



14004

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ทัศนคติของผู้ซื้อผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

Buyers' Attitude Towards Thai Silk
In Bangkok Metropolitan Area

โดย

นายมนตรี เลขหิ้ง



T098131

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ป.พ. เนื้อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

ม.151ท

พ.ศ. 2533

2533

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน 98131

วันเดือนปี 10/11/2533

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สร้างขึ้นไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
หรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต หากฝ่าฝืนให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีสารเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

ทัศนคติของผู้ซื้อผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ


นายมนตรี เดชนึ่ง

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

ว.ท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

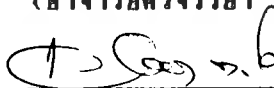
เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2534

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 23/พค 34

(อาจารย์ศิริจรธยา เจริญวิริยะพันธ์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 23/พค 34

(อาจารย์เสาวรียี ตะโพนทอง)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 23/พค 34

(อาจารย์วิเศษ มณีรัตน์)

หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

 23/พค 34

(อาจารย์รุ่งสรรค์ อินธิ์)

พ.พ.
๘ 151๗
2534

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ทศนคติของผู้ซื้อผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นายมนตรี เดชฝิ่ง

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :  23, พฤษภาคม 2564

(ศิริจรรษา เครือวิริยะพันธ์)

ผ้าไหมไทยเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของ
ไทยปัจจุบันอุตสาหกรรมไหมไทยมีการพัฒนาขึ้นมาก เนื่องจากความสวยงามของผ้าไหม
และความรู้สึกภูมิใจจากการได้สวมใส่ผ้าไหมไทย จึงทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากมีความต้อง
การที่จะสวมใส่ผ้าไหมมากขึ้น แต่ผ้าไหมเป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง ผู้บริโภคที่มีความ
ต้องการใช้ผ้าไหมเป็นประจำ จึงกระจายอยู่ในกลุ่มที่มีความสามารถในการซื้อได้เท่านั้น
ดังนั้นการศึกษาถึงทัศนคติของผู้ซื้อผ้าไหมไทย จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการ
ใช้ผ้าไหม ส่วนแบ่งตลาดของผู้บริโภคผ้าไหมไทยและทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อผ้าไหมในด้าน
ต่าง ๆ ด้วย โดยศึกษาเฉพาะผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้นซึ่งประโยชน์ที่ได้รับ
จากการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงแนวทางการปรับปรุงด้านตลาดให้ผ้าไหมมีคุณสมบัติตรง
กับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดและยังเป็นแนวทางในการศึกษาสำหรับผู้ผลิตหรือผู้ค้า
ผ้าไหมรายใหม่

จากผลการศึกษาผู้บริโภคผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 80 คน
โดยการใช้แบบสอบถาม ทำให้ทราบว่าลักษณะของผู้บริโภคซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงนั้น อยู่
ในวัยเริ่มทำงานมากที่สุด มีการศึกษาและรายได้ในระดับที่สูงรวมทั้งประกอบอาชีพในบริษัท
เอกชน สำหรับพฤติกรรมกรซื้อผ้าไหมนั้น พบว่า ผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์ที่จะนำไปตัด
เสื้อผ้าใส่เอง เพราะผ้าไหมมีความสวยงาม เมื่อสวมใส่แล้วสามารถสร้างบุคลิกภาพ

เอกสารของผู้สวมใส่ให้ถูกมาตรฐานขึ้นจึงผู้บริโภคจะซื้อผ้าไหมจากร้านค้าในกรุงเทพมหานครนี้เองซึ่ง
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้านค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ร้าน Jim Thompson เพราะมีชื่อเสียงเป็นที่รับ
ประกันในเรื่องคุณภาพของผ้าไหม ถึงแม้ว่าราคาของผ้าไหมในร้านนี้จะค่อนข้างแพงมาก
แต่ทางร้านก็มีผ้าไหมเอาไว้ให้ผู้บริโภคเลือกมากมายซึ่งล้วนแต่เป็นผ้าไหมที่มีคุณภาพดีทั้งสิ้น
ส่วนผ้าไหมที่มีจำหน่ายตามต่างจังหวัดนั้น ผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะได้รับความ
นิยมนิยมจากผู้บริโภคมากที่สุด เนื่องจากภาคนี้มีพื้นที่การปลูกหม่อนมากทำให้การผลิต
ผ้าไหมของภาคนี้มีคุณภาพดี สวยงามและราคาค่อนข้างจะถูกกว่าผ้าไหมจากภาคอื่น ๆ
การตัดสินใจซื้อผ้าไหมผู้บริโภคจะใช้เวลาน้อยในการพิจารณาถึงคุณภาพเพื่อเลือกให้ได้
ผ้าไหมที่ดีและสวยถูกใจโดยการตัดสินใจด้วยตนเองและไม่เจาะจงยี่ห้อใดโดยเฉพาะ
ส่วนในด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีเกี่ยวกับผ้าไหมไทยในเรื่องต่าง ๆ นั้น ผู้บริโภคมีทัศนคติ
ที่ดีมากก็คือเรื่องคุณภาพของเนื้อผ้า สีที่ใช้ผลิตและการส่งเสริมบุคลิกภาพให้กับผู้บริโภคเมื่อ
ได้สวมใส่ผ้าไหม ส่วนทัศนคติที่ไม่ดีของผู้บริโภคมีต่อผ้าไหมไทยก็คือ การดูแลรักษาที่
ยากของผ้าไหมและความระมัดระวังในการสวมใส่ผ้าไหมที่ต้องให้ความเอาใจใส่เป็นพิเศษ
กว่าผ้าชนิดอื่น ซึ่งจากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความต้องการใช้
ผ้าไหมไทยอีกมาก ถ้าหากมีการปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาให้เหมาะสมกับสภาพ
เศรษฐกิจและสังคมของไทยในปัจจุบันได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาเรื่องนี้ สรุปได้ดังนี้คือ

1. ด้านตัวผลิตภัณฑ์ (Product) ควรจะสร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพ
และมาตรฐานของผ้าไหม โดยการพัฒนาคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับ
ผู้บริโภคทุกวัย
2. ด้านราคา (Price) ควรมีการปรับราคาลงมาเพื่อให้เหมาะสมกับ
กำลังซื้อของคนชั้นกลางซึ่งเป็นผู้บริโภคจำนวนมากที่สุดของประเทศ โดยการพัฒนาทาง
ด้านวัตถุดิบให้มีปริมาณตามความต้องการของตลาด
3. ด้านการจำหน่าย (Distribution) ควรมีการจัดหาสถานที่จำหน่าย
สำหรับผ้าไหมที่มีคุณภาพดีและมีราคาไม่แพงเกินไป ให้มีปริมาณมากกว่าที่เป็นอยู่เพื่อความ

เอกสารนี้จัดทำขึ้นไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงคุณสมบัติที่ดีเด่นของผ้าไหม รวมทั้งวิธีการเลือกผ้าไหมของแท้ที่มีคุณภาพดี ตลอดจนการดูแลรักษาเพื่อให้มีความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับผ้าไหมมากขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ในการศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความสำเร็จ ทั้งนี้เนื่องจากความกรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำปรึกษา และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จาก อาจารย์ศิริจรุษา เครือวิริยะพันธ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษพร้อมทั้ง กรรมการปัญหาพิเศษ อาจารย์เสาวรีย์ ตะโพนทอง และอาจารย์วิเชษฐ์ มณีรัตน์ ที่ได้ให้คำแนะนำและแก้ไขตรวจทานให้เกิดความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ขอขอบคุณผู้มีส่วนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ทุกท่านตั้งแต่ พี่สาวและน้องสาวของข้าพเจ้าที่มีส่วนในการช่วยพิมพ์ปัญหาพิเศษ เพื่อน ๆ และน้อง ๆ ที่ช่วยเหลือในการออกแบบสไลด์และเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งขอขอบคุณทุกท่านที่มี ส่วนช่วยเหลือไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวกับเรื่องใด ๆ ที่มีผลทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสิ้นลงได้ แต่มิได้กล่าวนาม มา ณ โอกาสนี้ด้วย

นายมนตรี เดชนึ่ง

23 พฤษภาคม 2534

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการศึกษา	4
การตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 ภาวะการผลิตและการตลาด	11
ภาวะการผลิต	11
ประวัติความเป็นมา	11
สถานการณ์การผลิตใหม่ของไทย	13
ประเภทของผ้าไหม	14
การผลิต	16
ภาวะการตลาด	24
โครงสร้างของตลาดไหมภายในประเทศ	27
ปัญหาและแนวทางแก้ไข	32
ปัญหาด้านการผลิต	32
ปัญหาด้านการตลาด	34
บทบาทความช่วยเหลือของรัฐบาล	36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ผลการศึกษา	39
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภคน้ำไหม	39
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อน้ำไหมไทยของผู้บริโภค	44
ตอนที่ 3 ทักษะคิดของผู้บริโภคเกี่ยวกับน้ำไหมไทย	59
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	76
สรุป	76
ข้อเสนอแนะ	78
เอกสารอ้างอิง	82
ภาคผนวก	84
ก. ประกาศกระทรวง	85
ข. แบบสอบถาม	93
ค. ตัวอย่างการวิเคราะห์ทักษะคิดของผู้บริโภคน้ำไหมไทย	101

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ระดับอายุของผู้บริโภค	40
2	ระดับการศึกษาของผู้บริโภค	41
3	อาชีพของผู้บริโภค	42
4	ระดับรายได้อัตโนมัติของผู้บริโภค	43
5	วัตถุประสงค์ของการซื้อผ้าไหมไทย	45
6	ร้านค้าในกรุงเทพมหานครที่ผู้บริโภคเคยซื้อผ้าไหม	46
7	จังหวัดที่ผู้บริโภคเคยซื้อผ้าไหม	47
8	สถานที่ที่ผู้บริโภคเคยซื้อผ้าไหม	48
9	เวลาในการตัดสินใจซื้อผ้าไหม	49
10	การขอคำปรึกษาจากคนอื่นขณะตัดสินใจซื้อผ้าไหม	50
11	ผู้ที่ขอคำปรึกษา	51
12	การเลือกเฉพาะสีหรือของผู้บริโภคผ้าไหม	52
13	ภาคที่ผู้บริโภคผ้าไหมเคยซื้อผ้าไหม	53
14	ภาคที่ผู้บริโภคผ้าไหมให้ความนิยมเป็นพิเศษ	54
15	ความต้องการผ้าไหมในอนาคตของผู้บริโภค	55
16	โอกาสที่สวมใส่ชุดผ้าไหมของผู้บริโภค	56
17	ปัญหาที่พบในการซื้อผ้าไหม	58
18	ราคาของผ้าไหมไทย	60
19	คุณภาพของเนื้อผ้าไหมไทย	61
20	คุณภาพของสีที่ใช้ในการผลิตผ้าไหมไทย	62
21	ความเหมาะสมในการนำผ้าไหมมาตัดเป็นชุดทำงาน	63

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
 22 ความยุ่งยากในการออกแบบเพื่อตัดชุดผ้าไหม 64
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
23 การเสริมสร้างบุคลิกภาพเมื่อสวมใส่ชุดผ้าไหม	65
24 ความเหมาะสมกับสภาพอากาศในกรุงเทพมหานครของผ้าไหม	66
25 การออกแบบลวดลายผ้าไหม	67
26 การออกแบบโทนสีของผ้าไหม	68
27 การดูแลรักษาผ้าไหม	69
28 ความระมัดระวังในการสวมใส่ชุดผ้าไหม	70
29 ความต้องการใช้ผ้าไหมไทยในสังคมปัจจุบัน	71
30 ปัญหาในการเลือกซื้อผ้าไหม	72
31 ความจำเป็นของเครื่องประดับที่นำมาสวมใส่กับผ้าไหมไทย	73
32 การนำลือมลายมาตกแต่งบนผ้าไหม	74
33 การนำผ้าไหมมาประยุกต์ให้เข้ากับแฟชั่นในปัจจุบัน	75

สารบัญ

ภาพที่		หน้า
1	ขั้นตอนการผลิตเส้นไหม	17
2	ขั้นตอนการจำหน่ายเส้นไหมขึ้น	23
3	วิธีการตลาดผ้าไหมไทย	29



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ไหมไทยเป็นสินค้าหัตถกรรมประเภทหนึ่ง ที่ทำขึ้นจากใยของตัวไหมและนำมาทอเป็นผ้าไหมด้วยเครื่องมือที่ทำจากไม้และเป็นการทอด้วยมือ อุตสาหกรรมไหมไทยจึงเป็นงานฝีมือที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทย จนเป็นที่รู้จักและชื่นชมของผู้พบเห็นทั่วไป การผลิตผ้าไหมนั้นมีลักษณะการผลิตที่เหมาะสมกับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีแรงงานจำนวนมาก เนื่องจากไหมไทยเป็นอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนที่ใช้แรงงานทุกชั้นตอนนับตั้งแต่ การปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี ตลอดจนการทอผ้าไหม โดยเฉพาะเกษตรกรทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้นจึงนับว่าไหมไทยมีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมไหมไทยมีการพัฒนาขึ้นมาก เพราะผ้าไหมเป็นที่นิยมในท้องตลาด ทำให้พ่อค้ามีความสนใจเข้าไปสั่งซื้อผ้าไหมถึงแหล่งผลิตเพื่อนำไปจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ้าไหมไทยจึงเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายทำให้มีการพัฒนาการผลิตจากรูปแบบการผลิตในครัวเรือนเพื่อส่งเสริมรายได้ มาเป็นรูปแบบโรงงานที่ผลิตเพื่อจำหน่ายมากขึ้น มีการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้บางขั้นตอนเพื่อช่วยให้การผลิตได้เร็วและมีคุณภาพที่แน่นอนมากขึ้น ซึ่งการผลิตผ้าไหมในปัจจุบันได้รับความสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานราชการหลายหน่วย อาทิเช่น กรมประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมวิชาการเกษตร สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานแรงงานเร่งรัดพัฒนาชนบท และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน เป็นต้น นอกจากนี้มูลนิธิศุภนิเวศน์ในประเทศไทยได้มีส่วนช่วยส่งเสริมการผลิตและเผยแพร่การใช้ผ้าไหมให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ซึ่งได้จัดโครงการรวมกลุ่มผู้ผลิตไหมและจัดวิทยากรมาให้คำ

เอกสารแนะนำแก่ผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมการปั่นด้ายอ้อมรวมไปถึงผู้ทอผ้าไหม โดยแนะนำวิธีการผลิตที่
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทันสมัยมาเผยแพร่เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เป็นที่ต้องการของตลาด นอก
 จากประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมการแต่งกายประจำชาติของตนเองมาตั้งแต่
 สมัยโบราณ รวมทั้งประชาชนที่อาศัยอยู่ในภาคต่าง ๆ ของประเทศก็มีวัฒนธรรมการแต่ง
 กายประจำภาคของตนเองด้วยเช่นกัน และผ้าไหมก็เป็นผลิตภัณฑ์ในเมืองที่ผลิตได้เกือบ
 ทุกภาคของประเทศไทย เพราะฉะนั้นการแต่งกายด้วยผ้าไหมของคนต่างจังหวัดจึงถือว่าเป็น
 เป็นการแต่งกายตามวัฒนธรรมประจำภาคของตน แต่ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมือง
 หลวงของประเทศไทยไม่มีวัฒนธรรมการแต่งกายที่เป็นพื้นเมืองของตนเอง เพราะคนที่อาศัยอยู่
 ในเขตกรุงเทพมหานครนั้นเป็นคนที่มาจากทั่วทุกภาคของประเทศ และจากการที่เป็นเมือง
 หลวงของประเทศไทยก็ทำให้มีความเจริญสูงสุดของประเทศ จึงมีการติดต่อกับต่างประเทศใน
 หลาย ๆ ด้านและจากการติดต่อกันเองได้มีการรับวัฒนธรรมของต่างประเทศเข้ามามากมาย
 วัฒนธรรมประจำชาติบางอย่างค่อย ๆ เสื่อมสลายลงไป รวมทั้งวัฒนธรรมในด้านการแต่ง
 กายด้วย เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ทำให้ความนิยมในผ้าไหมของคนไทยลดลง เพราะใน
 ปัจจุบันผ้าไหมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทอด้วยมือ ประกอบกับประ
 เทศไทยอยู่ในเขตร้อน การสวมใส่ผ้าไหมจึงต้องฉีกฉีกในการรักษาความสะอาดมาก
 ทำให้ความนิยมของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานครไม่กว้างขวางมากนักส่วนมากจะเป็นการ
 สวมใส่ไปในงานสำคัญ ๆ ต่าง ๆ เช่น งานรัฐพิธี และงานมงคลเท่านั้น

จากการที่ผ้าไหมมีข้อจำกัดดังกล่าวจึงน่าจะมีการศึกษาถึงความนิยมในการใช้
 ผ้าไหมของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ว่ามีความต้องการใช้เป็นปริมาณเท่าใด รวมทั้ง
 ศึกษาถึงทัศนคติที่คนในเขตกรุงเทพมหานครมีต่อผ้าไหมด้วยเพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ
 ที่มีผลต่อการซื้อผ้าไหมของคนไทย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาถึงความต้องการใช้ผ้าไหมของคนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อผ้าไหมของคนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาถึงส่วนแบ่งตลาด (Market Segmentation) ของผ้าไหมโดยแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะของผู้บริโภค เช่น อาชีพ การศึกษา อายุ เพศ รวมทั้งระดับรายได้ของบุคคลที่มีความต้องการซื้อผ้าไหม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาถึงทัศนคติของผู้ซื้อผ้าไหมในครั้งนี้คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งทางราชการและเอกชน ดังนี้คือ

1. หน่วยงานทางราชการ ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมวิชาการเกษตร สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน รวมทั้งมูลนิธิศิลปาชีพในพระบรมราชูปถัมภ์ ในด้านที่จะได้ทราบความต้องการของตลาดว่าตลาดต้องการสินค้าในปริมาณใด คุณสมบัติอย่างไร เพื่อจะได้ทำการส่งเสริมกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ของแต่ละหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

2. หน่วยงานเอกชน ได้แก่ ผู้ผลิตผ้าไหมและผู้ค้าผ้าไหมต่าง ๆ ซึ่งก็จะได้ทราบถึงความต้องการของตลาดของผ้าไหม ว่าผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าที่มีคุณสมบัติอย่างไร หรือสินค้าที่มีลักษณะใดบ้างที่กำลังเป็นที่นิยม เพื่อที่จะได้ปรับปรุงคุณภาพในสินค้าของตนให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

รวมทั้งเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานของทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ในการวางแผนการผลิต เพื่อจะได้ผลิตผ้าไหมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษารั้งนี้จะวิเคราะห์ถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อการซื้อผ้าไหมตั้งนั้นกลุ่มที่ศึกษาจะเป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเคยซื้อผ้าไหมเท่านั้น โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งจะใช้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 80 ตัวอย่าง แต่จากการศึกษาขั้นต้นพบว่าผ้าไหมเป็นสินค้าที่นิยมในหมู่เพศหญิงมากกว่าเพศชาย ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์และกระจายดียิ่งขึ้น จึงเลือกกลุ่มตัวอย่างในเพศหญิงทั้งหมด โดยเลือกสัมภาษณ์เฉพาะบุคคลที่เคยซื้อผ้าไหมในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การตรวจเอกสาร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2508) ศึกษาโดยการสำรวจซึ่งได้ใช้แบบสอบถามต่าง ๆ คือ สอบถามเกษตรกรผู้เลี้ยงไหม พ่อค้าเส้นไหม พ่อค้าผ้าไหมและโรงงานทอผ้าไหมในท้องที่ 8 จังหวัด คือ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครราชสีมา มหาสารคาม ร้อยเอ็ด อุบลราชธานี สุรินทร์และบุรีรัมย์ การศึกษารั้งนี้เป็นการหาข้อมูลต้นทุนการผลิตและการตลาดของเส้นไหม และผ้าไหมเพื่อนำมาประกอบในการวางแผนส่งเสริมปรับปรุงการผลิต การตลาดของเส้นไหมและผ้าไหมให้ดีขึ้น ผลการศึกษาพบว่าราคาเส้นไหมและผ้าไหมถูกกำหนดจากปริมาณการผลิตที่ออกสู่ตลาดและความต้องการของผู้บริโภค คือราคาเส้นไหมทุกชนิดสูงสุดในเดือนเมษายน เพราะสินค้าออกสู่ตลาดน้อยและราคาต่ำสุดในเดือนสิงหาคมหรือเดือนกันยายน เพราะเส้นไหมออกสู่ตลาดมาก ส่วนราคาผ้าพื้น (ผ้าไหมที่ไม่มีลวดลายมีสีเดียว) ราคาสูงส่งในเดือนเมษายน เพราะวัตถุดิบคือเส้นไหมมีราคาสูงประกอบกับมีนักท่องเที่ยวมากความต้องการจึงเพิ่มขึ้น และราคาจะต่ำสุดในเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม สำหรับผ้าพื้นตานั้นราคาสูงสุดในเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม เพราะเป็นระยะที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวกันมาก ความต้องการ

เอกสารสินค้าที่มีสีสลับและสะดุดตาเพื่อนำไปฝากญาติจึงมีมากและราคาต่ำสุดในเดือนมิถุนายน การค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถึงเดือนสิงหาคมเช่นเดียวกับผ้าฝ้ายสี ในด้านต้นทุนการผลิต ค่าแรงคิดเป็นร้อยละ 77.75 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการทอผ้า หรือ 28.37 บาทต่อเส้นไหมหนัก 1 กิโลกรัม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เป็นร้อยละ 22.08 หรือ 8.08 บาทต่อเส้นไหมหนัก 1 กิโลกรัม นอกจากในการผลิตผ้าฝ้ายสีจะให้กำไรสูงสุดประมาณร้อยละ 32.2 ผ้าฝ้ายตาร้อยละ 17.24 และผ้าขาวม้าร้อยละ 9.01

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2531) รายงานการศึกษาจากเรื่อง "ลู่ทางการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์" ได้กล่าวถึงบทบาทของรัฐบาลที่ให้ความช่วยเหลือว่า รัฐบาลเห็นความสำคัญของไหมไทยจึงได้กำหนดเป็นโครงการที่จะส่งเสริมไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 และฉบับที่ 4 โดยเฉพาะในเขตที่แห้งแล้งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อให้มีการผลิตไหมที่มีคุณภาพดี ส่งเสริมการจ้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ได้กำหนดแนวทางไว้ 4 ส่วนที่เกี่ยวข้องคือ ทางด้านสาขาเกษตรกรได้มีแผนงานปรับปรุงคุณภาพไหมในระดับท้องถิ่น ทางด้านสาขาอุตสาหกรรมการเกษตรได้กำหนดให้มีแผนพัฒนาเส้นไหม และกำหนดเป็นโครงการพัฒนา เช่น โครงการแนะนำเทคนิคการสาวไหมพุ่งที่ทันสมัยแก่เกษตรกรในชนบท ทางด้านสาขาพาณิชย์นั้นได้บรรจุเรื่องผ้าไหมไว้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าส่งออกและการเจาะตลาดต่างประเทศ และทางด้านพัฒนาประสิทธิภาพของกลไกบริหารงานพัฒนา มีแนวทางว่าจะกำหนดให้มีองค์กรหนึ่งทำหน้าที่ในการประสานแผนปฏิบัติการพัฒนาต่าง ๆ รวมทั้งเรื่องการพัฒนาไหมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สำหรับบทบาทของรัฐบาลในการผลิตผ้าไหมไทยนั้น รัฐบาลได้มอบหมายให้หน่วยงานราชการเข้าไปช่วยเหลือโดยจัดเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำแก่เกษตรกร รวมทั้งมูลนิธิศุภนิเวศน์พิเศษในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้ให้การส่งเสริมการใช้ผ้าไหมไทย ซึ่งมีผลทำให้ผ้าไหมไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2532) ได้ศึกษาเรื่องไหมและผลิตภัณฑ์ไหมโดย

เอกสารวิชาการสำรวจข้อมูลจากการสอบถามผู้ผลิตผ้าไหมของพ่อค้าเส้นไหมและผ้าไหมไปใช้และหน่วยงานการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานที่เกี่ยวข้องทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล และศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจาก ผลการศึกษาพบว่า เส้นไหมพุ่งและเส้นไหมฮินชาดแคลน แม้ว่าเส้นไหมพุ่งจะผลิตได้ปีละ ประมาณ 600-700 เมตริกตัน และเส้นไหมฮินชาดผลิตได้ปีละประมาณ 15-20 เมตริกตัน ก็ยังไม่พอกับความต้องการภายในประเทศ จึงต้องมีการนำเข้ามาจากต่างประเทศ และยิ่งพบว่าผู้ผลิตบางรายใช้เส้นไหมที่มีคุณภาพต่ำในการผลิตผ้าไหมเพื่อลดต้นทุนการผลิต เป็นผลทำให้ผ้าไหมที่ผลิตขึ้นมา มีคุณภาพต่ำซึ่งจะเป็นการทำลายชื่อเสียงของผ้าไหมไทย

กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ (2533) ศึกษาถึงลู่ทางการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ ได้ความว่านอกจากมีการผลิตผ้าไหมที่เป็นพื้นแล้วยังมีการตัดแปลง พัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป เนคไท ผ้าพันคอ ปลอกหมอนอิง กล่องบุหรี ซองใส่แว่นตา เป็นต้น ซึ่งสินค้าเหล่านี้สามารถจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศรวมทั้งส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศสามารถเข้าประเทศถึงมูลค่า 915.7 ล้านบาท ในปี 2532 และคาดว่าจะทำรายได้เพิ่มขึ้นในระยะต่อไป ซึ่งตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ที่มีลู่ทางดี ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน เนเธอร์แลนด์และแคนาดา เนื่องจากเป็นตลาดที่นิยมสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ตกแต่งบ้านเรือนให้สวยงาม ประกอบกับสินค้าผ้าไหมไทยที่สวยงามและทอด้วยฝีมือมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เด่น และมีลวดลายสีสรรงดงามทำให้เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นซึ่งเห็นคุณค่าและชื่นชมงานฝีมือที่มีความประณีต คุณภาพดีและสวยงาม จึงนับเป็นตลาดที่ยังมีลู่ทางขยายได้อีกมาก เพราะในขณะนี้ส่วนแบ่งการตลาดสินค้าไหมของไทยในตลาดดังกล่าวมีน้อยมากเพียงร้อยละ 1-2 เท่านั้น

เศรษฐ วาณิชวงศ์ (2533) ได้สัมภาษณ์เรื่อง วัตถุประสงค์ ต้นทุนและเทคโนโลยีการผลิตผ้าไหม ซึ่งกล่าวถึงการทอผ้าไหมว่าการทอผ้าไหมเป็นวิธีผลิตผ้าโดยใช้เส้นไหมตั้งแต่สองกลุ่มขึ้นไปนำมาขัดกันเป็นมุมฉาก เส้นไหมที่ขึงในเครื่องทอตามแนวฮินเรียกว่าไหมฮิน เส้นไหมที่ตั้งฉากกันด้านฮินเรียกว่าไหมพุ่ง การทอคือการนำด้านพุ่งไปขัดกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาติให้เผยแพร่ไปเผยแพร่เป็นการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เส้นยืน เรียกว่าการทอลายขัดหรือการทอธรรมดา การทอผ้าไหมอาจทอได้หลายวิธี เช่นเดียวกับ การทอผ้ามาตรฐานทั่วไปได้แก่ การทอลายขัดหรือการทอแบบธรรมดา (Plain Weave) การทอลายสอง (Twill Weave) และการทอตัวน (Satin Weave) นอกจากนี้ยังมีการทอแบบตกแต่งหรือทอให้เป็นลวดลาย ได้แก่ การทอแบบยกดอกเล็ก ๆ หรือดอปปี (Dobby Weave) การทอแบบยกดอกขนาดใหญ่หรือแจ็กการ์ด (Jacquard Design) ฯลฯ วิธีการทอผ้าไหมที่นิยมในปัจจุบันคือ การทอแบบธรรมดาหรือการทอลายขัดเป็นการทอที่ง่ายที่สุด ผ้าที่ทอแบบลายขัดมีลักษณะเรียบเหมือนกันทั้งสองหน้า ความเรียบเสมอกของผ้าทอแบบลายขัดทำให้เหมาะที่จะใช้เป็นผ้านิมนต์ ดังเห็นได้จากผ้าไหมที่เป็นที่นิยมและมีการจำหน่ายกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

