

จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่อัตลักษณ์แห่งชาติและสากล: วิเคราะห์บทบาทผู้นำทาง
วัฒนธรรมและยุทธศาสตร์การส่งเสริมผ้าไทยในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์

พระบรมราชินีนาถพระบรมราชชนนีพันปีหลวง

From Local Wisdom to National and Global Identity: An Analysis of
Cultural Leadership Roles and Strategies in Promoting Thai Textiles of
Her Majesty Queen Sirikit The Queen Mother

กำจร แซ่เจียง* อูรารมย์ จันทมาลา

Kamjorn Saecheong*, Ourarom Chantamala

คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม^{*2}

Faculty of Fine-Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University

jornbook@gmail.com

Received: January 12, 2026

Revised: February 6, 2026

Accepted: February 24, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถพระบรมราชชนนีพันปีหลวง ในฐานะผู้นำทางวัฒนธรรมและยุทธศาสตร์การส่งเสริมผ้าไทยจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่อัตลักษณ์แห่งชาติและสากล โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารและหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ทรงบำเพ็ญพระราชกรณียกิจผ่าน 3 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ ทรงเปลี่ยนสถานะราษฎรจาก “ผู้รอรับความช่วยเหลือ” สู่การเป็น “ช่างฝีมือที่พึ่งพาตนเองได้” ผ่านการก่อตั้งมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ (2) ยุทธศาสตร์อัตลักษณ์ ทรงสร้างสรรค์และกำหนดให้ “ชุดไทยพระราชนิยม” เป็นเครื่องแต่งกายประจำชาติที่มีแบบแผนอย่างเป็นทางการสำหรับการแต่งกายของสตรีไทย และ (3) ยุทธศาสตร์สากล ทรงใช้การทูตวัฒนธรรมและการร่วมมือกับแฟชั่นดีไซเนอร์ระดับโลกเพื่อยกระดับผ้าไทยสู่แฟชั่นชั้นสูง ความสำเร็จนี้สะท้อนถึง พระปรีชาสามารถในการใช้ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ผสานภูมิปัญญาดั้งเดิมเข้ากับความคิดสมัย สร้างความภาคภูมิใจในรากเหง้าทางวัฒนธรรมและยกระดับคุณภาพชีวิตของราษฎรอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ผ้าไทย ชุดไทยพระราชนิยม ผู้นำทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์แห่งชาติ มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ

Abstract

This research article aims to analyze the role of Her Majesty Queen Sirikit The Queen Mother as a cultural leader and the strategies employed in promoting Thai textiles from local wisdom to national and international identity. The study adopted a qualitative research approach through content analysis of documents and historical evidence. The findings revealed that Her Majesty carried out royal initiatives through 3 major strategies: (1) the economic strategy transformed citizens from “recipients of assistance” into “self-reliant artisans” through the establishment of the SUPPORT Foundation; (2) the identity strategy led to the creation and formal designation of the “Royal Thai Dress” as the national costume and official attire for Thai women; and (3) the international strategy employed cultural diplomacy and collaboration with world-renowned fashion designers to elevate Thai textiles into the realm of haute couture. These achievements reflect Her Majesty’s vision in utilizing soft power to integrate traditional wisdom with modernity, fostering pride in cultural roots while sustainably improving the quality of life of the Thai people.

Keywords: Thai Textiles, Royal Thai Dress, Cultural Leadership, National Identity, SUPPORT Foundation

บทนำ

เครื่องแต่งกายมิใช่เป็นเพียงปัจจัยสี่ในการดำรงชีพ หากแต่เป็น “สัญลักษณ์” ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนบริบททางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และค่านิยมของยุคสมัย ในหน้าประวัติศาสตร์ไทย วัฒนธรรมการแต่งกายมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญจากการรับอิทธิพลตะวันตก โดยเฉพาะในช่วงรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 เพื่อแสดงความเป็น “อารยประเทศ” ให้รอดพ้นจากลัทธิล่าอาณานิคม (กรมศิลปากร, 2525) เกิดการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและวัฒนธรรมการแต่งกายครั้งสำคัญ คือ “การแต่งอย่างฝรั่ง” หรือ “การแต่งกายแบบสากล” ส่งผลให้รูปแบบการแต่งกายดั้งเดิมและภูมิปัญญาผ้าไทยค่อย ๆ เลือนหายไปจากวิถีชีวิตประจำวัน สภาวัฒนธรรมดังกล่าวทวีความรุนแรงขึ้นเมื่อกระแสโลกาภิวัตน์และวัฒนธรรมแฟชั่นตะวันตกเข้ามามีบทบาทในสังคมไทย ส่งผลให้ภูมิปัญญาผ้าไทยและกรรมวิธีการทอแบบโบราณเสี่ยงต่อการสูญหายไปพร้อมกับคนรุ่นเก่า (ณัฐปิยะ อิศสระสงคราม, 2545)

จุดเปลี่ยนทางประวัติศาสตร์ครั้งสำคัญของการฟื้นฟูภูมิปัญญาผ้าไทยเกิดขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เมื่อสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง โดยเสด็จพระราชดำเนินไปทรงเยี่ยมราษฎรในถิ่นทุรกันดาร โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทรงทอดพระเนตรเห็นความงดงามของ “ผ้าไหมมัดหมี่”

ที่ชาวบ้านสวมใส่รับเสด็จ ซึ่งเป็นผ้าที่ทอใช้กันเองในครัวเรือน ด้วยสายพระเนตรอันยาวไกล (Vision) ของความเป็นผู้นำ ทรงเล็งเห็นว่าหัตถศิลป์เหล่านี้คือมรดกทางภูมิปัญญาที่ล้ำค่าและสามารถสร้างรายได้เสริมให้แก่ราษฎรที่ยากจนได้ จึงทรงมีพระราชดำริให้ส่งเสริมการทอผ้าไหมและผ้าฝ้ายขึ้นอย่างจริงจัง ก่อเกิดเป็น "มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ" ในเวลาต่อมา (มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ, 2543)

อย่างไรก็ตาม การจะฟื้นฟูภูมิปัญญาผ้าไทยให้กลับมามีชีวิตในกระแสธารของโลกสมัยใหม่ จำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ที่มากกว่าการอนุรักษ์แบบดั้งเดิม คือ การสร้าง "พื้นที่ทางสังคม" ให้ผ้าไทยได้รับการยอมรับ งานวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์บทบาทของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ในฐานะ "ผู้นำทางวัฒนธรรม" ที่ทรงใช้พระปรีชาสามารถในการสร้างสรรค์ "ชุดไทยพระราชนิยม" ให้กลายเป็นเครื่องแต่งกายประจำชาติ และวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การส่งเสริมผ้าไทยจากระดับท้องถิ่นสู่การยอมรับในระดับสากล ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพจากเอกสารและหลักฐานทางประวัติศาสตร์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วิเคราะห์บทบาทผู้นำทางวัฒนธรรมและยุทธศาสตร์การส่งเสริมผ้าไทยในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง

กรอบแนวคิด

1. แนวคิดเรื่องบทบาทและผู้นำทางวัฒนธรรม (Role and Cultural Leadership)

ในทางสังคมวิทยา "บทบาท" (Role) คือ พฤติกรรมที่บุคคลกระทำตามสถานภาพหรือตำแหน่งทางสังคม ซึ่งอาจเป็นไปตามความคาดหวังของสังคม (Role Expectation) หรือบทบาทที่กระทำจริง (Role Performance) (สุพัตรา สุภาพ, 2538) ในบริบทนี้ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงปฏิบัติพระราชกรณียกิจที่ก้าวข้ามกรอบจารีตประเพณีดั้งเดิมของการเป็น "สมเด็จพระราชินี" สู่การเป็น "ผู้นำการพัฒนา" (Development Leader) และ "ผู้นำทางแฟชั่น" (Fashion Leader)

แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำระบุว่า ผู้นำที่ดีต้องมีวิสัยทัศน์ (Vision) และสามารถสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) ให้ผู้ตามปฏิบัติภารกิจจนบรรลุเป้าหมาย (เกรียงศักดิ์ สุวรรณวัจน์, 2549; เรวัตร์ ชาติวิริยชัย และคณะ, 2554) ในบริบทนี้ พระองค์ทรงใช้สถานภาพทางสังคมที่สูงสุด (Upper Class Theory) ในการเป็นต้นแบบ (Role Model) ฉลองพระองค์ด้วยผ้าไทยและชุดไทยพระราชนิยมในทุกโอกาส ซึ่งสะท้อนถึงกลไกการทำงานของ ทฤษฎีการแพร่กระจายจากชนชั้นสูงลงสู่มวลชน (Trickle-down Theory) ตามแนวคิดของ Troxell (1978) ที่ว่าด้วยการส่งผ่านกระแสนิยมจากชนชั้นสูงลงสู่มวลชน ก่อให้เกิดการยอมรับในวงกว้างและเปลี่ยนทัศนคติที่ว่าผ้าไทยเป็นของล้าสมัย ให้กลายเป็นสัญลักษณ์ของความสง่างามและทันสมัย

2. การสร้างอัตลักษณ์แห่งชาติผ่านเครื่องแต่งกาย (National Identity Construction)
แนวคิดเรื่อง "ชุดไทยพระราชนิยม" ถือเป็นนวัตกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Innovation) ที่สำคัญ พระองค์ทรงตระหนักว่าประเทศไทยขาด "เครื่องแต่งกายประจำชาติ" ที่ชัดเจนสำหรับสตรีในยุคสมัยใหม่ จึงโปรดเกล้าฯ ให้มีการศึกษาค้นคว้าเครื่องแต่งกายสตรีไทยในอดีตและประยุกต์ให้เหมาะสมกับกาลเทศะ สร้างสรรค์เป็นชุดไทยพระราชนิยม 8 แบบ ได้แก่ ชุดไทยเรือนต้น ชุดไทยจิตรลดา ชุดไทยอมรินทร์ ชุดไทยบรมพิมาน ชุดไทยจักรี ชุดไทยจักรพรรดิ ชุดไทยดุสิต และชุดไทยศิวาลัย การสร้างแบบแผนนี้เปรียบเสมือนการสร้างอัตลักษณ์แห่งชาติ (National Identity Construction) ทำให้สตรีไทยมีเครื่องแต่งกายที่แสดงออกถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมอย่างภาคภูมิใจในเวทีโลก (สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ, 2549)

3. แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) การส่งเสริมผ้าไทยของพระองค์มิได้มุ่งเน้นเพียงมิติทางวัฒนธรรม แต่สัมพันธ์กับทฤษฎีการพัฒนาที่มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิต (Quality of Life) ของราษฎร ทรงใช้กลยุทธ์บาย "ขาดทุนคือกำไร" ในการรับซื้อผ้าจากชาวบ้านในราคาสูงกว่าท้องตลาด เพื่อจูงใจให้ชาวบ้านหันมาทอผ้าเป็นอาชีพเสริม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นศูนย์กลาง และการอนุรักษ์ภูมิปัญญาให้ดำรงอยู่คู่กับวิถีชีวิตชุมชน (สนธยา พลศรี, 2545)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งเน้นการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกผ่านกระบวนการทางประวัติศาสตร์และสังคมวิทยา โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

แหล่งข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) เป็นหลัก โดยคัดเลือกเอกสารที่มีความน่าเชื่อถือและเกี่ยวข้องกับพระราชประวัติและพระราชกรณียกิจ ประกอบด้วย

1. เอกสารชั้นต้น ประมวลข่าวพระราชสำนัก พระราชดำรัส พระราชนิพนธ์ บันทึกส่วนพระองค์ และ บทสัมภาษณ์บุคคลใกล้ชิดที่ถวายงานในโครงการศิลปาชีพ

2. เอกสารชั้นรอง หนังสือเฉลิมพระเกียรติ หนังสือของกรมศิลปากร งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

3. สื่อบันทึกเหตุการณ์ ภาพถ่ายฝีพระหัตถ์ ภาพยนตร์ส่วนพระองค์ และข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศที่บันทึกเหตุการณ์การเสด็จฯ เยือนต่างประเทศและการทรงงานในพื้นที่ต่าง ๆ

การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมุ่งเน้นข้อมูลที่สะท้อนถึง "จุดเปลี่ยน" ทางความคิดเรื่องผ้าไทย และ "กระบวนการ" ในการส่งเสริมของพระองค์ ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาจัดหมวดหมู่ (Categorizing) ตามกรอบเวลาและประเด็นศึกษา จากนั้นใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของพระองค์กับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมการแต่งกายของสังคมไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework Model)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยและสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพระราชกรณียกิจในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ผู้วิจัยพบว่า กระบวนการรื้อฟื้นและพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองของไทยมิได้เกิดขึ้นอย่างไร้ทิศทาง หากแต่เป็นการดำเนินงานผ่าน "ยุทธศาสตร์" ที่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบและบูรณาการ เชื่อมโยงมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม ผลการวิจัยสามารถจำแนกออกเป็น 3 ยุทธศาสตร์หลักที่เป็นหัวใจสำคัญของการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ (Economic Strategy) ที่มีการเปลี่ยนสถานะราษฎรจาก "ผู้รับความช่วยเหลือ" สู่การเป็น "ช่างฝีมือที่พึ่งพาตนเองได้" และการก่อตั้งมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปฐมบทแห่งการฟื้นฟูภูมิปัญญาผ้าไทยมิได้มีจุดกำเนิดจากกระแสนิยมทางแฟชั่น หากแต่ถือกำเนิดท่ามกลาง "วิกฤตความยากจน" และ "ภัยพิบัติ" ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง จึงมีลักษณะเป็น "เศรษฐกิจเชิงมนุษยธรรม" ที่มุ่งเน้นการสร้างศักยภาพให้แก่ราษฎร (Empowerment) เพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ปฐมบทแห่งการเปลี่ยนแปลง ณ อำเภอนาหว้า พ.ศ. 2513

