

# การใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มของกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น

## Using the patronage system to identity construction in the group management of Silk Weaving groups in Khon Kaen Province

เบญจวรรณ ไยนิตย์<sup>1</sup>, กীরติพร จุตะวิริยะ<sup>2</sup> และวิภาวี กฤษณะภูติ<sup>3</sup>

Benjawan Naiyanita<sup>1</sup>, Keeratiporn Jutaviriyaa<sup>2</sup> and Wipawee Grisanaputi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

<sup>1,2,3</sup>Faculty of Humanities and Social Sciences

<sup>1,2,3</sup>มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>1,2,3</sup>Khon Kaen University

### บทคัดย่อ

บทความนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มของกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่นและวิเคราะห์การใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มของกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกและการสังเกตการณ์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 24 ราย ได้แก่ ตัวแทนจากกลุ่มทอผ้าไหม และตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่นได้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มด้วยการบอกเล่าความหมายของตัวตน ผ่านการจัดการกลุ่ม 9 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดตั้งกลุ่ม ด้านการจัดการกลุ่ม ด้านการวางแผนการผลิต ด้านการจัดการการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเงิน และด้านการจัดทำบัญชี และ 2) กลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่นได้ใช้ระบบอุปถัมภ์ 4 ประเภท ได้แก่ การอุปถัมภ์ในหมู่เครือญาติ การอุปถัมภ์ในหมู่มิตรสหาย การอุปถัมภ์ในองค์กร และการอุปถัมภ์ระหว่างอาชีพ เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทั้ง 9 ด้าน

**คำสำคัญ:** การประกอบสร้างอัตลักษณ์ ระบบอุปถัมภ์ การจัดการวิสาหกิจชุมชน

### **Abstract**

This qualitative research aimed to study identity construction within the management of silk weaving groups in Khon Kaen Province and analyze the use of the patronage system to identity construction in the group management of the silk weaving groups in Khon Kaen Province. In-depth interviewing and observation were used to collect data from 24 key informants, including representatives from silk weaving groups, as well as other relevant organizations. Data were analyzed using descriptive analysis method.

The study found. 1) The silk weaving groups in Khon Kaen Province had identity construction in the group management by telling the story of the meaning of the groups' identity from the group management in 9 aspects, which are: group formation, group management, production planning, production management, product development, marketing, public relations finance, and accounting. 2) The silk weaving groups in Khon Kaen Province use four types of patronage systems: among relatives, among friends, in the organization, and during career to identity construction in group management.

**Keywords:** Identity Construction, Patronage System, Management of Community Enterprise

## บทนำ

ระบบอุปถัมภ์เป็นรูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2 บุคคลหรือมากกว่าที่มีความสัมพันธ์ที่จำแนกออกเป็น 2 ฝ่ายด้วยกัน โดยฝ่ายหนึ่งเรียกว่า “ผู้อุปถัมภ์” จะมีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่สูงกว่าอีกฝ่ายที่เรียกว่า “ผู้รับการอุปถัมภ์” ทั้งนี้จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของชาติไทยทำให้ได้ทราบว่า ประเทศไทยมีระบบอุปถัมภ์มาช้านานแล้ว อาจจะได้กล่าวได้ว่า เริ่มมีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาภายใต้การปกครองของสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ที่ได้มีการนำระบบกำหนดชนชั้นทางสังคม เรียกว่า “ศักดินา” มาใช้ในการกำหนดสถานะทางสังคมด้วยสิทธิ์ในการถือครองที่ดิน และจำนวนผู้ที่อยู่ภายใต้ปกครองที่เรียกว่า “ไพร่” ดังนั้นผู้ที่มีสถานภาพทางสังคมที่สูงกว่าก็ย่อมจะมีสิทธิ์ในการถือครองที่ดินและจำนวนไพร่ในปกครองมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพทางสังคมที่ต่ำกว่าซึ่งคนกลุ่มนี้ก็คือ ผู้ให้การอุปถัมภ์ ในขณะที่เดียวกันผู้ที่มีสถานภาพทางสังคมที่ต่ำกว่าจนเรียกได้ว่าไร้ศักดินาก็จะกลายเป็น “ไพร่” หรือผู้รับการอุปถัมภ์นั่นเอง (Scott, 1972 อ้างถึงในฐานันท์ ชาญเกียรติวงศ์ รุจิภาณูจัน สานนท์ และทีปอุทัย แสนภาค; 2563) ซึ่ง อคิน รพีพัฒน์ (2548) ได้สรุปไว้ว่า ระบบศักดินาดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นถึงสายสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้การอุปถัมภ์และผู้ได้รับอุปถัมภ์ในสังคมไทย และ Wolf (1963) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ระบบอุปถัมภ์เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมที่ระหว่างผู้ให้การอุปถัมภ์และผู้รับการอุปถัมภ์ เนื่องจากผู้ให้การอุปถัมภ์มีสถานะทางสังคมและทางเศรษฐกิจสูงกว่าผู้รับการอุปถัมภ์ จึงส่งผลให้ผู้รับการอุปถัมภ์มีความรู้สึกทางใจเกี่ยวกับการที่จะต้องตอบแทนกลับด้วยความภักดี

ในปัจจุบันนี้ ระบบศักดินาดังกล่าวได้สูญหายไปจากการปกครองของประเทศไทยคงเหลือร่องรอยไว้เพียงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้การอุปถัมภ์และผู้รับการอุปถัมภ์ในรูปแบบที่เรียกว่า “ระบบอุปถัมภ์” ซึ่งสนธิ สมัครการ (2533) ได้จำแนกรูปแบบของการอุปถัมภ์ภายใต้โครงสร้างสังคมไทยออกเป็น 4 รูปแบบด้วยกัน คือ ระบบอุปถัมภ์ในหมู่ญาติ พ่อ แม่ พี่น้อง ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวพันกันอย่างใกล้ชิดและเหนียวแน่น ระบบอุปถัมภ์ในหมู่มิตรสหาย ที่มีการติดต่อและให้ความช่วยเหลือตอบแทนซึ่งกันและกัน ระบบอุปถัมภ์ในองค์กร อาทิ รัฐ เอกชน และระบบอุปถัมภ์