วิธีการศึกษา

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อประกอบการวิเคราะห์ได้ทำการรวบรวมข้อมูลมาจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1.1 **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคผ้าไหมจากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสอบถามข้อมูลต่าง ๆ จากผู้ที่มีความรู้ทางด้านผ้าไหม โดยการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค เพื่อจะได้ทราบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอย่างไรกับผ้าไหมไทย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผ้าไหมของผู้บริโภค

ตอนที่ 3 ทรรศนะของผู้ซื้อผ้าไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากหนังสือและเอกสารต่าง ๆ ตามหน่วยงานต่าง ๆ อาทิเช่น กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กองส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอ รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากห้องสมุดในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยนำข้อมูลเหล่านั้นมาจัดเป็นหมวดหมู่ แล้วแจกแจงคะแนนเพื่อคำนวณความถี่ของข้อมูลแต่ละรายการแล้วเสนอเป็นตารางเปรียบเทียบร้อยละ

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 สูตรที่ใช้ในการคำนวณค่าร้อยละ

$$P = A/B \times 100$$

กำหนดให้ P = จำนวนเปอร์เซ็นต์

A = เลขจำนวนใด ๆ ที่จะนำไปเปรียบเทียบ

B = ฐานที่ใช้สำหรับเปรียบเทียบ

3.2 สูตรที่ใช้ในการคำนวณค่าเฉลี่ย

$$X = \Sigma F_x / N$$

กำหนดให้ X = ค่าเฉลี่ย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ภายในเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$N = \text{จำนวนประชากรทั้งหมด}$$

3.3 การคำนวณทัศนคติ

1) หาค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนของทัศนคติจากประชากรตัวอย่าง
แต่ละรายจากสูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{N}$$

2) จากคำตอบของผู้ข้อฟ้าใหม่ กำหนดให้ทัศนคติ มีคะแนนดังนี้

3 คะแนน = เหมาะสม / ดี / พอใจ

2 คะแนน = เหมาะสมน้อย / พอใช้ / พอใจน้อย

1 คะแนน = ไม่เหมาะสม / ไม่ดี / ไม่พอใจ

3) คำนวณหาช่วงคะแนนเพื่อพิจารณาระดับทัศนคติ

$$\text{จากแต้มคะแนนสูงสุดของทัศนคติ} = 3$$

$$\text{" " ต่ำสุด " " } = 1$$

$$\text{พิสัย (Range) ของคะแนนเฉลี่ย} = \text{คะแนนสูงสุด} - \text{ต่ำสุด}$$

$$= 3.00 - 1.00$$

$$= 2.00$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการกำหนดให้ระดับทัศนคติ มี 3 ระดับ (ชั้น)

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น (Class Interval Size)} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น} \\ &= 2 / 3 \\ &= 0.66\end{aligned}$$

ช่วงคะแนนเพื่อพิจารณาระดับทัศนคติจึงมีดังนี้

$$1.00-1.66 = \text{มีทัศนคติที่ไม่ดี}$$

$$1.67-2.33 = \text{มีทัศนคติที่ค่อนข้าง}$$

$$2.34-3.00 = \text{มีทัศนคติที่ดีมาก}$$

ทัศนคติของผู้ซื้อฟ้าไหม ที่คำนวณได้นั้นตกอยู่ในช่วงใดก็แสดงว่ามี

ทัศนคติอย่างนั้น



บทที่ 2

ภาวะการผลิตและการตลาด

ภาวะการผลิต

ประวัติความเป็นมา

ไหมเป็น "ราชินีแห่งใยผ้า" ความนุ่มนวลเป็นเงางามทำให้ผู้สวมใส่พึงพอใจในตัวเอง ทำให้ใยไหมเป็นที่ต้องตาและต้องใจของสตรีทั่วโลก ราคาจึงคงแพงกว่าเส้นใยชนิดอื่น นับเป็นเส้นใยที่มีราคาค่อนข้างแพงเพื่อ

ไหมมีประวัติการใช้มานานประมาณ 5,500 ปี ในประเทศจีนก่อนประเทศอื่นทั้งหมด ราชินีสีลึงจี่ของจีน พบว่าใยหุ้มตัวของผีเสื้อชนิดหนึ่งเมื่อนำมาคล่อออกจะสามารถสาวออกเป็นเส้นยาว ปั่นเป็นเส้นด้ายและทอเป็นผ้าได้ ประเทศที่ 2 ที่รู้จักเลี้ยงไหมคือ เกาหลี โดยชาวจีนผู้ลี้ภัยการเมืองได้นำเอาไข่ไหมติดตัวไป ชาวญี่ปุ่นได้ศึกษาการเลี้ยงไหมจากเกาหลีอีกทอดหนึ่ง แล้วจึงแพร่หลายไปในทวีปยุโรป ประมาณ พ.ศ. 903 เปอร์เซียกลายเป็นจุดศูนย์กลางการค้าไหมระหว่างเอเชียและยุโรป ชาวอาหรับเป็นช่างทอและย้อมสี การค้าไหมสมัยนั้นซึ่งนำหนักแลกกับทองคำว่า DENEIR เป็นชื่อเหรียญทองของโรมัน ปัจจุบันจึงนำคำ "DENEIR" ใช้เป็นขนาดใยไหมที่ผลิตจำหน่ายในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 การค้าขายระหว่างประเทศหยุดชะงัก สินค้าไหมตกต่ำลงบ้างในบางประเทศ โดยเฉพาะญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่ผลิตไหมมากที่สุด แต่บางประเทศได้สูงขึ้นเช่น ในสหรัฐอเมริกา มีผู้นิยมเลี้ยงไหมเพิ่มขึ้น ปัจจุบันความต้องการใยไหมลดลงเพราะมีใยสังเคราะห์จากสารเคมีมาแทนที่และมีราคาถูกกว่า ไหมจึงใช้ในกรณีพิเศษ เช่น ทำผ้าตัดเสื้อสตรี ผ้าตัดเสื้อชุดชาย ผ้า màn และผ้าบุเครื่องเรือน เป็นต้น สำหรับประเทศไทย เริ่มเลี้ยงสมัยใดไม่ปรากฏ จากหลักฐานที่ค้นพบสมัย

เอกสารรัฐหรืออุทยานมีผ้าไหมรวมอยู่ด้วย ใช้วรรณคดีสมัยกรุงสุโขทัยมีการกล่าวถึงการนุ่งผ้ายกของบ้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นางนพมาศซึ่งคาดได้ว่าเป็นผ้าไหม การส่งเสริมการเลี้ยงไหมเริ่มต้นในสมัยรัชกาลที่ 5 แห่งราชวงศ์จักรี เมื่อ พ.ศ. 2444 โดยจ้างผู้เชี่ยวชาญชาวญี่ปุ่นมาสำรวจและแนะนำ การเลี้ยงไหมและทรงโปรดให้พระนางเจ้าเสาวภาผ่องศรี พระบรมราชินีนาถทรงศึกษา การสาวไหมกับผู้ชำนาญชาวญี่ปุ่น 3 ปีต่อมา กระทรวงศึกษาฯ ได้เปิดโรงเรียนการทอ ผ้าไหม 9 ปีต่อมานับตั้งแต่เริ่มการส่งเสริมการเลี้ยงไหม คือในราวปี พ.ศ. 2453 ไทยเริ่มส่งไหมดิบเป็นสินค้าออกถึง 66,240 กิโลกรัม และเพิ่มเป็น 2 เท่าตัวใน พ.ศ. 2458 คือส่งออกไหมดิบเป็นจำนวน 135,520 กิโลกรัม คิดเป็นราคาสมิฉะนั้น 104,563.00 บาท ต่อมารัฐบาลได้เลิกสนับสนุนการเลี้ยงไหมไปสนับสนุนอาชีพประเภทอื่น และตัวหนอนไหมเป็นโรค ทำให้ขาดทุนมาก จึงไม่มีการส่งออกอีก

ใน พ.ศ. 2479 รัฐบาลได้เริ่มสนใจการเลี้ยงไหมและเริ่มต้นส่งเสริมอีก เป็นการ ทำ-หยุด-ทำ อยู่ตลอดเวลา ตามการเปลี่ยนแปลงภาวะการเมืองและเงิน งบประมาณที่มีรัฐบาลได้ เริ่มลงมือทำหลายอย่างแต่ประสบกับความล้มเหลวอยู่ตลอด เป็นต้น ว่า ตั้งโรงงานสาวไหมขึ้นที่ภาคอีสาน สั่งเครื่องสาวไหมจากประเทศอิตาลี แนะนำ ให้ราษฎรเลี้ยงไหม แล้วส่งรังไหมมาจำหน่ายให้กับโรงงานสาวไหมนี้ ปรากฏว่าราษฎร ไม่นิยมเอารังไหมมาขาย เพราะราษฎรปลูกหม่อนเลี้ยงไหมกันในครัวเรือนละ เล็กจะน้อย เพื่อทอผ้าขึ้นใช้เองเป็นประเพณีแต่เดิมและไม่ประสงค์จะเลี้ยงไหมเป็นอาชีพ อนึ่งรังไหม ที่ซื้อได้มีคุณภาพไม่ดีพอ สาวยากกับเครื่องจักรไม่ได้ กระทรวงอื่น ๆ ไม่ให้ความร่วมมือ พอ ในรายงานการ ผสมไหมเพื่อส่งเสริมให้ราษฎรเลี้ยงไหมมากขึ้นได้บันทึกไว้ว่า กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้สั่งให้ไหมจากญี่ปุ่นอิตาลีและอินเดียแล้วนำมาผสมกับพันธุ์พื้นเมือง รังไหมแต่ละรังจะสาวใยได้มากกว่าเดิม

หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 มีผู้สนใจไหมไทยเพิ่มขึ้น รัฐบาลได้เพิ่ม งบประมาณสำหรับทดลองเลี้ยงไหมให้กับกระทรวงเกษตรฯ ทุกปี จนกระทั่งบัดนี้แผนงาน ทดลองหลายแผนได้ปฏิบัติสำเร็จ เริ่มตั้งแต่การปรับปรุงวิธีปลูกต้นหม่อน เก็บใบหม่อน และวิธีเลี้ยงหนอนไหม ทำให้ในระยะต่อมาเราส่งผ้าไหมออกมากกว่าใยไหมดิบ ผ้าไหม ไทยมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมทั่วโลก แต่เราจึงจำเป็นต้องสั่งไหมขึ้นจากต่างประเทศอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมไหม ถ้าปฏิบัติงานให้อยู่ในระดับที่เป็นอุตสาหกรรมจริง ๆ มิใช่เป็นแบบอุตสาหกรรมในครอบครัวอย่างที่ไทยเราปฏิบัติอยู่นี้ แบ่งออกเป็นอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ คือ การปลูกหม่อน การผลิตไหม การเลี้ยงไหม การสาวไหม การปั่นด้าย การทอผ้า ทั้งนี้แล้วแต่ว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจะตั้งใจประกอบในระดับใด

สถานการณ์การผลิตไหมของไทย

การปลูกหม่อน หม่อนเป็นพืชขึ้นต้นขนาดกลางลำต้นมีลักษณะกลม ผิวเรียบไม่มีหนาม ใบใช้เป็นอาหารของตัวไหม เป็นพืชที่สามารถปลูกได้ในดินทุกชนิดที่ชุ่มชื้นและระบายน้ำได้ดี การปลูกหม่อนจะอยู่ในระหว่างเดือน พฤษภาคม-กันยายน และจะเก็บใบหม่อนไปเลี้ยงไหมได้หลังจาก 8 เดือนขึ้นไป พันธุ์หม่อนพื้นเมืองมีหลายชนิด เช่น หม่อนมี หม่อนใบโพธิ์ หม่อนสา และพันธุ์ต่างประเทศ เช่น หม่อนน้อย หม่อนตาดำ และหม่อนทองถิ่น หม่อนที่ทางราชการส่งเสริมมีอยู่ 2 ชนิด หม่อนน้อยและหม่อนตาดำ เพราะเป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงและมีคุณภาพดีพันธุ์ที่ปลูกหม่อนของไทยส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือประมาณร้อยละ 98 ของเนื้อที่ปลูกหม่อนทั้งหมด การปลูกหม่อนเป็นงานอดิเรกหลังจากงานในอาชีพหลักคือการทำนา ดังนั้นเกษตรกรจึงไม่ได้ให้ความสำคัญแก่การปลูกหม่อนมากนัก ซึ่งทำให้ผลผลิตใบหม่อนมีน้อยไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงไหม ยิ่งในปีไหนเกษตรกรหันมาปลูกพืชชนิดอื่นแทนการปลูกหม่อนเพราะให้ผลตอบแทนดีกว่า

การเลี้ยงไหม การเลี้ยงไหมในประเทศไทยมีอยู่ 3 พันธุ์ด้วยกัน คือ พันธุ์ไทยแท้ พันธุ์ไทยคัด ซึ่งเป็นพันธุ์ผสมระหว่างพันธุ์ไทยกับพันธุ์ต่างประเทศ และพันธุ์ลูกผสมซึ่งเป็นพันธุ์ผสมระหว่างพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์จากต่างประเทศ การเลี้ยงไหมส่วนมากจะเลี้ยงอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่นเดียวกับการปลูกหม่อน ในปีไหนการเลี้ยงไหมมีน้อยลงเพราะมีปัญหาในด้านการปลูกหม่อน การเลี้ยงไหมที่ทำกันในส่วนมากยังเป็นขนาดเล็กหรือเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน ดังนั้นผลผลิตที่ได้จึงไม่พอต่อความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิตเส้นไหม เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้ามีอยู่ 2 ชนิดคือ เส้นไหมพุ่งและเส้นไหมยืน เส้นไหมทั้ง 2 ชนิด จะได้จากการสาวด้วยมือและเครื่องจักร การผลิตเส้นไหมพุ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 ผลผลิตเส้นไหมมีแนวโน้มลดลง โดยมีผลผลิตเฉลี่ยปีละ 500-700 เมตริกตัน สำหรับผลผลิตเส้นไหมยืนในประเทศได้ประมาณ 15-20 เมตริกตัน คิดเป็นประมาณร้อยละ 20 ของความต้องการใช้ทั้งหมดและร้อยละ 80 นำเข้ามาจากต่างประเทศ ปัญหาของการผลิตเส้นไหมยืนก็คือ ต้นทุนการผลิตสูง ขาดแคลนวัตถุดิบ เทคโนโลยีและเครื่องมือเครื่องจักรในด้านการผลิตยังล้าสมัย และยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร จึงเป็นผลทำให้ราคาเส้นไหมยืนที่ผลิตได้ในประเทศมีราคาสูงเมื่อเทียบกับเส้นไหมที่นำเข้าจากต่างประเทศที่มีราคาต่ำ

การทอผ้าไหม การทอผ้าไหมก็เช่นเดียวกัน ส่วนใหญ่ทำกันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ชนิดของผ้าไหมมีหลายชนิดด้วยกัน มีทั้งที่ทอจากเส้นไหมที่ยังไม่ได้ย้อมสีและที่ย้อมสีแล้ว ตลอดจนการใส่ลวดลายและสอต้นต่าง ๆ ซึ่งใช้กรรมวิธีแตกต่างกัน จึงทำให้คุณภาพและราคาต่างกันออกไป ผลผลิตผ้าไหมขึ้นอยู่กับปริมาณเส้นไหมที่ใช้ทอในประเทศและจำนวนแรงงานที่มีมากบ้างน้อยบ้างตามฤดูกาล ปริมาณผ้าไหมที่ผลิตได้ในประเทศมีจำนวนเฉลี่ยปีละ 15-20 ล้านตารางเมตร และร้อยละ 70 ของจำนวนนี้จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนที่เหลือส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ

ประเภทของผ้าไหม

ผ้าไหมมีหลายชนิดแตกต่างกันในแต่ละแหล่งผลิต กรรมวิธีการผลิตก็จะแตกต่างกันไป แต่โดยทั่วไปแล้วสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ผ้าไหมไทย คือ ผ้าที่ทอด้วยไหมแท้ทั้งหมด
2. ผ้าไหมจู้รี คือ ผ้าที่มีไหมแท้ปนอยู่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของน้ำหนักทั้ง

หมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับผ้าไหมไทยนั้นยังแยกออกได้เป็น ผ้าพื้น เรียบและผ้าที่มีลวดลายหรือที่เรียกกันว่า ผ้ามัดหมี่

ผ้าพื้น เรียบ คือผ้าที่มีสีสันธรรมดาและผ้าไหมพิมพ์ลายเป็นลายไทยหรือลวดลายประดิษฐ์อื่น ๆ โดยทอเป็นผืนยาวอยู่ในรูปพับ เพื่อให้สะดวกในการนำไปตัดเย็บใช้ประโยชน์ตามต้องการ ซึ่งมักมีทั้งผ้าเนื้อบางสำหรับตัดเย็บ เสื้อผ้าและผ้าเนื้อหนาสำหรับตกแต่งเครื่องเรือน ซึ่งได้รับความนิยมในต่างประเทศมาก

ผ้ามัดหมี่ คือผ้าที่มีลวดลายต่าง ๆ โดยการมัดข้อมเส้นไหมให้มีสีและลวดลายตามที่ต้องการก่อนจะนำไปทอเป็นผืนผ้า การมัดหมี่นี้มี 3 ชนิดคือ มัดหมี่เส้นพุ่ง มัดหมี่เส้นยืน มัดหมี่เส้นพุ่งและเส้นยืน สำหรับของไทยนั้นส่วนใหญ่จะทำเฉพาะผ้ามัดหมี่เส้นพุ่ง การทอผ้ามัดหมี่โดยทั่วไปแล้วยังอยู่ในรูปหัตถกรรมพื้นบ้านที่ทอกันตามชนบทโดยนิยมทอเป็นผืนผ้ามีความยาวไม่เกิน 2 หลาซึ่งเหมาะสำหรับทำผ้าถุง ตลาดของผ้าไหมชนิดนี้จึงค่อนข้างแคบ นิยมใช้ภายในประเทศเฉพาะในโอกาสที่ไปงานพิธีสำคัญต่าง ๆ และซื้อให้เป็นของขวัญเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันก็มีโรงงานทอผ้าไหมหลายแห่งที่ทอผ้ามัดหมี่ในรูปผ้าผืนเป็นพับ ให้เหมาะกับการใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าตามสมัยนิยม

นอกจากนี้ยังได้มีการดัดแปลงนำผ้าไหมมาทำเป็นของใช้ต่าง ๆ อาทิ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าพันคอ เนคไท ปลอกหมอนอิง กล่องใส่เครื่องประดับ กล่องบุหรี และซองแว่นตา เป็นต้น ซึ่งแม้ว่าในปัจจุบันจะส่งออกได้น้อยแต่ก็มีแนวโน้มขยายตัวไปตามลำดับ และยังเป็นการก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ผ้าไหมอีกด้วย

ผ้าไหมไทยที่ขึ้นหน้าชั้นตาของประเทศปัจจุบันนี้ แยกได้กว้าง ๆ เป็น 6 ชนิด คือ

1. ผ้าไหมเนื้อบาง ผ้าจำนวนนี้น้ำหนักเบาไม่เกินหลาละ 80 กรัม เหมาะสำหรับทำผ้าผูกคอ ผ้าคลุมผมและเสื้อผ้าเนื้อละเอียดบางเบา
2. ผ้าไหมเนื้อปานกลาง มีน้ำหนักไม่เกินหลาละ 100 กรัม เป็นผ้าไหมในวงการเครื่องนุ่งห่มเพราะเรามีไหมพิมพ์ดอกงดงามซึ่งกำลังเป็นที่นิยมแพร่หลาย เป็น

เอกสาร ผ้าไหมเนื้อละเอียด เรียบ รับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผ้าไหมเนื้อหนาปานกลาง น้ำหนักไม่เกินหลาละ 150 กรัม เหมาะสำหรับตัดเสื้อผ้าเมืองหนาวเพราะเป็นผ้าไหมเนื้อหนาเป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศอย่างยิ่ง
4. ผ้าไหมเนื้อแน่นหนา เหมาะสำหรับตัดเสื้อกางเกงผู้ชายหรือผู้หญิงหรือใช้ในต่างประเทศ น้ำหนักไม่เกินหลาละ 200 กรัม
5. ผ้าไหมเนื้อหนา สำหรับทำม่านหรือเครื่องประดับบ้าน ผ้าไหมไทยจำนวนนี้หนักไม่เกินหลาละ 230 กรัม ผ้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานจะต้องใช้สีทนแสงด้วย
6. ผ้าไหมเนื้อหนาหยาบ ซึ่งใช้มากในวงการเครื่องเรือนเพราะทนทานและงดงามจับตาหลากหลาย หนึ่ง ๆ มักจะหนักเกิน 230 กรัม เนื้อผ้าอาจจะแตกต่างกันตามแต่ความพอใจของผู้ใช้ เป็นผ้าไหมที่อากและเสีเวลามากจึงราคาสูงกว่าผ้าไหมชนิดอื่น ๆ

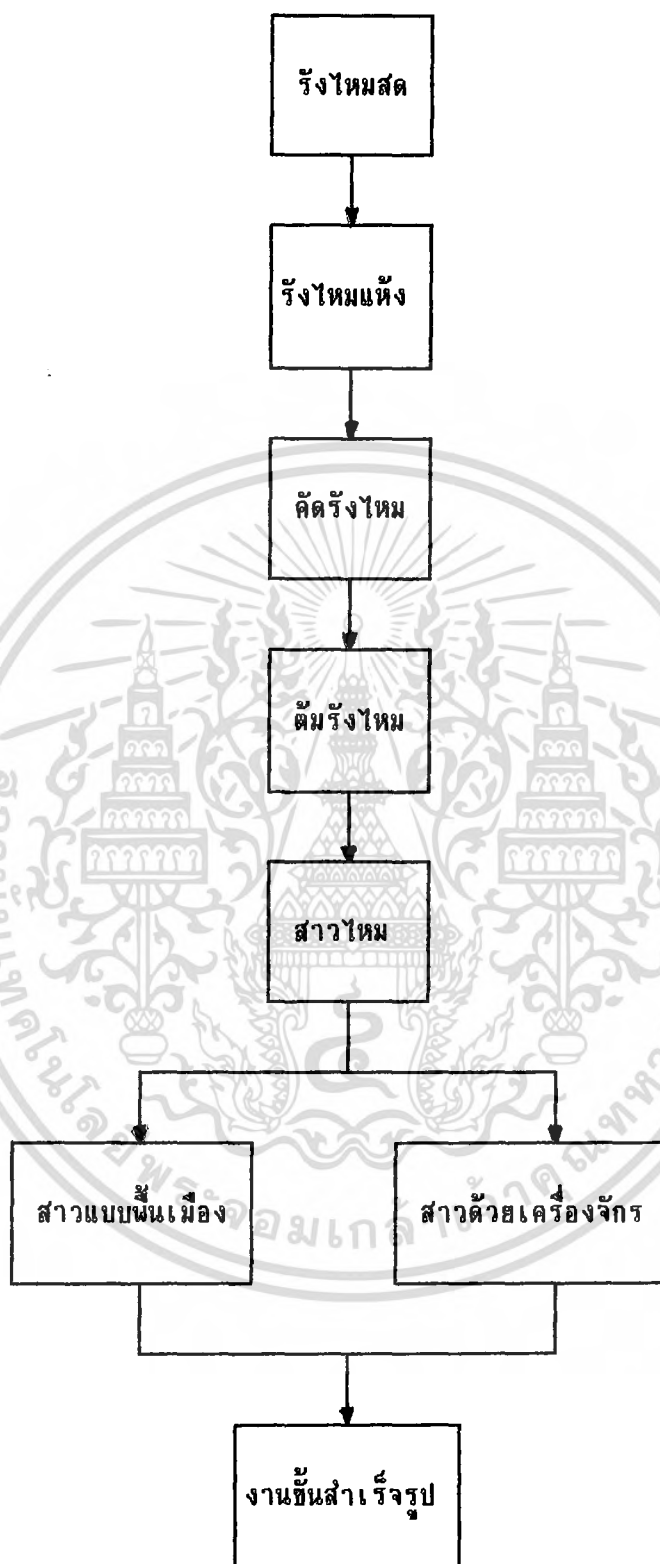
การผลิต

แหล่งผลิตผ้าไหมที่สำคัญของไทยส่วนใหญ่อยู่ในแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีจังหวัดนครราชสีมาเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมที่ใหญ่ที่สุด คือ ผลิตได้ประมาณร้อยละ 35 ของผลผลิตผ้าไหม รองลงมาคือ กรุงเทพฯ ขอนแก่นและชัยภูมิ ซึ่งได้ประมาณร้อยละ 20 ร้อยละ 15 และร้อยละ 10 ตามลำดับ

1. วัตถุดิบ วัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการทอผ้าไหมคือเส้นไหม เส้นไหมนั้นต้องผ่านกรรมวิธีการผลิตหลายขั้นตอน เริ่มจากการปลูกหม่อนเพื่อเลี้ยงไหม และนำรังไหมที่ได้มาสาวเอาเส้นใยออกมา เส้นไหมที่สาวได้นั้นแบ่งตามกรรมวิธีทอผ้าได้เป็น 2 ชนิด คือ เส้นไหมพุ่งและเส้นไหมฮิน เส้นไหมทั้ง 2 ชนิดนี้ ต่างก็มีลักษณะและกรรมวิธีการสาวที่แตกต่างกัน (ภาพที่ 1)

- 1.1 เส้นไหมพุ่ง (เส้นไหมพื้นเมือง) เป็นเส้นไหมที่นอนขวางไปตามด้านกว้างของผืนผ้า มีลักษณะเส้นใหญ่หยาบ มีปมปมและไม่ค่อยแน่นเพราะสาวด้วยมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการผลิตเส้นไหม

เอกสารที่มา: ๑ (คณะกรรมการส่งเสริมไหมไทย, ๒๕๒๙: ๑๔) นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิตเส้นไหมพุ่งนี้ เป็นการสาวด้วยมือและใช้เครื่องมือแบบดั้งเดิมโดยนำรังไหมพื้นเมือง (รังสีเหลือง) มาต้มแล้วสาวเส้นไหมออกมา เส้นไหมที่ได้จะเป็นเส้นไหมสีเหลืองต้องใช้เวลาในการสาวมาก ซึ่งต่อมาทางราชการได้พัฒนาเครื่องสาวไหมพุ่งเพื่อให้สาวได้เร็วขึ้น และได้เส้นไหมที่มีคุณภาพดี คือ เรียบและสม่ำเสมอขึ้น

การสาวไหมพื้นเมืองนี้มีวิธีการสาว 2 แบบ คือ การสาวแบบ 2 ครั้ง และการสาวครั้งเดียว

1.1.1 การสาว 2 ครั้ง เป็นการสาวโดยแยกเส้นใยขึ้นในกับเส้นใยชั้นนอก โดยการสาวครั้งแรกเป็นการสาวเส้นใยที่เป็นปุอรอบนอก มีอยู่ประมาณร้อยละ 20-30 ของปริมาณเส้นใยทั้งรัง เส้นไหมที่ได้จะมีเส้นใหญ่ หยาบ และมีปมมาก ขนาดของเส้นไหมไม่สม่ำเสมอ ชาวบ้านเรียกว่า ไหมลึบ หรือไหมสาม การสาวครั้งที่ 2 เป็นการสาวเส้นใยส่วนในของรังซึ่งเป็นใยไหมแท้ ๆ เส้นไหมที่ได้จะมีเส้นเล็กละเอียดและเรียบ ขนาดของเส้นไหมสม่ำเสมอ จัดเป็นเส้นไหมคุณภาพชั้นหนึ่งสามารถใช้ทำเป็นเส้นไหมยีนได้ เรียกว่าไหมน้อยหรือไหมยอด โดยทั่วไปเรียกว่า ไหมหนึ่ง

