การพัฒนาอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์สู่ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย

DEVELOPMENT OF TEXTILE IDENTITY FOR ECONOMY OF BURIRAM PROVINCE LEADING TO CONTEMPORARY FASHION PRODUCTS

ชินานาง สวัสดิ์รัมย์* [1], ทิพย์สุดา ทาสีดำ [2]

CHINANANG SAWADRAM [1] AND TIPSUDA TASEDOM[2]*

E-mail: Chinanang.sw@bru.ac.th, Thipsuda.ts@bru.ac.th

** Corresponding author*

[1]อาจารย์ ดร.สาขาวิชาศิลปะดิจิทัล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

[2]ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

[1]Dr., Lecturer in the Department of Digital Art, Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University; Thailand.

[2]Asst., Lecturer in the Department of Accounting, Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University; Thailand.

วันที่รับบทความ: 12 สิงหาคม 2568 วันที่แก้ไขเสร็จ: 23 กุมภาพันธ์ 2569 วันที่ตอบรับ: 1 มีนาคม 2569

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยจากอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอและผู้ปฏิบัติ จำนวน 30 คน กลุ่มผู้จำหน่ายสินค้าและผู้ซื้อ นักท่องเที่ยว Gen-Y จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ในพื้นที่วิจัย ตำบลโคกสะอาด อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ บริบทสังคมในอดีตผู้หญิงส่วนใหญ่เรียนรู้วัฒนธรรมการทอผ้าจากบรรพบุรุษ เพื่อทอผ้าใช้ในชีวิตประจำวัน พิธีกรรมประเพณี พิธีทางศาสนา เช่น พิธีแต่งงานต้องมีของรับไหว้ผู้ใหญ่ นิยมใช้ผ้าไหมและผ้าโสร่ง และมีการแปรรูปผ้าเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ และเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม วัสดุที่ใช้ในการทอคือ เส้นใยไหม เส้นใยฝ้าย ทอด้วยเทคนิคหางกระรอกและนิยมใช้เทคนิคมัดหมี่ตีนแดง ใช้สีย้อมธรรมชาติ โดยผ้าโสร่งนิยมเฉดสีเข้มโดยใช้สีหลัก 5 สี ได้แก่ สีน้ำเงิน สีแดง สีม่วง สีส้ม และสีเขียว จากข้อค้นพบดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กระเป๋าสะพาย ($\bar{X}$ = 4.36, S.D. = 0.79) กระเป๋าถือ ($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.81) และชุดสุภาพบุรุษ ชุดที่ 2 ($\bar{X}$ = 4.15, S.D. = 0.91) มีความเหมาะสมในการพัฒนา ต่อยอดให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่น่าสนใจและสร้างมูลค่าเพิ่มที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน จังหวัด และประเทศชาติ

คำสำคัญ: อัตลักษณ์, สิ่งทอเศรษฐกิจ, แฟชั่นร่วมสมัย

ABSTRACT

This research aimed to develop contemporary fashion products based on the textile identity of Buriram Province's local economic fabrics. Data were collected through interviews with 30 key informants, including textile experts and practitioners, as well as surveys of 400 individuals comprising vendors, consumers, and Gen-Y tourists. The findings revealed that in the research area, Khok Sa-at

Subdistrict, Lam Plai Mat District, Buriram Province, the traditional social context featured a strong transmission of weaving culture among women, who learned textile craftsmanship from their ancestors. These woven fabrics were used in daily life, rituals, and religious ceremonies. For example, silk and sarongs were commonly used in wedding ceremonies as symbolic gifts for elders. The fabrics were also processed into various cultural products to add value. Materials used included silk and cotton fibers, with the Hang Ka Rok (squirrel-tail) weaving technique and the popular Mat-mee Teen Daeng (ikat red feet) weaving technique. Natural dyes were commonly used, with Sarongs typically feature dark tones using five primary colors: blue, red, purple, orange, and green. Based on these findings, the researchers developed contemporary fashion products. The top three most favorably rated products were: shoulder bags ($\overline{X}$ = 4.36, S.D. = 0.79), handbags $\overline{X}$ = 4.35, S.D. = 0.81), and the second set of men's formal wear ($\overline{X}$ = 4.15, S.D. = 0.91). These products were deemed suitable for further development, with the potential to become attractive new items that add economic value and generate income for local communities, the province, and the nation.

Keywords: Identity, Economic Textiles, Contemporary Fashion

บทนำ

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไหมและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของโลก ในแต่ละปีมีการส่งออกไหมและผลิตภัณฑ์ได้มูลค่ามากกว่าพันล้านบาท กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมหรือดีพร้อม (DIPROM) เปิดเผยข้อมูลภาพรวมการค้าระหว่างประเทศในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ปี 2565 ไตรมาส 1 มีที่มีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีการส่งออกมูลค่า 1,784.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 13.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2564 จึงถือเป็นโอกาสสำคัญในการเร่งกระตุ้น

เศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สิ่งทอเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอทั้งในขนาดใหญ่และสิ่งทอในชุมชน ให้ผ่านการรับรองมาตรฐานด้วยฉลากคุณภาพผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทย (Thailand Textiles Tag) (อนุชา บูรพชัยศรี, 2566) นอกจากนี้รัฐบาลยังส่งเสริมการขับเคลื่อน “โครงการ 5F ผลักดันผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมไทยเป็นสินค้าส่งออกให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก สร้างโอกาสจาก Soft Power” เป้าหมายเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ เป็น 3.45 ล้านล้านบาท ในปี 2570 อนุชา บูรพชัยศรี (2566) นายกรัฐมนตรีได้สนับสนุนการดำเนินโครงการ 5F ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านการผลักดันตามโครงการ 5F ได้แก่ Food, Film, Fashion, Fighting, Festival ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้ทำการวิจัยในกรอบ การออกแบบแฟชั่นไทย ผ่าน Soft Power หรืออำนาจวัฒนธรรมที่นำไปสู่ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ช่วยสร้างความเข้มแข็งในเชิงวัฒนธรรมจนนำไปสู่การสร้างรายได้เชิงเศรษฐกิจ โดย Soft Power ปรากฏได้ทั้งในคน สัตว์ สิ่งของ หรือแม้แต่เรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ของสังคม (สันทัด โพธิสา, 2566)