ระหว่างอาชีพ เป็นการเอื้อผลประโยชน์ระหว่างคนสองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มข้าราชการกับนักธุรกิจ และกลุ่มนักการเมืองกับเกษตรกร ซึ่งรูปแบบความสัมพันธ์ทั้งสี่รูปแบบนี้ ได้ฝังรากลึกอยู่ภายใต้ระบบโครงสร้างสังคมไทยในมิติต่าง ๆ อาทิ ในมิติของธุรกิจที่ความสัมพันธ์ของระบบอุปถัมภ์ได้เปลี่ยนมาสู่ความสัมพันธ์เชิงธุรกิจระหว่างผู้จัดการกับลูกไร่ เจ้าของกิจการกับลูกจ้าง นายทุนกับลูกหนี้ หรือแม้แต่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจด้วยกันเอง (นิทัศน์ เจียมศรีพงษ์ และสุจินดา เจียมศรีพงษ์, 2550; ประพนธ์ชัย จิตรจำนงค์ พระครูธีรธรรมนุต ปั่นถนงพงศ์ วงศ์ณาศรี และจิราภรณ์ ชูชำนาญ, 2565) มิติของการปกครอง ที่ได้เปลี่ยนมาสู่ความสัมพันธ์ระหว่างข้าราชการกับชาวบ้าน และผู้ใหญ่บ้านกับชาวบ้าน มิติของการบริหารจัดการองค์กรระหว่างหัวหน้าและผู้ที่อยู่ภายใต้บังคับบัญชา (ปริษา คุวินทร์พันธุ์, 2555) มิติของกลุ่มคน โดยเฉพาะกลุ่มเพศที่สามที่ถูกตีตราจากสังคมที่มีการอุปถัมภ์คนที่เป็นเพศที่สามด้วยกัน (วัชรวุฒิ ชื่อสัตย์ และวัชรพล พุทธรักษา, 2558) และแม้แต่การอุปถัมภ์ที่เกิดขึ้นในวงการกีฬาระหว่างผู้ให้การสนับสนุนและนักกีฬา (ภิญญาพันธุ์ พจนะลาวัฒน์, 2561) การเปลี่ยนแปลงของระบบอุปถัมภ์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยนั้น จึงไม่ใช่เพียงการเปลี่ยนระบบศักดินาเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสัมพันธ์ของการให้และการรับอุปถัมภ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลง จากเดิมที่การให้และการรับการอุปถัมภ์มุ่งให้เกิดความสัมพันธ์ของการเกิดจิตสำนึกในเรื่องของบุญคุณ มาสู่การให้และการรับผลประโยชน์ภายใต้เงื่อนไขของทรัพยากร และผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ (นิทัศน์ เจียมศรีพงษ์ และสุจินดา เจียมศรีพงษ์, 2550; กิติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์, 2558)

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในเบื้องต้นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของระบบศักดินาสู่ระบบอุปถัมภ์ที่ฝังรากลึกในมิติต่าง ๆ ภายใต้บริบทโครงสร้างสังคมไทย ซึ่งจะเห็นได้ว่า แม้ความสัมพันธ์ของผู้คนจะเปลี่ยนแปลงไป แต่ภายใต้การปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนในสังคมไทยก็ยังคงแฝงฝังไปด้วยการเป็นผู้ให้และการได้รับการอุปถัมภ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการเป็นผู้ให้การอุปถัมภ์ของหน่วยงานภาครัฐและการรับการอุปถัมภ์ของกลุ่มอาชีพในสังคมไทย ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2519 ที่มีการก่อตั้งมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพขึ้นมา ส่งเสริมศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มคนในชุมชน ทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของคนไทยให้คงอยู่

(โครงการสาธิตกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว, 2547) โดยเฉพาะหัตถกรรมการทอผ้าที่เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของการก่อตั้งมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพขึ้นมา หัตถกรรมการทอผ้าเป็นหัตถกรรมที่มีในทุกภูมิภาคของประเทศไทย (ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน), 2564) ดังนั้น การทอผ้าเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายจึงต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงกว่าหัตถกรรมประเภทอื่น เช่น เครื่องเงิน เครื่องทอง จักสาน และเซรามิก เป็นต้น จากการที่มีกลุ่มผู้ประกอบการจากชุมชนผลิตผ้าไหม และเครื่องแต่งกายออกมาจำหน่ายสูงถึง 34,667 ผลิตภัณฑ์ และมีเพียง 1,475 ผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2563) เพื่อให้กลุ่มทอผ้าไหมในชุมชนสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น การสร้างอัตลักษณ์ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มทอผ้าไหมในชุมชนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

การสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มของกลุ่มทอผ้านั้น โดยมากกลุ่มจะทำการสร้างเรื่องเล่าที่บ่งบอกตัวตนของกลุ่มในการจัดด้านต่าง ๆ (Dononbao & Peerasan, 2020; Jasovska et al, 2023) ซึ่งในการจัดการวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจกฤษณะภูติ (2559) ได้อธิบายไว้ว่าประกอบด้วย 9 ด้านด้วยกัน ได้แก่ ด้านการจัดตั้งกลุ่ม ด้านการจัดการกลุ่ม ด้านการวางแผนการผลิต ด้านการจัดการการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเงิน และด้านการจัดทำบัญชี ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มทอผ้ามีบริบทที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มในมิติที่แตกต่างกันออกไปเช่นกันตามการเล่าเรื่องที่แต่ละกลุ่มเน้นย้ำให้เห็นถึงความโดดเด่นที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับกลุ่มของตนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำเสนอผ่านการจัดการด้านการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มนั่นเอง (Navis & Glynn, 2010; Vergne & Wry, 2014; Butsalee, Utiram & Ketsripongsa, 2019; Dononbao & Peerasan, 2020; Jasovska et al, 2023) รวมทั้งทำให้กลุ่มได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค และเข้าถึงทรัพยากรต่าง ๆ (Malacarne 2017; Neugarten, 1946) ทั้งในรูปแบบที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริโภค และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐ

อย่างไรก็ตาม การที่กลุ่มจะสามารถประกอบสร้างอัตลักษณ์ให้มีความโดดเด่นขึ้นมาได้นั้นไม่ใช่เพียงการเล่าเรื่องเท่านั้น แต่กลุ่มยังต้องมีการใช้ทรัพยากรสนับสนุนเรื่องเล่าของกลุ่มให้มีความแตกต่าง (Swidler, 1986; Freese & Burke, 1994; Stets & Cast, 2007; Burke & Stets, 2009) จากกลุ่มอื่น ๆ อีกด้วยเช่นกัน