จุดเปลี่ยนสำคัญทางประวัติศาสตร์เกิดขึ้นในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2513 เมื่อพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถพระบรมราชชนนีพันปีหลวง เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเยี่ยมราษฎรผู้ประสบอุทกภัย ณ อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม ท่ามกลางความทุกข์ยากของราษฎร พระองค์ทรงสังเกตเห็น "ทุนทางวัฒนธรรม" ที่ซ่อนเร้นอยู่ นั่นคือ "ผ้าไหมมัดหมี่" ที่หญิงชาวบ้านนุ่งมาประดับเสด็จ ซึ่งมีความงดงาม

วิถีบรรจงและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แม้ว่าเสื้อผ้าส่วนอื่นจะเก๋าคำคร่ำก็ตาม จากเหตุการณ์ดังกล่าว พระองค์ทรงมีพระราชดำริว่า "การแจกของบรรเทาทุกข์เป็นเพียงการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า แต่การสร้างอาชีพ คือ การแก้ปัญหาที่ยั่งยืน" จึงทรงเริ่มต้นยุทธศาสตร์ด้วยการ "รับซื้อ" ผ้าไหมจากชาวบ้านในราคาสูงกว่าท้องตลาด เพื่อจูงใจให้ชาวบ้านเห็น "มูลค่า" ในฝีมือของตนเอง การกระทำนี้เป็นการเปลี่ยนสถานะราษฎรจาก "ผู้รอรับความช่วยเหลือ" สู่การเป็น "ช่างฝีมือที่พึ่งพาตนเองได้" มีศักดิ์ศรีและความภาคภูมิใจในตนเอง

กระบวนการเปลี่ยนผ่านทางอาชีพ

ยุทธศาสตร์สำคัญ คือ การเปลี่ยนวิธีการผลิตจาก "เพื่อใช้สอยในครัวเรือน" (Domestic Use) สู่ "เพื่อการพาณิชย์" (Commercial Use) โดยไม่ทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม พระองค์ทรงส่งเสริมให้ชาวบ้านใช้เวลาว่างจากการเกษตรมาทอผ้าเป็นอาชีพเสริม โดยมีการจัดตั้งกลุ่มทอผ้ากลุ่มแรกขึ้นที่บ้านนาหว้า อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม กระบวนการนี้ต้องอาศัยการปรับเปลี่ยนทัศนคติของชาวบ้านที่เดิมมองว่าผ้าทอพื้นเมืองของไทยเป็นของลำสมัย ให้เกิดความภาคภูมิใจและมั่นใจว่าผ้าของตนสามารถขายได้จริง

การก่อตั้งมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ

ผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานในระยะแรกส่งผลให้เกิดการขยายผลอย่างเป็นรูปธรรม กระทั่งในวันที่ 21 กรกฎาคม พ.ศ. 2519 จึงได้มีการจัดตั้ง "มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพพิเศษในพระบรมราชูปถัมภ์" ขึ้นเพื่อเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนภารกิจอย่างเป็นระบบ (ต่อมาคือ มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ) มูลนิธิฯ ทำหน้าที่เป็น "สถาบัน" (Institution) ที่รองรับยุทธศาสตร์เศรษฐกิจนี้อย่างครบวงจร ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การให้ความรู้ การควบคุมคุณภาพ ไปจนถึงการตลาดจำหน่าย การดำเนินงานของมูลนิธิฯ ได้เปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจชนบท โดยทำให้รายได้จากการทอผ้าซึ่งเคยเป็นเพียงรายได้เสริม กลายเป็นรายได้หลักที่หล่อเลี้ยงครอบครัวเกษตรกรนับแสนรายทั่วประเทศ และช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานของคนในชนบทเข้าสู่เมืองใหญ่ ทำให้สถาบันครอบครัวในท้องถิ่นมีความเข้มแข็งขึ้น

2. ยุทธศาสตร์อัตลักษณ์ (Identity Strategy) ในการสร้างสรรค์ "ชุดไทยพระราชนิยม" ในขณะที่ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจมุ่งเน้นการสร้าง "สินค้า" (ผ้าไทย) จากฐานราก ยุทธศาสตร์อัตลักษณ์มุ่งเน้นการสร้าง "รูปแบบ" ที่มีแบบแผนและเป็นอัตลักษณ์แห่งชาติ เพื่อรองรับการใช้งานในระดับสากล ผลการวิจัยพบว่า "ชุดไทยพระราชนิยม" มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เป็น "นวัตกรรมทางวัฒนธรรม" ที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาอย่างเป็นระบบ

บริบทและความจำเป็น

ก่อนปี พ.ศ. 2503 ประเทศไทยไม่มี "เครื่องแต่งกายประจำชาติ" ที่เป็นแบบแผนชัดเจนสำหรับสตรี การแต่งกายในงานพิธีการมักอิงตามแฟชั่นตะวันตก เมื่อมีหมายกำหนดการจะเสด็จพระราชดำเนินเยือนสหรัฐอเมริกาและประเทศในยุโรปอย่างเป็นทางการ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงตระหนักว่าจำเป็นต้องมีเครื่องแต่งกายที่แสดงถึง "ความเป็นไทย" เพื่อเป็นเกียรติภูมิของชาติ เปรียบเช่นชุดกิโมโนของญี่ปุ่น หรือชุดสำหรับของอินเดีย