1.1.2 การสาวครั้งเดียว เป็นการสาวควบทั้งเส้นใยรอบนอกและเส้นใยชั้นในของตัวไหมไปพร้อมกัน เส้นไหมที่ได้มีขนาดใกล้เคียงกับไหมหนึ่งแต่มีลักษณะหยาบและมีปมปม คุณภาพจัดอยู่อันดับรองจากไหมหนึ่ง เรียกว่า ไหมสาวเลข หรือไหมสอง เส้นไหมที่สาวได้นี้ เป็นไหมดิบซึ่งต้องนำไปฟอกแช่น้ำต่างแล้วนำไปต้มเพื่อเอากาวไหมออก เส้นไหมที่ได้จะมีสีขาวนวลจากนั้นจึงนำไปย้อมสีและกรอเข้าหลอดเพื่อเตรียมทอผ้าต่อไป

ปัจจุบันมีเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมเพื่อสาวเป็นเส้นไหมพุ่งอยู่ประมาณ 400,000 ครัวเรือน แต่ทำในลักษณะอาชีพรองเพื่อไว้ทอผ้าไว้ใช้เองในครอบครัว หรือทอขาย ส่วนเส้นไหมที่เหลือใช้ก็จะขายให้โรงงานทอผ้า จึงทำกันในปริมาณไม่มากนักประกอบกับการสาวด้วยมือซึ่งขึ้นกับฝีมือการสาวของแต่ละคน ผลิตเส้นไหมพุ่งที่ได้จึงมีลักษณะไม่แน่นอน คุณภาพเส้นไหมไม่สม่ำเสมอผู้ทอผ้าบางรายจึงนิยมใช้เส้นไหมของต่างประเทศสำหรับเส้นไหมพุ่งที่นำเข้ามาในปัจจุบันมี 2 ชนิด คือ ไหมตูเปียน (Doupion Silk) และ

เอกสารนี้ไหมเนทีฟ (Native Silk) ารใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไหมคู้เป็ย เป็นเส้นไหมที่สาวจากรังชนิดแฝดหรือรังไม่ปกติ ซึ่งไม่สามารถนำไปสาวเป็นเส้นยืนได้ เส้นไหมชนิดนี้มีลักษณะหยาบ มีปมปม และเส้นใหญ่คล้ายไหมพื้นเมืองชนิดไหมหนึ่งและไหมสอง

ไหมเนทพี่ เป็นเส้นไหมที่มีลักษณะเรียบ มีขนาดสม่ำเสมอ ไม่ค่อยมีปมปม เทียบได้กับเส้นไหมหนึ่ง ผู้ทอนิยมใช้เพราะมีคุณภาพแน่นอน สะดวกในการทอ

1.2 **เส้นไหมยืน** เป็นเส้นไหมที่นอนไปตามความยาวของผืนผ้ามีลักษณะเป็นเส้นเล็กละเอียด เรียบสม่ำเสมอ และเหนียวกว่าเส้นไหมพุ่ง

การผลิตเส้นไหมยืนนี้ เป็นการสาวด้วยเครื่องจักร ซึ่งต้องใช้ต้นทุนสูงจะทำในรูปโรงงาน มีการควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอน รังไหมที่ใช้ในการสาวเส้นไหมยืนนี้จะต้องเป็นรังไหมที่มีคุณภาพ คือ

1.2.1 เป็นรังที่สาวเส้นใยออกได้ง่าย ไม่ขาดบ่อย มีเศษไหมน้อยและให้ปริมาณเส้นใยสูง

1.2.2 ความหนา-บางของรังไหม สม่ำเสมอตลอดกันทั้งรัง

1.2.3 เป็นรังซึ่งให้เส้นไหมที่มีคุณภาพดี คือ มีความเรียบเหนียว การยืดตัวและขนาดของเส้นไหมที่สาวได้ต้องสม่ำเสมอ

ในการผลิตเส้นไหมยืนต้องใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์หลายชนิด เช่น เครื่องอบแห้ง หม้อต้มรังไหม เครื่องสาวไหม เครื่องกรอเส้นไหม เครื่องเข้าหลอด เครื่องตีเกลียวรวมทั้งเครื่องตรวจสอบคุณภาพเส้นไหม สำหรับเครื่องจักรสาวไหมนี้สามารถแยกตามระบบการทำงานได้เป็น 3 แบบ คือ

-Common Relling Machine

-Multi-ends Relling Machine

-Automatic Relling Machine

ส่วนที่นิยมใช้กันคือ การสาวแบบ Multi-end และแบบ Automatic สำหรับแบบ Multi-end นั้นใช้คนคุมคอยป้องกันรังไหม ซึ่งแบบนี้เหมาะกับรังไหมคุณภาพไม่ค่อยดี ส่วนแบบ Automatic นั้น เครื่องจักรจะหารังไหมเข้าไปป้อนเอง ถึงแม้ว่าจะ

เอกสารนี้ใช้เครื่องจักรในการผลิต แต่แรงงานที่มีความชำนาญก็ยังจำเป็นในการคุมการทำงานซึ่งไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เครื่องในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพและในปริมาณมาก

การสาวไหมด้วยเครื่องจักรนี้ ต้องระมัดระวังในเรื่องคุณภาพของรังไหมมาก เพื่อไม่ให้ติดขัดในระหว่างสาวซึ่งจะทำให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพต่ำ เส้นไหมที่สาวได้นี้เป็นเส้นไหมดิบซึ่งต้องนำไปควบ โดยนำเส้นไหมตั้งแต่สองเส้นขึ้นไปมารวมกันตามขนาดที่ต้องการและนำไปตีเกลียว เพื่อให้เส้นไหมรัดกันแน่นเป็นเส้นกลมเรียบและมีความยืดหยุ่นมากขึ้น เรียกว่า เส้นไหมสำเร็จรูป ซึ่งต้องนำไปฟอกและย้อมสีเพื่อนำไปทอผ้าต่อไป

สำหรับเส้นไหมยี่ห้อชาวบ้านใช้ในการทอผ้าในสมัยก่อนนั้น คือเส้นไหมพื้นเมืองที่สาวด้วยมือซึ่งมีเส้นเรียบสม่ำเสมอ เรียกว่า ไหมหนึ่ง แต่เมื่อการทอผ้าไหมขยายตัวออกไปในรูปการค้า ปริมาณเส้นไหมที่ผลิตได้ไม่พอับความต้องการของโรงงานทอผ้า จึงต้องสั่งเส้นไหมอื่นจากต่างประเทศเข้ามา ซึ่งก็ต้องประสบปัญหาขาดแคลนเส้นไหมและราคาเส้นไหมสูงมากในบางช่วง จึงได้เริ่มมีการผลิตเส้นไหมขึ้นในประเทศเมื่อปี 2512 โดยบริษัทจุลไหมไทย จำกัด ต่อมาได้มีผู้ผลิตเพิ่มขึ้นอีกหลายรายและต่างก็ประสบกับปัญหาต่าง ๆ จนบางรายต้องเลิกกิจการไป ในปัจจุบันมีเอกชนผู้ผลิตเส้นไหมขึ้นในประเทศเหลืออยู่เพียง 3 ราย คือ

- บริษัท จุลไหมไทย จำกัด ที่จังหวัดเพชรบูรณ์
- บริษัท ชยาธุรกิจและการเกษตร จำกัด ที่จังหวัดชุมพร
- บริษัท บุญมาเกษตรกรรมไหมไทย จำกัด ที่จังหวัดอุดรธานี

นอกจากนี้ยังมีศูนย์วิจัยและอบรมไหมของ กรมวิชาการเกษตร จังหวัดนครราชสีมาอีกแห่งหนึ่งที่ทำการผลิตเส้นไหมขึ้น

แหล่งผลิตรังไหมสำหรับสาวเส้นไหมยี่ห้อพื้นเมืองส่วนใหญ่คือเกษตรกรในนิคมสร้างตนเองของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 15 แห่ง ตั้งอยู่ใน 10 จังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้ก็มีโครงการหม่อนไหมสมเด็จพระเจ้าที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ วิทยาลัยเกษตรกรรมปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี และเกษตรกรรายย่อยอื่น ๆ

พันธุ์ไหมที่ใช้เลี้ยงเพื่อนำรังไปสาวเป็นไหมยี่ห้อพื้นเมืองนี้ เป็นพันธุ์ต่างประเทศซึ่งจะ

ให้เส้นใยปริมาณมากและมีคุณภาพดีเหมาะสำหรับใช้เป็นเส้นไหมขึ้นในการทอผ้า ส่วนใหญ่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แล้วจะใช้ใช้ไหมที่สั่งจากประเทศญี่ปุ่น โดยทางบริษัทจุลไหมไทยเป็นตัวแทนในการสั่งซื้อเข้ามา นอกจากนี้ยังมีไหมพันธุ์ต่างประเทศลูกผสมซึ่งทางศูนย์วิจัยและอบรมไหม (นครราชสีมา) ได้ค้นคว้าโดยนำพันธุ์ต่างประเทศสายญี่ปุ่นและสายจีนมาผสมกัน และขยายพันธุ์ออกเผยแพร่ซึ่งแม้ว่าจะมีราคาถูกกว่าใช้ไหมของญี่ปุ่นมาก แต่ก็ยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายมากนัก เพราะยังมีเปอร์เซ็นต์การเลี้ยงรอดค่อนข้างต่ำ

เส้นไหมยี่ห้อผลิตได้ในประเทศมีต้นทุนการผลิตสูง นอกจากนี้เส้นไหมที่ผลิตได้ยังมีปริมาณน้อยและมีปัญหาด้านคุณภาพผู้ทอจึงนิยมใช้เส้นไหมอื่นจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาต่ำกว่าและมีคุณภาพดีกว่าเส้นไหมยี่ห้อผลิตในประเทศ โดยเฉพาะในปี 2518 มีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากเพราะมีราคาถูก ทำให้ผู้ผลิตเส้นไหมอื่นในประเทศต้องประสบปัญหาขายสินค้าไม่ได้และถูกกดราคารับซื้อ จึงทำเรื่องร้องเรียนมายังหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง ทางกระทรวงพาณิชย์โดยกรมการค้าต่างประเทศและกระทรวงอุตสาหกรรมโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้พิจารณาเห็นควรที่จะให้ความคุ้มครองและความช่วยเหลือแก่อุตสาหกรรมเส้นไหมอื่นในประเทศ โดยใช้มาตรการควบคุมการนำเข้าเส้นไหมและมาตรการประกันราคาเส้นไหมอื่นที่ผลิตได้ในประเทศ

เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2519 กระทรวงพาณิชย์จึงได้ประกาศควบคุมการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศ ทั้งเส้นไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูป และเมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2519 ได้กำหนดให้ผู้นำเข้าต้องซื้อเส้นไหมอื่นในประเทศชดเชยในอัตราร้อยละ 25 ของปริมาณ (น้ำหนัก) ของเส้นไหมที่ขออนุญาตนำเข้าตามราคาที่กำหนดคือ กิโลกรัมละ 700 บาท

อัตราส่วนการซื้อเส้นไหมชดเชยและราคาเส้นไหมอื่นในประเทศนี้ ได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นลำดับ เพื่อให้เหมาะสมกับภาวะการค้าผ้าไหมและภาวะการผลิตเส้นไหม โดยคณะกรรมการจัดซื้อและขายเส้นไหมอื่น ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมแต่งตั้งขึ้นมาเป็นผู้พิจารณาอัตราส่วนที่ใช้ปัจจุบันคือ ร้อยละ 20 หรือคิดเป็นอัตราส่วนเส้นไหมอื่นในประเทศต่อเส้นไหมนำเข้า เท่ากับ 1:10 ในราคากิโลกรัมละ 1,250 , 1,100 และ 900 บาท สำหรับเส้นไหมคุณภาพ 1, 2 และ 3 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง

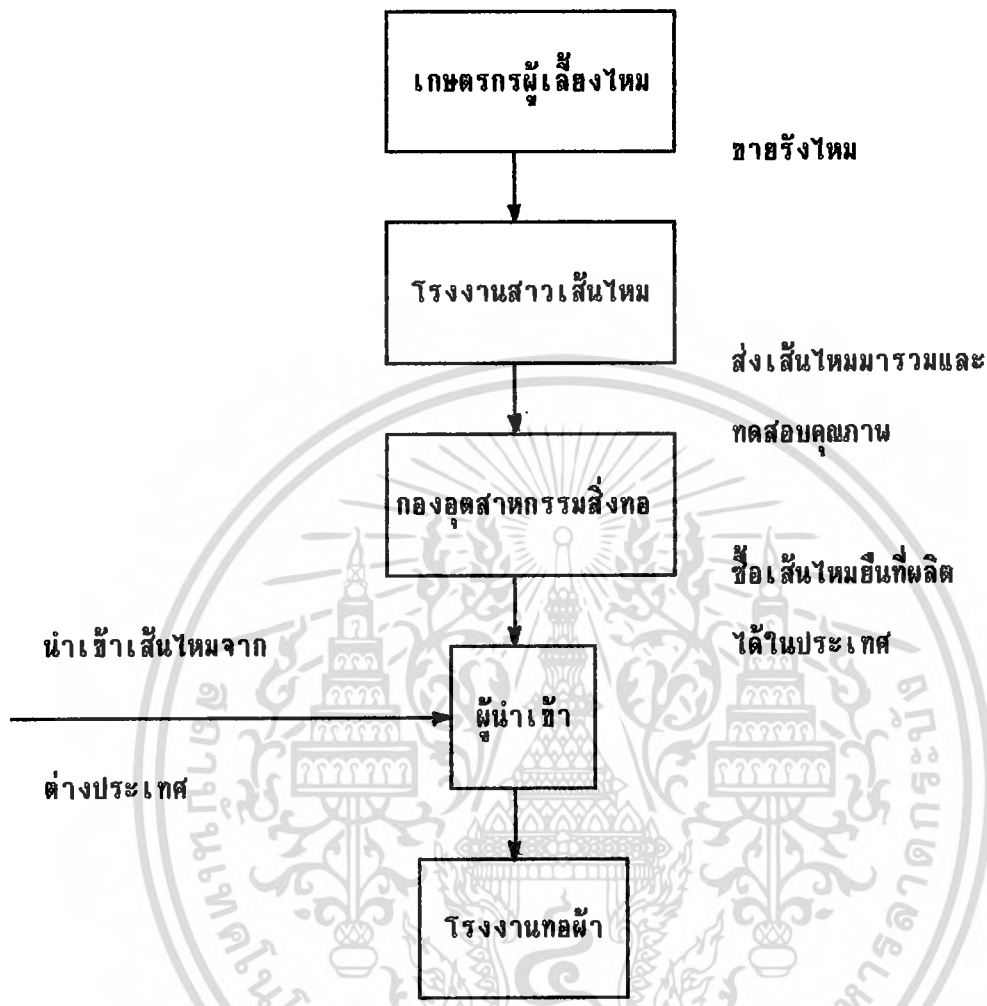
สำหรับขั้นตอนการจำหน่ายเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตได้ในประเทศนั้น ทางผู้ผลิตเส้นไหมยี่ห้อในประเทศจะส่งมอบเส้นไหมที่ผลิตได้มารวมไว้ที่กองอุตสาหกรรมสิ่งทอ เพื่อทำการทดสอบกำหนดขึ้นคุณภาพและราคาของเส้นไหม และรอจำหน่ายแก่ผู้นำเข้าเส้นไหมต่อไป ทางด้านผู้นำเข้าเส้นไหมนั้นจะต้องซื้อเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตในประเทศ จากกองอุตสาหกรรมสิ่งทอ ในราคาที่กำหนดจากนั้นจึงนำหลักฐานการซื้อเส้นไหมยี่ห้อในประเทศไปยื่นต่อกรมการค้าต่างประเทศ เพื่อขออนุญาตนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศต่อไป (ภาพที่ 2)

แม้ว่าจะมีการผลิตเส้นไหมได้ในประเทศ ทั้งเส้นไหมพุ่งและเส้นไหมยี่ห้อ แต่เส้นไหมที่ผลิตได้ยังมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ และมีปริมาณไม่เพียงพอที่จะสนองความต้องการของผู้ทอผ้าไหมในประเทศ โดยเฉพาะเส้นไหมยี่ห้อที่ต้องซื้อในราคาประกันที่สูงกว่าราคาเส้นไหมที่นำเข้าจากต่างประเทศมาก จึงยังมีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศสลับกันไป โดยนำเข้าในรูปแบบเส้นไหมดิบและเส้นไหมสำเร็จรูป สำหรับทำเส้นไหมพุ่งและเส้นไหมยี่ห้อ ปริมาณการนำเข้าเส้นไหมในแต่ละปีนั้นไม่แน่นอน ขึ้นกับราคาเส้นไหมในต่างประเทศและภาวะการค้าของผ้าไหม

เส้นไหมยี่ห้อที่จำหน่ายในท้องตลาดจึงมีทั้งที่ผลิตในประเทศ และที่นำเข้าจากต่างประเทศ แต่เนื่องจากเส้นไหมยี่ห้อที่ผลิตได้ในประเทศไทยยังมีคุณภาพไม่ทัดเทียมของต่างประเทศทำให้มีปัญหาในการทอ และยังมีราคาสูงกว่าเส้นไหมจากต่างประเทศมาก จึงไม่ค่อยได้รับความนิยมจากผู้ผลิตผ้าไหมเท่าที่ควร ผู้นำเข้าเส้นไหมจึงต้องลดราคาเส้นไหมในประเทศลงมา และชดเชยส่วนที่ขาดทุนโดยเพิ่มราคาขายสำหรับเส้นไหมในต่างประเทศ ทำให้ผู้ผลิตผ้าไหมต้องรับภาระโดยซื้อเส้นไหมต่างประเทศในราคาที่สูงกว่าปกติ

2. ลักษณะการผลิต การทอผ้าไหมของไทยโดยทั่วไปยังคงดำเนินการอยู่ในรูปหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งทำกันในครัวเรือนเป็นอาชีพรองจากการเพาะปลูกโดยเกษตรกรจะทำการผลิตเองในทุกขั้นตอน นับแต่การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และการสาวไหม เกษตรกรมักเก็บเส้นไหมส่วนใหญ่ที่สาวได้คือประมาณร้อยละ 60 ไร่สำหรับทอผ้าเอง ส่วนที่เหลือจำหน่ายแก่โรงงานทอผ้า การทอผ้าในลักษณะนี้ทำกันในแทบทุกครัวเรือนแห่งละ

ไม่เกิน 4 ไร่ สำหรับที่ทอเป็นอุตสาหกรรมในโรงงานนั้น มักอยู่ในรูปโรงงานขนาดเล็ก อีกร้อยละ 40 ที่ใช้กรรมวิธีทอแบบอุตสาหกรรม ซึ่งใช้เครื่องจักรทอเส้นไหม การค้าขายเส้นไหมไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการจำหน่ายเส้นไหมขึ้น
ที่มา: (คณะกรรมการส่งเสริมไหมไทย, 2529: 25)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งมีที่ทอผ้าเฉลี่ยประมาณ 30 กี่ ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ และกระจัดกระจายอยู่ในท้องถิ่นที่มีการเลี้ยงไหม เช่น ที่นครราชสีมา ขอนแก่น ชัยภูมิและสุรินทร์ เป็นต้น ส่วนโรงงานทอผ้าไหมขนาดใหญ่ที่มีไม่กี่แห่ง ที่ใหญ่ที่สุดและมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพเป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศมาช้านานแล้วก็คือ บริษัทอุตสาหกรรมไหมไทย จำกัด หรือที่นิยมเรียกว่า จิมทอมป์สัน ซึ่งได้พัฒนาระบบการผลิตไปในลักษณะโรงงานอุตสาหกรรมมีการจัดขบวนการผลิตเป็นขั้นตอน เพื่อควบคุมคุณภาพการผลิต และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ประโยชน์ในการประหยัดต้นทุน และพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

แม้ว่าจะมีการนำเทคนิคการผลิตที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในบางขั้นตอน แต่การผลิตผ้าไหมของไทยก็ยังคงต้องใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในขั้นตอนของการทอด้วยมือ และขึ้นอยู่กับฝีมือของผู้ทอที่จะทำให้ผ้าที่ทอได้มีเนื้อแน่นสม่ำเสมอ ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการทอนั้นเดิมเป็นที่ทอผ้าแบบพื้นเมือง (พุ่งกระสวยด้วยมือ) ซึ่งทอได้ช้า ต่อมาได้พัฒนามาใช้กกระตุก ซึ่งสามารถทอได้เร็วกว่าและมีประสิทธิภาพสูงกว่า จากการใช้เส้นไหมพุ่งที่สาวด้วยมือนี้เองทำให้ผ้าไหมไทยมีลักษณะสวยงามเป็นพิเศษ ต่างจากผ้าไหมของต่างประเทศที่ทอด้วยเครื่องจักรและเป็นข้อได้เปรียบในการขายแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

ภาวะการตลาด

ผ้าไหมไทยนั้นเป็นสินค้าที่ตกกรรมที่ได้รับความนิยมแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศมาก ขณะที่ความนิยมผ้าไหมในหมู่คนไทยยังอยู่ในวงแคบนิยมใช้เฉพาะในงานพิธีสำคัญต่าง ๆ หรือให้เป็นของขวัญหรือของที่ระลึก เนื่องจากผ้าไหมมีราคาแพงและต้องใช้เวลาและระมัดระวังในการเก็บรักษาและทำความสะอาด ปัจจุบันมีการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมประมาณร้อยละ 40 ที่เหลือเป็นการจำหน่ายในประเทศ โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นลูกค้าสำคัญ

ตลาดภายในประเทศ

สำหรับตลาดภายในประเทศของผ้าไหมนั้น แยกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ตลาดระดับท้องถิ่น และตลาดในกรุงเทพฯ และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

ตลาดผ้าไหมในท้องถิ่นนั้นเป็นตลาดที่ค่อนข้างจำกัด และยากแก่การขยายตัว สินค้าที่จำหน่ายในตลาดนี้ส่วนใหญ่คือ ผ้าไหมมัดหมี่ที่ทอโดยเกษตรกรในชนบท ซึ่งปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและสาวเส้นไหมเอง โดยมีกะทอเป็นผ้าผืนขนาดชิ้นละไม่เกิน 2 หลา ซึ่งเหมาะสำหรับทำเป็นผ้าถุง ผู้บริโภคในตลาดนี้ก็คือชาวบ้านในท้องถิ่นนั่นเอง หรือคนไทยที่ยังนิยมนั่งห่มตามประเพณีโบราณ นอกจากนี้ยังมีพ่อค้าไปว่าจ้างให้ชาวบ้านทอเพื่อนำไปขายในชุมชนอื่นต่อไป การบริโภคในตลาดนี้จึงมีปริมาณไม่มากนัก และอยู่ในวงแคบ

ตลาดผ้าไหมในกรุงเทพฯ และแหล่งท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศ เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่และนันทรา เป็นต้น สินค้าที่จำหน่ายเป็นพวกผ้าไหมสีพื้นหรือพิมพ์ลวดลายลงไป รวมทั้งผ้าไหมมัดหมี่ซึ่งทอเป็นพับ เหมาะกับการตัดเย็บเป็นเสื้อผ้านั่งห่มตามสมัยนิยม นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ผ้าไหมต่าง ๆ อาทิ เนคไท ปลอกหมอนอิง กล่องอัญมณี เป็นต้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สำหรับคนไทยนั้นมีบ้างแต่น้อย ผู้จำหน่ายโดยทั่วไปแล้วเป็นร้านค้าขนาดเล็กซึ่งไม่ได้เป็นผู้ผลิตเอง ส่วนร้านค้าที่มีขนาดใหญ่ นั้นมักมีโรงทอของตนเองทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ ตลาดแห่งนี้ขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจและภาวะการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในขณะที่ภาวะการท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มขยายตัวเป็นลำดับ ผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์จึงยังมีโอกาสที่จะขยายตลาดออกไปได้หากมีการพัฒนารูปแบบสินค้าให้ได้มาตรฐาน

ตลาดต่างประเทศ

เนื่องจากผ้าไหมไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศมาช้านานแล้ว นอกจากจะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และซื้อผลิตภัณฑ์

เอกสารผ้าไหมกลับไปเป็นของที่ระลึกอยู่เป็นประจำแล้ว ก็ยังมีการส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศอื่นการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่าง ๆ หลายแห่ง ผ้าไหมที่ส่งออกมีทั้งชนิดบางที่เหมาะสมสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้า และชนิดหนาสำหรับบุเฟอร์นิเจอร์และทำผ้าม่าน ซึ่งได้รับความนิยมในต่างประเทศมาก การส่งออกผ้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมช่วงที่ผ่านมา มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 251,208 ตารางเมตร มูลค่า 33.4 ล้านบาท และ 253,600 ชิ้น มูลค่า 24 ล้านบาทในปี 2520 เพิ่มขึ้นเป็น 1,307,045 ตารางเมตร มูลค่า 306.3 ล้านบาท และ 1,027,525 ชิ้น มูลค่า 158.7 ล้านบาทในปี 2530

ตลาดส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญของไทยคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน โดยที่ประเทศไทยส่งออกผ้าไหมไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่นสูงเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นมูลค่าประมาณ 92.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 30.07 ของผ้าไหมไทยทั้งหมดที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ในปี 2530 ผ้าไหมไทยชนิดที่ตลาดแห่งนี้นิยมก็คือ ผ้าไหมไทยชนิดหนาสำหรับบุเฟอร์นิเจอร์ ขณะเดียวกันสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันก็เป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สำคัญของไทย โดยในปี 2530 ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไปจำหน่ายยังสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมันสูงเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นมูลค่าประมาณ 470 ล้านบาท หรือร้อยละ 29.62 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นพวกปลอกหมอนอิง

ผู้ส่งออกผ้าไหมไทยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตเอง ทั้งนี้เพื่อให้มีการควบคุมคุณภาพให้ได้ตรงตามมาตรฐานสินค้าผ้าไหมเพื่อการส่งออก รวมทั้งมีการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องตรงตามกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและนอกจากการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศแล้ว ผู้ส่งออกส่วนใหญ่มักเปิดร้านจำหน่ายปลีกในประเทศควบคู่ไปด้วยเพื่อเพิ่มปริมาณการขาย

เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ผลิตอยู่หลายราย ทำให้ผ้าไหมสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้า นั้นมีการแข่งขันในตลาดต่างประเทศค่อนข้างสูง ขณะที่ผ้าไหมสำหรับตกแต่งบ้านนั้นยังมีการแข่งขันน้อยและและมีช่องทางที่จะขยายตลาดในต่างประเทศออกไปได้อีกมาก ผู้ผลิตควรให้ความสนใจผ้าไหมประเภทนี้มากขึ้น สำหรับคู่แข่งในตลาดต่างประเทศที่สำคัญ คือ สาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดียซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าของไทยมาก ทำให้สามารถ

เอกสารนี้ได้ในราคาที่ถูกลงกว่าหรืออย่างไรก็ตามผ้าไหมไทยก็มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะงานการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวที่ต่างจากผ้าไหมของประเทศอื่นและยังได้สิทธิพิเศษภาษีศุลกากร โดยยกเว้นภาษีการนำเข้าในตลาดที่สำคัญ ๆ โดยเฉพาะสหรัฐฯ และประเทศในกลุ่มประชาคมยุโรป ขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ไม่ได้รับสิทธิพิเศษฯ ดังกล่าว การส่งออกผ้าไหมของไทยนั้นมีช่องทางที่จะขยายตัวไปได้อีก โดยเฉพาะในออสเตรเลียและบางประเทศในยุโรป เช่น เบลเยียม สวิตเซอร์แลนด์ ฝรั่งเศสและสหราชอาณาจักร ซึ่งจะเป็ตลาดที่สำคัญต่อไปในอนาคต หากได้มีการแก้ไขระเบียบข้อบังคับในการส่งออกซึ่งค่อนข้างเข้มงวดและทำให้เสียเวลา และค่าใช้จ่ายอันเป็นอุปสรรคสำคัญในการส่งออกผ้าไหมไทย ตลอดจนได้มีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะสินค้า

