

ยุทธศาสตร์สร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยาม
ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

โดย

นาง มณีรัตน์ ธรรมปิยะ
เจ้าของธุรกิจมณีรัตน์ไหมไทย

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตร การป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๐
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๖๐ - ๒๕๖๑

บทคัดย่อ

เรื่อง ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

ลักษณะวิชา ยุทธศาสตร์

ผู้วิจัย นาง มณีรัตน์ ธรรมปิยะ

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๖๐

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เพื่อศึกษาการดำเนินการในการสร้างการรับรู้ และวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินการและการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทยและชุดไทยพระราชานิยม และเพื่อกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ให้เป็นที่รู้จักต่อประชาชนชาวไทย และชาวต่างชาติสืบต่อไป ในอนาคตการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผลการวิจัยพบว่า จากการดำเนินการที่ผ่านมาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการสร้างการรับรู้มีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญมาจากคุณภาพของผ้าไหมไทย ซึ่งมาจากกระบวนการผลิต และเกษตรกรกลุ่มทอผ้าไหมที่ลดจำนวนลง นอกจากนี้การถ่ายทอดความรู้ไปสู่เกษตรกรรุ่นใหม่ ที่ขาดการบริหารจัดการความรู้ ระบบสารสนเทศ นอกจากนี้เยาวชนรุ่นใหม่ไม่นิยมในการแต่งกายด้วยผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ซึ่งในการกำหนดยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ได้แบ่งเป้าหมายออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ เกษตรกร นักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไปและเยาวชนไทย โดยได้กำหนดเป็น ๓ ยุทธศาสตร์ย่อย ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างการรับรู้ให้เกษตรกร ด้วยการอนุรักษ์ สืบสาน รักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย อย่างยั่งยืน ใช้กลยุทธ์ในการดำเนินการโดยการพัฒนาหลักสูตรการทอผ้าให้มีมาตรฐาน โดยได้รับการรองรับจากสถาบันการศึกษา และ อนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมทอมือ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยว ด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย ใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย และสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างการรับรู้ให้ประชาชน และเยาวชนไทย ด้วยการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ มีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ โดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ, การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการใช้สื่อมวลชน ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ และการเผยแพร่ความรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ผ่านระบบการศึกษา

ข้อเสนอแนะ การสร้างการรับรู้ควรมีการบูรณาการ ปรับปรุงบทบาทของหน่วยงานภาครัฐให้มีความเหมาะสมในงานผ้าไหมตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เช่น การส่งเสริมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อเส้นไหม ไปจนถึงการเผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ผ่านระบบการศึกษา, สื่อสารมวลชน และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

Abstract

Title: The strategic of creating awareness of Thai silk and Thai royal dress of Her Majesty Queen Sirikit

Field: Strategic

Name: Mrs.Maneerat Thampiya Course NDC class 60

This research, the strategic of creating awareness of Thai silk and Thai royal dress of Her Majesty Queen Sirikit, is for studying action and analyzing problem and obstacle as well as strategic planning of creating awareness of Thai silk and Thai royal dress of Her Majesty Queen Sirikit to be known among Thai people and foreigners in the future. And this research is a qualitative research

The result of the research is found that, with former actions of related organizations to create the awarenedd, a quality of Thai silk which it caused from production process and a number of agriculturists which is decreasing continually are the main important problems and obstacles. Furthermore, there is lacking of knowledge and information management system which affects to the knowledge transfer to new generations of agriculturists ineffectively. In addition, the dress of Thai silk and Thai royal dress are not popular among young generations. For the strategic planning of creating awareness of Thai silk and Thai royal dress, targets are distinguished to 3 groups; agriculturists, tourists, and Thai people. The strategic is set to 3 sub strategies also.

First strategic: Creating awareness of the agriculturists by conserving, carrying on, and saving local wisdom about Thai silk to be sustainable. Strategy of this process is developing and standardizing the weaving course certified by the educational institution and the institution of wisdom conservation of handmade silk.

Second strategic: Creating awareness of the tourists with cultural and agricultural tourist attractions and local wisdom of Thai silk as well as. Strategy of this process is developing the tourist attractions and building on identity of silk product in that community.

Third Strategic: Creating awareness of Thai people by publicizing, publishing Thai silk and Thai royal dress of Her Majesty Queen Sirikit. Strategy of this process is using information technology system, public relations activity, and both of domestic and abroad mass media to propagate Thai silk and Thai royal dress through the education system.

Suggesting: In the process of creating awareness, there should be an integration and the role improvement of government agencies to be suitable for silk words such as an environmental conservative encouragement which affects to silk thread along with the education system, the mass communication, and the information technology system, etc.

คำนำ

การแต่งกายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย ซึ่งสมัยก่อนคนไทยนิยมใส่เสื้อผ้าที่ทอด้วยมือทำจากผ้าไหม จนกระทั่งถูกอิทธิพลของชาวต่างชาติครอบงำทำให้เลือนหายไป ด้วยพระปรีชาสามารถของ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงอนุรักษ์ฟื้นฟู ผ้าไหมไทย จนผ้าพื้นบ้านของไทยกลับมามีชื่อเสียง อาทิ ผ้าไหมแพรวา ผ้าไหมมัดหมี่ ตลอดจนให้กำเนิดการแต่งกายของสุภาพสตรีไทย ขึ้นมาเป็นชุดไทยพระราชนิยม เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ล้ำค่า ที่แสดงออกถึงความเป็นไทย เป็นความภาคภูมิใจของประชาชนไทย

ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เป็นการเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ที่เป็นเอกลักษณ์ไทยให้เป็นที่รู้จักต่อประชาชนชาวไทย และชาวต่างประเทศ และเป็นการยกระดับสินค้าผ้าไหมไทย ไปสู่ระดับโลก

(นางมณีนรัตน์ ธรรมปิยะ)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๖๐

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ฉ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๔
ขอบเขตของการวิจัย	๔
วิธีการดำเนินการวิจัย	๕
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๕
คำจำกัดความ	๖
บทที่ ๒ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	๗
แนวความคิด และทฤษฎีเรื่องยุทธศาสตร์	๗
แนวความคิด และทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์	๑๑
แนวความคิด และทฤษฎีการรับรู้	๑๔
บทบาทของครอบครัว โรงเรียนและชุมชน ต่อการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม	๑๗
แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน	๒๐
รูปแบบการทอผ้าไหมและผ้าพื้นเมืองในประเทศไทย	๓๓
เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไทย “ตรานกยูงพระราชทาน”	๓๔
ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับชุดไทยพระราชานิยม	๓๗
กรอบแนวคิดการวิจัย	๔๓
สรุป	๔๓

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ ๓ การดำเนินงานของหน่วยงาน ปัญหาและอุปสรรค	๔๔
ประวัติความเป็นมา	๔๔

นโยบาย และยุทธศาสตร์	๔๙
การดำเนินงานที่ผ่านมาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	๕๒
ปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญ	๕๘
สรุป	๕๙
บทที่ ๔ ยุทธศาสตร์สร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุตไทยพระราชนิยม	
ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ	๖๐
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ผ้าไหมไทย ชุตไทยพระราชนิยม	๖๐
การวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญ	๖๓
การวิเคราะห์การดำเนินงานของหน่วยงาน	๖๔
การกำหนดยุทธศาสตร์สร้างการรับรู้ ผ้าไหม ชุตไทยพระราชนิยม	๖๗
สรุป	๗๒
บทที่ ๕ สรุป และข้อเสนอแนะ	๗๓
สรุป	๗๓
ข้อเสนอแนะ	๗๕
บรรณานุกรม	๗๖
ภาคผนวก	๗๘
ผนวก ก	๗๙
ประวัติย่อผู้วิจัย	๘๒

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
๒ - ๑	การพิจารณาหาทางเลือกในการจัดทำกลยุทธ์	๑๓
๒ - ๒	สรุปการแต่งกายชุดไทยพระราชนิยม	๔๒
๓ - ๑	ตารางแสดงสินค้าผ้าที่นำเข้ามาขาย เป็นบัญชีสินค้าเข้าออก กรมศุลกากรระหว่างปี ๒๕๓๙ - ๒๕๔๔ มีไหมดิน แพรไหม ผ้านุ่ง	๔๕
๔ - ๑	การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม	๖๗

สารบัญแผนภาพ

หน้า

แผนภาพ

๒ - ๑	McKinsey 7s Framework	๘
๒ - ๒	กระบวนการรับรู้	๑๖
๒ - ๓	แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ	๒๓
๒ - ๔	สัญลักษณ์นกยูงไทย	๓๕
๒ - ๕	ชุดไทยพระราชานิยมแบบต่างๆ	๓๘
๒ - ๖	กรอบความคิดในการดำเนินงาน	๔๓

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแต่งกายของสุภาพสตรีไทย ได้มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญขึ้นมาอีกครั้งหนึ่งในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ภายหลังจากที่ได้รับเอาอารยธรรมตะวันตกเข้ามาสู่วงสังคมแทบทุกด้าน โดยเฉพาะวัฒนธรรมการแต่งกาย มีทั้งการลอกเลียนแบบมาทั้งหมด และดัดแปลงเฉพาะบางส่วนผสมผสานกับการแต่งกายดั้งเดิมของไทย โดยเริ่มจากเจ้านายในราชสำนัก และผู้มีฐานะ สถานภาพดีในสังคม จากนั้นค่อยแพร่หลายออกไปยังราษฎรทั่วไปอย่างกว้างขวาง จนปัจจุบันกล่าวได้ว่า สังคมเมืองรับเอาวัฒนธรรมการแต่งกายของตะวันตก มาใช้ในชีวิตประจำวันจนเรียกได้ว่า ถูกอิทธิพลตะวันตกครอบงำกันไปหมด จนเกือบจะไม่มีเครื่องแต่งกายที่เป็นแบบฉบับประจำชาติ เหมือนดังเช่นการแต่งกายของบางประเทศในแถบภูมิภาคเดียวกัน

ชุดไทยพระราชานิยม เกิดจากพระราชดำริของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ต้องการให้มีเครื่องแต่งกายชุดประจำชาติของสุภาพสตรีขึ้น สำหรับใช้เป็นฉลองพระองค์ ในกาลสมัยที่ต้องโดยเสด็จพระราชดำเนินพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เยือนสหรัฐอเมริกา และประเทศยุโรป รวม ๑๕ ประเทศ เมื่อปี พ.ศ.๒๕๐๓ เป็นเวลา ๗ เดือนดังพระราชดำรัส

“แต่ไหนแต่ไรมา คนไทยชอบแต่งกายกันตามสบาย ให้เหมาะแก่ความสะดวก ความประหยัด และอากาศของเมืองเราเท่านั้น ฉะนั้นเครื่องแบบประจำชาติของเราจึงเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ ไม่มีเป็นประจำอยู่เป็นแบบฉบับ อย่างเพื่อนบ้านใกล้เคียง จนเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั่วโลก เช่น สำหรับของอินเดีย เครื่องแต่งกายของชาวจีนและกิโมโนของญี่ปุ่น บรรดาพวกผู้หลักผู้ใหญ่ที่ใกล้ชิด ต่างก็แนะนำให้ข้าพเจ้ามุ่งขึ้นอย่างไทยๆ นี่แหละไปทุกหนทุกแห่ง ข้าพเจ้าก็ยังไม่กล้าตกลงใจที่จะกระทำตาม เพราะมีปัญหาขัดข้องเรื่องเสื่อผ้า ที่จะสวมกับผ้าขึ้น ด้วยเรายังไม่มีเสื่อที่จะใช้เป็นแบบฉบับ”

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระราชเสาวนีย์ ในการอนุรักษ์ผ้าไหมไทย และทรงสนับสนุน และส่งเสริมการแต่งกายแบบไทย มาตั้งแต่ครั้งทรงพระเยาว์ เมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงพระกรุณาฯ ประกาศหมั้น ครั้งนั้นได้มีนักหนังสือพิมพ์ชาวต่างประเทศขอสัมภาษณ์ ซึ่งพระองค์ได้ให้สัมภาษณ์ว่าจะสนับสนุน และส่งเสริม

การแต่งกายที่เป็นแบบไทย เมื่อพระองค์ยังเป็นพระคู่หมั้น ได้ทรงใช้ผ้าไทย และขึ้นไทย ส่วนชุดในพระราชพิธีอภิเษกสมรส ได้ใช้ชุดที่ตัดเย็บด้วยผ้าไทย เมื่อพระราชพิธีได้ผ่านไปแล้ว พระองค์ได้ทรงปฏิบัติตามพระราชปณิธานดังกล่าวต่อมา และได้มีเครื่องแต่งกายแบบไทยตามพระราชนิยมขึ้น ซึ่งกลายเป็นเอกลักษณ์ทางการแต่งกายประจำชาติมาจนทุกวันนี้ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระราชดำริเรื่องการแต่งกายประจำชาติของสตรีไทย ตั้งแต่คราวเสด็จพระราชดำเนินเยือนประเทศเพื่อนบ้านเป็นครั้งแรก ในสมัยนั้นยังไม่มีชุดไทยแบบต่างๆ ตามพระราชนิยม ได้ทรงคิดใช้ไหมไทย และผ้าไทย มาประดิษฐ์ตกแต่ง เป็นฉลองพระองค์ เพื่อให้แสดงถึงความ เป็นไทย ทรงเจริญรอยสมเด็จพระพันปีหลวงสมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ เรื่องการใช้ฉลองพระองค์ ซึ่งผ้าและสิ่งทอนั้นเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ที่นำมาเป็นเครื่องนุ่งห่ม สะท้อนถึงเอกลักษณ์ วิถีชีวิต ที่แสดงภูมิปัญญาถ่ายทอดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าจากอดีตจนถึงปัจจุบัน จากการทำพระองค์ท่านได้ตามเสด็จฯ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงเยี่ยมเยียนราษฎร มาตั้งแต่ พ.ศ.๒๔๙๘ และได้ทรงแปรพระราชฐานในภูมิภาคต่างๆ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถทรงสังเกตการณ์นุ่งห่มของประชาชน ในภูมิภาคต่างๆ สร้างความสนพระราชหฤทัยและเป็นแรงบันดาลใจพระราชหฤทัย ให้ทรงตระหนักถึงคุณค่าของผ้าไทย และทรงศึกษาผ้าจากท้องถิ่นต่างๆ โดยเฉพาะผ้าไหมที่มีแหล่งผลิต ที่อยู่ในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และได้้นำผ้าท้องถิ่นเหล่านั้น มาตัดเย็บฉลองพระองค์ ต่อมาในปี พ.ศ.๒๕๐๓ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ เสด็จพระราชดำเนินเยือน ๑๕ ประเทศอย่างเป็นทางการ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้ทรงพระราชนิพนธ์ เกี่ยวกับการเตรียมฉลองพระองค์ และกำเนิดของ ชุดไทยพระราชนิยมไว้ว่า “สำหรับเครื่องแต่งกายชุดไทย ซึ่งข้าพเจ้าก็จะใช้ใช้เป็นแบบฉบับในการตามเสด็จครั้งนั้น ข้าพเจ้าได้ขอให้หม่อมหลวงมนิรัตน์ บุณนาค ไปพบกับอาจารย์ผู้ใหญ่ ที่มีความรู้ ทางประวัติศาสตร์ไทย (ศาสตราจารย์พระยาอนุমানราชธน และอาจารย์สมศรี สุกุมลนันทน์) ให้ช่วยกันค้นคว้าเครื่องแต่งกายแบบไทยในสมัยต่างๆ มาดูกัน แล้วให้คุณหญิงอุไร ลืออำรุง (ห้องเสีอรแก้ว) ช่างตัดเสื้อ ที่ตัดให้สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถมานานปี ช่วยเลือกแบบต่างๆ ที่ได้มาครั้งนั้น ประสมประเสกกันจนเกิดมีแบบเสื้อ ชุดไทยขึ้นหลายชุด แต่ละชุดเหมาะกับโอกาสและสถานที่” และได้ทรงค้นคว้า การแต่งกายของเจ้านายฝ่ายใน โดยทรงนำเอาพระรูปพระมเหสีของรัชกาลก่อนๆ ที่มีอยู่ในพระบรมมหาราชวัง และเจ้านายองค์อื่นๆ มาทอดพระเนตรอย่างละเอียด และทรงสร้างสรรค์ชุดไทยพระราชนิยมถึง ๘ แบบ มีนามตามพระที่นั่ง และพระตำหนักต่างๆ ดังนี้ ชุดไทยจิตรลดา ชุดไทยอมรินทร์ ชุดไทยบรมพิมาน ชุดไทยจักรี ชุดไทยดุสิต ชุดไทยศิวาลัย ชุดไทยจักรพรรดิ ชุดไทยเรือนต้น และพระราชทานให้เป็นชุดไทยพระราชนิยมของสตรีไทย เฉกเช่น กีโมโนของหญิงชาวญี่ปุ่น หรือชุดกิ๊พ้าของชาวจีน เพื่อใช้ ในโอกาสต่างๆ กัน ทั้งงานกลางวันและงานกลางคืน นับเป็นก้าวสำคัญ

ที่ทำให้ชุดประจำชาติไทย ได้เผยความงามในโอกาสต่างๆ รวมถึงเป็นแรงบันดาลใจ ในการใช้ผ้าไหม ซึ่งลักษณะของผ้าไหมไทยนั้นมีความแตกต่างจากผ้าไหมต่างประเทศบางชนิด มีลักษณะเป็นปมปม และมีลวดลายสวยงามแปลกตาพร้อมทั้งความมันแวววาว ซึ่งชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ชอบ และนิยมผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยมือ เพราะการทำด้วยมือ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ประณีตสวยงาม ผิดกับการทำด้วยเครื่องจักร ยิ่งเป็นผ้าไหม ซึ่งปกติเป็นของมีค่ากว่าผ้าที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยสังเคราะห์ อยู่แล้ว เมื่อใช้กรรมวิธี ที่ทำด้วยมือทั้งหมด จึงทำให้ผ้าไหมของไทย เป็นสิ่งล้ำค่ามากสำหรับชาวต่างประเทศ รวมถึงทรงใช้เครื่องประดับต่างๆ อันเป็นอัตลักษณ์ของสตรีไทยยุครัชกาลที่ ๙ และได้ทรงเผยแพร่ความงามของชุดไทยให้เป็นที่ประจักษ์สู่สายตาชาวโลก ในการเสด็จเยือนต่างประเทศในครั้งนั้นเป็นที่กล่าวขวัญอย่างมากมาย ทรงได้รับการจารึกพระนาม ลงในสถาบันอนุรักษณ์แฟชั่นถาวรของโลก สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถทรงพระวิริยะอุตสาหะ ที่ทรงเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้เห็นความงดงาม ที่มีคุณค่าของผ้าไทย โดยทรงนำไปจัดแสดงในประเทศไทย เช่น ในงานศิลป์แผ่นดิน งานสืบสานสมบัติศิลป์ งานรังสรรค์ปั้นแต่งและในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น เป็นต้น อีกทั้งชุดไทยพระราชานิยมเหล่านี้ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้ทรงใช้ในโอกาสต่างๆ หลายครั้ง ด้วยน้ำพระทัยอันล้ำเลิศของพระองค์ ผ้าไหมไทยจึงได้รับการเผยแพร่จนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ

จากพระราชกรณียกิจ และพระปรีชาสามารถ ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงอนุรักษ์ฟื้นฟูผ้าไหมไทย ตลอดจนการแต่งกายของสุภาพสตรีไทย ขึ้นมาเป็นชุดไทยพระราชานิยม อันหมายถึงชุดแต่งกายประจำชาติของสตรีไทย สำหรับสวมใส่ในงานพิธีหรืองานพระราชพิธีต่างๆ เช่น งานพิธีหมั้น งานพิธีมงคลสมรส เป็นชุดที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีหลายรูปแบบ ตัดเย็บด้วยผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าใยประดิษฐ์ อาจเป็นผ้าพื้น ผ้าลายดอก ผ้าลายริ้ว ผ้ายกดินเงิน ดินทอง หรือผ้ายกดอกเต็มตัว ใช้วัสดุเกาะเกี่ยวที่เหมาะสม เช่น ซิป ตะขอ กระดุม ที่ห่อหุ้มจากผ้า ตัวเสื้ออาจตกแต่ง ให้สวยงาม ด้วยการปักมุก เลื่อม ลูกปัด เป็นต้น จนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ล้ำค่า เป็นมรดกอันทรงคุณค่าของบรรพบุรุษไว้ให้คงอยู่สืบไป เป็นความภาคภูมิใจของประชาชนไทย รวมทั้งทรงโปรดให้มีการเผยแพร่ผ้าไหมไทยโดยจัดนิทรรศการ การแสดงแบบเสื้อผ้าที่ตัดเย็บด้วยผ้าไหมไทยชนิดต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการสนับสนุนด้านการตลาด ผ้าไหมไทย ช่วยให้ราษฎรของพระองค์ท่าน มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษา ยุทธศาสตร์ และแนวทางการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เพื่อเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักต่อประชาชนชาวไทย และชาวต่างประเทศ สืบต่อไปในอนาคต ส่งเสริมสินค้าผ้าไหมไทย ไปสู่ระดับโลก ระดับชาติ เป็นการยกระดับภายในภายนอกประเทศไปสู่ประชาคมโลก เป็นการสร้างงานในการผลิตผ้าไหม การแปรรูป ให้กับผู้ที่

เกี่ยวข้องกับผู้ผลิต ผู้ขาย เป็นการเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในการส่งเสริมเอกลักษณ์ไทย เป็นการส่งเสริมเอกลักษณ์ไทยไปสู่ประชาคมโลก แสดงออกถึงความ เป็นไทย และเป็นที่ยอมรับของคนไทย เป็นการเสริมสร้างเกียรติภูมิของชาติ แสดงให้เห็นถึง ความ ประณีตบรรจงของชุด รวมถึงสร้างจิตสำนึกในพระมหากษัตริย์คุณ ที่จะปกป้องสถาบัน พระมหากษัตริย์

สรุปด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์ การสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยมในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยเป็นลักษณะกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้เพื่อประชาชนคนไทย และต่างชาติ สืบต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาการดำเนินการ และการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๒. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินการและการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ในพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ
๓. เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ใน สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ให้เป็นที่รู้จักต่อประชาชนชาวไทย และชาวต่างชาติสืบ ต่อไปในอนาคต

ขอบเขตการวิจัย

๑. ขอบเขตด้านเนื้อหา จะศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินการ และการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมา ศึกษาปัญหา อุปสรรคในการดำเนินการ และการสร้างการรับรู้ และศึกษาแนวทางการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ
๒. ขอบเขตด้านประชากร จะสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จำนวน ๕ – ๑๐ คน
๓. ขอบเขตด้านเวลา จะศึกษาวิจัย ตั้งแต่ พ.ย.๖๐ – พ.ค.๖๑

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการ ดังนี้

๑. การรวบรวมข้อมูล

๑.๑ ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเอกสารรายงานต่างๆ เพื่อให้ทราบข้อมูลพื้นฐาน ประวัติความเป็นมา การปรับปรุงผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม รวมถึงเสนอความคิดเห็นหรือวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น ห้องสมุด วปอ. ห้องสมุด ศูนย์ศิลปาชีพ รวมทั้งเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

๑.๒ ข้อมูลปฐมภูมิ จะสัมภาษณ์เชิงลึกต่อผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จำนวน ๑๐ คน ดังนี้

๑. รศ.วิศัลย์ศยา	รุดติษฐ์
๒. นางสาวรรณา	บางท่าไม้
๓. นางพัชระภรณ์	ยิ้มแย้ม
๔. นางสาวอิสริย์	เบญจรัตน์ภรณ์
๕. นางนาถนภา	ทัดติยโชติ
๖. นางระจิตต์	โสภา
๗. นางเบญจมาศ	ชาญประดิษฐ์
๘. นางน้อย	สิทธิโสด
๙. นางสาววัลลภา	ชำนาญคำ
๑๐. นางสาวปภาวศม์	เลิศนวรานนท์

๒. การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสาร และบทสนทนาหรือวรรณกรรมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยใช้การวิเคราะห์ และตีความ และทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

๑. ทำให้ทราบการดำเนินการ และการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๒. ทำให้ทราบปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินการและการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

๓. ทำให้ทราบยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม
ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

คำจำกัดความ

ชุดสตรีไทยพระราชานิยม	หมายถึง	ชุดแต่งกายประจำชาติของสตรีไทย สวมใส่ในงานพิธี หรือ งานพระราชพิธีต่างๆ เช่น งานพิธีหมั้น งานพิธีมงคลสมรส เป็นชุดที่มีเอกลักษณ์เฉพาะมีหลายรูปแบบ ตัดเย็บด้วยผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าใยประดิษฐ์ อาจเป็นผ้าพื้น ผ้าลายดอก ผ้าลายริ้ว ผ้ายกดินเงิน ยกดินทอง หรือผ้ายกดอกเต็มตัว ใช้วัสดุเกาะ เกี่ยวที่เหมาะสม เช่น ซิป ตะขอ กระจุกุม ที่ห่อหุ้มจากผ้าตัว เสื้ออาจตกแต่งให้สวยงามด้วยการปักมุก เลื่อม ลูกปัด เป็นต้น
ผ้าไหม	หมายถึง	ผ้าทอจากเส้นด้าย ที่ได้จากใยของตัวไหม
ผ้าฝ้าย	หมายถึง	ผ้าทอจากเส้นด้าย ที่ได้จากใยของฝ้าย
ผ้าใยประดิษฐ์	หมายถึง	ผ้าที่ได้จากการสังเคราะห์ เช่น ผ้าพอลิเอสเตอร์ ผ้าเรยอน ผ้าเจอร์ซี่ ผ้าโทเร

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ” เป็นการศึกษาปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เพื่อกำหนดแนวทางการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม รวมถึงเป็นการส่งเสริมสินค้าผ้าไหมไทยไปสู่สังคมโลก ในบทนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม กฎหมาย และเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

๑. แนวความคิด และทฤษฎีเรื่องยุทธศาสตร์
๒. แนวความคิด และทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์
๓. แนวความคิด และทฤษฎีการรับรู้
๓. แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน
๔. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม
๕. กรอบแนวคิดการวิจัย
๖. สรุป

แนวความคิด และทฤษฎีเรื่องยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ คือแผนการปฏิบัติที่จัดระเบียบความพยายามต่างๆ เพื่อใ้บรรลุวัตถุประสงค์ (Objectives) ในยุคปัจจุบันมีการพิจารณาวางยุทธศาสตร์ที่มีความซับซ้อน โดยมีกระบวนการที่เชื่อมโยงระหว่าง เป้าหมาย (ends) วิธีการ (ways) และเครื่องมือ (means) ยุทธศาสตร์นั้น จะต้องมียอดประกอบครบทั้ง ๓ องค์ประกอบ คือ Ends + Means + Ways ปัจจุบันสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติจะมีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่น่าสนใจดังนี้

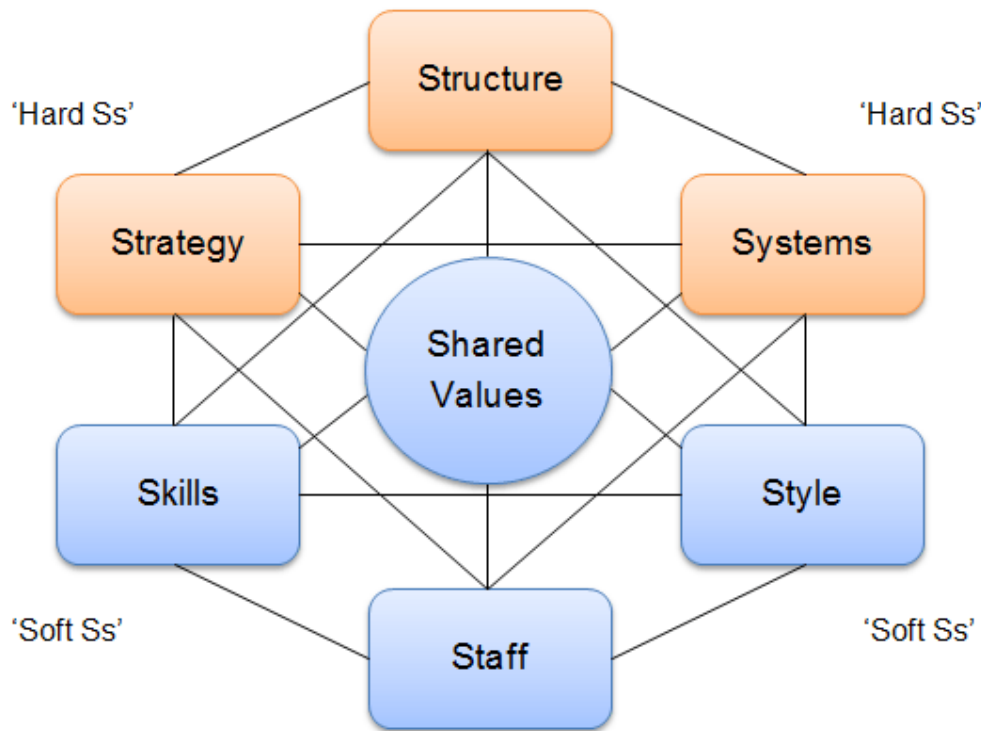
ความเฉพาะเจาะจง การกำหนดยุทธศาสตร์ความมั่นคงที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงนั้น ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินงานของ สมช. ที่ออกมารองรับต่อปัญหาต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง ซึ่งมีทั้ง กำหนดกรอบเวลา และไม่กำหนดกรอบเวลา

ความเหมาะสมในการแปลงไปสู่การปฏิบัติ การแปลงนโยบายความมั่นคงแห่งชาติไปสู่การ ปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมนั้น ปัจจุบันค่อนข้างที่จะมีปัญหาเพราะหน่วยที่ต้องรับนโยบายไปปฏิบัติ มักจะกล่าว ว่านโยบายต่างที่กำหนดขึ้นมา นั้นหน่วยมักจะมีปัญหาในการตีความนโยบาย

กรอบเวลา กรอบเวลาที่ใช้ในการออกนโยบายความมั่นคงแห่งชาติจะใช้ห้วงระยะเวลา ๔ ปี และห้วงเวลาดังกล่าวตรงกับ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปัญหาการแปลงนโยบาย

ไปสู่การปฏิบัติ สามารถใช้กรอบแนวคิดของ McKinsey 7s Framework คือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้ง ๗ ประการอันจะนำไปสู่การเสริมสร้างประสิทธิภาพขององค์กร

แผนภาพที่ ๒ - ๑ McKinsey 7s Framework



ที่มา : การจัดการเชิงกลยุทธ์ : ทฤษฎีองค์การและการจัดการเชิงกลยุทธ์, ๒๕๔๙

๑. ปัญหาในตัวยุทธศาสตร์ (Strategy) การกำหนดยุทธศาสตร์ชาติของประเทศไทยไม่ได้มีการ กำหนดยุทธศาสตร์ในลักษณะบูรณาการ (Integration) หรือ องค์กรรวม (Holistic) ทั้งนี้เพราะมีการ กำหนดยุทธศาสตร์ในปัจจุบันจะมีลักษณะเฉพาะด้าน แบ่งแยกตามกำลังอำนาจของชาติ (National Power) และ ส่วนใหญ่แล้วมักจะออกในลักษณะของ มาตรการเฉพาะหรืออีกนัยหนึ่งคือ นโยบาย

๒. ปัญหาเชิงโครงสร้าง (Structure) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดยุทธศาสตร์ และ นโยบายความมั่นคงโดยส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานคนละสังกัดกับหน่วยงานรอง ๆ ที่เป็นหน่วย ปฏิบัติทำให้เกิดปัญหาในการทำบูรณาการยุทธศาสตร์และนโยบายอีกทั้งจะก่อให้เกิดปัญหาในขั้นตอน การแปลง ยุทธศาสตร์หรือนโยบายไปสู่การปฏิบัติซึ่งจะมีความแตกต่างจากหน่วยงานภาคเอกชนที่มี หน่วยงาน รอง ๆ อยู่ภายใต้กรอบกฎระเบียบเดียวกัน ทำให้การขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์หรือนโยบาย มีทิศทางไป ในทางเดียวกันและมีความสอดคล้องต่อเนื่องกัน