กระบวนการวิจัยและพัฒนา

พระองค์ทรงโปรดเกล้าฯ ให้มีการค้นคว้าการแต่งกายสตรีไทยตั้งแต่โบราณกาลจนถึงปัจจุบัน และทรงนำมาประยุกต์ใหม่ ทรงมีพระราชเสาวนีย์ให้ หม่อมหลวงมนีรัตน์ บุนนาค นางสนองพระโอษฐ์ ไปพบกับอาจารย์ผู้ใหญ่ เช่น ศาสตราจารย์ พระยาอนุมานราชธน ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีไทย และ อาจารย์สมศรี สุกุมลนันทน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องแต่งกายและเป็นอาจารย์สอนที่ วิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพในขณะนั้น เพื่อพิจารณาความเหมาะสม หลังจากการออกแบบเพื่อทูลเกล้าฯ ถวายให้ทรงเลือก คุณไพเราะ พงษ์เจริญ ได้ตัดฉลองพระองค์แรกถวาย ต่อจากนั้น คุณหญิงอุไร ลืออำรุง ได้นำแบบที่ทรงเลือกไว้มาตัดถวายเพื่อทรงในโอกาสต่าง ๆ และโปรดเกล้าฯ ให้ท่านหญิงมนีรัตน์ บุนนาค คัดตั้งชื่อให้เหมาะสมเพื่อเป็นแบบฉบับประจำชาติต่อไป



ภาพที่ 2 ชุดไทยพระราชนิยม 8 แบบ

ที่มา: ระเบียบสำนักพระราชวังที่เกี่ยวกับข้าราชการและประชาชน (ปิยะ มาลากุล, 2511)

ชุดไทยพระราชนิยม 8 แบบ

ผลจากการศึกษาของคณะทำงานได้นำเสนอชุดไทยพระราชนิยม 8 แบบ ซึ่งครอบคลุมการใช้งานในทุกกาลเทศะ ดังแสดงในภาพที่ 1 (เรียงลำดับจากซ้ายไปขวา และบนลงล่าง)

1) ชุดไทยเรือนต้น ชุดลำลอง เสื้อแขนสามส่วน คอกลม ผ่าอก นุ่งขึ้นป้าย เหมาะสำหรับงานที่ไม่เป็นทางการ เช่น งานทำบุญ หรืองานกุศล

2) ชุดไทยจิตรลดา ชุดพิธีการกลางวัน เสื้อแขนยาว คอกลมมีขอบตั้ง ผ่าอก นุ่งขึ้นป้าย เหมาะสำหรับงานพระราชพิธีต่าง ๆ หรืองานที่ผู้ชายแต่งเต็มยศ

3) ชุดไทยอมรินทร์ ชุดพิธีการตอนค่ำ คล้ายชุดไทยจิตรลดาแต่ใช้ผ้าและเครื่องประดับที่หรูหรากว่า เหมาะสำหรับงานเลี้ยงรับรอง หรือวันที่ไม่ต้องประดับเครื่องราชอิสริยาภรณ์

4) **ชุดไทยบรมพิมาน** ชุดพิธีการเต็มยศตอนค่ำ เสื้อแขนยาว คอกลมมีขอบตั้ง ผ่าหลัง เย็บติดกับชั้นจีบหน้านางมีชายพก คาดเข็มขัด เหมาะสำหรับงานพระราชพิธีหรือรับเสด็จ

5) **ชุดไทยจักรี** ชุดราตรีแบบไทย ห่มสไบเฉียง เปิดไหล่ข้างหนึ่ง นุ่งชั้นจีบหน้านางมีชายพก คาดเข็มขัด เหมาะสำหรับงานราตรีสโมสรที่สวยงามวิจิตร

6) **ชุดไทยดุสิต** ชุดราตรีคอกว้าง ไม่มีแขน ปักตกแต่งงดงาม นุ่งชั้นจีบหน้านางมีชายพก คาดเข็มขัด เหมาะสำหรับงานพิธีเต็มยศที่ต้องสวมสายสะพาย

7) **ชุดไทยจักรพรรดิ** ชุดพิธีการเต็มยศชั้นสูง ห่มสไบ 2 ชั้น (สไบจีบรองใน สไบปักทับนอก) นุ่งชั้นจีบหน้านางมีชายพก เหมาะสำหรับงานพระราชพิธีที่ยิ่งใหญ่

8) **ชุดไทยศิวาลัย** ชุดพิธีการเต็มยศ คล้ายชุดไทยบรมพิมานแต่ห่มสไบปักทับเสื้อ เหมาะสำหรับงานพิธีที่ต้องการความสง่างามและมีอากาศเย็น



ภาพที่ 3 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เสด็จฯ เยือนสหราชอาณาจักร ทรงฉลองพระองค์ด้วยชุดไทยศิวาลัยห่มสไบ เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2503
ที่มา: (Gelty Images, 1960)

การสร้างสรรค์ชุดไทยพระราชนิยม ทั้ง 8 แบบนี้ ถือเป็น “การสร้างแบบแผน” กับการแต่งกายของสตรีไทย และเป็น “การสร้างอัตลักษณ์แห่งชาติ” ส่งผลให้เกิดการฟื้นฟูภูมิปัญญาผ้าไทย เกิดภาพลักษณ์ความสง่างามและเอกลักษณ์ความเป็นไทยในระดับสากล ทำให้คนรุ่นใหม่ตระหนักถึงคุณค่าของผ้าไทย เกิดการต่อยอดประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงาน รวมถึงส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น และยังเป็นการรักษาภูมิปัญญาไทยให้คงอยู่สืบไป สร้างความภูมิใจในชาติ และการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย

3. **ยุทธศาสตร์สากล (Global Positioning Strategy)** ของการทูตวัฒนธรรมและการยกระดับสู่สากลเมื่อมี “สินค้า” (ผ้าไทย) และ “รูปแบบ” (ชุดไทยพระราชนิยม) แล้ว ยุทธศาสตร์ขั้นสุดท้ายคือการสร้าง “ตลาด” และ “การยอมรับ” ในระดับสากล ซึ่งสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงใช้พระองค์เองเป็น “สื่อ” (Medium) ในการสื่อสาร โดยทรงทำหน้าที่เป็น “สื่อบุคคลที่มี

ชีวิต" (Living Medium) ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ เพื่อเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ความเป็นสากล ทรงเป็น **"ผู้นำแฟชั่น"** และ **"ต้นแบบ"** ที่ทรงอิทธิพลที่สุดในการสร้างกระแสความนิยมผ้าไทย การที่ทรงฉลองพระองค์ที่ตัดเย็บจากผ้าทอพื้นเมืองของราษฎรในทุกโอกาส นับเป็น **"การสื่อสารผ่านการกระทำ" (Communication through Action)** ที่ทรงพลัง ทำให้เกิดการเจริญรอยตามเบื้องพระยุคลบาท เกิดเป็นค่านิยมใหม่ที่มีมองว่าการแต่งกายด้วยผ้าไทยนั้นงดงาม ทันสมัย และเป็นการแสดงออกถึงความรักชาติ นอกจากนี้พระองค์ยังทรงนำผลิตภัณฑ์ศิลปาชีพฯ ไปจัดแสดงและเผยแพร่ในเวทีโลก ทั้งการจัดนิทรรศการและแฟชั่นโชว์ในเมืองสำคัญต่าง ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น เป็นต้น (สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ, 2549)