สิ่งทอหรือผ้าที่ทอขึ้นจากวัสดุต่างๆ ที่สามารถหาได้ในท้องถิ่นเช่น ผ้าไหม นับว่าเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของคนไทยที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมการแต่งกายที่สืบทอดมายาวนาน หัตถกรรมการทอผ้าไหมในประเทศไทยมีประวัติความเป็นมาโดยนักวิชาการแบ่งเป็น 3 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีที่ 1 การทอผ้าไหมเป็นความรู้ที่ติดตัวของชาวไทยครั้งอพยพหนีจากการรุกรานของชาวจีนมาทางตอนใต้ของประเทศจีน มายังบริเวณภาคอีสานของประเทศไทย และนำความรู้เรื่องการทอผ้าไหมเข้ามาด้วย ทฤษฎีที่ 2 ยอมรับว่ามีการทอผ้าเป็นงานหัตถกรรมในครัวเรือนของประเทศไทยมาตั้งแต่ครั้งอดีต ทฤษฎีที่ 3 การทอผ้าไหมในประเทศไทยไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าเริ่มตั้งแต่เมื่อใด แต่เป็นหัตถกรรมที่เก่าแก่อย่างหนึ่ง อ้างอิงจากหลักฐานที่บ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ที่กล่าวข้างต้น (ทวีพฤทธิ์ ศิริศักดิ์บรรจง และ ชูชีวรรณ ตมิศานนท์, 2554) ดังจะเห็นได้ว่าในภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยหรือภาคอีสานเป็นแหล่งผ้าไหมสำคัญที่รู้จักการทอผ้าและการใช้ไหมเพื่อสร้างเครื่องนุ่งห่มมาช้านานจนถึงปัจจุบัน คุณค่าของงานหัตถกรรมสิ่งทอจึงสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวบ้านและประเพณีต่างๆ และเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สำคัญส่วนหนึ่ง ถึงแม้รูปแบบผ้าจะถูกปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการใช้งานและตลาดผู้บริโภคในปัจจุบัน แต่ก็ยังคงมีรากเหง้ามาจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ก่อให้เกิดความแตกต่างกันของรูปแบบและวิธีการผลิตผ้าในแต่ละแหล่งชุมชน แต่ละจังหวัด อีสานใต้ทอผ้าไหม

มัดหมี่เส้นพุ่งตามแบบเขมร เป็นต้น (แพทรีเซีย ชีสแมน แน่นหนา และวิถี พานิชพันธ์. 2535: 33) ดังจะเห็นว่า ผ้าไหมพบมากในอีสานกลางและอีสานใต้ โดยเทคนิคที่พบมาก ได้แก่ การมัดหมี่ การทอผ้า มัดหมี่โบราณนิยมการย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ เช่น สีแดงจากครั่ง สีน้ำเงินจากคราม เป็นต้น ส่วนผ้าไหมมัดหมี่จะนิยมทำในกลุ่มไท-ลาวในภาคอีสาน จากเส้นทางการรับแบบอย่างของผ้ามัดหมี่ คือจากอินเดีย ผ่านมาทางอินโดนีเซียและกัมพูชาหรือเขมร ดังที่เราจะเห็นได้ว่าผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดสุรินทร์ และบุรีรัมย์ จะเป็นวัฒนธรรมที่เป็นแบบเขมรอย่างเห็นได้ชัด ผ้าไหมจะมีความสวยงามมาก นอกจากตัวผ้าไหมเองแล้ว ลวดลายและสีสันยังเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความสวยงามให้มากยิ่งขึ้น

จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย เพื่อต่อยอดภูมิปัญญาวัฒนธรรรมการทอผ้าด้วยเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างแปลกใหม่ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ทั้งยังสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มทอผ้า อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยการมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ก่อเกิดผลงานสร้างสรรค์โดยอิงกับบริบทอัตลักษณ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการสร้างอาชีพในชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยจากอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการออกแบบ ผลิตผลงานชิ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยจากการพัฒนาอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 6 ชุด หรือ 1 คอลเลกชัน (Collection)

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งทอเศรษฐกิจ จำนวน 30 คน เพื่อศึกษาพัฒนาการอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจประกอบด้วย

กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งทอเศรษฐกิจ จำนวน 30 คน เพื่อศึกษาพัฒนาการอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจประกอบด้วย

1) ผู้รู้ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำกลุ่ม ผู้นำชุมชน นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านผ้า ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมสิ่งทอ

2) ผู้ปฏิบัติ จำนวน 20 คน ประกอบด้วย ผู้ปฏิบัติการเกี่ยวกับสิ่งทอเศรษฐกิจ (ผู้ทอผ้า ผู้ย้อมผ้า ผู้คิดลวดลาย) ด้านวัสดุเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้า กระบวนการผลิต สีสันของผ้าทอ ลวดลายผ้าที่ปรากฏบนผ้าทอ และความเชื่อ

3) ผู้ผลิตและจำหน่ายสิ่งทอเศรษฐกิจประกอบด้วย ศูนย์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับสิ่งทอและกลุ่มผู้จำหน่ายสินค้าสิ่งทอและผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอ

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มนักออกแบบแฟชั่นร่วมสมัย ประกอบด้วย นักวิชาการด้านการออกแบบ ดีไซน์เนอร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ นักออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ จำนวน 3 ท่าน

