

การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และพฤติกรรม การใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

โดย

นายสิทธิศักดิ์ คงแถวทอง

44525505

รายงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา รหัส 215481 การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์
ภาควิชานิเทศศาสตร์ สาขาประชาสัมพันธ์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา ภาคการศึกษาที่ 2 พ.ศ. 2546

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้จะสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เพราะได้รับความช่วยเหลือ คำแนะนำข้อมูลต่างๆ จากอาจารย์ที่ปรึกษาคือ อาจารย์ สุชาดา ราชภูรีรักษา ซึ่งคอยให้คำแนะนำตลอดเวลาส่วนตัวคอยตอบข้อสงสัย ตลอดจนให้ความสนใจใฝ่ คอยสอบถามถึงงานวิจัยที่กำลังศึกษาอยู่ตลอดเวลา ทั้งยังเป็นผู้ผลักดันให้งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ตลอด ถ้าหากอาจารย์ไม่คอยกระตุ้นหรือคอยผลักดัน งานวิจัยเล่มนี้ก็จะไม่สมบูรณ์ และขอขอบคุณอาจารย์ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์ ในการช่วยตอบข้อซักถามบางประการที่ไม่เข้าใจจนทำให้ได้รับความกระจ่างแจ้งและช่วยขัดเกลางานวิจัยเล่มนี้ให้เสร็จสมบูรณ์อย่างถูกต้อง

สุดท้ายขอขอบพระคุณ พ่อ แม่ พี่ๆ ทุกคนที่คอยให้กำลังใจและคอยสนับสนุนในทุกๆ ด้าน รวมทั้งเพื่อนๆ ที่คอยให้กำลังใจช่วยเหลือในด้านต่างๆ จึงทำให้งานวิจัยเล่มนี้บรรลุเป้าหมายได้

ขอแสดงความขอบคุณอย่างสูง

สิทธิศักดิ์ คงแถวทอง

บทคัดย่อ

สิทธิศักดิ์ คงแถวทอง : การเปิดรับข่าวสาร ทักษณคติและพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

คณะ : มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ : สุชาดา ราษฎร์รักษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ การศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ทักษณคติ และพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย ของผู้หญิง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้หญิง อายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป จำนวน 200 คน โดยการใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Acident Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ใช้คำถามลี้ข้อยละเอียด และหา ค่าความแตกต่าง ใช้สถิติ ไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 200 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในระดับปานกลาง จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด มีทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยในระดับปานกลาง มีความนิยมใช้ผ้าไหมมากที่สุด สนใจลวดลายของผ้า ทอลายซิดและผ้าแพรวามากที่สุด นิยมใช้ผ้ามาทำเสื้อผ้ามากที่สุด นิยมสวมใส่ไปทำบุญมากที่สุด ใช้เฉพาะออกงานสำคัญ ๆ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยแตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน
2. อายุที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย แตกต่างกัน สถานภาพ รายได้ต่อเดือนและ อาชีพ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อทัศนคติต่อการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน
3. อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน
4. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทย ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยแตกต่างกัน
5. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน
6. ทัศนคติที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ.....	จ
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช

บทที่

1. บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
คำนิยามศัพท์.....	6
สมมติฐาน.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6

2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 7

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร.....	7
ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม.....	15
ประเภทของทัศนคติ.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	17
ทฤษฎี เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม.....	18
ผ้าไทย.....	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24

3. วิธีดำเนินการวิจัย..... 26

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	26
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	26
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28

เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	28
สถิติที่ใช้ในการวัดข้อมูล.....	28
4.ผลการวิจัย.....	30
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	30
1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทย.....	30
1.3 ทศนคติเกี่ยวกับผ้าไทย.....	30
1.4 พฤติกรรมการใช้ผ้าไทย.....	30
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	30
5.สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	72
สรุปผลการวิจัย.....	72
การทดสอบสมมติฐาน.....	73
อภิปรายผล.....	75
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย.....	82
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	82

เอกสารอ้างอิง

ภาคผนวก

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
<u>ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา</u>	
1. จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอายุ.....	31
2. จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามสถานภาพสมรส.....	31
3. จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามระดับการศึกษา	32
4. จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามรายได้	32
5. จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอาชีพ.....	33
<u>การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทย</u>	
6. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทย.....	33
<u>ทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทย</u>	
7. ทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทย.....	34
<u>พฤติกรรมการใช้ผ้าไทย</u>	
8. พฤติกรรมความนิยมใช้ผ้าไทย.....	35
9. พฤติกรรมความนิยมลวดลายของผ้าไทย.....	35
10. พฤติกรรมความนิยมนำมาใช้ประโยชน์.....	36
11. พฤติกรรมความนิยมสวมใส่เนื่องในโอกาส.....	36
12. พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย.....	37
<u>ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสถิติ</u>	
13. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอายุกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย.....	38
14. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านสถานภาพกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย.....	40
15. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษากับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย.....	41
16. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านรายได้ต่อเดือนกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย.....	42
17. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอาชีพกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย.....	44

18. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้าน อายุกับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย.....	46
19. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านสถานภาพกับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย.....	47
20. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษากับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย.....	48
21. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านรายได้ต่อเดือนกับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย.....	49
22. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอาชีพกับทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทย.....	50
23. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอายุกับพฤติกรรมเกี่ยวกับการนิยมใช้ผ้าไทย.....	51
24. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรสถานภาพกับพฤติกรรมการนิยมใช้ผ้าไทย.....	53
25. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษากับพฤติกรรมความนิยมใช้ผ้าไทย.....	54
26. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการนิยมใช้ผ้าไทย.....	55
27. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอาชีพกับพฤติกรรมความนิยมใช้ผ้าไทย.....	57
28. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอายุกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย.....	59
29. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านสถานภาพกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย.....	61
30. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษากับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย.....	62
31. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย.....	63
32. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอาชีพกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย.....	65

33. เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยกับระดับทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทย.....67
34. เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยกับพฤติกรรมความนิยมในการใช้ผ้าไทย.....68
35. เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย.....69
36. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยกับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย.....70
37. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย.....71

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ผ้าไทยเป็นศิลปวัฒนธรรมอีกแขนงหนึ่งของไทยที่มีหลักฐาน การทอมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์มาจนถึงปัจจุบัน ผ้ากับมนุษย์มีความเกี่ยวข้องกันมาตั้งแต่เกิดจนวาระสุดท้ายของชีวิต เป็นปัจจัยในการดำรงชีวิตเกือบทุกด้านไม่ว่าพิธีกรรมทางศาสนา งานบวช งานแต่งงาน (วิบูลย์, 2530: 36) ผ้าไทยเป็นมรดกทางภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สั่งสม และสืบทอดกันมาช้านาน ลวดลายในผ้า บ่งบอกความหมาย เอกลักษณะของแต่ละท้องถิ่น ถือเป็นงานศิลปะที่ทรงคุณค่าและบางชิ้นมีเพียงชิ้นเดียวในโลก ผ้าไทยเป็นดั่งบันทึกวัฒนธรรมอันล้ำค่า เป็นภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดจินตนาการ ความรัก ความศรัทธา ความละเอียดอ่อนของจิตใจผู้ทอเป็นความภาคภูมิใจในความดีงามและฝีมือในการทอผ้าให้ผู้อื่น ได้ชื่นชม (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2541: 6) ต่อมาเมื่อโลกมีวิวัฒนาการ มีวิทยาการที่ทันสมัยมากขึ้น การดำเนินชีวิต ค่านิยม และวัฒนธรรมที่เรียบง่ายเริ่มเปลี่ยนแปลงไป

ผ้าเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยที่บ่งบอกถึงความรุ่งเรืองของวัฒนธรรมประจำชาติ และความคิดสร้างสรรค์ของคนในชาติ ในการรู้จักทำเครื่องนุ่งห่ม และผลิตภัณฑ์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน (เพียว และคณะ, 537: 1) ในประเทศไทยมีหลักฐานสำคัญยืนยันได้ว่า มนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ เมื่อประมาณ 2400- 2800 ปีมาแล้ว มีการทอผ้าขึ้นใช้ คือ พบเศษผ้าติดอยู่กับกำไลสำริดที่บ้านเชียง และเศษผ้า ด้าย เส้นใยไหมซึ่งพบที่บ้านนาดี อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี เมื่อ พ.ศ. 2515 (วิบูลย์, 2532 : 31) แสดงให้เห็นว่ามนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ที่อาศัยบริเวณประเทศไทยปัจจุบันมีการถักทอผ้า จากใยพืชและใยไหมใช้แล้ว ผ้าจึงมีบทบาทในการดำรงชีวิตของมนุษย์ตลอดจนบทบาทด้านเศรษฐกิจ และการเมืองของมนุษย์ที่รวมกันเป็นแคว้น เป็นอาณาจักรเล็กๆ ในภูมิภาคต่างๆ อาณาจักรที่สำคัญคือ อาณาจักรล้านนา กล่าวกันว่าชาวล้านนาเป็นผู้มีความชำนาญในการทอผ้าฝ้าย แพร่หลายถึงขั้นส่งจำหน่ายไปยังอาณาจักรใกล้เคียงประมาณ 755 ปีมาแล้ว ชาวสุโขทัยทอผ้าใช้เองทั้งผ้าฝ้าย และผ้าไหม เฉพาะผ้าฝ้ายเป็นผ้าห้าสี เรียกว่า “ผ้าเบญจรงค์” คือ ผ้าสีแดง เหลือง ดำ เขียว และขาว ประชาชนทั่วไปใช้ผ้าฝ้ายเป็นหลัก ส่วนผ้าชั้นดีใช้สอยในราชสำนักมีช่างหลวงเป็นผู้ทอ ส่วนหนึ่งสั่งซื้อจากต่างประเทศ เช่น ผ้าไหม และผ้าแพรจากจีน (เพียว และคณะ, 2532 : 58) ในสมัยอยุธยาประมาณ 400 ปีมาแล้ว นอกจากจะทอผ้าเพื่อใช้สอยเป็นเครื่องนุ่งห่มโดยตรงแล้ว ยังใช้ผ้าเข้าไปเกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ วัฒนธรรม ศาสนา และสังคม ในสมัยนี้นับว่าผ้ามีความสำคัญในด้านการค้าและเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนั้นยังใช้เป็นสิ่งเทียบแทนค่าเงิน พระมหากษัตริย์ทรงใช้ผ้าเป็นเครื่องปูน

บำเหน็จรางวัล หรือบางทีใช้พระราชทานต่างเงินเดือนปีละหนเท่านั้นเรียกว่า “ผ้าหัตถ์รายปี” (ศรีสุพันธ์, 2539 : 214)