ภาพที่ 4 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เสด็จฯ ทอดพระเนตรการแสดงแบบเสื้อ ณ ห้องเสื้อบัลแมง กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2503

ที่มา: (Agence France-Presse, nd)

ความร่วมมือกับแฟชั่นดีไซเนอร์ระดับโลก (Collaboration with World-Class Fashion Designer)

เพื่อที่จะทลายกำแพงความรับรู้เดิมที่มองว่าผ้าไทยเป็นของพื้นบ้าน พระองค์ทรงตัดสินใจพระทัยเลือก ปีแอร์ บัลแมง (Pierre Balmain) แฟชั่นดีไซเนอร์ชาวฝรั่งเศส ให้เป็นผู้ดูแลการตัดเย็บฉลองพระองค์สำหรับการ เสด็จฯ เยือนต่างประเทศ การตัดสินใจนี้ถือเป็นกุศโลบายที่ชาญฉลาดอย่างยิ่ง เพราะเป็นการนำผ้าไหมไทยเข้าสู่กระบวนการผลิตแบบแฟชั่นชั้นสูง หรือที่เรียกว่า "แฟชั่นไฮต์กูตูร์" (Haute Couture) ซึ่งเป็นมาตรฐานสูงสุดของโลกแฟชั่น ทำให้ผ้าไหมไทยได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพและความเหมาะสมในการตัดเย็บเป็นแฟชั่นชั้นสูงที่สง่างามและทันสมัย

การเสด็จฯ เยือนต่างประเทศ ถือเป็นก้าวเข้าสู่เวทีรันเวย์ระดับโลก (State Visit as Global Runway)

ในการเสด็จฯ เยือนสหรัฐอเมริกาและยุโรปในปี พ.ศ. 2503 และปีต่อ ๆ มา พระองค์ทรงฉลองพระองค์ด้วยชุดไทยพระราชานิยมสลับกับชุดสากลที่ตัดเย็บด้วยผ้าไหมไทย ผลลัพธ์ที่ได้คือปรากฏการณ์

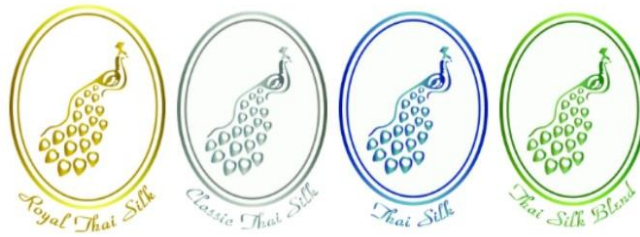
ความตื่นตัวในวงการแฟชั่นโลก พระสิริโฉมและความงดงามของฉลองพระองค์ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อชั้นนำ เช่น นิตยสาร Vogue และ Time ทรงได้รับการยกย่องอย่างสูงในฐานะสตรีที่แต่งกายดีที่สุดในโลก (Top of Best Dressed List) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อภาพลักษณ์ของผ้าไทย ที่เปลี่ยนจาก "ผ้าทอพื้นเมือง" กลายเป็น "สินค้าแฟชั่นชั้นสูง" ที่สตรีทั่วโลกปรารถนา



ภาพที่ 5 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงได้รับการยกย่องอย่างสูงในฐานะสตรีที่แต่งกายดีที่สุดในโลก ในปี พ.ศ. 2507 ขว้างจากหนังสือพิมพ์ The Pittsburgh Press ฉบับวันที่ 2 มกราคม 2508
ที่มา: (Winship, 1965)

การสร้างมาตรฐานคุณภาพ "ตรานกยูงพระราชทาน"

เพื่อรักษาชื่อเสียงและความยั่งยืนในตลาดสากล พระองค์ทรงเล็งเห็นปัญหาเรื่องการปลอมปนผ้าไหม จึงทรงพระราชทานเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย “ตรานกยูงพระราชทาน” โดยแบ่งเป็น 4 ระดับ (สีทอง สีเงิน สีน้ำเงิน และสีเขียว) ตามกรรมวิธีการผลิตและวัตถุดิบ ปัจจุบันได้จดทะเบียนเป็นเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยในต่างประเทศแล้วกว่า 35 ประเทศ ได้แก่ กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป จำนวน 27 ประเทศ รวมถึง จีน นอร์เวย์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ อังกฤษ อินเดีย และฮ่องกง นี่คือนวัตกรรมทางการประกันคุณภาพ (Quality Assurance) ที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคทั่วโลก และเป็นการปกป้องภูมิปัญญาดั้งเดิมไม่ให้ถูกกลืนหายไปกับกระแสอุตสาหกรรม



ภาพที่ 6 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย “ตรานกยูงพระราชทาน”

ที่มา: (ประทีป มีศิลป์, 2552)

ตารางที่ 1 สรุปยุทธศาสตร์การส่งเสริมผ้าไทยในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง (Strategic Framework for Thai Textile Promotion of Her Majesty Queen Sirikit The Queen Mother)

ยุทธศาสตร์ (Strategy)	วัตถุประสงค์และกลไกการขับเคลื่อน (Objectives and Driving Mechanisms)	แนวคิดและผลลัพธ์เชิงประจักษ์ (Concepts and Empirical Outcomes)
1. ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ (Economic Strategy)	วัตถุประสงค์ • การเสริมสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) • เปลี่ยนสถานะราษฎร จาก "ผู้รอรับความช่วยเหลือ" สู่ "ช่างฝีมือที่พึ่งพาตนเองได้" กลไกการขับเคลื่อน • ก่อตั้งมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ เพื่อบริหารจัดการครบวงจร • รับซื้อผลผลิตราคาสูงกว่าท้องตลาด ทรงใช้กุศโลบาย "ขาดทุนคือกำไร" • เปลี่ยนวิธีการผลิต จาก "เพื่อใช้สอยในครัวเรือน" สู่ "เพื่อการพาณิชย์"	แนวคิด • การพัฒนาที่ยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human-Centric Development) • เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ผลลัพธ์เชิงประจักษ์ • ราษฎรมีอาชีพเสริมและรายได้ที่มั่นคง • ลดการย้ายถิ่นฐานเข้าสู่เมือง • สถาบันครอบครัวในชนบทเข้มแข็งขึ้น
2. ยุทธศาสตร์อัตลักษณ์ (Identity Strategy)	วัตถุประสงค์ • การสร้างสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Invention) • นำเสนอ "เครื่องแต่งกายประจำชาติ" ที่มีแบบแผนและสง่างาม กลไกการขับเคลื่อน • การวิจัยและพัฒนา ศึกษาเครื่องแต่งกายในประวัติศาสตร์และประยุกต์ใหม่ • การสร้างแบบแผน ชุดไทยพระราชนิยม 8 แบบ สำหรับวาระโอกาสต่าง ๆ • การสร้างบรรทัดฐาน กำหนดธรรมเนียมปฏิบัติในการสวมใส่ในงานราชพิธี	แนวคิด • การสร้างอัตลักษณ์แห่งชาติ (National Identity Construction) • นวัตกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Innovation) ผลลัพธ์เชิงประจักษ์ • สตรีไทยมีเครื่องแต่งกายประจำชาติที่เป็นแบบแผน (National Dress Code) • เกิดความภาคภูมิใจในรากเหง้าทางวัฒนธรรม • พื้นฟูการใช้ผ้าไทยในวิถีชีวิตสมัยใหม่