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณประกอบด้วยผู้จำหน่ายสินค้าสิ่งทอและผู้ซื้อ Gen-Y/Millennials อายุ 25–40 ปี จำนวน 400 คน กำหนดตามสูตร Taro Yamane โดยสุ่มแบบง่ายและเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ณ สนามฟุตบอลช้างอารีนา จังหวัดบุรีรัมย์

ขอบเขตด้านพื้นที่ ตำบลโคกสะอาด อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์

การเก็บรวบรวมข้อมูล การพัฒนาอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ สู่ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย คณะผู้วิจัยออกแบบและวางแผนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ จากภาคเอกสาร
2. การเก็บข้อมูลปฐมภูมิหรือข้อมูลภาคสนาม
3. การลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม ใช้แบบสำรวจและบันทึกภาพในการเก็บข้อมูล
4. การใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ชนิดมีโครงสร้างเพื่อการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ
5. การใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ชนิดไม่มีโครงสร้างเพื่อการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ เป็นการสอบถามแบบเปิดกว้าง ไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย เจาะลึก เพื่อจับประเด็น แล้วนำมาตีความโดยใช้แนวทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษาตรวจสอบข้อมูล

6. การใช้เครื่องมือแบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ในการสัมภาษณ์ผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ พฤติกรรมกลุ่มผู้ร่วมศึกษาค้นคว้าในการประชุมเชิงปฏิบัติการ

7. การใช้เครื่องมือแบบสอบถามความคิดเห็น ประเมินด้านการออกแบบแฟชั่นสิ่งทอสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

8. การใช้เครื่องมือแบบสอบถามความคิดเห็น ประเมินความต้องการและความพึงพอใจในการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัย ดังนี้

1. จากการเก็บข้อมูลกลุ่มนักออกแบบแฟชั่นร่วมสมัย ประกอบด้วย นักวิชาการด้านการออกแบบ ดีไซน์เนอร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ แฟชั่นและสิ่งทอ นักออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ

2. กลุ่มผู้จำหน่ายสินค้าสิ่งทอ และผู้ซื้อ Gen-Y / Millennials (เกิดปี 1979 -1999) อายุ 25 - 40 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงานและนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพัฒนาการอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์

จากการศึกษาพบว่า พัฒนาการของอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจในจังหวัดบุรีรัมย์ 1) ด้านภูมิปัญญาการทอผ้า มีการทอผ้าได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากวัฒนธรรมที่ได้รับจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ชาวจีนและญี่ปุ่น ที่ได้อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐาน หรือทำการค้าที่บริเวณวัดกลาง ปัจจุบันคือย่านธุรกิจแห่งแรกของตัวเมืองบุรีรัมย์ เป็นจุดพักสินค้าและกระจายสินค้าไปสู่จังหวัดใกล้เคียง (พัชรินทร์ ศิริอำพันธุ์กุล, 2551 อ้างถึงใน ดนัย นิลสกุล, 2541) สินค้าประเภทสิ่งทอที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ผ้าพนมเปญ คือ ผ้าไหม กัมพูชาหรือเขมร สันนิฐานว่าเป็นผ้ามัดหมี่โทนสีน้ำตาล สีแดงเข้ม และสีเหลือง นอกจากนี้ ผ้าแพรหลายสีสันที่มีเนื้อละเอียดจากประเทศจีนก็ได้รับความนิยมเช่นกัน

2) ด้านการออกแบบลายผ้า ในอดีตผ้าทอของบุรีรัมย์มีเอกลักษณ์โดดเด่นลวดลายของผ้าทอได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น ดอกไม้ สัตว์ ลายเรขาคณิต และการใช้สีย้อมธรรมชาติ อัตลักษณ์ของสิ่งทอบุรีรัมย์ในปัจจุบัน ได้แก่ ผ้าหางกระรอก ผ้ามัดหมี่ที่โดดเด่นด้วยลวดลายที่ซับซ้อนและการใช้สีย้อมธรรมชาติ เช่น ผ้าย้อมภูอัคนี ที่ใช้ดินจากภูเขาไฟสร้างสีสัน

เฉพาะตัว นิยมย้อมสีด้วยเส้นใยไหมและเส้นใยฝ้าย ผ้าโสร่ง มีอัตลักษณ์เฉพาะคือ ผ้าทอลายตารางขนาดใหญ่ สีสันของผ้าที่นิยมเฉดสีเข้ม โดยใช้สีหลัก 5 สี ได้แก่ สีน้ำเงิน สีแดง สีม่วง สีส้ม และสีเขียว และทอด้วยเทคนิคหางกระรอก และนิยมใช้เป็นของรับไหว้ในพิธีแต่งงาน ผ้าชนิดนี้เป็นผ้าที่มีทุกบ้าน ส่วนมากยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมและเป็นที่นิยมแพร่หลาย ผ้าขาวม้า ส่วนตัวของผ้านิยมทอลายตารางขนาดเล็กเท่าๆ กัน ใช้สีสดตัดกันบ ส่วนหัวผ้าและตีนผ้าทอเป็นลายทางแนวนอน ผ้าลายตาราง นิยมทอลายตารางเล็กเท่ากันทั้งผืน และใช้สีสลับกันสองสี และที่นิยมใช้เส้นฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ สีน้ำตาล สีชมพูอ่อน และสีดำ ผ้าข้าวมาและผ้าลายตารางเปรียบเสมือนผ้าอเนกประสงค์ที่นำไปประยุกต์เป็นสินค้าหลากหลาย เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า ฯลฯ สิ่งทอจังหวัดบุรีรัมย์ได้การสนับสนุนและพัฒนาในอดีตจากสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงส่งเสริมการใช้ผ้าไหมมัดหมี่ รวมถึงรัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เช่น การแปรรูปเป็นสินค้าของที่ระลึก การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็น Soft Power จำหน่ายส่งออกทั้งในและต่างประเทศ โดยการประยุกต์ลวดลายและการออกแบบร่วมสมัยช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างเอกลักษณ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ตลาดโลก