ในสมัยรัตนโกสินทร์มีการฟื้นฟูประเทศ มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะการแต่งกายของคนไทยทั้งชายและหญิง ทั้งในและนอกราชสำนัก ให้เป็นแบบใหม่ตามพระราชประสงค์ของพระมหากษัตริย์แต่ละรัชกาล มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย มีการติดต่อก้าขายแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมต่างๆ กับต่างประเทศอย่างกว้างขวาง (วิสมัย, 2538 : 4) จนในที่สุดเปลี่ยนมาเป็นการแต่งกายตามแบบสากลนิยมทั้งชายและหญิง ดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นทำให้ความต้องการใช้ผ้ามีปริมาณยิ่งขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นการซื้อผ้าจากต่างประเทศเพียงอย่างเดียวย่อมเป็นผลเสียต่อเศรษฐกิจของประเทศ จึงทำให้ผู้ปกครองประเทศ ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 เป็นต้นมาเริ่มตระหนักถึงความจำเป็นการพัฒนา และส่งเสริมการทำผ้าพื้นเมืองของไทยให้ก้าวไปสู่การผลิตแบบอุตสาหกรรมตลอดมาทุกยุคทุกสมัย (วิบูลย์, 2530 : 83) วรรณ วุฒทะกุล และยุวรัตน์ พันธุ์ธูรา (2537 : 22) ได้ให้ความสำคัญของผ้าไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. เพื่อสนองต่อความจำเป็นขั้นพื้นฐานของการดำรงชีวิต สำหรับการนุ่งห่ม และใช้ในพิธีกรรมต่างๆ เช่น พิธีกร พิธีบวช พิธีแต่งงาน พิธีเข้าพรรษา งานกฐิน บุญผ้าป่า การสร้างธรรม พิธีทานตุง พิธีสงกรานต์ พิธีส่งเคราะห์ การปลุกเรื้อน และพิธีศพ ฯลฯ
2. เป็นเครื่องแสดงถึงฐานะ กล่าวคือ การแต่งกายเป็นสิ่งแสดงถึงฐานะของผู้คนในสังคม โดยทั่วไปชาวบ้านจะใช้ผ้าฝ้าย เพราะกรรมวิธีการทอ และการดูแลรักษาไม่ยุ่งยาก สลับซับซ้อน ส่วนเจ้านายและชนชั้นสูงจะใช้ผ้าไหม ที่มีการทอด้วยลวดลายที่ประณีตสวยงาม
3. เพื่อแสดงถึงการแบ่งหน้าที่ระหว่างชายหญิง หลังจากทำนาส่วนใหญ่ชาวชนบทที่เป็นหญิงเมื่อว่างจากการทำนาแล้วจะทอผ้า ส่วนชายจะต้องจัดเตรียมเครื่องมือ และเครื่องใช้สำหรับการทำนาและการทอผ้า

ผ้า ผู้หญิงและสังคม มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างยากที่จะแยกออกจากกัน การทอผ้าจึงเป็นเครื่องมือและสัญลักษณ์ที่จะนำผู้หญิงไปสู่พิธีกรรม ผ่านภาวะในช่วงวัยต่างๆ ของชีวิต และเป็นกระบวนการทางสังคม วัฒนธรรม(พัฒนา, 2532 : 39) กระบวนการทอผ้าเป็นกระบวนการอบรมขัดเกลาทางสังคมหรือเป็นกลไกทางวัฒนธรรมที่ต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพที่สุดในการเตรียมผู้หญิงตั้งแต่วัยเยาว์ เพื่อให้มีความเป็นผู้หญิงที่สมบูรณ์ ตามแบบแผนที่สังคม วัฒนธรรมที่คาดหวัง (สุรียา และพัฒนา, 2536 : 7)

จะเห็นได้ว่าผ้าไทยมีบทบาทสำคัญในวิถีชีวิตของคนไทย โดยมุ่งหวังให้คนไทยได้มีโอกาสได้ศึกษาเรื่องเกี่ยวกับผ้าไทย ซึ่งบรรพบุรุษได้ใช้ภูมิปัญญาสร้างสรรค์งานไว้อย่างวิจิตรบรรจงตามเอกลักษณ์ และตามวิถีของกลุ่มชน ผ้าไทยนั้นนอกจากจะทอขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มแล้วยังเป็นผ้าห่อคัมภีร์ ในถาด และใช้ในพิธีกรรมต่างๆ ตั้งแต่เกิดจนถึงกาลสุดท้าย

ของชีวิต ปัจจุบันผ้าไทยได้รับการพัฒนาลวดลาย สี และการออกแบบตัดเย็บ ทำให้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากในชนทุกชั้น ทุกอาชีพ ตลอดจนชาวต่างชาติ จึงนับว่าเป็นโอกาสอันดี ที่จะทำให้ชาวบ้านผู้สร้างงานศิลปะบนผืนผ้ามีรายได้เพิ่มขึ้นส่งผลให้ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านดีขึ้นตามไปด้วย (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2537 : 1)

กลุ่มชนที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยตั้งแต่อดีต มีความสามารถในการทอผ้าได้อย่างสวยงามมาจากกลุ่มไทลาว ซึ่งวิสมัย มโนมัยวิบูลย์ (2538 : 2) ได้จำแนกการทอผ้าพื้นเมืองออกตามสายพันธุ์ ได้แก่ การทอผ้าของกลุ่มชนที่มีเชื้อสายไทยวน หรือโยนก ไทลื้อซึ่งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย กลุ่มที่มีเชื้อสายไทยลาว เช่น ไทพวน ไทครั้ง ไททรงดำ ไทผู้ไท กลุ่มที่อาศัยอยู่ในแถบภาคกลางเช่น จังหวัดสุโขทัย อุทัยธานี ชัยนาท สุพรรณบุรี สระบุรี ลพบุรี นครปฐม ราชบุรี เพชรบูรณ์ กลุ่มที่มีเชื้อสายลาวโง้ง ซึ่งมาจากทางทิศตะวันออกของเมืองหลวงพระบาง ปัจจุบันอาศัยอยู่ในแถบจังหวัดพิจิตร ลพบุรี ราชบุรี และเพชรบุรี ลาวเวียงจันทร์ อพยพจากประเทศลาวมาตั้งหลักแหล่งในแถบ จังหวัดภาคอีสานตอนบน กลุ่มที่มีเชื้อสายไทยกวย (กวย ล่วย เขมร) อาศัยอยู่ในแถบอีสานตอนใต้ เช่น จังหวัดสุรินทร์ บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และกลุ่มคนไทยภาคใต้ แถบจังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดตรัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดสงขลา เป็นต้น

สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ฟื้นฟูการทอผ้าพื้นเมืองขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2519 ปกติชาวบ้านจะทอผ้าไว้ใช้เอง ส่วนใหญ่จะทอเฉพาะผ้าฝ้าย บางคนที่เลิกทอไปแล้ว พระองค์ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ชาวบ้านเข้าร่วมโครงการศิลปาชีพพิเศษ พระองค์ทรงส่งเสริมและอนุรักษ์การทอผ้าไหมลวดลายโบราณ ทอเสร็จพระองค์ทรงรับซื้อนำไปตัดชุดฉลองพระองค์ และจำหน่ายในมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ทำให้ราษฎรที่เข้าร่วมโครงการศิลปาชีพพิเศษจึงมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งแต่เดิมการทอผ้ามีแต่คนแก่ทอ ปัจจุบันเด็กสาวหันมาทอผ้ากันมากขึ้น (พวงรัตน์, 2539 : 194-195)