โครงสร้างของตลาดไหมภายในประเทศ

1. การซื้อขาย

1.1 รั้งไหม รั้งไหมที่เกษตรกรผลิตได้ยังมีตลาดรับซื้อน้อย ส่วนใหญ่จะซื้อขายกันในโรงงานสาวไหม ตลอดจนที่ศูนย์วิจัยและศูนย์อบรมไหมที่จังหวัดนครราชสีมา การซื้อขาย จะคำนึงถึงปริมาณเส้นใยที่จะได้รับจากรั้งไหม แล้วจึงจะพิจารณาถึงคุณภาพ ส่วนมากมักนิยมซื้อขายกันเป็นรั้งไหมสด (รั้งไหมที่ดักแต่ยังไม่ตาย) โดยคิดตามน้ำหนักของรั้งไหม เพราะให้ความเป็นธรรมในการซื้อขายมากกว่าซื้อรั้งไหมแห้ง ซึ่งแต่ละรายย่อมแห้งไม่เท่ากัน และยังเกิดผลเสียต่อโรงงานสาวไหมอีกด้วย กล่าวคือ โรงงานสาวไหมจะนำมาสาวรวมกัน ถ้าแห้งไม่เท่ากันการสาวไหมจะเสีย ทำให้เป็นเศษมาก โรงงานสาวไหมจึงนิยมนำไปอบแห้งเอง เพื่อตัดปัญหาการต่อรองทางด้านราคา รั้งไหมที่เกษตรกรนำไปขายจะต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพเพื่อกำหนดราคา ซื้อขายที่ศูนย์วิจัยและศูนย์อบรมไหมนครราชสีมาเสียก่อน

1.2 ไหมพุ่ง ในการซื้อขายไหมพุ่งจะมีการตรวจสอบไหมพุ่งโดยใช้สายตาตัดสินด้วยความชำนาญการและจะสามารถจัดแบ่งคุณภาพของเส้นไหมเป็นไหม 1 (ไหม

เอกสาร ยอดหรือไหมน้อย) ไหมที่ 2 (ไหมกลาง) และไหมที่ 3 (ไหมใหญ่) ให้ซึ่งมีราคาแพง-ถูก การค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลดหลั่นกันไปตามความชื้นในเส้นไหม) 11% แต่ในประเทศไทยเรายังไม่มีความเข้มงวดทางด้านวิชาการ ดังนั้นเวลาซื้อขายจึงเกี่ยงน้ำหนักกัน เพราะถ้ามีความชื้นน้อยน้ำหนักเส้นไหมเบา ผู้ซื้อย่อมได้เปรียบ

1.3 ไหมยืน แบ่งการซื้อขายออกเป็น 2 วิธี คือ

1.3.1 ไหมยืนที่ผลิตในประเทศ กลุ่มผู้ผลิตได้ตั้งชมรมผู้ผลิตไหมยืนขึ้น แล้วจะรวบรวมเส้นไหมที่ผลิตได้มาขายให้แก่คณะกรรมการจัดซื้อและขายไหมยืนซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ค้าคนกลางขายเส้นไหมให้แก่โรงงานทอผ้า ในราคาที่ทางราชการได้ประกันไว้

1.3.2 ไหมยืนที่โรงงานทอผ้านำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งนำเข้าโดยตรงและผ่านพ่อค้าคนกลาง ผู้นำเข้าจะต้องซื้อเส้นไหมยืนที่ผลิตได้ในประเทศ ตามอัตราส่วนที่ทางราชการกำหนด

2. ขั้นตอนการตลาด (ภาพที่ 3) ขั้นตอนการซื้อขายเส้นไหมของเกษตรกร และพ่อค้าคนกลาง มีดังนี้

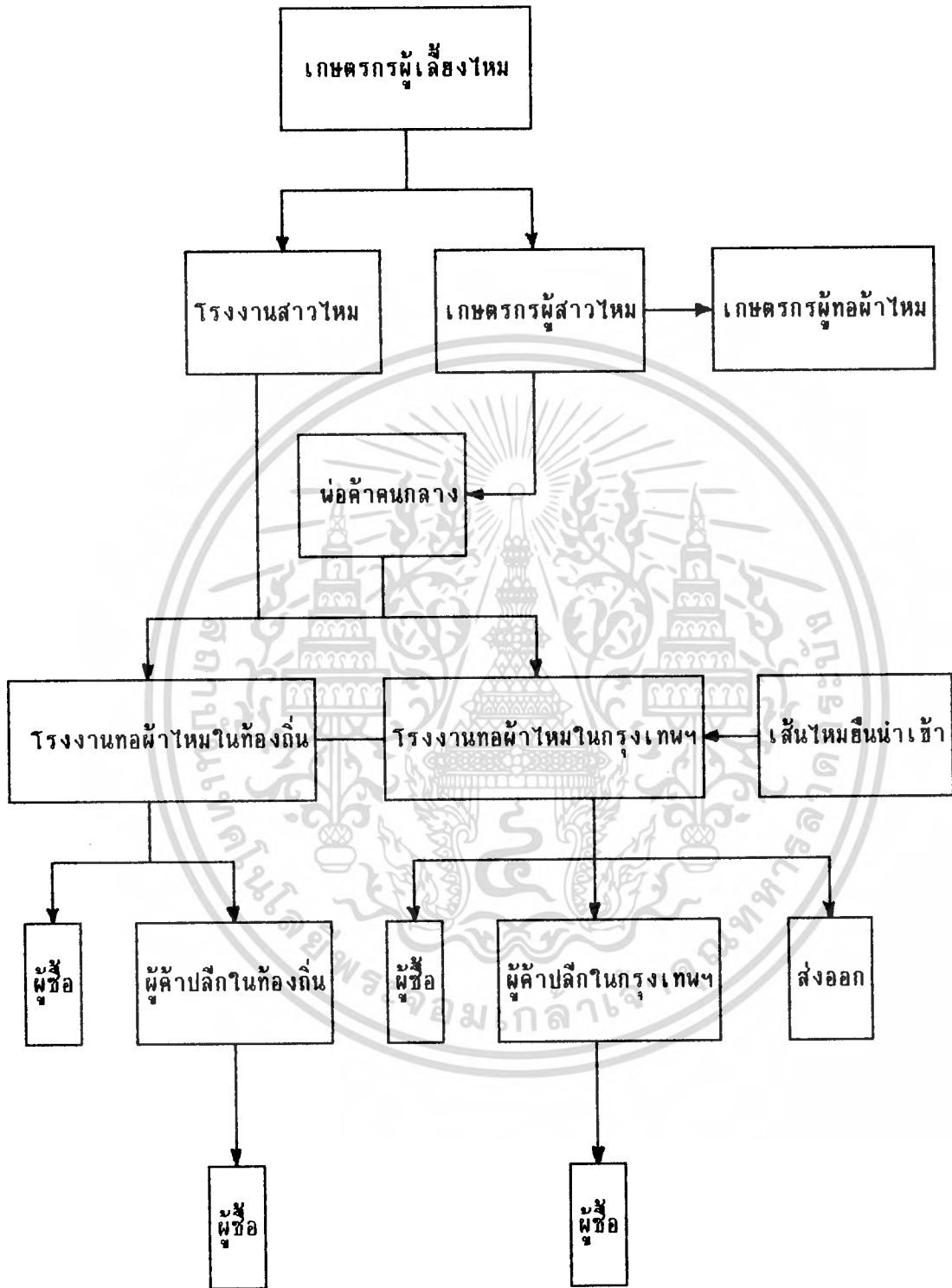
2.1 เส้นไหมพุ่ง

2.1.1 เกษตรกรผู้เลี้ยงไหม จะขายรังไหมให้แก่โรงงานสาวไหม ในท้องถิ่นหรือพ่อค้าคนกลางระดับท้องถิ่น เพื่อทำการสาวเป็นเส้นไหมพุ่ง หรือเกษตรกรอาจเก็บไว้สาวเองภายในครัวเรือน

2.1.2 เกษตรกรผู้สาวไหม จะขายเส้นไหมให้กับผู้ค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อในท้องถิ่นหรือโรงงานทอผ้าที่เข้ามารับซื้อเอง บางครั้งเกษตรกรก็จะเก็บไว้ใช้ทอผ้าเองภายในครัวเรือน

2.1.3 พ่อค้าคนกลางระดับท้องถิ่น มีทั้งที่รับซื้อรังไหมและเส้นไหมหรือรับซื้อทั้งสองอย่าง เพื่อจำหน่ายให้แก่พ่อค้าคนกลางในระดับจังหวัด หรืออาจจำหน่ายให้กับผู้สาวไหมหรือโรงงานทอผ้าไหมโดยตรง นอกจากนี้ยังจำหน่ายให้แก่ผู้ทอผ้ารายย่อยอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ 2.1.4 พ่อค้าคนกลางระดับจังหวัด จะรับซื้อรังไหมและเส้นไหมจากเกษตรกรผู้เลี้ยงไหม ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 วิธีการตลาดผ้าไหมไทย

ที่มา: (คณะกรรมการส่งเสริมไหมไทย, 2529: 35)
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกษตรกรโดยตรงหรือจากพ่อค้าท้องถิ่น และจะขายรังไหมให้แก่โรงงานสาวไหมและเส้นไหมแก่โรงงานทอผ้าในจังหวัดหรือในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังจำหน่ายปลีกให้แก่ผู้ทอรายย่อยอื่นอีกด้วย

2.1.5 ผู้ทอผ้าในครัวเรือน จะรับซื้อเส้นไหมจากผู้เลี้ยงไหมในท้องถิ่นและซื้อเส้นไหมจากพ่อค้าท้องถิ่นหรือระดับจังหวัด เพื่อนำมาทอผ้าเองภายในครัวเรือน

2.1.6 โรงงานทอผ้ารายย่อย จะรับซื้อเส้นไหมจากผู้เลี้ยงไหมโดยตรงจากเกษตรกรหรือพ่อค้าคนกลาง

2.2 เส้นไหมอื่น

2.2.1 เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมมีหลายลักษณะ ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมตามนิคมสร้างตนเอง และเลี้ยงตามความช่วยเหลือของโครงการต่าง ๆ นอกจากนี้ผู้ผลิตเส้นไหมอื่นจะจ้างชาวบ้านเลี้ยงไหมเองด้วย เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมจะไม่สาวไหมเอง แต่จะส่งให้แก่โรงงานสาวไหมเพราะการสาวไหมต้องใช้เครื่องจักร

2.2.2 โรงงานสาวไหมอื่น จะรับซื้อรังไหมจากเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมโรงงานบางแห่งจะเลี้ยงไหมเองโดยจ้างเกษตรกร นอกจากนี้อาจรับซื้อรังไหมจากพ่อค้าคนกลาง ปัจจุบันโรงงานสาวไหมอื่นมีทั้งหมด 6 โรงงาน

2.2.3 ร้านนารายณ์ภักดิ์ จะทำหน้าที่แทนคณะกรรมการจัดซื้อและขายไหมอื่น โดยรับซื้อไหมอื่นจากผู้ผลิตเพื่อจำหน่ายให้แก่โรงงานทอผ้า หรือผู้นำเข้าเส้นไหมในราคาประกันที่ทางราชการกำหนดขึ้น และจำหน่ายในอัตราส่วนที่ทางราชการกำหนด

2.2.4 ผู้นำเข้า มี 2 ประเภท ได้แก่ ผู้นำเข้าเส้นไหมทั่วไป และโรงงานทอผ้าไหมรายใหญ่ ซึ่งจะตั้งซื้อเส้นไหมจากร้านนารายณ์ภักดิ์ในอัตราส่วนที่กำหนดสำหรับผู้นำเข้าทั่วไป จะจำหน่ายเส้นไหมให้แก่โรงงานทอผ้ารายย่อยหรือให้แก่พ่อค้าคนกลางเพื่อไปจำหน่ายต่อไป

2.2.5 พ่อค้าคนกลาง มี 2 ประเภท คือพ่อค้าคนกลางระดับจังหวัด

หรือพ่อค้าคนกลางในกรุงเทพฯ จะรับซื้อเส้นไหมจากผู้ผลิตหรือจากผู้นำเข้าจำหน่ายต่อแก่ผู้ทอไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้แก่พ่อค้าคนกลางระดับท้องถิ่นหรือจำหน่ายให้แก่โรงงานทอผ้า

2.2.6 โรงงานทอผ้า โรงงานทอผ้ารายย่อยจะรับซื้อเส้นไหมขึ้นจากพ่อค้าท้องถิ่น ส่วนโรงงานทอผ้ารายใหญ่จะรับซื้อเส้นไหมขึ้นโดยตรงจากพ่อค้าคนกลางในกรุงเทพมหานคร

2.2.7 ผู้ทอผ้าในครัวเรือน จะซื้อเส้นไหมขึ้นจากผู้ผลิตโดยตรงหรือจากพ่อค้าท้องถิ่น

2.3 ผ้าไหม ขึ้นตอนการตลาดจะต่อจากเส้นไหมพุ่งและเส้นไหมขึ้น ดังนี้

2.3.1 ผู้ค้าคนกลางผู้รวบรวมผ้าไหมท้องถิ่น เป็นผู้รับซื้อผ้าไหมทั้งจากโรงงานทอผ้าและจากเกษตรกรผู้ทอผ้าไหมในท้องถิ่น เพื่อรวบรวมนำเข้ามาจำหน่ายแก่ผู้ค้าส่งในกรุงเทพมหานครและผู้ค้าปลีกในต่างจังหวัด

2.3.2 โรงงานทอผ้าไหมในกรุงเทพมหานคร ผ้าไหมที่ทอได้จะจำหน่ายปลีกให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง บางส่วนจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่งเพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ หรือบางครั้งเป็นผู้ส่งออกเสียเอง

2.3.3 ผู้ค้าส่งในกรุงเทพมหานคร เป็นผู้รวบรวมผ้าไหมทั้งจากท้องถิ่นและในกรุงเทพมหานคร เพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้ขายปลีกในกรุงเทพมหานคร และบางส่วนจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่งเพื่อจำหน่ายต่อไปยังผู้ขายปลีกในกรุงเทพมหานคร และบางส่วนส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

2.3.4 ผู้ค้าปลีกทั้งในกรุงเทพมหานครและในท้องถิ่น ผู้ค้าปลีกในกรุงเทพมหานครรับซื้อผ้าไหมจากผู้ค้าส่งในกรุงเทพมหานคร เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคทั่วไปและอาจส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ส่วนผู้ค้าปลีกในท้องถิ่นจะรับซื้อจากผู้ค้าคนกลางซึ่งเป็นผู้รวบรวมผ้าไหมในท้องถิ่น แต่ในบางครั้งก็อาจรับซื้อผ้าไหมจากผู้ค้าส่งในกรุงเทพมหานคร เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคด้วย

ปัญหาและแนวทางแก้ไข

แม้ว่าผ้าไหมไทยจะมีความสวยงามเฉพาะตัวเพราะทอด้วยมือ ทำให้ได้รับความนิยมนอกจากชาวต่างประเทศมาก แต่การส่งออกผ้าไหมของไทยในช่วงที่ผ่านมาก็ขยายตัวไปในอัตราที่ไม่สูงเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมการทอผ้าไหมของไทยต้องประสบปัญหาหลายประการทั้งในด้านการผลิตและการตลาด สำหรับปัญหาที่สำคัญ ๆ พอสรุปได้ดังนี้

ปัญหาด้านการผลิต

1. ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ในการจะทอผ้าไหมให้มีคุณภาพดีนั้นนอกจากจะขึ้นกับความชำนาญและความปราณีตของผู้ทอแล้วคุณภาพของวัตถุดิบคือเส้นไหมที่ใช้ทอก็มีความสำคัญ โดยเฉพาะเส้นไหมพองนั้นแม้ว่าจะผลิตกันมาช้านานแล้ว แต่เนื่องจากเกษตรกรทำการผลิตในลักษณะอาชีพรอง จึงไม่ได้ทำกันอย่างจริงจังและละเอียดที่จะปรับปรุงคุณภาพของผลผลิต อาทิเช่น มีการปลุกต้นหม่อนตามบริเวณรอบที่อยู่อาศัยในเนื้อที่ไม่มากนัก และขาดการบำรุงดูแลเท่าที่ควร ขณะที่ใช้พื้นที่ส่วนใหญ่ปลุกข้าวหรือพืชไร่ซึ่งทำเป็นอาชีพหลัก ซึ่งทำให้ขาดแคลนใบหม่อนซึ่งเป็นอาหารสำคัญของตัวไหม นอกจากนี้การสาวไหมพองยังเป็นการสาวด้วยมือและเป็นการผลิตกระจายไปตามครัวเรือนเกษตรกรเป็นจำนวนมาก ซึ่งยากแก่การควบคุมคุณภาพทำให้เส้นไหมที่สาวได้มีปริมาณไม่แน่นอนและมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ผู้ทอผ้าจะต้องคัดเลือกเส้นไหมก่อนนำไปทอ ซึ่งมักจะใช้ได้เพียงร้อยละ 70-80 จึงมีผู้ทอผ้าบางรายเริ่มหันมาใช้เส้นไหมพองจากต่างประเทศที่มีคุณภาพดีกว่ากันมากขึ้น เพราะทอสะดวกกว่า ซึ่งจะช่วยให้ผ้าไหมไทยที่มีความงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เนื่องจากเส้นไหมพื้นเมืองที่สาวด้วยมือเป็นเส้นพองนั้น นับวันจะค่อยสูญหายไปมากที่สุด และเกษตรกรอีกจำนวนมากก็จะต้องขาดรายได้จากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและสาวเส้นไหมไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาดังกล่าวนี้ควรจะได้เร่งดำเนินการแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อรักษาเอกลักษณ์ของผ้าไหมไทยที่สืบทอดกันมาช้านานให้แพร่หลายต่อไป และก่อให้เกิดการจ้างงานในแถบชนบทเป็นจำนวนมาก สำหรับการปรับปรุงคุณภาพของเส้นไหมพุ่งนี้ควรเริ่มตั้งแต่การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนจากทางราชการ โดยการค้นคว้าหาทั้งพันธุ์หม่อนและพันธุ์ไหมที่มีความทนทานและให้ผลผลิตสูง ตลอดจนพัฒนาเทคนิคในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมสมัยใหม่ และแนะนำให้เกษตรกรนำไปใช้อย่างกว้างขวาง ทั้งนี้เพื่อให้ได้รังไหมที่มีคุณภาพดีเหมาะแก่การสาวไหม ขณะเดียวกันก็ควรมีการพัฒนาในด้านการสาวไหมควบคู่ไปด้วย โดยแนะนำให้เกษตรกรนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อช่วยให้สามารถสาวไหมได้เร็วขึ้น และได้เส้นไหมที่มีคุณภาพสม่ำเสมอขึ้น

2. ปัญหาด้านทุนการผลิตสูง เนื่องจากการผลิตเส้นไหม ซึ่งต้องสาวด้วยเครื่องจักรนั้นยังเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทยอยู่หลายประการ โดยเฉพาะการขาดแคลนรังไหมที่มีคุณภาพดี ตลอดจนช่างที่มีความชำนาญ และเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัย ทำให้เส้นไหมอื่นที่ผลิตในประเทศยังมีคุณภาพไม่ทัดเทียมกับต่างประเทศ และมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง จึงไม่เป็นที่นิยมของผู้ทอ ทางภาครัฐบาลจึงต้องยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือเพื่อคุ้มครองผู้ผลิตในประเทศโดยผู้นำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศต้องซื้อเส้นไหมในประเทศชดเชยในราคาประกันที่กำหนดไว้ ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงกว่าของต่างประเทศ ทำให้ผู้ทอผ้าต้องรับภาระในการซื้อเส้นไหมคุณภาพดีที่นำเข้าจากต่างประเทศด้วยราคาที่สูงกว่าปกติ ต้นทุนของผ้าไหมที่ทอได้จึงสูงตามไปด้วย อันเป็นอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งต่อการแข่งขันในตลาดต่างประเทศของผ้าไหมไทย

ดังนั้นแม้ว่าในระยะแรกนี้มาตรการคุ้มครองดังกล่าว ยังคงต้องดำรงต่อไป เพื่อให้ช่วยให้อุตสาหกรรมการผลิตเส้นไหมอื่นในประเทศ ที่ได้รับการส่งเสริมมาตั้งแต่แรกสามารถอยู่รอดและขยายต่อไป แต่ในขณะเดียวกันทางราชการและผู้ผลิตเส้นไหมอื่นในประเทศควรจะได้ร่วมมือกันอย่างจริงจัง ในอันที่จะเร่งปรับปรุงการผลิตเส้นไหมอื่นให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้ได้เส้นไหมที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับต่างประเทศ และสามารถลดต้นทุนการผลิตลง

เมื่อถึงเวลานั้นมาตรการคุ้มครองดังกล่าวก็คงไม่มีความจำเป็น การค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อไป และผู้ทอผ้าก็ไม่ต้องรับภาระต้นทุนวัตถุดิบที่สูงกว่าคู่แข่งในต่างประเทศ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการขยายตลาดผ้าไหมไทยในต่างประเทศอีกต่อไป

3. ปริมาณการผลิตผ้าไหมไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับแรงงานที่มีมากบ้างน้อยบ้างตามฤดูกาล ขาดการปรับปรุงระบบบริหารในด้านแรงงาน ทำให้ปริมาณเส้นไหมที่ใช้ทอในประเทศขาดแคลน จึงมีการนำเส้นไหม Doupion เข้ามาใช้ ทำให้คุณภาพผ้าไหมไทยลดลง ผู้ผลิตบางรายลดต้นทุนการผลิต ทำให้ผ้าไหมที่ออกมามีคุณภาพต่ำ ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผ้าไหมนี้ เริ่มจากควบคุมตั้งแต่การผลิตและใช้วัตถุดิบคือการคัดเลือกเส้นไหม การฟอก ย้อม ทอ และตกแต่งให้เหมาะสมกับสมัยนิยม แม้ว่าจะเป็นที่นิยมแล้วก็จำเป็นต้องมีการปรับปรุงด้านมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น เช่น เรื่องของสีที่สม่ำเสมอและคงทน ความแน่นของเนื้อผ้า ความวาวมันของผ้าไหม

ปัญหาด้านการตลาด

1. ขาดการศึกษาด้านการตลาดและหาตลาดสำหรับผ้าไหม ซึ่งหมายถึงตลาดต่างประเทศเป็นหลักใหญ่ โดยไม่สามารถวางแผนได้ล่วงหน้าว่าตลาดลูกค้ายี่สิบแนวโน้มจะซื้อสินค้ามากขึ้นหรือลดลงอย่างไร วิธีค้าสินค้าผ้าไหมของไทยเราขึ้นกับการสั่งซื้อของผู้ซื้อ นอกจากนั้นก็เป็นที่ตลาดที่รอผ้าซื้อปลักคือนักท่องเที่ยวซึ่งเข้ามาในประเทศแต่ละปี ทำให้ปริมาณและมูลค่าในการจำหน่ายผ้าไหมไม่แน่นอน

นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกในการตลาดยังมีไม่เพียงพอ ได้แก่ การขนส่ง การจัดหีบห่อ ข่าวสารการตลาดเกี่ยวกับราคาและหลักเกณฑ์ในการค้า ผู้ผลิตและผู้ค้าผ้าไหมยังขาดความรู้เรื่องเหล่านี้

2. ยังไม่มีการควบคุมคุณภาพของผ้าไหมที่จำหน่ายในประเทศ ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนดไว้อย่างเข้มงวด โดยผ้าค้ำที่ไม่

เอกสาร กสจ. จึงสร้างความสับสนให้แก่ลูกค้าโดยเฉพาะชาวต่างประเทศอยู่เสมอ เมื่อนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เที่ยวชาวต่างประเทศซื้อกลับไปก็ทำให้เกิดความเสียหายแก่ส่วนรวมได้

ส่วนผ้าไหมไทยที่ส่งไปขายในตลาดต่างประเทศนั้น ต้องผ่านการตรวจสอบของสำนักงานมาตรฐานสินค้า แต่ยังมีกรลักลอบส่งออกไปโดยมิได้ผ่านการตรวจสอบเสียก่อนอยู่บ้าง ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่ได้มาตรฐาน เป็นการทำลายตลาดผ้าไหมไทย

3. ระเบียบเกี่ยวกับการควบคุมการส่งออกที่เข้มงวดและล่าช้า แม้ว่าผ้าไหมไทยจะเป็นที่นิยมในหมู่ชาวต่างประเทศ เนื่องจากเป็นงานที่ทำด้วยมือ ซึ่งมีความประณีตงดงาม แต่การส่งออกผ้าไหมในช่วงปีที่ผ่านมาไม่ได้ขยายตัวไปเท่าที่ควร ส่วนหนึ่งสืบเนื่องมาจากระเบียบที่ควบคุมคุณภาพผ้าไหมเพื่อการส่งออกของทางราชการที่เข้มงวดและมีขั้นตอนซับซ้อน โดยเฉพาะขั้นตอนการนำสินค้าไปให้เจ้าหน้าที่ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าตรวจสอบทุกรายการ ซึ่งยุ่งยากทั้งในการขนสินค้าไปและกลับ ตลอดจนการซื้อสินค้าออกมาตรวจและเก็บเข้าที่เดิม ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่าย เป็นการเพิ่มต้นทุนสินค้า ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายตลาดในต่างประเทศ

ระเบียบดังกล่าวนี้ได้ใช้มาเป็นเวลานานแล้ว ตั้งแต่การผลิตและการส่งออกยังอยู่ในวงจำกัด จึงควรที่ทางราชการจะได้ทบทวนระเบียบดังกล่าว เพื่อเร่งดำเนินการแก้ไขปรับปรุง โดยพยายามลดขั้นตอนที่ซับซ้อนลง เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในปัจจุบันที่ได้ขยายตัวออกไปมากแล้ว ผู้ส่งออกผ้าไหมของไทยก็มีความคล่องตัวในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศมากขึ้น เป็นการส่งเสริมการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้ขยายตัวไปได้อย่างรวดเร็ว

4. ผ้าไหมไทยประสบกับการแข่งขันจากประเทศคู่แข่ง เช่น อินเดียและสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งผลิตผ้าไหมออกจำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่า ราคาผ้าไหมไทยสูงกว่าผ้าไหมจากประเทศอื่น ๆ เนื่องจากรัฐบาลต้องการสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตไหมอื่นในประเทศ จึงกำหนดให้โรงงานทอผ้าต้องซื้อเส้นไหมในประเทศในราคาและอัตราส่วนที่ทางราชการกำหนด นอกจากนี้ราคาประเมินที่กรมศุลกากรเรียกเก็บภาษีจาก

ผู้นำเข้าไหมอื่นเข้าประเทศก็สูงกว่าราคาตลาดมาก ทำให้ผู้นำเข้ายังต้องเสียภาษีสูงซึ่งจึงดำเนินการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้นำเข้าก็จำเป็นต้องผลักภาระให้แก่โรงงานทอผ้าต่อไป มีผลทำให้โรงงานทอผ้าต้องซื้อไหมยีนภายในประเทศในราคาที่ทางราชการประกันไว้แล้ว ยังต้องซื้อไหมยีนจากต่างประเทศในราคาสูงขึ้นอีกด้วย ทำให้ต้นทุนการผลิตผ้าไหมสูงตามไปด้วย

5. ปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบของการเผยแพร่สินค้าในตลาดต่างประเทศ ในการผลิตผ้าไหมของไทยนั้น ต้องผ่านกรรมวิธีหลายขั้นตอน โดยเฉพาะการใช้เส้นไหมที่สาวด้วยมือเป็นเส้นไหมพุ่ง และการทอด้วยมือทำให้เนื้อผ้าที่ได้มีความงดงามเป็นพิเศษ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัวของผ้าไหมที่ต่างจากของประเทศอื่น ๆ และนับวันจะหาได้ยาก ผ้าไหมไทยจึงเป็นสินค้าที่สูงด้วยราคาและคุณค่า การเผยแพร่สินค้าในตลาดต่างประเทศจึงต้องนิถีนิถัน เพื่อให้เป็นที่สะดุดตาและตระหนักในคุณค่าของสินค้า ไม่ใช่การนำสินค้าไปวางขายดาษดื่นให้ใคร ๆ เลือกรับต่อรองราคาได้ตามใจชอบในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่นที่

ทำกันอยู่ ทางภาครัฐบาลและเอกชน ควรจะได้ร่วมมือกันอย่างจริงจังในอันที่จะเผยแพร่ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในตลาดต่างประเทศ โดยการจัดแสดงสินค้าในลักษณะที่สะดุดตา และเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงขบวนการผลิตที่ซับซ้อนกว่าจะได้ผ้าไหม ทั้งนี้เพื่อให้ชาวต่างประเทศเกิดความประทับใจและเห็นคุณค่า อธิบายจะแสวงหาไว้เป็นของที่ระลึก แม้ว่าผ้าไหมไทยจะมีราคาสูงกว่าผ้าไหมชนิดอื่น ๆ ก็ตาม

บทบาทการช่วยเหลือของรัฐบาล

เนื่องจากรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของไหมไทย จึงได้กำหนดเป็นโครงการที่จะส่งเสริมไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515-2519) และฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) โดยเฉพาะในเขตที่แห้งแล้งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้เพื่อให้มีการผลิตไหมที่มีคุณภาพดี ส่งเสริมการจ้างแรงงานเมื่อเกษตรกรว่างงานจากการเก็บเกี่ยว และเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรในระดับไร่นา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ได้กำหนดแนวทางไว้

4 ส่วน ที่เกี่ยวข้อง คือ

1. ทางด้านสาขาเกษตร ให้มีแผนงานปรับปรุงคุณภาพไหมในระดับท้องถิ่น โดยอยู่ในแผนพัฒนาเขตเกษตรล้ำหลัง แผนปรับโครงสร้างการผลิตการเกษตร แผนพัฒนาวิทยาการเกษตรและสินค้าไหม และแผนสนับสนุนการผลิตทางการเกษตร

2. ทางด้านสาขาอุตสาหกรรมการเกษตร ซึ่งถือเป็นสาขานำในแผนพัฒนาอุตสาหกรรมของแผนฯ 6 นั้น มีแนวทางว่าจะกำหนดให้มีแผนงานพัฒนาเส้นไหม และกำหนดเป็นโครงการพัฒนา เช่น

2.1 โครงการแนะนำเทคนิคการสาวไหมพุ่งที่ทันสมัยแก่เกษตรกรในชนบท

2.2 โครงการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีเส้นไหมแก่เกษตรกรและโรงงานท

ผ้าในชนบท

2.3 โครงการกำหนดมาตรฐานเส้นไหมยืนและเส้นไหมพุ่ง

3. ทางด้านสาขานาฬิษณ ในแผนงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ มีแนวทางว่าจะบรรจุเรื่องผ้าไหม ไว้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าส่งออก และการเจาะตลาดต่างประเทศ

4. ทางด้านพัฒนาประสิทธิภาพของกลไกบริหารงานพัฒนา เพื่อให้เป็นการผึกำหลัง เป็นระบบครบวงจรนั้น มีแนวทางว่าจะกำหนดให้มีองค์กรใดองค์กรหนึ่งทำหน้าที่ในการประสานงานแผนปฏิบัติการพัฒนาต่าง ๆ รวมทั้งเรื่องการพัฒนาไหมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สำหรับบทบาทของรัฐบาลที่มีส่วนสนับสนุนในการผลิตผ้าไหมนั้น รัฐบาลได้มอบหมายให้หน่วยราชการต่าง ๆ เข้าไปช่วยเหลือ โดยจัดเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำแก่เกษตรกร นับแต่ขั้นตอนแรกในการคัดเลือกพันธุ์ไหมที่ดี ตลอดจนปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตเส้นไหม ใช้วิธีการสมัยใหม่เข้าไปช่วย เพื่อให้ได้ผ้าไหมที่มีคุณภาพดี ได้มาตรฐานเป็นที่ต้องการของตลาด การให้ความช่วยเหลือดังกล่าว จัดอยู่ในรูปโครงการต่าง ๆ เช่น

1. โครงการเร่งรัดการผลิตและการจำหน่ายไหม ดำเนินการโดยกรมประชาสงเคราะห์
2. โครงการผลิตและการชขายพันธุ์หม่อน ดำเนินการโดยกรมวิชาการเกษตรและองค์การตลาดเพื่อการเกษตร
3. โครงการส่งเสริมการเลี้ยงไหมพันธุ์ไทย ดำเนินการโดยกรมวิชาการเกษตรและสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท
4. โครงการฝึกอบรมการสาวไหม ดำเนินการโดยสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท

นอกจากนี้มูลนิธิศิลปาชีพพิเศษ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งต้องการดำรงเอกลักษณ์ด้านหัตถกรรมไทย ได้ให้การส่งเสริมการใช้ผ้าไหมไทย และจัดวิทยากรแนะนำด้านการออกแบบการผสมสี การย้อม โดยมีผู้ออกแบบชาวยุโรปเข้าร่วมในการแนะนำด้วย ผลการปรับปรุงดังกล่าวทำให้ผ้าไหมไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทุกขณะ

บทที่ 3

ผลการศึกษา

ในการการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ซื้อผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (ACCIDENTAL SAMPLING) จากประชากรตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 80 ราย จากการศึกษาขั้นต้นจะได้ว่าผู้บริโภคสินค้าผ้าไหมส่วนใหญ่ซึ่งเป็นเพศหญิงทั้งหมด เนื่องจากเพศหญิงมักจะให้ความสนใจต่อการแต่งกายโดยจะเน้นถึงความสวยงามมากกว่าเพศชายและรวมถึงลักษณะการออกแบบสีและลวดลายของผ้าไหมก็ จะมีความเหมาะสมกับเพศหญิงมากกว่า ผู้บริโภคผ้าไหมที่เป็นเพศชายนั้นส่วนใหญ่จะบริโภค ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเสียมากกว่าที่จะนิยมซื้อผ้าผืนมาตัดเป็นชุดสวมใส่ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่นิยมบริโภคคือ เนคไทที่ทำจากผ้าไหม สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

1. อายุ

ลักษณะของแบบสอบถามเรื่องอายุของผู้บริโภค จะเป็นคำถามปิดให้ผู้บริโภค ตอบเพื่อที่จะได้แบ่งสัดส่วนในแต่ละช่วงอายุให้เหมาะสม ซึ่งแบ่งช่วงอายุออกเป็นช่วงละ 10 ปี จะพบว่า ช่วงอายุ 21-30 ปี มีจำนวนผู้บริโภคมากที่สุด คือ 38 คน คิดเป็น ร้อยละ 47.50 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 25.00 ช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 13.75 ช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 11.25 และที่น้อยที่สุดคืออายุต่ำกว่า 21 ปี มีผู้บริโภค 2 คนคิดเป็นร้อยละ 2.50 จะเห็นว่าผู้บริโภคในวัยเริ่มทำงาน ถึงแม้ว่าจะ เป็นวัยที่มีอายุไม่มากนักก็ตามแต่ได้ให้ความสำคัญกับการใช้ผ้าไหมของไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการส่งเสริมและเผยแพร่การใช้ผ้าไหมจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังได้กล่าวมาแล้ว ถึงแม้ว่าสาเหตุของการซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคบางคนจะไม่ใช่เป็น

เอกสารที่ซื้อเพื่อใช้เองนั้นคือซื้อเป็นของขวัญสำหรับญาติพี่น้อง หรือบุคคลที่ตนเองเคารพนับถือก็งานการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาม (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ระดับอายุของผู้บริโภค

ระดับอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	2	2.50
21-30 ปี	38	47.50
31-40 ปี	20	25.00
41-50 ปี	11	13.75
50 ปีขึ้นไป	9	11.25
รวม	80	100.00

2. ระดับการศึกษา

ผู้บริโภคมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวนมากที่สุด คือ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 โดยแบ่งเป็นจบชั้นระดับปริญญาตรีเป็นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 และกำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10 รองลงมาคือระดับอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่าจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 6.25 ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 5.00 และสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 จะเห็นว่าผู้บริโภคผ้าไหมส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีการศึกษาในระดับค่อนข้างสูงซึ่งส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีความพร้อมที่จะซื้อผ้าไหมได้ นอกจากนี้ผ้าไหมยังเป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูงและบุคคลกลุ่มนี้จะตอบสนองผลของการส่งเสริมการใช้ผ้าไหมของหน่วยงานต่าง ๆ ได้ดีพอสมควรเพราะสาเหตุการซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคบาง

เอกสารท่านให้เหตุผลว่า... เป็นการอนุรักษ์สินค้าไทยและช่วยเหลือคนไทยด้วยกัน (ตารางที่ 2) ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ระดับการศึกษาของผู้บริโภค

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	5	6.25
มัธยมศึกษา	4	5.00
อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า	18	22.50
ปริญญาตรี	50	62.50
สูงกว่าปริญญาตรี	3	3.75
รวม	80	100.00

3. อาชีพ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพในบริษัทเอกชน และรับราชการคิดเป็น ร้อยละ 33.75 และร้อยละ 30.00 ตามลำดับ สาเหตุที่ผู้บริโภคประกอบอาชีพในบริษัทเอกชนมีความนิยมในการสวมใส่ชุดผ้าไหมมากก็เพราะว่าเป็นอาชีพที่มีรายได้สูง รวมทั้งการที่มีโอกาสพบปะผู้คนในวงสังคมค่อนข้างกว้าง ทำให้มีความต้องการที่จะสวมใส่เสื้อผ้าที่สวยงามมีราคาและสามารถสร้างความภูมิใจให้กับตนเองได้ ส่วนผู้บริโภคที่รับราชการนั้นสาเหตุที่ซื้อผ้าไหมเพื่อมาสวมใส่ให้เกิดความสวยงามแล้ว ก็มาจากการที่มีโอกาสที่จะได้เดินทางไปตามต่างจังหวัดบ่อยจึงมีโอกาสดำไปซื้อผ้าไหมจากแหล่งผลิต นับเป็นผ้าไหมที่มีคุณภาพดีและราคาถูกเนื้อเป็นของที่ระลึก อาชีพรองลงมาที่นิยมบริโภคผ้าไหมคือ นักศึกษานักงานรัฐวิสาหกิจและแม่บ้าน โดยมีอัตราส่วนเดียวกันคือ ร้อยละ 10.00 และผู้บริโภค ร้อยละ 2.50 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ที่เหลือร้อยละ 3.75 นั้นประกอบอาชีพรับจ้าง 1 คน และทำงานในองค์กรพัฒนาเอกชนอีก 2 คน (ตารางที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 อาชีพของผู้บริโภค

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักศึกษา	8	10.00
รับราชการ	24	30.00
รัฐวิสาหกิจ	8	10.00
บริษัทเอกชน	27	33.75
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2	2.50
แม่บ้าน	8	10.00
พนักงานองค์กรพัฒนาเอกชน	2	2.50
รับจ้าง	1	1.25
รวม	80	100.00

4. ระดับรายได้ต่อเดือน

จากที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นคือผ้าไหมเป็นสินค้าที่มีราคาแพง ดังนั้นเมื่อสอบถามถึงระดับรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค จะเห็นว่าผู้บริโภคผ้าไหมส่วนใหญ่จะมีระดับรายได้สูงพอสมควร คือ มีระดับรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 10,000 บาท มีจำนวนผู้บริโภค 26 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ ระดับรายได้ 2,000-4,000 บาท และระดับรายได้ 4,001-6,000 บาท โดยมีผู้บริโภคจำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 25.00 และจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ตามลำดับ ซึ่งจากที่กล่าวมาแล้วจากเรื่องของอายุของผู้บริโภคว่าส่วนใหญ่เป็นวัยเริ่มทำงานจึงยังมีระดับรายได้ที่ไม่สูงมากนัก และผู้บริโภคที่มีรายได้ในช่วง 6,001-8,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 10.00 ระดับรายได้ใน

ช่วง 8,001-10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 6.25 และสุดท้ายคือ ระดับรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 11.25 ซึ่งเห็นว่ากรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.75 ซึ่งผู้บริโภครายนี้คือผู้บริโภครายที่เป็นนักศึกษา (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ระดับรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค

ระดับรายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,000 บาท	3	3.75
2,000-4,000 บาท	20	25.00
4,001-6,000 บาท	18	22.50
6,001-8,000 บาท	8	10.00
8,001-10,000 บาท	5	6.25
สูงกว่า 10,000 บาท	26	32.50
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผ้าไหมไทยของผู้บริโภค

พฤติกรรมการซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ลักษณะในการเลือกซื้อผ้าไหม วิธีการซื้อรวมถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมไทยว่ามีอะไรบ้าง ซึ่งผลการศึกษาปรากฏดังนี้ คือ

1. วัตถุประสงค์ของการซื้อผ้าไหม

ในการศึกษาถึงวัตถุประสงค์ของการซื้อผ้าไหม ได้ใช้คำถามปิดให้ผู้บริโภคได้เลือกตอบ ซึ่งผู้บริโภคบางคนอาจจะมีวัตถุประสงค์มากกว่า 1 ข้อ ได้ผลการศึกษาว่า ผู้บริโภค 51 คนหรือร้อยละ 63.75 มีวัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าไหมเพื่อมาตัดชุดสำหรับสวมใส่เอง ผู้บริโภค 25 คนหรือร้อยละ 31.25 มีวัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าไหมมาเพื่อเป็นของกำนัลให้กับญาติผู้ใหญ่หรือน้องของตน ผู้บริโภค 24 คนหรือร้อยละ 30.00 จะซื้อผ้าไหมมาเพื่อเป็นของกำนัลให้แก่คนอื่นที่นับถือซึ่งไม่ใช่ญาติพี่น้องของตน ร้อยละ 5.00 จะเป็นการซื้อผ้าไหมมาเพื่อเก็บสะสม เนื่องจากผ้าไหมมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ของไทย และร้อยละ 1.25 เป็นการซื้อผ้าไหมเพื่อมาจำหน่ายให้แก่คนอื่นซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับตนเองอีกทางหนึ่ง จะเห็นว่าผู้บริโภคผ้าไหมส่วนใหญ่แล้วจะซื้อผ้าไหมเพื่อตัดชุดสำหรับสวมใส่เองแต่ก็มีบ้างที่ซื้อเป็นของกำนัลให้แก่ญาติพี่น้องหรือคนรู้จัก เนื่องจากตนได้มีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ ที่มีผ้าไหมคุณภาพดีเพราะเป็นของพื้นบ้านที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของสถานที่นั้น ๆ และมีราคาถูกกว่าตามร้านค้าในกรุงเทพมหานคร (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 วัตถุประสงค์ของการซื้อผ้าไหม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดเส้นผ้าใส่เอง	51	63.75
ฝากญาติพี่น้อง	25	31.25
ฝากคนอื่นที่รู้จัก	24	30.00
เก็บสะสม	4	5.00
นำมาขายต่อ	1	1.25

2. สถานที่ที่ผู้บริโภคริเคยซื้อผ้าไหม

เมื่อถามว่าสถานที่ที่ผู้บริโภคริเคยซื้อผ้าไหมมานั้น คำถามที่ใช้ให้ผู้บริโภคริได้เลือกตอบนั้นเป็นทั้งคำถามปิดและคำถามเปิด โดยคำถามปิดจะให้ผู้บริโภคริสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคำถามเปิดคือคำถามที่ให้ผู้บริโภคริได้บอกถึงชื่อของร้านค้าหรือจังหวัดที่ผู้บริโภคริได้เคยซื้อผ้าไหมมา ดังนั้นผลการศึกษาจึงได้ว่า ผู้บริโภคริร้อยละ 48.75 ได้เคยซื้อผ้าไหมจากร้านค้าในกรุงเทพมหานคร โดยร้านที่ผู้บริโภคริให้ความสนใจได้เคยไปซื้อผ้าไหมมากที่สุดคือ ร้าน Jim Thompson โดยมีผู้บริโภคริจำนวน 23 คน จากจำนวนผู้บริโภคริที่เคยซื้อผ้าไหมจากร้านค้าในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 39 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 58.97 เนื่องจากจากร้าน Jim Thompson เป็นร้านค้าที่มีชื่อเสียงในการจำหน่ายผ้าไหมมานาน ทำให้ผู้บริโภคริมีความไว้วางใจในคุณภาพของผ้าไหมที่ซื้อจากร้านนี้ถึงแม้ว่าราคาผ้าไหมในร้านจะค่อนข้างแพง ทำให้ผู้บริโภคริบางคนที่มีความต้องการผ้าไหมจากร้านนี้กระทำได้โดยเคยซื้อผ้าไหมในช่วงที่ทางร้านทำการลดราคาประจำปี ส่วนร้านค้าที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือ ร้านปักธงชัย โดยมีผู้บริโภคริที่เคยซื้อผ้าไหมจากร้านนี้คิดเป็นร้อยละ 20.51 ส่วนที่เหลือตอบว่าเคยซื้อผ้าไหมจากร้าน Cotton and Silk

ร้านอินวัฒน์ไหมไทยและร้านพันธ์กัญญาไหมไทยในจำนวนเดียวกันคือ ร้อยละ 7.69 โยชนด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ร้านค้าในกรุงเทพมหานครที่ผู้บริโภคร้อยละซื้อผ้าไหม

ร้านค้า	จำนวน	ร้อยละ
Jim Thompson	23	58.97
ปีกงซีส	8	20.51
Cotton and Silk	3	7.69
สินวัฒน์ไหมไทย	3	7.69
พันธ์ทิพย์ไหมไทย	3	7.69
จิตรลดาไหมไทย	1	2.56
บุศศรีไหมไทย	1	2.56
ราชรินทร์ไหมไทย	1	2.56
ร่ำจาวไหมไทย	1	2.56
Lina	1	2.56
PK. House	1	2.56

สถานที่ที่ได้รับความนิยมรองลงมาในการซื้อผ้าไหมไทยคือ ตามร้านค้าในต่างจังหวัด โดยมีผู้บริโภคร้อยละ 41.25 ได้เคยซื้อผ้าไหมไทยจากสถานที่เหล่านี้ ซึ่งจังหวัดที่ผู้บริโภคให้ความนิยมไปซื้อมากที่สุดคือ จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดขอนแก่น มีผู้บริโภคร้อยละ 42.50 และร้อยละ 39.39 ตามลำดับที่เคยไปซื้อผ้าไหมจากทั้ง 2 จังหวัดนี้ โดยผู้บริโภคมองว่าผ้าไหมที่ผลิตจากสถานที่เหล่านี้มีคุณภาพดีและราคาไม่แพงจนเกินไป ส่วนจังหวัดอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคได้เคยไปซื้อผ้าไหมมานั้นส่วนใหญ่จะอยู่ในภาคตะวันออกเฉียง-

เอกสารเชิงนโยบายได้แก่ 1. จังหวัดนครราชสีมา 2. จังหวัดบุรีรัมย์ 3. จังหวัดชัยภูมิ 4. จังหวัดนครพนม 5. บ้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น เพราะภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่ผลิตผ้าไหมได้มากที่สุด
ของประเทศ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จังหวัดที่ผู้บริโภคเคยซื้อผ้าไหม

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
เชียงใหม่	14	42.50
ขอนแก่น	13	39.39
บุรีรัมย์	2	6.06
ชัยภูมิ	2	6.06
นครราชสีมา	1	3.03
มุกดาหาร	1	3.03
นครพนม	1	3.03
มหาสารคาม	1	3.03
สุรินทร์	1	3.03
ร้อยเอ็ด	1	3.03
อุบลราชธานี	1	3.03
ลำพูน	1	3.03
ลพบุรี	1	3.03
ปราจีนบุรี	1	3.03

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานแสดงสินค้าในกรุงเทพมหานครซึ่งจัดโดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเผยแพร่สินค้าและวัฒนธรรมซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในจังหวัดต่าง ๆ ที่ได้จัดแสดงตามสถานที่ต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครก็มีผลต่อการซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคเหมือนกัน โดยมีผู้บริโภคร้อยละ 28.75 ได้เคยซื้อผ้าไหมจากงานแสดงสินค้าและวัฒนธรรมเหล่านี้ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาจึงทำให้ผู้บริโภคมีความคิดที่จะให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์และหันมาใช้สินค้าไทยมากขึ้น ถึงแม้ว่าการให้ความร่วมมือจะยังไม่มากนักก็ตามและสุดท้ายคือการซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคจากสถานที่อื่น ๆ คือการนำมาจำหน่ายของพ่อค้า แม่ค้าเร่ทั่วไป ตามสถานที่ทำงานหรือบ้านพัก จากเพื่อนที่รู้จักกันนำมาขาย จากตัวแทนจำหน่ายผ้าไหม จากโรงงานที่ผลิตผ้าไหมและจากชาวบ้านที่ทำการผลิตผ้าไหม (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 สถานที่ที่ผู้บริโภคเคยซื้อผ้าไหม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าในกรุงเทพฯ	39	48.75
ร้านค้าในต่างจังหวัด	33	41.25
งานแสดงสินค้าในกรุงเทพฯ	23	28.75
จากแม่ค้าเร่	4	5.00
จากเพื่อน	5	6.25
จากตัวแทนจำหน่าย	2	2.50
จากโรงงานผลิต	1	1.25
จากชาวบ้านที่ผลิต	1	1.25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การตัดสินใจซื้อผ้าไหม

เมื่อถามถึงการตัดสินใจซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคนั้นมีผู้บริโภค 15 คนคิดเป็นร้อยละ 18.75 ตอบว่าในการซื้อผ้าไหมนั้น ผู้บริโภคได้ตัดสินใจซื้อทันทีไม่เสียเวลาในการไตร่ตรองมากนักถ้าพบผ้าไหมที่ดูใจ โดยจะเป็นผู้บริโภคมที่มีประสบการณ์ในการซื้อผ้าไหมมามากพอสมควรจึงมีความชำนาญในการดูคุณลักษณะของผ้าไหมว่าผ้าไหมมีคุณภาพดีได้ไม่ยาก รวมทั้งผู้บริโภคที่ซื้อจากร้านค้าที่มีชื่อเสียงรับประกันในด้านคุณภาพของผ้าไหมไว้แล้ว และผู้บริโภคจะมีรายได้สูงจึงไม่ค่อยเสียเวลาในการซื้อมากนักไม่ว่าจะเป็นสินค้าชนิดอื่นด้วยก็ตาม ร้อยละ 52.50 ของผู้บริโภคมตอบว่าจะเสียเวลาเล็กน้อยในการตัดสินใจซื้อผ้าไหม และที่เหลือร้อยละ 28.75 ตอบว่าจะใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อค่อนข้างนาน เพราะว่าผู้บริโภคมไม่ค่อยจะมีความรู้เรื่องเกี่ยวกับผ้าไหมมากนักทำให้ต้องเสียเวลาในการพิจารณานานเพื่อให้ได้ผ้าไหมที่สวยงามและเหมาะสมกับโอกาสที่จะสวมใส่ รวมทั้งผ้าไหมเป็นสินค้าที่มีราคาแพง จึงต้องให้แน่ใจว่าผ้าไหมที่ซื้อมานั้นมีคุณภาพดีสมกับเงินที่ได้จ่ายไป (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 เวลาที่ผู้บริโภคมใช้ในการตัดสินใจซื้อ

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัดสินใจซื้อทันที	15	18.75
ใช้เวลาเล็กน้อย	42	52.50
ใช้เวลานาน	23	28.75
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อผ้าไหมแล้วยังมีคำถามอีกว่าเวลาซื้อผ้าไหม ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการซื้อมากแค่ไหน จะต้องมีการขอคำแนะนำจากคนอื่นหรือไม่ โดยคำตอบของผู้บริโภคจะเห็นว่าร้อยละ 68.75 ตัดสินใจซื้อด้วยตนเองโดยไม่ต้องปรึกษาหารือกับใคร และอีกร้อยละ 31.25 ของผู้บริโภคจะต้องขอคำแนะนำจากคนอื่น เพราะยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องของผ้าไหมดีพอ (ตารางที่ 10) โดยบุคคลที่ผู้บริโภคขอคำแนะนำมากที่สุดคือ มารดาของผู้บริโภคเองเพราะเห็นว่าเป็นผู้ที่มียา มีประสบการณ์มากพอในการที่จะให้คำแนะนำต่าง ๆ ได้ และเพื่อนก็เป็นบุคคลที่ผู้บริโภคได้ขอคำปรึกษาในการซื้อผ้าไหมพอ ๆ กับผู้ที่เป็นมารดาเพราะเพื่อนเป็นผู้ที่อยู่ในวัยเดียวกันสามารถจะวิจารณ์การแต่งตัวของผู้บริโภคได้ในสายตาของคนทั่วไป ซึ่งการขอคำปรึกษาจากบุคคลทั้ง 2 นี้ อยู่ในอัตราร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ คนขายผ้าไหมที่ผู้บริโภคได้ขอคำปรึกษาในการซื้อผ้าไหม (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 10 การขอคำปรึกษาจากคนอื่นในการตัดสินใจซื้อผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปรึกษา	25	31.25
ไม่ปรึกษา	55	68.75
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 บุคคลที่ผู้บริโภคมองค่ารักษาในการซื้อผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มารดา	11	44.00
เพื่อน	11	44.00
ร้านค้า	2	8.00
ครูฝึกอบรมไหม	1	4.00
รวม	25	100.00

4. สาเหตุของการซื้อผ้าไหม

เมื่อถามถึงสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคมองค่ารักษาซื้อผ้าไหมแทนที่จะไปซื้อผ้าชนิดอื่นที่ถูกกว่า โดยได้ใช้คำถามเปิดเพื่อให้ผู้บริโภคมองเห็นเหตุผลของตนเองออกมา แล้วจึงทำการรวบรวมและสรุปให้ได้สาเหตุที่สำคัญ ๆ ดังต่อไปนี้คือ เนื่องจากผ้าไหมเป็นผ้าที่มีความสวยงาม ความสะดวกสบาย ความสะดวกในการผลิตทั้งเนื้อผ้าและสีทำให้ผู้บริโภคมองเห็นความต้องการใช้ผ้าไหมเพื่อนำมาสวมใส่ในการเสริมสร้างบุคลิกภาพ ให้ความหรูหราและความภูมิฐานแก่ผู้สวมใส่และผ้าไหมเป็นสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของคนไทย แสดงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ผู้บริโภคจึงมีความคิดที่จะอนุรักษ์และสนับสนุนสินค้าไทย รวมทั้งผ้าไหมเป็นสินค้าที่เหมาะสมที่จะให้เป็นของกำนัลแก่ญาติผู้ใหญ่เนื่องในโอกาสสำคัญต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้ก็เป็นสาเหตุที่สำคัญ ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคมองเห็นความนิยมในผ้าไหมไทย