สรุปได้ว่าการศึกษาพัฒนาการอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์สะท้อนให้เห็นรากฐานจากภูมิปัญญาการทอผ้าดั้งเดิมที่ผสานอิทธิพลวัฒนธรรมภายนอก และพัฒนาอย่างต่อเนื่องตามบริบทสังคมและเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ดังกล่าวถูกถ่ายทอดผ่านลวดลาย สี วัสดุ และเทคนิคการทอที่มีความเฉพาะถิ่น คณะผู้วิจัยจึงนำอัตลักษณ์ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในการออกแบบเป็นการประยุกต์ลวดลายและแนวคิดดั้งเดิมสู่รูปแบบร่วมสมัย ทำให้สิ่งทอสามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายประกอบด้วย เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี จำนวน 2 ชุด เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ จำนวน 2 ชุด และเครื่องประกอบการแต่งกาย ประเภทกระเป๋า จำนวน 2 ชุด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและตอบโจทย์ตลาดปัจจุบันในฐานะ Soft Power ของจังหวัดบุรีรัมย์

2. ผลการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย จากการศึกษาอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคสิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าผู้บริโภคหลักคือ กลุ่ม Gen-y (Millennials) คนกลุ่มนี้อายุระหว่าง 25- 40 ปี จากการวิเคราะห์รูปแบบความชอบและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า มีรสนิยมชื่นชอบแฟชั่น การเข้าสังคม และการแต่งตัวแบบ

เรียบง่ายกึ่งทางการตามเทรนแฟชั่น เป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการแอพพลิเคชัน สำหรับเชื่อมต่อในทุกกิจกรรม การซื้อของต้องเน้นที่ความคุ้มค่าและใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดแนวโน้มและสร้างแนวนิยมของแฟชั่นตามฤดูกาล คือ การนำแนวโน้มแฟชั่นสากลมาวิเคราะห์และประยุกต์ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย เหมาะสมกับสถานที่ซึ่งตั้งถิ่นฐานอยู่ เหมาะสมกับฤดูกาล สภาพภูมิอากาศในท้องถิ่น โดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์แนวโน้มและสร้างแนวนิยมของแฟชั่น โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากแนวโน้มแฟชั่น Thai Textiles Trend Book Autumn/Winter 2023-2024 เลือกใช้กลุ่มสี “สุขใสเรืองรอง” (Luminous Mind) สีที่เลือกใช้ ได้แก่ สีเมฆคราม สีอาทิตย์อัสดง สีแดงโกแมน สีม่วงกล้วยไม้คัทลียา สีภูอัคนี สีมุกสุก และสีชมพูมุกดา ผสมผสานการวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยกระบวนการดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นสากล คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นจากการสรุปการคาดการณ์แนวโน้มแฟชั่น ซึ่งนำคำสำคัญมาจัดความหมายคุณลักษณะเพื่อสะท้อนความหมายเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสินค้าแฟชั่นร่วมสมัย ดังนี้ 1) สุขใสเรืองรอง (Luminous Mind) 2) ปรับสมดุลแห่งชีวิต 3) แสงสว่างที่ส่องนำทางจิตวิญญาณ ผลการวิเคราะห์ตีความได้ว่า “...ทิศทางใหม่ที่หลอมรวมและเชื่อมโยงต่อกันผสม ผสานศาสตร์หลากแหล่ง ทั้งแนวคิดปรัชญา ผลงานศิลปะ สถาปัตยกรรม หรือแม้กระทั่ง แฟชั่น คงกลิ่นอายความเรียบง่ายเข้าถึงได้ และเต็มเปี่ยมด้วยความสมดุลจากภายใน...” นำมาประยุกต์ใช้โดยการสร้างเอกลักษณ์การย้อมสีและการทอผ้าไล่เฉดให้เกิดการเหลือบของแสง จากเทคนิคการทอผ้าหางกระรอกที่ทอควบเส้น โดยใช้เส้นใยปั่นเข้าในหลอดด้ายเดียวกันแล้วทอทำให้เกิดการเหลือบสีของเส้นใยที่สวยงามคล้ายการเหลือบของแสง

การวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นพื้นถิ่น คณะผู้วิจัยเลือกการสื่อสารความหมายตามแนวคิดเรื่องสัญญะวิทยา กาญจนา แก้วเทพ (2547) โดยนำคำขวัญประจำจังหวัดมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบ พบว่า คำขวัญของจังหวัดบุรีรัมย์ คือ “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวมวัฒนธรรม เลิศล้ำเมืองกีฬา" โดยถอดความหมายจากคำว่า เมืองปราสาทหิน เมืองบุรีรัมย์มีปราสาทสำคัญอยู่สองแห่งคือ ปราสาทหินพนมรุ้ง และปราสาทหินเมืองต่ำ ซึ่งสามารถตีความเชื่อมโยงกับการแปลความหมายทางการออกแบบแฟชั่นด้านโครงร่างเงา เทคนิคจำเพาะ กลุ่มสีจำเพาะ และวัสดุจำเพาะ จากการวิเคราะห์โครงสร้างปราสาทเป็นรูปทรงโครงร่างเงา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัย สรุปดังนี้ Bell Line, Tent Line และ Princess Line