ในส่วนของรัฐบาลได้กำหนดแนวทางในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 กำหนดให้ปี พ.ศ. 2537-2539 เป็นปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย และปี พ.ศ. 2538-2540 เป็นปีสืบสานวัฒนธรรมไทย (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2537 ข : 3) นอกจากนั้นแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540-2544 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2539 : 22) ข้อ 2.3.2 สังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ที่ระบุให้สังคมไทยในอนาคตพึงอนุรักษ์และพัฒนาศาสนา ศิลปวัฒนธรรมไทย ให้เป็นกระแสวัฒนธรรมหนึ่งของโลก พึงยอมรับและประยุกต์ใช้วัฒนธรรมจากภายนอกให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย ประกอบกับในช่วงปี พ.ศ. 2531-2540 เป็นช่วงของทศวรรษโลกเพื่อการพัฒนาวัฒนธรรม องค์การวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือ ยูเนสโก ได้สนับสนุนให้มีการศึกษาเพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมหลายๆ ด้าน รวมทั้งโครงการศึกษาเส้นทางสายแพรไหม ซึ่งสัมพันธ์กับเรื่องราวของผ้าโดยตรง (คณะศิลป

ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยรังสิต, 2534 : 2-12) ด้วยเหตุนี้จึงมีมติของคณะกรรมการอำนวยการวันอนุรักษ์มรดกไทย ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานดังนี้

1. กำหนดแนวทางการดำเนินงานวันอนุรักษ์มรดกไทยปี พ.ศ.2541-2544 ในเรื่อง “การอนุรักษ์มรดกศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และการพัฒนาสร้างเสริมสืบทอดภูมิปัญญา” ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายรัฐธรรมนูญที่ได้บัญญัติไว้ในเรื่องศิลปวัฒนธรรม
2. ขอความร่วมมือทุกจังหวัดแต่งกายแบบไทย เพื่อเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนั้นๆ และให้ข้าราชการแต่งกายชุดประจำจังหวัด สัปดาห์ละ 1 วัน
3. เน้นความสำคัญของการสืบทอด เช่น เอกลักษณ์ของท้องถิ่น
4. ผู้นำท้องถิ่นควรเป็นแบบอย่างและให้ความสำคัญในการการสืบทอดเอกลักษณ์ของท้องถิ่น
5. จัดกิจกรรมดำเนินการต่างๆ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์มรดกศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น (ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการกรมศิลปากร, 2541 : 1-2)

นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ สังกัดกระทรวงศึกษาธิการเป็นแกนกลางในการรณรงค์วัฒนธรรมไทยและได้ขอความร่วมมือให้โรงเรียนและสถาบันการศึกษาในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ มีส่วนร่วมในการรณรงค์โดยการเชิญชวนส่งเสริมประชาชนคนไทยให้เกิดความนิยมในการแต่งกายแบบไทย เห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มไทย มีความภาคภูมิใจในการแต่งกายไทยรวมทั้งมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเครื่องนุ่งห่มของไทยด้วย (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2537ค : 45) กระทรวงศึกษาธิการจึงได้เชิญชวนให้ครูแต่งกายด้วยผ้าไหมไทยสัปดาห์ละ หนึ่งวัน และคนไทยมีส่วนร่วมในการรณรงค์ ส่งเสริมและอนุรักษ์ผ้าไทย โดยการดำรงความเป็นไทยด้วยจิตสำนึกอย่างจริงจังเพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลปี พ.ศ. 2540 ที่ว่า “ไทยช่วยไทย กินของไทย ใช้ของไทย เทียวเมืองไทย ร่วมใจประหยัด” (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2541: 5)

ในแง่ประโยชน์ใช้สอยปัจจุบันผ้าไทยได้รับการส่งเสริมและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางเป็นที่น่าสังเกตว่าถึงแม้จะมีนักวิชาการทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศทำการศึกษาเรื่องผ้าในประเทศไทยมาบ้างแล้วแต่การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผ้าไทยยังอยู่ในวงจำกัด การศึกษาเรื่องผ้าไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้นจะต้องมีการศึกษาค้นคว้าอีกมาก ความรู้ ความเข้าใจเรื่องผ้า ความซาบซึ้งในความหมายของลวดลายและชนิดของผ้าไทยของ “ผู้บริโภค” กับ “ผู้ทอ” พื้นบ้านยังมีความแตกต่างกันมาก (คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 2534 : 4) ศึกษาการมีส่วนร่วมในโครงการปිරณรงค์วัฒนธรรมไทยของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัญหาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในเรื่องศิลปกรรมแบบไทยและการแต่งกายแบบไทยมีปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ ความเข้าใจและยังพบว่าผ้าไทยมีราคาสูง รักษายาก ไม่เหมาะสมกับสภาพสังคม

การดำเนินชีวิตและการเดินทางในปัจจุบันในเรื่องการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการรณรงค์วัฒนธรรมไทย พบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับการขาดการประสานงานที่ดีมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือการขาดความร่วมมือของทุกฝ่าย

