุนให้อนุรักษ์
การทอผ้าแบบดั้งเดิม คือ ลายเกล็ดเต่า ลายขมุก เป็นต้น

ผ้าไทลื้อ

ชาวไทลื้อ อพยพมาจากแถบประเทศจีนในมณฑลยูนนาน อาศัยในเขต จังหวัด
พะเยา จังหวัดเชียงราย จังหวัดเชียงใหม่ มีผ้าพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น ผ้า
มัดก่าน ลวดลายจิด และการทอด้วยวิธีการเกาะหรือส้าง (ผ้าลายน้ำไหล) ที่มีวิธี
การทอที่เด่นและงดงาม

ผ้ามัดหมี่

การทอผ้ามัดหมี่ในภาคเหนือมักปรากฏในจังหวัดกำแพงเพชร เพราะชาวอีสาน
อพยพมาอยู่กันมากมีการทำเป็นอาชีพเสริม คือ การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และทอ
ผ้าไหม

บทที่ 3

ข้อมูลสรุปและสารสนเทศพื้นฐานของจังหวัดน่าน

จังหวัดน่านตั้งอยู่บนพื้นที่ราบหุบเขา เป็นจังหวัดชายแดนในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 101 ประมาณ 668 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 11,472.07 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 7,170,045 ไร่ และทิศเหนือและทิศตะวันออกติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทิศตะวันตกติดจังหวัดพะเยา ทิศใต้ติดกับจังหวัดแพร่และจังหวัดอุตรดิตถ์

ปัจจุบันจังหวัดน่านแบ่งเขตการปกครองเป็น 14 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ 99 ตำบล 837 หมู่บ้าน 8 เทศบาล 92 อบต. ในปี พ.ศ. 2543 จังหวัดน่านมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 486,093 คน เป็นชาย 240,499 เป็นหญิง 245,594 คนจำนวนผู้ชายคิดเป็นร้อยละ 50.52 และจำนวนผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 49.17 อำเภอเวียงสา มีจำนวนประชากรสูงสุดคือ 71,432 คน (ร้อยละ 14.70) ส่วนอำเภอที่มีจำนวนประชากรน้อยที่สุดได้แก่ อำเภอเฉลิมพระเกียรติมีจำนวนประชากร 8,785 คน (คิดเป็นร้อยละ 1.81 ของประชากรจังหวัดน่าน)

สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดน่านประกอบด้วยภูเขาสูงชันและเทือกเขา (เป็นเนื้อที่ประมาณร้อยละ 85 ของเนื้อที่ทั้งจังหวัด) ทำให้มีที่ดินที่เหมาะสมต่อการกสิกรรมจำนวนจำกัด เนื่องจากมีที่ราบอยู่เป็นส่วนน้อย โดยจะอยู่ในบริเวณที่ราบริมลำน้ำน่านประมาณร้อยละ 9.19 ของเนื้อที่จังหวัดเท่านั้น จังหวัดน่านมีความหนาแน่นของประชากรเท่ากับ 42.56 คนต่อตารางกิโลเมตร

ภูมิอากาศของจังหวัดน่านมีลักษณะเป็นแบบฝนเมืองร้อนเฉพาะฤดู มี 3 ฤดู คือ ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่ปลายเดือนเมษายนถึงราวปลายเดือนตุลาคม ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่ต้นเดือนพฤศจิกายนถึงปลายเดือนกุมภาพันธ์ ส่วนฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่ต้นเดือนมีนาคมถึงปลายเดือนเมษายน อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ยเดือนเมษายน และอุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ยเดือนมกราคม จังหวัดน่านมีฝนตกอยู่ในเกณฑ์ปานกลางฝนตกมากที่สุดเดือนสิงหาคม

จังหวัดน่านมีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 7,170,045 ไร่ หรือ 11,427.07 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูงชันและเทือกเขา ในปี พ.ศ. 2539 จังหวัดน่านที่ได้ประกาศพื้นที่ป่าไม้เป็นป่าสงวนแห่งชาติ มีเนื้อที่รวมกันทั้งสิ้นประมาณ 6,497,231.6 ไร่ จังหวัดน่านจึงมีสภาพเป็นพื้นที่ต้นน้ำที่สำคัญของประเทศและตามสภาพที่เป็นจริงนั้น พื้นที่จังหวัดน่านทั้งจังหวัด คือ แหล่งกำเนิดของแม่น้ำน่านซึ่งหล่อเลี้ยงประชากรที่อาศัยอยู่สองฝั่งแม่น้ำนี้ ตลอดไปจนถึงสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาทั้งสาย นอกจากนั้นแม่น้ำน่านยังเป็นแหล่งน้ำหลักของอ่างเก็บน้ำ เพื่อผลิตพลังงานไฟฟ้า ณ เขื่อนสิริกิติ์อีกด้วย

ทางการคมนาคมขนส่ง ปรากฏว่าจังหวัดน่านสามารถเข้าถึงด้วยระบบการคมนาคมขนส่งถึง 3 รูปแบบคือ ทางถนน ทางรถไฟ และทางอากาศ การเดินทางจากกรุงเทพมหานครมายังจังหวัดน่าน สามารถเดินทางได้โดยใช้ทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 32 มาจนถึงจังหวัดนครสวรรค์ จากนั้นใช้เส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 117 มาจนถึงจังหวัดพิษณุโลก และจากจังหวัดพิษณุโลกให้ใช้เส้นทางหมายเลข 11 โดยจะผ่านจังหวัดอุตรดิตถ์และอำเภอเด่นชัยในจังหวัดแพร่ จากนั้นใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 101 ผ่านจังหวัดแพร่ไปจนถึงตัวจังหวัดน่าน รวมระยะทางประมาณ 668 กิโลเมตร นอกจากการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลแล้ว การเดินทางไปยังจังหวัดน่านยังสามารถเดินทางโดยสารประจำทางโดยขึ้นรถที่สถานีขนส่งสายเหนือ

การคมนาคมทางบกในจังหวัดน่านค่อนข้างสะดวก สามารถเดินทางติดต่อกับอำเภอต่างๆ ภายในจังหวัด และกับจังหวัดใกล้เคียงโดยรถยนต์ส่วนบุคคลและรถประจำทางได้ค่อนข้างสะดวก จังหวัดน่านไม่มีเส้นทางรถไฟตัดผ่านโดยตรง แต่สามารถเดินทางโดยขบวนรถไฟสายเหนือลงที่สถานีเด่นชัยจังหวัดแพร่แล้วเดินทางต่อโดยทางถนนเข้าจังหวัดน่านได้โดยสะดวก จังหวัดน่านมีสนามบินตั้งอยู่ที่อำเภอเมืองซึ่งสามารถเดินทางจากกรุงเทพโดยตรง และยังมีเที่ยวบินมาจากจังหวัดแพร่และจังหวัดพิษณุโลกอีกด้วย มีเที่ยวบินไปประเทศลาว หลวงพระบาง เวียงจันทน์ และเที่ยวบินไป-กลับกรุงเทพฯ น่านสะดวกทุกวัน

ด้านการสื่อสารและการโทรคมนาคมนั้น จังหวัดน่านมีที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขอำเภอ 12 แห่งนอกจากที่ทำการไปรษณีย์ประจำอำเภอแล้วยังมีที่ทำการไปรษณีย์เอกชน (ปณ.อ.) ให้บริการด้านสื่อสารโทรคมนาคมอีกด้วย ในปี พ.ศ. 2542 มีโทรศัพท์ทั้งสิ้น 11,547 เลขหมาย (ที่มา: กองสถิติและรายงานองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย)

ในด้านไฟฟ้า จังหวัดน่านมีหน่วยบริการไฟฟ้าทั้งหมด 13 แห่ง ในปี พ.ศ. 2542 กระแสไฟฟ้าที่ใช้ทั้งสิ้น 118,617,155 หน่วย และมีจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้าทั้งสิ้น 104,857 ราย ปัจจุบันจังหวัดได้รับพลังงานไฟฟ้าจากสถานีจ่ายไฟฟ้าของอีแกต (EGAT) บริการ 36 เมกะวัตต์ มีหมู่บ้านที่มีไฟฟ้าใช้แล้ว 814 หมู่บ้าน คิดเป็น 97.3% ของหมู่บ้านทั้งหมด

จังหวัดน่านมีหน่วยบริการประปา 3 แห่ง ในปี พ.ศ. 2542 มีกำลังผลิตรวมถึง 3,318,550 ลูกบาศก์เมตร โดยได้รับแหล่งน้ำดิบจากแม่น้ำน่าน นอกจากประปาส่วนภูมิภาคแล้ว ชุมชนในหมู่บ้านต่างๆ ยังได้รับน้ำที่เรียกว่าประปาหมู่บ้าน โดยมี 4 หน่วยงานรับผิดชอบ คือ กรมทรัพยากรธรณี กรมโยธาธิการ การมอนามัย และสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท โดยมีโครงการพัฒนาแหล่งน้ำ เฉพาะแหล่งน้ำขนาดเล็ก ขนาดกลาง และระบบประปาชนบท

การเกษตรเป็นรายได้หลักของจังหวัดน่าน และมีประชากรประมาณร้อยละ 85.3 ของประชากรที่มีงานทำมีอาชีพทางการเกษตร พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดได้แก่ ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ไม้ยาสูบ ถั่วลิสง ถั่วพืชมันธรรมชาติ ฝ้าย เป็นต้น จังหวัดน่านมีที่ราบเพียง 1 ใน 4

ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นภูเขาสูงและป่าไม้ จึงทำให้เกิดปัญหาด้านที่ดินทำมาหากิน มีการบุกรุกทำลายป่าไม้เพื่อทำไร่เลื่อนลอย เพื่อแสวงหาซึ่งผลผลิตและรายได้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเสียหายต่างๆ เช่น ป่าไม้ซึ่งเป็นต้นน้ำลำธารถูกทำลายก่อให้เกิดการขาดแคลนแหล่งน้ำ เป็นต้น