ออกแบบแบบร่างจำนวน 20 แบบ เพื่อคัดเลือกและผลิต ผลงานชิ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย จำนวน 6 ชุด หรือ 1 คอลเลกชัน (Collection) ประกอบด้วย เครื่องแต่งกายสุภาพสตรี จำนวน 2 ชุด เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ จำนวน 2 ชุด และเครื่องประกอบการแต่งกาย ประเภทกระเป๋า จำนวน 2 ชุด รวมทั้งสิ้น 6 ต้นแบบ จากผลข้อค้นพบและการวิเคราะห์ข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นนี้ คณะผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาและออกแบบผลงาน โดยกำหนดแนวความคิดของการออกแบบรายละเอียดดังนี้ การวิเคราะห์อัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจงอัตลักษณ์ผ้าโสร่ง อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ มาออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย ด้วยผ้าโสร่งเป็นผ้าที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายในภาคอีสานตอนล่าง มีลักษณะเป็นลายตารางหมากรุกขนาดใหญ่ มีความเป็นทางการและเรียบร้อย สามารถใช้นุ่งในที่สาธารณะได้โดยไม่ขัดเขิน ในทางสัญญะหรือสัญลักษณ์นามธรรมนั้น ผ้าโสร่งใช้เป็นของสำคัญที่นิยมใช้เป็นของไหว้ในพิธีแต่งงาน อัตลักษณ์เฉพาะตัวของผ้าโสร่งที่มีลักษณะการทอเป็นเส้นตาราง ขนาดใหญ่ มีแถบลายเส้นตรงและเส้นแนวขวางทอคั่นสลับไปมา ผสมผสานกับอัตลักษณ์ด้านเทคนิคการทอผ้าของจังหวัดบุรีรัมย์คือการทอผ้าหางกระรอก จึงนำเทคนิคนี้มาใช้ในการออกแบบร่วมกับการเลือกใช้วัสดุเส้นใยฝ้ายจากชุมชนที่ย้อมด้วยสีย้อมธรรมชาติจากวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น นำมาทอเป็นผืนเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัย

จากที่กล่าวมาข้างต้นนี้ คณะผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษานำข้อมูล อัตลักษณ์สิ่งทอจังหวัดบุรีรัมย์มาบูรณาการกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y เพื่อกำหนดแนวคิดการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัยที่เรียบง่าย ทันสมัย และใส่ใจสิ่งแวดล้อม คณะผู้วิจัยประยุกต์แนวโน้มแฟชั่นสากลและพื้นถิ่น โดยใช้กลุ่มสีและแนวคิด “สุขใสเรืองรอง” ควบคู่การตีความสัญญะจากคำขวัญจังหวัดสู่โครงร่างเงาและรูปแบบเสื้อผ้า อัตลักษณ์ผ้าโสร่งและเทคนิคการทอผ้าหางกระรอกถูกนำมาใช้เป็นวัสดุและโครงสร้างหลักในการออกแบบ ส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่สะท้อนรากวัฒนธรรมท้องถิ่นและตอบโจทย์ตลาดร่วมสมัยอย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 1 แบบร่างผลการวิเคราะห์การออกแบบแฟชั่นร่วมสมัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินความคิดเห็นโดยผู้เชี่ยวชาญต่อการออกแบบแบบร่าง

ลำดับ	รายการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
1	รูปแบบที่ 1	4.75	0.35	มากที่สุด
2	รูปแบบที่ 3	4.67	0.47	มากที่สุด
3	รูปแบบที่ 9	4.75	0.35	มากที่สุด
4	รูปแบบที่ 14	4.67	0.47	มากที่สุด
5	รูปแบบที่ 16	4.67	0.35	มากที่สุด
6	รูปแบบที่ 20	4.75	0.35	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย โดยกลุ่มเป้าหมายกลุ่ม กลุ่มผู้จำหน่ายสินค้าสิ่งทอและผู้บริโภค ผู้ซื้อนักท่องเที่ยว Gen-Y / Millennials (เกิด

ปี 1979-1999) อายุระหว่าง 25-40 ปี วัยทำงาน นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78% สถานภาพส่วนใหญ่โสด จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50% ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75% อายุส่วนใหญ่ อายุ 25-30 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50% รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ 9,000 – 15,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75% ระดับราคาสินค้าแฟชั่นสิ่งทอที่ท่านเคยซื้อส่วนใหญ่ ราคาต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00% ท่านซื้อผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอบ่อยแค่ไหน ส่วนใหญ่ 2-3 เดือน/ครั้ง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75% ประเภทผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอรูปแบบใดที่ท่านเลือกซื้อบ่อยที่สุด ส่วนใหญ่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50% วัตถุประสงค์ใดที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอมากที่สุด ส่วนใหญ่เพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน/ใช้ในการทำงาน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50% และท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอที่ท่านจะเลือกซื้อนั้น ควรเป็นผ้ารูปแบบใด ส่วนใหญ่รูปแบบที่มีการประยุกต์ให้ร่วมสมัย จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00%

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประกอบ การแต่งกายโดยรวม

ลำดับ	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ชุดสุภาพสตรี ชุดที่ 1	4.07	0.92	มาก
2	ชุดสุภาพสตรี ชุดที่ 2	4.06	0.91	มาก
3	ชุดสุภาพบุรุษ ชุดที่ 1	3.94	0.98	มาก
4	ชุดสุภาพบุรุษ ชุดที่ 2	4.15	0.91	มาก
5	กระเป๋าถือ	4.35	0.81	มาก
6	กระเป๋าสะพาย	4.36	0.79	มาก
	โดยรวมเฉลี่ย	**4.16**	**0.89**	**มาก**

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประกอบการแต่งกาย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้