การไม่รู้คุณค่าทางศิลปหัตถกรรมที่เป็นมรดกตกทอดมาจากบรรพบุรุษหันไปมุ่งค้าสมัยใหม่เช่น กางเกงยีน กระโปรง ผ้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ตลอดจนไม่ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่โดยตรงพร้อมทั้งได้รับความสำคัญจากภาคเอกชนโดยทั่วไป การทอดทิ้งสูญหายไปมากที่สุด ในการส่งเสริมการใช้ผ้าไทยของรัฐบาลชุดปัจจุบันนั้น พ.ต.ต.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ก็ได้มีการส่งเสริมและให้การสนับสนุนการใช้ผ้าไทย เช่น ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเอเปค ครั้งที่ 13 มีการคัดเลือกโดยใช้ผ้าไทยให้ท่านผู้นำแต่ละประเทศใส่เพื่อเป็นการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ เอกลักษณ์และความสวยงามของผ้าไทยออกสู่สายตาคนทั่วโลก เพื่อหวังให้ผ้าไทยกลายเป็นสินค้าที่มีคนหันมาสนใจและให้ความนิยมมากขึ้น ดังนั้นในการทำวิจัย การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคดี และพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย ของผู้หญิงในเขตจังหวัด ชลบุรี จะเป็นประโยชน์ให้กับภาครัฐบาล เอกชน และหน่วยงานต่างๆ ตลอดจนสื่อมวลชน ในการกำหนดแนวทางส่งเสริม และการให้ความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยแก่ประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะผู้หญิง ให้เป็นที่ยอมรับและตระหนักถึงคุณค่าของผ้าไทย และเป็นแบบอย่างการใช้ผ้าไทยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย ศิลปะแบบไทยให้คงอยู่ตลอดไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาทักษะคดีที่มีต่อการใช้ผ้าไทย ของผู้หญิงในจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย ของผู้หญิงในจังหวัดชลบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคดีและพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงใน ตำบล แสนสุข จังหวัด ชลบุรี ปีการศึกษา 2546 เท่านั้น

คำนิยามศัพท์

“**ผ้าไทย**” หมายถึง ผ้าพื้นเมืองของไทย ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีการทอด้วยมือ ส่วนใหญ่ผลิตจากใยธรรมชาติ ได้แก่ ไหม ฝ้าย ใยกล้วย และผลิตจากใยประดิษฐ์ เป็นส่วนน้อย เช่น ผ้าพื้น ผ้ายา ผ้ายืด ผ้ายกดอก ผ้ามัดหมี่ ผ้ายก ผ้ายาว ผ้ามุก ผ้ายืด ฯลฯ

“**การเปิดรับข่าวสาร**” หมายถึง การรับรู้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือจากกลุ่มเพื่อนฝูง จากการฟัง การถาม แม้กระทั่งการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ความบ่อยครั้งในการได้รับข่าวสารทั้งในเรื่องทั่วไป และข่าวสารในเรื่องที่เกี่ยวกับผ้าไทย

“**ทัศนคติ**” หมายถึง สภาพที่บุคคลมีความรู้สึกตอบสนองต่อวัสดุหรือสิ่งเร้าใดๆ ไปในทางที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับแบ่งออกเป็นทัศนคติในทางบวก คือ เห็นด้วยและทัศนคติในทางลบ ซึ่งไม่เห็นด้วย ซึ่งในทัศนคติในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ทัศนคติของผู้หญิงที่มีต่อการใช้ผ้าไทย

“**พฤติกรรมการใช้**” หมายถึง ลักษณะการสวมใส่ นำไปใช้ประโยชน์ ในโอกาสต่างๆ ของผู้หญิงต่อการใช้ผ้าไทย

สมมติฐาน

1. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน
3. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน
4. การเปิดรับข่าวสารกับการใช้ผ้าไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ
5. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยของผู้หญิงในจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี
6. ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางแก่รัฐบาล เอกชน และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา และอนุรักษ์ผ้าไทย
2. เป็นแนวทางแก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน ในการผลิตสื่อต่างๆ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับผ้าไทย
3. เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่จะทำวิจัยเกี่ยวกับผ้าไทยต่อไปได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตอำเภอเมืองจังหวัด ชลบุรี

ผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดและผลงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัยในดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
2. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับทักษะคิด และพฤติกรรม
4. ความเป็นมาของผ้าไทย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสารและประสิทธิภาพของการสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นแนวคิดที่มีการใช้อย่างแพร่หลาย เพราะเป็นพื้นฐานของกระบวนการทางสังคมของมนุษย์ กล่าวคือ การที่มนุษย์สามารถรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นสังคม นับตั้งแต่สังคมเล็กขนาดครอบครัว จนกระทั่งถึงการรวมตัวเป็นสังคมขนาดใหญ่ในระดับประเทศนั้นจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการติดต่อสื่อสาร เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันของคนในสังคม ตลอดจนการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างกฎระเบียบเพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขและเป็นที่ยอมรับกันระหว่างสมาชิกในสังคม

เอ็ดเวิร์ด ซาเปีย กล่าวไว้ว่า การสื่อสาร คือ การที่มนุษย์ติดต่อ ส่งข่าวสาร ข้อเท็จจริง ความคิด เห็นและทัศนคติต่างๆ จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง หรือหลายคน

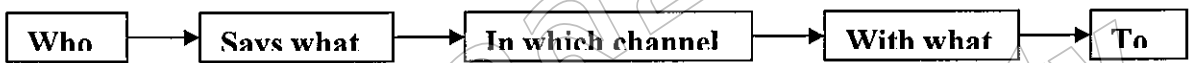
ชแรมม์ (Schramm,1973) ให้ความเห็นว่า เมื่อไรก็ตามที่เราทำการศึกษาถึงการติดต่อสื่อสาร เมื่อนั้นก็หมายความว่าเรากำลังศึกษาถึงคนซึ่งมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันรวมทั้งการเกี่ยวข้องกับกลุ่มต่างๆ เป็นองค์การ เป็นสังคมและมีอิทธิพลต่อซึ่งกันและกันรวมทั้งมีการถ่ายทอด ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงสู่กันและกัน

ดังนั้น การติดต่อสื่อสารก็คือ การสร้างความเหมือนกันหรือความเข้าใจร่วมกันในสารหรือเรื่องราว (Message) กับผู้อื่นหรือในระหว่างผู้ให้กับผู้รับ ผู้ให้ก็คือ ผู้ที่ทำการสื่อสาร (sender) ซึ่งเป็นผู้ส่งสัญญาณหรือสื่อสารไปยังผู้รับ (receiyer) โดยผ่านทางช่องทางการสื่อสารต่างๆ (channel) เพื่อให้