กิจการอุตสาหกรรมของจังหวัดน่าน ยังอยู่ในระดับต่ำมาก เนื่องจากน่าน มีภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นป่าและเทือกเขาสลับซับซ้อน สภาพดินเป็นลูกรังไม่เหมาะต่อการเพาะปลูกผลผลิตทางการเกษตรซึ่งเป็นวัตถุดิบทางอุตสาหกรรม จึงทำให้การลงทุนอุตสาหกรรมมีไม่มากนัก ประกอบกับการคมนาคมขนส่งเชิงอุตสาหกรรมไม่สะดวกเท่าที่ควร เพราะถนนคดเคี้ยวตามไหล่เขา

ลักษณะการประกอบการของโรงงานของจังหวัดน่าน โดยทั่วไปแล้วมักทำการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการบริโภคภายในจังหวัดเป็นส่วนใหญ่ โรงงานที่ทำการผลิตเพื่อการส่งออกหรือเพื่อส่งไปจำหน่ายยังตลาดในจังหวัดอื่นๆ มีไม่มากนัก โรงงานที่สำคัญดังกล่าว ได้แก่ โรงบ่มใบยาสูบ และโรงงานผลิตภัณฑ์ถั่วลิสง มีสัดส่วนของอุตสาหกรรมการเกษตรมากที่สุดเป็นอุตสาหกรรมแปรรูปผักและผลไม้ จังหวัดน่านเป็นจังหวัดหนึ่งที่ส่งผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะข้าวโพด ส้มเขียวหวาน ถั่วเขียว ถั่วเหลือง และผักกาดเขียวปลี ซึ่งถ้าส่งในรูปของสินค้าปฐมภูมิจะขายได้ในราคาต่ำ ค่าขนส่งสูง จึงมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อแปรรูปผักและผลไม้เป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้มากขึ้น

ส้มเขียวหวานของจังหวัดน่านมีชื่อเสียงมาก และเป็นที่รู้จักกันในชื่อ “ส้มสีทอง” มีส่วนของส้มที่นำเข้าไปแปรรูปในโรงงานด้วยคือ ส้มที่เหลือจากการคัดเกรดแล้ว คือทำเป็นน้ำส้มเข้มข้นเพื่อส่งโรงงานทำไอศกรีม เป็นต้น นอกจากนั้นมีโรงงานขนาดเล็กผลิตวุ้นเส้น ซิอิ้ว เต้าเจี้ยว จากถั่วเหลืองและผักกาดคองจากผักกาดเขียวปลี

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากกระดาศา ก็เป็นอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของจังหวัดน่าน เนื่องจากจังหวัดน่านมีปอสาจำนวนมาก ซึ่งมีทั้งที่ขึ้นเองตามธรรมชาติและที่เกษตรกรทำการเพาะปลูก

สภาพเศรษฐกิจของจังหวัดน่านในภาพรวมแล้ว อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในประเทศ รายได้ของจังหวัดส่วนใหญ่มาจากภาคเกษตรกรรม การเกษตรเป็นรายได้หลักของจังหวัดน่าน พืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัดน่านมีอยู่ไม่กี่ชนิด เช่น ส้ม ข้าวโพด ยาสูบ และป่าไม้ ทำให้การกระจายโครงสร้างของภาคอุตสาหกรรมไม่เติบโตเท่าที่ควร

ในด้านการพาณิชย์นั้น เนื่องจากจังหวัดน่านเป็นจังหวัดชายแดน และทางทิศเหนือและทิศตะวันออกติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เป็นระยะทางยาวถึง 227 กิโลเมตร มีจุดผ่านแดนไทย-ลาว เพื่อติดต่อกับการค้ากับสปป.ลาว อยู่ 3 จุด คือ ที่บ้านห้วยโก๋น บ้านใหม่ชายแดน และบ้านห้วยสะแดง การค้าชายแดนไทย-ลาว ในปี 2539 มีมูลค่า

ค่าที่ปรากฏประมาณ 49,910,180 บาท โดยมีมูลค่าการส่งออก 39,470,299 บาท ด้านการนำเข้า เป็นการนำเข้าทางด่านถาวรห้วยโก๋น ร้อยละ 90 ส่วนอีกร้อยละ 10 เป็นการนำเข้าผ่านจุดผ่อนปรนทางด่านบ้านใหม่ชายแดนและด่านบ้านห้วยสะเตง

สินค้าส่งออก 5 อันดับแรก ได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิง (ร้อยละ 32.91) เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ (ร้อยละ 25.31) เครื่องจักรและอุปกรณ์ (ร้อยละ 15.78) สินค้าอุตสาหกรรมจากโรงงาน (ร้อยละ 12.20) สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร (ร้อยละ 9.51) สินค้านำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่ ของป่าและผลิตภัณฑ์จากป่า สินค้าเกษตร (ปศุสัตว์) สินค้าอุตสาหกรรม (หัตถกรรม) สินค้าอุตสาหกรรมวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป และวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์

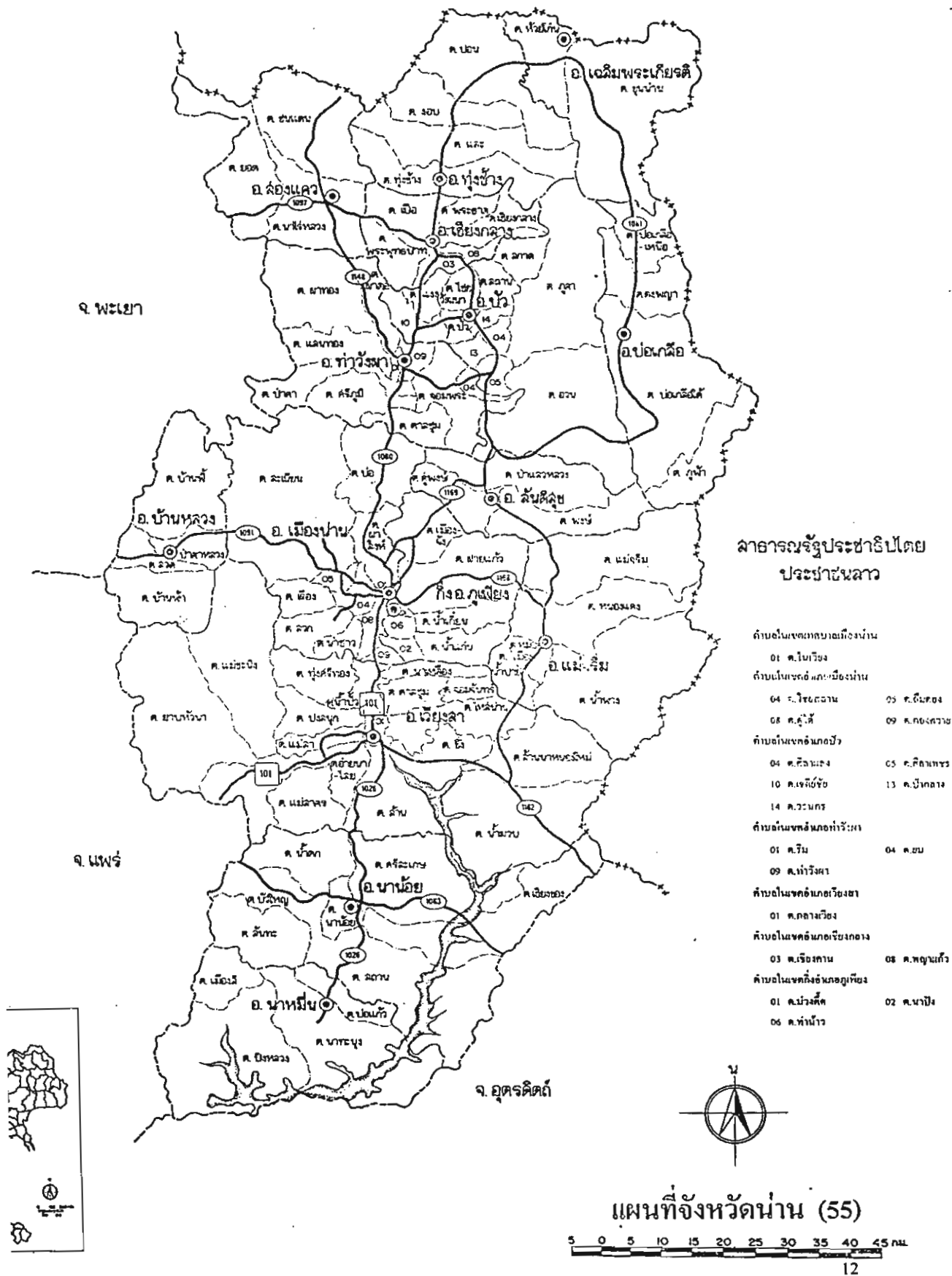
ทรัพยากรที่มีศักยภาพสูงของจังหวัดน่านที่สำคัญอีกด้านหนึ่ง คือ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว จังหวัดน่านมีโบราณคดี มรดกเทศกาลและงานประเพณีเฉพาะ มีสถาปัตยกรรมทางศาสนา และศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ มีแหล่งที่น่าท่องเที่ยวที่น่าสนใจกระจายอยู่ทั่วไป และมีสินค้าพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงอยู่หลายอย่าง เช่น ผ้า (ผ้าย) ลายน้ำไหล ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม เครื่องเงิน งานหัตถกรรมของชาวเขา ส้มสีทอง มะไฟจีน หมากคำว เป็นต้น