๓. ปัญหาเชิงระบบ (System) ความแตกต่างทางกระบวนการทำงานหรือขั้นตอนการปฏิบัติ ของแต่ละหน่วยงานย่อมจะส่งผลให้เกิด นโยบายไปสู่การปฏิบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าจะไม่มีความสอดคล้องประสานกันทุกระดับ ดังตัวอย่างเช่น ขั้นตอนในการกำหนดยุทธศาสตร์ทหาร ของ วสท. วทบ. วทร. และ วทอ. มีความแตกต่างกัน นั้นหมายถึงกองทัพไทยมีแนวทางในการกำหนด ยุทธศาสตร์ที่แตกต่างกัน

๔. ปัญหาเชิงรูปแบบ (Style) การจัดการที่มีรูปแบบวิธีที่เหมาะสมกับลักษณะของหน่วยงาน เช่น การสั่งการการควบคุม การจูงใจ และการสะท้อนถึงวัฒนธรรมองค์กร ดังตัวอย่างเช่น ข้าราชการ ทหารมักจะมีรูปแบบการทำงานในลักษณะสั่งการมากกว่าข้าราชการพลเรือน ทำให้ระดับความคิดริเริ่ม ในการทำงานมีสัดส่วนในระดับที่ต่างกัน การแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติของหน่วยงานจึงมีรูปแบบที่ ต่างกันตามวัฒนธรรมองค์กร

๕. ปัญหาบุคลากรด้านยุทธศาสตร์ (Staff) หน่วยงานต่าง ๆ ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถทางด้านยุทธศาสตร์ ด้วยความไม่เพียงพอนี้เอง จึงส่งผลให้การคัดเลือกบุคลากรเข้าบรรจุ ทำงานในระดับยุทธศาสตร์ต้องบรรจุกำลังพลที่มีความรู้ความสามารถไม่เพียงพอที่จะส่งผลให้การ กำหนดยุทธศาสตร์การแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติประสบปัญหาได้

๖. ปัญหาเชิงทักษะ (Skill) ระบบราชการที่ผ่านมาเป็นระบบงานที่มีการหมุนเวียน ข้าราชการ ในระดับต่าง ๆ บ่อยครั้งทำให้ผู้ที่ดำรงตำแหน่งต่างขาดความชำนาญการเชิงทักษะที่มีลักษณะเป็นถึง ผู้เชี่ยวชาญ เพราะเมื่อทำงานจนเริ่มมีความเชี่ยวชาญในระดับหนึ่งแล้วบุคคลนั้น ๆ ย่อมมีความต้องการ ที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงานทำให้ละทิ้งงานในลักษณะเดิม ๆ เพื่อความก้าวหน้าในตำแหน่งที่สูงขึ้น สุดท้ายแล้วผู้ที่ทำงานในระดับต่าง ๆ จะไม่มีทักษะในงานที่ทำในระดับถึงขั้นผู้เชี่ยวชาญ

๗. ปัญหาในค่านิยมร่วม (Shared value) ความแตกต่างทางวัฒนธรรมองค์กรได้ส่งผลให้เกิด ปัญหาในขั้นตอนการแปลงนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ทั้งนี้เพราะขาดค่านิยมร่วมในการปฏิบัติงานหรือ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ดังตัวอย่างเช่นหน่วยงานความมั่นคงอย่างกองทัพความ เชื่อมั่นว่ามีความ รักชาติมากกว่าหน่วยงานอื่นทำให้หลายครั้งรับงานไปทำหน่วยงานเดียว หรือขาดความเชื่อมั่นที่จะให้ หน่วยงานอื่น ๆ ได้มีโอกาสในการทำงานบางประเภท เป็นต้น

แนวทางการปรับปรุงในการกำหนดนโยบายความมั่นคงแห่งชาติที่เหมาะสม เป็นรูปธรรม นั้นสามารถดำเนินการได้โดย

๑. ปรับปรุงกระบวนการกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategic Development Process) หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องควรที่จะมีการปรับปรุงกระบวนการกำหนดนโยบายหรือยุทธศาสตร์ให้มีกระบวนการที่เป็น รูปแบบเดียวกัน เพื่อให้เกิดการประสานสอดคล้อง และการทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าต่างคนต่างมีกระบวนการของตนเอง

๒. เน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (Participation): การจัดทำยุทธศาสตร์ที่ได้ผล อย่างเป็น รูปธรรมและได้รับการยอมรับจากหน่วยปฏิบัติสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งคือ การให้ผู้ที่มีส่วน เกี่ยวข้องเข้ามา มีส่วนร่วมในการจัดทำยุทธศาสตร์หรือนโยบาย ตั้งแต่เริ่มแรกจนเสร็จสิ้นออกมาเป็น นโยบายหรือ ยุทธศาสตร์จะทำให้เกิดการยอมรับในยุทธศาสตร์หลังจากที่จัดทำเสร็จสิ้น และ หน่วยงานต่าง ๆ นำไป ปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

๓. พัฒนาไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization): ในปี ค.ศ. ๑๙๙๐ Dr. Peter Senge ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับองค์กรแห่งการเรียนรู้ไว้ในหนังสือวินัย ๕ ประการ (The Fifth Discipline: The Art and Practice of Learning Organization) ได้ให้ความหมายว่า “องค์กรแห่งการเรียนรู้ คือองค์กรที่ บุคลากรในองค์กรนั้นมุ่งมั่นที่จะเพิ่มขีดความสามารถของตน มีการสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นความปรารถนาเป็นที่ยิ่งมีสิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้น และมีการขยายขอบเขตของ แบบแผนของการคิดเป็นที่ยิ่งสามารถ สร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ได้อย่างอิสระเป็นที่ซึ่งสมาชิกของ องค์กรมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องถึงวิธีที่จะ เรียนรู้ร่วมกัน”

๓.๑ บุคคลรอบรู้ (Personal Mastery) หมายถึง การเรียนรู้ของบุคลากรจะเป็น จุดเริ่มต้น คนในองค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ ฝึกฝน ปฏิบัติและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องไป ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อเพิ่มศักยภาพของตนเองอยู่เสมอ

๓.๒ แบบแผนทางความคิด (Mental Model) หมายถึง แบบแผนทางความคิด ความเชื่อ ทศนคติแสดงถึงวุฒิภาวะ (Emotional Quotient, EQ) ที่ได้จากการสั่งสมประสบการณ์ กลายเป็นกรอบ ความคิดที่ท ำให้บุคคลนั้นๆ มีความสามารถในการทำความเข้าใจ วินิจฉัย ตัดสินใจ ในเรื่องต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม

๓.๓ การมีวิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) หมายถึง การสร้างทัศนคติร่วมของคนใน องค์กรให้สามารถมองเห็นภาพและมีความต้องการที่จะมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน

๓.๔ การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learning) หมายถึง การเรียนรู้ร่วมกันของ สมาชิก ในลักษณะกลุ่มหรือทีมงานเป็นเป้าหมายสำคัญที่จะต้องทำให้เกิดขึ้นเพื่อให้มีการถ่ายทอด ความรู้ และประสบการณ์กันอย่างสม่ำเสมอ

๓.๕ การคิดอย่างเป็นระบบ (System Thinking) หมายถึง การที่คนในองค์กรมี ความสามารถ ที่จะเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ โดยมองเห็นภาพความสัมพันธ์กันเป็นระบบโดยรวม (Total System) ได้อย่างเข้าใจ แล้วสามารถมองเห็นระบบย่อย (Subsystem) ที่จะนำไปวางแผนและ ดำเนินการท ำส่วนย่อยๆ นั้นให้เสร็จทีละส่วน

๔. จัดทำคู่มือหรือแนวความคิดในการปฏิบัติ (Guidance or Concept of Operations : CONOPS): เพื่อให้หน่วยงานที่ต้องนำนโยบายหรือยุทธศาสตร์ไปแปลงเป็นแผนปฏิบัติการ สามารถ

ดำเนินการได้ตรงตามเจตนารมณ์ของกรอบแนวคิดในการจัดทำนโยบายหรือยุทธศาสตร์ หน่วยปฏิบัติสามารถศึกษาแนวทางขั้นต้นได้โดยไม่ต้องรอชุดขับเคลื่อนทางยุทธศาสตร์มายังหน่วยงาน

๕. จัดให้มีการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ (Best Practice): โดยประสาน ผลักดัน และให้ความสำคัญ ใน ประเด็นต่าง ๆ เช่น ภาวะผู้นำ ด้านการจัดทำนโยบาย และการสนับสนุนการพัฒนา ยุทธศาสตร์ให้ สามารถเชื่อมโยงและหล่อหลอมเข้ากับกระบวนการในการจัดทำยุทธศาสตร์ขององค์กร ซึ่งต้องอาศัยการ Benchmarking อยู่ตลอดเวลาอันนำไปสู่ นโยบาย หรือยุทธศาสตร์ที่มี ประสิทธิภาพ

๖. จัดตั้งชุดขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ (Strategic Driven Team): เพื่อให้เกิดความเข้าใจใน กรอบ แนวคิดของนโยบายหรือยุทธศาสตร์ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการจัดทำยุทธศาสตร์จะต้องจัดชุด ทำงาน เคลื่อนที่ (Mobile Team) เพื่อไปให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษา และถ่ายทอดเจตนารมณ์ที่ แท้จริงของกรอบ แนวคิดนโยบายหรือยุทธศาสตร์ที่จัดทำขึ้น

๗. พัฒนาความสามารถเชิงสมรรถนะหลัก (Core Competencies): โดยพัฒนา กลุ่ม ของทักษะ ความรู้ ความสามารถ รวมทั้ง พฤติกรรม คุณลักษณะและทัศนคติที่บุคลากรที่เกี่ยวข้องใน กระบวนการกำหนดยุทธศาสตร์จำเป็นต้องมีเพื่อปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และ เพื่อให้สามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดยุทธศาสตร์ได้อย่างได้อย่างเหมาะสม

๘. ใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการทำงาน (Using Information & Communication Technology): ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่าง ๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ IT (Information Technology: IT) นั้นสามารถช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การใช้ IT ในการค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม หรือการจัดทำคลังข้อมูลร่วม ความมั่นคง (National Security Data Warehouse) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร และอื่นอันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพในการกำหนดนโยบายความมั่นคงแห่งชาติ

แนวความคิด และทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์

กลยุทธ์ (Strategy) มาจากรากศัพท์ภาษากรีกว่า Strategia ซึ่งมีความหมายว่าศาสตร์ และศิลป์ในการบังคับบัญชากองทัพ ปัจจุบันผู้บริหารระดับสูงต้องเข้าใจสถานการณ์ การแข่งขัน ที่จะต้องวางแผน พัฒนากลยุทธ์ โดยมีผู้ให้ความหมายไว้หลายหลาย มีความแตกต่างกัน ดังนี้

Carl Von Clausewitz นักทฤษฎีด้านยุทธการแห่งศตวรรษที่ ๑๙ ได้อธิบายกลยุทธ์ ไว้ว่า “กลยุทธ์เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการศึกษาสงคราม และกำหนดรูปแบบการต่อสู้ ในแต่ละสมรภูมิ ซึ่งจะต้องตัดสินใจว่าจะเข้ายึดสมรภูมิแต่ละแห่งด้วยวิธีใด”

James B. Quinn ได้ให้ความหมายไว้ว่า “กลยุทธ์คือ รูปแบบหรือแผนการที่รวมเอา เป้าหมายหลัก นโยบายหลัก และลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงานขององค์กรเข้าไว้ด้วยกัน”

สุมาลี จิระจรัส (๒๕๔๘) เป็นวิธีในการปฏิบัติที่องค์การเลือกใช้เป็นเครื่องมือเพื่อให้ องค์การสามารถบรรลุยังเป้าหมายที่กำหนดไว้ในอนาคตจากสภาพปัจจุบันที่เป็นอยู่

สุพานี สฤษฏ์วานิช (๒๕๕๒) แผนงานสำคัญที่องค์การจะใช้เป็นแนวทางในการบรรลุสู่ เป้าหมายหลักขององค์การ

ความหมายการจัดการเชิงกลยุทธ์

จินตนา บุญบงการ และณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (๒๕๔๙) การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการที่ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและข้อมูลสำคัญของธุรกิจที่ใช้ในการ ประกอบการตัดสินใจ การวางแผนทางการดำเนินงาน และควบคุมการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ของ องค์การเพื่อที่จะสร้างความมั่นใจว่าองค์การสามารถที่จะดำเนินการได้อย่างสอดคล้องกับ สภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนสามารถมีพัฒนาการและสามารถแข่งขันใน อุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Leslie and Byars (๒๐๐๒) การจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นการกำหนดการปฏิบัติการที่เหมาะสม และมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่องของแผนเชิงกลยุทธ์ โดยกำหนดทิศทางและการทำงานในระยะยาวของ องค์การ ดังนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงมีการพัฒนาแผนเชิงกลยุทธ์และปรับให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

Pearce and Robinson (๒๐๐๐) ได้กล่าวว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและการปฏิบัติต่างๆที่จะส่งผลต่อการวางแผนและการปฏิบัติตามแผน โดย วิธีการเหล่านั้นจะสามารถช่วยให้้องค์การประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์มีส่วนประกอบที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

๑. ขั้นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environment Analysis) มีบทบาทสำคัญ ๓ ประการ ได้แก่บทบาทในการกำหนดนโยบายหรือกลยุทธ์ขององค์กรจากการศึกษาสภาพแวดล้อมที่ เกิดโดยรวมซึ่งจะมีผลกระทบต่อองค์กร, บทบาทในการประสานแผนงานขององค์กรจากการศึกษา แนวโน้มของสภาพแวดล้อมที่จะมีผลต่อหน่วยงานย่อยภายในองค์กร และบทบาทในการกำหนด หน้าที่ขององค์กร ทั้งกิจกรรมหลัก และกิจกรรมเฉพาะของหน่วยงานย่อยในองค์กรโดยโครงสร้าง สภาพแวดล้อม ประกอบด้วย

๑.๑ สภาพแวดล้อมภายนอกโดยทั่วไป (General Environment) ได้แก่ ปัจจัยด้าน เศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านสังคมวัฒนธรรม

๑.๒ สภาพแวดล้อมปฏิบัติการ (Operating Environment) เป็นการศึกษาลิทธิพันธ์ ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกัน เพื่อแข่งขันในกลุ่มลูกค้าเดียวกัน

๑.๓ สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เป็นการวิเคราะห์ห้องค์กร เพื่อให้เข้าใจทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร

๒. ขั้นการกำหนดทิศทางขององค์กร (Set Organizational Direction) การจัดวาง ทิศทางขององค์กรมีองค์ประกอบ ดังนี้

๒.๑ วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นเป้าหมายที่มีลักษณะกว้างขวางซึ่งเป็นความต้องการใน อนาคตโดยไม่ได้กำหนดวิธีการไว้

๒.๒ ภารกิจ (Mission) เป็นพื้นฐานของการกำหนดการจัดลำดับกลยุทธ์แผน และการออกแบบงาน

๒.๓ เป้าหมาย (Goals)

๒.๔ วัตถุประสงค์ (Objectives) เป็นเป้าหมายระยะสั้นที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่สามารถวัดได้

๓. ขั้นการกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) เป็นการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อนำไปปฏิบัติ จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร โดยอาศัยเครื่องมือในการวิเคราะห์ทางเลือกกลยุทธ์ และตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดโดยการวิเคราะห์ SWOT โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างผลการประเมินสภาพของสภาพแวดล้อมภายในระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อน และผลการประเมินสภาพของสภาพแวดล้อมระหว่างโอกาสและภัยอุปสรรค

ตารางที่ ๒ - ๑ การพิจารณาทางเลือกในการจัดทำกลยุทธ์

SO จุดแข็ง และมีโอกาส กลยุทธ์การรุกกราน (Aggressive Strategy)	WO มีจุดอ่อนและมีโอกาส กลยุทธ์การอนุรักษ์ (Conservative Strategy)
ST มีจุดแข็งและมีอุปสรรค กลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Strategy)	WT มีจุดอ่อนและมีอุปสรรค กลยุทธ์การตั้งรับ (Defensive Strategy)

ที่มา: พิบูล ทีปะपाल, การจัดการเชิงกลยุทธ์, ๒๕๕๑ หน้า ๑๐๐

๓.๑ การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร มี ๓ ระดับ ประกอบด้วย

๓.๑.๑ กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) หมายถึง กลยุทธ์ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์หลักในภาพรวมขององค์กร หรือกลยุทธ์ระดับนโยบาย (Policy Level Strategy)

๓.๑.๒ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy) หมายถึง กลยุทธ์ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ของกิจการในแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือเป็นกลยุทธ์ระดับโครงการ (Project-Level Strategy)

๓.๑.๓ กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) หมายถึง กลยุทธ์ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์หลักของหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติในกระบวนการทำงานในแต่ละกิจการ หรือกลยุทธ์ระดับกิจกรรม (Activity)

๔. ขั้นการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ให้เป็นการปฏิบัติ ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ขั้นการกำหนดแผนและจัดสรรทรัพยากร ขั้นตอนของการปรับโครงสร้างองค์กร ขั้นตอนของการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ในส่วนของระบบ และการพัฒนาทรัพยากรบุคคล และขั้นการกระจายกลยุทธ์ เพื่อให้เกิดผล ต้องมีการกระจายแผนไปยังทุกๆส่วนทั้งองค์กรโดยต้องสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ อย่างชัดเจนและเข้าใจ จากเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Goals) อาจถูกแปลงเป็นเป้าหมายย่อย

(Sub - goals) กำหนดเป็นเป้าหมายประจำปี จากนั้นแตกไปเป็นเป้าหมายประจำกลุ่ม แต่ละโครงการ และยังช่วยให้มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสมที่จะบรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้

๕. การควบคุมและประเมินผล เป็นงานของผู้บริหารระดับสูงเพื่อทดสอบว่า ผลการดำเนินงานบรรลุผลตามแผนที่กำหนดไว้มากน้อยเพียงใด ถ้าไม่เป็นไปตามแผนจะได้ทำการปรับปรุงแก้ไข

สรุป การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและข้อมูลสำคัญเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การวางแผนทางการดำเนินงาน และควบคุมการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ ที่จะสร้างความมั่นใจว่าองค์กรจะสามารถที่จะดำเนินงานได้อย่างสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนสามารถพัฒนาและสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งต้องมีกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุยังเป้าหมายที่กำหนดไว้ในอนาคต

แนวความคิด และทฤษฎีการรับรู้

ความหมายของการรับรู้

กมลวัฒน์ ยะสารวรรณ (๒๕๔๗) การรับรู้ หมายถึง ขบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่มากกระทบประสาทสัมผัสของเราและแปลความหมายอย่างไร ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีตของแต่ละบุคคล

มาลินี มาลีคล้าย (๒๕๕๔) การรับรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญของแต่ละบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆจะขึ้นกับการรับรู้จากสภาพแวดล้อมของตนและสามารถในการแปลความหมายของสภาพต่อนั้นๆ ดังนั้น การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าและปัจจัยการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยการรับรู้ประกอบด้วยประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิตวิทยา คือ ความรู้เดิม เจตคติ และความต้องการ เป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการสามด้าน คือ การสัมผัส การแปลความหมาย และอารมณ์

กระบวนการรับรู้

การรับรู้เป็นกระบวนการที่สร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างและมีอิทธิพลนำไปสู่การกระทำ หรือพฤติกรรมต่างๆของบุคคล กระบวนการรับรู้มีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

๑. อากาการสัมผัส หมายถึงอาการที่อวัยวะรับสัมผัสรับสิ่งเร้า หรือสิ่งเร้าผ่านเข้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสต่างๆเพื่อให้คนเรารับรู้ภาวะแวดล้อมรอบตัว

๒. การแปลความหมายจากอาการสัมผัสส่วนสำคัญที่จะช่วยทำให้การแปลความหมายดีหรือถูกต้องเพียงใดนั้น ต้องอาศัย

๒.๑ สติปัญญา หรือความเฉลียวฉลาด

๒.๒ การสังเกตพิจารณา

๒.๓ ความสนใจและความตั้งใจ

๒.๔ คุณภาพของจิตใจขณะนั้น

๓. ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิม ได้แก่ ความคิดความรู้และการกระทำที่ได้เคยปรากฏแก่ผู้นั้นมาแล้วในอดีตมีความสำคัญมากสำหรับช่วยในการตีความหรือแปลความหมายของการ

สัมผัสได้แจ่มชัด ความรู้เดิมและประสบการณ์เดิมที่ได้สะสมไว้สำหรับช่วยในการแปลความหมายได้ดี นั้นจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

๓.๑ เป็นความรู้ที่แน่นอน ถูกต้อง ชัดเจน

๓.๒ ต้องมีปริมาณมาก กล่าวคือ รู้หลายอย่างจึงจะช่วยแปลความหมายต่างๆ ได้ สะดวกและถูกต้องดี

๔. กระบวนการรับรู้ไว้ว่า เป็นกระบวนการที่ซับซ้อน ประกอบด้วย ๓ ขั้นตอน

๔.๑ การเลือก (Selection) เป็นกระบวนการเลือกที่จะรับสิ่งเร้าบางอันจากสิ่งเร้าทั้งหลาย

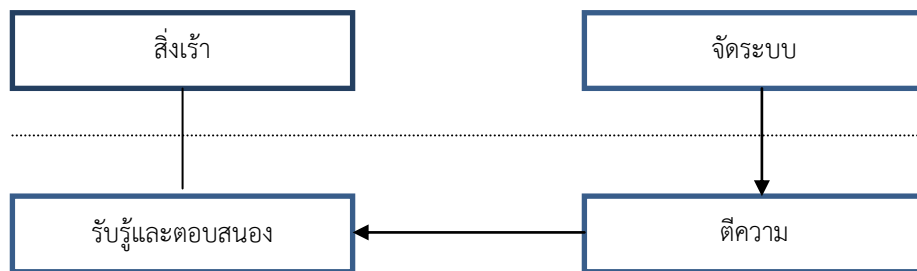
๔.๒ การจัดระบบ (Organization) คนเรามักจะจัดระบบสิ่งเร้าภายนอก ๒ วิธี คือ

๔.๒.๑ ภาพและพื้น (Figure and ground) การที่คนเราแยกสิ่งเร้าที่เลือกมาเป็นสิ่ง ที่พุ่งสมาธิไปยังส่วนนั้นเป็นพิเศษ เรียกว่า (Figure) และส่วนอื่นๆ ที่เราไม่สนใจที่เป็นพื้น (Ground)

๔.๒.๒ การทำให้ง่าย (Simplification) การรับรู้สิ่งเร้าภายนอกเข้ามาจัดระบบ อีกวิธีหนึ่งซึ่งมีแนวโน้มของคนทั่วไป คือการจัดสิ่งเร้าเหล่านั้นให้อยู่ในรูปที่ง่ายมากขึ้น ตัดสิ่งที่เป็น รายละเอียดที่ซับซ้อนและสับสนทิ้งไป

๔.๓ การแปลความ (Interpretation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในกระบวนการรับรู้ในขั้นนี้ คนเราจะอาศัยคุณสมบัติที่มีอยู่ภายในตนเอง เช่น ทักษะคิด ประสบการณ์ ความต้องการ ค่านิยม ฯลฯ เพื่อช่วยให้การพิจารณาสิ่งเร้าภายนอก ผสมผสานสิ่งเร้าภายนอกให้เข้ากับคุณสมบัติภายใน ดังนั้น การแปลความ จึงเป็นเรื่องที่ขึ้นอยู่กับอัตวิสัย (Subjective) ของผู้รับ สิ่งเร้าอย่างเดียวกันที่เสนอต่อบุคคลต่างๆ บุคคลเหล่านั้นจะแปลความหมายที่แตกต่างกัน กระบวนการรับรู้สามารถเขียนตามแผนภาพข้างล่าง

แผนภาพ ๒ - ๒ กระบวนการรับรู้



ที่มา: จิตวิทยาทั่วไป : การรับสัมผัสและการรับรู้, ๒๕๔๖

๕. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (๒๕๒๔) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ทางสังคมว่ามีปัจจัยดังต่อไปนี้

๑. ความต้องการ (Need) ของผู้รับรู้อาจจะทำให้ผู้รับรู้ตีความสิ่งเร้าที่ส่งมาเป็นสิ่งที่จะสนองความต้องการของตนเอง ความต้องการเป็นเหตุจูงใจให้เรารับรู้สิ่งที่ต้องการได้รวดเร็ว เช่น ขณะกำลังหิว

๒. ประสบการณ์ (Experience) บุคคลทั่วไปมักจะตีความสิ่งที่ตัวเองสัมผัสตามภูมิหลังของแต่ละคน

๓. การเตรียมตัวไว้ก่อน (Preparatory set) การที่คนเรามีประสบการณ์และการเรียนรู้สิ่งใดมาก่อน ทำให้เราเตรียมที่ตอบสนองต่อสิ่งนั้นแนวเดียวกับที่เรารับรู้มา

๔. บุคลิกภาพ (Personality) บุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ เช่น บุคคลที่มีบุคลิกภาพแข็งกร้าว ยึดมั่น จะรับรู้การเปลี่ยนแปลงของสิ่งเราได้ช้ากว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพยืดหยุ่น

๕. ทักษะคติ (Attitude) ทักษะคติมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ถ้าคนเรามีทักษะคติที่ดีต่อใครคนหนึ่ง การกระทำของบุคคลนั้นจะถูกรับรู้ในทางที่ดีเสมอ

๖. ตำแหน่งทางสังคม (Social position) บทบาททำให้คนเรารับรู้สิ่งต่างๆ ไม่เหมือนกัน

๗. วัฒนธรรม (Culture) เป็นตัวการสำคัญที่ทำให้คนเรารับรู้อะไรแตกต่างกัน

๘. สภาพทางอารมณ์ (Emotion) ของผู้รับรู้มีผลต่อการรับรู้

การรับรู้เป็นขั้นตอนแรกของการมีพฤติกรรม แต่อย่างไรก็ตาม การรับรู้เป็นเพียงตัวแปรหนึ่งเท่านั้นในการเกิดพฤติกรรม ยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่มีส่วนในการเกิดพฤติกรรม เช่น ทักษะคติ บทบาท และความคาดหวังในบทบาท แรงจูงใจ เป็นต้น

สรุป การรับรู้เป็นกระบวนการทางสมองซึ่งตีความหรือแปลความหมายหลายข้อมูลที่ได้จากการสัมผัสของร่างกายกับสิ่งเร้า โดยอาศัยประสบการณ์เดิม หรือการเรียนรู้ หรือความคิด แล้วมีการแสดงออกถึงความรู้และความเข้าใจจากการตีความนั้นๆ องค์ประกอบที่ส่งผลให้บุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกันนั้นจะขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับรู้ ลักษณะทางด้านจิตวิทยา สภาพแวดล้อมในขณะนั้น และคุณสมบัติของสิ่งเร้าซึ่งการรับรู้จะเป็นขั้นตอนแรกของการเกิดพฤติกรรม และยังมีตัวแปรอื่นที่มีส่วนร่วมในการเกิดพฤติกรรม เช่น ทักษะคติ บทบาท และความคาดหวัง แต่อย่างไรก็ตาม การรับรู้ที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมอย่างมาก เพราะถ้าบุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกันก็มีส่วนทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างได้

บทบาทของครอบครัว โรงเรียน และชุมชน ต่อการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม เป็นมรดกทางสังคมที่สั่งสมสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน ประกอบไปด้วยความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ กฎหมาย ประเพณี และก่อให้เกิดความเจริญงอกงามสืบทอดกันมา

ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรม

๑. การเรียนรู้และการคิดสะสมมนุษย์ได้เรียนรู้และคิดสิ่งต่างๆ จากความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ แล้วสะสมไว้เป็นมรดกทางสังคมไว้เพื่อถ่ายทอดให้กับคนรุ่นหลังต่อไป เป็นการนำทางให้คนรุ่นหลังได้ประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสม สิ่งที่เหมาะสมไว้คือวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ทำให้คนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

๒. การปลูกฝังถ่ายทอด เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นหลังต่อไป เพื่อนำมาประพฤติปฏิบัติสืบเนื่องต่อกัน ซึ่งต้องอาศัยเวลา เพราะวัฒนธรรมนั้นต้องปลูกฝังกันจนเป็นนิสัย

๓. การปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ และการเปลี่ยนแปลงจะเจริญก้าวหน้าได้เพราะผู้ที่รับการถ่ายทอดมานั้น มีความเข้าใจอย่างแท้จริงและรู้จักดัดแปลงแก้ไขให้เหมาะสมกับชีวิตความเป็นอยู่ในแต่ละยุคสมัยเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้น

วัฒนธรรมไทย เป็นวัฒนธรรมที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง เป็นวัฒนธรรมที่แสดงออกถึงความเป็นเอกราชของชาติไทย มีการสั่งสมความรู้ ประสบการณ์มาตั้งแต่อดีต มีการถ่ายทอดแก่คนรุ่นหลังรวมทั้งมีการปรับปรุงให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนไทยตลอดเวลา เมื่อเป็นเช่นนี้ ควรจะมีการศึกษา

ถึงเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมอย่างละเอียด เพื่อให้เข้าใจคุณค่าทางวัฒนธรรมและสามารถถ่ายทอดให้คนรุ่นหลังได้เข้าใจและเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมไทย

บทบาทของครอบครัว

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (๒๕๒๕) ให้ความหมายของครอบครัวว่า ผู้ร่วมครัวเรือน คือ สามี ภรรยา บุตร และวงศ์ญาติที่อาศัยอยู่ร่วมกัน สามี ภรรยา ให้กำเนิดบุตรและเลี้ยงดูบุตรเพื่อให้สามารถดำรงชีพอยู่ในสังคมได้ สมาชิกในครอบครัวมีการแสดงออกทางพฤติกรรมต่อกันและกัน ตามสถานภาพและบทบาทอันเป็นหน้าที่ของสมาชิก

บทบาทของบิดามารดาและวงศ์ญาติต่อการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม ได้จากการเลี้ยงดูบุตร และทำหน้าที่ในการอบรมสั่งสอน และเป็นแบบอย่างที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องยาวนาน คุณค่าทางวัฒนธรรมที่เด็กได้เรียนรู้มาจากครอบครัว ได้แก่

๑. ความคิด ความเชื่อ และการนับถือศาสนา
๒. ระบบอาวุโส การมีสัมมาคารวะ กิริยามารยาท
๓. ความกตัญญู การตอบแทนผู้มีพระคุณ
๔. บุคลิกภาพ และสุนทรีย์ภาพ
๕. ลักษณะนิสัย

บทบาทของโรงเรียน

จุฬพล สวัสดิยากร (๒๕๓๕) ได้กล่าวถึงบทบาทของโรงเรียนที่มีผลต่อวัฒนธรรมและชุมชนว่า

๑. พัฒนาแบบแผนขั้นพื้นฐานและปฏิสัมพันธ์ของชุมชน
๒. พัฒนาคูณสมบัติต่างๆของบุคคลให้เข้ากับบทบาทของชุมชน
๓. พัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถเฉพาะอย่าง เฉพาะงาน
๔. พัฒนาและถ่ายทอดขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมให้แก่ชุมชน
๕. เป็นศูนย์รวมของชุมชนในการจัดกิจกรรมต่างๆ

สาโรช บัวศรี (๒๕๓๒) ได้อธิบายบทบาทของโรงเรียนว่ามีบทบาทในการสอนอบรมและเผยแพร่วัฒนธรรม ทั้งที่เป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านและวัฒนธรรมที่เป็นส่วนร่วมกันของประเทศ สาโรช บัวศรี ได้นำคุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในองค์ความรู้ ๕ ด้าน กำหนดโดยองค์การยูเนสโกมาเป็นแนวทางสำหรับจัดกิจกรรมการเรียนรู้ รายละเอียดขององค์ความรู้ทางวัฒนธรรม คือ