ดังจะเห็นได้จากปรากฏการณ์การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น ที่แม้ว่าจังหวัดขอนแก่นจะได้รับการยอมรับถึงการมีเอกลักษณ์ของการเป็นแหล่งผ้าไหมมัดหมี่ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559) ซึ่งภายใต้ความมีชื่อเสียงของการมีเอกลักษณ์นี้ กลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่นก็ยังได้มีการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความหมายของกลุ่มที่หลากหลายขึ้นมา ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมที่ผสมผสานศิลปะสมัยใหม่ กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมที่ให้ความสนใจเรื่องธรรมชาติและกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมที่คงความดั้งเดิม (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2561; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) การที่จะสามารถสร้างความหมายตัวตนของกลุ่มขึ้นมาได้นี้ ความเฉพาะของบริบทของกลุ่มจึงมีความเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อให้กลุ่มสามารถสร้างเรื่องตัวตนของกลุ่มให้มีความแตกต่างจากที่อื่น การศึกษาครั้งนี้ มุ่งนำเสนอการใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น ผ่านการสร้างความหมายของกลุ่มทอผ้าไหมด้วยการสร้างเรื่องเล่าที่สะท้อนให้เห็นถึงความพิเศษที่เกิดขึ้นจากการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ไม่ใช่เพียงความพิเศษของพื้นที่ ภูมิปัญญาที่สามารถนำมาใช้ในการผลิตผ้าไหมของกลุ่มเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์ที่สามารถนำมาใช้เพื่อสนับสนุนเรื่องเล่าในการบริหารจัดการกลุ่ม อันเป็นหนึ่งในรูปแบบความสัมพันธ์ในการพึ่งพิงพึ่งพาบุคคลและกลุ่มคนทั้งภายในและภายนอกกลุ่ม ซึ่งเป็นการเติมเต็มองค์ความรู้เกี่ยวกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์จากการใช้ระบบอุปถัมภ์ที่เป็นทุนทางสังคมรูปแบบหนึ่งในการทำหน้าที่ทั้งเป็นทุนและช่วยให้กลุ่มทอผ้าไหมได้มาซึ่งทุนชนิดอื่นในการสนับสนุนการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มตนเองขึ้นมาให้มีความโดดเด่น (อชิตพล ตากันธะ, 2563; พรรณพัชญา จิตรจิรานันต์ พระครูธีรธรรมนุต ปัณณพงษ์ วงศ์ณาศรี และจิราภรณ์ ชูชำนาญ, 2565) ด้วยการศึกษารายการที่เกิดขึ้นในพื้นที่หมู่บ้านต้นน้ำ (นามสมมติ) อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น จากการที่มีกลุ่มทอผ้าไหมถึงสองกลุ่ม

ในพื้นที่เดียวกันทั้งยังมีการสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมาด้วยการใช้ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ให้มีตัวตนที่แตกต่างกัน

### วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มของกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น
- 2) เพื่อวิเคราะห์การใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มของกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น

### วิธีการวิจัย

การศึกษานี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ตามแนวทางของแบบวิจัยปรากฏการณ์วิทยา เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study) เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการวิจัยที่ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา เวลา สถานที่หรือบริบท (ชาย โพธิสิทธิ์, 2559) เพื่อทำความเข้าใจการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมจากเล่าเรื่องที่สะท้อนความโดดเด่นของการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมของตนเอง และวิเคราะห์การใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น

พื้นที่ศึกษา คือ กลุ่มทอผ้าไหมดอกคูณ (นามสมมุติ) และกลุ่มทอผ้าไหมราชพฤกษ์ (นามสมมุติ) หมู่บ้านต้นน้ำ อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากกลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มได้รับการยอมรับและมีชื่อเสียงกลายเป็นที่รู้จักในระดับประเทศ ทั้งยังมีปรากฏการณ์การใช้ความสัมพันธ์แบบพึ่งพิงพึ่งพาซึ่งกันและกันในลักษณะของการให้และการรับอุปถัมภ์ เพื่อการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมด้วยการเล่าเรื่องบอกความหมายตัวตนของกลุ่มขึ้นมา โดยเฉพาะความสัมพันธ์ความเป็นเครือญาติของกลุ่มที่ปรากฏอย่างชัดเจน จากการที่ทั้งสองกลุ่มตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่บ้านเดียวกัน ซึ่งก็คือหมู่บ้านต้นน้ำ ที่จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2445 จากการแยกตัวออกมาจากหมู่บ้านขนาดใหญ่จำนวนครัวเรือน 6 ครัวเรือน 5 สายตระกูล แม้ปัจจุบันจะมีการขยายครัวเรือนออกมาเป็นจำนวน 226 ครัวเรือน แต่ความเข้มแข็ง

ของความเป็นพี่เป็นน้องในหมู่บ้านก็ยังคงมีความเข้มข้นที่สูง ดังจะเห็นได้จากการรวมตัวกันของคนในหมู่บ้านเพื่อจัดตั้งกลุ่มอาชีพขึ้นมาเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการในการสร้างอาชีพและรายได้ให้เกิดขึ้นนั้น ได้เกิดการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าไหมถึงสองกลุ่มขึ้นมา โดยกลุ่มทอผ้าไหมดอกคูณมีการรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการจากสายหนึ่งในห้าตระกูลหลักในปี พ.ศ. 2524 และมีการจดทะเบียนจัดตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการขึ้นในปี พ.ศ. 2539 ขณะที่กลุ่มทอผ้าไหมราชพฤกษ์ก็เป็นอีกหนึ่งการรวมตัวของสายตระกูลจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2526

หน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ระดับกลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่ม คือ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม กรรมการกลุ่ม ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และฝ่ายการตลาด จำนวน 20 ราย 2) ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ ตัวแทนเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชน ตัวแทนเจ้าหน้าที่ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ ตัวแทนเจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และตัวแทนเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวน 4 ราย เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมและวิเคราะห์การใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกตามแนวทางการสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น การใช้แนวทางการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้ใช้นามสมมุติสำหรับผู้ให้ข้อมูลในการเผยแพร่เพื่อปกป้องความเป็นส่วนตัวค่านึงถึงผู้ให้ข้อมูลทุกมิติในการสัมภาษณ์ตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และได้ผ่านการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ลำดับที่ 4.3.01: 20/2563 เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 เลขที่โครงการ HE633149 แล้ว และได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า (ชาย โพธิสิตา, 2559) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis Method)

## ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 23 ราย เพศชาย 1 ราย รวม 24 ราย อายุระหว่าง 43-84 ปี มีระดับ การศึกษาชั้นประถมศึกษา-ระดับปริญญาโท สถานภาพกลุ่ม ได้แก่ ประธานกลุ่ม จำนวน 2 ราย รองประธานกลุ่ม จำนวน 2 ราย กรรมการกลุ่ม จำนวน 12 ราย ฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 2 ราย และฝ่ายการตลาด จำนวน 2 ราย และตัวแทนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 ราย ได้แก่ ตัวแทนจากสำนักงานพัฒนาชุมชน จำนวน 1 ราย ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวน 1 ราย ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ ขอนแก่น จำนวน 1 ราย และสำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่น จำนวน 1 ราย รวมทั้งสิ้น 24 ราย

### 2. การประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่นได้ ประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มด้วยการบอกเล่าความหมายของตัวตนผ่านการจัดการกลุ่ม 9 ด้าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) **ด้านการจัดตั้งกลุ่ม** พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มมีประกอบสร้างอัตลักษณ์กลุ่มที่เหมือนกัน จากการเล่าเรื่องที่สะท้อนความผูกพันของสมาชิกกลุ่มที่นำมาสู่การจัดตั้งกลุ่มทอผ้าไหมจากความเป็นพี่เป็นน้องในหมู่บ้านเดียวกัน มีความสนใจ เป้าหมาย และภูมิปัญญาการทอผ้าไหมร่วมกันในการผลิตผ้าไหมออกมาจำหน่ายเพื่อสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่มและคนในหมู่บ้าน