ในด้านสภาพและความสัมพันธ์กับจังหวัดใกล้เคียงนั้น ปรากฏว่าทางทิศตะวันออกและทิศเหนือที่ติดกับจังหวัดน่านเป็นประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ซึ่งเป็นลาวก่อนมาทางส่วนเหนือ ปัจจุบันมีการค้าขายติดต่อกันได้ทางจุดผ่านหลัก 3 จุด ในอนาคตกำลังจะมีการพัฒนาเป็นอันมากตามแผนสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจไทย-พม่า-ลาว-จีน และอาณาบริเวณอินโดจีนกับจีนตอนใต้ ทางด้านทิศตะวันตกของจังหวัดน่านติดต่อกับจังหวัดพะเยาและจังหวัดแพร่ ส่วนทางด้านทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดอุตรดิตถ์ มีเส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อก่อนข้างสะดวก นอกจากทางเชื่อมระหว่างอำเภอต่างๆในจังหวัด และเป็นเส้นทางติดต่อระหว่างชายแดนไทย-ลาว ซึ่งจะต่อเชื่อมเส้นทางสู่จีนและอาณาบริเวณอินโดจีนในอนาคตอีกด้วย

ด้านโครงสร้างอายุจังหวัดน่านจะพบว่า ประชากร ส่วนใหญ่ในแต่ละจังหวัดอยู่ในวัยทำงาน หรือวัยเจริญพันธุ์ คือ อยู่ช่วงอายุตั้งแต่ 15-60 ปี เป็นส่วนใหญ่รองลงมา ได้แก่ วัยเด็ก คือ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่แรกเกิด จนถึง 14 ปี ส่วนวัยที่มีจำนวนน้อยที่สุดได้แก่ วัยชรา คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

เมื่อพิจารณาถึงอัตราการศึกษาคือในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนในจังหวัดน่าน ปรากฏว่า ในปีการศึกษา 2540 จังหวัดน่านมีจำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้งหมด 2,660 คน มีนักเรียนที่จบการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้งหมด 2,424 คน (เรียนจบคิดเป็นร้อยละ 91.13) ในจำนวนนักเรียนที่จบการศึกษาดังกล่าว มีนักเรียนศึกษาต่อสูงถึงร้อยละ 76.60 ของผู้ที่เรียนจบทั้งหมด และที่ประกอบอาชีพอีกจำนวนหนึ่ง ซึ่งจำแนกเป็นศึกษาต่อ 1,857 คน (ร้อยละ 76.60) ประกอบอาชีพ 424 คน (ร้อยละ 17.49) อื่นๆ (ไม่เรียนต่อ ไม่ประกอบอาชีพ คิดตามไม่ได้) 143 คน (ร้อยละ 5.90)

แผนภาพที่ 3.1 แผนที่แสดงที่ตั้งของจังหวัดน่าน



บทที่ 4

ประวัติความเป็นมาของผ้าไทย

4.1 ผ้าทอเอกลักษณ์วัฒนธรรมประจำถิ่น

งานทอเป็นงานเรียนรู้ถ่ายทอดกันในครอบครัว ลูกชายจะได้ฝึกฝนการทำเครื่องมือทอผ้าต่างๆ ตามพ่อ ส่วนลูกสาวต้องเรียนรู้ขั้นตอนการผลิตเส้นใยผ้าไปจนถึงงานทอผ้าจากแม่ โดยจะเริ่มเรียนรู้จากขั้นตอนผลิตเส้นด้ายก่อนที่จะพัฒนาไปสู่การทอผ้าซึ่งจะเริ่มจากขั้นตอนง่ายๆ ไปสู่ลวดลายที่สลับซับซ้อนขึ้นตามวัยและวุฒิภาวะ

ผ้าทอพื้นบ้านเป็นงานหัตถกรรมที่มีความสลับซับซ้อนและต้องใช้ความพยายามสูงในการสร้างเป็นงานที่มีความละเอียดอ่อนในการแปรแถว เส้นด้ายที่ทำจากฝ้าย หรือไหมจำนวนมาก โดยการคลี่ขยายและจัดระเบียบเส้นด้ายไม่ให้พันกัน ในขณะเดียวกันก็เป็นศิลปะของการสร้างสรรค์ ดังจะเห็นได้จากลวดลายบนผืนผ้าที่เกิดจากการมัดย้อมลวดลายก่อนนำไปทอ หรือการสอดเสริมด้ายพิเศษเข้าไปในขณะทอเพื่อให้เกิดลวดลาย ซึ่งมีแรงบันดาลใจมาจากสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ วัตถุหรือรูปสัญลักษณ์ทางความเชื่อของท้องถิ่นและจากจินตนาการของผู้ทอ อาจเปรียบได้กับผีแปร่งที่จิตกรบรรจงแต่งแต้มลงบนผืนผ้าใบเพื่อสร้างงานจิตรกรรมชั้นเยี่ยม

ผ้าที่มีความงามเป็นที่พอใจของกลุ่มจะถูกนำไปเป็นต้นแบบและเป็นที่นิยมทำให้กลายเป็นรูปแบบเฉพาะ หรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ และได้ตกทอดเป็นมรดกทางภูมิปัญญาแก่คนในปัจจุบัน

4.2 ผ้าทอพื้นเมืองของชุมชนน่าน

ผ้าทอพื้นเมือง นับเป็นศิลปหัตถกรรมที่สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมจากบรรพบุรุษมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นหัตถกรรมพื้นเมืองที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองที่ชาวเมืองน่านมีความภูมิใจเป็นอย่างมาก และยังเป็นที่ยินยอมของคนทั่วไปอย่างกว้างขวาง สามารถทำรายได้ให้แก่ประชาชน ส่งผลให้ฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้น

ลายผ้าทอพื้นบ้านนั้น เป็นศิลปะการออกแบบอย่างหนึ่งที่ชาวบ้านแต่ละท้องถิ่นคิดทอใช้กันเอง นับได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของผ้าทอประจำถิ่น ซึ่งเมื่อได้เห็นแล้วจะบอกได้ทันทีว่า ผ้าทอชิ้นนี้ เป็นผ้าทอของถิ่นไหน เช่น ผ้าหาดเสี้ยวจังหวัดสุโขทัย ผ้าเกาะยอ จังหวัดสงขลา ผ้าไหมบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ผ้าทอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ผ้าป่าเต๊ะ จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น

ในแถบลานนาตะวันออกนี้จังหวัดน่าน ก็มีผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบลวดลายเป็นของเมืองน่าน โดยเฉพาะ มีทั้งผ้าทอพื้นเมืองลวดลายแบบเก่า ที่เรียกกันว่า ชิ่นน่าน และลวดลายเดิม กิดสร้างแบบขึ้น เพื่อใช้เป็นสินค้าพื้นเมืองที่เรียกกันว่า ผ้าลายน้ำไหล หรือเรียกสั้นๆ ว่า ผ้าทอน่าน

ไหล ซึ่งเป็นลายทอใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมของผู้ใช้ นำไปดัดแปลงดัดเสื่อผ้าทั้งหญิงและชาย และ ผ้าลายมุก ซึ่งเป็นผ้าทอพื้นเมืองที่ชาวบ้านทอใช้กันมานานแล้ว ก่อนที่จะมีการออกแบบลายน้ำไหล

เทคโนโลยีการผลิตเครื่องนุ่งห่มของคนเมื่อนานมีการผสมผสานและเลือกสรรจนเป็นภูมิปัญญาชั้นสูง ที่สืบทอดมาหลายชั่วอายุคน ทั้งการทอการย้อม และการประดิษฐ์ลวดลายจนกลายเป็นเอกลักษณ์ประจำเมืองน่านที่ควรอนุรักษ์และพัฒนาสืบไป

ผ้าชิ้นพื้นเมืองน่าน

ชิ้นน่าน และผ้าทอพื้นเมืองน่านนั้น ชาวเมืองน่านได้ทอออกมาใช้ด้วยกันอยู่ 7 แบบคือ ชิ้นน่าน ชิ้นป้อง ชิ้นตาเหลี่ยม และชิ้นลัวง ลายผ้าชิ้นทั้ง 4 แบบ ผู้หญิงชาวเมืองน่านจะใช้ผ้าทอผ้าไหมเพื่อใส่ออกงานสังคม ทั้งงานปอย งานรับแขกเมือง อาทิ งานขันโตก นอกจากนั้นใส่ไปทำบุญในงานเทศกาลอื่นๆ ในผ้าไหมลวดลายต่างๆ นั้น จะทอพิเศษออกไปอีกคือ ใช้ด้ายเงิน ที่เรียกว่า ไหมเงิน และด้ายทอง ที่เรียกว่า ไหมคำ ทอสลับลายในลายนั้นๆ ให้มีสีสันแวววาวระยับ เพิ่มจากความมันวาวของเส้นไหม คล้ายผ้าทอเงินยกทองของเมืองนคร

ลวดลายทอของชิ้นน่าน ลักษณะที่เด่นคือมีป้าน การทอริ้วใหญ่ สลับสีไม่เกิน 3 สี อาทิ คำ แดง ชมพู ม่วง จะได้ด้ายสีเข้ม หรือสีอ่อนตามรสนิยมของผู้ใช้ แต่ปลายชิ้นที่เรียกกันว่า ดิ้น ชิ้น จะต้องมียี่ด้าย และป้านใหญ่ที่ต่อจากดิ้นชิ้นขึ้นไปจะใช้สีน้ำเงินเข้มหรือสีม่วง เพียงสีเดียว และคันริ้วไหมเงินทอสลับทั้งผืน ถ้าชอบสีทองก็จะทอคันด้วยไหมทองหรือไหมคำ ดูงามวาวระยับทั้งผืน