๑. ศิลปกรรม ได้แก่ ภาษา วรรณคดี ดนตรี สถาปัตยกรรม เป็นต้น
๒. มนุษยศาสตร์ ได้แก่ ศาสนา จริยธรรม ปรัชญา ประเพณี เป็นต้น
๓. การช่างฝีมือ ได้แก่ การทอ การแกะสลัก การเย็บปักถักร้อย เป็นต้น
๔. การกีฬาและนันทนาการ ได้แก่ กีฬาพื้นบ้าน การละเล่น การต่อสู้ป้องกันตัว เป็นต้น
๕. คหกรรมศาสตร์ ได้แก่ อาหารการกิน เสื้อผ้า การแต่งกาย เป็นต้น

บทบาทของชุมชน

ชุมชน คืออาณาบริเวณแห่งหนึ่งที่ครอบครัวหลายครอบครัวมาตั้งถิ่นฐานรวมกันเป็นระยะเวลาต่อเนื่องยาวนาน มีองค์กรและสถาบันต่างๆที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์และให้บริการต่อสมาชิกในชุมชนซึ่งมีวิถีการดำเนินชีวิตที่คล้ายกัน มีอาชีพการทำมาหากิน ถึงแม้จะหลากหลายแต่ต้องอาศัยสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและสิ่งอำนวยความสะดวกร่วมกัน แต่ละชุมชนย่อมมีผู้นำและมีความผูกพันกันในหมู่สมาชิก โดยมีขนบธรรมเนียม ความเชื่อ เป็นสื่อประสาน

สำเนียง สร้อยนาคพงษ์ (๒๕๓๖) ได้เน้นถึง การเรียนรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมว่า ภูมิปัญญา เกิดจากการสอนการเรียนรู้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน “ เป็นเรื่องของการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติแวดล้อม คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิต การทำมาหากินและพิธีกรรมต่างๆการเรียนรู้ในชุมชนมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความสงบสุข ทั้งในส่วนที่เป็นชุมชน หมู่บ้านและในส่วนที่เป็นชาวบ้านเอง”

คุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชน ได้แก่ ความพออยู่พอกิน ความสงบสุข ระบบการพึ่งตนเอง ภูมิตำนานต่อกระแสการครอบงำทางวัฒนธรรม ตลอดจนการอนุรักษ์ของชุมชนไว้ได้

บทบาทของสมาชิกและองค์กรในชุมชนต่อการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรม

๑. สร้างเจตคติและความภาคภูมิใจต่อวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และสถาบันชุมชน
๒. แสวงหาและพัฒนากิจกรรม กระบวนการและผลผลิตของงานอาชีพ การทำมาหากิน เทคโนโลยีพื้นบ้าน และทรัพยากรของชุมชนทั้งนี้เพื่อให้เกิดพลังชุมชนขึ้น
๓. เผยแพร่ศิลปะ ประเพณี พิธีกรรมที่เป็นสาระสอดคล้องตามวิถีชีวิต โดยเน้นให้สมาชิกของชุมชนมีส่วนร่วม

๔. ประยุต์ ปรับปรุง วัฒนธรรมของสากล ตลอดจนความเจริญทางเทคโนโลยี ความทันสมัย ซึ่งแพร่เข้าสู่ชุมชนให้เกิดความเหมาะสมกับวัฒนธรรมในชุมชน เช่น การรับรู้ข่าวสาร การวิเคราะห์วิจารณ์ภาพเหตุการณ์ เป็นต้น

๕. การเรียนรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม มิใช่ปิดกั้นอยู่ภายในชุมชน หรือเป็นปรปักษ์กับวัฒนธรรมอื่น การรู้เท่าทันกับวัฒนธรรมที่หลากหลายมีความจำเป็นมาก ทักษะและความสามารถในการสื่อสาร การรับข่าวสารจากสื่อมวลชนต้องดีพอ องค์กรชุมชนจึงควรสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนอื่น เพื่อสร้างประสบการณ์กับกลุ่มคนต่างวัฒนธรรม รู้จักเลือก รู้จักรับ ผสมกลมกลืนคุณค่าทางวัฒนธรรมอย่างมีสติ เหตุผล และมีคุณธรรมเป็นพื้นฐาน

แนวความคิด และทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ และสื่อสารมวลชน

นักวิชาการทางด้านการประชาสัมพันธ์ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิชาชีพแขนงนี้ ได้ให้นิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้หลายทัศนะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

Cutlip และ Center ให้คำจำกัดความว่าการประชาสัมพันธ์ คือการติดต่อสื่อสารและการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นจากองค์กรสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและประชามติที่ประชาชนมีต่อองค์กรสถาบันด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งที่จะ

สร้างผลประโยชน์ร่วมกันและช่วยให้สถาบันสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืน (harmonious adjustment) กับสังคมได้ ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้ในลักษณะความหมาย 3 ประการด้วยกัน

๑. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชน
๒. วิธีการที่องค์การสถาบันใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์
๓. คุณภาพและสถานภาพแห่งความสัมพันธ์นั้น ๆ

Newsom และ Scott เน้นว่าการประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่มีความสลับซับซ้อน เพราะงานนี้ไม่เพียงแต่จะต้องมีทักษะหลาย ๆ ด้านด้วยกัน หากแต่ยังต้องมีพลังแห่งความคิด (brainpower) เพื่อสร้างสรรค์และแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้ลุกล่งไปด้วยดี สิ่งนี้เองที่เป็นงานท้าทายต่อการประชาสัมพันธ์

Farlow แห่งมหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ อธิบายว่าการประชาสัมพันธ์ คือสิ่งที่มีความหมายดังชื่อของมันเอง แม้ว่าบางครั้งอาจจะมีการใช้กันอย่างผิดพลาดบ้างก็ตาม แต่โดยความหมายที่ตรงไปตรงมาแล้ว การประชาสัมพันธ์ก็คือกิจกรรมที่เพิ่มพูนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ (image) ที่ดีในจิตใจของประชาชน

Edward L. Bernays แสดงความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ มีความหมาย ๓ ประการด้วยกัน คือ

๑. เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
๒. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
๓. ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

นอกจากนี้ Bernays ยังได้แสดงทัศนะของเขาไว้เมื่อไม่นานมานี้ (ค.ศ.1979) ว่า คนบางคนคิดว่า การประชาสัมพันธ์ คือการขัดสี ตกแต่งภาพลักษณ์ (Image) ให้ดูสวยสดงดงามซึ่งแท้จริงแล้วงานประชาสัมพันธ์มีมากมายกว่านั้น จนปัจจุบันนี้ได้มีการเปิดสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ในชั้นอุดมศึกษาตามสถาบันชั้นสูงและมหาวิทยาลัยต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา เช่น บรรดามหาวิทยาลัยต่างๆ ที่เปิดสอนทางด้านวารสารศาสตร์หรือวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน (College of Journalism and Mass Communication) ซึ่งต่างก็เปิดสอนวิชาการประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม รวมทั้งการเปิดสอนในชั้นระดับปริญญาทางการบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard Graduate School of Business Administration) สถาบันชั้นอุดมศึกษาเหล่านี้ เปิดสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของสังคม ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจะสามารถนำเอาวิชาการความรู้ดังกล่าว ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่ออาชีพของตนในอนาคตภายหน้า

Dr. Edward J. Robinson ให้ทัศนะว่าการประชาสัมพันธ์ ถ้าหากจะพิจารณาในแง่ของพฤติกรรมศาสตร์แล้ว (Behavioral Science) มีหน้าที่ดังนี้

๑. สสำรวจและประเมินถึงทัศนคติของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
๒. ช่วยให้ผู้ฝ่ายบริหารสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ในด้านการเพิ่มพูนความเข้าใจแก่ประชาชนและเป็นที่ยอมรับของประชาชน กล่าวคือยอมรับทั้งนโยบาย แผนงาน และบุคลากรขององค์การ

๓. วัตถุประสงค์ที่องค์การกำหนดขึ้นนี้ จะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ความต้องการ และผลประโยชน์ของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ

๔. ปรับปรุงและประเมินผลโครงการประชาสัมพันธ์ ที่องค์การกำลังดำเนินอยู่เพื่อให้เป็นที่เข้าใจและเป็นที่ยอมรับแก่ประชาชน

Marvin M. Black ให้คำจำกัดความว่าการประชาสัมพันธ์ คือ ศิลปะและศาสตร์ในอันที่จะแสวงหาช่องทางให้องค์การ สถาบันและประชาชนมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และบังเกิดความพึงพอใจร่วมกัน

Sam Black ให้คำอธิบายว่าการประชาสัมพันธ์ คือภาระหน้าที่รับผิดชอบทั้งหมดของฝ่ายบริหารในทุกองค์การ วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นไปเพื่อบรรลุและธำรงไว้ซึ่งความราบรื่นกลมกลืน สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม

John W. Hill ผู้ก่อตั้งบริษัท Hill & Knowlton ซึ่งเป็นสำนักงานที่ปรึกษาและให้บริการทางด้าน การประชาสัมพันธ์ หรือบริษัทธุรกิจดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มีชื่อเสียงและใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก เน้นว่า “การประชาสัมพันธ์ คือภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารที่จะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษต่อชื่อเสียง ความนิยมชมชอบที่ประชาชนมีต่อหน่วยงาน และการให้ความสนใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์ จะต้องให้ความสำคัญเท่ากับธุรกิจด้านอื่น ๆ ของหน่วยงาน”

แนวคิดอิทธิพลของการประชาสัมพันธ์ต่อบุคคล

อิทธิพลของการประชาสัมพันธ์ต่อบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้ (Cutlip, Center, & Broom, ๑๙๙๔)

๑. ลักษณะส่วนบุคคลนั้นๆ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร (เพศ อายุ การศึกษา ฯลฯ) บุคลิกภาพ สภาพทางจิตวิทยา แบบแผนการดำเนินชีวิต

๒. สภาพแวดล้อมของบุคคล หมายถึง สถานภาพทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนเทคโนโลยี โดยที่สภาพแวดล้อมนี้มีทั้งในระดับจุลภาค (Micro) และระดับมหภาค (Macro)

๓. พฤติกรรมการรับสื่อ อิทธิพลของการประชาสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการรับสื่อของบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพของสิ่งต่างๆ หรือความคิดรวบยอดที่วาดขึ้นในความคิด (Image is a picture formed in the mind) ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์การ สถาบัน บุคคลหรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจจะเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์ทางตรง (Direct experience) หรือประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect experience) ที่บุคคลนั้นรับรู้มา

นอกจากนี้ นักวิชาการทางด้าน การประชาสัมพันธ์ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ภาพลักษณ์ ไว้อย่างหลากหลาย อาทิ

คล็อดด์ โรบินสัน และวอลเทอร์ บาร์โลว์ (Claude Robinson and Walter Barlow, ๑๙๕๙) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลที่มีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน และภาพในใจนั้นๆ อาจจะมาจากการทั้งประสบการณ์ตรงและประสบการณ์ทางอ้อม

ฟิลิป คอทเลอร์(Philip Kotler, ๑๙๙๖) นักวิชาการด้านการตลาดที่มีชื่อเสียง อธิบายถึงภาพลักษณ์ ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

แนวคิดทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Approach)

แนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร เน้นที่ความสำคัญของผู้รับสารในฐานะที่เป็นปัจจัยหลักในการที่จะตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อ และเนื้อหาของสารที่สามารถสนองต่อความต้องการของบุคคล จนนำไปสู่ความพึงพอใจแก่ผู้รับสารจากการใช้สื่อและการเปิดรับต่อสารนั้นๆ และอาจกลายเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ ในการหล่อหลอมพฤติกรรมต่อการเปิดรับรายการประเภทเดียวกัน ในครั้งต่อไป (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, ๒๕๒๘)

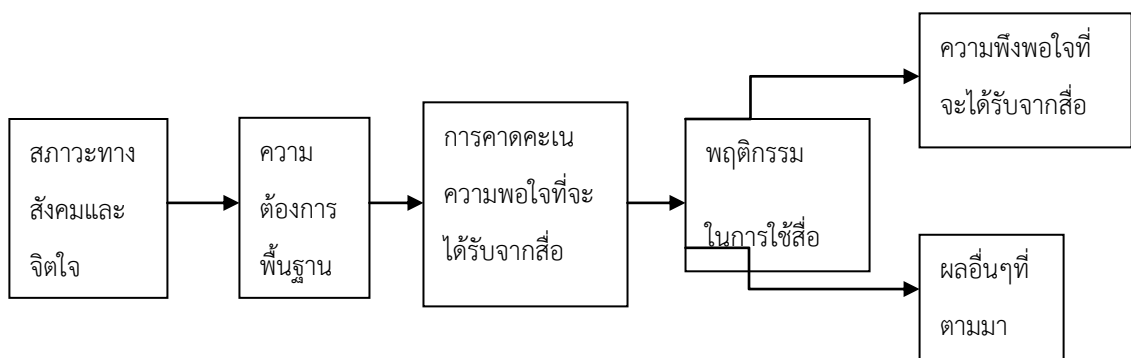
การใช้สื่อเพื่อช่วยตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสาร จึงเป็นการเปลี่ยนแนวการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับบทบาทความสำคัญของผู้ส่งสาร นำมาวิเคราะห์หาความต้องการของผู้ใช้สื่อ โดยนำเอาปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ในกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้เข้ามาช่วยอธิบายถึงพฤติกรรมในการบริโภคสื่อว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน ๕ อย่างของมนุษย์ ตามที่มาสโลว์ (Maslow) ได้กล่าวไว้ ดังนี้

๑. ความต้องการทางร่างกาย
๒. ความต้องการความปลอดภัย
๓. ความต้องการความรัก
๔. ความต้องการความนับถือ
๕. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต

มนุษย์ยังมีความต้องการอยากจะเรียนรู้เพื่อแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมรอบตัว ความต้องการที่จะรู้นี้ นับเป็นแรงผลักดันสำคัญที่มนุษย์ได้มาจากการอยู่ร่วมกันในสังคม ซึ่งเท่ากับเป็นการยอมรับว่า มนุษย์เราตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน ไม่ใช่เป็นเพราะอิทธิพลจากสื่อแต่เพียงด้านเดียวดังที่เคยคิดกัน และลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในทฤษฎีนี้ คือ เป็นการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับบทบาทและตัวบุคคล ในอันที่จะเลือกเปิดรับสารมากกว่า โดยพิจารณาถึงแบบแผนพฤติกรรมในการเปิดรับสาร ก่อนที่จะไปดูเกี่ยวกับผลที่เกิดจากการเปิดรับเนื้อหาสารเหล่านั้นต่อไป

แคทซ์ และคณะ (Katz and Others, ๑๙๗๔) ได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ดังนี้

แผนภาพที่ ๒ - ๓ แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ



ที่มา : แนวคิดทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน, ๒๕๕๕ หน้า ๘

แคทซ์ และคณะ ได้อธิบายว่า สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ย่อมมีส่วนอย่างสำคัญที่ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน ก็มีความแตกต่างกันไป และในขั้นสุดท้าย คือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อ ก็จะต่างกันไปอีกด้วย

ดังนั้น การศึกษาสื่อสารมวลชน ตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ จึงมีข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับกัน ดังต่อไปนี้

๑. มนุษย์จึงใจที่จะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกบังคับให้อ่าน ให้ดูหรือฟัง เพราะมนุษย์เรามีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ

๒. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์ ย่อมมีจุดมุ่งหมาย

๓. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆอีกหลายอย่าง ที่อาจตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้

๔. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเอง จากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆกัน (เสรี วงษ์มณฑา, ๒๕๒๓)

ทฤษฎีโครงสร้างในสมองหรือข้อมูลสะสมในสมองและพฤติกรรมของมนุษย์

เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกภายนอกของมนุษย์ ซึ่งผู้รับข่าวสารจะต้องเกิดความเข้าใจในข่าวสารก่อนแล้วจึงมีพฤติกรรมตามมา

ทฤษฎีโครงสร้างในสมองหรือข้อมูลสะสมในสมอง จะเกี่ยวข้องกับการเกิดความรู้ ความเข้าใจเปลี่ยนจากการที่ไม่รู้เป็นรู้ เปลี่ยนจากรู้น้อยเป็นรู้มาก ดังนั้น ในการสื่อสารจึงต้องให้ข่าวสารที่เรียกร้องให้เกิดความสนใจ เข้าใจ และรู้เรื่องโดยใช้ภาษาและคำพูดที่ชัดเจน

ทฤษฎีพฤติกรรม จะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยเปลี่ยนจากไม่ทำเป็นการทำเปลี่ยนจากทำไม่เป็นให้เกิดการทำให้เป็น

๑. สิ่งเร้า (Stimulus) หมายถึง สิ่งที่มากระตุ้นให้คนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือก่อให้เกิดการตอบสนอง แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าทฤษฎีนี้จะพูดถึงสิ่งเร้ากับการตอบสนอง แต่ก็มีแตกต่างจากทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เรียกว่า สิ่งเร้า - การตอบสนอง ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการทดลองด้วยสิ่งเร้า ก่อให้เกิดหรือไปสู่ปฏิกิริยาตอบสนอง ตัวอย่าง นักจิตวิทยาท่านหนึ่งได้ทำการทดลองด้วยการนำอาหารมาให้สุนัขกินพร้อมกับสั่นกระดิ่ง เมื่อสุนัขเห็นอาหารก็จะน้ำลายไหลและเนื่องจากทุกครั้งมันจะได้ยินเสียงกระดิ่งพร้อมๆ กับการเห็นอาหาร ดังนั้นในครั้งต่อไป แม้ว่าจะเห็นอาหาร แต่เมื่อได้ยินเสียงกระดิ่งสุนัขจะน้ำลายไหลเหมือนเดิม เพราะมันเคยชินว่าเสียงกระดิ่งเป็นที่มาของอาหารนั่นเอง

กล่าวได้ว่าเสียงกระดิ่งคือสิ่งเร้า น้ำลายไหลเป็นปฏิกิริยาตอบสนอง ทฤษฎี Cognitive ก็มีความเชื่อว่าสิ่งเร้านำไปสู่ปฏิกิริยาตอบสนองเช่นกัน แต่แตกต่างกันตรงที่ทฤษฎีนี้ไม่เชื่อว่าสิ่งเร้าจะนำไปสู่ปฏิกิริยาตอบสนองทันที แต่จะมีกระบวนการทางสมองเกิดขึ้นตรงกลาง ซึ่งการที่มี

กระบวนการทางสมองเกิดขึ้นตรงกลางนี้เอง เป็นตัวที่อธิบายให้เราเข้าใจว่าทำไมสิ่งเร้าเดียวกันจึงก่อให้เกิดการตอบสนองหลายแบบ (R1, R2, R3, และ R4) นั้นหมายความว่าหากคนเรามีกระบวนการทางสมองที่ไม่ตรงกัน แม้จะพบสิ่งเร้าสิ่งเดียวกัน ปฏิกริยาตอบสนองนั้นก็จะไม่เหมือนกัน ซึ่งปัจจัยที่มีผลให้กระบวนการทางสมองของละคนต่างคือ ค่าความเชื่อ ทศนคติ ความรู้และความคิดเห็น

๒. ทฤษฎีนี้เชื่อว่าสิ่งเร้านำไปสู่กระบวนการตอบสนอง หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งบอกเหตุ เฉพาะอย่าง แต่ก่อนที่สิ่งเร้าจะนำไปสู่การตอบสนองนั้นจะมีกระบวนการทางความคิดในสมองของมนุษย์ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ตัวอย่าง การที่เราเห็นเงินของใครวางไว้เป็นเร้าใจแต่การที่เราจะส่งคืนเจ้าของหรือเก็บไว้เองนั้นขึ้นอยู่กับระบบความคิดทางสมองของเรา เพราะฉะนั้นทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่ใส่ใจศึกษาเรียนรู้สิ่งที่เกิดขึ้นในสมองโดยมีความเชื่อว่าพฤติกรรมการแสดงข้างนอกนั้นจะสะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่อยู่ในสมอง จากการที่พยายามจะเข้าใจกระบวนการความคิดนี้เองทฤษฎีนี้จึงเชื่อว่าจากสิ่งเร้า (Stimulus) ไปสู่การตอบสนอง (Response) จะมีกล่องดำ (Black box) เป็นทางผ่านไม่ว่าจะเป็นจากสายตาที่เห็น จากหูที่ได้ยิน หรือตจากมือที่ได้สัมผัส ทุกอย่างจะเข้าที่สมอง

มนุษย์เราสามารถสัมผัสสิ่งเร้าได้ด้วยประสาทสัมผัส แต่เมื่อเราได้ยินอะไรแล้วเราจะแสดงออกต่อสิ่งนั้นอย่างไรขึ้นอยู่กับว่าเรานำสิ่งนั้นผ่านสมองหรือไม่ ดังนั้นการที่เราได้ยินเสียงเพลงแล้วเราปิดหรือเปิดให้ดังขึ้นนั้นเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการที่เรานำเสียงเพลงที่ได้ยินผ่านกระบวนการทางสมองนั่นเอง

๓. ทฤษฎีนี้มองการทำงานของคนเหมือนการมองคอมพิวเตอร์ คือ สิ่งที่ได้ยินได้เห็นได้สัมผัสหรือลิ้มรสนั้นเปรียบเสมือนการได้รับข้อมูล (Input) แต่ในตัวเครื่องจะมีโปรแกรมที่จะนำข้อมูลไปจัดการ (Throughput) อยู่ในตัวซึ่งในทฤษฎีนี้ก็คือสมองของมนุษย์นั่นเองแล้วในที่สุดก็จะเกิดพฤติกรรม (Output) ที่มนุษย์แสดงออกมากกว่าที่คนเราจะโตจนเป็นผู้ใหญ่นั้นทุกคนได้ถูกสังคมตั้งโปรแกรมไว้ ซึ่งการตั้งโปรแกรมของคนในสังคมนั้น เรียกว่า การเตรียมตัวคนเข้าสู่สังคม (Socialization) กระบวนการเตรียมตัวคนเข้าสู่สังคม กระทำโดยการใส่ระบบเข้าไปในสมอง โดยพ่อแม่ ครูอาจารย์ ระบบการศึกษา ระบบการเมือง ความเชื่อทางศาสนา ความเชื่อทางปรัชญา ฯลฯ จะเป็นปัจจัยที่ช่วยในการใส่ระบบต่างๆ จะเห็นได้ว่าคนแต่ละคนได้รับการป้อนข้อมูลที่ต่างกัน เมื่อได้รับข้อมูลต่างกันจึงมีผลผลิตที่ออกมาในรูปของพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกัน

๔. ทฤษฎีนี้เชื่อว่าความคิดเป็นผู้กำหนดภาษาและการแสดงออกของมนุษย์ ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงอธิบายคำกล่าวที่ว่า สำเนียงส่อภาษากิริยาส่อสกุลได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังเป็นทฤษฎีที่อธิบายเรื่องการจงใจว่าคนที่บางคนจงใจง่าย บางคนจงใจยากนั้นมีสาเหตุมาจากการที่คนเรามีสิ่งที่สะสมไว้ในสมองที่แตกต่างกัน การได้ยินได้ฟังสิ่งที่สอดคล้องกับความรู้ความคิด ทศนคติและความเชื่อเดิมที่มีอยู่ย่อมทำให้มนุษย์คล้อยตามได้ง่ายแต่หากมนุษย์ได้ยินได้ฟังสิ่งที่ขัดแย้งกับสิ่งที่สะสมไว้ในสมองแต่ดั้งเดิมเขามักจะหลีกเลี่ยงที่จะรับฟังเพราะมันสร้างความสั่นสะเทือนของระบบความคิดในสมอง

ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นภาพรวมของทฤษฎีและในภาพรวมของทฤษฎีจะมีทฤษฎีแยกย่อยไปอีก คือ ทฤษฎีว่าด้วยความเกี่ยวพันส่วนตัวและการประเมินสิ่งรอบตัว (Ego-involvement and social judgment)

ทฤษฎีว่าด้วยการชักจูงใจ การโน้มน้าวใจ (Theory of persuasion)

เป็นทฤษฎีหนึ่งที่อยู่ในกลุ่มทฤษฎีโครงสร้างในสมอง ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่าการที่จะชักจูงใจบุคคลใดบุคคลหนึ่งนั้นเหมือนกันการกระตุ้น บุคคลนั้น เพื่อให้เกิดการตอบสนองในสิ่งที่เราต้องการให้เป็น และในกระบวนการสื่อสารจะมีช่องว่างหรือตัวกลางระหว่างการกระตุ้นและการตอบสนองซึ่งเรียกว่าพื้นเพเดิมของบุคคล ซึ่งถือว่าเป็นตัวกลางที่สำคัญมากในการสื่อสาร ดังนั้นในการจูงใจบุคคลหรือจะสื่อสารสิ่งใดนั้น เราจะต้องศึกษาถึงพื้นเพเดิมของบุคคลคนนั้นก่อน นั่นคือศึกษาถึงองค์ประกอบต่างๆ ของบุคคลๆ นั้น เช่น ทักษะคิด ค่านิยม ความเชื่อ ระดับการศึกษา ความแน่นแฟ้นของครอบครัว เป็นต้น

ทฤษฎีนี้จะแบ่งคนออกเป็น ๔ ลักษณะ ดังนี้

๑. กลุ่มเชื่อ (Believer) เป็นกลุ่มที่ง่ายที่สุดในการจะทำการประชาสัมพันธ์ชักจูงให้ปฏิบัติตามที่ผู้ทำการประชาสัมพันธ์ต้องการ เพราะเป็นกลุ่มที่ได้รับทัศนคติ ความรู้ ประสบการณ์ ข้อมูลต่างๆ เป็นแนวทางเดียวกันกับผู้ทำการประชาสัมพันธ์ จึงเชื่อและเห็นด้วยในสิ่งที่ผู้ทำการประชาสัมพันธ์ได้ประชาสัมพันธ์ออกไป

๒. กลุ่มสงสัย (Skeptic) เป็นกลุ่มที่ได้รับข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งที่จะสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านบวกและด้านลบ คนกลุ่มนี้จึงเกิดความสงสัยในเรื่องนั้น เช่น ในการสร้างเขื่อน จะมีข้อมูลว่ามีทั้งประโยชน์และโทษคือ เชื่อใช้ผลิตกระแสไฟฟ้าถือว่าเป็นผลดี แต่เขื่อนจะทำลายสภาพแวดล้อมด้วยหรือไม่ ข้อสงสัยดังกล่าวจะทำให้คนกลุ่มนี้ตัดสินใจไม่ได้ว่าระหว่างประโยชน์และโทษนั้นสิ่งใดมีมากกว่ากัน เขาจึงยังไม่ตกลงใจเชื่อว่าการสร้างเขื่อนเป็นสิ่งที่ดี ดังนั้นในการทำการประชาสัมพันธ์กับคนกลุ่มนี้จึงต้องเริ่มพูดเรื่องที่กลุ่มเป้าหมายนี้สงสัยให้เขาหายสงสัยก่อน

๓. กลุ่มเฉื่อย (Apathetic) เป็นกลุ่มที่ไม่สนใจ ไม่ได้ตอบหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่ประชาสัมพันธ์เนื่องจากรู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันตนเอง เช่น รู้สึกว่าการจะสร้างเขื่อนหรือไม่สร้างเขื่อนนั้นไม่เกี่ยวข้องกันตนเองเพราะเขื่อนสร้างที่ต่างจังหวัดแต่ตนเองอยู่กรุงเทพฯ ตนเองไม่ได้รับผลประโยชน์หรือผลเสียอะไรจากการสร้างเขื่อนนั้น ดังนั้นหลักในการทำการประชาสัมพันธ์กับคนกลุ่มเฉื่อยนี้จึงต้องพยายามดึงเรื่องให้ใกล้ตัว

๔. กลุ่มปรปักษ์ (Hostile) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ยากที่สุดในการทำการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นกลุ่มไม่เห็นด้วยสิ่งที่เราต้องการจะสื่อสารและพยายามต่อต้าน ในการทำการประชาสัมพันธ์กับคนกลุ่มนี้จึงต้องทำให้เขาเกิดความปั่นป่วนในแง่ของความคิดหรือเกิดความไม่สมดุลเสียก่อนโดยอาจจะให้คนที่เขานับถือเป็นผู้ชักจูง นั่นคือให้เขาเปลี่ยนจากกลุ่มปรปักษ์มาเป็นกลุ่มสงสัยก่อนและในช่วงที่เขาเกิดความปั่นป่วนทางความคิด สมองของมนุษย์ก็จะเริ่มเปิดรับข้อมูลต่างๆ เราจึงเริ่มให้การประชาสัมพันธ์ในช่วงนี้ โดยให้ข้อมูลที่ดี เป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์นั้น จนเขากลายเป็นกลุ่มเชื่อ

จะเห็นว่า บุคคลทั้ง ๔ กลุ่มจะเป็นกลุ่มที่ทำการประชาสัมพันธ์จากยากที่สุดถึงง่ายที่สุด ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีวิธีการทำการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันไปเพื่อให้เปลี่ยนลักษณะมาเป็นกลุ่มที่ทำการประชาสัมพันธ์ได้ง่ายขึ้น กลุ่มปรปักษ์ กลุ่มเฉื่อย และกลุ่มสงสัย จะต้องมีการเปลี่ยนลักษณะมาจนกระทั่งกลายเป็นกลุ่มเชื่อก่อนจึงจะถึงขั้นบอกวิธีการปฏิบัติ และในการเปลี่ยนลักษณะความคิดของทั้ง ๓ กลุ่มไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนลักษณะตามลำดับขั้นในการประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง ผู้ทำการ

ประชาสัมพันธควรที่จะเลือกกลุ่มที่ทำการประชาสัมพันธได้ง่ายที่สุดก่อน คือ จากกลุ่มเชื่อก่อน เพราะเป็นกลุ่มที่ชักจูงได้ง่ายที่สุด เพื่อมาเป็นแนวร่วมและออกมาแสดงความเคลื่อนไหว

ทฤษฎีสารสนเทศ (Information theory)

ทฤษฎีสารสนเทศ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารที่ได้รับการพัฒนาจากระบบการส่งข่าวสารของเครื่องส่งโทรศัพท์ ผู้คิดค้นทฤษฎีนี้ในระยะเวลาเริ่มต้นนั้นเป็นวิศวกรจึงไม่ได้สนใจต่อการศึกษาประเภทหรือลักษณะเนื้อหาของข่าวสารมากไปกว่าการยอมรับว่าข่าวสารเป็นเพียงสัญญาณอย่างหนึ่งของระบบการรับส่งทางโทรศัพท์ เขาให้ความสนใจเพียงว่าการรับส่งทางโทรศัพท์แต่ละครั้งนั้น จะต้องใช้สัญญาณมากน้อยแค่ไหน คือมีปริมาณข่าวสารมากน้อยแค่ไหนนั่นเอง

แม็คเค (MacKay : ๑๙๖๙) ได้สรุปสั้นๆ เกี่ยวกับทฤษฎีนี้ไว้ว่า ข่าวสารเป็นกลไกหนึ่งของการสื่อสารซึ่งถูกพิจารณาในฐานะที่เป็นเพียงสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของการสื่อสาร แนวความคิดเกี่ยวกับสารสนเทศนี้ต่อมาได้พัฒนาเป็นการศึกษาเรื่องแบบจำลองการสื่อสารทางทฤษฎีคณิตศาสตร์ (The Mathematical Theory of Communication) ซึ่งได้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางทั้งในทางจิตวิทยาและวารสารศาสตร์

แนวคิดกระบวนการไหลของข่าวสาร(Flow of Communication)