5. การเลือกเฉพาะสิทธิ์ของผู้บริโภคผ้าไหม

ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทใดก็ตาม มักจะมีผู้บริโภคบางกลุ่มที่มีความจงรักภักดีต่อสินค้านั้นถึงแม้ว่าจะมีสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ก็ตาม ผู้บริโภคมักจะมีความคิดว่าสินค้าที่ใช้กันมีคุณภาพดีและไม่คิดที่จะเปลี่ยน อาจเป็นเพราะความแตกต่างของสินค้าบางอย่างที่ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจ ในลักษณะสินค้าผ้าไหมก็เช่นกันมีผู้บริโภคร้อยละ 7.50 ที่มีความจงรักภักดีต่อตราของผ้าไหม ซึ่งก็คือผ้าไหมที่ผลิตจากร้าน Jim Thompson ทั้งหมดเพราะเป็นร้านค้าที่ผลิตผ้าไหมมานานและเป็นร้านที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับผ้าไหมมากทำให้ผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมจากร้านนี้มีความมั่นใจได้ว่าได้ซื้อผ้าไหมที่มีคุณภาพดี ส่วนผู้บริโภคอีกร้อยละ 92.50 จะไม่มีการเจาะจงสิทธิ์ใดเป็นพิเศษเพราะว่ามีความคิดว่าผ้าไหมมีคุณภาพเหมือนกันจะต่างกันก็ตรงที่สถานที่ผลิต รวมทั้งการซื้อที่ซื้อจากสถานที่ผลิตเองจะได้ราคาที่ถูกกว่าด้วย และในปัจจุบันผ้าไหมก็มีการจำหน่ายกันอย่างกว้างขวางไม่จำเป็นต้องเจาะจงว่าเป็นสิทธิ์ใดเพียงขอให้ เป็นผ้าไหมที่มีคุณภาพดีและสวยถูกใจก็พอแล้ว (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 การเลือกเฉพาะสิทธิ์ของผู้บริโภคผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เจาะจงเฉพาะตรา ^{1/}	6	7.50
ไม่เจาะจงเฉพาะตรา	74	92.50
รวม	80	100.00

^{1/} สิทธิ์ Jim Thompson

6. ภาคที่ผลิตผ้าไหมที่ผู้บริโภคร้อยละ

จากที่กล่าวมาแล้วว่าผ้าไหมไทยเป็นผ้าที่มีการผลิตได้เกือบทุกภาคของประเทศ ดังนั้นเมื่อถามว่าผู้บริโภคร้อยละผ้าไหมมาจากภาคใดของประเทศบ้างนั้น มีผู้บริโภคร้อยละ 53.75 ตอบว่าเคยซื้อผ้าไหมจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นแห่งที่มีการผลิตผ้าไหมได้มากที่สุดของประเทศและเป็นผ้าไหมที่มีคุณภาพดี รวมทั้งยังมีเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นไทยจากลวดลายของผ้ามัดหมี่ที่ได้จากการทอ รองลงมาผู้บริโภคร้อยละ 31.34 ได้เคยซื้อผ้าไหมจากภาคเหนือซึ่งจังหวัดที่ผู้บริโภคร้อยละไปซื้อผ้าไหมมากที่สุดคือจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากการได้เดินทางไปท่องเที่ยวแล้วจึงได้ซื้อผ้าไหมมาเป็นที่ระลึก ผู้บริโภคร้อยละ 7.50 ตอบว่าเคยซื้อผ้าไหมที่ผลิตจากภาคกลาง และอีกร้อยละ 22.50 ไม่ทราบว่าตนเองเคยซื้อผ้าไหมที่ผลิตได้จากภาคใดของประเทศเพราะการซื้อผ้าไหมนั้นตนเองซื้อจากร้านค้าในกรุงเทพมหานคร (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ภาคที่ผู้บริโภคร้อยละผ้าไหมเคยซื้อ

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ทราบ	18	22.50
ภาคกลาง	6	7.50
ภาคเหนือ	25	31.34
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	43	53.75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ความนิยมเลือกซื้อจากภาคใดเป็นพิเศษ

เมื่อถามถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคเคยซื้อแล้ว จึงได้ถามว่าผู้บริโภคนิยมที่จะเลือกซื้อผ้าไหมจากภาคใดเป็นพิเศษหรือไม่ โดยมีผู้บริโภคร้อยละ 73.75 ตอบว่าการซื้อผ้าไหมของคนนั้นไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นผ้าไหมที่ผลิตจากภาคใดเป็นพิเศษขอเพียงแต่จะให้ เป็นผ้าไหมที่มีคุณภาพดีและสวยถูกใจก็พอ ร้อยละ 21.25 ตอบว่ามีความตนเองมีความนิยมที่จะเลือกซื้อผ้าไหมที่ผลิตจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นพิเศษ โดยอ้างเหตุผลว่าผ้าไหมที่ผลิตจากภาคนี้ เป็นผ้าไหมที่มีเนื้อละเอียดสวยงามกว่าภาคอื่น ๆ รวมทั้งสีและลวดลายของผ้าก็เป็นที่ถูกใจเป็นอย่างมากและที่สำคัญ เป็นผ้าไหมที่มีราคาถูกกว่าภาคอื่น ๆ และที่เหลือ ร้อยละ 5.00 มีความนิยมที่จะซื้อผ้าไหมที่ผลิตจากภาคเหนือเป็นพิเศษ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ภาคที่ได้รับความนิยมเป็นพิเศษ

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่จำกัดว่าเป็นภาคใด	59	73.75
ภาคเหนือ	4	5.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17	21.25
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ความต้องการใช้ผ้าไหมในอนาคต

จากการที่ปัจจุบันผ้าไหมไทยค่อนข้างเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมากขึ้นเพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการใช้ผ้าไหมของผู้บริโภคในเวลาต่อไปว่าผู้บริโภคยังมีความต้องการที่จะซื้อผ้าไหมมาใช้ต่อไปอีกหรือไม่ โดยผู้บริโภคร้อยละ 37.50 ตอบว่าตนเองไม่มีความต้องการใช้ผ้าไหมอีก เพราะผ้าไหมมีราคาที่สูงขึ้นทุกวัน การดูแลรักษาก็มีความยุ่งยากมาก รวมทั้งโอกาสที่จะได้สวมใส่ก็มีน้อย แต่ผู้บริโภคอีกร้อยละ 68.50 ยังมีความต้องการใช้ผ้าไหมอีกต่อไป โดยให้เหตุผลว่าผ้าไหมเป็นผ้าที่มีความสวยงามน่าใช้ เมื่อเวลาสวมใส่แล้วรู้สึกสบาย คุณมีฐานและเหมาะที่จะใช้สวมใส่ใส่การออกงานสังคมต่าง ๆ รวมทั้งเป็นสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของคนไทยจึงมีความคิดที่จะอนุรักษ์และสนับสนุนสินค้าไทยด้วยกันและผ้าไหมยังเหมาะที่จะให้เป็นของกำนัลแก่ผู้ที่นับถืออีกด้วย (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ความต้องการใช้ผ้าไหมในอนาคต

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการ	50	62.50
ไม่ต้องการ	30	37.50
รวม	80	100.00

9. โอกาสที่สวมใส่ชุดผ้าไหม

เมื่อถามถึงโอกาสที่ผู้บริโภคจะสวมใส่ชุดผ้าไหมในโอกาสต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคต้องการแล้ว มีผู้บริโภคร้อยละ 70.00 ตอบว่าได้สวมใส่ชุดผ้าไหมเพื่อไปงานเลี้ยงต่าง ๆ ที่ได้รับเชิญมาเพื่อความหรูหราและความภูมิฐานของตนเองเมื่ออยู่ในวงสังคม

เอกสารร้อยละ 13.75 จะนำชุดผ้าไหมมาใส่ไปทำงานตามอาชีพของตนเองซึ่งมักจะเป็นผู้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ทำงานในสถานที่ที่มีเครื่องปรับอากาศและค่อนข้างจะเป็นผู้ที่ทำงานอยู่ในระดับสูงของหน่วยงานเป็นส่วนใหญ่ และมีเพียงร้อยละ 1.25 เท่านั้นที่สวมใส่ผ้าไหมเป็นชุดลำลองในชีวิตประจำวัน โดยไม่ค่านึงว่าจะต้องสวมใส่ผ้าไหมในโอกาสพิเศษเท่านั้นเนื่องจากผู้บริโภคมีความชอบในผ้าไหมเป็นอย่างมาก และอีกร้อยละ 6.25 จะสวมใส่ชุดผ้าไหมในโอกาสที่ตนเองคิดว่าเหมาะสมจริง ๆ เช่น การสวมใส่ไปทำบุญตามพิธีทางศาสนาหรือการสวมใส่ชุดผ้าไหมในงานแต่งงาน เป็นต้น ร้อยละ 5.00 จะสวมใส่ชุดผ้าไหมเพื่อไปทำงานและไปงานเลี้ยงต่าง ๆ ควบคู่กันไป ร้อยละ 3.75 จะสวมใส่ชุดผ้าไหมในชีวิตประจำวันและสำหรับไปงานเลี้ยง (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 โอกาสที่สวมใส่ชุดผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แต่งเป็นชีวิตประจำวัน	1	1.25
แต่งไปทำงาน	11	13.25
แต่งไปงานเลี้ยงต่าง ๆ	56	70.00
แต่งเป็นชีวิตประจำวันและไปงานเลี้ยง	3	3.75
แต่งไปทำงานและไปงานเลี้ยง	4	5.00
แต่งไปทำบุญตักบาตร	4	5.00
แต่งไปงานแต่งงาน	1	1.25
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. ปัญหาที่พบในการซื้อผ้าไหม

สินค้าเกือบทุกชนิดจะต้องมีการประสพกับปัญหาในคุณภาพของสินค้าบ้างไม่มากก็น้อย เช่น สินค้าไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซื้อแล้วสินค้ามีคุณภาพไม่ดี เป็นต้น เพราะความต้องการของคนเรามีไม่จำกัดหรือกว้างไกล ๆ ว่าความชอบของคนแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน ผ้าไหมก็เช่นเดียวกับสินค้าทั่วไป คือ จะต้องมิตั้งที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและไม่ตรงกับความต้องการ บางที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเท่านั้นแต่กลับเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภคท่านอื่นก็ได้ รวมทั้งการมีปัญหาเกิดขึ้นหลังจากที่ได้ซื้อผ้าไหมไปแล้วด้วย ซึ่งจากการออกแบบสอบถามจึงทราบว่าผู้บริโภคร้อยละ 50.00 จะไม่มีปัญหาเกิดขึ้นกับผ้าไหมที่ซื้อไป และอีกร้อยละ 50.00 จะมีปัญหา ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นก็มีทั้งที่เกิดตอนเลือกซื้อผ้าไหม เช่น การดูคุณภาพของผ้าไหมผู้บริโภคบางรายยังดูไม่เห็นว่าผ้าไหมที่ดีควรมีลักษณะอย่างไรทำให้การซื้อผ้าไหมบางครั้งได้ผ้าไหมไม่แท้ไป รวมทั้งผ้าไหมเป็นผ้าที่ทอด้วยมือจึงขึ้นอยู่กับฝีมือของผู้ทอผ้าผู้ทอไม่มีฝีมือก็จะทำให้เนื้อผ้าไม่แน่น ผ้าไหมจะไม่เรียบเสมอกัน เนื้อผ้าไหมจะมีปมมากซึ่งเกิดจากการต่อเส้นไหมทำให้เนื้อผ้าไม่เรียบ ลวดลายที่ทอผ้าไหมเป็นลวดลายที่เก่าไม่มีการพัฒนา ส่วนผ้าไหมที่พิมพ์ลายนั้นลายที่พิมพ์ก็ไม่ค่อยจะตรงตามแนวทำให้ตัวเสื้อผ้าออกมาแล้วไม่สวย การเลือกสีที่ถูกใจหรือเข้ากับบุคลิกของตนเองก็ไม่ค่อยได้ รวมทั้งปัญหาในการตัดสินใจซื้อผ้าไหมเพราะผ้าไหมเป็นผ้าที่สวยงามมากทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการใช้มากเช่นกัน แต่ติดตรงที่ผ้าไหมมีราคาแพงจึงทำให้ผู้บริโภคซื้อได้เท่าที่กำลังทรัพย์ของตนมีจึงต้องทำให้คิดมากในการที่จะเลือกซื้อผ้าไหม ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากซื้อผ้าไหมไปแล้วก็คือ การที่ผู้ผลิตใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพไม่ดีมาผลิต สีที่ใช้ย้อมผ้าไหมจึงตกเมื่อนำผ้าไหมมาทำความสะอาดทำให้ผ้าไหมมีสีซีดและเก่าเร็วกว่าที่ควรจะเป็น เนื้อผ้าที่ไม่แน่นจะทำให้ผ้าไม่อยู่ตัวเวลาสวมใส่ เนื้อผ้าไหมจะยับง่าย และปัญหาที่ผู้บริโภคพบมากที่สุดคือ การดูแลรักษาที่ลำบากมากไม่ว่าจะเป็นการซัก การรีดและการเก็บรักษาที่จะให้ผ้าไหมมีสภาพที่ดีอยู่เสมอ ผู้บริโภคจำเป็นต้องส่งผ้าไหมไปทำความสะอาดตามร้านจึงต้องเสียเงินเพิ่มอีกเนื้อให้ผ้าไหมคงอยู่ในสภาพที่ดีต่อไปจึงเหมือนกับการเข้าซื้อ (ตารางที่ 17)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 ปัญหาที่พบในการซื้อผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พบปัญหา	40	50.00
ไม่มีปัญหา	40	50.00
รวม	80	100.00



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไหมไทยของผู้บริโภค

ในตอนนี้จะกล่าวถึงทัศนคติในด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่มีต่อผ้าไหมไทยที่ผู้บริโภคได้มีโอกาสใช้และสัมผัสมา โดยการแจกแจงความถี่และปรับให้อยู่ในรูปร้อยละ แล้วจึงทำการวิเคราะห์ถึงผลจากทัศนคติของผู้บริโภค

จากคำตอบของผู้ซื้อผ้าไหม ได้กำหนดให้ทัศนคติมีคะแนนดังนี้คือ

3 คะแนน = เหมาะสม / ดี / พอใจ

2 คะแนน = เหมาะสมน้อย / พอใช้ / พอใจน้อย

1 คะแนน = ไม่เหมาะสม / ไม่ดี / ไม่พอใจ

และกำหนดให้ระดับทัศนคติมี 3 ระดับ (ขั้น) ดังนั้นช่วงคะแนนเพื่อพิจารณา

ระดับทัศนคติจึงได้ดังนี้ คือ

1.00-1.66 = มีทัศนคติที่ไม่ดี

1.67-2.33 = มีทัศนคติที่น้อย

2.34-3.00 = มีทัศนคติที่ดีมาก

จากการคำนวณได้ทัศนคติของผู้ซื้อผ้าไหมตกอยู่ในช่วงใดก็แสดงว่ามีทัศนคติอย่างนั้น ซึ่งปรากฏผลการศึกษาดังนี้ คือ

1. ราคาของผ้าไหมไทยในปัจจุบัน

ในด้านราคาของผ้าไหมไทยนั้นมีผู้บริโภคร้อยละ 50.00 ที่มีความคิดว่าผ้าไหมไทยในปัจจุบันมีราคาที่ค่อนข้างเหมาะสมกับระดับรายได้ของตนเอง เพราะว่าจากการศึกษาทราบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เริ่มทำงานจึงมีระดับรายได้ที่ไม่สูงมากนัก ผู้บริโภคร้อยละ 27.50 มีความคิดว่าราคาของผ้าไหมในปัจจุบันมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับความสวยงามของผ้าและความรู้สึกภูมิฐานเวลาสวมใส่ผ้าไหม และอีกร้อยละ 22.5 มีความคิดว่าราคาของผ้าไหมไม่เหมาะสม คือ มีราคาแพงเกินไปเมื่อเทียบกับโอกาสที่จะสวมใส่ ดังนั้นจากการวิเคราะห์ถึงทัศนคติของผู้บริโภคทั้ง 80 คน จึงได้คะแนนเท่ากับ 2.05 ผลการศึกษาคือผู้บริโภคมักมีทัศนคติที่มีต่อกับผ้าไหมในด้านราคา (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 ราคาของผ้าไหมไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	22	27.50
ค่อนข้างเหมาะสม	40	50.00
ไม่เหมาะสม	18	22.50
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. คุณภาพของเนื้อผ้าไหมที่ผลิตได้ในประเทศไทย

ในด้านคุณภาพของผ้าไหมไทยนั้นมีผู้บริโภคร้อยละ 58.75 มีความคิดว่าผ้าไหมไทยมีคุณภาพดี เมื่อสวมใส่แล้วรู้สึกสบาย มีความคงทนและมีความเงาในตัวเหมาะที่จะนำมาสวมใส่สำหรับโอกาสอันสำคัญ ร้อยละ 37.50 ของผู้บริโภครมีความคิดว่าคุณภาพของเนื้อผ้าไหมไทยมีคุณภาพพอใช้ โดยให้ความเห็นว่าเนื้อผ้ามีปมที่เกิดจากการต่อเส้นไหมมาก เนื้อผ้ามีการหดตัวและไม่ค่อยอยู่ทรง และมีเพียงร้อยละ 3.75 เท่านั้นที่มีความคิดว่าคุณภาพของผ้าไหมที่ผลิตได้ในปัจจุบันนั้นไม่ดีคือเนื้อผ้ายังง่ายและเนื้อผ้าจะเลอะเวลาซักควรมีการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นกว่าเดิม ดังนั้นจากการคำนวณทัศนคติของผู้บริโภคทั้ง 80 คน ได้คะแนนเท่ากับ 2.55 ผลการศึกษาแสดงว่าผู้บริโภครมีความทัศนคติที่ดีมากกับเรื่องคุณภาพของเนื้อผ้าไหมไทย (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 คุณภาพของเนื้อผ้าไหมไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดี	47	58.75
พอใช้	30	37.50
ไม่ดี	3	3.75
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สีที่ใช้ผลิตผ้าไหมไทย

ในด้านสีที่ใช้ผลิตผ้าไหมไทยนั้น ผู้บริโภคร้อยละ 51.25 มีความคิดว่าคุณภาพของสีที่ใช้ผลิตผ้าไหมไทยนั้นมีคุณภาพดีแล้ว คือมีความสวยงามและสดใสถูกใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะสีที่ทำมาจากวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ ร้อยละ 41.25 ของผู้บริโภคมีความคิดว่าสีที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพพอใช้ คือยังมีปัญหาบ้างคือผ้าไหมบางผืนเวลาซักแล้วสีตกและบางผืนสีซีดง่ายทำให้ดูเก่าเร็วกว่าที่ควร และอีกร้อยละ 7.50 มีความคิดว่าสีที่ใช้ผลิตผ้าไหมมีคุณภาพไม่ดี ดังนั้นทัศนคติของผู้บริโภคที่ได้จากการวิเคราะห์จึงมีคะแนนเท่ากับ 2.44 ผลการศึกษาคือผู้บริโภคมีทัศนคติที่ต่ำมากเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพของสีที่ใช้ในการผลิตผ้าไหมและได้เสนอว่าควรจะผลิตสีให้มากกว่านี้สักเพราะผู้บริโภคบางคนมีปัญหาว่าเลือกสีให้เข้ากับสีผิวลำบาก (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 คุณภาพของสีที่ใช้ผลิตผ้าไหมไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดี	41	51.25
พอใช้	33	41.25
ไม่ดี	6	7.50
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ความเหมาะสมในการนำผ้าไหมมาตัดเป็นชุดทำงาน

เมื่อถามว่าการนำผ้าไหมมาตัดเป็นชุดทำงานเพื่อประกอบอาชีพในการดำเนินธุรกิจการงานในปัจจุบันจะมีความเหมาะสมหรือไม่นั้น ผู้บริโภคร้อยละ 26.25 มีความคิดว่าจะมีความเหมาะสมที่จะนำผ้าไหมมาตัดเป็นชุดทำงานเพราะทำให้ผู้สวมใส่ผ้าไหมมีความภูมิใจ ซึ่ง เป็นความต้องการสำหรับบุคคลที่มีความต้องการที่จะให้ตนเองมีบุคลิกดีในการทำงานเพื่อเป็นที่นับหน้าถือตาแก่คนทั่วไป รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ให้การใช้ผ้าไหมมีวงกว้างมากขึ้น ร้อยละ 37.50 ตอบว่าค่อนข้างเหมาะสมซึ่งก็แล้วแต่อาชีพและความพร้อมของแต่ละบุคคล ที่เหลือร้อยละ 36.25 มีความคิดว่าจะไม่เหมาะสมที่จะนำผ้าไหมมาเพื่อตัดเป็นชุดทำงานเพราะการดูแลรักษาที่มีความยุ่งยาก ดังนั้นการวิเคราะห์ผลการศึกษาในเรื่องนี้จึงได้คะแนนเท่ากับ 1.90 ซึ่งผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่ดีน้อยในการนำผ้าไหมมาเพื่อตัดชุดไว้สำหรับสวมใส่ไปทำงาน (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 ความเหมาะสมในการนำผ้าไหมมาตัดเป็นชุดทำงาน

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	21	26.25
ค่อนข้างเหมาะสม	30	37.50
ไม่เหมาะสม	29	36.25
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. การออกแบบตัดชุดผ้าไหม

เมื่อถามผู้บริโภคร่วมเกี่ยวกับความยุ่งยากในการออกแบบตัดชุดผ้าไหมเพื่อให้เข้ากับบุคลิกของตนเองแล้ว มีผู้บริโภคร้อยละ 15.00 มีความคิดว่าการออกแบบชุดผ้าไหมมีความยุ่งยากมาก ร้อยละ 46.25 มีความคิดว่าความยุ่งยากอยู่ในระดับปานกลางและผู้บริโภคร้อยละ 38.25 มีความคิดว่าจะไม่มีความยุ่งยากหรือปัญหาใด ๆ ในการออกแบบชุดผ้าไหม โดยในเรื่องนี้ผู้บริโภคร่วมให้ความเห็นว่าความยุ่งยากในการออกแบบคือการออกแบบให้เข้ากับบุคลิกและให้เหมาะสมกับโอกาสที่จะสวมใส่ผ้าไหมนั่นเอง ซึ่งปัญหานี้ก็จะ เป็นเช่นเดียวกับผ้าชนิดอื่นเพียงแต่จะให้ความสำคัญกับผ้าไหมมากกว่าผ้าชนิดอื่นเพราะผ้าไหมมีราคาแพงจึงพยายามที่จะออกแบบเพื่อให้สามารถใส่ได้ในหลายโอกาสด้วยกัน และอีกเหตุผลหนึ่งก็คือแล้วแต่สไตล์การแต่งตัวของแต่ละบุคคลว่าจะชอบสวมใส่เสื้อผ้าสไตล์ไหน ดังนั้นจากคำตอบของผู้บริโภคร่วมในเรื่องความยุ่งยากในการออกแบบตัดเสื้อ จึงได้ระดับคะแนน 2.24 คือผู้บริโภคร่วมมีทัศนคติที่ค่อนข้าง (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 ความยุ่งยากในการออกแบบเพื่อตัดชุดผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยุ่งยากมาก	12	15.00
ปานกลาง	37	46.25
ไม่ยุ่งยาก	31	38.75
รวม	80	100.00

หมายเหตุ การให้คะแนนคำตอบของผู้บริโภคร่วมจะให้คะแนนในทางตรงกันข้ามกับที่ได้อธิบายไว้ตอนต้นเพราะลักษณะคำถามเป็นส่วนกลับของทัศนคติของผู้บริโภคร่วมต่อผ้าไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การส่งเสริมบุคลิกภาพ

ในการสวมใส่ผ้าไหมนั้นสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภครุ่นใหญ่ซื้อผ้าไหมมาสวมใส่ก็เพราะผู้บริโภครุ่นใหญ่มีความคิดว่าการสวมใส่ผ้าไหมนั้นจะสามารถทำให้ตนเองมีบุคลิกภาพที่ดีขึ้น ดังนั้นคำตอบที่ผู้บริโภครุ่นใหญ่ตอบมาเมื่อถามถึงเรื่องการส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้บริโภค คือผู้บริโภครุ่นใหญ่ 61.25 ตอบว่าการสวมใส่ผ้าไหมจะมีส่วนในการส่งเสริมบุคลิกภาพเป็นอย่างมาก ร้อยละ 28.75 ตอบว่าการสวมใส่ผ้าไหมจะช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพเพียงปานกลาง และร้อยละ 10.00 ของผู้บริโภครุ่นใหญ่ตอบว่าการสวมใส่ผ้าไหมนั้นมีส่วนช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพได้น้อย จากการวิเคราะห์คำตอบของผู้บริโภครุ่นใหญ่แล้วจึงได้คะแนนเท่ากับ 2.51 ผลการศึกษาคือผู้บริโภครุ่นใหญ่ที่สนใจมากที่สุดเกี่ยวกับความคิดว่าการสวมใส่ผ้าไหมจะสามารถเสริมสร้างบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ให้ดีขึ้น (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 การส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้บริโภค

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	49	61.25
ปานกลาง	23	28.75
น้อย	8	10.00
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ความเหมาะสมกับสภาพอากาศในกรุงเทพมหานคร

สภาพอากาศของกรุงเทพมหานครในปัจจุบันมีอากาศร้อนเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นเมื่อถามว่าการสวมใส่ผ้าไหมนั้นมีความเหมาะสมกับสภาพอากาศในกรุงเทพมหานครหรือไม่ นั้น มีผู้บริโภคร้อยละ 10 ตอบว่ามีความเหมาะสมโดยให้เหตุผลว่า เมื่อสวมใส่ผ้าไหมแล้วจะรู้สึกเย็นสบายเพราะเป็นผ้าที่ทอจากใยธรรมชาติจึงมีการระบายอากาศดี ร้อยละ 33.75 มีคำตอบว่าค่อนข้างเหมาะสมและร้อยละ 56.25 มีคำตอบว่าไม่เหมาะสมที่จะสวมใส่ผ้าไหมกับสภาพอากาศในกรุงเทพฯ แต่ที่สวมใส่เพราะสถานที่ทำงานส่วนใหญ่มีเครื่องปรับอากาศ หรือสวมใส่ไปในงานเลี้ยงต่าง ๆ ในตอนกลางคืนเท่านั้น จึงไม่ค่อยมีปัญหาเวลาสวมใส่ จากการวิเคราะห์คำตอบจึงได้คะแนนจากผู้บริโภคเท่ากับ 1.54 เท่านั้น ผลการศึกษาของผู้บริโภคในเรื่องนี้จึงได้ว่าผู้บริโภคมีทัศนคติที่ไม่ดีกับการสวมใส่ผ้าไหมในสภาพอากาศของกรุงเทพมหานครในปัจจุบันนี้ (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 ความเหมาะสมกับสภาพอากาศในกรุงเทพมหานคร

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	8	10.00
ค่อนข้างเหมาะสม	27	33.75
ไม่เหมาะสม	45	56.25
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. การออกแบบลวดลายผ้าไหม

ผ้าไหมไทยจะมีทั้งแบบที่เป็นผ้าพื้นและผ้าลาย โดยผ้าที่เป็นลายจะมีทั้งที่เป็นลายที่เกิดจากการทอ คือผ้าไหมมัดหมี่ และลายที่นำผ้าพื้นมาพิมพ์ลายที่หลัง จากการออกแบบสอบถามว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่จะนิยมใช้ผ้าไหมมัดหมี่มากกว่าผ้าที่พิมพ์ลาย โดยให้เหตุผลว่าลวดลายที่ผลิตออกมานั้นเป็นลวดลายที่แสดงออกถึงความเป็นไทย แต่เมื่อถามว่าลวดลายที่ออกแบบมานั้นตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด มีผู้บริโภคร้อยละ 17.50 ตอบว่าตรงกับความต้องการมาก ร้อยละ 60.00 นั้นตอบว่าลวดลายที่ออกแบบมาตรงกับความต้องการปานกลาง และร้อยละ 22.50 มีคำตอบว่าลวดลายที่ออกมาตรงกับความต้องการน้อยหรือไม่ค่อยตรงกับความต้องการ จากการวิเคราะห์ค่าตอบจึงได้คะแนนเท่ากับ 1.95 ผลคือผู้บริโภคร้อยละที่มีทัศนคติที่น้อยกับลวดลายของผ้าไหมและพร้อมกันได้เสนอว่าควรจะมีลวดลายใหม่ ๆ ออกมาบ้างเพราะลายที่ผลิตออกมานั้นมันเหมือน ๆ กันทำให้มีความรู้สึกซ้ำซาก และลวดลายที่ผลิตออกมานั้นส่วนใหญ่จะเหมาะสมกับผู้บริโภคในวัยสูงอายุมากกว่าผู้บริโภคร้อยละอื่น ๆ (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 การออกแบบลวดลายผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	14	17.50
ปานกลาง	48	60.00
น้อย	18	22.50
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. การออกแบบสี