ผ้าชิ้นพื้นเมืองน่าน มีทั้งหมด 7 ชนิด ดังนี้

1. ผ้าชิ้นคำเคิบ เป็นผ้าชิ้นที่ใช้กันมากในคุ้มเจ้าเมืองน่านเป็นลายที่วิจิตรพิสดารกว่าลายอื่นๆ ใช้ดิ้นทองหรือด้ายเงินทอสลับกันทั้งผืน หรือต่อดิ้นจก บางผืนจะใช้ลายดอกพิกุลเล็กยกดอกสลับกันไปทั้งผืน
2. ผ้าชิ้นป้อง เป็นชิ้นพื้นบ้านที่ใช้กันอยู่ทั่วไป จะเป็นผ้าฝ้ายหรือผ้าไหมก็ได้ และใช้ฝ้ายสองสี ปั่นเข้าด้วยกัน ทอเป็นเส้นพุ่งหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ไก ในแต่ละหมู่สายจะเป็นริ้ววางเท่ากันโดยตลอดชิ้นแต่ละหมู่ลายไว้ ลักษณะนี้เรียกว่า ป้อง

ผ้าทอที่เรียกว่า ชิ้นป้อง ลักษณะเด่นนั้น ทอเป็นริ้วเล็กๆ ริ้วเล็กที่ทอสลับนั้นมีลายมุกแล้วคันด้วยริ้วไหมเงิน หรือไหมทอง ต่อริ้ว ด้วยคันเส้นด้ายสีพื้นชนิดเส้นเดียว จากนั้นก็ใช้ด้ายทอสลับสี เป็นริ้วเล็กๆ เสมือนกับแยกกลุ่มเส้นไหมออกเป็น 2 ตอน การทอสลับกันเป็นคันๆ หรือ ป้อง จึงเรียกว่า ชิ้นป้อง และชิ้นป้องนี้มีลายละม้ายคล้าย ชิ้นตาเหลี่ยม เพียงแต่ใช้ไหมเงินหรือไหมคำทอสลับริ้วเล็กริ้วใหญ่ สีสลับนั้นเป็นสีเดียวกันทั้งผืน เล่น พื้นแดง พื้นเขียว พื้นน้ำตาล สลับลายมุก เป็นต้น

3. ผ้าชิ้นม่าน เป็นชิ้นพื้นบ้านที่ใช้กันอยู่ทั่วไป บังคับสีอยู่ 4 สีเป็นชิ้นที่มีช่วงขนาดของลายไม่เท่ากัน แต่ละช่วงจะมีชื่อเรียกและขนาดของช่วงที่แน่นอน

4. ผ้าชิ้นลาดก่าน (มัดก่าน) เป็นชิ้นของชาวไทลื้อที่อพยพมาอยู่อำเภอปัว ลายผ้าทอด้วยเทคนิค มัดหมี่หรือลาดก่าน (มัดก่าน)
5. ผ้าชิ้นยกดอก ถิ่นผ้าชิ้นที่ใช้ในกลุ่มของคนชั้นสูงในเมืองน่านลักษณะของลายชิ้นจะใช้ไหมคำ หรือไหมเงินยกดอกเป็นดอกพิศุลใหญ่ สลับกันลายริ้วขวางเท่ากันโดยตลอดทั้งผืน
6. ผ้าลายน้ำไหล เป็นลายที่คนรู้จักกันโดยทั่วไป ลายน้ำไหลจะมีลักษณะคล้ายกระแสน้ำที่ไหล โดยใช้สีฝ้ายลายสีสอคพุง สลับกันไป เรียกว่า การทอว่า จกหรือล้วงลายน้ำไหลจะมีลายน้ำไหลจรวน้ำไหลกลับ เป็นน้ำไหลขนาดเล็ก ความกว้างของลาย ประมาณ 1 นิ้วครึ่ง ต่อจากนั้น ได้วิวัฒนาการเป็นน้ำไหลใหญ่ โดยสอคไหมเงิน และไหมคำสลับลายน้ำไหลตลอดทั้งผืน ผ้าทอลายน้ำไหลที่นิยมใช้ตัดเสื้อกระโปรงใน ปัจจุบัน ถิ่นลายที่ทอกันในยุคหลังมีผู้ค้นคว้าหาหลักฐานว่า ประมาณ 80-100 ปี และสันนิษฐานว่าการออกแบบลายนั้น พัฒนาจากลายผ้าชาวลื้อ

ลายทอผ้า น้ำไหลที่คัดแปลงจากลายผ้าชาวลื้อนั้น สมัยแรกๆ ที่นิยมใช้ไหมเงิน และไหมคำทอกันลายนั้น ตรงส่วนที่เป็นรอยหยักของกระแสน้ำ จากนั้นก็ใส่ลายมุกรูปสัตว์แทรกไว้อีก เพื่อที่จะแสดงว่า คนแรกที่คิดลายผ้าทอน้ำไหลนั้น ได้หยิบแบบของชาวลื้อมาทั้งคั่น ผ้าทอน้ำไหลบางผืนจะคั่นด้วยลายชิ้นป่องก็มี การทอผ้าลายน้ำไหลนั้น ได้พัฒนาลายออกไปเรื่อยๆ จากเอกสารของศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดน่านบันทึกไว้ว่า ผ้าลายน้ำไหลที่พัฒนาใหม่นี้ นางจันแก้ว สมาชิกกลุ่มแม่บ้านทำลื้อ ตำบลฝายแก้ว กิ่งอำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน เป็นผู้คิดตั้งชื่อ ลายน้ำไหลสายรุ้ง ขึ้น โดยนำลายน้ำไหลแบบดั้งเดิม มาสอคสีใส่ปลาหลายๆ สีเป็นสีรุ้ง และคั่นด้วยการเก็บมุกชนิดต่างๆ เช่น มุกลายดอกหมาก มุกลายข้าวเล็บ เป็นต้น

ปัจจุบันผ้าทอลายน้ำไหล ได้ออกแบบเพิ่มไปจาก ลายทางยาว และเป็นคลื่นเหมือนกัน บันไดมองดูเหมือนสายน้ำกำลังไหล เรียกขานว่า ลายน้ำไหลนับเป็นลายต้นแบบดั้งเดิม ต่อมาหยักลายน้ำไหลเป็นลายคล้ายจรวดกำลังพุงเรียกว่า ลายจรวด เมื่อลายน้ำไหลมาต่อกันมีจุดช่องว่างตรงกลางเดิมเส้นลายขาเล็กๆ แยกออกรอบตัว มองดูคล้ายดอกไม้ หรือแมงมุม เรียกว่า ลายดอกไม้หรือลายแมงมุม ลายอีกแบบหนึ่งที่นำเอาลายน้ำไหลมาหักมุมให้ทู่ แล้วทอสอคสีด้วยเหลี่ยมกันเป็นชั้นๆ เรียก ลายเล็บมือ อีกแบบหนึ่ง ได้นำลายน้ำไหลมาประยุกต์เป็นลักษณะคล้ายเจดีย์เป็นชั้นๆ มียอดแหลมเรียกว่า ลายธาตุ ส่วนลายกาบนั้น เป็นลายที่ใช้เส้นด้ายหลายๆ สี ทอซ้อนกันเป็นชั้นๆ และลายใบมีดหรือลายมีดโกน เป็นต้น ลายน้ำไหลในผ้าทอที่กล่าวมานี้ ปัจจุบันเป็นลายในกลุ่มสตรีทอผ้าจังหวัดน่านทอออกจำหน่ายเป็นผ้าทอน้ำไหลเมืองน่าน

กรรมวิธีสอคสีเส้นด้ายให้มีลายน้ำไหลในเนื้อผ้านั้น ผู้ทอจะต้องมีความชำนาญในการสร้างแบบในขณะที่กำลังทอ เมื่อถึงขั้นที่จะต้องใส่ลายนั้น เขาจะหยิบด้ายสีต่างๆ ที่ใช้เป็นลายซึ่งวัดขนาดความยาวไว้เรียบร้อยแล้ว นำด้ายสีนั้นสอคลงไปในด้ายเส้นยืนความสั้นยาวตามแต่ที่จะกำหนดลาย จากนั้นจะให้ฟืมกระแทกเส้นด้ายที่สอคสีมีความสั้นยาวต่างกันในแถวที่ 2-3-4-5-6-

7....และต่อไป ตามความกว้างของลายผ้า การสอคล้ายน้ำไหล ในความกว้างของผืนผ้าที่ทอ ขึ้นหนึ่งๆ จะมีลวดลายหยักมากน้อย ก็ต้องดูให้มีช่องว่างเท่าๆ กัน และจะต้องจำลายได้ว่า ใน ป้องหนึ่งๆ นั้นสอคล้ายสีต่างกันตรงช่วงไหน หากผู้ทอไม่ชำนาญหรือลืมลายแล้ว สายน้ำที่ไหล ในลายผ้าอาจไม่ตรงลายกันได้

ผ้าทอลายน้ำไหลในปัจจุบันมีทอด้วย ผ้าฝ้ายและผ้าใยสังเคราะห์ หรือผ้าโพร การทอผ้าลาย น้ำไหลนั้น มีทั้งทอสอคล้ายเฉพาะตรงปลาย แล้วทอเนื้อผ้าสีสันต่างๆ ที่เป็นผ้าพื้นทั้งผืน ค่ะเน ความยาวใช้ตัดเสื้อหรือกระโปรงได้จากนั้นจะตัดขายเป็นชิ้นๆ ความยาวตั้งแต่ 2 หลาครึ่ง ถึง 5-6 หลา ผ้าทอบางชิ้น ก็สอคล้ายน้ำไหลเต็มทั้งผืนซึ่งผ้าทอแบบนี้ หากผู้ซื้อจะนำมาดัดแปลงเป็นของ ใช้อื่นๆ เช่น ผ้าปูโต๊ะ ผ้าคลุมเก้าอี้รับแขก ผ้าคลุมเตียง เป็นต้น