ในยุคเริ่มต้นของการศึกษาการสื่อสารมวลชน มีความเชื่อกันว่าการไหลของข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังผู้รับสาร เป็นการไหลแบบขั้นตอนเดียว มีทิศทางที่แน่นอน และสามารถทำนายผลกระทบที่จะเกิดกับผู้รับสารได้ ซึ่งเป็นแนวคิดทฤษฎีแบบเข็มฉีดยา กล่าวว่าการไหลของข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังผู้รับสาร ไม่ได้เป็นการไหลแบบขั้นตอนเดียวเสมอไป ซึ่งสามารถจำแนกลักษณะการไหลของข่าวสารได้ ดังนี้ (ธนวดี บุญลือ, ๒๕๒๘)

๑. การสื่อสารแบบขั้นตอนเดียว (One Step Flow Communication) การสื่อสารแบบนี้มีความเชื่อว่าข่าวสารที่รับสารจากสื่อโดยตรงนั้นมีอิทธิพลมากต่อผู้รับสาร และทุกคนที่ได้รับข่าวสารก็จะเข้าใจได้ไม่เท่ากัน ซึ่งแล้วแต่ภูมิหลังของแต่ละคน และลักษณะการเลือกรับสารที่แตกต่างกัน ดังนั้น อิทธิพลของข่าวสารที่มีต่อผู้รับสารจึงไม่เท่าเทียมกัน นอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่าองค์กรหรือผู้ส่งข่าวสารเป็นผู้มีอำนาจ และมีบทบาทสำคัญที่สุด เพราะเป็นผู้ที่กำหนดข่าวสารและกำหนดวิธีการส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารโดยสามารถคาดคะเนได้ว่าจะเกิดผลอย่างไร คล้ายกับที่หมอฉีดยาให้คนป่วย หมอสามารถคาดคะเนได้ว่าจะฉีดยาอะไรรักษาเพื่อให้ได้ผลตามที่หมอวินิจฉัยไว้ หรือเรียกว่า ทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic needle theory)

๒. การสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two Step Flow Communication) จะเห็นได้ว่าอิทธิพลของข่าวสารที่มีต่อผู้รับสารแต่ละคนไม่เท่ากัน แนวคิดนี้มีความเชื่อว่าข่าวสารที่ถูกส่งออกไปจากองค์กรสื่อมวลชนหรือผู้ส่งสาร ไม่ได้ไปถึงผู้รับสารโดยตรงเสมอไปในบางครั้งข่าวสารไปถึงผู้รับในลักษณะการส่งต่อกันเป็นสองทอด คือ ลำดับแรก ข่าวสารจะไปถึงผู้นำความคิดบางคนในชุมชนก่อน จากนั้นจึงถูกถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นในกลุ่ม โดยผู้นำความคิดเป็นเพียงสมาชิกคนหนึ่งในกลุ่มสังคมหรือชุมชน ซึ่งแนวคิดนี้ถือว่า เป็นผู้มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสาร ส่วนคนอื่นซึ่งส่วนใหญ่เป็นพวกเฉื่อยชา ผู้นำความคิดจะเป็นผู้นำข่าวสารให้เป็นไปตามแนวคิดของตน และในขณะเดียวกันบุคคลที่ได้ฟังส่วนใหญ่มักจะเป็นบุคคลที่ถูกจูงใจได้ง่าย ดังนั้นข่าวสารจากสื่อมวลชนจึงไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับสารส่วนใหญ่ หรือเรียกว่า ทฤษฎีสื่อสาร ๒ จังหวะ (Two Step Flow Theory)

๓. การสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi Step Flow Communication) การสื่อสารแบบนี้เป็นการรวมการสื่อสารแบบขั้นตอนเดียวและสองขั้นตอนเข้าด้วยกัน หมายถึงว่าในการที่ข่าวสารจะไปถึงผู้รับสารนั้น อาจผ่านสื่อหลายชนิดด้วยกัน เช่น ผู้รับสารอาจจะได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนหลายชนิด ในขณะที่ผู้รับสารอีกหลายๆคนอาจจะได้รับข่าวสารโดยผ่านสื่อหลายชนิดทั้งสื่อบุคคลและสื่อมวลชน แต่และขั้นตอนในการส่งข่าวสารนั้นขึ้นอยู่กับความตั้งใจของผู้ส่งสาร จำนวนผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสารและความสำคัญของข่าวสารที่มีต่อผู้รับสาร หรือเรียกว่า ทฤษฎีกำหนดระเบียบวาระ (Agenda Setting Theory)

แนวคิดการจัดการสื่อเว็บไซต์

เสกสรร สายสีสอด (2549) ได้อธิบายไว้ว่าในยุคปัจจุบันอินเทอร์เน็ตถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์ แต่สิ่งที่จะทำให้เว็บไซต์ประสบความสำเร็จ คือ การบริหารจัดการเว็บไซต์ นอกจากเว็บไซต์จะต้องมีเนื้อหาที่ดี มีการวางโครงสร้าง และการออกแบบที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องได้รับการโฆษณา และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย หรือในวงกว้างออกไปอีกด้วย การส่งเสริมนี้มีวิธีที่ทำได้หลายวิธี ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณจำนวนมากเสมอไป โดยสามารถทำได้ตั้งแต่การแลกเปลี่ยนลิงค์และแบนเนอร์ประกาศบนเว็บบอร์ดสาธารณะ การส่งอีเมล การเพิ่มข้อมูลในเสิร์จเอนจิน หรือเว็บไดเรกทอรี เรื่อยไปจนถึงแบบที่ใช้งบประมาณมากขึ้น เช่น การจัดงานเปิดตัว การลงโฆษณาบนเว็บไซต์อื่น การลงโฆษณาบนหนังสือพิมพ์ หรือในวิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น

เว็บไซต์ที่สร้างขึ้นมาก ควรได้รับการทดสอบก่อนที่จะนำออกเผยแพร่ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องความถูกต้องของเนื้อหา การทำงานของลิงค์และระบบนำทางตรวจสอบความผิดพลาดของโปรแกรมสคริปต์และฐานข้อมูล นอกจากนี้ควรทดสอบโดยใช้สภาพแวดล้อมที่เหมือนกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย เช่น เวอร์ชันของเบราว์เซอร์ ความละเอียดของจอภาพและความเร็วที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต เพื่อที่ว่าผู้ชมกลุ่มเป้าหมายสามารถชมเว็บไซต์ได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพหรือไม่ นอกจากนี้เว็บไซต์ที่เผยแพร่ออกไปแล้วควรที่จะต้องมีการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ ตั้งแต่การตรวจสอบเว็บเซิร์ฟเวอร์ว่าไม่หยุดทำงานบ่อยๆลิงค์ที่เชื่อมโยงไปภายนอกยังคงใช้ได้หรือไม่ คอยตอบอีเมลหรือคำถามที่มีผู้ฝากไว้บนเว็บเพจ ถ้าเป็นเว็บข่าวสารก็ต้องปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลาถ้ามีการใช้ฐานข้อมูลก็ต้องแบคอัพข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนั้นควรติดตามดูจำนวนผู้ชม สถิติว่าเว็บเพจใดเป็นที่นิยม มีผู้ชมเข้ามา และควรปรับปรุงให้ผู้ชมรู้สึกที่เว็บเพจมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยอยู่เสมอจึงจะดึงดูดความสนใจผู้เข้าชมได้

หลักการบริหารจัดการเว็บไซต์สามารถทำได้โดยการสร้างเว็บไซต์สามารถทำได้โดยการสร้างเว็บไซต์ที่น่าสนใจ ทั้งในด้านขนาดภาพประกอบขนาดตัวอักษร ข้อความที่อ่านเข้าใจง่าย ใช้ตัวอักษรที่เป็นสากล กล่าวคือ สามารถอ่านได้จากเบราว์เซอร์ทุกชนิด รวมไปถึงการใส่ข้อมูล หรือเนื้อหาที่เป็นมัลติมีเดีย เช่น วิดีโอ เสียง ภาพเคลื่อนไหว หรือ Animation แต่ต้องไม่มากเกินไป เพราะจะทำให้ช้าและไม่น่าติดตามได้

ขั้นตอนของการพัฒนาเว็บเพจ มีทั้งหมด ๖ ขั้นตอนโดยเริ่มจาก

๑. การวางแผน (Planning) โดยผู้พัฒนาเว็บไซต์จะต้องพิจารณาในกลุ่มเป้าหมายวัตถุประสงค์หลักของเว็บไซต์ และแหล่งข้อมูลที่จะนำมาใส่ในเว็บไซต์

๒. การวิเคราะห์ (Analysis) โดยผู้พัฒนาเว็บต้องตรวจสอบความเป็นไปได้ของแผนที่วางไว้ และจัด ข้อมูลให้สามารถเชื่อมโยงต่อกันและเข้าใจได้ง่ายรวมถึงการจัดเตรียมเครื่องมือที่จะช่วยสนับสนุนการทำงาน

๓. การออกแบบ (Design) เป็นขั้นตอนซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างเว็บ ข้อมูลจะต้องมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันหน้าต่อหน้าอย่างมีความหมายและเหมาะสม การจัดเนื้อหาของข้อมูล องค์ประกอบของภาพ ข้อความต่างๆ และที่สำคัญจะต้องมีอีเมลของผู้ดูแลเว็บไซต์ในกรณีที่ผู้เข้าชมมีความประสงค์ต้องการติดต่อกับองค์กร

๔. การดำเนินงาน (Implementation) เข้าสู่งานเข้ารหัสในรูปแบบของ HTML และเมื่อได้ไฟล์ของเว็บเพจในรูปแบบของ HTML แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการนำไฟล์เหล่านี้ไปบรรจุลงในเว็บไซต์ต่อไป

๕. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Promotion) ขั้นตอนนี้มีเพื่อแนะนำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จัก และเข้าใจมาเยี่ยมชมเว็บไซต์

๖. การแก้ไขปรับปรุง (Improvement) โดยผู้พัฒนาเว็บไซต์จะปรับปรุงให้เว็บน่าสนใจ และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ โดยอาจปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยตลอดจนเพิ่มเติมลูกเล่นให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

การที่จะทำให้เว็บไซต์สามารถอยู่รอดได้ต่อไปในอนาคต ควรที่จะคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ ซึ่งเสกสรร ศรีสายสดีได้เสนอหลักการ ๔ ประการด้วยกัน

๑. อำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ โดยการลดระเบียบต่างๆ ที่อาจจะเป็นอุปสรรคต่อการค้นหาข้อมูล เช่น การลงทะเบียนสมาชิกก่อนที่จะเข้าไปค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ ซึ่งการลงทะเบียนสมาชิกอาจทำให้ผู้ใช้บริการเลิกความพยายามที่จะค้นหาข้อมูลต่อไป และยังเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการให้บริการอีกด้วย

๒. เพิ่มช่องทางการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับหลักสูตร ได้ตลอดเวลาในลักษณะที่มีการโต้ตอบกันกับผู้ใช้บริการได้โดยตรงอย่างเป็นทางการเป็นส่วนตัว เช่น การสนทนาผ่านอินเทอร์เน็ต การส่งอีเมล หรือโทรศัพท์ เนื่องจากคนทั่วไปเชื่อมั่นในการติดต่อกับตัวบุคคลโดยตรงมากกว่าการติดต่อกันผ่านสื่อแต่เพียงอย่างเดียว

๓. การจัดแบ่งประเภทข้อมูลในเว็บไซต์ วิธีนี้จะช่วยประหยัดเวลาให้กับผู้ใช้บริการได้มาก ผู้ให้บริการควรใช้กลยุทธ์ในการแบ่งกลุ่มประเภทของการให้บริการของคนตามลักษณะต่าง ๆ เช่น แบ่งตามประเภทของการบริการ แบ่งตามเนื้อหา แบ่งตามกลุ่มของผู้ที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการ หรือแบ่งตามประเภทของกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

๔. การสร้างชุมชนทางอินเทอร์เน็ต การทำให้เกิดชุมชนหรือกลุ่มของผู้ให้บริการที่ติดต่อสื่อสารระหว่างกันในเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ โดยกลุ่มผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะกลับมาใช้บริการในเว็บไซต์บ่อยขึ้น และเมื่อถึงระดับหนึ่งผู้ประกอบการจะมีข้อมูลของพฤติกรรมการใช้บริการได้มากพอที่จะนำมาปรับปรุงการให้บริการของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับผู้ใช้บริการ นอกจากนี้การใช้วิธีการส่งเสริมการขายวิธีอื่นๆ เช่น การให้ส่วนลด ก็ยังเป็นการดึงดูดให้มีผู้ใช้บริการทั้งเก่าและใหม่เข้ามาเยี่ยมชม และใช้บริการในเว็บไซต์มากขึ้นอีกด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบ CMC (Computer-Mediated Communication)

แนวคิด “การสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง” หรือ CMC ถือเป็นกลุ่มทฤษฎีที่ได้ถูกสร้างและพัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้ศึกษากระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นในสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะสอดคล้องกับที่ Denis McQuail (๒๐๐๕) อธิบายว่า “การสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง หมายถึง กระบวนการสื่อสารในรูปแบบใดก็ตามที่กระทำผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์จำนวนสองเครื่องขึ้นไปซึ่งได้เชื่อมโยงกันผ่านทางระบบเครือข่าย” โดยแม้ว่ากระบวนการสื่อสารที่กล่าวถึงจะมุ่งไปยังการสื่อสารที่กระทำผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นหลัก แต่ในทางปฏิบัติแล้ว Thurlow, Lengel และ Tomic (๒๐๐๔) อ้างว่ายังรวมถึงการสื่อสารประเภทอื่น ๆ ที่กระทำผ่านสื่อที่ใช้ตัวอักษรในการสื่อสารเช่นกัน เช่น การส่งข้อความขนาดสั้น SMS หรือ MMS ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

Knapp และ Daly (๒๐๐๒) ได้อธิบายว่าแนวทาง (Approach) ที่ใช้ในการศึกษาการสื่อสารแบบ CMC (Computer-Mediated Communication) “การสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง” นั้น แบ่งออกเป็น ๕ แนวทาง โดยแนวทางที่จะกล่าวถึงนี้ถือเป็นแนวทางการศึกษาที่แพร่หลายในงานวิจัยต่างประเทศ และที่สำคัญคืออธิบายของแต่ละแนวทางนั้น สามารถชี้ให้เห็นถึงพัฒนาการของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี ดังนั้นผู้เขียนจึงเห็นสมควรนำแนวทางเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ศึกษากิจกรรมการประชาสัมพันธ์ โดยคาดหวังความเข้าใจในเรื่องนี้ได้ดียิ่งขึ้น โดยแนวทางทั้ง ๕ มีดังต่อไปนี้

๑. แนวทาง Cues Filtered Out Approach หมายถึง การมองการสื่อสารผ่าน “ตัวสื่อ” (Medium) ที่ปราศจาก “การบอกใบ้” (Cues) เกี่ยวกับ “อัตลักษณ์” (Identity) ของผู้สื่อสาร ถือเป็นแนวคิดที่ได้ถูกสร้างและพัฒนาขึ้นมาตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษที่ ๗๐ เมื่อครั้งที่สื่ออินเทอร์เน็ตที่เรารู้จักในวันนี้ยังเป็นเพียงแค่นำเสนอแนวคิดเท่านั้น โดยประเด็นสำคัญคือการพิจารณาว่าสื่อบางประเภทไม่สามารถถ่ายทอด “การบอกใบ้” เรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ โดยเฉพาะเรื่องของ “อวัจนภาษา” (Nonverbal cues) ซึ่งจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพลดน้อยลงเนื่องจากแต่ละฝ่ายไม่สามารถรับรู้ถึงข้อมูลของอีกฝ่ายมากพอ อย่างไรก็ตาม ข้อดีของการขาดหายไปของ “การบอกใบ้” คือการปลดปล่อยผู้สื่อสารจากบรรทัดฐานและข้อบังคับทางสังคมเนื่องจากผู้สื่อสารแต่ละฝ่ายสามารถปกปิดอัตลักษณ์ที่แท้จริงของตนเองได้ ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ จึงสามารถทำได้อย่างเสรีมากขึ้น

๒. แนวทาง Cues To Choose By Approach หมายถึง แนวทางการศึกษาที่ยืนอยู่บนหลักการเรื่อง Bandwidth เช่นกัน แต่มีคำอธิบายที่แตกต่างออกไป กล่าวคือ แนวทางนี้มองว่าแม้สื่อแต่ละชนิดจะมีความสามารถในการลำเลียงข้อมูลไม่เท่ากัน แต่ก็เชื่อว่าสื่อแต่ละประเภทรุ่นล้วนเหมาะสมและสอดคล้องกับ “ข้อเรียกร้องด้านการสื่อสาร” (Communication requirements) ที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น การสื่อสารเพื่อแจ้งข้อมูลอย่างเป็นทางการก็มักต้องใช้สื่อที่สามารถถ่ายทอดเป็นลายลักษณ์อักษร การสื่อสารเพื่อสัมภาษณ์ข้อมูลเหมาะกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้าหรือการสื่อสารเพื่อเรียกร้องความสนใจบางครั้งก็อาจต้องใช้สื่อที่สามารถถ่ายทอดภาพ แสง สี และเสียง กล่าวโดยสรุป แนวทางนี้มุ่งอธิบายว่าสื่อแต่ละประเภทจะมี Bandwidth ไม่เท่ากัน เนื่องจาก

ตอบสนองจุดประสงค์ทางการสื่อสารที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับว่าผู้สื่อสารจะเลือกใช้สื่อได้เหมาะสมกับสถานการณ์มากเพียงใด

๓. แนวทาง Cues Filtered in Approach หมายถึง แนวทางการศึกษาในยุคต่อมาที่เริ่มตระหนักถึงศักยภาพของการสื่อสารแบบ CMC มากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงต้นทศวรรษที่ ๙๐ นั้น การสื่อสารแบบดังกล่าวได้รับการพัฒนาปรับปรุงให้มีศักยภาพในการสื่อสารมากยิ่งขึ้นจนนักวิชาการส่วนหนึ่งเริ่มสังเกตเห็นอิทธิพลของการสื่อสารแบบใหม่ที่กำลังก่อตัวขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารแบบ CMC ในเวลานั้นได้สร้างสิ่งที่เรียกว่า “อวัจนภาษาสำรอง” (Substitution cues) ขึ้นมาทดแทนอวัจนภาษาที่ขาดหายไปตามความเชื่อของสองแนวทางแรกที่ถูกกล่าวถึง โดยทฤษฎีที่ถือว่าการกำเนิดจากแนวคิดนี้โดยตรงก็คือ “ทฤษฎีการประมวลผลข้อมูลทางสังคม” (The Social Information Processing Theory) หรือ SIP ซึ่งนำเสนอโดย Joseph Walther ในปี ๑๙๙๒ โดยเขาได้ปฏิเสธผลกระทบแง่ลบจากการขาดหายไปของ “อวัจนภาษา” ในการสื่อสารแบบ CMC เนื่องจากอ้างว่า CMC ได้สร้าง “อวัจนภาษาสำรอง” ขึ้นมาทดแทน อันได้แก่ รูปแบบข้อความ สไตลการเขียน สไตลการใช้ภาษา ช่วงเวลาการส่งสาร ช่วงเวลาการตอบ จังหวะการโต้ตอบ กราฟิกแสดงอารมณ์ หรือ Emotions และอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งเขากล่าวว่าอวัจนภาษาสำรองส่วนใหญ่ที่กล่าวมานี้ถือเป็นคุณลักษณะเฉพาะที่พบในการสื่อสารแบบ CMC และได้ช่วยเติมเต็ม Bandwidth ของการสื่อสารแบบดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพเทียบเท่าหรือใกล้เคียงกับการสื่อสารแบบ FTF มากขึ้น

๔. แนวทาง Cues About Us. Not You Or Me Approach หมายถึง แนวทางที่ได้ก่อตัวขึ้นในช่วงต้นทศวรรษที่ ๙๐ เช่นเดียวกับแนวคิดเรื่อง Cues filtered in แต่แนวทางนี้หันกลับไปใช้แนวคิดในยุคแรก นั่นคือ แนวทางเรื่อง Cues filtered out เพราะยังคงมองว่าการสื่อสารแบบ CMC นั้นยังขาด “อวัจนภาษา” อย่างไรก็ตาม แนวทางแบบ Cues about us นี้ก็ได้พัฒนาไปมากกว่าเดิมเนื่องจากอธิบายว่าถึงแม้การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์จะขาดอวัจนภาษาที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของผู้สื่อสาร แต่ผู้สื่อสารก็สามารถใช้ “การบอกใช้ทางบริบท” (Contextual cues) เพื่อบอกให้ทราบว่าตนสังกัดอยู่ใน “กลุ่มทางสังคม” (Social group) กล่าวโดยสรุป การสื่อสารแบบ CMC เปิดโอกาสให้ผู้สื่อสารละทิ้ง “อัตลักษณ์ส่วนบุคคล” (Individual identity) แล้วนำเอา “อัตลักษณ์ของกลุ่ม” (Group identity) มาใช้แทนนั่นเอง

๕. แนวทาง Cues Bent and Twisted Approach หมายถึง แนวทางการศึกษาที่ได้ก่อตัวขึ้นในยุคที่สื่ออินเทอร์เน็ตได้พัฒนาไปมากจนเกือบเทียบเท่าในปัจจุบัน ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากผลการวิจัยหลายชิ้นที่พบว่า การสื่อสารแบบ CMC นั้น สามารถสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้สื่อสาร ได้อย่างรวดเร็วจนน่าประหลาดใจ จนบางครั้งอาจเรียกได้ว่ารวดเร็วว่าการสื่อสารแบบเผชิญหน้าทั้งๆ ที่ผู้สื่อสารแต่ละฝ่ายต่างไม่เคยพบเจอกันมาก่อนในโลกของการสื่อสารจริง จึงนำไปสู่คำถามที่ว่าเพราะเหตุใดบุคคลจึงสามารถพัฒนาความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งได้อย่างรวดเร็วในโลกของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เต็มไปด้วยคนแปลกหน้า ด้วยเหตุนี้เอง แนวทาง Cues bent and twisted จึงได้ก่อตัวขึ้นเพื่อค้นหาคำตอบให้กับปรากฏการณ์อันนี้ โดยแนวทางนี้อธิบายว่า ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้สร้าง “ช่องทาง” (Channel) หลายอย่างที่ช่วยให้ผู้สื่อสารสามารถสร้างและออกแบบ “เนื้อหา” (message) รวมถึงแนวทาง “การนำเสนอตนเอง” (Self presentation) ให้

สอดคล้องกับจุดประสงค์ของการสื่อสารได้ รวมถึงเพื่อให้สามารถสร้างความประทับใจซึ่งจะช่วยให้ผู้สื่อสารแต่ละฝ่ายสามารถพัฒนาความสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็วขึ้น

ทฤษฎีการสื่อสารบุคคลที่เกินความจริง (Hyper personal Communication theory) ถูกนำเสนอในปี ๑๙๙๖ โดยมี Joseph Walther เป็นบุคคลสำคัญในการวางรากฐานทฤษฎีนี้ โดยทฤษฎีอธิบายว่าผู้สื่อสารสามารถใช้ “ข้อบกพร่อง” ของการสื่อสารแบบ CMC ในเรื่องของการปกปิดอัตลักษณ์ที่แท้จริงของตนเองขึ้นมาใหม่เพื่อให้ตรงกับสิ่งที่ตนเองอยากเป็น และสอดคล้องกับสิ่งที่คู่สื่อสารอีกฝ่ายต้องการจะเห็น กล่าวโดยสรุป CMC ได้เปิดโอกาสให้ผู้สื่อสารสามารถทำการ “งอ” (Bent) หรือ “บิดเบือน” (Twisted) ความเป็นจริงที่เกี่ยวกับตนเองได้จากนั้นจึงสร้าง หรือปรุงแต่ง “การบอกใบ้” (Cues) ในลักษณะต่างๆ ที่จะนำไปสู่การรับรู้อัตลักษณ์ใหม่ที่บุคคลนั้นต้องการซึ่งความสามารถในการสร้างอัตลักษณ์ของตนเองได้ตามความประสงค์นี้เอง ก็จะช่วยให้ผู้สื่อสารสามารถพัฒนาความสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้างในโลกอินเทอร์เน็ตได้รวดเร็ว เนื่องจากอัตลักษณ์ใหม่ที่สร้างขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลรอบข้างได้อย่างเหมาะสมกว่า อย่างไรก็ตาม ข้อเสียของการสร้างข้อมูล “เกินความเป็นจริง” (Hyper reality) ก็อาจนำไปสู่ผลกระทบในแง่ลบตามมา เช่น การหมกมุ่นหรือการใช้เวลากับการออกแบบการสื่อสารที่มากเกินไปของบุคคล หรือการโกหกหลอกลวงเกี่ยวกับข้อมูลที่นำเสนอ รวมไปถึงการ “ตีค่า” หรือ “คาดหวัง” กับอัตลักษณ์ของตนเองและผู้อื่นสูงเกินความจริงซึ่งอาจนำไปสู่ความผิดหวังเมื่อทราบว่าอัตลักษณ์ที่แท้จริงของบุคคลผู้นั้นไม่เป็นไปตามที่คิดไว้

รูปแบบการทอผ้าไหมและผ้าพื้นเมืองในประเทศไทย

การทอผ้าไหมและผ้าพื้นเมืองในประเทศไทยเพื่อใช้ประโยชน์ในครัวเรือนและใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา โดยชาวบ้านในแต่ละภูมิภาคต่างๆ ได้ส่งผ่านความเชื่อของศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณีบลวดลายของผ้าไหม ดังปรากฏลวดลายบนผืนผ้าที่มีความสวยงามและวิจิตรบรรจง ซึ่งในแต่ละภูมิภาคต่างมีรูปแบบผ้าไหมที่แตกต่างกัน ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การทอผ้าไหมและผ้าพื้นเมืองในภาคเหนือ

การทอผ้าไหมและผ้าพื้นเมืองในภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงราย พะเยา ลำพูน แพร่ น่าน เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน เอกลักษณ์ลวดลายผ้าคนล้านนา คือผ้าทอตีนจก ผ้าขิด และผ้าที่ใช้เทคนิค “เกาะ” เป็นต้น

การทอผ้าไหมของเขตภาคเหนือโดยเฉพาะล้านนา ผ้าไหมที่ชาวบ้านทอได้แก่ การทอผ้าชิ้นไหมต่อตีนจกยกดินเงินดินทอง ซึ่งในอดีตเจ้านายฝ่ายเหนือเป็นผู้ใช้สอยและได้รับความนิยมในชนชั้นสูงฝ่ายเหนือ ปัจจุบัน ศาสตร์และความรู้ในการถักทอผ้าชิ้นไหมต่อตีนจกยกดินเงินดินทองได้ถูกเผยแพร่แก่ชุมชนและหมู่บ้านหลายแห่ง เพื่อการอนุรักษ์ไว้ซึ่งวัฒนธรรมการทอผ้าไหมในเขตภาคเหนือ

การทอผ้าไหมและพื้นเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ลวดลายการทอผ้าเป็นเอกลักษณ์ของตนเองอย่างชัดเจนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการทอผ้าที่มีชื่อเสียง เช่น ผ้ามัดหมี่ ผ้าขิด และผ้าไหมหางกระรอก สำหรับผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์ อำเภอท่าสว่างนับเป็นผ้าไหมดินเงินดินทองโบราณที่มีความโดดเด่นมาก ทั้งผ้าไหมของอำเภอท่าสว่างเป็นเครื่องพัทธสารภรณ์ของพระมหากษัตริย์ตั้งแต่ครั้งอดีต

ส่วนผ้าไหมเขตจังหวัดสุรินทร์ มีความงดงาม โดดเด่น ประณีต ทั้งในด้านฝีมือการทอผ้า และอัตลักษณ์ที่บ่งบอกลักษณะเฉพาะอยู่หลายอย่าง ประกอบกับการพัฒนาสีทอตามภูมิปัญญาการทอผ้าจากวัฒนธรรมการทอผ้าของกลุ่มชนชาติพันธุ์เขมร ชาวกูย ซึ่งคนทั้ง ๒ กลุ่มนี้เป็นคนพื้นเมือง จังหวัดสุรินทร์ ส่งผลให้ผ้าไหมสุรินทร์เป็นผ้าไหมคุณภาพดี และมีชื่อเสียงโดดเด่น ที่ได้รับการยอมรับ

การทอผ้าไหมและผ้าพื้นเมืองในภาคกลาง

ในเขตภาคกลางไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจนของกลุ่มผ้าไหมในอดีต แม้ว่าภาคกลางจะมีการปลูกผ้าฝ้ายเป็นจำนวนมากก็ตาม แต่อย่างไรก็ตามเมื่อมีการอพยพของชาวบ้านในเขตล้านนา และคนไทยเชื้อสายลาวเข้ามาอยู่อาศัย ส่งผลให้ภาคกลางมีองค์ประกอบชนกลุ่มต่างๆ ดังนี้

ชาวลาวเวียง อาศัยอยู่บริเวณแถบจังหวัดอุทัยธานี และชัยนาท นิยมผ้าจากไหม

ชาวไทยยวน อาศัยอยู่บริเวณแถบจังหวัดสระบุรี ราชบุรี นิยมทอผ้าชิ้น มัดก่าน ผ้าตีนจก และฝ้ายกมุก

ชาวไทยพวน อาศัยอยู่บริเวณแถบจังหวัดลพบุรี นิยมทอมัดหมี่

ชาวไทยดำ อาศัยอยู่บริเวณแถบจังหวัดเพชรบุรี และบางเขตในจังหวัดนครปฐม นิยมทอผ้าพื้น หรือผ้าชิ้นลายแตงโม

ชาวกทม.พม.มหานคร มีคนไทยเชื้อสายอิสลาม (แขกจาม) นิยมทอผ้าไหมในแบบวัฒนธรรมของตนเอง

การทอผ้าไหมและพื้นเมืองในภาคใต้

การทอผ้าในถิ่นภาคใต้ปรากฏแหล่งทอผ้าที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง โดยเฉพาะแหล่งทอผ้า ยกดินเงินดินทอง ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการทอของชาวมุสลิม ประกอบกับชาวไทยภาคใต้ก็มีศิลปะการทอของตนเองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และส่วนใหญ่ของผ้าทอเป็นลักษณะฝ้ายก ซึ่งกรรมวิธีการทอใช้หลายตะกอล เช่น ฝ้ายกเมืองนคร ฝ้ายเกายอด และฝ้ายพุมเรียง โดยฝ้ายดังกล่าวจะมีลวดลายทั้งที่เป็นดอกเล็กๆพรมไปทั้งผืน หรือยกลายเน้นเชิง โดยดั้งเดิมแล้วการทอผ้าลวดลายต่างๆเหล่านี้ส่วนใหญ่คือผ้าไหม ดังปรากฏหลักฐานทางประวัติศาสตร์สมัยต้นรัตนโกสินทร์ว่า หัวเมืองฝ้ายใต้ได้ทำการส่งผ้าไหมมายังพระราชสำนักในกรุงเทพมหานคร โดยหัวเมืองฝ้ายใต้ได้ทำตามหลักฐานปัจจุบัน ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ปัตตานี เป็นต้น ลวดลายของฝ้ายกชาวไทยภาคใต้มีความคล้ายคลึงกับลวดลายผ้าแถบมลายู ซึ่งบรรดานักวิชาการเชื่อว่าได้รับอิทธิพลมาจากแถบมลายู

เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย “ตรานกยูงพระราชทาน”

สืบเนื่องจากปัจจุบันมีผู้นำเข้าเส้นไหม และเส้นใยสังเคราะห์อื่นจากต่างประเทศ ทั้งถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย เส้นไหมจึงมีทั้งที่ได้คุณภาพและด้อยคุณภาพ เมื่อนำมาผลิตผ้าไหม จึงทำให้ผ้าไหมไทยด้อยคุณภาพลง แต่ผู้ผลิตยังคงใช้ตราสัญลักษณ์คำว่า “ผ้าไหมไทย” หรือ “Thai Silk” เพื่อการค้า ทำให้ผู้ซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศไม่มั่นใจในคุณภาพของผ้าไหมไทยอีกต่อไป ด้วยปัญหาดังกล่าวสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงมีกระแสพระราชดำรัสให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปดำเนินการหาสาเหตุของปัญหาและแนวทางการแก้ไข วันที่ ๑๑ มิถุนายน พ.ศ.๒๕๕๕ สถาบันวิจัยหม่อนไหม กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ร่วมกับคณะ

ศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ และมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้ร่วมกันสัมมนา เรื่อง “การคุ้มครองไหมไทย” จนทำให้ได้ข้อบังคับว่าด้วยการใช้เครื่องหมายรับรอง ซึ่งจัดทำตามบทบัญญัติมาตรา ๘๒ แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.๒๕๓๔ เพื่อให้มีการใช้เครื่องหมายรับรองอย่างกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานสัญลักษณ์นกยูงไทย ให้เครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมไทย ๔ ชนิด ในการจดทะเบียน ประกอบด้วย




แผนภาพ ๒-๔ สัญลักษณ์นกยูงไทย



Royal Thai Silk นกยูงสีทอง



Classic Thai Silk นกยูงสีเงิน

๑ ตลอดจนกระเปาะ		<p>งสีทอง เ ัญญาพัน มเป็นทั้งเส นพวงสาว เคมีที่ไม่ท พุงกระส านั้น เป็นผ้าใ ะกระบวน</p>	ละวัตฤติบ ดังนี้
๒ พื้นบ้านผสมผส			ัญญา

๒.๑ ใช้เส้นไหมพื้นบ้านหรือพื้นบ้านหรือพื้นบ้านหรือพื้นบ้านปรับปรุงเป็นเส้นพุ่งและ/หรือเส้นยืน

๒.๒ เส้นไหมต้องสาวด้วยมือ หรือสาวด้วยอุปกรณ์ที่ใช้มอเตอร์ขับเคลื่อนไม่เกิน ๕ แรงม้า

๒.๓ ย้อมด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

๒.๔ ทอด้วยกี่ทอมือชนิดพุ่งกระสวยด้วยมือหรือที่กระตุกก็ได้

๒.๕ ต้องผลิตในประเทศไทยเท่านั้น

๓. Thai Silk นกยูงสีน้ำเงิน เป็นผ้าไหมชนิดที่ผลิตด้วยภูมิปัญญาของไทยประยุกต์เทคโนโลยีการผลิตเข้ากับสมัยนิยมและเชิงธุรกิจ ดังนี้

- ๓.๑ ใช้เส้นไหมแท้เป็นเส้นพุ่งและเส้นยืน
- ๓.๒ ย้อมด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- ๓.๓ ทอด้วยกี่แบบใดก็ได้
- ๓.๔ ต้องผลิตในประเทศไทยเท่านั้น

๔. Thai Silk Blend นกยูงสีเขียว เป็นผ้าไหมที่ผลิตด้วยกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ผสมผสานกับภูมิปัญญาไทยในด้านลวดลาย และสีเส้นระหว่างเส้นไหมแท้กับเส้นใยอื่นที่มาจากธรรมชาติ หรือเส้นใยสังเคราะห์รูปแบบต่างๆ ตามวัตถุประสงค์การใช้งาน หรือตามความต้องการของผู้บริโภค ดังนี้

- ๔.๑ ใช้เส้นไหมแท้เป็นส่วนประกอบหลัก มีเส้นใยอื่นเป็นส่วนประกอบรอง
- ๔.๒ ต้องระบุส่วนประกอบของเส้นใยอื่นที่ชัดเจน
- ๔.๓ ย้อมด้วยสีธรรมชาติ หรือสีเคมีที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- ๔.๔ ทอด้วยกี่แบบใดก็ได้
- ๔.๕ ต้องผลิตในประเทศไทยเท่านั้น

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับชุดไทยพระราชานิยม

ความเป็นมาของชุดไทย ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีมรดกทางวัฒนธรรมประจำชาติที่เป็นของตนเองมาเป็นระยะเวลานาน โดยเฉพาะวัฒนธรรมด้านการแต่งกายแบบไทยซึ่งมีความเป็นมา ดังนี้

เมื่อพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ ๙ ขึ้นครองราชสมบัติและอภิเษกสมรส ทรงเสด็จไปเจริญสัมพันธไมตรีกับต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงรับสั่งให้ อาจารย์สมศรี สุกุมลนันทน์ หาเครื่องแบบที่เป็นเอกลักษณ์ไทยขึ้นตามประวัติศาสตร์ และทรงได้คิดค้นจากประวัติความเป็นมาดั้งเดิม แล้วดัดแปลงให้เข้ากับสมัยนิยมที่ใช้กันโดยทั่วไป จนเป็น “เครื่องแต่งกายชุดพระราชานิยมของไทย” มาจนกระทั่งทุกวันนี้ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระราชินีนาถ เป็นผู้ริเริ่มแต่งฉลองพระองค์แบบสตรีไทย ในปี พ.ศ. ๒๕๐๓ เนื่องในวาระที่ตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เสด็จเยือนประเทศยุโรป และสหรัฐอเมริกา ครั้งแรกมีเพียง ๕ ชุด เป็นชุดนุ่งซิ่นป้าย ๓ ชุด เป็นชุดจีบหน้านาง ๒ ชุด ต่อมาได้เสด็จเยือนประเทศอิสราเอล ปากีสถาน มลายู นิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย จึงดัดแปลงเพิ่มอีก ๓ ชุด รวมเป็น ๘ ชุด โดยนำชื่อพระตำหนักและพระที่นั่งต่างๆมาเป็นชื่อชุดไทย ได้แก่ ชุดไทยเรือนต้น ชุดไทยจิตรลดา ชุดไทยอัมรินทร์ ชุดไทยบรมพิมาน ชุดไทยศิวาลัย ชุดไทยดุสิต ชุดไทยจักรี และชุดไทยจักรพรรดิ ซึ่งสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ มิได้ทรงกำหนดบังคับให้ชุดไทยดังกล่าวเป็นแบบแผนเครื่องแต่งกายที่สุภาพสตรีไทยทุกคนต้องแต่ง เพียงแต่ทรงมีพระราชานิยมฉลองพระองค์แบบต่างๆ ประชาชนทั่วไปจึงเรียกขานภายหลังว่า “ชุดไทยพระราชานิยม” ต่อมาได้มีการนำชุดไทยพระราชานิยมทั้ง ๘ ชุด มาดัดแปลงประยุกต์ให้เป็นชุดแบบใหม่ โดยมีเค้าโครงชุดเดิมไว้สำหรับใส่ในงานเลี้ยงฉลองมงคลสมรส

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่าชุดไทยเป็นชุดจากเอเชียที่มีความสวยงามที่สุด และมีความสวยงามอยู่ในตัวเพราะมีปุ่มปมอยู่บริเวณผืนผ้า มีความนุ่มวาวเลื่อมเป็นประกายเงางามอันเกิดจาก

การทอแสงของผ้าไหมที่ใช้ผลิต ทั้งยังมีลวดลายและมีสีสันสดใสที่หลายหลาย ทำให้ชุดไทยมีเสน่ห์พิเศษสามารถดึงดูดและจูงใจให้เกิดความสนใจ ต้องหาซื้อไปไว้ใช้และของที่ระลึก

ชนิดและลักษณะชุดไทยพระราชนิยม

ชุดไทยถือกำเนิดขึ้นจากกระแสนิยมสืบเนื่องจากที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระราชดำริและทำการส่งเสริมผ้าไทยอย่างจริงจัง จนเกิดเป็นชุดประจำชาติไทยที่มีเอกลักษณ์อันวิจิตรตระการตา งดงาม อ่อนช้อยด้วยลวดลายไทยที่ปักและทอลงบนผืนผ้าอย่างประณีต ซึ่งชุดไทยแต่ละชนิดมีลักษณะแตกต่างกันดังนี้

แผนภาพที่ ๒ - ๕ ชุดไทยพระราชนิยมแบบต่างๆ



ชุดไทยเรือนต้น



ชุดไทยจิตรลดา



ชุดไทยอมรินทร์



ชุดไทยบรมพิมาน



ชุดไทยศิวาลัย



ชุดไทยจักรี



ชุดไทยจักรพรรดิ



ชุดไทยดุสิต

๑. ชุดไทยเรือนต้น เป็นชุดไทยแบบลำลองใช้ในตอนกลางวัน โดยทั่วไปใช้สำหรับในโอกาสลำลอง งานที่ไม่เป็นพิธีการและต้องการความสบาย เช่น งานทอดกฐิน งานทำบุญต่างๆ งานสงกรานต์

ชุดไทยเรือนต้นใช้ผ้าฝ้ายหรือผ้าไหมมีลายริ้วตามขวางหรือตามยาว หรือใช้ผ้าเกลี้ยงมีเชิง ตัวซิ่นยาวจรดข้อเท้า ป้ายหน้า เสื้อใช้ผ้าสีตามริ้วหรือเชิง สีของเสื้อจะกลมกลืนหรือตัดกันกับผ้าซิ่นก็ได้ เสื้อเข้ารูปคนละท่อนกับซิ่น แขนสามส่วนกว้างพอสบาย ผ่าอกกระดุม ๕ เม็ด คอกลมต้น ไม่มีขอบตั้ง

เครื่องประดับที่ใช้นิยมติดเข็มกลัดขนาดใหญ่พอสมควรที่ไหล่ด้านซ้าย หรือสวมสร้อยคอยาวประเภทไข่มุกหรือสร้อยทองสองสามสาย สวมสร้อยข้อมือ และต่างหูตามโอกาสที่เหมาะสมและต้องเป็นแบบติดกับใบหู

๒. ชุดไทยจิตรลดา เป็นชุดไทยสำหรับงานพิธีเวลากลางวัน ใช้ในงานที่มีหมายกำหนดการให้ผู้ชายแต่งกายเต็มยศ เช่น รับประมุขของประเทศที่มาเยือนเป็นทางการ พิธีสวนสนามในวันเฉลิมพระชนมพรรษา

ชุดไทยจิตรลดาใช้ผ้าไหมเกลี้ยงมีเชิงหรือยกดอกทั้งตัว ผ้าซิ่นยาวป้ายหน้าอย่างแบบลำลองแบบเดียว กับผ้าซิ่นชุดไทยเรือนต้น นิยมตัดด้วยผ้าซิ่นลายเชิง หรือผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าซิ่นคนละท่อนกับตัวเสื้อ เสื้อแขนยาว ผ่าอก คอกลม มีขอบตั้งน้อยๆ

เครื่องประดับสวมสร้อยคอยาว ติดกระดุมทอง สวมสร้อยข้อมือและต่างหูตามโอกาสที่เหมาะสม หญิงไม่ต้องประดับเครื่องราชอิสริยาภรณ์ แต่เนื้อผ้าควรสวยงามมากให้สมโอกาส สำหรับงานพิธีนิยมเครื่องประดับที่หุ่หราชัน

๓. ชุดไทยอมรินทร์ เป็นชุดไทยสำหรับงานพิธีตอนค่ำ ใช้สวมในงานพระราชพิธี เช่น วันเฉลิมพระชนมพรรษา หรืองานเลี้ยงรับรองที่ต้องประดับด้วยเครื่องราชอิสริยาภรณ์ ลักษณะเช่นเดียวกับชุดไทยจิตรลดา

ชุดไทยอมรินทร์ตัดด้วยผ้าไหมเลี่ยนและยกดอกเต็มตัวด้วยดิ้นเงินหรือดิ้นทอง เสื้อแบบนื้อนุโลมใช้สำหรับสตรีสูงอายุที่รูปร่างอ้วนไม่ประสงค์จะคาดเข็มขัดแบบไทย สวมแทนเสื้อชุดไทยบรมพิมานได้ ผู้สูงอายุอาจเปลี่ยนคอเสื้อให้เป็นคอกลมกว้าง ไม่มีขอบตั้งและแขนสามส่วนได้เพราะความสวยงามอยู่ที่เนื้อผ้า

เครื่องประดับ ใช้เครื่องทองลายไทย หรือเครื่องเงินฝังพลอย สวมชุดสร้อยคอ ต่างหู กระดุม สร้อยข้อมือ ตามโอกาสที่เหมาะสม

การตัดชุดไทยอมรินทร์มีจุดเด่นที่การใช้ผ้าไทยที่มีทองแถมหรือยกทองทั้งตัว โดยเสื้อจะตัดคนละท่อนกับซิ่น ความโดดเด่นสวยงามอยู่ตรงการเลือกสีผ้าที่เหมาะสมกับผู้สวมใส่

๔. ชุดไทยบรมพิมาน เป็นชุดไทยสำหรับใช้ในงานพิธีตอนค่ำ ที่ระบุฝ่ายชายให้แต่งกายเต็มยศ หรือครึ่งยศ เช่น งานสโมสร งานเลี้ยงอย่างเป็นทางการ หรืองานเลี้ยงพระราชทานอาหารอย่างเป็นทางการ เจ้าสาวใช้สวมในพิธีรดน้ำสังข์

ชุดไทยบรมพิมานเสื้อเข้ารูปคอกลมชิดคอ มีขอบคอตั้ง ติดซิปลิ้น เสื้อแขนยาวสวมเป็นชุดกับผ้าซิ่นจีบหน้าบาง ยาวจรดข้อเท้า ผ่าด้านหน้าหรือด้านหลังก็ได้ มีชายพกตัดด้วยฝ้ายกดิ้นเงิน

ดินทอง หรือฝ้ายกดอกด้วยผ้าไหมสลับสี หรือยกทองมีเชิงหรือยกทั้งตัวก็ได้ มีเข็มขัดคาดทับไว้ด้านนอก จะตัดแปลงให้เป็นเสื้อชุดติดกันก็ได้ ผู้แต่งประดับเครื่องราชอิสริยาภรณ์

เครื่องประดับ ใช้เครื่องประดับชุบทองลวดลายไทย เช่น สร้อยคอ สร้อยสังวาลย์ เข็มขัด ต่างหู สร้อยข้อมือ และเกี่ยวประดับผม ใช้เครื่องประดับสวยงามตามสมควร

การตัดชุดไทยบรมพิมาน ใช้ผ้าไหมหรือยกทองมีเชิง หรือยกทั้งตัวติดแบบติดกันขึ้นจีบ หน้านางหรือจีบข้างหน้า มีชายพกที่หัวเข็มขัด คาดเข็มขัดไทย เสื้อแขนยาว คอกลม มีขอบตั้งผ้า ด้านหลังหรือด้านหน้า

๕. ชุดไทยศิวาลัย คือ ชุดไทยสำหรับงานพิธีที่มีหมายกำหนดการให้ฝ่ายชายแต่งกาย เต็มยศ ใช้เป็นชุดพระราชทานเลี้ยงอาหารค่ำที่เป็นงานเต็มยศ เจ้าสาวใช้แต่งตอนเช้าพิธีรดน้ำสังข์ และในพิธีเลี้ยงรับรองตอนค่ำ

ลักษณะชุดไทยศิวาลัย เป็นชุดไทยแบบชุดไทยบรมพิมาน แต่ใช้สไบห่มทับแบบชุดไทย จักรพรรดิ โดยไม่ต้องมีแพรจับจีบรองพื้นก่อน

เครื่องประดับ ใช้เครื่องประดับชุบลวดลายไทย ฝังพลอยได้ครบชุด เช่น สร้อยคอ สร้อยสังวาลย์ เข็มขัด ต่างหู และรัดเกล้า

การตัดชุดไทยศิวาลัยใช้ผ้าชิ้นไหมไทยหรือยกทอง เอวจีบข้างหน้า มีจีบหน้านางหรือจีบยก และชายพก ตัวเสื้อใช้ผ้าสีทองเหมือนสีเนื้อ ตัดแบบแขนยาว คอกลม ผ้าหลัง และเย็บติดกับผ้าชิ้นห่มผ้าปกลายไทยโดยไม่ต้องมีแพรจับจีบรองพื้น

๖. ไทยจักรีหรือชุดไทยสไบ เป็นชุดไทยแบบเต็มยศ สำหรับงานราตรีสโมสร งานพิธีเต็มยศ หรืองานเลี้ยงพระราชทานอย่างเป็นทางการ เป็นชุดไทยแบบหนึ่งที่มีความนิยมตลอดมาสำหรับชุดเจ้าสาวในงานเลี้ยงรับรองการสมรส

เสื้อชุดไทยจักรีตัดเป็นเสื้อเปิดไหล่แบบแขนนางสี หรือตัดเป็นเสื้อเปิดไหล่เข้ารูปตัวอยู่ชั้นใน ห่มทับด้วยสไบชายเดี่ยวออกจากด้านข้างของเสื้อด้านขวา ชายสไบคลุมไหล่ทั้งชายยาวไปด้านหลังสวยงามด้วยลวดลายสไบอย่างไทย ด้วยเลื่อม ลูกปัด ไข่มุก และพลอยหลากสี สวมเป็นชุดกับผ้าชิ้นจีบหน้านาง มีชายพก ตัดด้วยฝ้ายกดินทองเป็นแบบมีเชิงหรือยกดอกเต็มตัว

เครื่องประดับใช้เครื่องประดับไทยฝังพลอยทั้งชุด เช่น สร้อยคอ สร้อยสังวาลย์ คาดเข็มขัดไทย ต่างหู สร้อยข้อมือ กำไลแขน ต้นแขน และเกี่ยวประดับผม เครื่องประดับงดงาม

การตัดชุดไทยจักรีใช้ผ้าชิ้นลักษณะฝ้ายกมีเชิงหรือยกทั้งตัว มีจีบหน้านางหรือจีบยกข้างหน้า ท่อนบนเป็นสไบ สามารถเย็บให้ติดกับชิ้นเป็นท่อนเดียวกันหรือจะมีสไบห่มต่างหากก็ได้ เปิดไหล่ขวา ชายสไบคลุมไหล่ซ้าย ทั้งชายด้านหลังยาวเกือบถึงข้อเท้า

๗. ชุดไทยจักรพรรดิ เป็นชุดไทยห่มสไบคล้ายชุดไทยจักรี แต่มีลักษณะเป็นพิธีรีตองมากกว่าใช้ในโอกาสพิเศษ เช่นเดียวกับชุดไทยจักรี ใช้ในงานพระราชพิธี งานเลี้ยงพระราชทานอย่างเป็นทางการสตรีไทยนิยมสวมเป็นชุดเจ้าสาวในงานเลี้ยงรับรองตอนค่ำ

เสื้อชุดไทยจักรพรรดิเหมือนชุดไทยจักรี ต่างกันที่การห่มทับด้วยสไบสองชายที่ปก ลวดลายไทย เป็นสไบเนื้อหนาหรือสไบกรองทองห่มทับผ้าสไบจีบ ทั้งชายสไบห้อยไว้ที่เอวด้านหน้า แล้วโอบได้แขนด้านขวาทั้งชายสไบด้านหลัง

เครื่องประดับ ใช้เครื่องประดับชุบลวดลายไทย ผิงพลอยครบชุด เช่น สร้อยคอ สร้อยสังวาลย์ คาดเข็มขัดไทย ต่างหู สร้อยข้อมือ กำไลต้นแขน และเกี่ยวประดับผม

การตัดชุดไทยจักรพรรดิตัวชั้นใช้ผ้าไหมหรือยกทองและชายพก สิ่งที่มีลักษณะเฉพาะไม่เหมือนชุดไทยอื่นๆ ได้แก่ หมั้นแพรจีบแบบไทย สีสัดกับผ้าถุงหมั้นเป็นชั้นที่หนึ่ง จากนั้นใช้ผ้าสไบปกอย่างสตรีสมัยโบราณหมั้นทับแพรจีบอีกชั้นหนึ่ง

๘. ชุดไทยดุสิต เป็นชุดไทยแบบเต็มยศ สำหรับงานราตรีโดยเฉพาะ เหมาะสำหรับสตรีที่ช่วงไหล่งามและลำแขนกลมกลึง ได้รับความนิยมสำหรับเจ้าสาวสวมใส่ในวันเลี้ยงรับรองการสมรส

ชุดไทยดุสิตตัวเสื้อเข้ารูป ไม่มีแขน คอด้านหน้าและหลังคว้านต่ำเล็กน้อย ผ่าด้านหลังตัวเสื้อ เน้นการปกตงแต่งตัวเสื้อเป็นลวดลายด้วยไข่มุก ลูกปัด เลื่อม ฯลฯ สวมเป็นชุดกับผ้าชั้น จีบหน้านาง มีชายพก ตัดด้วยฝ้ายกไหมหรือยกทอง คาดชายพกด้วยเข็มขัดไทย เหมาะสำหรับ การสวมสายสะพายในงานพระราชพิธีที่กำหนดให้แต่งเต็มยศ

เครื่องประดับ ใช้เครื่องประดับชุดไทยผิงพลอย เช่น สร้อยคอ เข็มขัด สร้อยข้อมือ ต่างหู และเกี่ยวประดับผม

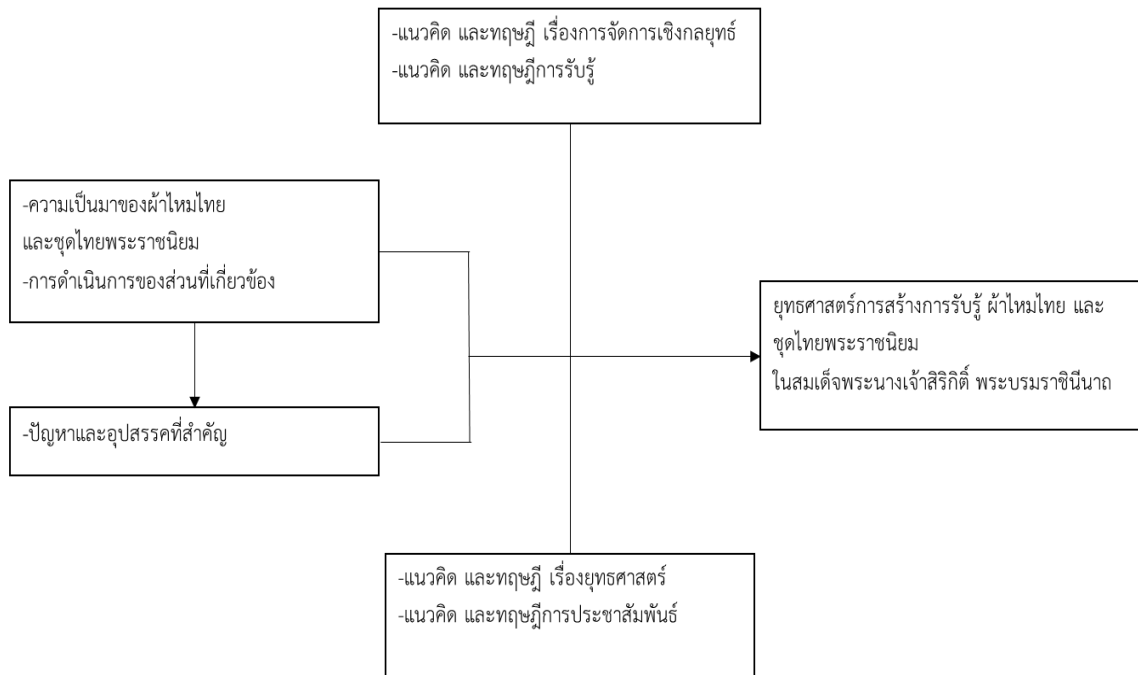
การตัดชุดไทยดุสิตคล้ายคลึงกับแบบอื่น ใช้ฝ้ายกไหมหรือยกทองเช่นเดียวกับชุดไทยอมรินทร์ ไทยบรมพิมาน และไทยจักรี ตัวชั้นยาวมีจีบหน้านางหรือจีบยกข้างหน้าและชายพก คาดเข็มขัดไทย แต่สิ่งที่แตกต่างจากแบบอื่นคือ ตัวเสื้อไม่มีแขน คอด้านหน้าและด้านหลังคว้านต่ำเล็กน้อย ผ่าด้านหลังตัวเสื้อ มีการปักเป็นลวดลายด้วยไข่มุก ลูกปัด หรือเลื่อม

ตารางที่ ๒ - ๒ สรุปการแต่งกายชุดไทยพระราชนิยม

ชุดไทย พระราชนิยม	โอกาสที่ใช้	สไบ/ เข็ม ขัด	ลักษณะ เสื้อ	ลักษณะคอ	ลักษณะ แขนเสื้อ	ลักษณะผ้าถุง
ชุดไทย เรือนต้น	ล่าลองพิธี ตอนกลางวัน ที่ไม่เป็นพิธีการ	ไม่ใช้/ ไม่ใช้	ผ่าหน้า กระดุม ๕ เม็ด	คอกกลมตื้น	แขนสาม ส่วน	ชั้นยาว ป้ายหน้า ผ้าฝ้ายหรือผ้าไหม

ชุดไทย จิตรลดา	พิธีตอนกลาง วันที่มีหมาย กำหนดการ	ไม่ใช่/ ไม่ใช่	ผ้าหน้า กระดุม ๕ เม็ด	คอกลม มีขอบตั้ง	แขนยาว	ซิ่นยาว ป้ายหน้า ผ้าฝ้ายหรือผ้าไหม
ชุดไทย อมรินทร์	พิธีตอนค่ำ งานพระราชพิธี	ไม่ใช่/ ใช่	ผ้าหน้า กระดุม ๕ เม็ด	คอกลม มีขอบตั้ง	แขนยาว หรือแขน สามส่วน	ซิ่นยาว ป้ายหน้า ผ้าฝ้ายหรือผ้าไหม
ชุดไทย บรมพิมาน	พิธีตอนค่ำ เจ้าสาวใช้สวม พิธีรดน้ำสังข์	ไม่ใช่/ ใช่	ผ้าหลัง	คอกลม มีขอบตั้ง	แขนยาว	ซิ่นจีบหน้านางยาว จรดข้อเท้าและมี ชายพก
ชุดไทย ศิวาลัย	พิธีตอนค่ำ ที่เป็นงาน เต็มยศ	ใช่/ใช่	ผ้าหลัง เย็บติด กับผ้าซิ่น	คอกลม มีขอบตั้ง	แขนยาว	ซิ่นจีบหน้านางยาว จรดข้อเท้าและมี ชายพก
ชุดไทย จักรี	งานพิธีเต็มยศ เจ้าสาวใช้ใน การเลี้ยง รับรอง	ใช่/ใช่	ผ้าหลัง ห่มสไบ	เสื่อเปิดไหล่ แบบแขน นางชี	ไม่มีแขน	ซิ่นจีบหน้านาง และมีชายพก
ชุดไทย จักรพรรดิ	ในพระราชพิธี	ใช่/ใช่	ห่มสไบ คล้าย ไทยจักรี	เสื่อเปิดไหล่ แบบแขน นางชี	ไม่มีแขน	ซิ่นจีบหน้านาง และมีชายพก
ชุดไทย ดุสิต	แบบเต็มยศใช้ ในงานพระราช พิธี	ไม่ใช่/ ใช่	ผ้าหลัง	คอกลม	ไม่มีแขน	ซิ่นจีบหน้านาง และมีชายพก

กรอบแนวคิดการวิจัย



สรุป

การศึกษาในบทที่ ๒ เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการกำหนด ยุทธศาสตร์สร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy) เป็นกระบวนการเชื่อมโยงเป้าหมาย (Ends) เข้ากับหนทาง หรือ วิธีการ (Ways) และเครื่องมือ (Means) ในอันที่ จะให้บรรลุเป้าหมายนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์นั้นต้องรู้ว่า เป้าหมายคืออะไร มีวิธีการอย่างไร และใช้เครื่องมือหรือหน่วยงาน หรือมีทรัพยากรอะไรที่นำไปใช้ได้ นอกจากนี้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ด้วย SWOT ให้รู้จุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาสและอุปสรรคเพื่อให้สามารถวางแผนการจัดการกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการสร้างการรับรู้ นั้น ต้องทราบว่ามีการรับรู้ของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ซึ่งมาจาก ประสบการณ์และการเรียนรู้ รวมถึงพฤติกรรมต่างๆของบุคคล เช่น ทักษะคติ บทบาท และ แรงจูงใจ เป็นต้น โดยปัจจัยที่สร้างการรับรู้เริ่มจาก ครอบครัว โรงเรียน และสังคม ที่จะมามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่เกิดขึ้น และในยุคปัจจุบันสื่อสารมวลชน และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้าง การรับรู้ ที่จะประชาสัมพันธ์ ให้กับประชาชนและสังคมเป็นวงกว้าง ได้อย่างรวดเร็ว ในการสร้าง กระแสนิยม และแพร่ข้อมูลข่าวสารสิ่งที่สำคัญ

บทที่ ๓

การดำเนินงานการหน่วยงาน ปัญหาและอุปสรรค

การศึกษาในบทที่ ๓ มีความมุ่งหมายเพื่อที่ต่อบวัตอุปประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑ คือ การดำเนินการ และการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และข้อที่ ๒ คือปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงาน และการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยมีลำดับการศึกษา ดังนี้

๑. ประวัติความเป็นมา
๒. นโยบาย และยุทธศาสตร์
๓. การดำเนินงานที่ผ่านมาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๔. ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ
๕. สรุป

ประวัติความเป็นมา ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม

หลักฐานเริ่มปรากฏการบันทึกเกี่ยวกับผ้าไหมขึ้น หลักจากประเทศไทยทำสนธิสัญญา เบาริงกับประเทศอังกฤษ ในปี พ.ศ.๒๓๙๘ ส่งผลให้ประเทศไทยต้องเสียเปรียบด้านกฎหมายและการค้ากับประเทศอังกฤษเป็นอย่างมาก ซึ่งต่อมาทำให้ประเทศชาติตะวันตกอื่นๆต่างปีบบังคับประเทศไทยลงนามในสนธิสัญญาแบบเดียวกัน ประเทศไทยเริ่มเสียเปรียบดุลการค้าแก่ต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการค้าผ้าของประเทศไทย ปรากฏหลักฐานในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๕ ว่า คนไทยได้สั่งผ้าจากต่างประเทศเข้ามามากขึ้นทุกๆปี ทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียเงินตราเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากข้อมูลเฉพาะในปี พ.ศ.๒๔๔๔ เสียค่านุ่งห่มถึง ๑๓,๘๑๒,๓๕๖ บาท มากกว่า ปี พ.ศ.๒๔๔๓ ถึง ๒,๘๐๘,๐๒๓ บาท

ตารางที่ ๓ - ๑ ตารางแสดงสินค้าผ้าที่นำเข้ามาขาย เป็นบัญชีสินค้าเข้าออก กรมศุลกากรระหว่างปี ๒๔๓๙ - ๒๔๔๔ มีไหมดิน แพรไหม ผ้านุ่ง

พ.ศ.	ไหมดิบ	ม่วงแลแพร์ ไหมต่างๆ	ผ้านุ่งต่างๆ ที่ทอด้วยด้าย	ผ้าต่างๆที่ทอ ด้วยด้าย	รวม
๒๔๓๙	๓๐,๒๘๗	๑,๓๗๒๗๘๐	๑,๓๗๘,๙๗๒	๒,๑๐๔,๗๗๓	๔,๘๘๑,๘๒๑
๒๔๔๐	๓๕,๒๘๘	๑,๔๔๕,๑๐๕	๑,๕๙๐,๒๕๘	๒,๐๘๐,๘๙๓	๕,๑๕๑,๕๔๒
๒๔๔๑	๔๖,๙๒๕	๑,๕๑๘,๘๖๖	๑,๖๐๒,๘๔๐	๒,๑๖๗,๐๘๔	๕,๓๘๙,๗๑๕
๒๔๔๒	๕๕,๖๖๐	๑,๖๗๔,๖๐๙	๓,๖๔๘,๑๑๕	๒,๔๒๘,๑๙๖	๗,๒๐๖,๕๘๐
๒๔๔๓	๔๙,๕๓๓	๒,๐๓๔,๕๒๖	๒,๕๖๒,๙๙๗	๒,๕๗๑,๙๔๕	๗,๒๐๙,๐๑๐
๒๔๔๔	๒๒,๙๓๓	๑,๗๙๙,๑๘๓	๓,๕๐๓,๘๓๗	๓,๕๙๕,๗๖๖	๘,๙๒๑,๗๑๙