3. ยุทธศาสตร์สากล (Global Positioning Strategy)	วัตถุประสงค์ • การวางตำแหน่งสินค้าในตลาดโลก (Global Positioning) • สร้าง "ตลาด" และ "การยอมรับ" ในระดับสากล ให้ผ้าไทยเป็นสินค้าแฟชั่นชั้นสูง (Haute Couture) กลไกการขับเคลื่อน • ต้นแบบ ทรงทำหน้าที่เป็น "สื่อบุคคลที่มีชีวิต" (Living Medium) สื่อสารผ่านการฉลองพระองค์ • ร่วมมือกับแฟชั่นดีไซน์ระดับโลก ยกระดับผ้าไทยสู่แฟชั่นชั้นสูง (Haute Couture) • การทูตวัฒนธรรม ใช้การเสด็จฯ เยือนต่างประเทศเป็นเวทีรณรงค์ระดับโลก • การประกันคุณภาพ สร้างตราสัญลักษณ์ "นกยูงพระราชทาน"	แนวคิด • การใช้ซอฟต์แวร์ (Soft Power) • ทฤษฎีการแพร่กระจายจากชนชั้นสูงลงสู่มวลชน (Trickle-down Theory) • สากลนิยม (Cosmopolitanism) ผลลัพธ์เชิงประจักษ์ • ผ้าไทยได้รับการยอมรับในวงการแฟชั่นระดับโลก • ทรงได้รับการยกย่องเป็นสตรีที่แต่งกายดีที่สุดที่สุดในโลก • สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผ้าไทยจากสินค้าพื้นเมืองสู่สินค้าหรูหรา (Luxury Goods)
--	--	--

โดยสรุปผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จอันเป็นรูปธรรมในการฟื้นฟูภูมิปัญญาผ้าไทยของ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง มิได้เกิดจากเพียงมิติใดมิติหนึ่ง หากแต่เป็นผลลัพธ์จากการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ด้านอย่างสอดประสานกัน ตั้งแต่การสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งจาก ฐานราก การสร้างสรรค์ชุดไทยพระราชานิยมเพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ไปจนถึงการยกระดับสู่สากลด้วยกลยุทธ์บายทางการทูตวัฒนธรรม ส่งผลให้ผ้าไทยก้าวข้ามขีดจำกัดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น สู่การเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าที่ได้รับการยอมรับและยกย่องในระดับสากลอย่างสง่างามและยั่งยืน

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์บทบาทและยุทธศาสตร์ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ในการส่งเสริมผ้าไทยและการสร้างสรรค์ชุดไทยพระราชานิยม ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของความเป็น "ผู้นำทางวัฒนธรรม" (Cultural Leadership) ที่มีความลึกซึ้งและซับซ้อนเกินกว่ากรอบของผู้นำสตรีตามจารีตประเพณี โดยสามารถอภิปรายผลตามกรอบแนวคิดทฤษฎีได้ใน 2 มิติสำคัญ ดังนี้

1. มิติผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Leader) จากการสงเคราะห์สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ผลการวิจัยยืนยันว่า พระองค์ทรงปฏิบัติตนในฐานะ "ผู้นำการเปลี่ยนแปลง" ที่กล้าหาญในการรื้อถอนโครงสร้างความคิดเดิมที่มองงานหัตถกรรมว่าเป็นเพียง "งานหัตถกรรมในครัวเรือน" (Domestic Craft) ให้กลายเป็น "อุตสาหกรรมสร้างสรรค์" (Creative Industry) ระดับประเทศ พระองค์ทรงเล็งเห็น

ศักยภาพที่ซ่อนเร้น (Latent Potential) ในภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรงใช้สถานภาพทางสังคมของพระองค์ ในการส่งเสริมศิลปาชีพและเปิดตลาดจำหน่ายใหม่ให้กับผ้าไทย

ความสำเร็จของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ มิได้จำกัดอยู่เพียงการสร้างรายได้ หากแต่เป็นการ สร้าง “กระบวนทัศน์ใหม่” (New Paradigm) ในการพัฒนาชนบทที่ยึดหลัก “การระเบิดจากข้างใน” มุ่งเน้น ให้ราษฎรสามารถพึ่งพาตนเองได้ด้วยศักดิ์ศรีแห่งภูมิปัญญา มิใช่การรอรับการสงเคราะห์เพียงอย่างเดียว แนวทางนี้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ที่ประชาคมโลกเพิ่งหันมาตื่นตัวในภายหลัง ทว่าพระองค์ทรงริเริ่มวางรากฐานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2513 สะท้อน ถึงวิสัยทัศน์ที่ก้าวล้ำนำสมัยและกว้างไกลอย่างแท้จริง

ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติในหลายด้าน ดังนี้ (United Nations General Assembly, 2015)

เป้าหมายที่ 1: ขจัดความยากจน พระองค์ทรงส่งเสริมการทอผ้าในท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อสร้าง รายได้เสริมให้กับประชาชน โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท ซึ่งช่วยลดปัญหาความยากจนและยกระดับคุณภาพ ชีวิตของประชาชน

เป้าหมายที่ 5: ความเท่าเทียมทางเพศ การทอผ้าเป็นอาชีพที่ผู้หญิงมีบทบาทสำคัญ ซึ่งพระองค์ทรงสนับสนุนให้ผู้หญิงมีโอกาสรายได้และมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจของ ครอบครัวและชุมชน

เป้าหมายที่ 8: การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ พระองค์ทรงส่งเสริมการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอให้มีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ ซึ่งส่งผลให้เกิดการจ้างงานและกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในชุมชนท้องถิ่น

เป้าหมายที่ 12: แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน พระองค์ทรงสนับสนุนการใช้เทคนิคการ ทอผ้าแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การผลิตผ้าทอในท้องถิ่นยังช่วยลดการพึ่งพาการผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า