ปัจจุบันนี้ ผ้าทอลายน้ำไหล ซึ่งเป็นผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดน่านได้มีเอกชนในภูมิภาค ต่างๆ ลอกเลียนแบบไปทอ จนกระทั่งสร้างปัญหาเรื่องการจดจำหน่าย และการตลาดให้แก่ผ้าทอ พื้นเมืองน่าน และในที่สุดคณะกรรมการพัฒนากลุ่มทอผ้าไทย ได้ร่วมมือผืนกกำลังควบคุมคุณภาพการทอและควบคุมระบบการข้อมสิทธิ์ นอกจากนั้น ผ้าลายน้ำไหลที่ทอผ้าฝ้ายนั้น เหมาะ สำหรับใช้ในฤดูร้อน เนื้อผ้าจะดูดซับเหงื่อได้ดีกว่า ส่วนผ้าโพรนั้นเนื้อผ้าเป็นใยสังเคราะห์ อาภาสลอดผ่านเข้าไปไม่ใคร่ได้ จึงเหมาะที่จะนำไปตัดเสื้อไว้ในช่วงฤดูหนาว อีกประการหนึ่ง การเลือกซื้อผ้าที่มีคุณภาพดีนั้น เนื้อผ้าฝ้ายจะใช้ด้ายฝ้ายทั้งเส้นดั่งและเส้นนอนทอเป็นเนื้อเดียวกัน เหมือนๆ กับด้ายใยสังเคราะห์ ก็จะใช้เหมือนกับขนาดของเส้นใย ทั้งแนวตั้งและแนวนอนต้อง เป็นชนิดเดียวกันขนาดเท่ากัน เนื้อผ้าจึงเรียบแน่นสีสวยงาม

7. ผ้าไหมไทยลื้อ เป็นลายผ้าที่เกิดในสมัยประมาณ พ.ศ 2533 โดยอาจารย์สิวพร วิชารักษ์ ได้ นำลายน้ำไหลที่ได้วิวัฒนาการเป็นลายน้ำไหลใหม่ สอดด้วยไหมคำและไหมเงิน ผสานกับลาย ไทลื้อที่มีอยู่ดั้งเดิมเป็นลายกาบ ลายหับ ลายขีด ผสมกับลายใหม่ขึ้นมา วิธีการทอจะเป็นการ ล้าง จก (เขาย้ง) สลับกันไปทั้งผืน

ลวดลายผ้าเมืองน่าน

ลายผ้าเมืองน่านส่วนใหญ่จะเลียนแบบจากลายธรรมชาติ และลายรูปเรขาคณิต ซึ่งแบ่งได้เป็น

3 ประเภทดังนี้คือ

1. ลายล้าง หมายถึง ลายผ้าในเนื้อ เกิดจากการใช้มือจับเส้นด้ายหรือไหมต่างสีสอ (ล้าง) ให้ เกิดลายที่ต้องการขณะทอ มีชื่อลายที่เรียกต่างกันออกไป เช่น ลายใบมีด ลายน้ำไหล ลาย ดอกไม้ สายธนู ลายปู และลายจรวดที่พัฒนาขึ้น ในระยะหลังเป็นต้น การออกแบบทอผ้า อีกลายหนึ่งที่เรียกว่า ชิ้นล้างนั้น โดยการทำลวดลายล้างด้วยมือ (ไม่ใช่ลายมัดหมี่) เป็นลาย คล้ายน้ำไหล บางครั้งล้างเป็นรูปสัตว์ เช่น กระต่าย คันลายล้างเป็นลายเก็บมุกลายใหญ่
2. ลายเก็บมุก มีวิธีทอซับซ้อนกว่าลายธรรมดา มีลักษณะการทอคล้ายลายขีดของภาคอีสาน เพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ในภาคอีสาน จะเรียกว่าลายขีดแต่ชาวน่านเรียกลายมุก ช่างทอจะเก็บ

ลวดลายที่ต้องการเก็บไว้ก่อนด้วยไม้ต่างขนาดคล้ายกับการสานเสื่อ เมื่อถึงเวลาทอ จึงใช้เส้นด้ายพุ่งไปแทนที่ไม้เก็บมุกที่เก็บลายไว้ลวดลายมีหลายชนิดด้วยกัน คือ ลายดอกไม้ อาทิ เช่น ลายดอกจันทร์แปดกลีบ ดอกแก้ว ดอกมะเฟือง ดอกกุหลาบ ดอกหมาก ดอกเปา (เต็งรัง) ผักกูด และขาวลิบ ฯลฯ ลายของใช้ เช่น ลายโคม ผาสาท (ปราสาท) ลายสัตว์ เช่น ลายนก นกกินน้ำ ตัน (คนโท) พญานาค นาคจัน (ชน) นาคหัว (นาคพระหวด) ช้าง ช้างต่าง ม้า ม้าต่าง ผ้าทอพื้นเมืองที่เป็นลายมุกทั้งผืนก็มีทอแบบเดียวกับทางภาคอีสาน นิยมใช้เป็นผ้าห่ม ปัจจุบันดัดแปลงทำเป็นผ้าปูโต๊ะ ผ้าคลุมเตียง เป็นต้น

3. ลายคาดก่าน วิธีทำคล้ายกับ “มัดหมี่อีสาน” คือ มัดข้อมลายที่ต้องการอย่างง่าย ๆ ด้วยเชือกกล้วย ลวดลายที่สำคัญ ได้แก่ ลายกอนแบบดั้งเดิมคาดก่าน น้ำไหล และคาดก่านชนิดลายประดิษฐ์ ฯลฯ

4.3 ขั้นตอนการทอผ้าพื้นเมืองของชาวเมืองน่าน ที่นิยมสืบมามีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. เก็บดอกฝ้ายมาตากแดดและคัดเลือก สิ่งสกปรกที่ติดฝ้ายออก
- การอัดฝ้าย 2. นำดอกฝ้ายที่ตากแดดให้แห้งมาอัด (รีด) เอาเมล็ดออก
- การยั้งฝ้าย 3. เอาฝ้ายที่อัดเมล็ดออกมายั้ง โดยการเอาฝ้ายใส่โซ่ (ลักษณะคล้ายกระบุง ปากจะกว้าง ก้นเล็ก) เอาทัง (คล้ายธนู) ยั้งฝ้ายให้แตก
- การล้อฝ้าย 4. นำฝ้ายที่แตกเป็นฟองมาล้อให้เป็นหาง โดยใช้ไม้ขนาดเท่าดินสอ ม้วนฝ้ายลูกกับขาให้เป็นหาง
- การปั่นฝ้าย 5. นำฝ้ายปั่นฝ้ายให้เต็มใน นำฝ้ายออกจากเฟือน
- การเปียฝ้าย 6. เอาเปียมาเปียฝ้ายออกจากใน เมื่อได้ขนาดพอดีก็จะหลุดออกจากเปีย เรียกว่า กั้นหรือใจฝ้ายแล้วนำเส้นฝ้ายไปเตรียมเพื่อทอเป็นผืนผ้า
7. เอาฝ้ายที่เป็นกั้นไปแช่น้ำแล้วทุบให้เปียก (กินน้ำ) แช่ไว้ประมาณ 2-3 วัน แล้วนำออกมาผึ่งแดดให้หมาด
8. นำข้าวสารจ้าวมาต้มให้เหลว แล้วนำฝ้ายมาขยำกับน้ำข้าวสารจากนั้นนำฝ้ายไปตากแดดให้แห้ง เส้นฝ้ายจะแข็งเพื่อให้เส้นฝ้ายเหนียว เวลาทอจะได้ไม่ขาด
9. จะแบ่งเส้นฝ้ายออกเป็นสองส่วน ส่วนหนึ่งจะนำฝ้ายมาทอโดยใช้ก้งกว้างและหมวก 4 ลูกขนาดเท่าๆ กันมาไว้บนทูกกับเปียขอโดยจะใช้ฟืมสับๆ หลบ ฟืมสามๆ หลบ แล้วแต่ขนาดที่เราจะต้องการ
10. นำฝ้ายมาทอที่ทอ (กางทูก) และนำฟืมที่ทำไว้ไปสับ (ต่อ) กับด้ายที่ทอ
11. นำฝ้ายส่วนที่สองมาผัดหลอด (ไม้เขี่ยตัดเป็นท่อนๆ ยาวประมาณ 3 นิ้ว)
12. นำหลอดฝ้ายที่ผัดหลอดหรือกรอไว้ใส่ในกระสวยไปทอเป็นผืนผ้าต่อไป

4.4 ขั้นตอนการย้อมผ้าสีธรรมชาติ

แต่เดิมมาชาวบ้านรู้จักใช้พืชที่มีอยู่ในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มาใช้เป็นสีธรรมชาติย้อมเส้นฝ้ายเพื่อถักทอเป็นผืนผ้าต่อไป การย้อมฝ้ายด้วยสีธรรมชาติมีดังนี้

1. นำใบพืชหรือเปลือกที่ได้จากธรรมชาติ มาทุบหรือตำแช่น้ำไว้ประมาณ 3-5 คืน
2. นำเอาใบพืชหรือเปลือกที่ได้จากธรรมชาติที่แช่ไว้มาห่อผ้า และนำไปต้มกับน้ำที่แช่ไว้ แล้วกรองเอาแต่น้ำสี
3. นำเส้นฝ้ายที่จะใช้ย้อมมาแช่น้ำเย็น 1 คืน ดมเพื่อไล่ไขมันออกจากเส้นฝ้าย นำไปผึ่งลมให้เย็นและนำไปล้างน้ำอีกครั้ง นำไปผึ่งลมให้หมาด
4. นำไปต้มกับน้ำสีที่กรองไว้ และนำมาผึ่งแดดให้แห้ง แล้วนำไปแช่น้ำค้าง (น้ำขี้เถ้า สารส้ม, น้ำสนิม, น้ำปูน) ประมาณ 20 นาที เพื่อให้สีคงทนและไปผึ่งแดดให้แห้งจากนั้นนำไปทอเป็นผืนผ้าต่อไป