กระเป๋าสะพาย ($\bar{x}$ =4.36, S.D. =0.79) กระเป๋าถือ ($\bar{x}$ =4.35, S.D. =0.81) และชุดสุภาพบุรุษชุดที่ 2 ($\bar{x}$ =4.15, S.D. =0.91) มีความเหมาะสมในการพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัยในปัจจุบัน เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือสนองความต้องการของตลาด เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอจากอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ ต่อยอดให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่น่าสนใจและสร้างมูลค่าเพิ่มที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน จังหวัด และประเทศชาติ



ภาพที่ 2 ต้นแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยจากการพัฒนาอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์

อภิปรายผล

1. ด้านอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์

จากการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ พัฒนาการภูมิปัญญาทอผ้าโดยสืบทอดจากบรรพบุรุษและได้รับอิทธิพลจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน ญี่ปุ่น และกัมพูชา จุดเริ่มต้นคือการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ จังหวัดบุรีรัมย์จึงเป็นศูนย์กลางการผลิตเส้นใยสิ่งทอ และมีฝีมือการทอผ้าสวยงาม สะท้อนในคำขวัญ “ผ้าไหมสวยรวมวัฒนธรรม” สอดคล้องกับงานวิจัยของ วาริน บุญญาพุทธิพงศ์ (2566) เรื่อง การออกแบบพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่ร่วมสมัยด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บนพื้นฐาน ทรัพยากร วัฒนธรรมของอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น กล่าวไว้ว่าหัตถกรรมการทอผ้าไหมในประเทศไทยมีประวัติความเป็นมาแบ่งเป็น 3 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีที่ 1 การทอผ้าไหมเป็นความรู้ที่ติดตัวของชาวไทยครั้ง

อพยพหนีจากการรุกรานของชาวจีนมาทางตอนใต้ของประเทศจีน โดยมีกลุ่มชาวไทยน้อยกลุ่มหนึ่งอพยพตามลุ่มน้ำโขงมายังบริเวณภาคอีสานของประเทศไทย และนำความรู้เรื่องการทอผ้าไหมเข้ามาด้วย ทฤษฎีที่ 2 ยอมรับว่ามีการทอผ้าเป็นงานหัตถกรรมในครัวเรือนของประเทศไทยมาตั้งแต่ครั้งอดีต โดยไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจน จึงสรุปได้ว่าชาวไทยโดยเฉพาะในภาคอีสานรู้จักการทอผ้าและการใช้ไหมเพื่อสร้างเครื่องนุ่งห่มมาช้านาน และทฤษฎีที่ 3 การทอผ้าไหมในประเทศไทยไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าเริ่มตั้งแต่เมื่อใด แต่เป็นหัตถกรรมที่เก่าแก่อย่างหนึ่งที่มนุษย์สมัยโบราณในดินแดนแถบนี้รู้จัก โดยอีสานใต้นิยมทอผ้าไหมมัดหมี่เส้นพุ่งตามแบบเขมร เป็นต้น (แพทรีเซีย ชีสแมน แน่นหนา และวิถี พาณิชพันธ์. 2535: 33) จากเส้นทางการรับแบบอย่างของผ้ามัดหมี่ คือจากอินเดีย ผ่านมาทางอินโดนีเซียและกัมพูชาหรือเขมร เห็นได้จากผ้าไหมมัดหมี่จังหวัดบุรีรัมย์จะเป็นวัฒนธรรมที่เป็นแบบเขมรอย่างเห็นได้ชัด

การสืบทอดภูมิปัญญาวิธีการทอผ้าพื้นบ้านจากรุ่นปู่ย่าตายาย สู่ลูกหลาน เรียนรู้ตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม จนถึงกรรมวิธีการทอ การคิดลวดลาย การมัดย้อมสีจากวัสดุพื้นบ้านที่เรียนรู้ได้ในครัวเรือนแต่ละชุมชน ผ้าที่เป็น อัตลักษณ์ของบุรีรัมย์คือ ผ้าไหมหางกระรอก ดังนั้นองค์ความรู้ที่ติดตัวคนในชุมชนจึงเป็นองค์ความรู้เฉพาะด้านตามหน้าที่ที่ได้รับหรือตามความถนัดของแต่ละบุคคล ไม่ได้ครอบคลุมอย่างรอบด้านและลึกซึ้งอีกต่อไป สอดคล้องกับทฤษฎีวิวัฒนาการทางวัฒนธรรม (ฐิติศักดิ์ เวชกามา, 2559, น. 136-147) ที่ได้รับอิทธิพลมาจากทฤษฎีวิวัฒนาการทางชีวภาพของ ชาร์ลส์ ดาร์วิน (Charles Darwin) อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างมีกระบวนการเป็นขั้นเป็นตอนไปตามลำดับจากขั้นหนึ่งไปสู่อีกขั้นหนึ่ง นอกจากนี้ยังนิยมทอผ้าซิ่นมัดหมี่คือผ้าซิ่นหัวแดงตีนแดง ในปัจจุบันนิยมเพียงแค่ตีนแดงเท่านั้นทั้งนี้ผ้าซิ่นตีนแดงได้ถูกยกให้เป็นอัตลักษณ์ผ้าทอจังหวัดบุรีรัมย์เช่นกัน ส่วนสิ่งทออื่นๆ ลายตารางหมากฮอส หรือลายสก๊อต และทอลายริ้วเส้นตรง ปรับประยุกต์มาจากลายผ้าโสร่ง และผ้าขาวม้ารัฐบาลยังส่งเสริมให้เป็นหนึ่งในตัวแทน Soft Power ของประเทศไทยพร้อมกับยก “ผ้าขาวม้าแทนสัญลักษณ์ของน้ำใจที่มอบให้” และผ้าที่ได้รับความนิยมทอและมีทุกบ้านก็คือผ้าโสร่งส่วนมากยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมและเป็นที่นิยมแพร่หลาย ปัจจุบันนิยมประยุกต์ใช้หลายรูปแบบ อาทิ เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย กระเป๋า ของที่ระลึก ฯลฯ นอกจากนี้ผ้าย้อมสีธรรมชาติ ผ้าย้อมภูอัคนี ซึ่งย้อมผ้าด้วยวัตถุดิบคือดินที่ได้จากบริเวณพื้นที่ๆ เป็นภูเขาไฟที่ดับลงแล้วนิยมย้อมสีด้วยเส้นใยไหมและเส้นใยฝ้าย ได้ถูกยกเป็นผ้าอัตลักษณ์จังหวัดบุรีรัมย์ด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2541) ที่ได้