(2) **ด้านการจัดการกลุ่ม** พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มมีการประกอบสร้างอัตลักษณ์กลุ่มที่เหมือนกัน จากการบอกเล่าถึงการจัดการกลุ่มด้วยความเป็นพี่เป็นน้องสมาชิกทุกคนรู้จักและคุ้นชินกันมาอย่างยาวนาน ทำให้เข้าใจถึงสถานภาพและความสามารถของบุคคลแต่ละบุคคลในกลุ่ม จึงสามารถมอบหมายหรือกำหนดบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสมให้แก่สมาชิกแต่ละคนได้ อาทิ ในกรณีของประธานกลุ่ม ซึ่งเป็นทั้งผู้ที่มีความสามารถในการทอผ้าและความเสียสละในการที่จะนำกลุ่มไปยังเป้าหมายด้วยการทำให้การผลิตผ้าไหมสามารถสร้างรายได้ที่เพียงพอสำหรับการดำรงชีพในหมู่บ้าน

(3) **ด้านการวางแผนการผลิต** พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มมีการประกอบสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มทอผ้าไหมดอกคุณมีการสร้างเรื่องเล่าถึงการเป็นกลุ่มผู้ผลิตที่ธำรงศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของการทอผ้า จากการที่กลุ่มผลิตผ้าไหมเพื่อส่งจำหน่ายให้แก่มูลนิธิศูนย์ศิลปาชีพสวนจิตรลดาเป็นหลักและการออกร้านจำหน่ายตามโครงการที่สนับสนุนโดยภาครัฐ การวางแผนการผลิตของกลุ่มจึงมุ่งเน้นที่การผลิตผ้าไหมลายดั้งเดิมเพื่อต่อยอดย้ำความหมายของตัวตนที่กลุ่มสร้างขึ้นมา ทว่ากลุ่มทอผ้าไหมราชพฤกษ์กลับมีการเล่าเรื่องเพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างออกไป ด้วยการบอกเล่าถึงการเป็นกลุ่มผู้ผลิตที่ต่อยอดลวดลายผ้าไหมให้มี ความร่วมสมัยเหมาะกับการสวมใส่ของผู้บริโภคในปัจจุบัน จากการที่กลุ่มจำหน่ายผ้าไหมสู่ผู้บริโภคโดยตรงทั้งจากการออกร้านตามโครงการที่สนับสนุนโดยภาครัฐ และการจำหน่ายผ้าไหมออนไลน์ ทำให้การวางแผนการผลิตของกลุ่มเป็นไปเพื่อเน้นย้ำความหมายของการเป็นกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมร่วมสมัยด้วยการมีแผนการผลิตลวดลายผ้าไหมที่หลากหลาย ดังคำกล่าวของคณะกรรมการกลุ่มทอผ้าไหมราชพฤกษ์ “...ทำลายใหม่ออกมาทุก ๆ เดือน ถึงจะเป็นลายเก่าแต่ก็ดัดแปลงเป็นลายใหม่ต้องมีแนวคิดไปเรื่อย ๆ เห็นอะไรก็ช่าง ท้องฟ้า อากาศ ฝาบ้าน ฝาโบสถ์ ตามวัด เอามาทำเป็นลายผ้า...” (คุณสุณี (นามสมมติ) อายุ 67 ปี) ทำให้มีการออกแบบลวดลายผ้าไหมใหม่อย่างต่อเนื่องทำให้ปัจจุบันกลุ่มมีลวดลายที่ผลิตออกมามากกว่า 300 ลวดลาย

(4) **ด้านการจัดการการผลิต** พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มมีการประกอบสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้กลุ่มทอผ้าไหมดอกคุณยังคงต้องการเน้นย้ำความหมายตัวตนของการเป็นกลุ่มผู้ผลิตที่ธำรงศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของการทอผ้าที่กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมา จากการเล่าเรื่องการยังคง กระบวนการทอผ้าแบบดั้งเดิมไว้ที่เริ่มตั้งแต่กระบวนการเตรียมวัตถุดิบการทอผ้าด้วยการปลุกต้นหม่อน การเลี้ยงไหม การสาวไหม จนทอผ้าแล้วเสร็จออกมาเป็นผืนผ้า สร้างรายได้ให้แก่สมาชิกทั้งจากการจำหน่ายเส้นไหมและผ้าไหม ดังคำกล่าวของคณะกรรมการกลุ่มทอผ้าไหมดอกคุณ “...กลุ่มเขาเด่นเรื่องปลุกหม่อนเลี้ยงไหม เเด่นที่สุด ด้านหม่อนไหม เขาเลี้ยงไหมวัยอ่อนส่งเพ็น มันไม่มีผู้เลี้ยงอยู่ในเขตนี้ บ่มีผู้เลี้ยงจักคน มีแต่กลุ่มแม่เลี้ยงหม่อนวัยอ่อนเอาไปเลี้ยงเสร็จแล้วเอามาสาวเป็นเส้นไหม เขาก็เอามารวมกันอยู่ที่กลุ่ม แม่ก็เอาไปส่ง

พระราชวัง (ศูนย์ศิลปาชีพสวนจิตรลดา) พวกแม่เข้มแข็ง พวกแม่มีรายได้ ครอบครัวยุคใหม่แต่ทุกคนก็ต้องไปรับจ้างก่อสร้างอยู่กรุงเทพฯ อีก เอ็ดผ้าไหมเอ็ดเส้นไหมไปส่งเพื่อน...” (คุณอนงค์ (นามสมมุติ) อายุ 73 ปี)

ในขณะที่กลุ่มทอผ้าไหมราชพฤกษ์เองก็เลือกเน้นย้ำความหมายตัวตนของการเป็นผู้ผลิตที่ต่อยอดภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมให้มีความร่วมสมัยตามที่กลุ่มสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมาด้วยเช่นกัน จากการเล่าเรื่องการมีการจัดการการผลิตที่สามารถตอบสนองของผู้บริโภคทั้งในแง่ของปริมาณและคุณภาพ ด้วยการแยกกระบวนการผลิตตามความเชี่ยวชาญของสมาชิกกลุ่มในการสร้างลวดลายและการทอผ้า การจัดหาเส้นไหม (เส้นไหมยีน) และอุปกรณ์การทอผ้าพันคอผ้าไหม ให้แก่สมาชิกกลุ่ม ทำให้กลุ่มสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตามรายการสั่งซื้อของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

(5) **ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์** พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มได้มีการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มที่แตกต่างกัน กลุ่มทอผ้าไหมดอกคูณมีการเล่าเรื่องถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของผ้าไหมแบบดั้งเดิมไว้ จากการที่กลุ่มมีการพัฒนาผ้าไหมของกลุ่มจากการใช้เส้นไหมที่กลุ่มผลิตด้วยตนเองเป็นวัตถุดิบสำหรับการทอผ้า การเลือกใช้สีย้อมผ้าที่มีโทนสีเหมาะสำหรับการสวมใส่ของผู้คนในปัจจุบันแทนการใช้สีที่มีความฉูดฉาดเช่นในอดีต การทอผ้าด้วยฝีมือของสมาชิกที่มีประสบการณ์มาอย่างยาวนาน เพื่อบอกเล่าความหมายตัวตนของกลุ่มผู้ดำรงศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิม แต่กลุ่มทอผ้าไหม ราชพฤกษ์มีการเลือกบอกเล่าถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาลวดลายบนผืนผ้าไหมที่มีลวดลายใหม่อย่างสม่ำเสมอและรูปแบบผลิตภัณฑ์ของผ้าไหม เช่น ชุดสำเร็จรูป กระเป๋า ผ้าพันคอ และหน้ากากผ้าไหม เพื่อบอกเล่าความหมายตัวตนของกลุ่มผู้ต่อยอดภูมิปัญญา