วัสดุที่ใช้ย้อมสีธรรมชาติ

แกนฝาง	ให้สี	ชมพูแดง	ต้นค้ำ	ให้สี	ม่วงอ่อน
ลูกมะเกลือ		คำ,เทา	ต้นช้อ		อมแสด
เปลือกสุน		น้ำตาล	มะค่าแดง		น้ำตาล
เปลือกคู้		น้ำตาลเข้ม	ต้นแค		ม่วงอ่อน
เปลือกเพกา		อมเขียว,เหลือง	ต้นมะม่วง		อมเหลือง
แกนขนุน		เหลืองกระด้าง	ใบมะม่วง		สีน้ำตาล
โคนมะพร้าว		น้ำตาลอ่อน	ใบฮ้อม		สีคราม
กุ่มมะพร้าว		สีน้ำตาล	ใบแฮ้ว		เขียวอ่อน
ต้นมะขามป้อม		เทาอ่อน	ใบสัก		แดงชมพูสีเขียว
ต้นคิ้ว		แดงอ่อน	ใบสาบเสือ		เขียว
ครั่ง		แดง	ดอกดาวเรือง		เหลือง
เปลือกค้ำ		น้ำตาล	ดอกคำแสด (คำเงาะ)		ส้มอมชมพู
เปลือกขนุน		เหลือง	สีเสียด		แดงเข้ม
ใบหูกวาง		น้ำตาลอ่อน	เปลือกสมอ		เหลือง
จีโคลน		สีชา			

กากกล้วย น้ำขี้เถ้า ใบเมียด ใบส้มเสี้ยว มะนาว จีโคลน ขี้สนิม เป็นสีรองพื้นก่อนย้อมสี

4.5 ผ้าไทยในโลกปัจจุบัน

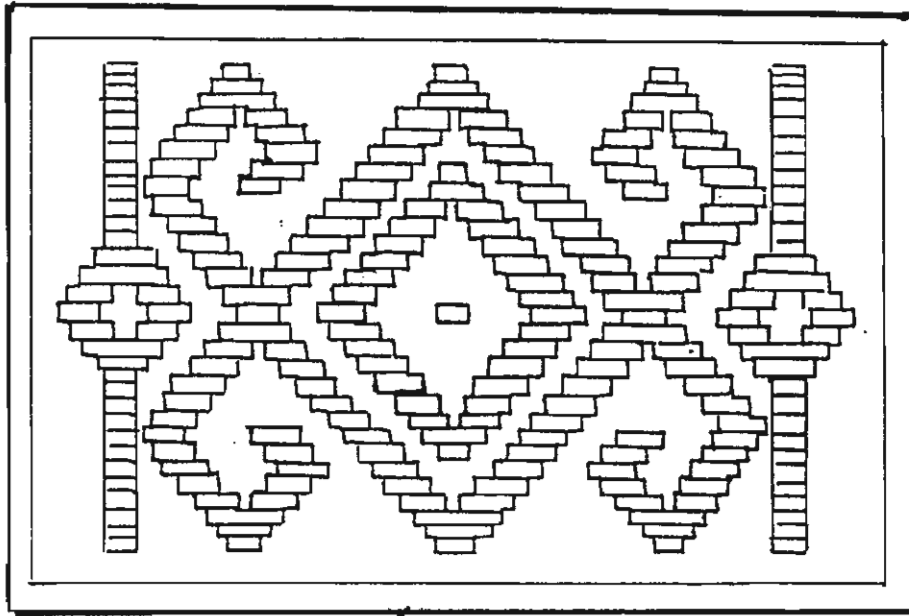
การพัฒนาการด้านสังคมและเศรษฐกิจ ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหลายประการในการผลิตผ้าทอพื้นบ้านของไทย ก็เช่นเดียวกันกับผ้าไทย

การขยายตัวของเมื่อนำมาซึ่งระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ทำให้การผลิตผ้าซึ่งแต่เดิมเป็นเพียงหัตถกรรมเพื่อใช้สอยในครัวเรือนกลายมาเป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย โดยมีองค์กรของรัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน และกลุ่มพ่อค้าคนกลางเข้ามาช่วยจัดการด้านการลงทุน การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ และการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมปัจจุบัน

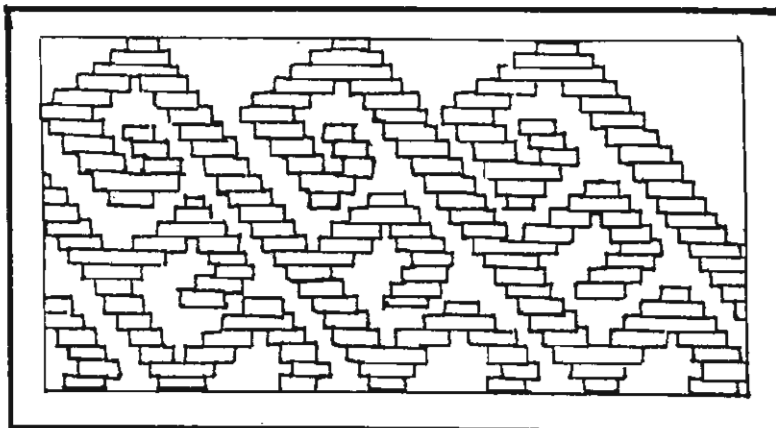
ในกระบวนการผลิตได้มีการพัฒนาวัสดุอุปกรณ์การทอผ้าแบบใหม่ขึ้นเพื่อช่วยลดแรงงาน และระยะเวลาการทอและพัฒนาคุณภาพของผ้าทอ เช่น เส้นด้ายสำเร็จรูป สีเคมี พิมพ์เหล็ก เป็นต้น

ปัจจุบันการผลิตผ้าไทยได้ใช้วัตถุดิบและพัฒนาวัสดุอุปกรณ์ให้ทันสมัยและสะดวกขึ้นเช่นกัน จากที่พื้นเมืองที่มีความเร็วต่ำและได้ผ้าที่มีคุณภาพไม่ดีมาก เป็นที่กระตุกที่ทำให้การผลิตเร็วขึ้น จากฝ้ายที่ปลูก เก็บเกี่ยว และย้อมเองมาเป็นไหมประดิษฐ์ หรือฝ้ายที่ซื้อมาพร้อมใช้ได้เลย อาจย้อมสีมาเรียบร้อยแล้วหรือต้องนำมาย้อมสีเอง มีผู้ผลิตส่วนน้อยมากที่สามารถทำการผลิตได้ตั้งแต่ต้นกระบวนการจนถึงขั้นสุดท้ายที่ได้ผืนผ้า