เป้าหมายที่ 15: การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน พระองค์ทรงส่งเสริมการ ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เช่น การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การย้อมสีธรรมชาติ จากพืชพรรณท้องถิ่น เป็นการช่วยรักษาและฟื้นฟูระบบนิเวศบนบก



ภาพที่ 7 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงฉลองพระองค์ที่ตัดเย็บจากผ้าแพรวากาฬสินธุ์ เมื่อครั้งเสด็จพระราชดำเนินทรงเยี่ยมราษฎรชาวภูไท บ้านโนนอำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2525
ที่มา: (สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ, 2563)

2. มิติผู้นำแฟชั่น (Fashion Leader) สู่การสร้างบรรทัดฐานทางความงามใหม่

ในฐานะ "ผู้นำแฟชั่น" พระองค์ทรงประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางจิตวิทยาสังคมที่สอดคล้องกับทฤษฎีการแพร่กระจายจากชนชั้นสูงลงสู่มวลชน (Trickle-down Theory) ของ Troxell (1978) อย่างเป็นรูปธรรม กล่าวคือ การเลือกทรงฉลองพระองค์ด้วยผ้าไหมมัดหมี่ในวาระสำคัญระดับนานาชาติ ถือเป็นการส่ง "สารเชิงสัญลักษณ์" เพื่อสร้างบรรทัดฐานใหม่ว่าผ้าทอพื้นเมืองจากอัตลักษณ์ที่เคยถูกด้อยค่านั้นเป็นสิ่งสูงค่าในฐานะเครื่องแต่งกายของชนชั้นนำ การดำเนินการดังกล่าวส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนค่านิยมและการทลายกำแพงทางชนชั้นที่ผูกติดกับวัฒนธรรมตะวันตก (Westernization) กระตุ้นให้สาธารณชนเกิดกระแสการบริโภคตามแบบอย่างด้วยความภาคภูมิใจ นอกจากนี้ การบูรณาการร่วมกับแฟชั่นดีไซเนอร์ระดับโลกยังสะท้อนถึงแนวคิดสากลนิยม (Cosmopolitanism) ที่ผสานอัตลักษณ์ผ้าไทยเข้ากับแฟชั่นตะวันตกได้อย่างลงตัว ส่งผลให้ชุดไทยพระราชานิยมและแฟชั่นผ้าไทยยกระดับจากเครื่องแต่งกายแนวอนุรักษ์สู่ "แฟชั่นชั้นสูง" (Haute Couture) ที่มีความร่วมสมัยและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ผลการศึกษาเรื่องยุทธศาสตร์การส่งเสริมผ้าไทยในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง สะท้อนให้เห็นกระบวนการเปลี่ยนผ่านทุนทางวัฒนธรรมสู่อัตลักษณ์แห่งชาติและสากล เมื่อนำผลการศึกษามาสังเคราะห์ร่วมกับองค์ความรู้ทางวิชาการร่วมสมัย สามารถอภิปรายประเด็นที่มีนัยสำคัญเชิงลึกเพิ่มเติม ดังนี้

1. การก้าวข้ามวัฏจักรแฟชั่น (Transcending Fashion Cycles) สู่อัตลักษณ์ที่ยั่งยืน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า "ยุทธศาสตร์อัตลักษณ์" ในการสร้างสรรค์ชุดไทยพระราชานิยม คือการสร้างบรรทัดฐานใหม่ให้การแต่งกายของสตรีไทย ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Saecheong & Chantamala (2025) ที่วิเคราะห์ว่าพระราชกรณียกิจนี้มีใช่เพียงการสร้างกระแสนิยมชั่วคราว (Fashion Trend) หากแต่เป็นการสร้าง "ขนบธรรมเนียมการแต่งกาย" ที่ช่วยให้ผ้าไทยสามารถ "ก้าวข้ามวัฏจักรแฟชั่น" (Transcending Fashion

Cycles) ซึ่งโดยปกติมักเกิดขึ้นและเสื่อมความนิยมลงอย่างรวดเร็ว การที่ทรงกำหนดให้ชุดไทยพระราชานิยมมีระเบียบแบบแผนในการสวมใส่เหมาะสมตามวาระโอกาสนั้น ส่งผลให้ผ้าไทยมีสถานะเป็นความงามที่อยู่เหนือกาลเวลา (Timelessness) และกลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติอย่างแท้จริง

2. นวัตกรรมทางวัฒนธรรมและการสร้างมูลค่าใหม่ (Cultural Innovation & Value Creation) ในมิติของ "ยุทธศาสตร์สากล" การวิจัยพบว่าพระองค์ทรงให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมควบคู่กับการรักษาคุณภาพ ประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phukrongpet & Daovisan (2025) ซึ่งศึกษาความสำเร็จของผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ โดยชี้ให้เห็นว่า "มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้" (Intangible Cultural Heritage) เป็นปัจจัยขับเคลื่อนนวัตกรรม (Innovation) ที่สำคัญที่สุด การส่งเสริมให้ใช้วัตถุดิบธรรมชาติและภูมิปัญญาดั้งเดิมจึงเป็นรากฐานที่สร้างคุณค่าให้แก่ผ้าไทยในตลาดโลกยุคใหม่ที่ต้องการความยั่งยืน นอกจากนี้ แนวทางดังกล่าวยังสอดคล้องกับข้อเสนอของ Charungkiattikul & Joneurairatana (2021) ที่ระบุว่า การฟื้นฟูสิ่งทอไทยในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องสร้าง "คุณค่าใหม่" (New Value) ให้กับวัสดุท้องถิ่น ผ่าน "การปฏิบัติทางศิลปะ" (Art Practice) ซึ่งตรงกับพระราชกรณียกิจที่ทรงส่งเสริมการออกแบบลวดลายใหม่และการร่วมมือกับแฟชั่นดีไซน์เนอร์ระดับโลก เพื่อนำเสนอ ผ้าไทยในบริบทของงานศิลปะที่สวมใส่ได้

3. ความยั่งยืนผ่านกระบวนการจัดการที่เป็นระบบ (Systematic Sustainability) ในส่วนของ "ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ" ผ่านการดำเนินงานของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ ผลการวิจัยยืนยันว่าความสำเร็จเกิดจากการบริหารจัดการที่ครบวงจร ซึ่งสนับสนุนข้อเสนอของ Chai-Aryalert et al. (2021) ที่ระบุว่า การอนุรักษ์หัตถศิลป์พื้นเมืองให้ยั่งยืนต้องอาศัย "กระบวนการที่เป็นระบบ" (Systematic Approach) ครอบคลุมทั้งการจัดการองค์ความรู้ การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการบริหารห่วงโซ่อุปทาน การดำเนินงานของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพฯ ที่พระองค์ทรงริเริ่มจึงนับเป็นต้นแบบของการจัดการที่เป็นระบบ ซึ่งช่วยป้องกันการสูญหายของภูมิปัญญาและหล่อเลี้ยงเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างแท้จริง