ที่มา : เจ้าพระยาวางษาประพันธ์ ประวัติกระทรวงเกษตรราธิการ หน้า ๒๓๔

ด้วยเหตุนี้ ในปี พ.ศ.๒๔๔๔ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๕ จึงให้ความสนพระราชหฤทัยในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม พระองค์จึงโปรดเกล้าให้กระทรวงเกษตรกร การดำเนินการส่งเสริมการเลี้ยงไหม โดยว่าจ้าง มิสเตอร์โรดยามะ ผู้เชี่ยวชาญเรื่องไหมชาวญี่ปุ่น ต่อมา ในปี พ.ศ.๒๔๔๖ รัชกาลที่ ๕ ทรงโปรดเกล้าให้ยกแผนกไหมขึ้นเป็น “กรมช่างไหม” พร้อมทั้งทรงโปรดเกล้าให้ พระเจ้าลูกยาเธอพระองค์เจ้าเพ็ญพัฒนพงศ์ กรมหมื่นพิไชยมหินทโรดมดำรงตำแหน่ง เจ้ากรมช่างไหม ซึ่งสำเร็จวิชาการเพาะปลูกจากประเทศอังกฤษ นอกจากนี้ทรงตั้งโรงเรียนช่างไหม ขึ้นเพื่อฝึกหัดการทอผ้าไหม ซึ่งภายหลังโรงเรียนนี้ได้เปลี่ยนชื่อเป็นโรงเรียนเกษตร ตั้งอยู่ ณ วังสระปทุม ด้วยเหตุที่สมเด็จพระศรีสวรินทิราบรมราชเทวี พระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า ทรงตั้งโรงทอผ้าอยู่ใน พระตำหนัก ในปี พ.ศ.๒๔๔๗ ทางราชการได้ตั้งสาขาโรงเรียนการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมขึ้นที่จังหวัด นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ และร้อยเอ็ด เพื่อสอนการผลิตรังไหม และทอผ้าไหมแก่ชาวอีสานซึ่งมี ความสามารถในการทอผ้าไหมพื้นเมืองอยู่แล้ว และขยายออกไปสู่จังหวัดอื่นๆ เพิ่มเติม ได้แก่ ศรีสะเกษ มหาสารคาม และชัยภูมิ ในปี พ.ศ.๒๔๕๓ ได้เริ่มฝึกหัดนักเรียนชายและหญิงให้มีความชำนาญในการทอ จากการรายงานกิจกรรมการเผยแพร่ทำไหมในมณฑลนครราชสีมาในเรื่องฝึกหัดของกองช่างไหม

หลักสูตรของนักเรียนชายและนักเรียนหญิงที่ต้องฝึกหัด

๑. เรียนวิชาเลข หนังสือต่างๆตลอดจน วิธีการเขียนรายงานให้ชำนาญ สำหรับที่จะ ดำรงตำแหน่งปลัดเกษตร

๒. หัตถ์เลี้ยงไหม ตลอดจนการตรวจโรคสัตว์ และคัดเลือกตัวไหมสำหรับทำพันธุ์

๓. หัตถ์สาวเส้นไหมด้วยเครื่องมือสาวไหมทุกชนิด

๔. หัตถ์ขยายใจไหมให้ใหญ่ตามความต้องการ และย้อมไหมควบเส้นไหมให้ได้ตามขนาด

๕. หัตถ์ทอผ้าด้วยเครื่องทอผ้าอย่างใหม่

ตามหลักสูตรฝึกหัดนี้ไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากผู้เข้าฝึกอบรมโดยมากมาจากคนที่ กรมการอำเภอบังคับมาเรียน ไม่ค่อยเต็มใจเรียน และหลักสูตรต้องเรียน ๔-๕ ปี ซึ่งมีเวลานานเกินไป โครงการอุดหนุนการทำไหม ของกองช่างไหม เริ่มปรากฏว่า ไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งได้เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๔๔๔ จนถึง ๒๔๕๔ ใช้เงินทั้งสิ้น ๑,๒๓๕,๑๖๙ บาท แต่มีรายรับที่ได้จากการผลิตไหมคือ ขายผ้าม่วง และเส้นไหมเพียง ๗๔,๖๗๒ บาท นอกจากนี้เกิดภาวะฝนแล้ง การปลูกหม่อนไม่ได้ผล และมีโรคระบาดทำให้ตัวไหมตายเป็นจำนวนมาก ทำให้งบประมาณถูกตัดทอนลงจนในที่สุดได้มีการ

ยกเลิกงานกองช่างไหมทั้งหมด ในปี พ.ศ.๒๔๗๘ ทางราชการเริ่มฟื้นฟูการเลี้ยงไหมขึ้นอีกครั้ง โดยครั้งนี้ทางราชการได้สั่งเครื่องจักรมาจากประเทศอิตาลี และถูกนำมาใช้ในอุตสาหกรรมการทอผ้าไหม โดยใช้จังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดความรู้สู่จังหวัดอื่นๆในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด ช่วงแรกของการดำเนินการปรากฏในรายงานว่า ประชาชนจำนวน ๓๐๐,๐๐๐ ครัวเรือนได้เข้าร่วมโครงการและปลูกหม่อนเลี้ยงไหม แต่โรงงานประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ เนื่องจากประชาชนขาดความชำนาญในการเลี้ยงไหมพันธุ์ต่างประเทศ ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่เหมาะสมต่อการสาวไหมด้วยเครื่องจักร มีความเหนียวและไม่ขาดง่าย ท้ายที่สุดโรงงานต้องหยุดการประกอบการ ในปี พ.ศ. ๒๔๙๕ รัฐบาลเริ่มส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ได้ตั้งสถานีส่งเสริมการเลี้ยงไหมขึ้น ณ จังหวัดอุบลราชธานี และบุรีรัมย์ พร้อมทั้งรัฐบาลได้จัดทำแผนเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชน ซึ่งรัฐบาลได้ร่วมมือกับรัฐบาลญี่ปุ่นตามแผนโคลัมโบ และจัดตั้งศูนย์วิจัยและอบรมการทอผ้าไหม ที่จังหวัดนครราชสีมา พร้อมกับทางภาคการศึกษาหลายแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และวิทยาลัยเกษตรกรรมทั่วภาคอีสาน ได้เปิดวิชาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมอย่างจริงจังส่งผลให้วิชาการด้านการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมมีความก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับ

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงสนพระราชหฤทัยในผ้าทอพื้นเมืองเกือบทุกประเภท การส่งเสริมอาชีพหัตถกรรมการทอผ้าเริ่มเมื่อ ปี พ.ศ. ๒๕๐๖ ที่ศูนย์ฝึกอบรมทอผ้าเขาเต่าอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ซึ่งเป็นผ้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ ผ้าขาวม้า และผ้าซิ่น เป็นต้น จากนั้นทรงมีพระราชดำริให้รื้อฟื้นและส่งเสริมการทอผ้าในท้องถิ่นต่างๆและทรงพระราชทานพระราชดำริให้จัดตั้ง “มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ” ขึ้นเมื่อวันที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๑๙ เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ราษฎร ตลอดจนเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ศูนย์กลางงานศิลปาชีพนั้น ปัจจุบันมีศูนย์ศิลปาชีพ จำนวน ๑๔๑ แห่ง ได้แก่ ศูนย์ศิลปาชีพเกาะเกิด ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ศูนย์ศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม ศูนย์ศิลปาชีพบ้านบ้านทรายทอง ศูนย์ศิลปาชีพบ้านแม่ต๋ำ ศูนย์ศิลปาชีพจังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อให้งานมีความงดงามถึงระดับ “ฝีมือช่างหลวง” หรือ “ช่างแห่งกรุงรัตนโกสินทร์” ซึ่งการทอผ้าเป็นส่วนหนึ่งของงานศิลป์แผ่นดิน จนผ้าพื้นบ้านกลับมา มีชื่อเสียง ดังเช่น

ผ้ามัดหมี่ เมื่อครั้งที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ไปทรงเยี่ยมเยียนราษฎรจังหวัดนครพนมที่ประสบอุทกภัยในปี พ.ศ.๒๕๑๓ ได้ทรงทอดพระเนตรเห็นราษฎรที่มาเฝ้าฯ รับเสด็จส่วนใหญ่ผูกผ้าไหมที่ทอขึ้นใช้เองเป็นผ้ามัดหมี่ที่สวยงาม จึงทรงมีพระราชดำริในการส่งเสริมการทอผ้าไหมเพื่อเป็นอาชีพเสริมที่ยั่งยืน ต่อมาจึงมีพระราชเสาวนีย์ให้ชาวบ้านทอผ้าตามแบบอย่างที่เคยทำกันมา และทรงรับซื้อผ้าไหมเหล่านั้นเพื่อเก็บตัวอย่างลวดลาย พัฒนาคุณภาพและการทอผ้าให้มีหน้ากว้างขึ้น และทอให้เป็นผืนยาวเพื่อให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์มากขึ้น พระองค์ทรงเป็น “พระมารดาแห่งไหมไทย” ด้วยทรงฟื้นฟูการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และการรักษาพันธุ์ไหมพื้นเมืองของไทย เหนืออื่นใดพระองค์ทรงฉลองพระองค์ด้วยผ้าไหมไทยแทบทุกโอกาส นับเป็นขวัญกำลังใจแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงไหมทอผ้าไหม และทำให้ความงามของผ้าไหมไทยเป็นที่ประจักษ์ไปทั่วโลก

ผ้าตีนจก นิยมในกลุ่มชาวไทยเชื้อสายไทยลาว ไทยพวน และไทยโยนก ด้วยการทาลวดลายผ้าทอด้วยการจกเส้นด้ายยืนแล้วสอดเส้นด้ายพุ่งสีพิเศษตามต้องการเป็นช่วงๆให้เกิดเป็นลวดลายตามต้องการ สำหรับต่อเชิงผ้าขึ้น เรียกว่า ขึ้นตีนจก เช่น ที่ตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย อำเภอคูบัว จังหวัดราชบุรี อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น พระองค์ทรงมีพระราชประสงค์ให้รักษาลวดลายแบบเก่าที่สวยงามไว้ในขณะเดียวกันทรงแนะนำให้ปรับปรุงเครื่องทอให้มีประสิทธิภาพ เพื่อจะได้ผ้าที่มีคุณภาพดีตามไปด้วย

ผ้าแพรวา เป็นงานหัตถศิลป์ทอผ้าไหมอันมีลวดลายงามวิจิตรของชาวภูไทที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ตามขนบเดิมทอสีแดงเข้มสีเดียว ใช้หมี่เกลี้ยงไหมในเทศกาลงานบุญประเพณีต่างๆ ลวดลายงามเด่นของผ้าแพรวาสะดุดพระเนตรสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จึงมีพระราชดำริสถามว่า “ผ้านี้มาจากที่ไหน” เมื่อทรงทราบว่าชาวบ้านทอกันเองและไม่มีผู้ทอผ้าแพรวานานแล้วเพราะทอได้ยากผืนหนึ่งใช้เวลาทอราว ๘ เดือน ถึง ๑ ปี จึงรับสั่งให้กำลังใจ และอธิบายให้เห็นคุณค่าความงามอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่ควรรักษาไว้ ผ้าแพรวาที่กำลังจะสูญสิ้นจึงกลับคืนมาอีกครั้งอีก ทั้งพระองค์ทรงมีพระราชดำริให้อนุรักษ์และสืบทอดการทอผ้าไหมประเภทต่างๆ ให้กว้างขวางมากขึ้น ทั้งผ้าไหมหางกระรอก ผ้าไหมลายลูกแก้ว ผ้าขิดไหม และผ้าจกไหม เป็นต้น

นอกจากนี้สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถเป็นผู้ริเริ่มแต่งฉลองพระองค์แบบสตรีไทย ในปี พ.ศ. ๒๕๐๓ เนื่องในวาระที่ตามเสด็จพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เสด็จเยือนประเทศต่างๆ ทรงตระหนักว่าการแต่งกายแบบดั้งเดิมของไทยในชีวิตประจำวันถูกอิทธิพลวัฒนธรรมตะวันตกกลืนหายไป ไม่มีเครื่องแต่งกายที่เป็นแบบฉบับประจำชาติ พระองค์จึงมีพระราชดำริที่จะต้องมีเครื่องแต่งกายประจำชาติของสุภาพสตรี ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดยประยุกต์จากการแต่งกายของสตรีโบราณ ภายหลังเรียกว่า “ชุดไทยพระราชนิยม” โดยตั้งชื่อแต่ละชุดตามพระที่นั่งพระตำหนักสถานที่สำคัญต่างๆ ในพระบรมมหาราชวัง และในพระราชวังดุสิตมีจำนวน ๘ ชุด ได้แก่

๑. ชุดไทยเรือนต้น ใช้ผ้าไหมมีลายริ้วตามขวางหรือตามยาว หรือใช้ผ้าเกลี้ยง มีเชิงขึ้นยาวจรดข้อเท้า ป้ายหน้า เสื้อใช้ผ้าสีตามริ้วขึ้นหรือเชิงขึ้น จะตัดกับขึ้นหรือสีเดียวกันก็ได้ เสื้อคนละท่อนกับขึ้น แขนสามส่วน กว้างพอสบาย ผ่าอก กระดุม ๕ ดุม คอกลมตื้น ไม่มีขอบตั้งที่คอ ใช้แต่งในงานที่ไม่เป็นพิธีการหรือในโอกาสปกติและต้องการความสบาย เรียบง่าย เช่น งานกฐิน งานบุญ

๒. ชุดไทยจิตรดา ใช้ผ้าไหมเกลี้ยงมีเชิง หรือทอยกดอกทั้งตัวก็ได้ตัดเป็นเชิงขึ้นยาวป้ายหน้า เสื้อคนละท่อน คอกลม มีขอบตั้งน้อยๆ ผ่าอก แขนยาว เป็นชุดไทยที่ใช้ในพิธีกลางวัน ใช้ในโอกาสพิเศษ เช่น งานพระราชพิธีต่างๆ

๓. ชุดไทยอมรินทร์ แบบเหมือนไทยจิตรลดา ต่างกันที่ใช้ผ้าและเครื่องประดับหรูหรา กว่าใช้ผ้าไหมยกดอกที่มีทองแกมหรือยกทองทั้งตัว เสื้อคนละท่อนกับขึ้น ไม่มีเข็มขัด ใช้สำหรับพิธีตอนค่ำ เหมาะสำหรับงานเลี้ยงรับรอง และในงานพระราชพิธีสวนสนามในวันเฉลิมพระชนมพรรษา

๔. ชุดไทยบรมพิमान ใช้ผ้ายกไหมหรือยกทองมีเชิงหรือยกทั้งตัวก็ได้ตัดติดกันกับตัวเสื้อ หรือเป็นเสื้อคนละท่อนก็ได้ขึ้นจีบหน้ามีชายพก ยาวจรดข้อเท้า ใช้เข็มขัดไทยคาด เสื้อคอกลมมีขอบตั้ง ผ่าด้านหน้าหรือด้านหลังก็ได้ แขนยาวใช้สำหรับงานพิธีตอนค่ำ เหมาะสำหรับงานพิธีเต็มยศหรือครึ่งยศ เช่น งานพระราชทานเลี้ยงอย่างเป็นทางการ ชุดเจ้าสาว

๕. ชุดไทยจักรี (ชุดไทยหม่อมสไบ) ใช้ผ้ายกมีเชิงหรือยกทั้งตัว ขึ้นมีจีบยกข้างหน้า มีชายพกใช้เข็มขัดไทยคาดท่อนบนเป็นสไบเย็บจะเย็บติดกับขึ้นเป็นท่อนเดียวกัน หรือจะมีสไบหม่อมต่างหากก็ได้ เปิดผ่าข้างหนึ่งชายสไบคลุมไหล่ทั้งชายด้านหลังยาวพอสมควร ใช้สำหรับงานตอนค่ำ สวมใส่เครื่องประดับให้ความงดงามตามโอกาส

๖. ชุดไทยดุสิต ใช้ผ้ายกไหมหรือยกทองอย่างแบบไทยอมรินทร์ ไทยบรมพิमान และไทยจักรี ตัวขึ้นยาวมีจีบยกข้างหน้าและชายพกใช้ เข็มขัด ผิดกันตรงตัวเสื้อ คือเป็นเสื้อไม่มีแขน คอ ด้านหน้าและหลังต่ำเล็กน้อย ผ่าด้านหลังตัวเสื้อ ปักเป็นลวดลายด้วยไข่มุกลูกปัดหรือเลื่อม ฯลฯ ใช้ในงานพระราชพิธี ที่กำหนดให้แต่งกายเต็มยศ

๗. ชุดไทยจักรพรรดิ ตัวขึ้นใช้ผ้าไหมหรือยกทอง เอวจีบ ข้างหน้ามีชายพกหม่อมแพรจีบแพรไทย สีสัดกับผ้านุ่งเป็นชั้นที่หนึ่งก่อน แล้วใช้ผ้าหม่อมปักอย่างสตรีบรรดาศักดิ์ สมัยโบราณหม่อมทับแพรจีบ อีกชั้นหนึ่งใช้ในโอกาสพิเศษที่กำหนดให้แต่งกายเต็มยศ

๘. ชุดไทยศิวาลัย ขึ้นใช้ผ้าไหมหรือยกทอง เอวจีบ มีชายพก ตัวเสื้อใช้ผ้าสีทองเหมือนสีเนื้อ ตัดแบบแขนยาว คอกลมผ่าหลัง เย็บติดกับผ้าขึ้น คล้ายแบบไทยบรมพิमानหม่อมฟ้าปักลายไทยอย่างแบบไทยจักรพรรดิโดยไม่ต้องมีแพรจีบรองพื้นก่อนใช้ในโอกาสพิเศษที่กำหนดให้แต่งกายเต็มยศ เหมาะกับเวลาที่มีอากาศค่อนข้างเย็น

ต่อมาใน ปี พ.ศ. ๒๕๐๘ นางสาวอภัสรา หงสกุล นางสาวไทยประจำปีนั้นจะเดินทางไปประกวดนางงามจักรวาล ณ สหรัฐอเมริกา สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้ทรงโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมเลือกชุดไทยพระราชานิยม ๕ แบบ พระราชทานให้ นางสาวอภัสรา หงสกุล นำไปใช้เป็นเครื่องแต่งกายชุดประจำชาติ เป็นผลให้ นางสาวอภัสรา หงสกุล ได้รับตำแหน่งนางงามจักรวาล ชุดไทยพระราชานิยมจึงปรากฏแก่สายตาสาธารณชนใจต่างประเทศอีกครั้งหนึ่งและในปีพ.ศ. ๒๕๓๑ ความงดงามของชุดไทยพระราชานิยมก็ได้รับการยกย่องในระดับโลกอีกครั้งเมื่อ นางสาวภรณ์ทิพย์ นาคหิรัญกนก ได้รับรางวัลเครื่องแต่งกายชุดประจำชาติสวยงามและได้รับตำแหน่งนางงามจักรวาลในการประกวดปีนั้นด้วย

ด้วยพระบารมีปกเกล้าปกกระหม่อม กอปรกับพระอัจฉริยภาพ พระปัญญาปรีชา เห็นการณ์ไกลและ พระมหากรุณาธิคุณอันหาที่สุดมิได้แห่งสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ทรงเอาพระทัยใส่และทรงรับเป็นพระราชภาระในอันที่จะกำหนดวางแบบแผนเครื่องแต่งกายสตรีไทยให้ยุติแน่นอนทรงเกลี้ย แก่เก่ากับใหม่ให้กลมกลืนโดยอาศัยทรัพยากรชีวภาพที่มีอยู่ในท้องถิ่น

ต่างๆ ให้เกิดประโยชน์รวมทั้งทรงเป็นแบบอย่างใช้ผ้าไหมทำฉลองพระองค์ทั้งแบบไทยและแบบสากลในการเสด็จประกอบพระราชกรณียกิจ ต่างๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ ยังผลให้ผ้าไทย และเครื่องแต่งกายสตรีแบบไทยหวนกลับมาเป็นที่นิยมแพร่หลายอีกคำรบหนึ่งทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ

นโยบายรัฐบาล และยุทธศาสตร์ชาติ

นโยบายรัฐบาลที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ๑๒ กันยายน ๒๕๕๗ ได้นำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ว่าด้วยการเข้าใจ เข้าถึง และพัฒนาตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นหลักสำคัญ โดยจำแนกเป็น ๑๑ ด้าน ดังนี้

ด้านที่ ๑ การปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์

ด้านที่ ๒ การรักษาความมั่นคงของรัฐและการต่างประเทศ

ด้านที่ ๓ การลดความเหลื่อมล้ำของสังคมและการสร้างโอกาสเข้าถึงบริการของรัฐ

ด้านที่ ๔ การศึกษาและเรียนรู้ การทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม

ด้านที่ ๕ การยกระดับคุณภาพบริการด้านสาธารณสุขและสุขภาพของประชาชน

ด้านที่ ๖ การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

ด้านที่ ๗ การส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน

ด้านที่ ๘ การพัฒนาและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการวิจัย

และพัฒนาและนวัตกรรม

ด้านที่ ๙ การรักษาความมั่นคงของฐานทรัพยากร และการสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

ด้านที่ ๑๐ การส่งเสริมการบริหารราชการแผ่นดินที่มีธรรมาภิบาล และการป้องกันปราบปรามการทุจริต และประพฤติมิชอบในภาครัฐ

ด้านที่ ๑๑ การปรับปรุงกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม ประเด็นที่สำคัญที่สอดคล้องกับการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยาม ดังนี้

นโยบายด้านที่ ๑ การปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์

รัฐบาลถือเป็นหน้าที่สำคัญในการเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ไว้ด้วยความจงรักภักดี และปกป้องรักษาพระบรมเดชานุภาพ โดยใช้มาตรการทางกฎหมาย มาตรการสังคมจิตวิทยา และมาตรการทางระบบสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ เผยแพร่พระราชกรณียกิจ สนับสนุนโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ สถานศึกษา ตลอดจนหน่วยงานของรัฐเรียนรู้เข้าใจ หลักการทรงงาน

นโยบายด้านที่ ๔ การศึกษาและเรียนรู้ การทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม

รัฐบาลจะนำการศึกษา ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ และความเป็นไทยมาใช้สร้างสังคมให้เข้มแข็งอย่างมีคุณภาพและคุณธรรมควบคู่กันที่ให้ความสำคัญทั้งการศึกษาในระบบและการศึกษาทางเลือกไปพร้อมกัน เพื่อสร้างคุณภาพของคนไทยให้สามารถเรียนรู้ พัฒนาตนได้เต็มตามศักยภาพ ประกอบอาชีพและดำรงชีวิตได้โดยมีความใฝ่รู้และทักษะที่เหมาะสมเป็นคนดีมีคุณธรรมสร้างเสริมคุณภาพการเรียนรู้ โดยเน้นการเรียนรู้เพื่อสร้างสัมมาชีพในพื้นที่ นอกจากนี้ส่งเสริมอาชีวศึกษาและการศึกษาระดับวิทยาลัยชุมชน รวมทั้งอนุรักษ์ ฟื้นฟู และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรม ภาษาไทยและภาษาถิ่นภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรมไทย

นโยบายด้านที่ ๖ การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

รัฐบาลดูแลเกษตรกรให้มีรายได้ที่เหมาะสมด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การลดต้นทุนการผลิต การช่วยเหลือในเรื่องปัจจัยการผลิตอย่างทั่วถึง การช่วยเหลือเกษตรกรรายย่อย ตลอดจนจนถึงการใช้กลไกตลาดและชักจูงให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยสร้างสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกื้อกูลต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวอันมีลักษณะโดดเด่นร่วมกันหรือจัดเป็นกลุ่มได้ เช่น กลุ่มธรรมชาติประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ทั้งจะให้เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากวิถีชีวิตชุมชน รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยเน้นการให้ความรู้และเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน การควบคุมสินค้าและบริการให้มีคุณภาพราคาเป็นธรรม ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปีวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อให้ประเทศมีขีดความสามารถในการแข่งขันมีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว คนไทยมีความสุข อยู่ดี กินดี สังคมมีความมั่นคงเสมอภาคและเป็นธรรม ซึ่งยุทธศาสตร์ชาติที่จะใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาในระยะ ๒๐ ปีต่อจากนี้ไปจะประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง, ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน, ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน, ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม, ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

สาระสำคัญในร่าง กรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๐ – ๒๕๗๙) ที่เกี่ยวข้องกับกรการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถมีดังนี้

๑. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่เพิ่มขีดความสามารถของภาคเกษตร ส่งเสริมเกษตรกรรายย่อยให้ทำการเกษตรยั่งยืนเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และพัฒนาสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ

๒. ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมศักยภาพคน พัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิตให้สนับสนุนการเจริญเติบโตของประเทศ

๓. ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ การพัฒนาระบบการบริหารคนและยกระดับการให้บริการประชาชน ให้มีประสิทธิภาพ ผ่านทางเว็บไซต์และโทรศัพท์มือถือ จัดทำฐานข้อมูลงานบริการที่มีประสิทธิภาพ ให้ประชาชนเข้าถึงได้สะดวก

การดำเนินการที่ผ่านมาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ทรงส่งเสริมอาชีพหัตถกรรมการทอผ้าเริ่มเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๐๖ ที่ศูนย์ฝักอบรมทอผ้าเขาเต่าอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และเมื่อ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๑๙ ทรงพระราชทานพระราชดำริให้จัดตั้ง “มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพพิเศษ” และทรงรับมูลนิธินี้ไว้ในพระบรมราชินูปถัมภ์ ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ” เพื่อเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ การทอผ้าไหมเป็นส่วนหนึ่งของงานโครงการศิลปาชีพนอกจากนี้สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงพระราชทานชุดไทยพระราชานิยม เป็นชุดไทยประจำชาติซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญ และได้กำหนดเป็นนโยบายอย่างชัดเจนในการเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ และการส่งเสริมโครงการต่างๆ ของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ และให้ทุกหน่วยงานระดับกระทรวงส่งเสริม และสนับสนุน ตามภารกิจที่เกี่ยวข้องของแต่ละกระทรวงหรือหน่วยงานในสังกัดกระทรวง ทั้งในและต่างประเทศอย่างแท้จริง กำหนดให้เป็นโครงการในแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน ในแต่ละกระทรวง ประกอบการของงบประมาณประจำปี สำหรับโครงการต่างๆที่อยู่ในแผนของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม มีหน่วยงานที่สำคัญ อาทิเช่นกรมหม่อนไหม กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ และศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

๑. กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

๑.๑ กรมหม่อนไหมมีหน้าที่เกี่ยวกับหม่อนไหมทั้งระบบ โดยครอบคลุมถึงการพัฒนาพันธุ์ การอนุรักษ์และคุ้มครองพันธุ์กรมหม่อนไหม การตรวจสอบและรับรองมาตรฐานหม่อนไหมการส่งเสริมการ

สนับสนุน และการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านหม่อนไหม รวมทั้งการส่งเสริมเอกลักษณ์และการสร้างค่านิยมเกี่ยวกับหม่อนไหม

๑.๒ กรมหม่อนไหม ได้มีการวางยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม พ.ศ.๒๕๕๘ - ๒๕๖๑ ที่กำหนด ทิศทางเพื่อขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ โดยวางไว้ ๖ ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์และคุ้มครองหม่อนไหม

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนาหม่อนไหม

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยุทธศาสตร์การส่งเสริม พัฒนาการผลิต และสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาตลาดหม่อนไหม

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กรและทรัพยากรบุคคล

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาความร่วมมือด้านหม่อนไหมกับต่างประเทศ

๑.๓ การดำเนินงานที่ผ่านมาของกรมหม่อนไหม ข้อมูลจากรายงานประจำปี ๒๕๕๘ มีโครงการต่างๆที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทยที่สำคัญ ดังนี้

๑.๓.๑ โครงการสร้างทายาทไหมในโรงเรียน เป็นโครงการร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โรงเรียนเป็นกิจกรรมทุกขั้นตอนของการผลิตตั้งแต่ การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การสาวไหม ฟอกย้อมสีทอเป็นผืนผ้า และนำมาแปรรูปเพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

๑.๓.๒ การจัดนิทรรศการต่างๆ ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ได้แก่ การจัดแสดงนิทรรศการเทิดพระเกียรติ พระมหากษัตริย์คุณในสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ “จากรากหญ้าสู่ ราชสำนัก” งานส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย สหรั้อาหรับเอมิเรตส์ การจัดงานเทศกาลอาหารและวัฒนธรรมไทย ประเทศออสเตรเลีย และงานเทศกาลไทย ประเทศญี่ปุ่นโดยมีการสาธิตการสาวไหมเส้นไหมไทย

๑.๓.๓ การจัดทำแอปพลิเคชันของกรมหม่อนไหม ได้แก่ แอปพลิเคชันมหัศจรรย์หม่อนไหม เป็นแอปพลิเคชันในรูปแบบหนังสือการ์ตูนออนไลน์ ๓ เรื่อง ได้แก่ การปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม การสาวไหมฟอกย้อมและการทอผ้า และแอปพลิเคชันผ้าไหมไทย เป็นแอปพลิเคชันเพื่อใช้ค้นหาผ้าไหม ที่ผ่านการตรวจรับรองการขึ้นทะเบียนตรานกยูงพระราชทาน

๑.๓.๔ โครงการศูนย์อนุรักษ์ผ้าไหม ภูมิปัญญาหม่อนไหม และพัฒนาตลาดผ้าไหม กรมหม่อนไหมได้ดำเนินการจัดทำศูนย์อนุรักษ์ผ้าไหม จำนวน ๕ แห่งสุรินทร์ เชียงใหม่ สกลนครมุกดาหาร และ อุตรธานี เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลความรู้และภูมิปัญญาเกี่ยวกับผ้าไหม

และผ้าไทย มีการจัดแสดงผ้าโบราณ, ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาหม่อนไหมเป็นศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาหม่อนไหมในพื้นที่เกษตรกรที่มีภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทอผ้าไหมให้เป็นแหล่งเรียนรู้โดยตรงจากปราชญ์ชาวบ้านหรือเกษตรกรผู้ทรงภูมิปัญญา จำนวน ๑๐ แห่ง ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี นครพนม สกลนคร มุกดาหารศรีสะเกษ สุรินทร์ ชัยภูมิแม่ฮ่องสอน สระบุรีและนครศรีธรรมราช และโครงการพัฒนาตลาดผ้าและผลิตภัณฑ์ไหมไทยกรมหม่อนไหมร่วมกับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และเยาวชนจากสถานศึกษาในพื้นที่ใกล้เคียง

๑.๓.๕ โครงการศูนย์เรียนรู้เชิงอนุรักษ์ด้านหม่อนไหม ไม้ย้อมสี และผ้าไหมกรมหม่อนไหมได้จัดตั้งศูนย์เรียนรู้เชิงอนุรักษ์ด้านหม่อนไหม ไม้ย้อมสีและผ้าไหม จำนวน ๑๒ แห่ง เป็นแหล่งประชาสัมพันธ์เผยแพร่องค์ความรู้ด้านหม่อนไหมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านหม่อนไหม เพื่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่องค์ความรู้ด้านหม่อนไหมแก่เยาวชน นักเรียน นักศึกษา เกษตรกรและผู้สนใจทั่วไป โดยได้ดำเนินการจัดตั้งในพื้นที่ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ สระบุรีตาก สกลนคร นครราชสีมาสุรินทร์ขอนแก่น หนองคาย ชัยภูมิ ศรีสะเกษ อุตรธานี อุบลราชธานี และชุมพร โดยแต่ละศูนย์ดำเนินการจัดตั้งหน่วยเรียนรู้ด้านหม่อนไหม อย่างน้อย ๑๐ จุดเรียนรู้เกี่ยวกับหม่อนไหม มีการจัดฝึกอบรมค่ายเยาวชนหม่อนไหม