กล่าวไว้ว่า ผ้าไทยต้องมีการพัฒนาด้านการออกแบบลวดลายและวัสดุการผลิตที่มีคุณภาพให้มากขึ้น เพื่อพัฒนาคุณภาพของผ้าให้มีลักษณะสากลมีการใช้กันแพร่หลายมากขึ้น ปัจจุบันมีการนำเส้นใยทั้งฝ้ายและไหมมาผสมผสานกันการไล่เฉดสีต่างๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ยังได้มีการแปรรูปผ้าเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และได้รับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และ (MTI) กระทรวงอุตสาหกรรม จดแจ้งตราสินค้าจากกระทรวงพาณิชย์จนถึงปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสิ่งทอเพื่อการจำหน่ายในบริบทของสินค้าทางวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นถึงการสืบสานวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ไทยผ่านผลิตภัณฑ์ต่างๆ ต่อยอดพลังแห่ง Soft Power จึงมีความสอดคล้องกับ ชาลส์ ไคย์ส (1965) อธิบายความเด่นของพัฒนาการที่เป็นอัตลักษณ์ร่วมของสิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ รวมถึงการพัฒนามาเป็นอัตลักษณ์ปัจเจกของผ้าโสร่งและการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัย การตีความเกี่ยวกับการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมภูมปัญญาการทอผ้า จึงเป็นเหตุและปัจจัยสำคัญที่ผลักดันการนำอัตลักษณ์สิ่งทอไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย คือการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นบ้านที่ผสมผสานอิทธิพลวัฒนธรรมภายนอกและการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้อัตลักษณ์สิ่งทอมีความชัดเจนและต่อเนื่อง เมื่ออัตลักษณ์ดังกล่าวเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคมและตลาด จึงเกิดการปรับตัวตามแนวคิดวิวัฒนาการทางวัฒนธรรม ผ่านการประยุกต์ลวดลาย เทคนิค และวัสดุให้ร่วมสมัย สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคและแนวคิด Soft Power ส่งผลให้อัตลักษณ์ท้องถิ่นสามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่สร้างมูลค่าเพิ่มและความยั่งยืนได้

2. ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยจากการศึกษา อัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์

จากการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคสิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ พฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ สอดคล้องกับข้อมูลเจาะเทรนด์โลก 2024 โดย TCDC พบว่าผู้บริโภคหลักคือ กลุ่ม Gen-y (Millennials) คนกลุ่มนี้อายุ 25-40 ปี ซึ่งชื่นชอบแฟชั่นร่วมสมัยที่เรียบง่ายและใส่ใจสิ่งแวดล้อม โดยการกำหนดแนวโน้มและสร้างแนวนิยมของแฟชั่นตามฤดูกาลในงานวิจัย สอดคล้องกับ สมเด็จพระเจ้าลูกเธอเจ้าฟ้าหญิง สิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา (2566) พระนิพนธ์เรื่อง Thai Textiles Trend Book Autumn /Winter 2023 -2024 ที่จัดโครงสร้างและเรียบเรียงเข้าใจง่าย มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของประเทศไทย ผสมผสานการวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัด

บุรีรัมย์ ตามแนวคิดเรื่องสัญญะวิทยา กาญจนา แก้วเทพ (2547) ได้อธิบายว่า สิ่งที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้มีความหมายแทนของจริง อาจเป็นวัตถุ สิ่งของ รูปภาพหรืออื่นๆ ให้เกิดความเชื่อมโยงกับผลการวิเคราะห์ของตลาด โดยใช้คำขวัญของจังหวัดบุรีรัมย์ คือ “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวมวัฒนธรรม เลิศล้ำเมืองกีฬา" โดยถอดความหมายจากคำว่า เมืองปราสาทหิน ได้แก่ ปราสาทหินพนมรุ้ง และปราสาทหินเมืองต่ำ ซึ่งสามารถตีความเชื่อมโยงกับการแปลความหมายทางการออกแบบแฟชั่นด้านโครงร่างเงา เทคนิคจำเพาะ กลุ่มสีจำเพาะ และวัสดุจำเพาะ สอดคล้องกับ ธนกฤต แก้วพิลารมย์ (2565) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาสีย้อมธรรมชาติจากน้ำหมักชีวภาพสำหรับวัสดุพื้นถิ่น เพื่อประยุกต์ใช้ออกแบบสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูป” ได้นำคำสำคัญมาจัดความหมายคุณลักษณะเพื่อสะท้อนความหมายเป็นแนวทางในการออกแบบสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูป คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์โครงสร้างปราสาทเป็นรูปทรงโครงร่างเงาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัย สรุปดังนี้ Bell Line, Tent Line และ Princess Line พบว่าผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยและเครื่องประกอบการแต่งกายที่มีความเหมาะสม เพื่อทำการออกแบบเบื้องต้น จำนวน 6 ต้นแบบ ได้แก่ แบบร่างที่ 1, 3, 9, 14, 16 และ 20 และเมื่อพิจารณาวิเคราะห์ผลงานการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัยต้นแบบ จากแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคพบว่า ผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยมีคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประกอบการแต่งกายโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.16, S.D. = 0.89) สอดคล้องกับ นวลอนงค์ ประทุมเนตร (2550) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ลายผ้าสาเกตกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม จังหวัดร้อยเอ็ด” กล่าวว่า อัตลักษณ์ลายผ้าสาเกตมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของกลุ่มทอผ้าไหมลายสาเกตไปในทางที่ดีสร้างขวัญกำลังใจในการประกอบอาชีพการทอผ้าไหม สร้างความรักความสามัคคีในกลุ่มชนสร้างรายได้เปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมไปในทางที่ดี นอกจากนี้ยังได้ค้นพบแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือสนองความต้องการของตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอจากอัตลักษณ์สิ่งทอเศรษฐกิจจังหวัดบุรีรัมย์ ต่อยอดให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่น่าสนใจและสร้างมูลค่าเพิ่มที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนและขับเคลื่อน Soft Power ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