โดยสรุป ยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ด้านของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง มิใช่เพียงพระราชกรณียกิจด้านการกุศลสงเคราะห์ แต่เป็น "นวัตกรรมทางสังคม" (Social Innovation) ที่บูรณาการการสร้างอัตลักษณ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการจัดการที่เป็นระบบเข้าด้วยกัน ซึ่งได้รับการยืนยันความถูกต้องผ่านแนวคิดและงานวิจัยในระดับสากล



ภาพที่ 8 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงฉลองพระองค์ตัดเย็บจาก ผ้าไหมมัดหมี่ลายโคมห้าและผ้ากำมะหยี่ ออกแบบโดยห้องเสื้อบัลแมง ในงานพระราชทานเลี้ยงอาหารค่ำและการแสดงแบบของห้องเสื้อบัลแมงบนเรือโอเรียนเต็ลควีน เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2528
ที่มา: (Vogve Thailand, 2019)

การวิเคราะห์บทบาทของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ผ่านกรอบแนวคิดผู้นำทางวัฒนธรรมและยุทธศาสตร์การส่งเสริมผ้าไทยชี้ให้เห็นว่า พระองค์ทรงมิได้เป็นเพียงผู้ "อนุรักษ์" ที่หยุดเวลาไว้ในอดีต แต่ทรงเป็น "นักนวัตกรรมทางวัฒนธรรม" (Cultural Innovator) ผู้ยิ่งใหญ่ กระบวนการทำงานของพระองค์เริ่มจากการมองเห็นคุณค่าในภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) ที่ถูกละเลย นำมาผ่านกระบวนการจัดการและออกแบบ (Design & Management) เพื่อสร้างแบบแผน (Dress Code) ให้กับการแต่งกายของสตรีไทย และนำเสนอสู่เวทีโลก (Global Presentation) ด้วยกลยุทธ์การทูตวัฒนธรรมที่แยบยล

ผ้าไทย และ ชุดไทยพระราชนิยมทั้ง 8 แบบ คือพยานวัตถุแห่งความสำเร็จในการผสาน "ความเป็นไทย" เข้ากับ "ความทันสมัย" (Modernity) ได้อย่างลงตัว สร้างอัตลักษณ์แห่งชาติที่คนไทยภาคภูมิใจ และชาวโลกให้การยอมรับ บทบาทของพระองค์จึงเป็นแบบอย่างของการใช้ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ประสบความสำเร็จและยั่งยืนที่สุดกรณีหนึ่งในประวัติศาสตร์ร่วมสมัย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาตลาดผ้าไทยให้มีความร่วมสมัย เพื่อขยายตลาดสู่คนรุ่นใหม่โดยยึดแนวพระราชดำริในการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาดั้งเดิม
2. ควรมีบทเรียนการทรงงานของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ในฐานะต้นแบบการบริหารจัดการวัฒนธรรม (Cultural Management) เพื่อประยุกต์ใช้กับงานหัตถกรรมแขนงอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- กรมศิลปากร. (2525). *สมุดภาพวิวัฒนาการการแต่งกายสมัยรัตนโกสินทร์*. กรุงเทพฯ: กองจดหมายเหตุแห่งชาติ.
- เกรียงศักดิ์ สุวรรณวัจน์. (2549). *รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำของหัวหน้ากลุ่มนิเทศ ติดตาม และประเมินผลการจัดการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา*. (วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- ณัฐปิยะ อิสสระสงคราม. (2545). *การเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของคนไทย รัชสมัยสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2411-2453)*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ประทีป มีศิลป์. (2552). *ไหมไทย สายใยแห่งแผ่นดิน*. กรุงเทพฯ: สถาบันหม่อนไหมแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ.
- ปิยะ มาลากุล, ม.ล. (2511). *ระเบียบสำนักพระราชวังที่เกี่ยวกับข้าราชการและประชาชน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พระจันทร์.
- มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ. (2543). *มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ*. กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.
- เรวัตร ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ. (2554). *Strategic management: การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- สนธยา พลศรี. (2545). *ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ. (2563). *แผ่นพับเฉลิมพระชนมพรรษาสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ 12 สิงหาคม 2526, สืบค้นเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563, จาก*
https://oer.learn.in.th/search_detail/result/186984
- สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ. (2549). *รัตนราชินีศรีประเทศ*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สุพัตรา สุภาพ. (2538). *สังคมวิทยา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- Agence France-Presse. (n.d.). *The legacy and devotion of Queen Sirikit live on in the hearts of Thais*. Thai PBS World. Retrieved 25 October 2025, from
<https://world.thaipbs.or.th/detail/the-legacy-and-devotion-of-queen-sirikit-live-on-in-the-hearts-of-thais/59312>
- Chai-Arayalert, S., Suttapong, K., & Kong-Rithi, W. (2021). Systematic approach to preservation of cultural handicrafts: Case study on fabrics hand-woven in Thailand. *Cogent Business & Management*, 8(1), Article 1872889.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1872889>

- Charungkiattikul, S., & Joneurairatana, E. (2021). A revival for Thailand's textile traditions: New value for local materials (Eri silk) through art practice. *Textile: Cloth and Culture*, 19(3), 340–353. <https://doi.org/10.1080/14759756.2021.1914957>
- Getty Images. (1960). *Thai royal state visit to Britain* [Photograph]. Retrieved 10 November 2022, from <https://www.gettyimages.com/photos/sirikit-1960>
- Phukrongpet, P., & Daovisan, H. (2025). Innovative plant-dyed silk textiles: Does intangible cultural heritage matter? A trajectory equifinality model. *Heritage*, 8(9), Article 360. <https://doi.org/10.3390/heritage8090360>
- Saecheong, K., & Chantamala, O. (2025). Transcending the fashion cycle: The contribution of Queen Sirikit to the development of Thai female costume. *International Journal of Fashion Studies*, 12(1), 101–121. https://doi.org/10.1386/infs_00120_1
- Troxell, M. D. (1978). *Fashion merchandising*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- United Nations General Assembly. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development* (A/RES/70/1). Retrieved 10 November 2022, from <https://docs.un.org/en/A/RES/70/1>
- Vogue Thailand. (2019). *Queen Sirikit's iconic dresses*. Retrieved 10 November 2022, from <https://vogue.co.th/beauty/article/queensirikitsiconicdresses>
- Winship, F. M. (1965, January 2). Queen Sirikit at top of best dressed list. *The Pittsburgh Press*. Retrieved 10 November 2022, from <https://news.google.com/newspapers>