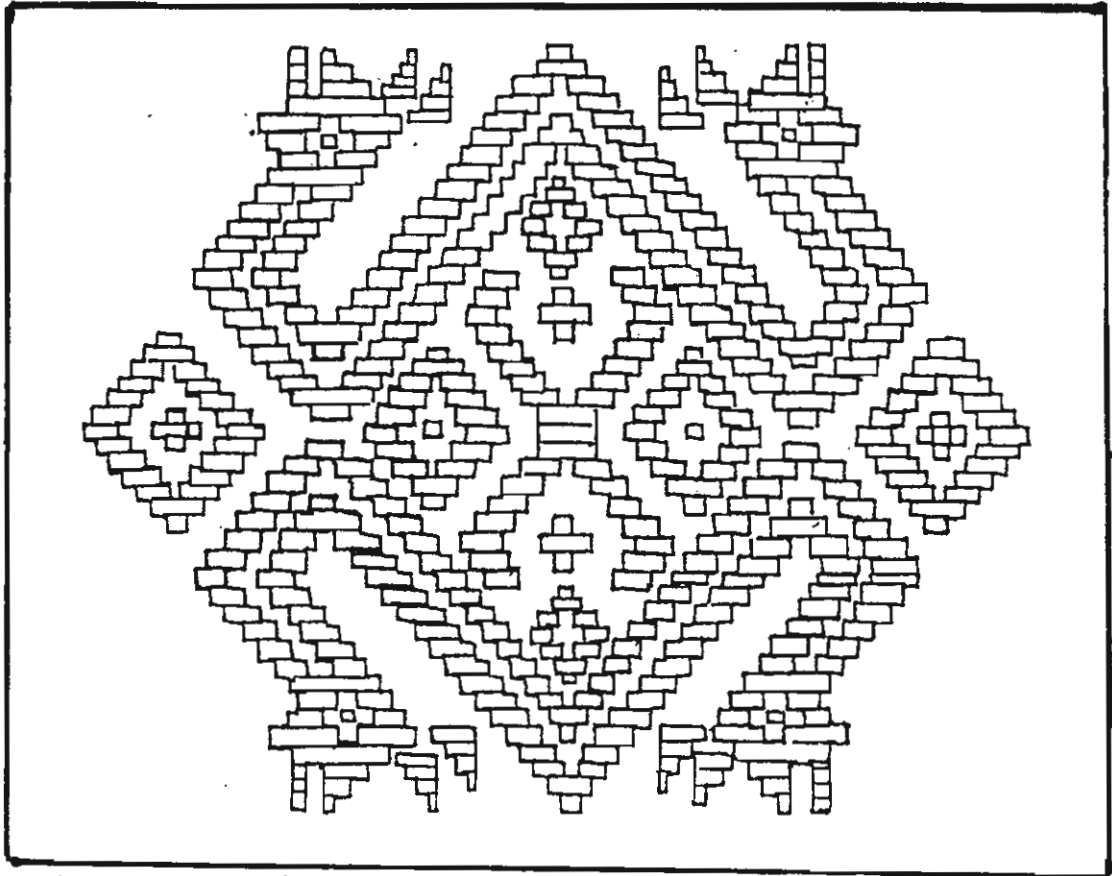
แผนภาพที่ 4.1 ตัวอย่างแสดงลายพื้น



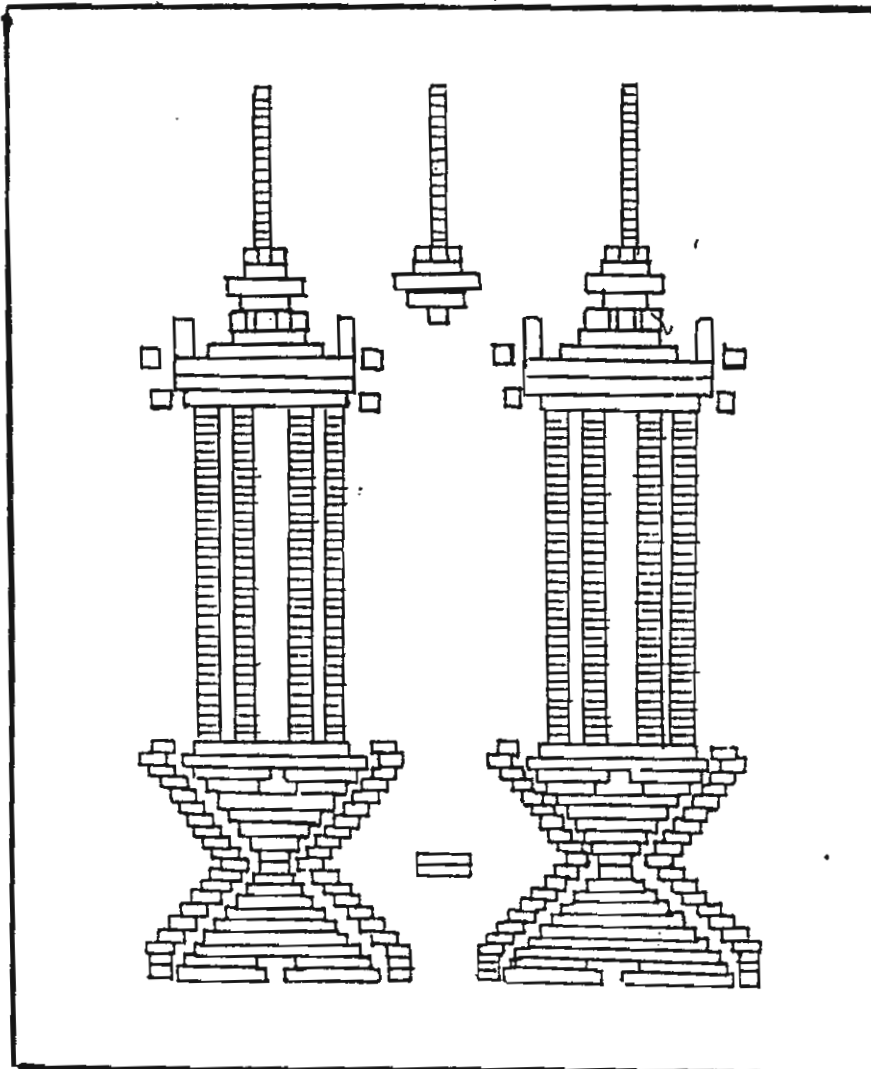
ลายขอเหลียวล้อมดอกแก้ว



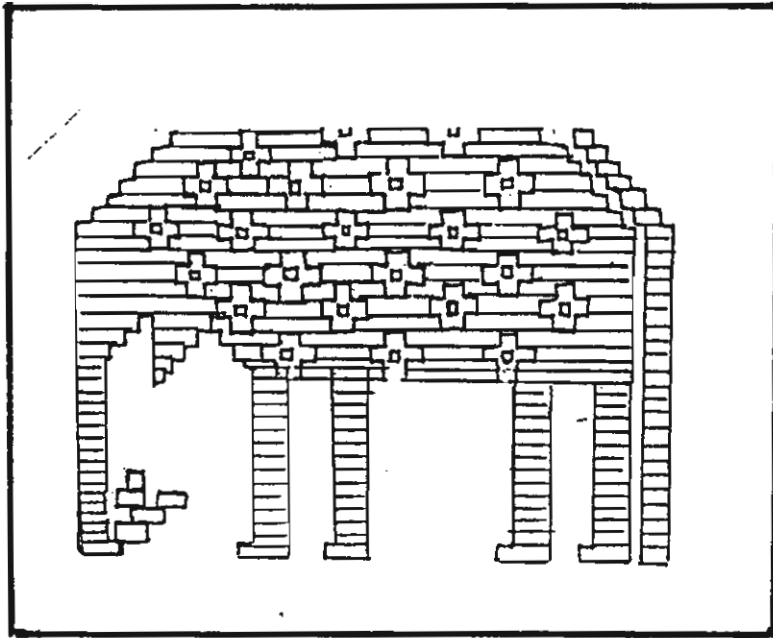
ลายขอตาม



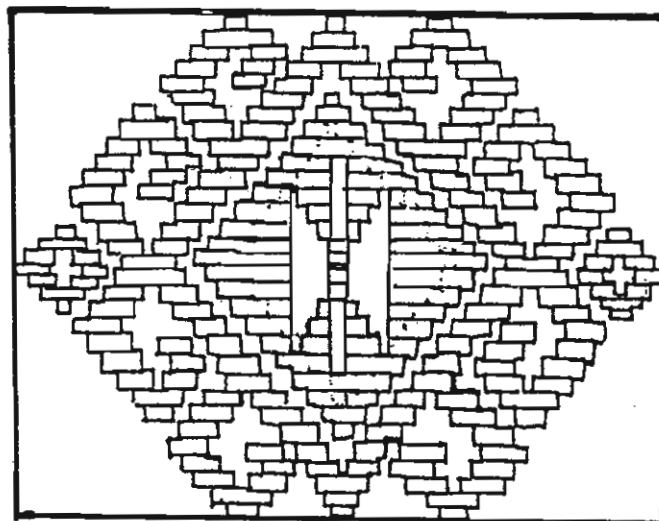
ลายพญานาค



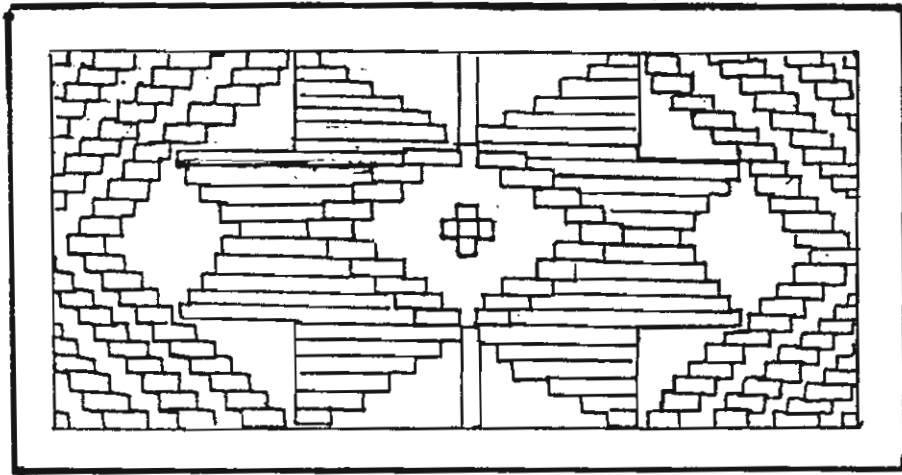
ลายฉาสาท (ปราสาท)



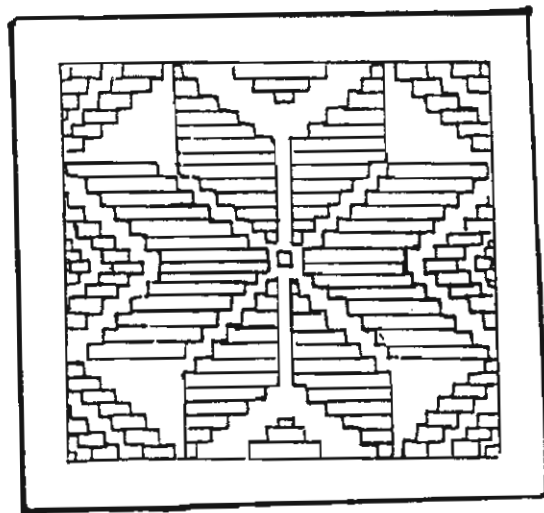
ลายช้าง



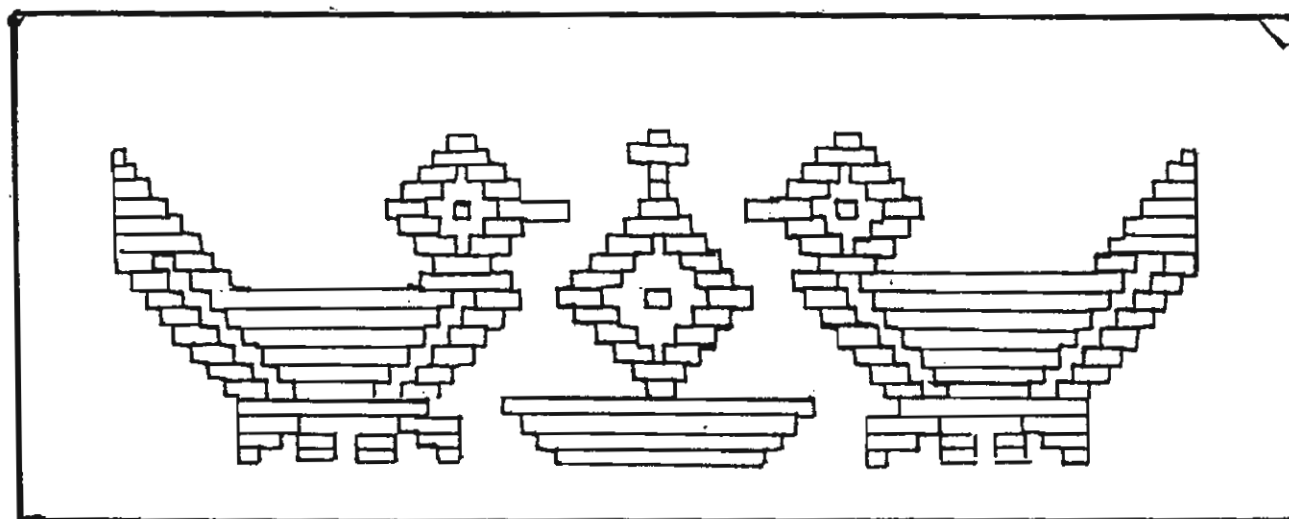
ลายขอล้อม



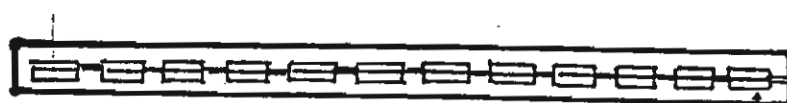
ลายดอกจันทร์แปดกลีบ



ลายดอกเปา (เต็กรั้ง)