(6) **ด้านการตลาด** พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มมีประกอบสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือกลุ่มทอผ้าไหมดอกคูณมีการบอกเล่าถึงความโดดเด่นของกลุ่ม ผ่านผ้าไหมที่คงความดั้งเดิมทั้งวิธีการผลิตและลวดลายบนผืนผ้า เช่น ลายถุงเงิน ลายช่อดอกแก้ว ลายแคนค้ำคูณ ลายแคนแก่นคูณ และลายขอขีด

นาวิรัตน์ราชภัฏญา เป็นต้น เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่สนใจผ้าไหมลายดั้งเดิม เพื่อสะท้อนตัวตนของกลุ่มที่อ้างศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิม ทว่ากลุ่มทอผ้าไหมราชพฤกษ์ กลับมีความบอกเล่าถึงความโดดเด่นของกลุ่ม ผ่านความหลากหลายของลวดลายผ้าไหมที่กลุ่มสร้างขึ้นมากกว่า 300 ลวดลาย เป็นที่มาของเรื่องเล่าที่สะท้อนความหมายของการเป็นกลุ่มที่ต่อยอดภูมิปัญญา จากการตลาดและการผลิตที่ตอบสนองของผู้บริโภค ได้ทันท่วงที ดังคำกล่าวของคณะกรรมการกลุ่มทอผ้าไหมราชพฤกษ์ “...กลุ่มจะพัฒนาตามลูกค้า การผลิตนำการตลาด การตลาดนำการผลิต เอาไปตลาดแล้วก็จะรู้ว่าคนต้องการผ้าไหมยังไง เราก็มาคุยกับสมาชิกอย่างเหรียญกับเลขาพวกแม่เก่งมาก ในการทำลายผ้าไหม ทำแล้วขายดีระเบิดระเบ้อ แม่ไปขายนะหลาย ๆ จังหวัด อยู่ใกล้ ๆ กันเขานั่งไม่ได้ขายทั้งวัน...” (คุณสุณี (นามสมมติ) อายุ 67 ปี)

(7) **ด้านการประชาสัมพันธ์** พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มมีการบอกเล่าความหมายที่แตกต่างกัน กล่าวคือกลุ่มทอผ้าไหมดอกคูณให้ความสำคัญกับการนำเสนอกระบวนการผลิตผ้าไหมของกลุ่มที่เริ่มตั้งแต่การปลูกต้นหม่อนจนแล้วเสร็จออกเป็นผืนผ้า เพื่อสะท้อนความหมายของกลุ่มทอผ้าแบบดั้งเดิม ขณะที่กลุ่มทอผ้าไหมราชพฤกษ์เน้นการสื่อสารความแปลกใหม่ของลวดลายผ้าไหมที่กลุ่มสร้างขึ้น เพื่อสะท้อนความหมายของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมร่วมสมัย

(8) **ด้านการเงิน** พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มมีการบอกเล่าความหมายของตัวตนที่ไม่แตกต่างกันซึ่งเป็นการบอกเล่าถึงการเป็นกลุ่มที่มีการจัดการเงินอย่างเป็นระบบ โดยมีสมาชิกกลุ่มฝ่ายการเงินทำหน้าที่ในการดูแล ทั้งยังได้รับการสนับสนุนการเงินและการจัดการการเงินจากหน่วยงานภาครัฐ

(9) **ด้านการจัดทำบัญชี** พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มได้มีการเล่าเรื่องเพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์เหมือนกัน จากการที่มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบสามารถตรวจสอบได้ ด้วยการใช้บัญชีทำหน้าที่ในการจัดทำบัญชีจากการได้รับความรู้จากหน่วยงานภาครัฐ สร้างความมั่นใจในความโปร่งใสในการดำเนินงานของกลุ่มให้แก่สมาชิกทุกคน

## 2) วิเคราะห์การใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น

จากการศึกษาการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น เมื่อนำมาวิเคราะห์การนำระบบอุปถัมภ์มาใช้เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่ม พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมมีการนำระบบอุปถัมภ์ 4 ประเภท ได้แก่ ในหมู่เครือญาติ ในหมู่มิตรสหายในองค์กร และระหว่างอาชีพ มาใช้เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) การอุปถัมภ์ในหมู่เครือญาติ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างญาติผู้อาวุโสในการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนกับญาติผู้น้อง ซึ่งลักษณะความสัมพันธ์เช่นนี้ กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มได้นำมาใช้เพื่อการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่ม ได้แก่ ด้านการจัดตั้งกลุ่ม ด้านการจัดการกลุ่ม ด้านการวางแผนการผลิต ด้านการจัดการการผลิต ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเงิน และด้านการจัดทำบัญชี จากวิเคราะห์ความสัมพันธ์การนำการอุปถัมภ์ในหมู่เครือญาติมาใช้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มของทั้งสองกลุ่ม พบว่า สาเหตุสำคัญที่ทำให้การเลือกประกอบสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าไหมมีความแตกต่างกันมีสาเหตุสำคัญมาจากการให้การอุปถัมภ์ของประธานกลุ่มแก่สมาชิก โดยประธานกลุ่มดอกคูณมีการใช้สถานะของตนเองที่ได้รับการยอมรับจากศูนย์ศิลปาชีพสวนจิตรลดา มาสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้ได้รับรายการคำสั่งซื้อมาอุปถัมภ์แก่สมาชิกกลุ่มของตนเองให้เกิดงานและรายได้ การบอกเล่าความหมายของกลุ่มจึงให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์การผลิตผ้าไหมแบบดั้งเดิมที่ได้รับการรับรองจากศูนย์ศิลปาชีพฯ ขณะที่ประธานกลุ่มทอผ้าไหมราชพฤกษ์นอกจากจะมีใช้สถานะของตนเองที่ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้ได้รับรายการคำสั่งซื้อมาให้การอุปถัมภ์แก่สมาชิกกลุ่มของตนเองแล้วยังมีใช้ทรัพยากรทางเศรษฐกิจของตนเองเพื่ออุปถัมภ์สมาชิกกลุ่มด้านการผลิต ด้วยการจัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ให้แก่สมาชิก ทำให้กลุ่มสามารถผลิตผ้าไหมได้อย่างต่อเนื่อง สะท้อนการบอกเล่าตัวตนของกลุ่มสะท้อนถึงการต่อยอดภูมิปัญญาการทอผ้าไหมให้มีความทันสมัยพร้อมตอบสนองความต้องการของตลาด