๑.๓.๖ การจัดทำสารคดีและจัดทำสื่อการเรียนรู้มัลติมีเดียแสดงขั้นตอนการเลี้ยงไหม การสาวไหม การทอผ้าไหม นอกจากนี้มีการเผยแพร่ทาง Social Media หลายช่องทาง เช่น Facebook Instagram

๑.๔ ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินโครงการต่างๆที่ส่งผลต่อการสร้างการรับรู้ด้านผ้าไหม ชุดไทยพระราชนิยม ให้กับประชาชนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศได้ในการที่อนุรักษ์เอกลักษณ์ของไหมไทยที่มีเฉพาะตัว อย่างไรก็ตามยังคงมีปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมา ของกรมหม่อนไหม มีดังนี้

๑.๔.๑ ระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับเส้นไหม ผ้าไหม ยังไม่มีการอัปเดตข้อมูล

๑.๔.๒ ปัญหาการผลิตผ้าไหมให้มีคุณภาพ เนื่องจากการลักลอบนำเส้นไหมที่ไม่มีคุณภาพเข้ามาภายในประเทศ, การขาดทักษะฝีมือ ส่งผลต่อการรับรู้ของผ้าไหมไทย

๑.๔.๓ ต้นทุนการผลิตด้านหม่อนไหมมีแนวโน้มสูงขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๑.๔.๔ แนวโน้มเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และทอผ้าลดลง เพราะขาดการจัดการ

๑.๔.๕ ถ่ายทอดความรู้ และขาดการผลักดันในการสืบทอดอาชีพ และรายได้จากภาคเกษตรน้อยกว่าภาคอุตสาหกรรม

๑.๔.๖ ผลิตภัณฑ์เส้นไหมที่สาวด้วยมือ ตลาดมีความต้องการสูง แต่มาตรฐานของคุณภาพขาดความสม่ำเสมอ

๒. กระทรวงวัฒนธรรม

๒.๑ กระทรวงวัฒนธรรม เป็นองค์กรส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมีค่านิยมและพฤติกรรมที่เหมาะสมมีความภาคภูมิใจ และสืบทอดวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ของตนเองและชุมชนสามารถประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต และการพัฒนาที่ยั่งยืน

๒.๒ กระทรวงวัฒนธรรมได้กำหนดยุทธศาสตร์ของกระทรวงไว้ ดังนี้

ยุทธศาสตร์พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการอนุรักษ์ และสืบทอดวัฒนธรรม
 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และความเป็นไทย
 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานในการจัดการศึกษา วิจัย บริหารจัดการความรู้ และสร้างนวัตกรรมด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม

ยุทธศาสตร์พัฒนาศักยภาพการเสริมสร้างความสัมพันธ์ เกียรติภูมิและภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อนำความเป็นไทยสู่สากล

ยุทธศาสตร์พัฒนากลไกและยกระดับการบริหารจัดการงานวัฒนธรรม

๒.๓ ผลการดำเนินงานของกระทรวงวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ข้อมูลจากรายงานประจำปี ๒๕๕๘ ดังนี้

๒.๓.๑ โครงการสื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมอาเซียนการส่งเสริมการใช้ผ้าไทย ผ้าอาเซียนการผลิตรายการ “สืบสายใยผ้าไทย-อาเซียน” มีสาระที่สำคัญ ดังนี้ พระราชกรณียกิจของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ, ผ้าของประเทศสมาชิกอาเซียน, การเชื่อมโยงจากประเด็นผ้าในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน และนำเข้าสู่เรื่องราวของกลุ่มคนไทยที่ยังคงอยู่เบื้องหลัง และทำงานเกี่ยวกับเรื่องของผ้าทอรวมยังมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ นิตยสาร วารสาร youtube และ facebook รายการสืบสายใย ผ้าไทย อาเซียน

๒.๓.๒ กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๙ เส้นทาง ๘ วิถีแห่งอารยธรรมไทย

๒.๓.๓ การรณรงค์ส่งเสริมแต่งชุดไทยในโอกาสต่างๆ

๒.๓.๔ โครงการต่างๆ เช่นเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระบรมวงศานุวงศ์ รวมทั้งการเทิดทูนสถาบันหลักของชาติ ได้แก่ การจัดโครงการผ้าไทยร่วมสมัยเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ, การจัดนิทรรศการผ้าไทย

นอกจากนี้ยังมีประชาชนสามารถหาข้อมูล ความรู้และส่งเสริมการเรียนรู้ด้าน มานุษยวิทยา โบราณคดี ประวัติศาสตร์ประวัติศาสตร์ศิลปะ วัฒนธรรมและความรู้ท้องถิ่นของ ประเทศไทย และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้จากศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)

๒.๔ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมา ของกระทรวงวัฒนธรรม มีดังนี้

๒.๔.๑ การรณรงค์การแต่งกายผ้าไหมไทยยังไม่จริงจัง

๒.๔.๒ พิพิธภัณฑ์, แหล่งเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นมีจำนวนมาก แต่ขาดการดูแล และไม่น่าสนใจ ทำให้ไม่สามารถขับเคลื่อนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มี ประสิทธิภาพ

๒.๔.๓ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนใหญ่หน่วยงาน และคนในชุมชนยังไม่มี ส่วนร่วม ขาดการบูรณาการร่วมกัน

๒.๔.๔ ระบบการจัดเก็บคลังข้อมูลและสารสนเทศยังไม่มีประสิทธิภาพ

๓. กระทรวงศึกษาธิการ

๓.๑ กระทรวงศึกษาธิการ มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการศึกษา การศาสนา และ การวัฒนธรรม โดยงานเกี่ยวกับการศึกษาจัดให้มีการดำเนินการ และให้บริการทางการศึกษาสำหรับ สาธารณชน ตามแนวทางที่ปรากฏในแผนการศึกษาระดับอนุบาล ประถมศึกษา อาชีวศึกษา การ ฝึกหัดครู การศึกษาพิเศษ การศึกษาผู้ใหญ่ ควบคุมและส่งเสริมโรงเรียนเอกชน และการศึกษา ประชาชนในด้านต่างๆ ต่อมางานเกี่ยวกับศาสนามีความรับผิดชอบทำนุบำรุงส่งเสริมพระศาสนา ส่งเสริมและอุปถัมภ์ การดำเนินงานของมหาเถรสมาคม ดูแลและช่วยจัดการศาสนสมบัติให้แก่คณะ สงฆ์ และการให้ความช่วยเหลืออุปถัมภ์แก่ศาสนาอื่นๆ และงานเกี่ยวกับวัฒนธรรม รับผิดชอบในการ เชิดชูรักษาและส่งเสริมวัฒนธรรมอันดีงามของไทย บำรุงรักษาและผดุงส่งเสริมศิลปวิทยาการอันเป็น สมบัติวัฒนธรรมของชาติ ตลอดจนการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมไทยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

๓.๒ กระทรวงศึกษาธิการวางยุทธศาสตร์ตามนโยบายรัฐบาล ๖ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาหลักสูตร กระบวนการเรียนการสอน การวัดและ ประเมินผล

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ผลิต พัฒนาครูคณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ผลิตและพัฒนากำลังคน รวมทั้งงานวิจัยที่สอดคล้องกับ ความ ต้องการของการพัฒนาประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ขยายโอกาสการเข้าถึงบริการทางการศึกษาและการเรียนรู้ อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ส่งเสริมและพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการศึกษา

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ พัฒนาระบบบริหารจัดการและส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วม ในการจัดการศึกษา

สำหรับกระทรวงศึกษาธิการมีความสำคัญในการสร้างการรับรู้เป็นอย่างมาก เนื่องจาก จากข้อมูลที่ได้จาก สารสนเทศเพื่อการศึกษา ข้อมูล ณ ๑๐ ม.ค. ๖๑ จำนวนนักเรียน นักศึกษา ใน ระบบ ปีการศึกษา ๒๕๖๐ มีสถานศึกษา จำนวน ๓๗,๘๔๘ โรงเรียน ชาย ๖,๓๘๘,๙๒๘ ราย และ หญิง ๖,๖๐๙,๓๐๗ ราย รวม ๑๒,๙๙๘,๒๓๕ ราย

๓.๓ การดำเนินงานที่ผ่านมาเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ของกระทรวงศึกษาธิการ มีดังนี้

๓.๓.๑ กระทรวงศึกษาธิการส่งเสริมการแต่งกายตามการประสานจากกระทรวงวัฒนธรรม ให้เด็กแต่งชุดไทยสัปดาห์ละ ๑ ครั้งเพื่อให้ได้รู้จักผ้าไทย และสืบสานเอกลักษณ์ไทย

๓.๓.๒ กระทรวงศึกษาธิการทำบันทึกความร่วมมือกับกรมหม่อนไหม โครงการนำร่องหลักสูตรผลิตผ้าไหมของวิทยาลัยชุมชน

๓.๔ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมา ของกระทรวงศึกษาธิการ มีดังนี้

๓.๔.๑ กระทรวงศึกษาธิการยังไม่มีบทบาทอย่างชัดเจนกับการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม แต่ส่วนใหญ่เป็นการให้ความร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรม

๓.๔.๒ ระบบการศึกษายังคงมุ่งเน้นไปที่วิชาการ ยังไม่มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการศึกษา

๔. ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน)

๔.๑ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ส่งเสริมให้มีการประกอบอาชีพผสมผสานเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านตามโครงการส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และสนับสนุนด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทั้งในและต่างประเทศ

๔.๒ ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๖๗ – ๒๕๖๙ ไว้ ๕ ด้าน ประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์การเป็นศูนย์รวมองค์ความรู้และอนุรักษ์สืบสานศิลปหัตถกรรมไทย

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมเพื่อการต่อยอดเชิงพาณิชย์

ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการและเชื่อมโยงกับหน่วยงานและเครือข่ายพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมกิจกรรมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาองค์กร ศ.ศ.ป. เพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพื่อเป็นการยกระดับองค์กรและทำงานเชิงรุกมากขึ้น

๔.๓ การดำเนินงานที่ผ่านมาของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์กรมหาชน) ดังนี้

๔.๓.๑ ศ.ศ.ป. จัดให้มี SACICT KNOWLEDGE เป็นศูนย์รวมองค์ความรู้และส่งเสริมการอนุรักษ์งานศิลปหัตถกรรมไทย ได้รวบรวมองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทยทั้งในตัวบุคคลและหนังสือเพื่ออนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาดั้งเดิมให้คงอยู่เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมไทยสู่สาธารณชน

๔.๓.๒ พัฒนาศักยภาพของครูศิลป์ของแผ่นดิน ครูช่างศิลปหัตถกรรม และทายาทช่างศิลปหัตถกรรม ด้วยการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้งานศิลปหัตถกรรมภายในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่การรวบรวมและเผยแพร่องค์ความรู้ภูมิปัญญาศิลปะการทอ “ผ้าจก ไท-ยวน ราชบุรี” การเผยแพร่องค์ความรู้วัฒนธรรมร่วม “มัดหมี่” สายใยแห่งเอเชีย เป็นต้น

๔.๓.๓ ขับเคลื่อน Local Economy on Culture โดยจัดกิจกรรม “เส้นทางสายผ้าทอ : Weaving Streets” เพื่อนำเสนอคุณค่าภูมิปัญญาผ้าทอพื้นถิ่น ผ่านการประชาสัมพันธ์เส้นทางสายผ้าทอทั้ง ๗ เส้นทางใน ๔ ภาคทั่วประเทศ และจัดงานอย่างต่อเนื่องในปี ๒ ภายใต้แนวคิด “ภูมิปัญญา ผ้าพื้นถิ่น สู่อุตสาหกรรมของชีวิตปัจจุบัน : From Weaving Street to Today Life’s Crafts”

๔.๓.๔ พัฒนาให้บ้านครูช่างทอผ้าเป็นแหล่งเรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวเชิง

๔.๓.๕ โครงการ Sustainable Crafts ที่มุ่งเน้นการพัฒนาช่างหัตถศิลป์ในกลุ่มเสื้อผ้าแฟชั่นร่วมกับครูช่าง/ทายาทศิลปหัตถกรรม ผู้ผลิตผ้าซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของไทย เช่น ผ้าไหมแพรวากาฬสินธุ์ ผ้าจกลาวครั้งอุทัยธานี ผ้าย้อมครามสกลนคร ผ้าบาติกกระบี่และผ้าไหมแต้มหมี่ขอนแก่น

ปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญ

จากการดำเนินงานที่ผ่านมาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญ

๑. แนวโน้มเกษตรกรการทอผ้าลดลง เพราะขาดการจัดการถ่ายทอดความรู้ และขาดการผลักดันในการสืบทอดอาชีพ และรายได้จากภาคเกษตรน้อยกว่าภาคอุตสาหกรรม

๒. ผลิตภัณฑ์เส้นไหมที่สาวด้วยมือ ตลาดมีความต้องการสูง แต่เพราะการขาดทักษะฝีมือ ทำให้มาตรฐานของคุณภาพขาดความสม่ำเสมอ

๓. ระบบฐานข้อมูล การบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ การจัดการความรู้ ที่มาใช้ยังไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่าที่ควรจะเป็น ขาดความเชื่อมโยงกับข้อมูลสารสนเทศระหว่างหน่วยงาน

๔. แหล่งการเรียนรู้ และพิพิธภัณฑ์ผ้ามีจำนวนมาก แต่ขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ทำให้ประชาชนขาดความสนใจ

๕. ภูมิปัญญาชาวบ้านยังขาดผู้ที่มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้และการถ่ายทอดงานจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ เน้นถ่ายทอดจากประสบการณ์มากกว่าองค์ความรู้

๖. เย้าวชน/คนรุ่นใหม่ไม่นิยมใช้ผ้าไหมไทย และแต่งกายชุดไทยพระราชนิยม

๗. ข้อจำกัดด้านงบประมาณ

๘. ต้นทุนการผลิตด้านหม่อนไหมมีแนวโน้มสูงขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

๙. การรณรงค์การแต่งกายผ้าไหมไทยยังไม่จริงจัง

๑๐. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนใหญ่หน่วยงาน และคนในชุมชนยังไม่มีส่วนร่วมขาดการบูรณาการร่วมกัน

๑๑. ระบบการศึกษา ของกระทรวงศึกษาธิการยังไม่มีบทบาทอย่างชัดเจนกับการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม แต่ส่วนใหญ่เป็นการให้ความร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรม

๑๒. ระบบการศึกษายังคงมุ่งเน้นไปที่วิชาการ ยังไม่มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการศึกษา

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงเห็นคุณค่าของงานผ้าทออันเป็นเอกลักษณ์แห่งวิถีชีวิตของชนในชาติที่สั่งสมสืบทอด อันจะเป็นอาชีพสร้างรายได้แก่ครอบครัว และทรงจัดตั้งมีขึ้น มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ เพื่อเป็นหน่วยงานหลัก ซึ่งมี กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวัฒนธรรม ที่หน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนมากการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จะเป็นการจัดงานเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถเป็นหลัก สำหรับหน่วยงานอื่นๆ ที่สามารถสร้างการรับรู้ได้อีกนั้น มีกระทรวงศึกษาธิการ ที่ปัจจุบันมีเย้าวชน นักศึกษาในระบบไม่ต่ำกว่า ๑๒ ล้านคน, และการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องในการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยมให้กับประชาชนในประเทศ และต่างประเทศ สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญนั้น เป็นการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงาน และการเข้าถึงข้อมูลของประชาชนโดยใช้ระบบสารสนเทศ นอกจากนี้การอนุรักษ์ สืบสานให้คงดำรงอยู่จะเป็นปัจจัยทำให้มีการสร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง

สรุป

การศึกษาในบทที่ ๓ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยการวิจัยข้อที่ ๑ และข้อที่ ๒ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผลการศึกษาตอบวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง ๒ ข้อ สรุปได้ดังนี้

๑. ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑ การดำเนินการที่ผ่านมาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยาม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

๑.๑ โครงการทายาทหม่อนไหม

๑.๒ โครงการศูนย์อนุรักษ์ผ้าไหม ภูมิปัญญาหม่อนไหม

๑.๓ โครงการนำร่องในการทำบันทึกความร่วมมือในการจัดทำหลักสูตรการผลิตผ้าไหมของวิทยาลัยชุมชน

๑.๕ การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้แก่ตรานกยูงพระราชทาน

๑.๖ โครงการพัฒนาศักยภาพของครูศิลป์ของแผ่นดิน และทายาท ของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ

๑.๗ พัฒนาแหล่งเรียนรู้ชุมชน และพิพิธภัณฑ์

๑.๘ จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๙ เส้นทาง ๘ วิถีแห่งอารยธรรมไทย หรือการจัดงานประกวดผ้าไหมแต่ละท้องถิ่น

๑.๙ การเผยแพร่พระราชกรณียกิจ และเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ

๑.๑๐ การจัดงานนิทรรศการผ้าไหมต่างๆทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ อาทิ เช่น งานเทศกาลไทย กรุงโตเกียว,

๑.๑๑ การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไหม ชุดไทยพระราชนิยาม ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และแอปพลิเคชัน

๑.๑๒ การจัดทำสารคดีเกี่ยวกับผ้าไหมและจัดทำสื่อการเรียนรู้มัลติมีเดียและสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น นิตยสาร, โปสเตอร์, แผ่นพับ

๑.๑๓ ประสานขอความร่วมมือจากกระทรวงวัฒนธรรม ให้เด็กแต่งชุดไทย สัปดาห์ละ ๑ ครั้ง และรณรงค์แต่งกายชุดไทยในโอกาสต่างๆ

๒. ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ ปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญของการดำเนินงานที่ผ่านมาของหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

๒.๑ แนวโน้มเกษตรกรการทอผ้าลดลง และขาดการถ่ายทอดความรู้ ทำให้ขาดทักษะฝีมือ ส่งผลต่อคุณภาพของผ้าไหม

๒.๒ แหล่งการเรียนรู้ และพิพิธภัณฑ์ผ้ามีจำนวนมาก แต่ขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ทำให้ประชาชนขาดความสนใจ

๒.๓ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้ต้นทุนการผลิตด้านหม่อนไหมมีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้ผ้าไหมไทย และชุดไทยมีราคาสูงขึ้น ส่งผลต่อการแต่งกายชุดไทย

๒.๔ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนใหญ่หน่วยงาน และคนในชุมชนยังไม่มีส่วนร่วม ขาดการบูรณาการร่วมกัน

๒.๕ ระบบฐานข้อมูล การบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ การจัดการความรู้ ที่มาใช้ยังไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่าที่ควรจะเป็น ขาดความเชื่อมโยงกับข้อมูลสารสนเทศระหว่างหน่วยงาน

๒.๖ เยาวชนซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ไม่นิยมใช้ผ้าไหมไทย และแต่งกายชุดไทยพระราชนิยม

๒.๗ การรณรงค์การแต่งกายผ้าไหมไทยยังไม่จริงจัง

๒.๘ ข้อจำกัดด้านงบประมาณ

๒.๙ ระบบการศึกษายังไม่มีบทบาทที่ชัดเจนต่อการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ สืบสาน วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย และสามารถพัฒนาเป็นอาชีพได้ แต่ระบบการศึกษายังคงมุ่งเน้นไปที่วิชาการเพื่อศึกษาต่อเท่านั้น

บทที่ ๔

ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

การศึกษาในบทที่ ๔ เป็นการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๓ เพื่อ กำหนด ยุทธศาสตร์ การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยมีลำดับการศึกษา ดังนี้

๑. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม
๒. การวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญ
๓. การกำหนดยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ ผ้าไหม ชุดไทยพระราชนิยม
๔. สรุป

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม

การประเมินสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ประเมินจากสภาวะแวดล้อมด้านผ้าไหมไทย วัฒนธรรมการแต่งกายของไทย ซึ่งในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เพื่อเป็นการพัฒนาและกำหนดกรอบทิศทางการพัฒนา ผู้วิจัยจึงได้ประเมิน ศักยภาพการพัฒนาต่อการรับรู้ ด้วยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ดังนี้

๑. จุดแข็ง (Strength)

- ๑.๑ ประเทศไทยมีสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งให้ความสำคัญที่อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม
- ๑.๒ หน่วยงานรัฐ กำหนดยุทธศาสตร์ และนโยบายในการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ และทะนุบำรุงวัฒนธรรม
- ๑.๓ ประชาชนคนไทยมีความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์
- ๑.๔ สถาบันการศึกษา มีการดำเนินการวิจัย และพัฒนาเกี่ยวกับผ้าไหม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมจำนวนมาก
- ๑.๕ ประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมสูง มีแหล่งเรียนรู้การการผลิตผ้าไหม ทอผ้าไหมจนถึงเป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมจำนวนมาก
- ๑.๖ มีเครื่องหมายทางการค้าในการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้แก่ตรานกยูงพระราชทาน

๒. จุดอ่อน (Weakness)

๒.๑ ระบบฐานข้อมูล การบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ การจัดการความรู้ ที่มาใช้ ยังไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่าที่ควรจะเป็น ขาดความเชื่อมโยงกับข้อมูลสารสนเทศระหว่างหน่วยงาน

๒.๒ ระบบการทำงานของหน่วยงานในทุกระดับขาดการบูรณาการ และการเชื่อมโยงกันอย่างเป็นรูปธรรมและความร่วมมือและการบูรณาการระหว่างหน่วยงานยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรจะเป็น

๒.๓ ข้อจำกัดด้านงบประมาณ

๒.๔ ภูมิปัญญาชาวบ้านยังขาดผู้ที่มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้และการถ่ายทอดงานจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ เน้นถ่ายทอดจากประสบการณ์มากกว่า องค์กรความรู้

๒.๕ แหล่งการเรียนรู้ และพิพิธภัณฑ์ผ้ามีจำนวนมาก แต่ขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ทำให้ประชาชนขาดความสนใจ

๒.๖ เยาวชน/คนรุ่นใหม่ไม่นิยมใช้ผ้าไหมไทย และแต่งกายชุดไทยพระราชนิยม

๓. ภัยคุกคาม(Threat)

๓.๑ อิทธิพล ค่านิยม และวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและวัฒนธรรมไทย พฤติกรรมของเยาวชนไทย

๓.๒ สินค้าลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ส่งผลต่อการรับรู้ต่อผ้าไหมไทยที่ไม่ถูกต้อง

๓.๓ งานภาคอุตสาหกรรมให้ค่าตอบแทนสูงกว่างานภาคเกษตร ทำให้คนย้ายไปทำงานในภาคอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้จำนวนคนปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และช่างทอผ้าที่มีคุณภาพและมีฝีมือลดลง

๔. โอกาส (Opportunity)

๔.๑ รัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมด้านหม่อนไหม ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ เป็นอย่างดี

๔.๒ รัฐบาลมีนโยบายพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม

๔.๓ ผ้าไหมไทยเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีกรรมวิธีการผลิตที่แตกต่างจากการผลิตผ้าชนิดอื่น เนื่องจากเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านเชิงบุคคลและเชิงพื้นที่

๔.๔ กระแสความตื่นตัวจากการจัดงาน และละคร

๔.๕ วัฒนธรรมการแต่งกายของคนไทยที่นิยมใส่ผ้าไหมในเทศกาลหรืองานสำคัญ ๆ เป็นโอกาสทางอนุรักษ์วัฒนธรรมการแต่งกาย และสามารถสร้างการตลาดของสินค้าผ้าไหมไทย

๔.๖ เยาวชนไทยทุกคนต้องผ่านระบบการศึกษา ของกระทรวงศึกษาธิการ จะทำให้สามารถสร้างการรับรู้ให้กับเยาวชน นักศึกษาได้ทุกคน

การวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญ

ปัญหาและอุปสรรค

ประชาชน โดยเฉพาะเยาวชนไม่นิยมแต่งกายชุดไทยและการรณรงค์การแต่งกายชุดไทยของหน่วยงานไม่จริงจัง มีแนวโน้มเกษตรกรกลุ่มการทอผ้าลาดลง เกษตรกรกลุ่มทอผ้าขาดทักษะฝีมือ และ ขาดการถ่ายทอดองค์ความรู้ ขาดการมีส่วนร่วม ขาดการบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ แหล่งการเรียนรู้ชุมชน และพิพิธภัณฑสถานที่น่าสนใจ การสร้างการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม ระบบการศึกษาไทยยังไม่มีบทบาทที่ชัดเจน

การดำเนินการแก้ไขปัญหา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกับสถาบันในการพัฒนาหลักสูตรการทอผ้าให้มีมาตรฐาน การรองรับการปรับปรุงหลักสูตรเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับพระราชกรณียกิจของ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และวัฒนธรรมไทยการจัดกิจกรรมรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมให้สวมใส่ผ้าไหม และชุดไทยในชีวิตประจำวัน และในเทศกาลต่างๆ และจัดกิจกรรมสร้างกระแสการแต่งกายชุดไทย เช่น งานอุ่นไอรัก ผู้บริหารตั้งแต่ระดับรัฐบาล กระทรวงต่างๆ นำในการแต่งกายผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม การพัฒนา เพิ่มทักษะครูช่างทอผ้า จากปราชญ์ชาวบ้าน ฝึกอบรมให้ความรู้กับเกษตรกร การใช้เทคโนโลยีในการจัดเก็บองค์ความรู้ และการพัฒนาเป็นหลักสูตรการทอผ้าโดยสถาบันการศึกษา ตรวจสอบและรับรองมาตรฐาน สร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ โดยเฉพาะเยาวชน โดยเฉพาะโรงเรียนที่ใกล้แหล่งการเรียนรู้ ชุมชนวิสาหกิจการทอผ้า ศึกษาแหล่งการเรียนรู้ และจัดการพิพิธภัณฑสถานที่มีประสิทธิภาพ และนำมาปรับปรุงโดยร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา การสร้างให้ประชาชนในชุมชนเห็นความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของชุมชน การพัฒนาบุคลากรสารสนเทศวางระบบการจัดการข้อมูล และพัฒนาชุมชนให้มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยว

การวิเคราะห์การดำเนินงานของหน่วยงาน

การดำเนินงานที่ผ่านมาของหน่วยงาน ที่มีส่วนในการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยกำหนดกรอบของเป้าหมายที่สร้างการรับรู้แบ่งออกเป็น ๓ กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มเกษตรกร นักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป ซึ่งจะแบ่งเป็นประเด็นในการดำเนินการของหน่วยงาน ดังนี้

๑. ประเด็นการสร้างการรับรู้ให้กลุ่มเกษตรกรทอผ้า ในการด้วยการอนุรักษ์ สืบสาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย

๒. ประเด็นการสร้างการรับรู้ให้กลุ่มนักท่องเที่ยว ด้วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม ชุมชนทอผ้าไหมประเด็นการสร้าง

๓. การรับรู้ให้ประชาชน ด้วยการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ

๑ การวิเคราะห์ประเด็นการสร้างการรับรู้ อนุรักษ์ สืบสาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย

๑.๑ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม (๒๕๕๘ -๒๕๖๑) ซึ่งได้กำหนดให้สอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ทั้ง ๖ ด้าน ซึ่งกรมหม่อนไหมมีภารกิจเกี่ยวกับหม่อนไหมทั้งระบบโดยมีสำนักงานหม่อนไหม เฉลิมพระเกียรติฯ มี ๕ เขต ๒๑ ศูนย์ ทำการศึกษาสภาพปัญหาในพื้นที่รับผิดชอบ และจากสถานการณ์ด้านหม่อนไหม ซึ่งกรมหม่อนไหมกำหนด

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์ และคุ้มครองหม่อนไหม มีการวางแนวทางในการอนุรักษ์ และพัฒนาหม่อนไหม ที่จะรักษาคุณภาพมาตรฐาน โดยมีโครงการทายาทหม่อนไหม, โครงการศูนย์ อนุรักษ์ผ้าไหม ภูมิปัญญาหม่อนไหม และการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้แก่ตรานกยูงพระราชทาน ข้อมจำกัดจากการดำเนินการ แหล่งการเรียนรู้มีน้อย ตั้งศูนย์อนุรักษ์ ๕ ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์หม่อนไหม เฉลิมพระเกียรติฯ สุรินทร์ สกลนครมุกดาหาร อุดรธานี และเชียงใหม่ และศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญา ๑๐ แห่ง ได้แก่จังหวัดอุบลราชธานี นครพนม สกลนคร มุกดาหาร ศรีสะเกษ สุรินทร์ ชัยภูมิ แม่ฮ่องสอน สระบุรี และนครศรีธรรมราช

๑.๒ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์และแผนโครงการต่างๆ ของ กระทรวงศึกษาธิการ การอนุรักษ์ สืบสาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นส่วนหนึ่งในความรับผิดชอบเกี่ยวกับการ เชิดชูรักษา และส่งเสริมวัฒนธรรมอันดีงามของไทย และส่งเสริมศิลปวิทยาการอันเป็นสมบัติ วัฒนธรรมของชาติ ตลอดจนการเผยแพร่ ที่ประเด็นเกี่ยวข้องในยุทธศาสตร์ที่ ๖พัฒนาระบบบริหาร จัดการ และส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ซึ่งเป็นโครงการนำร่องในการทำ บันทึกร่วมมือกับกรมหม่อนไหมในการจัดทำหลักสูตรการผลิตผ้าไหมของวิทยาลัยชุมชน

๑.๓ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) พ.ศ.๒๕๖๐ – ๒๕๖๓ มียุทธศาสตร์ในการอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรมไทย โดยเป็น การพัฒนาศักยภาพของครูศิลป์ของแผ่นดิน และทายาท

๒. ประเด็นการสร้างการรับรู้ด้วยการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวัฒนธรรม แหล่งการ เรียนรู้การทอผ้า

๒.๑ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรม มีการวางยุทธศาสตร์ในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ชุมชน และพิพิธภัณฑ์ และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม เช่น กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๙ เส้นทาง ๘ วิถีแห่งอารยธรรมไทย หรือการจัดงานประกวดผ้าไหมแต่ละท้องถิ่น จะเป็นการเพิ่มมูลค่าของผ้าไหม และการสร้างการรับรู้ ตามวิถีชุมชนท้องถิ่นการทอผ้า แต่การขับเคลื่อนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว และพิพิธภัณฑ์ขาด การพัฒนา ไม่น่าสนใจ

๓. ประเด็นการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

๓.๑ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม (๒๕๕๘ – ๒๕๖๑) เกี่ยวกับการเผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เป็นการเผยแพร่พระราชกรณียกิจ และเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ

๓.๑.๑ การจัดงานนิทรรศการต่างๆทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ อาทิ เช่น งานเทศกาลไทย กรุงโตเกียว การจัดนิทรรศการแสดงสาธิตการทอผ้าไหมยกดอกลำพูน

๓.๑.๒ การจัดทำแอปพลิเคชันรูปแบบหนังสือการ์ตูนออนไลน์ได้แก่การปลูก หม่อน การเลี้ยงไหม การสาวไหมฟอกย้อมและการทอผ้า และแอปพลิเคชันผ้าไหมไทย

๓.๑.๓ การจัดทำสารคดีเกี่ยวกับผ้าไหมและจัดทำสื่อการเรียนรู้อัลติมีเดีย และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ

๓.๒ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์และแผนโครงการต่างๆ ของกระทรวงศึกษาธิการ ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการเผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ไม่มี แต่จะอยู่ในยุทธศาสตร์ส่วนใหญ่จะเป็นการสอดแทรกอยู่ในการเผยแพร่พระราชกรณียกิจ และเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ และเป็นการประสานขอความร่วมมือจากกระทรวงวัฒนธรรม ให้เด็กแต่งชุดไทย สืบตาห่อละ ๑ ครั้งเพื่อให้เด็กรู้จักผ้าไทย และสืบสานเอกลักษณ์ไทยซึ่งจากข้อมูลสารสนเทศเพื่อการศึกษา ณ ๑๐ ม.ค. ๖๑ จำนวนนักเรียน นักศึกษา ในระบบปีการศึกษา ๒๕๖๐ มีสถานศึกษา จำนวน ๓๗,๘๔๘ โรงเรียน ชาย ๖,๓๘๘,๙๒๘ ราย และหญิง ๖,๖๐๙,๓๐๗ ราย รวม ๑๒,๙๙๘,๒๓๕ ราย การปรับปรุงเนื้อหาของหลักสูตรเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ จะสามารถทำให้เยาวชนไทยทุกคนรู้จักวัฒนธรรมการแต่งกายชุดประจำชาติได้อย่างเหมาะสม และสถานศึกษาบางแห่งอาจมีการประยุกต์ในการพัฒนาเป็นอาชีพได้