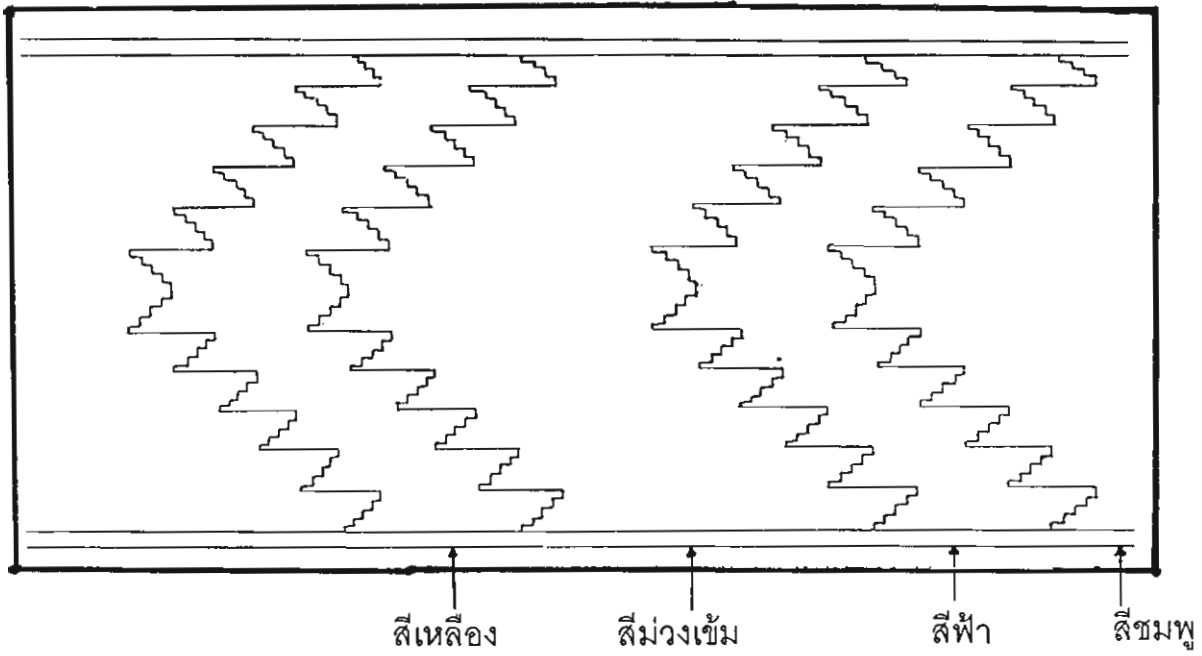


ลายนกกินน้ำต้น (คนโท)

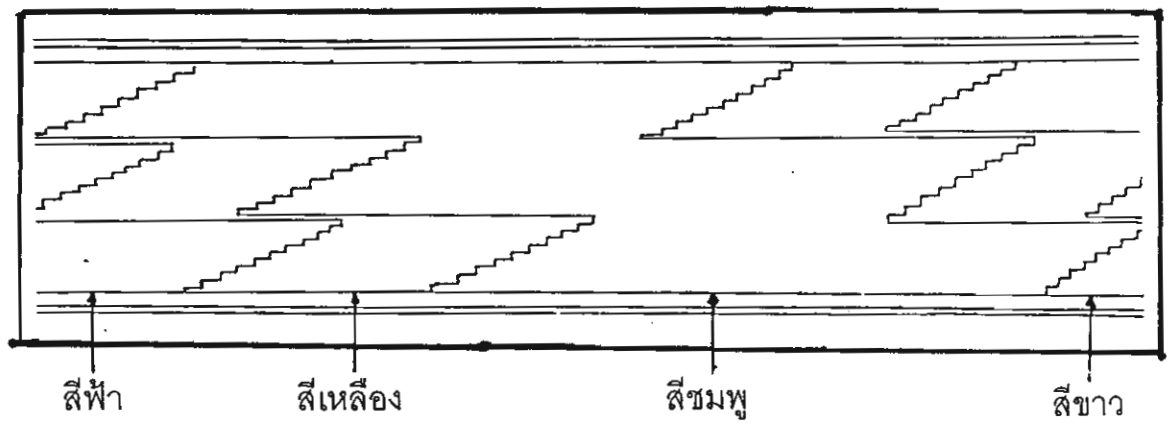


สีขาวหรือสีเหลือง

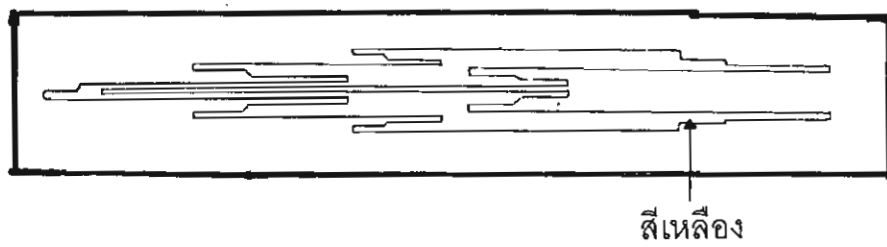
ลายข้าวลิบ



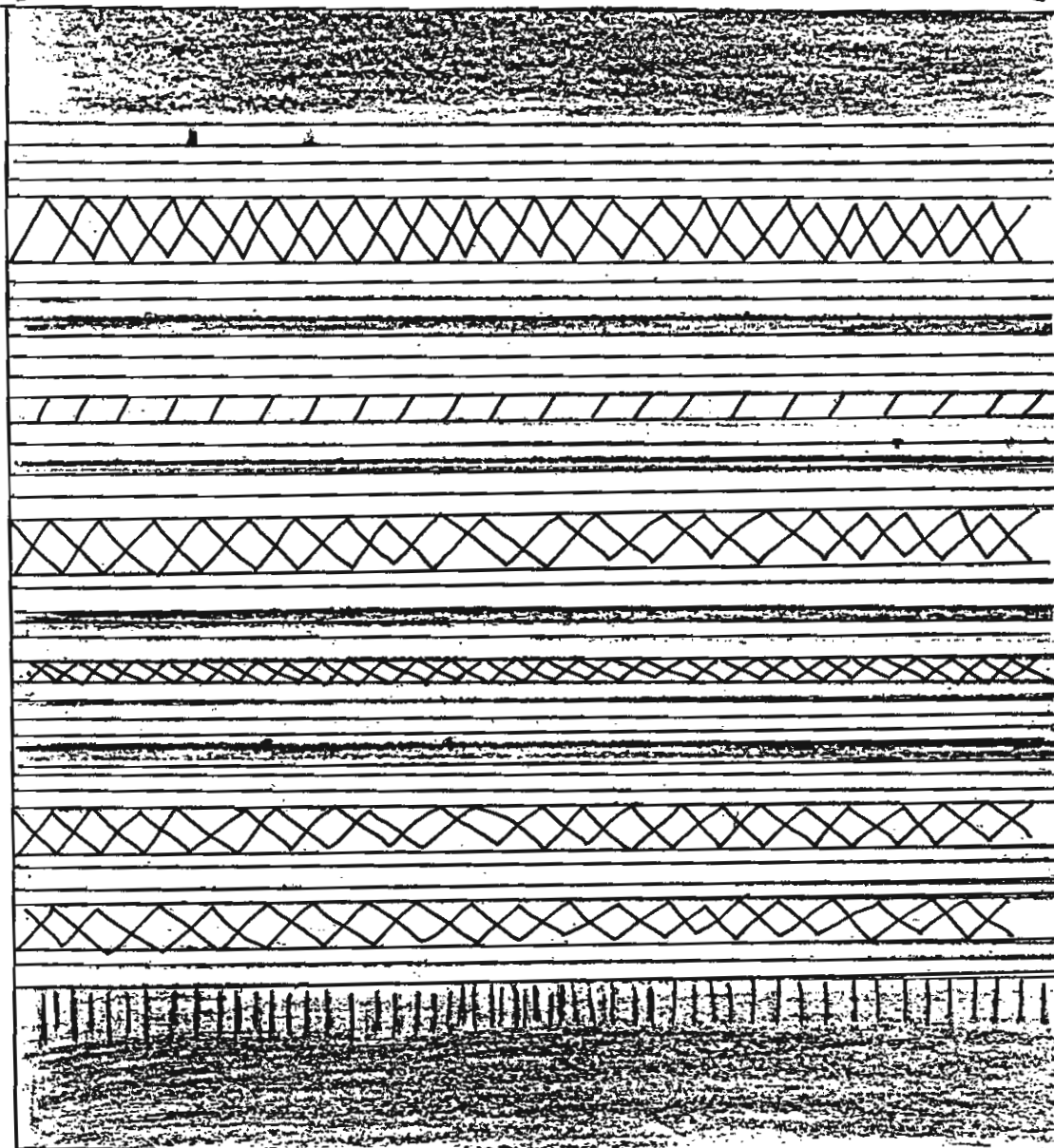
ลายน้ำไหล



ลายใบมีด



ลายจรวด



คำเคิบ