สาร (message) ไปถึงผู้รับสารได้ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาว่ามนุษย์มีความเกี่ยวข้องกับซึ่งกันและกันอย่างไรบ้างในกระบวนการสื่อสาร

ลาสเวลล์ ได้อธิบายถึงการสื่อสารในแง่กระบวนการเชิงพฤติกรรมของมนุษย์ว่า เป็นการทำปฏิกริยากันระหว่างผู้ส่งสาร เนื้อหาข่าวสารสื่อที่ใช้ และผลอันเกิดจากการกระทำการสื่อสาร โดยวิธีการตั้งคำถามเกี่ยวกับตัวผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และผลของการสื่อสาร เป็นแบบจำลองดังนี้

แผนภาพที่ 1
แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ Lasswell



จากแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ (Lasswell) สามารถอธิบายกระบวนการสื่อสารตามลักษณะองค์ประกอบทางการสื่อสาร ได้ดังนี้

Who (ใคร) คือ ผู้ที่กำหนดและควบคุมเนื้อหาข่าวสาร ซึ่งหมายถึง ผู้ส่งสาร (Sources) ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีทักษะ ความชำนาญในการสื่อสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสารเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้ อดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่งถึงผู้รับสาร และควรมีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลให้เหมาะสม และง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับสารที่มีพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

Says what (พูดอะไร) คือ เรื่องหรือเนื้อหาสาระของเรื่องที่ถูกสื่อสารออกไป ซึ่งหมายถึงสาร (Message)

In which channel (ผ่านสื่อใด) คือ ตัวกลางหรือสื่อที่ข่าวสารถูกส่งผ่านไปยังผู้รับซึ่ง หมายถึงช่องทางในการสื่อสาร (Channel) แบ่งออกเป็น สื่อมวลชน และสื่อบุคคล

To whom (กับใคร) ซึ่งหมายถึง ผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีทักษะ ความชำนาญในการสื่อสาร เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคม และวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน หรือคล้ายคลึงกับผู้ส่งสาร จึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผลดี

With what effect (มีผลเป็นอย่างไร) คือ สิ่งที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากการสื่อสารซึ่งหมายถึง ผล (Effect) ที่เกิดขึ้นกับผู้รับสาร อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ ทัศนคติ ความเชื่อ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้อาจส่งผลกระทบไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมได้ตามอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจมีทั้งผลในทางบวก และผลในทางลบ

ขแรมม์ ยังได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ร่วมระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสารว่า การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีประสบการณ์ร่วมกันในการรับและส่งสัญญาณของทั้งสองฝ่าย ซึ่งหมายถึง ประสบการณ์เดียวกันช่วยทำให้เกิดความเข้าใจในความหมายที่ส่งไปพร้อมสัญญาณและเข้าใจในสัญญาณนั้น

ปรมะ สตะเวทิน (2538 : 61) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร อันได้แก่แหล่งสาร สาร ช่องสาร และผู้รับสาร ว่าเป็นตัวกำหนดถึงประสิทธิผลของการสื่อสาร กล่าวคือหากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพสูง ประสิทธิผลของการสื่อสารก็จะมีมากในทางตรงกันข้าม หากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพต่ำ การสื่อสารก็จะมีประสิทธิผลน้อย ทั้งนี้ในกระบวนการสื่อสารนั้นองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้น ประสิทธิภาพของการสื่อสารจะมีมากที่สุดก็ต่อเมื่อทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงที่สุด

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อบุคคลเกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งมาเพิ่มขึ้นเท่านั้น เทคโนโลยีที่ก้าวไกลล้ำยุคในปัจจุบันช่วยพัฒนาศักยภาพในภาพการสื่อสาร ทุกคนสามารถและเปลี่ยนข่าวสารถึงกันได้อย่างรวดเร็วหรือสามารถได้รับข้อมูลอย่างง่ายดายจากการเปิดรับสื่อ (media exposure) และข้อมูลข่าวสารได้กลายเป็นสิ่งที่จำเป็นในชีวิต ดังเช่นปรมะ สตะเวทิน (2539) ได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ เราใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาชีวิตประจำวัน เป็นข้อมูลในการวางแผนเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร (The Information Society) และเรากำลังอยู่ในยุคข่าวสาร (The Information Age)

ชาร์ลส์ อัทคิน(Charles k. Atkinn, 1975, 208) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารที่สำคัญยิ่งประการหนึ่ง คือ ผลของการสื่อสาร ซึ่งเกิดหลังจากการสื่อสารทุกครั้ง มักจะเกิดผลในเรื่องต่าง ๆ เป็นการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ผลของการสื่อสารจะเป็นอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารเป็นสำคัญ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อองค์ประกอบในเรื่องตัวผู้รับสารที่สำคัญประการหนึ่ง คือ กระบวนการ

เลือกสรร (Selective Process) ของมนุษย์ การศึกษาการเปิดรับสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย การเปิดรับสาร 2 ลักษณะคือ

1. การเปิดรับสารจากสื่อมวลชน โดยที่ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน จะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อสารมวลชนที่แตกต่างกันไป แคลปเปอร์ ได้แบ่งขั้นตอนการเปิดรับสารไว้ดังนี้

1.1 การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure)

เป็นการเลือกขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารของมนุษย์ ทั้งนี้ตามทักษะและความชำนาญในการรับรู้และเข้าใจข่าวสารของคน ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละคนนั้นบางคนถนัดที่จะเขียนมากกว่าพูด หรือบางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับหรือใช้สื่อของมนุษย์ จะสังเกตได้ว่าคนบางคนชอบดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ หรือชอบฟังวิทยุมากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

1.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตนเอง เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ดังนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็จะต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

1.3 การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)

หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ดังนั้น ในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสาร เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนเองด้วย

1.4 การเลือกจดจำ (selective retention)

เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตน และจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ขัดกับความเห็นของตนเองได้ง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้ในการสนับสนุนเมื่อเกิดความรู้สึกที่ขัดแย้งและสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

การที่ผู้รับสารแต่ละคนมีพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและข่าวสาร John C. Merrill and Lowenstein กล่าวว่า มีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง ได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

- ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่น เมื่อไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือ การอยู่กับสิ่งต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

- ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุด ซึ่งสื่อต่าง ๆ ถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักในการเสนอข่าวสารต่าง ๆ

- ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ เพื่อให้ข่าวสารที่ได้นำเสริมสร้างทัศนคติเดิมของตนเอง

- ลักษณะเฉพาะของสื่อ สื่อแต่ละชนิดมีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างกันไปทำให้ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และได้ประโยชน์จากแต่ละสื่อไม่เหมือนกัน ทั้งนี้เพราะผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกัน โรเจอร์และชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติและพฤติกรรมในการสาร นอกจากนี้ ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact)

เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public)

กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม โดยที่กลุ่มต่าง ๆ จะช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เช่น การประชุมสัมมนาก็คือการจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้

เกอูร ชิวหากาญจน์ (2541) กล่าวว่า ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ ในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจ หรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมดแต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อคน แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับรื่อนั้น เกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของตน

2. องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อมเช่น ครอบครัว วัฒนธรรมประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิลาเนา การศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม และการเปิดรับรื่อนั้นมีความหมายซึ่งจำแนกได้ ดังนี้ (Becker อ้างถึงใน สมควร เจริญสุข 2539)

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับรื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่องหรือรายการที่สนใจ หรือมีผู้แนะนำมา หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนเองจะให้ความสนใจใ้อ่านหรือดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

McCombs และ Becker (1968: ศศิวิมล ตามไท, 2542) ให้แนวคิดว้า โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมี การเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับรื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ

(1) เพื่อให้รู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์สิ่งต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้เป็นคนทีทันต่อเหตุการณ์ทันสมัย

(2) เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็ฯของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว เพื่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน

(3) เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับคนอื่น ๆ ได้

(4) เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบ ๆ ตัว

เช่นเดียวกับหลักเหตุผลในการเลือกเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคน ที Dominick (1990) (อ้างถึงใน สมควร เจริญสุข, 2539) ว่า ผู้รับสารมีสิทธิที่จะเลือกรับรื่อตามที่ตนเองต้องการดังนี้

1. เพื่อความรู้ (Cognition) คือ ต้องการข้อมูลเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความรู้อย่างรู้เพื่อแสดงว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความร่าเริงสนุกสนาน หรือเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด เป็นต้น

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) ซึ่งการเปิดรับสื่ออาจเป็นเพื่อให้ได้รับการยอมรับสมาคมในสังคมและความผูกพันต่อผู้อื่น

4. เพื่อผลจากสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำที่สร้างความเบื่อหน่ายให้แก่ชีวิต จึงเข้าหาสื่อเพื่อความบันเทิงใจ เป็นต้น

การเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับสื่อนั้นมีขั้นตอนหรือกระบวนการในการเลือกรับ (Selectivity Process) ซึ่งประกอบไปด้วย

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Attention) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลจะเลือกสนใจเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อที่ตนมีอยู่ และหลีกเลี่ยงที่จะสนใจข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อที่มีอยู่เดิมของตนด้วย

3. การเลือกรับรู้ (Select Perception and Selective Interpretation) บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อ ความต้องการ แรงจูงใจ และประสบการณ์ที่มี

4. การเลือกจดจำ (Select Retention) เป็นกระบวนการสุดท้ายที่บุคคลยังต้องการเลือกจดจำเฉพาะเนื้อหาสาระที่ต้องการจำเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อสามารถนำไปใช้ในโอกาสต่อไปในขณะเดียวกันก็มักลืมสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

และในกระบวนการข้อมูลข่าวสาร (Information Processing) ถ้าผู้บริโภคได้รับข้อมูลด้วยความดีที่เหมาะสมย่อมส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเก็บข้อมูลไว้ในความทรงจำได้ดี (Memory Processes) แต่ถ้าได้รับข้อมูลด้วยความดีที่มากเกินไป อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความเบื่อและขาดความสนใจข้อมูลในที่สุด (Wearout effect) (Assael, 1995)

จากกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร จะเห็นได้ว่าบุคคลมีการเลือกสรรในทุกขั้นตอน ซึ่งเกิดขึ้นโดยมีองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญ คือ (Schramm, 1973 อ้างถึงใน ปรียพูน ปัญญาจรัส, 2540)

1. ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจต่างกัน

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร

5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน

6. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้ำหนักและพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

ขวัญเรือน กิติวัฒน์ อธิบายว่าทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลาเพียงแต่จะเปิดรับสื่อใดอย่างไรนั้น ซึ่งปัจจัยที่กำหนดการเปิดรับสื่อ ได้แก่

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และจิตวิทยาส่วนบุคคล คือ บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ทั้งนี้เกิดจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ต่างกันย่อมมีผลต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการรับรู้ การเรียนรู้ การสนใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ทุกคนมักจะยึดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่แสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร กลุ่มที่มีลักษณะทางด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ในระดับเดียวกัน การเปิดรับสื่อและการตอบสนองต่อเนื้อหาการสื่อสารของกลุ่มดังกล่าวย่อมคล้ายคลึงกันด้วย

การเลือกรับข่าวสารหรือการเลือกเปิดรับสื่อของบุคคลแต่ละคนไม่เหมือนกัน ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละคนมีปัจจัยที่ทำให้เกิดความต่างกันในการเปิดรับสื่อ ดังเช่นปรมา สตะเวทิน (2538) ได้กล่าววว่าลักษณะทางประกรอัน ได้แก่ อายุ เพศ รายได้ การศึกษา และศาสนา คือปัจจัยที่ทำให้บุคคลเลือกรับสารต่างกัน (อ้างถึงใน ปริญญช ปัญจวงศ์, 2540)