เมื่อถามว่าการออกแบบสีของผ้าไหมในปัจจุบันตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด มีผู้บริโภคร้อยละ 27.50 ตอบว่าตรงกับความต้องการมาก ร้อยละ 57.50 ตอบว่าตรงกับความต้องการปานกลางและอีกร้อยละ 15.00 ตอบว่ายังตรงกับความต้องการน้อย ซึ่งการเลือกสีของผู้บริโภคจะไม่ค่อยจำกัดว่าเป็นสีอะไรเป็นพิเศษโดยจะดูจากความสวยงามและความถูกต้องของผู้บริโภคแต่ละคน รวมทั้งดูให้เข้ากับบุคลิกของตนเองและโอกาสที่จะสวมใส่เป็นหลัก จากการวิเคราะห์ถึงคำตอบของผู้บริโภคจึงได้คะแนนเท่ากับ 2.13 ผลการศึกษาคือผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่ค่อนข้างลบเรื่องสีของผ้าไหม (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 การออกแบบสีของผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	22	27.50
ปานกลาง	46	57.50
น้อย	12	15.00
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. ความยุ่งยากในการดูแลรักษา

เมื่อถามถึงความยุ่งยากในการดูแลรักษาผ้าไหม ไม่ว่าจะเป็นการซัก การรีดและการเก็บรักษาเพื่อให้ผ้ายังคงอยู่ในสภาพที่สวยงามและสมบูรณ์ที่สุดนั้น ผู้บริโภคร้อยละ 68.75 มีคำตอบว่าในการดูแลรักษาผ้าไหมนั้นมีความยุ่งยากมาก ผู้บริโภคร้อยละ 27.50 ตอบว่าการดูแลรักษาผ้าไหมมีความยุ่งยากเพียงปานกลาง และที่เหลือร้อยละ 3.75 ตอบว่าการดูแลรักษาไม่มีความยุ่งยากเลยหรือยุ่งยากเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จากการวิเคราะห์ถึงคำตอบของผู้บริโภคจึงได้คะแนนเท่ากับ 1.35 ผลการศึกษาคือผู้บริโภคมักทัศนคติที่ไม่ดีเกี่ยวกับการที่จะต้องมาคอยดูแลรักษาผ้าไหม โดยผู้บริโภคให้ความเห็นว่าการซื้อผ้าไหมเหมือนกับการเข้าซื้อเพราะเมื่อซื้อมาแล้วก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา โดยการส่งผ้าไหมไปทำความสะอาดตามร้านซักแห้งทั่วไป (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 การดูแลรักษาผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	55	68.75
ปานกลาง	22	27.50
น้อย	3	3.75
รวม	80	100.00

หมายเหตุ การให้คะแนนคำตอบของผู้บริโภคจะให้คะแนนในทางตรงกันข้ามกับที่ได้อธิบายไว้ตอนต้นเพราะลักษณะคำถามเป็นส่วนกลับของทัศนคติของผู้บริโภคต่อผ้าไหม

11. ความระมัดระวังขณะสวมใส่ผ้าไหม

นอกจากความยุ่งยากในการดูแลรักษาแล้วในขณะที่สวมใส่ผ้าไหมผู้สวมใส่ก็ยังคงมีความระมัดระวังเป็นพิเศษด้วย เนื่องจากผ้าไหมนั้นมีราคาแพงถ้าไม่ระมัดระวังในการสวมใส่จะทำให้เกิดความเสียหายกับผ้าไหมได้ โดยผู้บริโภคร้อยละ 76.25 มีคำตอบว่าขณะสวมใส่จะต้องมีความระมัดระวังอย่างมาก ร้อยละ 21.25 มีคำตอบว่าความระมัดระวังในการสวมใส่ผ้าไหมมีเพียงปานกลาง และอีกร้อยละ 2.50 มีความคิดเห็นว่าการสวมใส่ผ้าไหมไม่จำเป็นต้องมีความระมัดระวัง จากการวิเคราะห์คำตอบของผู้บริโภคจึงได้คะแนนเท่ากับ 1.26 ผลการศึกษาคือผู้บริโภคมักทัศนคติที่ไม่ดีต่อการสวมใส่ผ้าไหมในเรื่องที่จำเป็นจะต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 ความระมัดระวังในการสวมใส่ผ้าไหมไทย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	61	76.25
ปานกลาง	17	21.25
น้อย	2	2.50
รวม	80	100.00

หมายเหตุ การให้คะแนนคำตอบของผู้บริโภคจะให้คะแนนในทางตรงกันข้ามกับที่ได้อธิบายไว้ตอนต้นเนราะลักษณะคำถาม เป็นส่วนกลับของทัศนคติของผู้บริโภคต่อผ้าไหม

12. ความต้องการผ้าไหมเพื่อสวมใส่ในสังคมปัจจุบัน

เมื่อถามว่าในสังคมปัจจุบันนี้ผู้บริโภค มีความต้องการผ้าไหมเพื่อสวมใส่มากน้อยเพียงใดนั้น มีผู้บริโภคร้อยละ 12.50 มีความคิดว่าเป็นสังคมปัจจุบันมีความต้องการผ้าไหมเพื่อนำมาสวมใส่มาก ร้อยละ 62.50 มีความคิดว่าเป็นความต้องการเพียงปานกลาง และร้อยละ 25.00 ของผู้บริโภคมีความคิดว่าเป็นสังคมปัจจุบันยังมีความต้องการสวมใส่ผ้าไหมยังน้อย จากการวิเคราะห์คำตอบของผู้บริโภคจึงได้คะแนนเท่ากับ 1.88 ผลการศึกษาคือผู้บริโภคมีทัศนคติถึงความต้องการสวมใส่ผ้าไหมในสังคมปัจจุบันที่ตื้นเขิน คือยังมีความต้องการผ้าไหมเพื่อสวมใส่น้อยนั่นเอง (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 ความต้องการผ้าไหมในสังคมปัจจุบัน

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	10	12.50
ปานกลาง	50	62.50
น้อย	20	25.00
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. ปัญหาในการเลือกซื้อผ้าไหม

เมื่อถามว่าในการเลือกซื้อผ้าไหมนั้นผู้บริโภคระสบปัญหาต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด มีผู้บริโภคร้อยละ 25.00 ตอบว่ามีปัญหามากในการเลือกซื้อ ร้อยละ 47.50 ของผู้บริโภครอบว่ามีปัญหาเพียงปานกลาง และอีกร้อยละ 27.50 ตอบว่าพบปัญหาน้อยในการเลือกซื้อผ้าไหม โดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่ก็คือ การไม่ค่อยจะเข้าใจถึงคุณภาพของผ้าไหมว่าคุณภาพที่ดีมีลักษณะอย่างไร เพราะส่วนใหญ่การซื้อจะดูเพียงว่าผ้าสวยและสีดูใจเท่านั้น ทำให้การซื้อบางทีจึงซื้อของปลอม คือผ้าไหมที่ไม่แท้ทำให้เกิดปัญหาผ้าหดและสีตกตามมา จากการวิเคราะห์ถึงคำตอบของผู้บริโภคจึงได้คะแนนเท่ากับ 2.03 ผลการศึกษาคือผู้บริโภคมักตัดสินใจที่น้อยในการเลือกซื้อผ้าไหม ซึ่งก็ยังมีปัญหาบ้างแต่ก็ไม่ค่อยมากนักในการเลือกซื้อผ้าไหมของผู้บริโภค (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 ปัญหาในการเลือกซื้อผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	20	25.00
ปานกลาง	38	47.50
น้อย	22	27.50
รวม	80	100.00

หมายเหตุ การให้คะแนนคำตอบของผู้บริโภคจะให้คะแนนในทางตรงกันข้ามกับที่ได้อภิบาลไว้ตอนต้นเพราะลักษณะคำถามเป็นส่วนกลับของทัศนคติของผู้บริโภคต่อผ้าไหม

14. ความจำเป็นของเครื่องประดับ

เมื่อถามว่าในการสวมใส่ผ้าไหมแล้วมีความจำเป็นที่จะต้องซื้อเครื่องประดับมาสวมใส่ให้เข้ากับชุดผ้าไหมมากน้อยเพียงใด มีผู้บริโภคร้อยละ 38.75 มีความคิดถึงความจำเป็นมากที่จะต้องหาเครื่องประดับมาสวมใส่ให้เข้ากับชุดผ้าไหม ร้อยละ 36.25 มีความคิดถึงความจำเป็นเพียงปานกลางที่จะต้องใส่เครื่องประดับ และอีกร้อยละ 25.00 มีความคิดว่าไม่มีความจำเป็นในการจะต้องหาเครื่องประดับเพื่อมาสวมใส่ให้เข้ากับชุดผ้าไหม จากการวิเคราะห์ค่าตอบจึงได้คะแนนเท่ากับ 2.14 ผลการศึกษาคือผู้บริโภคมักตัดสินใจเรื่องเครื่องประดับที่จะต้องนำมาสวมใส่ให้เข้ากับชุดผ้าไหมนั้นในระดับน้อยคือ ไม่ค่อยมีความจำเป็นมากนักที่จะต้องสวมใส่เครื่องประดับ เพราะผ้าไหมเป็นผ้าที่มีความสวยงามในตัวของมันเองอยู่แล้ว (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 ความจำเป็นของเครื่องประดับที่นำมาสวมใส่กับผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาก	31	38.75
ปานกลาง	29	36.25
น้อย	20	25.00
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

15. ความเหมาะสมในการนำเลื่อมลายมาตกแต่งเพิ่มเติม

ในปัจจุบันได้มีการนำเลื่อมลายและอุปกรณ์ต่าง ๆ มาตกแต่งบนผ้าชนิดอื่น ๆ เพื่อเพิ่มความสวยงามให้แก่ผ้าชนิดนั้น ๆ ผ้าไหมก็เช่นกันได้มีการคิดนำวัสดุต่าง ๆ มาตกแต่งเพื่อจะเพิ่มความสวยงามให้กับผ้าไหมด้วย มีผู้บริโภคร้อยละ 23.75 มีความคิดว่าจะเพิ่มความสวยงามให้กับผ้าไหมด้วย มีผู้บริโภคร้อยละ 35.00 มีความคิดว่าจะเพิ่มความสวยงามให้แก่ผ้าไหม ร้อยละ 35.00 มีความคิดว่าค่อนข้างเหมาะสม และร้อยละ 41.25 ของผู้บริโภคมีความคิดว่าจะไม่เหมาะสมเลยที่จะนำวัสดุต่าง ๆ มาตกแต่งบนผ้าไหมเพราะจะทำให้ความสวยงามของผ้าหายไป จากคำตอบดังกล่าวจึงวิเคราะห์ได้คะแนนเท่ากับ 1.83 ผลการศึกษาคือผู้บริโภคมักมีทัศนคติที่ค่อนข้างดีกับการนำวัสดุต่าง ๆ มาตกแต่งบนผ้าไหมเพราะผ้าไหมเป็นผ้าที่มีความสวยงามอยู่ในตัวของมันเองจึงไม่ควรที่จะนำวัสดุใด ๆ ไปปกปิดความสวยงามอันนั้น (ตารางที่ 32)

ตารางที่ 32 การนำเลื่อมลายมาตกแต่งบนผ้าไหม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	19	23.75
ค่อนข้างเหมาะสม	28	35.00
ไม่เหมาะสม	33	41.25
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16. การนำผ้าไหมมาตัดเย็บตามแฟชั่นในปัจจุบัน

แฟชั่นในปัจจุบันได้มีการออกแบบเสื้อผ้าต่าง ๆ ตามความนิยมของคนทั่วไป และการนำผ้าไหมมาประยุกต์ให้เข้ากับแฟชั่นตามสมัยนิยมนั้น ก็ได้มีการกระทำกันด้วยเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่ผ้าไหมให้รู้จักกับผู้บริโภคทั่วไป เมื่อถามถึงการนำผ้าไหมมาตัดเย็บตามแฟชั่นในปัจจุบันนั้น มีผู้บริโภคร้อยละ 28.75 มีความคิดว่าจะเหมาะสมที่จะนำผ้าไหมมาประยุกต์ให้เข้ากับแฟชั่นในปัจจุบันเพื่อการสวมใส่ผ้าไหมจะได้มีการรู้จักเพิ่มขึ้นแก่คนทั่วไป ผู้บริโภคร้อยละ 48.75 มีความคิดว่าค่อนข้างเหมาะสม และมีผู้บริโภคร้อยละ 22.50 มีความคิดว่าไม่เหมาะสมเลยที่จะนำผ้าไหมมาประยุกต์ให้เข้ากับแฟชั่นในปัจจุบันเพราะแฟชั่นในปัจจุบันบางอย่างไม่เหมาะที่จะนำผ้าไหมมาตัดเย็บ จากการวิเคราะห์ค่าตอบจึงได้คะแนนเท่ากับ 2.06 นั่นคือผู้บริโภคผ้าไหมมีทัศนคติที่ค่อนข้างดีกับการนำผ้าไหมมาประยุกต์กับแฟชั่นในปัจจุบัน (ตารางที่ 33)

ตารางที่ 33 การนำผ้าไหมมาประยุกต์ให้เข้ากับแฟชั่นในปัจจุบัน

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	23	28.75
ค่อนข้างเหมาะสม	39	48.75
ไม่เหมาะสม	18	22.50
รวม	80	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ผ้าไหม เป็นสินค้าหัตถกรรมที่ผลิตโดยการทอด้วยมือ ซึ่งเป็นการแสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย คาดว่าในอนาคตผ้าไหมไทยจะเป็นสินค้าที่เป็นที่นิยมมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจกับการแต่งกายของตนเอง เพื่อให้เกิดความสง่างามและดูภูมิฐาน จากการศึกษาข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภค 80 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้ คือ

ด้านสังคมและส่วนตัวของผู้บริโภคผ้าไหม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุดและมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพในบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือรับราชการ โดยมีระดับรายได้อต่อเดือนสูงกว่า 10,000 บาท

ด้านพฤติกรรมการซื้อผ้าไหมของผู้บริโภค พบว่าส่วนใหญ่จะซื้อผ้าไหมมาเพื่อตัดเสื้อผ้าสำหรับใส่เอง เนื่องจากความสวยงามของผ้า ซึ่งผู้บริโภคมีความต้องการอยากจะสวมใส่และคิดว่าเมื่อได้สวมใส่แล้วจะสามารถเสริมสร้างบุคลิกภาพของตนเองให้ดูภูมิฐานกว่าเดิม รวมทั้งความคิดที่ว่าผ้าไหมเป็นสินค้าที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย จึงน่าจะช่วยกันสนับสนุนและส่งเสริมให้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยผู้บริโภคจะซื้อผ้าไหมจากร้านค้าในกรุงเทพมหานครมากที่สุด และร้านค้าที่ได้รับความนิยมมากคือ ร้าน Jim Thompson เพราะร้านนี้มีชื่อเสียงเกี่ยวกับการผลิตผ้าไหมที่มีคุณภาพมานาน ผู้บริโภคจะใช้เวลาเล็กน้อยในการตัดสินใจซื้อและการตัดสินใจมักจะไม่ปรึกษาใคร โดยจะตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง แต่สำหรับผู้ที่ขอคำปรึกษาจากผู้อื่นจะขอคำปรึกษาจากมารดาและเพื่อนมากที่สุด

เอกสารซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคไม่เจาะจงว่าจะต้องซื้อหัตถ์ใด หรือเป็นผ้าไหมที่ผลิตจากภาคใดด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นพิเศษ เพียงขอให้ผ้าไหมที่จะซื้อนั้นมีคุณภาพดีและมีความสวยงามถูกใจของผู้บริโภคเท่านั้นก็ใช้ได้ ผู้บริโภคจะเคยซื้อผ้าไหมที่ผลิตจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากกว่าภาคอื่น ๆ โดยให้ความเห็นว่าภาคนี้ผลิตผ้าไหมที่มีคุณภาพดีและมีความสวยงามกว่าภาคอื่น ๆ ผู้บริโภคมักสวมใส่ชุดผ้าไหมสำหรับการออกงานเลี้ยงต่าง ๆ ทั้งยังมีความต้องการที่จะซื้อผ้าไหมเพื่อนำมาสวมใส่อีกต่อไป นอกจากนี้ผู้บริโภคยังได้เสนอแนะเกี่ยวกับผ้าไหมที่สมควรจะมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น เกี่ยวกับคุณภาพและเนื้อผ้า ตลอดจนสีก็ควรจะมีการปรับปรุงให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในระดับต่าง ๆ ด้วย ลวดลายของผ้าไหมควรจะมีการพัฒนาให้เหมาะสมกับวัยรุ่นมากขึ้น เพราะลวดลายที่ผลิตมานั้น ส่วนใหญ่จะเหมาะกับผู้สูงอายุมากกว่า รวมทั้งการที่ราคาผ้าไหมสูงเกินสมควรสำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้อัตราปานกลางและสถานที่จำหน่ายผ้าไหมที่มีคุณภาพดีก็สมควรจะมีให้มากกว่านี้

ด้านทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับผ้าไหมนั้น ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีมากในด้านคุณภาพของเนื้อผ้า คุณภาพของสีที่ใช้ในการผลิต และการส่งเสริมคุณภาพเมื่อได้สวมใส่ชุดผ้าไหม ส่วนผู้บริโภคมีทัศนคติที่ค่อนข้างเกี่ยวกับผ้าไหมในเรื่องราคาของผ้าไหม การนำผ้าไหมมาตัดเป็นชุดทำงานเพื่อประกอบอาชีพในปัจจุบัน ความยุ่งยากในการออกแบบเพื่อตัดชุดผ้าไหม ความเหมาะสมที่จะสวมใส่ผ้าไหมในสภาพอากาศของกรุงเทพมหานคร การออกแบบลวดลายของผ้าไหม การออกแบบโทนสีของผ้าไหม ความต้องการใช้ผ้าไหมไทย ปัญหาที่พบในการซื้อผ้าไหม ความจำเป็นของเครื่องประดับที่จะนำมาสวมใส่กับผ้าไหม การนำเลื่อมลายและวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ มาตกแต่งบนผ้าไหมและการนำผ้าไหมมาประยุกต์ให้เข้ากับแฟชั่นตามสมัยนิยม ส่วนทัศนคติที่ไม่ดีที่ผู้บริโภคมีต่อผ้าไหมได้แก่ การดูแลรักษาผ้าไหมที่มีความยุ่งยาก และความระมัดระวังในการสวมใส่ชุดผ้าไหมในโอกาสต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

จากปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคร่วมใหญ่พบได้แก่

1. **คุณภาพของผลิตภัณฑ์** ได้แก่คุณภาพของเนื้อผ้าและสีที่ใช้ในการผลิตผ้าไหม ทางหน่วยงานของราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการต่าง ๆ ในการผลิต โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของตลาด เช่น วิจัย การสาวไหมให้ได้คุณภาพมาตรฐานทั้งการสาวด้วยมือและเครื่องจักร เพื่อการทอผ้าไหม ที่มีคุณภาพของเนื้อผ้าที่ดีขึ้น วิจัยการใช้สีที่จะย้อมผ้าไหมเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาสีตกหรือสีซีดเร็วเกินไป ซึ่งการพิจารณาคุณภาพของไหมว่าดีหรือไม่นั้น สามารถจะพิจารณาจากสาเหตุ

8 ประการด้วยกัน คือ

1.1 ความสม่ำเสมอ โยไหมและเส้นด้ายต้องมีขนาดสม่ำเสมอเท่ากันตลอดไป

1.2 ความยืดหยุ่นและความแข็งแรง ถ้าไหมมีคุณสมบัติดี เวลาทอจะได้ผ้าเนื้อเรียบสม่ำเสมอ ถ้าไม่ดีมักมีปลายเส้นโยไหลขึ้นมาและมีรอยต่อเส้นโยในเส้นด้าย

1.3 ความสดใและเป็นมัน ต้องดูสม่ำเสมอทั่วตลอดทั้งผืนผ้า

1.4 Crossing คือ ลักษณะที่โยไหมพองเป็นแห่ง ๆ มักจะเกิดในระยที่สาวหรือนั่นโยไหมที่มีความเร็วหรือแรงดึงของโยไหมแต่ละเส้นไม่เท่ากัน เมื่อทอเป็นผืนผ้าจะทำให้ผิวขรุขระ

1.5 ขน เกิดจากการที่โยขาดมาก กลายเป็นโยสั้นทำให้ปลายเส้นโยไหลขึ้นผิวผ้าขึ้นมามากเกินไป

1.6 เส้นด้ายมีจุดขาว ๆ อยู่ประปรายทั่วไปเวลาย้อมสีจะติดไม่เท่ากันทำให้ต่าง เกิดขึ้นเพราะสาวไหมในน้ำที่ร้อนไม่พอ กาวหรือขี้ผึ้งไหมยังไม่อ่อนตัวดึงโยไหมออกทำให้เส้นในแตก

1.7 มีปมหรือปมของเส้นโย ที่ขาดและพันกัน เป็นกระจุกติดอยู่ในเส้นด้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ 1.8 **ห่วงการใช้ง** เกิดจากการสาวไหมซึ่งดึงโยไหมออกมาแต่ละเส้นไม่เท่ากันการคำนวณว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เท่ากัน ทำให้ห่อนเกิดเป็นห่วงในเส้นด้าย

2. **ราคาของผลิตภัณฑ์** ควรมีการปรับราคาลงมาเพื่อให้เหมาะสมกับกำลังซื้อของคนชั้นกลาง ซึ่งเป็นผู้บริโภคส่วนใหญ่ของประเทศ ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะใช้ผ้าไหมได้ตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น เพราะผ้าไหมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง ผู้บริโภคบางคนมีความต้องการจะบริโภคแต่มีข้อจำกัดในเรื่องของราคา โดยทางรัฐบาลควรจะมีการพิจารณาควบคุมราคาของวัตถุดิบคือ เส้นไหมให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและสนับสนุนให้มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมให้เพิ่มขึ้น รวมทั้งควรมีการวิจัยพันธุ์หม่อนและไหมพันธุ์ดีที่สามารถให้ผลผลิตได้ในอัตราสูงรวมทั้งกระจายพันธุ์ไปสู่เกษตรกรให้มากขึ้น เพื่อที่จะสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ ทำให้สามารถปรับราคาของผ้าไหมให้ต่ำลงมา เป็นการสอดคล้องกับแผนการเผยแพร่สินค้าผ้าไหมให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไป เพราะถ้าราคาสามารถที่จะต่ำกว่าที่เป็นอยู่นี้จะทำให้มีผู้บริโภคให้ความสนใจซื้อผ้าไหมมาสวมใส่กันมากขึ้น

3. **ลวดลายของผลิตภัณฑ์** ควรมีการพัฒนาและออกแบบลวดลายของผ้าไหมทั้งผ้าไหมมัดหมี่และผ้าไหมมัดย้อม ให้มีความสวยงามและเหมาะสมกับผู้บริโภคทุกวัยเนื่องจากลวดลายที่ผลิตออกมา ส่วนใหญ่ของผ้ามัดหมี่จะเหมาะกับผู้ที่อยู่ในวัยสูงอายุเสียมากกว่าผู้บริโภคน้อยวัยอื่น ๆ ไม่เหมาะสมกับผู้บริโภคในวัยรุ่น

4. **สถานที่จำหน่าย** ควรมีการกระจายสถานที่จำหน่ายผ้าไหมคุณภาพดีในกรุงเทพมหานครให้มากขึ้น เพราะเท่าที่มีการจำหน่ายอยู่นั้นผ้าไหมที่มีคุณภาพดีจะมีจำหน่ายตามร้านค้าที่มีชื่อเสียง จึงทำให้ราคาของผ้าไหมนั้นมีราคาแพงจนเกินควร เพราะทางร้านค้าจะเน้นการขายให้แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศเสียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการแก้ปัญหานี้อาจจะทำโดยการรวมกลุ่มเกษตรกรตามต่างจังหวัดมาเปิดร้านค้าในกรุงเทพฯ โดยการดำเนินงานของหน่วยราชการแต่ละจังหวัดร่วมกับหน่วยราชการของทางกรุงเทพมหานคร จัดหาสถานที่จำหน่ายซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค เป็นการลดปัญหาพ่อค้าคนกลาง

เอกสารอ้างอิง เอกสาร ซึ่งผ้าไหมคุณภาพดีที่มีขายตามร้านค้าทั่วไปนั้นควรจะมีการเลือกซื้อจากร้านที่เป็นงานการค้ำไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมาชิกสมาคมไผ่ไทยและมีใบรับรองคุณภาพจากสมาคม

สำหรับวิธีพิสูจน์ว่าผ้าไหมของท่านเป็นผ้าไหมแท้หรือไม่นั้น สามารถกระทำ
ได้ 4 วิธีด้วยกันคือ

4.1 เเผาไฟ วิธีนี้สะดวกและทำได้ง่ายที่สุดคือให้นำผ้าไหมมาแยก
เส้นยืนและเส้นพุ่ง ใช้ปากคีบจับเส้นใยจ่อในตะเกียงแอลกอฮอล์ ถ้าเป็นไหมแท้จะติดไฟ
และไหม้เร็ว เมื่อนำออกจากเปลวไฟ ไฟจะดับถ้าจะรวมกันเป็นสีดำกลืนเหมือนผมหรือ
ขนนกไหม้หรือปลาหมึกย่าง

4.2 ใช้กล้องจุลทรรศน์ดูเส้นใย วิธีนี้ไม่แนะนำให้ทำเพราะยุ่งยาก

4.3 ย้อมสี หยดซิงค์คลอไรด์ไอโอไดร์ลงบนเส้นใย แล้วส่องดู
ด้วยกล้องจุลทรรศน์ถ้าเป็นไหมแท้จะมีสีน้ำตาล

4.4 วิธีทดสอบทางเคมี มีหลายวิธีให้เลือกใช้คือ

4.4.1 นำคอปเปอร์ออกไซด์ละลายกับแอมโมเนียแล้วนำเศษ
ผ้าไหมลงแช่ครึ่งชั่วโมงถ้าเป็นไหมแท้จะไม่ละลาย

4.4.2 ละลายซิงค์คลอไรด์เจือซิงค์ออกไซด์เล็กน้อยแล้วเอา
เศษไหมชุบลงไปถ้าเป็นไหมแท้จะละลายโดยเร็ว

4.4.3 ใช้กรดไนตริกทดลองใยไหมจะละลายทันที

5. วิธีการดูแลรักษา เนื่องจากผ้าไหมเป็นของดีมีราคา ดังนั้นคนโบราณจึง
สอนลูกหลานว่า ถ้าจะซึกผ้าไหมให้ใช้น้ำมะพร้าวแกงซึกแล้วผึ่งให้แห้งโดยไม่ต้องซึกน้ำซ้ำ
แต่สำหรับคนสมัยใหม่ถ้าจะซึกผ้าไหมให้ดีและให้คงใหม่เหมือนเดิม วิธีการซึกแห้งจะเป็น
วิธีที่ดีที่สุด แต่วิธีที่สะดวกและดีต่อผ้าไหมอันมีค่าของเราสำหรับการที่จะทำความสะอาด
ด้วยตนเอง คือ ให้ใช้สบู่หรือผงซักฟอกอย่างอ่อน ถ้าเป็นผ้าสีควรใส่เกลือในน้ำสบู่เล็กน้อย
ซึกผ้าไหมในน้ำอุ่นไม่เกิน 45 องศาเซลเซียส ล้างด้วยน้ำอุ่นหลาย ๆ น้ำให้หมดสบู่
เมื่อลงน้ำสุดท้ายให้เติมน้ำส้มสายชูลงในน้ำซัก 1 ช้อน จะช่วยรักษาผ้าไหมให้ขยับเงา
ห้ามบิดเป็นอันขาดให้บีบหรือสะบัดแล้วนำไปแขวนในที่ร่มให้น้ำหยดแห้งไปเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนการรีดผ้าไหมมีข้อแม้ว่า ห้ามใช้เตารีดไอน้ำเป็นอันขาด ให้ใช้ผ้าแห้ง
 ที่สะอาดคลุมข้างบนเวลารีดและนรมผ้าไหมให้ขึ้นเสมอกันทั้งผืน หรือใช้วิธีรีดทางข้างกลับ
 ของผ้าไหมก็ได้ ซึ่งผ้าไหมไทยที่ผู้ใช้รู้จักรักษาจะทนทานมากเพราะไม่มีเส้นใยใดในโลก
 ที่จะทนกว่าเส้นใยไหมธรรมชาติ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. 2533. รายงานผลการศึกษาวิจัยไหมและผลิตภัณฑ์ไหม.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อักษรไทย.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2508. รายงานผลการศึกษาค้นคว้าเรื่องภาวะการผลิต การตลาดและราคาไหมไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.
กรุงเทพมหานคร: (โรเนียว).
- ยนิษฐา สุวรรณชาติ. 2528. "แพรวา-ผ้าไหม". อนุสารอสท.. ปีที่ 25 (ฉบับที่ 10): น.61-64.
- คณะกรรมการส่งเสริมไหมไทย. 2529. อุตสาหกรรมไหมไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กระดาษไทย.
- นคร อัมศิริวัฒน์. 2526. การวิเคราะห์โอกาสที่จะเน้นรายได้ของกิจการทอผ้าใน อำเภอชนบทและอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น พ.ศ. 2523-2524.
กรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เบญจวรรณ รัตนประสูร. 2532. รายงานการสัมมนาตลาดผ้าไหมในต่างประเทศและ การวางแผนเจาะตลาด. กรมพาณิชย์สัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: (โรเนียว).
- ปิยะนุช ชูภมพงษ์. 2531. การวิเคราะห์เศรษฐกิจอุตสาหกรรมไหมไทยเพื่อการส่งออก
กรุงเทพมหานคร. ปัญหาพิเศษ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ศรีประพันธ์ นิ่งเกียรติ. 2530. รายงานผลการศึกษาวิจัยเรื่องปัญหาและอุปสรรคในการ ผลิตผ้าไหมไทย. กรุงเทพมหานคร: (โรเนียว).
- เศรษฐ วาณิชวงศ์. 2533. รายงานการสัมมนาเรื่องวัตถุดิบ ต้นทุนและเทคโนโลยีการ ผลิตผ้าไหม. กรุงเทพมหานคร: (โรเนียว).
- สมาคมไหมไทย. 2532. วารสาร THAI SILK GUIDE BOOK. กรุงเทพมหานคร: น. 18.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุคนธ์พรหม หาญภักดิ์. 2531. รายงานการศึกษาลู่ทางการพัฒนาการส่งออกผ้าไหมและ
ผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: (โรเน็ชว).