(2) การอุปถัมภ์ในหมู่มิตรสหาย เป็นความสัมพันธ์ฉันท์มิตรที่คาดหวังต่อกันและกันในการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มได้นำมาใช้เพื่อจัดการจัดตั้งกลุ่ม ด้านการจัดการกลุ่ม ด้านการวางแผนการผลิต ด้านการจัดการการผลิต ด้านการตลาด และด้านการประชาสัมพันธ์ จากวิเคราะห์ความสัมพันธ์การนำการอุปถัมภ์ในหมู่มิตรสหายมาใช้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มของทั้งสองกลุ่มพบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองมีการใช้ความสัมพันธ์ฉันท์มิตรสหายที่เหมือนกัน ในลักษณะของการเป็นสมาชิกกลุ่มที่ทำหน้าที่เป็นกำลังในการผลิตผ้าไหมของกลุ่ม ซึ่งทั้งสองกลุ่มจะให้ความสำคัญกับสมาชิกกลุ่มค่อนข้างสูง จากการกระจายรายการสั่งซื้อให้สมาชิกกลุ่มเป็นอันดับแรก เมื่อมีรายการสั่งซื้อหมายถึงการมีรายได้ของสมาชิกกลุ่ม สมาชิกกลุ่มมีการตอบแทนกลับด้วยการทุ่มเทแรงกายในการผลิตผ้าไหมให้มีคุณภาพพร้อมนำออกจำหน่าย นำมาสู่การประกอบสร้างเรื่องเล่าตัวตนของกลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มที่สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

(3) การอุปถัมภ์ในองค์กร เป็นความสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือเอื้อประโยชน์ให้แก่สมาชิกในกลุ่ม ผ่านด้านการวางแผนการผลิต ด้านการจัดการการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเงิน และด้านการจัดทำบัญชีจากวิเคราะห์ความสัมพันธ์การนำการอุปถัมภ์ในองค์กรมาใช้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มของทั้งสองกลุ่ม พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มจะมีประธานกลุ่มที่มีบทบาทในการกำหนดเป้าหมายของกลุ่ม ซึ่งรวมไปถึงการคัดเลือกสมาชิกกลุ่มเพียงบางรายในการเข้ารับการเพิ่มความรู้และทักษะในการผลิตผ้าไหมจากหน่วยงานภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ประธานกลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มจะเป็นผู้ที่ได้รับโอกาสเพิ่มความรู้และทักษะมากที่สุด ทำให้กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มมีเป้าหมายของกลุ่มที่ชัดเจนจากผู้นำกลุ่ม ทำให้เรื่องเล่าที่ทั้งสองกลุ่มสร้างขึ้นมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มทอผ้าไหมดอกคูนบอกเล่าตัวตนของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมแบบดั้งเดิม ขณะที่กลุ่มทอผ้าไหมราชพฤกษ์บอกเล่าตัวตนของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมร่วมสมัย

(4) การอุปถัมภ์ระหว่างอาชีพ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับกลุ่มทอไหมจากการที่หน่วยงานภาครัฐจะให้สิทธิประโยชน์บางประการ ขณะเดียวกันกลุ่มทอผ้าไหมจะมีการตอบแทนกลับหน่วยงานราชการด้วยเช่นกัน ในด้านการวางแผนการผลิต ด้านการจัดการการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเงิน และด้านการจัดทำบัญชี จากวิเคราะห์ความสัมพันธ์การนำการอุปถัมภ์ระหว่างอาชีพมาใช้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มของทั้งสองกลุ่ม พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐทั้งด้วยการได้รับความรู้ผ่านการอบรม การสนับสนุนวัสดุ และการนำผ้าไหมไปจำหน่ายภายใต้โครงการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสาเหตุสำคัญที่ทำให้ทั้งสองกลุ่มจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐก็คือการตอบสนองต่อการเข้ามาทำงานของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ที่ไม่ใช่เพียงการรับความรู้ หรือการสนับสนุนเพียงวัสดุ แต่กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มมีการตอบสนองต่อโครงสร้างของหน่วยงานด้วยการนำกลับมาใช้ในการจัดการกลุ่ม ทำให้การดำเนินงานโครงการของหน่วยงานบรรลุผลที่ตั้งไว้ ดังจะเห็นได้การที่กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มสามารถสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ให้มีความแตกต่างกันออกมาได้

### สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า

การใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหม ในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่มได้มีการบอกเล่าความเฉพาะของกลุ่ม ผ่านการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 9 ด้าน ด้วยการนำความสัมพันธ์ในการอุปถัมภ์มาใช้เพื่อสนับสนุนการจัดการกลุ่ม คือ ด้านการจัดตั้งกลุ่ม ด้านการจัดการกลุ่ม ด้านการวางแผนการผลิต ด้านการจัดการการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเงิน และด้านการจัดทำบัญชี ซึ่งภายใต้การจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนี้ กลุ่มทอผ้าไหมได้มีการนำความสัมพันธ์ในการอุปถัมภ์ ทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ การอุปถัมภ์ในหมู่ญาติ การอุปถัมภ์ในหมู่มิตรสหาย การอุปถัมภ์ในองค์กร และการอุปถัมภ์ระหว่างอาชีพ มาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น

เมื่อพิจารณาการใช้ความสัมพันธ์การให้และการรับการอุปถัมภ์ที่ใช้ในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม จะเห็นได้ว่าเป็นการให้และการรับการอุปถัมภ์ทั้งจากภายในกลุ่มและภายนอกกลุ่ม โดยภายในกลุ่มผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการให้การสนับสนุนการจัดการกลุ่มให้เป็นที่ไปอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจัดการผลิตก็คือประธานกลุ่มที่มีการใช้สถานะและทรัพยากรเพื่อให้การอุปถัมภ์การผลิตผ้าไหมของกลุ่มให้สามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง ขณะที่การได้รับการสนับสนุนจากภายนอกก็มีส่วนสำคัญ โดยเฉพาะการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในรูปแบบของความรู้ ทรัพยากรในการประชาสัมพันธ์กลุ่ม และการตลาดด้วยการมอบโอกาสให้แก่กลุ่มในการนำผ้าไหมไปจำหน่าย ทำให้กลุ่มกลายเป็นที่รับรู้และรู้จักในวงกว้างเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันกลุ่มเองก็มีการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานในทุกกิจกรรมที่จัดโครงการ