๓.๓ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน) พ.ศ.๒๕๖๐ – ๒๕๖๓ มียุทธศาสตร์ในการเกี่ยวกับการเผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในรูปแบบส่งเสริมกิจกรรมงานศิลปหัตถกรรมไทย ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นการเผยแพร่พระราชกรณียกิจ และเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ได้แก่ จัดให้มี SACICT KNOWLEDGE เป็นศูนย์รวมองค์ความรู้ และส่งเสริมการอนุรักษ์ยุทธศาสตร์การเป็นศูนย์รวมองค์ความรู้ และอนุรักษ์ สืบสานศิลปหัตถกรรมไทย, การรวบรวมและเผยแพร่องค์ความรู้ภูมิปัญญาศิลปการทอ “ผ้าจกไท-ยวน ราชบุรี” การเผยแพร่องค์ความรู้วัฒนธรรมร่วม “มัดหมี่” สายใยแห่งเอเชีย ขับเคลื่อน Local Economy on Culture โดยจัดกิจกรรม “เส้นทางสายผ้าทอ : Weaving Streets” เพื่อนำเสนอคุณค่าภูมิปัญญาผ้าทอพื้นถิ่น และประชาสัมพันธ์เส้นทางสายผ้าทอทั้ง ๗ เส้นทางใน ๔ ภาคทั่วประเทศ และจัดงานอย่างต่อเนื่องในปี ๒ ภายใต้แนวคิด “ภูมิปัญญาผ้าพื้นถิ่น สู่อุตสาหกรรมชีวิต ปัจจุบัน : From Weaving Street to Today Life’s Crafts” เป็นต้น

๓.๔ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์วัฒนธรรมเกี่ยวกับการเผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ มียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งกระทรวงวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมวัฒนธรรม มีโครงการต่างๆ ได้แก่ โครงการสื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมอาเซียนการส่งเสริมการใช้ผ้าไทย ผ้าอาเซียน การผลิตรายการ “สืบสายใยผ้าไทย-อาเซียน” รวมถึงมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ได้แก่ นิตยสาร วารสาร youtube และ facebook รายการสืบสายใย ผ้าไทย – อาเซียน และการรณรงค์ แต่งกายชุดไทยในโอกาสต่างๆ นอกจากนี้ยังมีโครงการที่เผยแพร่พระราชกรณียกิจ และเทิดพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ได้แก่ การจัดโครงการผ้าไทยร่วมสมัยเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ, การจัดนิทรรศการผ้าไทย รวมทั้งยังสามารถหาข้อมูลได้จากศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) (Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organisation)) ซึ่งเป็นศูนย์ข้อมูลทางมานุษยวิทยา ด้วยการพัฒนาระบบฐานข้อมูล และให้บริการข้อมูลในสาขามานุษยวิทยาและศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และเผยแพร่ความรู้ และส่งเสริมการเรียนรู้ด้านมานุษยวิทยา โบราณคดีประวัติศาสตร์ประวัติศาสตร์ศิลปะ วัฒนธรรมและ

ความรู้ท้องถิ่นของประเทศไทย และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำหน้าที่เก็บรวบรวมบันทึกความรู้ในรูปแบบต่างๆ สนับสนุนการสร้างความรู้ใหม่ และเผยแพร่ผลงานการค้นคว้าให้แก่ประชาชน เช่น พืชภัณฑ์ผ้า เป็นต้น

การกำหนดยุทธศาสตร์สร้างการรับรู้ ผ้าไหม ชุตไทยพระราชนิยาม

การกำหนดยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุตไทยพระราชนิยาม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถจากวิเคราะห์ และศึกษาการสร้างการรับรู้มีประเด็นต่างๆ จากบทที่ที่แล้ว สามารถพิจารณาเป็นยุทธศาสตร์ย่อย ได้ดังนี้

ตารางที่ ๔ - ๑ การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุตไทยพระราชนิยาม

ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุตไทยพระราชนิยาม	
เป้าหมาย	๑. การสร้างการรับรู้ให้เกษตรกรกลุ่มทอผ้า ๒. การสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ ๓. การสร้างการรับรู้ให้ประชาชนทั่วไป และเยาวชน
วิธีการ	๑. การอนุรักษ์ สืบสาน รักษา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย ๒. การสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวัฒนธรรม ผ้าไหมไทย ๓. การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุตไทยพระราชนิยาม
เครื่องมือ	๑. หน่วยงานราชการ กระทรวงต่างๆ

๑. การสร้างการรับรู้ให้เกษตรกร การอนุรักษ์ สืบสาน รักษา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย อย่างยั่งยืนการอนุรักษ์ รักษา สืบสาน ผ้าไหม และชุตไทยพระราชนิยาม เป็นจุดเริ่มที่ยังคงมีผ้าไหมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ และลวดลายที่บ่งบอกถึงวิถีความเป็นไทย และชุตไทยพระราชนิยาม ให้ยังคงเผยแพร่จากบทที่แล้วที่การที่ผ้าไหมไทยผลิตมาและไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด จากการใช้ไหมของต่างประเทศ หรือไหมเทียม รวมทั้งกระบวนการผลิต นอกจากนี้ชุตไทยพระราชนิยามมีการประยุกต์ในการแต่งกายทำให้เกิดความผิดเพี้ยนไปจากเดิม

๒. การสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยว แหล่งผลิตผ้าไหมทอมือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมทอมือจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้าง การรับรู้ เข้ามาศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งจะแสดงวัฒนธรรมอัตลักษณ์ของ แต่ละชุมชน ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ โดยที่ปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความไม่พร้อมทั้งระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และการรักษาสภาพของ

๓. การสร้างการรับรู้ให้ประชาชน และเยาวชน การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุตไทยพระราชนิยาม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ทุกกระทรวงเพื่อเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้งการใช้สื่อสารมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ รวมถึงการใช้เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน

ที่สามารถหาความรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา ซึ่งต้องมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และสามารถเชื่อมเครือข่ายระหว่างหน่วยงานได้ นอกจากนี้การปรับปรุงหลักสูตรระบบการเรียนการสอน เกี่ยวกับการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งทำให้เยาวชนไทยทุกคนทราบถึงพระราชกรณียกิจ และเอกลักษณ์ความเป็นไทย นอกจากนี้สามารถประยุกต์การศึกษา ตามนโยบายลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้ ในพื้นที่ที่มีการทอผ้าไหมไทย ตามภูมิปัญญาท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างการรับรู้ให้เกษตรกร ด้วยการอนุรักษ์ สืบสาน รักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อส่งเสริม ความรู้ และทักษะให้เกษตรกรกลุ่มทอผ้า
๒. เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการทอผ้าไหมให้เกษตรกรกลุ่มทอผ้ารุ่นใหม่
๓. เพื่อให้ได้ผ้าไหมทอมือที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน และรักษาลวดลายบนผืนผ้า

ให้คงอยู่ที่แสดงถึงความเป็นไทย

เป้าหมาย

๑. สร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อจะสืบสานเป็นอาชีพ
๒. พัฒนา ยกระดับฝีมือ เกษตรกรกลุ่มทอผ้า เป็นครูช่างทอผ้า

ตัวชี้วัด

๑. จำนวนเกษตรกรรุ่นใหม่ยึดอาชีพการทอผ้าไหมเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ ต่อปี
๒. จำนวนครูช่างทอผ้าเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์และแนวทางปฏิบัติ

กลยุทธ์ที่ ๑ ยกระดับศูนย์การเรียนรู้พัฒนาหลักสูตรการทอผ้าชุมชน รองรับโดยสถาบันการศึกษา

แนวทางการปฏิบัติกลยุทธ์ที่ ๑

๑. พัฒนาศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯประจำจังหวัดเป็นศูนย์ภูมิปัญญาหม่อนไหม เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการทอผ้าไหม

๒. พัฒนาบุคลากรของชุมชนจากปราชญ์ชาวบ้านหรือเกษตรกรผู้ทรงภูมิปัญญา เพื่อให้มีทักษะการถ่ายทอดความรู้ ด้านการทอผ้าไหม

๓. จัดทำหลักสูตรการทอผ้าไหมที่มาตรฐาน ซึ่งผ้าไหมแต่ละพื้นที่ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง โดยกรมหม่อนไหมร่วมกับสถาบันการศึกษา และมีการรับรองหลักสูตร

๔. สร้างเครือข่ายให้ครบวงจรของชุมชน ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐ และเอกชน และภาคประชาชน

กลยุทธ์ที่ ๒ อนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมทอมือ

แนวทางการปฏิบัติกลยุทธ์ ๒

๑. การถอดองค์ความรู้และรวบรวมรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาเกี่ยวกับกระบวนการผลิตผ้าไหม และลวดลายต่างๆที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และจัดการองค์ความรู้

๒. การปลูกจิตสำนึกคนในท้องถิ่นตระหนักถึงการอนุรักษ์คุณค่าและความสำคัญของภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมทอมือ

๓. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมทอมือ
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยว ด้วย แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและ
วัฒนธรรม ผ้าไหมไทย

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม ผ้าไหมไทย ที่ยั่งยืน
๒. เพื่อนักท่องเที่ยวได้ศึกษาวิถีความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมในชุมชน
๓. เพื่อให้เกิดความร่วมมือของคน และองค์กรในชุมชน และประชาชนในชุมชน

เข้าใจ อัตลักษณ์ และเห็นคุณค่า ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชนตนเอง

เป้าหมาย : นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ

ตัวชี้วัด

๑. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้น
๒. ประชาชนในชุมชนเห็นคุณค่า และอัตลักษณ์ผ้าไหมของตนเอง
๓. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีชื่อเสียงมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างเครือข่ายความร่วมมือ

แนวทางการปฏิบัติกลยุทธ์ที่ ๑

๑. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กร และกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ
ตัดสินใจ นโยบาย การวางแผน การตลาด ได้แก่ เจ้าหน้าที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว
ผู้ประกอบการนักการเมืองท้องถิ่น นักวิชาการ และคนในชุมชน

๒. ระบุ บทบาท หน้าที่ และขอบเขตขององค์กรแต่ละองค์กร เพื่อไม่ให้เกิดความ
ซ้ำซ้อนในหน้าที่ และทุกคนต้องตกลงผลได้ผลเสียของคนในท้องถิ่น

๓. สร้างจิตสำนึก และกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นมีความภาคภูมิใจต่อวัฒนธรรมในชุมชน

๔. ร่วมกันวางแผนกำหนดเครื่องมือในการพัฒนา ให้เกิดธรรมาภิบาล ความโปร่งใส

กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย

แนวทางการปฏิบัติกลยุทธ์ที่ ๒

๑. กำหนดทิศทางสิ่งก่อสร้าง รูปแบบสถาปัตยกรรม และการจัดภูมิทัศน์

๒. การวางผังเมือง วางระบบสาธารณูปโภครองรับนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวก

สะดวก ความปลอดภัย และรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชน

กลยุทธ์ที่ ๓ สร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการปฏิบัติกลยุทธ์ที่ ๓

๑. พัฒนาจุดเรียนรู้ ที่น่าสนใจและดึงดูดในการท่องเที่ยว เช่นพิพิธภัณฑ์

๒. จัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลประจำปี เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว

๓. พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีเอกลักษณ์

กลยุทธ์ที่ ๔ บริหารจัดการอย่างยั่งยืน

แนวทางการปฏิบัติกลยุทธ์ที่ ๔

๑. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อรักษาสมดุลระหว่างจำนวนระดับความหนาแน่นคนเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม ในการรักษาสิ่งแวดล้อม

๒. การบริหารจัดการบุคคล การเงิน การบริการ การตลาด ให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

๓. จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ เตรียมคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยว

๔. การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ บริหารจัดการยกระดับมาตรฐานการบริการท่องเที่ยว

๕. การประเมินผล ตรวจสอบ และนำมาแก้ไขปรับปรุง และการบริการให้มีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างการรับรู้ ด้วยการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุดไทย พระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อให้ประชาชน และเยาวชนไทย เกิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และทราบถึงพระราชกรณียกิจของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

๒. เพื่อให้ประชาชน และเยาวชนไทย รู้จัก ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม และสามารถแต่งกายได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับโอกาส

๔. เพื่อให้ชาวต่างประเทศ รู้จักผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ในโอกาสต่างๆ

เป้าหมาย

๑. ประชาชน และเยาวชนไทยรู้จักผ้าไหมไทย และแต่งกายชุดไทยพระราชนิยม ได้อย่างถูกต้อง

๒. ชาวต่างประเทศรู้จักผ้าไหมไทย และเลือกใช้ผ้าไหมไทย

ตัวชี้วัด

๓. เยาวชนรู้จักผ้าไหมไทย และแต่งกายชุดไทยพระราชนิยม ร้อยละ ๑๐๐

๔. ประชาชนคนไทยแต่งชุดไทยเพิ่มขึ้น

๕. ประชาชนคนไทยมีความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์

๖. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยส่งออกมากขึ้น

กลยุทธ์และแนวทางปฏิบัติ

กลยุทธ์ที่ ๑ การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ โดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

แนวทางการปฏิบัติกลยุทธ์ที่ ๑

๑. พัฒนาระบบคลังข้อมูลและการจัดการระบบ เชื่อมโยงข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม

๒. พัฒนาระบบแอปพลิเคชัน เพื่อเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม

๓. การเผยแพร่ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น YouTube Facebook เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ ๒ การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการใช้สื่อมวลชน ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ

แนวทางการปฏิบัติกลยุทธ์ที่ ๒

๑. การจัดนิทรรศการผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม และการประกวดผ้าไหม ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

๒. การสร้างกระแสวัฒนธรรมผ่านรายการบันเทิง และการแต่งกายของศิลปิน นักแสดง

๓. การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสารมวลชน ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม

กลยุทธ์ที่ ๓ การเผยแพร่ความรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ผ่านระบบการศึกษา
แนวทางการปฏิบัติกลยุทธ์ที่ ๓

๑. ปรับปรุงหลักสูตร ความรู้พื้นฐานชุดไทยพระราชานิยม และการเปิดทุนสถาบัน พระมหากษัตริย์

๒. การรณรงค์การแต่งกายชุดไทยของโรงเรียน สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ

๓. การใช้สื่อการสอน และการแต่งกายเป็นแบบอย่างของคณะครูอาจารย์ โรงเรียน และให้ความรู้แก่เยาวชน และนักศึกษา

๔. การเรียนรู้นอกห้องเรียน เช่น โครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระ เกียรติ ตามนโยบายรัฐบาล ลดเวลาเรียน เพิ่มเวลารู้

สรุป

การศึกษาในบทที่ ๔ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๓ เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์สร้าง การรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ผล การศึกษาสรุปได้ว่าสามารถกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ย่อยได้ ๓ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างการรับรู้ให้เกษตรกร ด้วยการอนุรักษ์ สืบสาน รักษา ภูมิ ปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย อย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ๒ กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ ๑ ยกระดับศูนย์การเรียนรู้พัฒนาหลักสูตรการทอผ้าชุมชน รองรับโดย สถาบันการศึกษา

กลยุทธ์ที่ ๒ อนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมทอมือ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยว ด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย ประกอบด้วย ๔ กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างเครือข่ายความร่วมมือ

กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย

กลยุทธ์ที่ ๓ สร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๔ บริหารจัดการอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างการรับรู้ให้ประชาชน และเยาวชนไทย ด้วยการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยมในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทั้ง ภายในประเทศ และต่างประเทศ ประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ ๑ การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ โดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

กลยุทธ์ที่ ๒ การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการใช้สื่อมวลชน ทั้งภายในประเทศ และ

ต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๓ การเผยแพร่ความรู้ ฝ่าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยม ผ่านระบบ

การศึกษ

บทที่ ๕

สรุป และข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการรวบรวม ข้อมูลทุติยภูมิ จากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิ หลักจากนั้นนำมาจัดระเบียบข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ ร่วมกับแนวความคิดทางทฤษฎีที่กำหนดเพื่อให้ได้ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยไว้ จำนวน ๓ ข้อ ประกอบด้วย

๑. ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑ การดำเนินการที่ผ่านมาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

๑.๑ โครงการทายาทหม่อนไหม

๑.๒ โครงการศูนย์อนุรักษ์ผ้าไหม ภูมิปัญญาหม่อนไหม

๑.๓ โครงการนำร่องในการทำบันทึกความร่วมมือในการจัดทำหลักสูตรการ

๑.๔ ผลิตผ้าไหมของวิทยาลัยชุมชน

๑.๕ การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ได้แก่ตรานกยูงพระราชทาน

๑.๖ โครงการพัฒนาศักยภาพของครูศิลป์ของแผ่นดิน และทายาท ของศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ

๑.๗ พัฒนาแหล่งเรียนรู้ชุมชน และพิพิธภัณฑ์

๑.๘ จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๙ เส้นทาง ๘ วิถีแห่งอารยธรรมไทย หรือการจัดงานประกวดผ้าไหมแต่ละท้องถิ่น

๑.๙ การเผยแพร่พระราชกรณียกิจ และเทิดพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ

๑.๑๐ การจัดงานนิทรรศการผ้าไหมต่างๆทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ อาทิ เช่น งานเทศกาลไทย กรุงโตเกียว,

๑.๑๑ การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไหม ชุดไทยพระราชานิยม ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และแอปพลิเคชัน

๑.๑๒ การจัดทำสารคดีเกี่ยวกับผ้าไหมและจัดทำสื่อการเรียนรู้มัลติมีเดีย และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น นิตยสาร, โปสเตอร์, แผ่นพับ

๑.๑๓ ประสานขอความร่วมมือจากกระทรวงวัฒนธรรม ให้เด็กแต่งชุดไทย สัปดาห์ละ ๑ ครั้ง และรณรงค์แต่งกายชุดไทยในโอกาสต่างๆ

๒. ตอวัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ ปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญของการดำเนินงานที่ผ่านมาของหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

๒.๑ แนวโน้มเกษตรกรการทอผ้าลดลง และขาดการถ่ายทอดความรู้ ทำให้ขาดทักษะฝีมือ ส่งผลต่อคุณภาพของผ้าไหม

๒.๒ แหล่งการเรียนรู้ และพิพิธภัณฑ์ผ้ามีจำนวนมาก แต่ขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ทำให้ประชาชนขาดความสนใจ

๒.๓ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้ต้นทุนการผลิตด้านหม่อนไหมมีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้ผ้าไหมไทย และชุดไทยมีราคาสูงขึ้น ส่งผลต่อการแต่งกายชุดไทย

๒.๔ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนใหญ่หน่วยงาน และคนในชุมชนยังไม่มีส่วนร่วม ขาดการบูรณาการร่วมกัน

๒.๕ ระบบฐานข้อมูล การบริหารจัดการข้อมูลสารสนเทศ การจัดการความรู้ ที่มาใช้ยังไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเท่าที่ควรจะเป็น ขาดความเชื่อมโยงกับข้อมูลสารสนเทศระหว่างหน่วยงาน

๒.๖ เยาวชนซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ไม่นิยมใช้ผ้าไหมไทย และแต่งกายชุดไทยพระราชานิยม

๒.๗ การรณรงค์การแต่งกายผ้าไหมไทยยังไม่จริงจัง

๒.๘ ข้อจำกัดด้านงบประมาณ

๒.๙ ระบบการศึกษายังไม่มีบทบาทที่ชัดเจนต่อการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชานิยม ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ สืบสาน วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย และสามารถพัฒนาเป็นอาชีพได้ แต่ระบบการศึกษายังคงมุ่งเน้นไปที่วิชาการเพื่อศึกษาต่อเท่านั้น

๓. ตอวัตถุประสงค์ข้อที่ ๓ สรุปการกำหนดยุทธศาสตร์สร้างการรับรู้ ผ้าไหม ชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

๓.๑ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การสร้างการรับรู้ให้เกษตรกร ด้วยการอนุรักษ์ สืบสาน รักษา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย อย่างยั่งยืนประกอบด้วย ๒ กลยุทธ์

๓.๑.๑ กลยุทธ์ที่ ๑ ยกระดับศูนย์การเรียนรู้พัฒนาหลักสูตรการทอผ้าชุมชนรองรับโดยสถาบันการศึกษา

๓.๑.๒ กลยุทธ์ที่ ๒ อนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมทอมือ

๓.๒ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยว ด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย ประกอบด้วย ๔ กลยุทธ์

๓.๒.๑ กลยุทธ์ที่ ๑ สร้างเครือข่ายความร่วมมือ

๓.๒.๒ กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าไหมไทย

๓.๒.๓ กลยุทธ์ที่ ๓ สร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว

๓.๒.๔ กลยุทธ์ที่ ๔ บริหารจัดการอย่างยั่งยืน

๓.๓ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างการรับรู้ให้ประชาชน และเยาวชนไทย ด้วยการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยาม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์

๓.๓.๑ กลยุทธ์ที่ ๑ การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ โดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

๓.๓.๒ กลยุทธ์ที่ ๒ การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และการใช้สื่อมวลชน ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ

๓.๓.๓ กลยุทธ์ที่ ๓ การเผยแพร่ความรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยาม ผ่านระบบการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

๑. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑.๑ การเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพ และราคาของเส้นไหม ที่จะทำส่งผลต่อการสร้างการรับรู้ รัฐบาลควรส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อมในการร่วมลดปัญหาโลกร้อนอย่างจริงจัง

๑.๒ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม มีหน่วยงานหลักๆ หลายกระทรวง เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงอาจต้องมีการบูรณาการ ปรับปรุงบทบาทของหน่วยงานภาครัฐให้มีความเหมาะสม

๑.๓ การเผยแพร่ความรู้ ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยาม ผ่านระบบการศึกษา ให้มีเนื้อหาที่ทางรัฐบาลได้ถวายพระราชสมัญญา “พระมารดาแห่งไหมไทย” แต่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ให้เยาวชนรุ่นใหม่ได้น้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณ ซึ่งพระราชกรณียกิจด้านผ้าไหม และชุดไทยพระราชนิยาม เป็นเพียงส่วนหนึ่งของพระราชกรณียกิจด้านไหมไทย

๒. ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติการ

๒.๑ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจัดเก็บเป็นองค์ความรู้ และพัฒนาสื่อการเรียนการสอนจากปราชญ์ชาวบ้านหรือครูหัตถ์ศิลป์ ที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้สามารถอนุรักษ์ สืบสาน ภูมิปัญญา อย่างยั่งยืน

๒.๒ ส่งเสริมข้าราชการเป็นต้นแบบการแต่งกายชุดผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยาม โดยเฉพาะข้าราชการครูที่เป็นแบบอย่างให้นักเรียน ในทุกโอกาสงานกิจกรรมและเทศกาลของไทย และสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับชุดผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยาม ผ่านสื่อของรัฐบาล

๓. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยาม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ได้มุ่งเป้าหมายในการอนุรักษ์ที่สร้างการรับรู้ให้กับเกษตรกร, นักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไปโดยผ้าไหมไทย ชุดไทยพระราชนิยาม ซึ่งผ้าไหมไทยมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นที่ยอมรับ ควรมีการต่อยอดการวิจัยการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย เพื่อเป็นการเพิ่มปริมาณการใช้ผ้าไหมและประชาสัมพันธ์ผ้าไหมไทยให้แพร่หลายไปทั่วโลก

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กรมหม่อนไหม. ร่างยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๐ – ๒๕๗๙) และแผนยุทธศาสตร์กรมหม่อนไหม ๕ ปี, ๒๕๖๐.
- กระทรวงวัฒนธรรม, ร่างกรอบยุทธศาสตร์ ๒๐ ปี ด้านวัฒนธรรม ตามกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี, ๒๕๕๙.
- กระทรวงศึกษาธิการ, แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑. ของกระทรวงศึกษาธิการ, ๒๕๖๐.
- คณะกรรมการเอกลักษณ์ของชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, รัตนราชินีศรีประเทศ, สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ, กรุงเทพฯ, ๒๕๔๙.
- ทรศนะ บุญขวัญ, ดร. การจัดการเชิงกลยุทธ์ : การสร้างและการดำเนินกลยุทธ์, ๒๕๕๕.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๔.
- ประทุม ฤกษ์กลาง, ยุทธศาสตร์การวางแผนประชาสัมพันธ์, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๓.
- พิบูล ทีปะบาล, รศ.การจัดการเชิงกลยุทธ์, กรุงเทพฯ:อมรรการพิมพ์, ๒๕๕๑.
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ร่วมกับมหาวิทยาลัยศิลปากรและกระทรวงวัฒนธรรม, ปรีทรรคนวัตกรรมผ้าไหมและจักสานงานศิลป์ไทย, ๒๕๓๕.
- วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์, รองศาสตราจารย์. การวางแผนกลยุทธ์ : ศิลปะการกำหนดแผนองค์การสู่ความเป็นเลิศ, ๒๕๔๖.
- วุฒิสภา, สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ช่างทอ ร้อยใจ เทิดไท้องค์ราชินี, กรุงเทพฯ, ๒๕๔๘.
- ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ, ทศวรรษหัตถกรรมไทยใต้ร่มพระบารมี, ๒๕๕๖.
- ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ, รายงานประจำปี ๒๕๕๘. – ๒๕๕๙, ๒๕๕๙.
- สุทธวิชัย แสงดาชดา, ดิจิทัลเปลี่ยนโลก, กรุงเทพฯ: โปสต์ พับลิชชิ่ง, ๒๕๕๗.
- สมหญิง ชูประยูร. องค์ความรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ไทย. กรุงเทพฯ : กรมหม่อนไหม, ๒๕๕๗.
- เสรี วงษ์มณฑา, ดร. สื่อประชาสัมพันธ์, กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย, ๒๕๔๖.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, ผ้าไทย, กรุงเทพฯ, กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๓๗.
- สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, อัคราภิรักษศิลป์, กรุงเทพฯ, กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๕๘.
- อภิรักษ์ นาคเกษม. วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์, ๒๕๓๙.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๓.
- อานันท์ ปันยารชุน. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ, จุลสารการท่องเที่ยว, ๒๕๔๓.

ภาคผนวก

ผนวก ก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อศึกษา ยุทธศาสตร์การสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ

ชื่อ.....
อาชีพ.....
ตำแหน่ง.....

คำถามที่ ๑ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม และมีความรู้สึก
อย่างไรที่ได้ใช้ผ้าไหมไทย และสวมใส่ชุดไทยพระราชนิยม

คำถามที่ ๒ ท่านรู้สึกว่าการศึกษาหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยมนั้น
สามารถหาข้อมูลได้ง่ายหรือไม่ และจะหาสามารถหาได้จากที่ไหน อย่างไร

คำถามที่ ๓ ในปัจจุบันสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปตามสังคมโลก ซึ่งแตกต่างจากในอดีต ท่านคิดว่า
ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม ให้คุณค่าอะไรกับ บริบทสังคมไทยในปัจจุบัน

คำถามที่ ๔ อะไรที่เป็นอัตลักษณ์ของผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชนิยม ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของ
ประชาชน ทำให้เกิดความผูกพันเชื่อมโยงต่อเอกลักษณ์ความเป็นไทย

คำถามที่ ๖ ท่านคิดว่า ประชาชนคนไทยรู้จักผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยมหรือไม่ (ถ้ารู้จัก สามารถบ่งบอกถึงลักษณะผ้าไหมไทย และการแต่งกายแต่ละประเภทของชุดไทยพระราชานิยม ได้ในระดับใด)

.....
.....

คำถามที่ ๗ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ที่ผ่านมา ได้มีการสร้างการรับรู้ให้ประชาชนได้ทราบหรือไม่ อย่างไร

.....
.....

คำถามที่ ๘ ท่านคิดว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยมคืออะไร

.....
.....

คำถามที่ ๘ ท่านมีความเห็นอย่างไรว่า รัฐควรบรรจุหลักสูตรการผลิตผ้าไหมไทยในระบบการศึกษาหรือไม่ เพื่อช่วยในการยกระดับของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย, เป็นการสร้างงาน และอนุรักษ์สืบทอดมรดกการทอผ้าไหม ถ้าเห็นควรควรบรรจุในหลักสูตรอย่างไร หรือควรจัดตั้งโรงเรียนเฉพาะทางเกี่ยวกับผ้าไหมเป็นการเฉพาะ

.....
.....

คำถามที่ ๑๐ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากประเทศไทยมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งในโลก ซึ่งมีเอกลักษณ์ในตัวผ้าไหมในแต่ละท้องถิ่น จากลวดลายผ้าไหมดั้งเดิม แต่ในปัจจุบันมีการแข่งขันทางการค้า จึงได้มีการประยุกต์การออกแบบที่ทันสมัยผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย ทั้งสี สัน รูปแบบ และดีไซน์ ซึ่งแตกต่างไปจากดั้งเดิม เพื่อให้เกิดความโดดเด่น เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ท่านมีความเห็นอย่างไรที่ผ้าไหมไทยอาจได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในเวทีโลก แต่ส่งผลต่อการสร้างการรับรู้ผ้าไหมไทยในแบบดั้งเดิม

.....
.....

๑๐.๑ การสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนไทย เช่น เยาวชนไทย, นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ที่มุ่งเน้นในการเผยแพร่ทางวัฒนธรรม

.....
.....

๑๐.๒ การสร้างการรับรู้ให้กับชาวต่างประเทศ ที่มุ่งเน้นในการใช้ศิลปวัฒนธรรมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

.....

.....

คำถามที่ ๑๑ หน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน จะสามารถกำหนดบทบาทในการสร้างการรับรู้ ผ้าไหมไทย และชุดไทยพระราชานิยม ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล และยุทธศาสตร์ชาติ ในการศึกษา เรียนรู้ เผยแพร่ทางวัฒนธรรม และการใช้ศิลปวัฒนธรรมสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสังคม ได้อย่างไร โดยมีการวางเป้าหมายในการสร้างการรับรู้ในแต่ละกลุ่ม

.....

.....

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	นางมณีรัตน์	ธรรมปิยะ
วัน เดือน ปีเกิด	๔ ก.ค. ๒๕๐๕	
การศึกษา	ม.ศ.๓ โรงเรียนสตรีวิทยา ๒	
	ปริญญาตรี รัฐศาสตร์การเมือง	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
	ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประวัติการทำงาน โดยย่อ	พ.ศ.๒๕๒๔ - ๒๕๓๐	ตำแหน่ง พนักงานบัญชี สำนักงานกฎหมายธีรนิติ และธุรกิจสากล
	พ.ศ.๒๕๓๐ - ๒๕๓๓	ตำแหน่ง หัวหน้าฝ่ายบัญชี การเงิน สำนักกฎหมาย อิติธร
	พ.ศ.๒๕๓๓ - ๒๕๔๕	ตำแหน่ง กรรมการบริหาร, ผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายบัญชี การเงิน บริษัท สำนักกฎหมายอิติธร จำกัด
	พ.ศ. ๒๕๔๑ - ๒๕๔๕	ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายบัญชี การเงิน กรรมการบริษัท สำนักกฎหมายอิติธร (ภาคเหนือ)
	พ.ศ.๒๕๔๕ - ปัจจุบัน	ตำแหน่ง เจ้าของธุรกิจ มณีรัตน์ไหมไทย
ตำแหน่งปัจจุบัน	เจ้าของธุรกิจ มณีรัตน์ไหมไทย	