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(สำเนา)

ประกาศกระทรวงพาณิชย์

เรื่อง มาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม^{1/}

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 16 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติสินค้าขาออก พ.ศ. 2503 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ออกประกาศไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ให้ยกเลิกประกาศกระทรวงเศรษฐกิจ ลงวันที่ 8 พฤษภาคม 2511 เรื่อง มาตรฐานผ้าไหมไทย

ข้อ 2. ให้กำหนดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นสินค้ามาตรฐาน

ข้อ 3. ให้กำหนดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไว้ตามรายละเอียดต่อท้ายประกาศนี้

ข้อ 4. ให้ด่านศุลกากรกรุงเทพ ฯ ด่านศุลกากรสงขลา ด่านศุลกากรปาดังเบซาร์ และด่านศุลกากรสะเตาะ จังหวัดสงขลา ด่านศุลกากรเบตง จังหวัดยะลา และด่านศุลกากรสุโขทัย จังหวัดนครราชสีมา เป็นด่านศุลกากรที่ผู้ส่งหรือนำผ้าไหม หรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมออกนอกพระราชอาณาจักร ต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานสินค้า

ข้อ 5.^{2/} การส่งหรือนำผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมออกนอกพระราชอาณาจักรโดยผู้ส่งหรือนำออกได้รับการยกเว้น ไม่ต้องจดทะเบียนเป็นผู้ทำการค้าขาออกซึ่งสินค้ามาตรฐานและไม่ต้องแสดงใบรับรองมาตรฐานสินค้าต่อเจ้าพนักงานศุลกากร ให้กระทำได้เฉพาะกรณีต่อไปนี้

^{1/} ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 90 ตอนที่ 172 ลงวันที่ 25 ธันวาคม 2516

^{2/} ข้อ 5. ความเดิมถูกยกเลิกโดยประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 มีนาคม 2519 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 93 ตอนที่ 66 วันที่ 27 เมษายน 2519 และใช้ความใหม่แทนดังที่พิมพ์ไว้ และใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2519

(1) การนำออกพร้อมกันตนเองโดยมิใช่เป็นการค้าสำหรับผ้าไหมไทยหรือผ้าไหมจู้รี มีปริมาณไม่เกินประเภทละ 30 ตารางเมตร สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีปริมาณไม่เกินชนิดละ 30 ชิ้น

(2) การส่งออกสำหรับผ้าไหมไทยหรือผ้าไหมจู้รี มีปริมาณไม่เกินประเภทละ 12 ตารางเมตร ต่อผู้รับ 1 ราย ต่อ 1 ครั้ง สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีปริมาณไม่เกินชนิดละ 15 ชิ้น ต่อผู้รับ 1 ราย ต่อ 1 ครั้ง

(3) การนำผ้าไหมไทยหรือผ้าไหมจู้รีออก เพื่อใช้ในยานพาหนะที่บรรทุกออกไปเท่าที่จำเป็น มีปริมาณไม่เกินประเภทละ 50 ตารางเมตร

(4) การส่งหรือนำออกเพื่อเป็นตัวอย่าง สำหรับผ้าไหมไทยหรือผ้าไหมจู้รี มีปริมาณไม่เกินชนิดละ 1 ตารางเมตร สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีปริมาณไม่เกินชนิดหรือแบบละ 1 ชิ้น

ข้อ 6. ให้กำหนดอัตราค่าบริการการตรวจสอบมาตรฐานผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไว้ 10 บาทต่อคำร้องขอ ให้ออกใบรับรองมาตรฐานสินค้า 1 ฉบับ

ข้อ 7. ให้กำหนดอัตราค่าบริการออกใบรับรองมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไว้ฉบับละ 5 บาท

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2517 เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2516

(ลงชื่อ) ชาญชัย ลีถาวร

(นายชาญชัย ลีถาวร)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

ข้อ 1. คำนิยาม

(1) "ผ้าไหม" หมายความว่า ผ้าที่ทอในประเทศไทยด้วยไหมแท้ตั้งแต่ร้อยละ 20 ขึ้นไปของน้ำหนักทั้งหมด ไม่ว่าจะทอด้วยมือหรือทอด้วยเครื่องจักร

(2) "ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม" หมายความว่า สิ่งที่ทำหรือประกอบขึ้นด้วยผ้าไหม เป็นสำคัญ

(3) "ไหมแท้" หมายความว่า เส้นใยธรรมชาติที่ได้จากรังไหม

(4) "ทอด้วยมือ" หมายความว่า ทอด้วยเครื่องทอที่ใช้แรงคน

(5) "เดนเออร์" (Denier) หมายความว่า หน่วยวัดขนาดของเส้นไหมแท้ ที่มีน้ำหนักเป็นกรัมต่อความยาว 9,000 เมตร (ความยาว 9,000 เมตร น้ำหนัก 1 กรัม เท่ากับ 1 เดนเออร์)

ข้อ 2.^{1/} ให้แบ่งผ้าไหมออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) ผ้าไหมไทย (Thai Silk) คือ ผ้าที่ทอด้วยไหมแท้ทั้งหมด ไม่ว่าจะมีส่วนอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่งหรือไม่

(2) ผ้าไหมจู้ (Thai Juri) คือ ผ้าที่มีไหมแท้ปนตั้งแต่ร้อยละ 20 ขึ้นไป ของน้ำหนักทั้งหมด

ข้อ 3.^{1/} ให้แบ่งผ้าไหมไทยออกเป็น 8 ชนิด และให้กำหนดมาตรฐานของ ผ้าไหมไทยแต่ละชนิดไว้ดังต่อไปนี้

^{1/} ข้อ 2 ข้อ 3 ความเดิมถูกยกเลิกโดยประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหม และผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 มีนาคม 2519 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 93 ตอนที่ 66 ลงวันที่ 27 เมษายน 2519 และให้ใช้ความใหม่แทนดังที่พิมพ์ไว้

(1) ผ้าไหมไทยชนิดบางมากพิเศษ (Sheer Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 40 เดนเชอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 34 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักตั้งแต่ 20 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 50 กรัมต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

(2) ผ้าไหมไทยชนิดบางมาก (Light Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 60 เดนเชอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักไม่เกิน 85 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 120 กรัม ต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

ในกรณีที่ผ้าไหมไทยชนิดบางทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 120 เดนเชอร์ ไหมยืนที่ใช้ทอต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 24 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักไม่เกิน 85 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 120 กรัม ต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

(3) ผ้าไหมไทยชนิดหนา (Heavy Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 80 เดนเชอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักไม่เกิน 120 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 179 กรัม ต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

ในกรณีที่ผ้าไหมไทยชนิดหนาทอด้วยไหมยืนมีขนาดไม่ต่ำกว่า 200 เดนเชอร์ ไหมยืนที่ใช้ทอต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 20 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักตั้งแต่ 120 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 179 กรัม ต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

(4) ผ้าไหมไทยชนิดหนามาก (Extra Heavy Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 80 เดนเชอร์ แต่ไม่ถึง 120 เดนเชอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 32 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักไม่เกิน 179 กรัมขึ้นไป แต่ไม่เกิน 275 กรัม ต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

ในกรณีที่ผ้าไหมไทยชนิดหนามาก ทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 200 เดนเชอร์ ไหมยืนที่ใช้ทอต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 20 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักไม่เกิน 179 กรัมขึ้นไป ต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

(5) ผ้าไหมไทยชนิดหนาพิเศษ (Drapery Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 120 เดนเชอร์ แต่ไม่ถึง 160 เดนเชอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 20 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักไม่เกิน 179 กรัมขึ้นไป ต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(6) ผ้าไหมไทยชนิดหนามากพิเศษ (Upholstery Weight) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 160 เดนเยอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักเกิน 239 กรัมขึ้นไป ต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

(7)^๒ ผ้าไหมไทยชนิดที่มีสิ่งอื่นเป็นส่วนประกอบเพื่อการตกแต่ง (Decorated Thai Silk) ต้องทอด้วยไหมยืนที่มีขนาดไม่ต่ำกว่า 40 เดนเยอร์ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 เส้น ต่อระยะ 1 เซนติเมตร และต้องมีน้ำหนักเกิน 20 กรัมขึ้นไป ต่อเนื้อที่ 1 ตารางเมตร

(8) ผ้าไหมไทยที่ทอด้วยมือ ต้องมีข้อความภาษาอังกฤษว่า "Thai Silk Hand - Woven In Thailand With 100% Pure Silk" พร้อมด้วยหมายเลขประจำผู้ทำการค้าออกซึ่งสินค้ามาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ตามที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนดไว้ให้ที่ริมผ้าทุกระยะ 1 เมตร ตลอดทั้งผืน

(9) ผ้าไหมไทยที่ทอด้วยเครื่องจักร ต้องมีข้อความภาษาอังกฤษว่า "Thai Silk Machine - Woven In Thailand With 100% Pure Silk" พร้อมด้วยหมายเลขประจำผู้ทำการค้าออกซึ่งสินค้ามาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ตามที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนดไว้ให้ที่ริมผ้าทุกระยะ 1 เมตร ตลอดทั้งผืน

(10) ในกรณีที่ไม้อาจปฏิบัติตาม (9) และ (10) ได้ อันเนื่องด้วยสภาพแห่งสินค้านั้น ให้ติดป้ายหรือสติกเกอร์ข้อความภาษาอังกฤษดังกล่าวไว้ที่ผืนผ้า ทั้งนี้ตามที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนด

(11) ผ้าไหมไทยทุกชนิดต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อย ไม่เปราะเปื้อน ไม่ชำรุด ไม่เปื้อน หรือขาดง่าย และมีสีสม่ำเสมอตามสภาพ หรือลักษณะของผ้าไหมไทยทั้งผืน

^๒ ข้อ (7) ความเดิมถูกยกเลิกโดยประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ฉบับที่ 3) ลงวันที่ 18 พฤษภาคม 2526 ประกาศในราชกิจจานุเบกษาฉบับพิเศษเล่ม 100 ตอนที่ 86 วันที่ 25 พฤษภาคม 2526 และให้ใช้ความใหม่แทนตั้งที่นิพนธ์ไว้

ข้อ 4.^{3/} ให้กำหนดมาตรฐานของผ้าไหมจรีไว้ดังต่อไปนี้

- (1) ผ้าไหมจรีต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อย ไม่เปราะเปื้อน ไม่ชำรุด ไม่เปื่อยหรือขาดง่าย และมีสีสม่ำเสมอตามสภาพหรือลักษณะผ้าไหมจรีตลอดทั้งผืน
- (2) ผ้าไหมจรีที่ทอด้วยมือ ต้องมีข้อความภาษาอังกฤษว่า "Thai Juri Hand - Woven in Thailand" ไว้ที่ริมผ้าทุกกระดะ 1 เมตรตลอดทั้งผืน
- (3) ผ้าไหมจรีที่ทอด้วยเครื่องจักร "Thai Juri Machine - Woven in Thailand) ไว้ที่ริมผ้าทุกกระดะ 1 เมตร ตลอดทั้งผืน
- (4) ผ้าไหมจรีต้องมีข้อความภาษาอังกฤษ แจ้งชนิดและปริมาณเป็นร้อยละโดยน้ำหนักของเส้นใยที่ใช้ทอ พร้อมทั้งหมายเลขประจำผู้ทำการค้าขายออก ซึ่งสินค้ามาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ตามที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนดไว้ให้ต่อท้ายข้อความภาษาอังกฤษตาม (2) และ (3)

ข้อ 5. ให้แบ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็น 14 ชนิด ดังนี้

- (1) เสื้อ
- (2) กางเกง
- (3) กระโปรง
- (4) ชินหรือโสร่ง
- (5) เนคไท หรือโบว์ไท
- (6) ผ้าพันคอ
- (7) ผ้าคลุมผม
- (8) ผ้าคลุมเตียง
- (9) ปลอกหมอน หรือปลอกเบาะ

^{3/} ข้อ 4 ความเดิมถูกยกเลิกโดยประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่องมาตรฐานผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ฉบับที่ 2) ลงวันที่ 30 มีนาคม 2519 และให้ใช้ความใหม่แทนตั้งที่นับนี้ไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (10) ผ้าปูโต๊ะ
- (11) ผ้าเช็ดหน้า
- (12) ผ้าเช็ดปาก
- (13) ผ้ารองภาชนะที่มีขนาดกว้างตั้งแต่ 250 มิลลิเมตรขึ้นไป
- (14) ม่าน

ข้อ 6. ให้กำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมตามข้อ 5. ไว้ดังต่อไปนี้

- (1) ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อยไม่เปรอะเปื้อนหรือชำรุด
- (2) ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ทำด้วยผ้าไหมไทย ต้องมีข้อความภาษาอังกฤษว่า

" Thai Silk 100 % Made in Thailand "

- (3) ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ทำด้วยไหมจรี ต้องมีข้อความภาษาอังกฤษนัจฉนคและปริมาณเป็นร้อยละ โดยนำหนักของเส้นใยที่ใช้ทออยู่หน้าข้อความ " Made in Thailand "
- (4) การมีข้อความภาษาอังกฤษตาม (2) และ (3) จะทำขึ้นโดยวิธีประทับข้อความภาษาอังกฤษนั้นไว้ที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมหรือจะทำเป็นแผ่นป้าย หรือสลากแจ้งข้อความภาษาอังกฤษดังกล่าว ปิดหรือติดไว้ที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม หรือด้วยวิธีการอื่นใดก็ได้ตามความเหมาะสมกับสภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

ข้อ 7. ในกรณีที่มีข้อโต้แย้งหรือปัญหาข้อพิพาทใด ๆ เกี่ยวกับ ข้อ 3. ข้อ 4.

ข้อ 5. และข้อ 6. ให้ถือตัวอย่างที่สำนักงานมาตรฐานสินค้าจัดทำขึ้นครั้งหลังสุดเป็นมาตรฐาน

ข้อ 8. ในกรณีที่มีการซื้อขายผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมตามตัวอย่าง ผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้น ต้องมีมาตรฐานไม่ต่ำกว่าตัวอย่างหรือเงื่อนไขที่ผู้ซื้อได้ตกลงไว้ และสำนักงานมาตรฐานสินค้าได้เห็นชอบแล้ว

ข้อ 9. ผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ที่จะส่งออกนอกราชอาณาจักรต้องบรรจุหุ้มห่อหรือผูกมัดให้เรียบร้อยและแข็งแรง ด้วยวัสดุที่สะอาดและทนทานพอที่จะป้องกันความเสียหายอันจะเกิดแก่ผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนั้นได้



ภาคผนวก ข.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

ทัศนคติของผู้ซื้อผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง กรุณาขีดเครื่องหมาย / ใน () หรือกรอกข้อความลงในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

1. อายุ

- | | |
|-------------------|----------------|
| () ต่ำกว่า 21 ปี | () 21 - 30 ปี |
| () 31 - 40 ปี | () 41 - 50 ปี |
| () 50 ปีขึ้นไป | |

2. ระดับการศึกษา

- | | |
|-----------------------------|----------------------|
| () ประถมศึกษา | () ปริญญาตรี |
| () มัธยมศึกษา | () สูงกว่าปริญญาตรี |
| () อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า | |
| () อื่น ๆ ระบุ _____ | |

3. อาชีพ

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| () นักเรียน นิสิต นักศึกษา | () รับราชการ |
| () รัฐวิสาหกิจ | () บริษัทเอกชน |
| () ประกอบธุรกิจส่วนตัว | () แม่บ้าน |
| () อื่น ๆ ระบุ _____ | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. รายได้ที่ได้รับต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 2,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2,000 - 4,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 4,001 - 6,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6,001 - 8,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 8,001 - 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> สูงกว่า 10,000 บาท |

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผ้าไหมของผู้บริโภค

1. ในการซื้อผ้าไหม ท่านมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ตัดเสื้อผ้าใส่เอง | <input type="checkbox"/> ผากญาติพี่น้อง |
| <input type="checkbox"/> ผากคนนอกที่รู้จัก | <input type="checkbox"/> นำมาขายต่อ |
| <input type="checkbox"/> เก็บสะสม | |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ _____ | |

2. ท่านเคยซื้อผ้าไหมจากสถานที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> ร้านค้าในกรุงเทพมหานคร ระบุชื่อร้านค้า _____ |
| <input type="checkbox"/> งานแสดงสินค้าที่จัดในกรุงเทพมหานคร |
| <input type="checkbox"/> ร้านค้าในต่างจังหวัด (ระบุจังหวัด) _____ |
| <input type="checkbox"/> งานแสดงสินค้าที่จัดในต่างจังหวัด (ระบุจังหวัด) _____ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ ระบุ _____ |

3. ท่านเคยซื้อผ้าไหมไทยทั้งหมดจำนวนประมาณ _____ ผืน

4. ท่านได้ซื้อผ้าไหมไทยครั้งสุดท้ายเมื่อเดือน _____ น.ศ. _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ผ้าไหมไทยที่ท่านเคยซื้อเป็นชนิดใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1 เส้น จำนวน ___ ผืน () 2 เส้น จำนวน ___ ผืน
 () 3 เส้น จำนวน ___ ผืน () 4 เส้น จำนวน ___ ผืน

6. ผ้าไหมไทยที่ท่านซื้อเป็นแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ผ้าพื้น จำนวน ___ ผืน
 () ผ้าริ้ว จำนวน ___ ผืน
 () ผ้าตา จำนวน ___ ผืน
 () ผ้าพิมพ์ลาย ชนิด () พิมพ์ธรรมดา จำนวน ___ ผืน
 () พิมพ์ทอง จำนวน ___ ผืน

7. ในการตัดสินใจซื้อผ้าไหม ท่านได้ปรึกษาคณะอื่นหรือไม่

- () ปรึกษา ระบุ _____
 () ไม่ปรึกษา โดยตัดสินใจด้วยตัวเอง

8. ท่านมีความต้องการที่จะซื้อผ้าไหมไทยอีกหรือไม่

- () ต้องการ เพราะ _____
 () ไม่ต้องการ เพราะ _____

9. เหตุผลที่ทำให้ท่านซื้อผ้าไหมไทย คือ _____

10. ผ้าไหมไทยที่ท่านซื้อผลิตจากภาคใดของประเทศไทย

- () ไม่ทราบ () ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 () ภาคกลาง () ภาคใต้
 () ภาคเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. ในการซื้อผ้าไหมไทยท่านใช้เวลาตัดสินใจอย่างไร

- () ตัดสินใจซื้อทันที
- () ใช้เวลาเล็กน้อยในการตัดสินใจซื้อ
- () ใช้เวลานานกว่าจะตัดสินใจซื้อ

12. ในการซื้อผ้าไหมไทยท่านประสบปัญหาใดบ้างหรือไม่

- () ไม่มีปัญหา
- () มีปัญหา ระบุ _____

13. ท่านมีความนิยมเลือกซื้อผ้าไหมจากภาคใดของประเทศเป็นพิเศษหรือไม่

- () ไม่จำกัดว่าเป็นภาคใด โดยเลือกซื้อตามคุณภาพและความถูกใจ
- () ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะ _____
- () ภาคเหนือ เพราะ _____
- () ภาคกลาง เพราะ _____
- () ภาคใต้ เพราะ _____

14. ผ้าไหมที่ท่านซื้อจะจางสีหรือไม่

- () จะจาง ระบุ _____
- () ไม่จางจาง

15. ผ้าไหมที่ท่านนิยมซื้อส่วนมากนิยมซื้อสี _____

16. ท่านมักแต่งชุดผ้าไหมเพื่อสวมใส่ในโอกาสใด

- () แต่งเป็นชีวิตประจำวัน
 () แต่งไปทำงาน
 () แต่งไปงานเลี้ยงต่าง ๆ
 () อื่น ๆ ระบุ _____

ตอนที่ 3 ทศนคติของผู้ซื้อผ้าไหม

1. ท่านคิดว่าราคาผ้าไหมในปัจจุบันเหมาะสมหรือไม่

- () เหมาะสม () ค่อนข้างเหมาะสม () ไม่เหมาะสม

2. ท่านคิดว่าคุณภาพของเนื้อผ้าไหมที่ผลิตได้ในประเทศไทยเป็นอย่างไร

- () ดี () พอใช้ () ไม่ดี

3. ท่านคิดว่าสีที่ใช้ผลิตผ้าไหมในปัจจุบันมีคุณภาพอย่างไร

- () ดี () พอใช้ () ไม่ดี

4. ท่านคิดว่าการนำผ้าไหมมาตัดเป็นชุดทำงานเพื่อประกอบอาชีพในการทำธุรกิจปัจจุบันมีความเหมาะสมหรือไม่

- () เหมาะสม () ค่อนข้างเหมาะสม () ไม่เหมาะสม

5. ท่านคิดว่าการออกแบบเนื้อผ้าไหมให้เหมาะสมกับตัวท่านมีความยุ่งยากมากน้อยเพียงใด

- () ยุ่งยากมาก () ปานกลาง () ไม่ยุ่งยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ท่านคิดว่าการสวมใส่ผ้าไหมจะสามารถส่งเสริมคุณภาพของท่านได้มากน้อยเพียงใด

() มาก () ปานกลาง () น้อย

7. ท่านคิดว่าการสวมใส่ผ้าไหมมีความเหมาะสมกับสภาพอากาศในกรุงเทพมหานครหรือไม่

() เหมาะสม () ค่อนข้างเหมาะสม () ไม่เหมาะสม

8. ท่านคิดว่าการออกแบบบลูดลายผ้าไหมในปัจจุบันตรงตามความต้องการของท่านมากน้อยเพียงใด

() มาก () ปานกลาง () น้อย

9. ท่านคิดว่าการออกแบบสีผ้าไหมในปัจจุบันตรงตามความต้องการของท่านมากน้อยเพียงใด

() มาก () ปานกลาง () น้อย

10. ท่านคิดว่าขณะที่สวมใส่ผ้าไหมจะต้องมีความระมัดระวังมากน้อยแค่ไหน

() มาก () ปานกลาง () น้อย

11. ท่านคิดว่าผ้าไหมมีวิธีการดูแลรักษาที่ยุ่งยากมากน้อยแค่ไหน

() มาก () ปานกลาง () น้อย

12. ท่านคิดว่าสังคมไทยในปัจจุบันมีความต้องการผ้าไหมเพื่อใช้ในการสวมใส่มากน้อยเพียงใด

() มาก () ปานกลาง () น้อย

13. ท่านคิดว่าการเลือกซื้อผ้าไหมจากแหล่งต่าง ๆ มีปัญหามากน้อยเพียงใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำสำหรับการใช้งาน () มาก () ปานกลาง () น้อย ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ขออนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. เครื่องประดับที่จะนำมาสวมใส่กับผ้าไหม ท่านคิดว่ามีความจำเป็นมากน้อยเพียงใด
 มาก ปานกลาง น้อย

15. ในปัจจุบันการนำเลื่อมลายและอุปกรณ์ต่าง ๆ มาตกแต่งเพิ่มเติมบนตัวผ้าเพื่อความสวยงามให้แก่ชุดผ้าไหม ท่านคิดว่าเหมาะสมหรือไม่

เหมาะสม ค่อนข้างเหมาะสม ไม่เหมาะสม

16. ท่านคิดว่าการนำผ้าไหมมาตัดเสื้อผ้าตามแฟชั่นในปัจจุบันมีความเหมาะสมหรือไม่

เหมาะสม ค่อนข้างเหมาะสม ไม่เหมาะสม

17. ท่านคิดว่าผ้าไหมที่มีจำหน่ายในปัจจุบันควรจะมีการปรับปรุงในด้านใดบ้างหรือไม่

ไม่ต้องปรับปรุง

สมควรปรับปรุง ระบุ _____

18. ปัญหาที่ท่านพบในการเลือกซื้อผ้าไหมมีอะไรบ้าง _____

19. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผ้าไหม _____

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคผ้าไหมไทย

จากแบบสอบถามที่ได้ออกสอบถามผู้บริโภคทั้ง 80 ราย ในเรื่องราคาของผ้าไหมไทยในปัจจุบันว่าผู้บริโภคมีความคิดที่ราคาของผ้าไหมมีความเหมาะสมหรือไม่ มีผู้บริโภค 22 คน ตอบว่าเหมาะสม 40 คน ตอบว่าค่อนข้างเหมาะสม 18 คน ตอบว่าไม่เหมาะสม

จากการกำหนดให้ทัศนคติมีคะแนนคือ

3 คะแนน = เหมาะสม / ดี / พอใจ

2 คะแนน = ค่อนข้างเหมาะสม / พอใช้ / พอใจน้อย

1 คะแนน = ไม่เหมาะสม / ไม่ดี / ไม่พอใจ

ดังนั้นคะแนนของทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับราคาของผ้าไหม จึงได้จากการนำจำนวนผู้บริโภคมาคูณกับคะแนนตามที่ได้กำหนดไว้ คือ เหมาะสมได้คะแนนเท่ากับ 66 คะแนน ค่อนข้างเหมาะสมได้คะแนนเท่ากับ 80 คะแนน และไม่เหมาะสมได้คะแนนเท่ากับ 18 คะแนน เมื่อนำคะแนนของผู้บริโภคทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยจะได้เท่ากับ $164/80$ ผลลัพธ์คือได้ระดับคะแนนเท่ากับ 2.05 ซึ่งคะแนนของผู้บริโภคที่มีต่อผ้าไหมไทยในเรื่องของราคาตกอยู่ในช่วง 1.67-2.33 คะแนน ผลการศึกษาจึงได้ว่าผู้บริโภคมีทัศนคติที่ค่อนข้างดีเกี่ยวกับราคาของผ้าไหม