จากผลการศึกษาพบได้ว่า ภายใต้การใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่นนั้น ไม่ได้มีลักษณะของความสัมพันธ์เชิงการแลกเปลี่ยนที่ไม่สมดุลระหว่างผู้ให้และผู้รับการอุปถัมภ์มากนัก (ธีรยุทธ บุญมี, 2533; สมศักดิ์ สามัคคีธรรม, 2554) ดังจะเห็นได้จากความสัมพันธ์ของการนำการอุปถัมภ์มาใช้ในการจัดการกลุ่มทั้งที่เกิดขึ้นจากการให้และการได้รับการสนับสนุนของประธานกลุ่มกับสมาชิก หรือแม้กระทั่งความสัมพันธ์การให้และการรับการสนับสนุนของกลุ่มกับหน่วยงานจากภายนอก สมาชิกหรือกลุ่มไม่ได้ถูกผูกมัดด้วยความรู้สึกของการสำนึกบุญคุณที่yakต่อการตอบแทนให้เท่าเทียม (Wolf, 1963; ธีรยุทธ บุญมี, 2533; สมศักดิ์ สามัคคีธรรม, 2554) ทำให้บริบทของการนำการอุปถัมภ์มาใช้ในการสนับสนุนการจัดการกลุ่มของกลุ่มทอผ้าไหมทั้งสองกลุ่ม เกิดความรู้สึกถึงการมีคุณค่าของสมาชิกกลุ่มที่มีความผูกพัน การมีความสามารถในการทำงานร่วมกันที่นำไปสู่การสร้างประกอบสร้างอัตลักษณ์ด้วยนำเสนอเรื่องเล่าถึงการเป็นกลุ่มทอผ้าไหมที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สวดลายผ้าไหมแบบดั้งเดิมและการเป็นกลุ่มทอผ้าไหมที่ผลิตสวดลายที่ทันสมัย (Navis & Glynn, 2010; Vergne & Wry, 2014; Jasovska et al, 2023; ผกามาศ บุตรสาดี แก้วมณี อุทิมย์ และอุดมพงษ์ เกศศรีพงษ์ศา, 2562; จุฑามาศ ดอนอ่อนแก้ว และจิรวัดณ์ พิระสันต์, 2563) อย่างไรก็ตาม

จากการศึกษาภาคที่ปฏิเสธได้ว่าการนำการอุปถัมภ์มาใช้ในการจัดการกลุ่มเป็นการกีดกันและเอื้อผลประโยชน์ให้แก่กลุ่มตนเอง การเกิดความไม่เท่าเทียมระหว่างกลุ่มของตนเองกับกลุ่มอื่น (นิทัศน์ เจียมศรีพงษ์ และสุจินดา เจียมศรีพงษ์; 2550, พรอนพัทญ์ จิตรจ้านงค์ พระครูธีรธรรมนุต ปันณพงศ์ วงศ์นาศรี และจิราภรณ์ ชูชำนาญ; 2565) จากการเปรียบเทียบและนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มตนเองเพื่อให้ได้มาหรือการเข้าถึงทรัพยากร ขณะเดียวกันภายใต้ความสัมพันธ์ที่หวงแหน ความผูกพัน (เบนจวรรณ นาราสัจจ์, 2552) ได้นำมาสู่ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของความเป็นกลุ่มที่จะนำไปสู่การมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นสำหรับการแข่งขันกับกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมเช่นเดียวกัน

ผลการศึกษาได้มีข้อค้นพบที่น่าสนใจหรืออาจจะกล่าวได้ว่าเป็นองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหม ในจังหวัดขอนแก่น จนสามารถสร้างการยอมรับถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มให้เกิดขึ้นได้นั้นมีสาเหตุสำคัญสองประการ คือ ประการแรก ความสัมพันธ์ของการอุปถัมภ์ที่นำมาใช้ในการจัดการกลุ่มที่เกิดขึ้น เป็นลักษณะของการแลกเปลี่ยนที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนความแตกต่างระหว่างสถานะและทรัพยากรของผู้ให้และผู้รับที่มากจนเกินไป แต่เป็นการแลกเปลี่ยนสิ่งของกันแบบเท่าเทียม (Reciprocity) ขึ้นอยู่กับฐานะทางสังคมของบุคคล โอกาส ช่วงเวลา และความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคม สร้างมิตรภาพ และรักษาระเบียบทางสังคมของกลุ่มให้คงอยู่ (นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, 2566) ทำให้ผู้ให้และผู้รับการสนับสนุนมีความผูกพันที่นำไปสู่เป้าหมายร่วมที่จะประกอบสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มตนเองให้มีความโดดเด่นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสามารถจำหน่ายได้ ประการที่สอง การใช้ความสัมพันธ์ของการอุปถัมภ์ในการจัดการกลุ่มของกลุ่มทอผ้าไหม ไม่ได้มีการแอบแฝงในการทุจริตผลประโยชน์ของกลุ่มมาเป็นของตนเอง นั่นหมายความว่ายิ่งสมาชิกกลุ่มรวมกันดำเนินงานอย่างมีเป้าหมายที่ประกอบสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มให้มีความโดดเด่นมากขึ้นเท่าใด สมาชิกกลุ่มจะได้ผลตอบแทนเพิ่มมากขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษา พบว่า การใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่นนั้น เป็นการจัดการกลุ่มที่เกิดขึ้นจากการใช้ความสัมพันธ์ในการอุปถัมภ์ทั้งในเครือข่าย ในมิตรสหาย ในองค์กรและระหว่างอาชีพ เพื่อนำไปสู่การประกอบสร้างอัตลักษณ์ด้วยการเล่าเรื่องที่สะท้อนความหมายตัวตนของกลุ่ม อัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นมาจากเรื่องเล่าที่ผ่านความสัมพันธ์ทั้งการให้และการรับการสนับสนุนทั้งจากภายในกลุ่มเองและภายนอกกลุ่ม ดังนั้น การที่กลุ่มทอผ้าไหมจะสามารถดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่อง จากการที่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกลายเป็นที่ยอมรับด้วยการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มให้มีความโดดเด่น จึงจำเป็นที่จะต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาทสำคัญในสองประการ ประการแรก การส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและกลุ่มทอผ้าไหมด้านองค์ความรู้ ทักษะการพัฒนาการผลิตผ้าไหมให้แก่กลุ่มทอผ้าไหมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้กลุ่มเกิดการพัฒนาและการเล่าเรื่องถึงคุณค่าของกลุ่มจากการเรียนรู้และพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง และประการที่สอง การสนับสนุนให้กลุ่มมีการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์มิตรสหายระหว่างกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลิตผ้าไหม โดยเฉพาะการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผ้าไหมเพื่อเสริมสร้างทั้งเรื่องเล่าของกลุ่มและการมีเครือข่ายการผลิตที่ช่วยสนับสนุนการผลิตของกลุ่มให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและเข้มแข็ง

### ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า การใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการของกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่นนั้น ช่วยให้กลุ่มทอผ้าไหมมีความผูกพันและความรู้สึกเป็นเจ้าของกลุ่มร่วมกันของสมาชิกกลุ่มในการมีเป้าหมายเพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์กลุ่มให้มีความโดดเด่น อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยที่ได้เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ไม่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดในพื้นที่อื่นได้ทั้งหมด จากการมีความแตกต่างกันของเงื่อนไขบริบท ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับ

การใช้ระบบอุปถัมภ์เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ในการจัดการกลุ่มของกลุ่มทอผ้าไหม จึงควรที่จะทำการวิจัยกับกลุ่มทอผ้าไหมในพื้นที่อื่น หรือกลุ่มหัตถกรรมประเภทอื่น และกลุ่มผู้ผลิตสินค้าพื้นเมืองท้องถิ่นอื่น

## กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “กลุ่มทอผ้าไหมอีสาน: การถักทอทุน และอัตลักษณ์บนผืนผ้า” ภายใต้หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สังคมวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น การวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากทุนวิจัยสำหรับคณาจารย์บัณฑิตศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2561

## เอกสารอ้างอิง

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2559). *สินค้า GI ในแต่ละภูมิภาค*. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2566. จาก <https://www.ipthailand.go.th/th/gi-002.html>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *ผ้ามัดหมี่ลายแคนแก่นคูณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผ้าไหมมัดหมี่บ้านหัวฝาย จ. ขอนแก่น*. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2566. จาก <http://i-san.tourismthailand.org/6906/>
- กิติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์. (2558). การศึกษาระบบอุปถัมภ์กับปัญหาสังคมไทย: การประยุกต์ใช้ของนักสังคมสงเคราะห์วิชาชีพ. *วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 23 (1), 177-197.
- จุฑามาศ ดอนอ่อนบัว และจิรวัดณ์ พิระสันต์. (2563). นวัตกรรมการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมืออัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดเลย. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 12 (2), 22-42.
- ชาย โปริสิตา. (2559). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

- ฐานรินทร์ หาญเกียรติวงศ์ รุจิกานุจน์ สานนท์ และทีปอุทัย แสนกาศ. (2563). ระบบอุปถัมภ์กับปัญหาความยากจนในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์ เครือข่ายวิจัยประชาชื่น*, 2 (3), 1-13.
- ธีรยุทธ บุญมี. (2533). *ระบบอุปถัมภ์ในสังคมไทย*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา.
- นฤพนธ์ ดั่งวงวิเศษ. (2566). *คำศัพท์ Reciprocity*. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2566. จาก <https://anthropology-concepts.sac.or.th/glossary/126>
- นิทัศน์ เจียมศรีพงษ์ และสุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2550). บทบาทและผลกระทบของระบบอุปถัมภ์ในชนบทไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์*, 2 (1), 71-98.
- เบญจวรรณ นาราสัจจ์. (2552). *ประวัติศาสตร์ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสาน*. ขอนแก่น : คลังนานาวิทยา.
- ปรรณพัชญ์ จิตรจันทน์ พระครูธีรธรรมนุต ปั่นณพงศ์ วงศ์ณาศรี และจิราภรณ์ ชูชำนาญ. (2565). ระบบอุปถัมภ์กับภาพสะท้อนในสังคมไทย. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย*, 2 (3), 109-128.
- ผกามาศ บุตรสาดี แก้วมณี อุทิมรัมย์ และอุดมพงษ์ เกศศรีพงษ์ศา. (2562). แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนกลุ่มทอผ้าอำเภอมครามบ้านโพนก่อ ตำบลท่าก้อน อำเภออากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 14 (2), 46-56.
- ภิญญพันธ์ พจนะลาวัฒน์. (2561). จากไทยแลนด์คัพ สู่อิโพรวินเชียลลีก พลวัตของ “จังหวัดนิยม” และพลังของระบบอุปถัมภ์ในกีฬาฟุตบอลไทย. *วารสารสหวิทยาการ วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 15 (1), 8-41
- ลัดดา ประสาร พชร ผลนาค และ กาญจนีย์ ดวงห้อย. (2565). การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ. *วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 1 (1), 42-68.

- วัชรวุฒิ ชื่อสัตย์ และวัชรพล พุทธิรักษา. (2558). ระบบแม่ [กะเทย]: ศิลป์และศาสตร์ การครองอำนาจนาในสังคมกะเทยไทย. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 15 (2), 101-118.
- วิภาวี กฤษณะภูติ. (2559). *การจัดการวิสาหกิจชุมชน*. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย ขอนแก่น.
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2561). *โครงการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทออีสาน ด้วยนวัตกรรม (จังหวัดขอนแก่น อุตรดิตถ์ และสุรินทร์) ปี 2561*. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2566. จาก <https://www.thaitextile.org/th/esan-inno-fabric/KhonKaen.php>
- สนิท สมัครการ. (2533). *สถาบันครอบครัว เครือญาติ และระบบอุปถัมภ์ในสังคมไทย*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมวิราช.
- สมศักดิ์ สามัคคีธรรม. (2554). *การสถาปนาอำนาจของผู้ไร้อำนาจ*. กรุงเทพฯ: มาดอลง คุณ เอสบี.
- สุภาพร เพชรรัตน์กุล ชัชวาล แสงทองล้วน กาญจนา พันธุ์เอี่ยม และอริรัช สิริวิศรา. (2566). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับวิสาหกิจชุมชนในกลุ่มประเภท อาหารแปรรูปจากสับปะรดในเขตภาคกลางตอนล่าง กลุ่ม 2. *วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน*, 5 (1), 64-82.
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2563). *ฐานข้อมูล หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน.
- อศิน รพีพัฒน์. (2548). *ระบบอุปถัมภ์กับการพัฒนาสังคม: ด้านหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงสังคมไทย*. การแสดงปาฐกถาพิเศษ ป่วย อึ้งภากรณ์ครั้งที่ 9 คณะ เศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดดา.
- อชิตพล ตากันธะ. (2563). ระบบอุปถัมภ์: อุปสรรคการพัฒนาพลเมืองในระบบอบ ประชาธิปไตยของไทย. *วารสารสันติสุขปริทรรศน์*, 1 (2), 47-60.

- Burke, Peter J. & Stets, Jan E. (2009). *Identity Theory*. New York, NY: Oxford University Press.
- Freese, L. & Burke, Peter J. (1994). Persons, Identities, and Social Interaction. *Advances in Group Processes*, 11, 1-24.
- Jasovska, P., Rammal, H. G., Rhodes, C., & Logue, D. (2023). Tapping foreign markets: Construction of legitimacy through market categorization in the internationalizing craft beer industry. *Journal of World Business*, 58 (4), 101425.
- Malacarne, T. (2017). Rich Friends, Poor Friends: Inter-Socioeconomic Status Friendships in Secondary School. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, 3, 1-13.
- Navis, C., & Glynn, M. A. (2010). How New Market Categories Emerge: Temporal Dynamics of Legitimacy, Identity, and Entrepreneurship in Satellite Radio, 1990–2005. *Administrative Science Quarterly*, 55(3), 439–471.
- Neugarten, Bernice L. (1946). Social Class and Friendship Among School Children. *American Journal of Sociology*, 51(4), 305-313.
- Stets, Jan E. & Cast, Alicia D. (2007). Resources and Identity Verification From an Identity Theory Perspective. *Sociological Perspectives*, 50 (4), 517-543.
- Swidler, A. (1986). Culture in action: symbols and strategies. *Am. Sociol. Rev.* 51, 273-86.
- Vergne, J.-P., & Wry, T. (2014). Categorizing Categorization Research: Review, Integration, and Future Directions. *Journal of Management Studies*, 51 (1), 56–94.