คณะผู้วิจัยควรนำผลงานวิจัยเรื่องนี้ไปจด IP หรือแนวทางการรายงานผลการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยตาม พรบ. การใช้ประโยชน์งานวิจัยและนวัตกรรมต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

ควรมีการศึกษาวัสดุอื่นๆ ที่สามารถนำมาใช้ประยุกต์ใช้ในการออกแบบแฟชั่นร่วมสมัยเพิ่ม ทั้งนี้เพื่อเป็นการผสมผสานอัตลักษณ์สิ่งทอดั้งเดิมให้ร่วมสมัยยิ่งขึ้นอีกทั้งยังเป็นการสร้างมิติให้กับผลิตภัณฑ์แฟชั่นมีความน่าสนใจมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2547). **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เลิฟ แอนด์ สิฟ.

ฐิติศักดิ์ เวชกามา. (2559). **แนวคิด ทฤษฎี วัฒนธรรม.** พิมพ์ครั้งที่ 3: มหาสารคาม: คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ทวีพฤทธิ์ ศิริศักดิ์บรรจง และชูชีวรรณ ตมิศานนท์. (2554). **ลิขสิทธิ์ในงานผ้าไหมไทย: กรณีศึกษางานผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์.** สืบเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2566, จาก https://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2013/12/SiamU-Research-2011-Copyright-in-Thai-Silk-Works_A-Case-Study-of-about-Thai-Silk-Works-in-Surin-Province-compressed.pdf.

ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล; และ แพทรีเซีย ชีสแมน แน่นหนา. (2535). นิทรรศการผ้าเอเชีย: มรดกร่วมทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

ธนกฤต แก้วพิลารมย์. (2565). **การพัฒนาสีย้อมธรรมชาติจากน้ำหมักชีวภาพสำหรับวัสดุพื้นถิ่นเพื่อประยุกต์ใช้ออกแบบสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูป.** ปร.ด., มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น.

นิตยา ฉัตรเมืองปัก. (2555). **การศึกษาผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์.** ศป.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ

นวลอนงค์ ประทุมเนตร. (2550). **อัตลักษณ์ลายผ้าสาเกตกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม จังหวัดร้อยเอ็ด.** ปร.ด., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. มหาสารคาม.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2541). **การสำรวจความคิดเห็นของผู้ผลิตและผู้บริโภคที่มีต่อผ้าไทย.** สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. กรุงเทพฯ.

แพทรีเซีย ชีสแมน แน่นหนา และวิถี พานิชพันธ์. (2536). สายใยแห่งวัฒนธรรมไทในศิลปะบนผืนผ้า (ทรงศักดิ์ ปรายงค์วัฒนากุล, ผู้แปล). **ผ้าเอเชีย มรดกร่วงมทางวัฒนธรรม: มรดก-กุมภาพันธ์ 2535** (เอกสารวิชาการ.) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติและUNESCO.

พัชรินทร์ ศิริอำพันธุ์กุล. (2551). **ประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์.** เทศบาลเมืองบุรีรัมย์.

วาริน บุญญาพุทธิพงศ์. (2566). **การออกแบบพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่ร่วมสมัยด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บนพื้นฐานทรัพยากร วัฒนธรรมของอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น.** วารสารสิ่งแวดล้อมสร้างสรรค์วินิจฉัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 22 (3), 19-32.

ศีมาศ ประทีปะวณิช. (2562). **การวิจัยและพัฒนาผ้าไหมมัดหมี่อุตสาหกรรมแฟชั่นไทย กรณีศึกษาพื้นที่อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา.** ปร.ด., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.

สันทัด โพธิสา. (2566). **Soft Power คืออะไร? รวม “ของไทย” ปังจริงในหมู่ชาวต่างชาติ**. สืบเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2566, จาก https://www.thaipbs.or.th/now/content/491

สุชีพ กรรณสูต. (2552). **แนวคิดอัตลักษณ์ Identity.** ค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2567, จาก https:// sucheeppost.blogspot.com/2009/05/ identity.html?m=1&fbclid= IwAR3zz63650qPhzKcLx3EeOtT-uAxwVULu50HyWlQnhy9LW-lYpfao_ Fjqnl.

สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าหญิงสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา. (2564). **THAI TEXTILES TREND BOOK SPRING/ SUMMER 2022.** กรมทรวงส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.

สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าหญิงสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา. (2565). **THAI TEXTILES TREND BOOK AUTUMN/ WINTER 2022-2033.** กรมทรวงส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2566). **เจาะเทรนด์โลก 2024: remade anew.** กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์กรมหาชน).

อนุชา บูรพชัยศรี. (2566). **โฆษกรัฐบาลเผย นายกฯ ส่งเสริมการขับเคลื่อนโครงการ 5F ผลักดันผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมไทยเป็นสินค้าส่งออกให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก สร้างโอกาสจาก Soft Power.** สืบเมื่อ 28 เมษายน 2566, จาก https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/ id/39/iid/177728.