เช่นเดียวกับทฤษฎีด้านประชากร ที่เสนอว่า บุคคลที่คุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับสารแตกต่างกัน อธิบายโดยสรุปคือ

1. อายุกับการเปิดรับสื่อ อายุกับการศึกษามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับการรับสารทางสื่อมวลชน จากการศึกษาพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนของเด็กอเมริกันมีพฤติกรรมการดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้นตามวัยที่เพิ่มขึ้นและเปิดรับสื่อทุกชนิด และผู้ใหญ่จะเปิดรับสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ และ หนังสือพิมพ์มากพอ ๆ กัน แต่ถ้ามียอายุ 40 ปีขึ้นไป กลับพบว่า มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง

2. การศึกษาและการเปิดรับสื่อ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะ ไม่ค่อยดูโทรทัศน์ และจะนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะฟังวิทยุมากกว่า รวมทั้งพบว่า กลุ่มผู้สูงวัยที่มีการศึกษาสูงจะชมภาพยนตร์น้อยมาก สำหรับเนื้อหาที่ผู้รับสารนิยมรับจากสื่อจะมีความแตกต่างกันตามวุฒิการศึกษาด้วย คือ ผู้ที่มีการศึกษาสูงและอายุมากจะนิยมเปิดรับข่าว และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชนมากกว่ากลุ่มคนที่มีการศึกษาน้อยและอายุน้อย ดังนั้นบุคคลที่มีการศึกษาสูงย่อมสนใจข้อมูลข่าวสารหรือมีการเปิดรับสื่อมาก

3. เพศและการเปิดรับสื่อ ผู้หญิงดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าผู้ชาย โดยรายการที่ผู้หญิงนิยมคือ รายการละคร ส่วนผู้ชาย คือ รายการข่าวกีฬาและจะนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า

4. รายได้กับการเปิดรับสื่อเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก และถือเป็นตัวแปรที่สำคัญเช่นเดียวกับตัวแปรด้านการศึกษา ซึ่งผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะมีรายได้สูงมาก และถือเป็นตัวแปรที่สำคัญเช่นเดียวกับตัวแปรด้านการศึกษา ซึ่งผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะมีรายได้สูงตามไปด้วย ส่วนผู้ที่มีการศึกษาน้อยนั้นมักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ดังนั้นผู้ที่มีรายได้สูง จึงมักเป็นผู้นิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง บุคคลที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงจึงเป็นกลุ่มที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีรายได้สูงจะมีปัจจัยด้านเวลาจึงมีการเปิดรับสื่อทางโทรทัศน์น้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า

ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการเปิดรับสื่อช่วยให้เข้าใจถึงสาเหตุ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และขั้นตอนของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดเรื่องความแตกต่างของลักษณะทางประชากรที่มีผลทำให้แต่ละคนมีการเปิดรับสื่อไม่เหมือนกัน ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงการเปิดรับสื่อของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาเกี่ยวกับความบ่อยครั้ง และความสนใจ ความตั้งใจในการเปิดรับการตลาดทางตรงในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเป็นสำคัญ

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม

ความหมายของทัศนคติ

อัลพอร์ต(Allport,1967:2) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึง สภาวะของจิตใจและประสาท เกิดจากการได้รับประสบการณ์ ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการตอบสนองของบุคคลต่อสภาวะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น

ชอว์ และ ไรท์ (Shaw and Wright,1976:3)กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกทางจิตใจของบุคคล เนื่องจากการเรียนรู้ตลอดจนประสบการณ์ ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมไปในทิศทางใดทางหนึ่ง การตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือจินตนาการต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง

นิวคอบ (T.M.Newcob,1954:128-221) ได้อธิบายว่า ทักษะคิด เป็นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ และแสดงออกเป็นพฤติกรรมในลักษณะของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย รู้สึกเฉย ๆ ไม่ชอบ ไม่เกลียด

ฮิลการ์ด (Hilgard,1962:214) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทักษะคิด คือพฤติกรรมหรือความรู้สึกครั้งแรกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ต่อแนวคิดใดหรือสถานการณ์ใดในทางเข้าหาหรือออกจาก และเป็นความพร้อมที่จะตอบสนองในครั้งต่อ ๆ ไปในทางเอนเอียงไปในลักษณะอย่างเดิม เมื่อพบกับสิ่งนั้นหรือแนวคิดนั้นหรือสถานการณ์นั้นอีก

เกลียว บุรีภักดี (2517:218) ให้ความหมายว่า ทักษะคิด เป็นความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่งบุคคลใด ทักษะคิดที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ เกิดจากประสบการณ์หรือการเรียนรู้ทั้งสิ้น ดังนั้น จึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามประสบการณ์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น แต่กระบวนการเปลี่ยนแปลงอาจจะเร็วหรือช้าแล้วแต่ทัศนคติและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526:3) กล่าวว่า ทักษะคิด เป็นความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมที่จะมีปฏิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

พะยอม วงศ์สารศรี (2526) กล่าวว่า ทักษะคิด เป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิดการกระตุ้นให้เกิดการกระทำ ทักษะคิดสามารถเปลี่ยนแปลงได้ถ้าสภาพแวดล้อม หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป หรือได้รับข้อมูลใหม่ โดยทั่วไปเชื่อกันว่าทักษะคิดมีผลต่อการปฏิบัติของบุคคล

จากความหมายต่าง ๆ ที่กล่าวมาจึงสามารถสรุปได้ว่า ทักษะคิด หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อที่หมาย ซึ่งอาจจะเป็นตัวบุคคล แนวความคิด คำพูด สิ่งของ หรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ทักษะคิดก่อรูปขึ้นจากประสบการณ์ส่วนบุคคล มีลักษณะค่อนข้างยืดหยุ่นงดทนแต่ก็เปลี่ยนแปลงได้ถ้ามีเหตุผลหรือเหตุการณ์ที่สำคัญเพียงพอ

ประเภทของทักษะคิด

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทักษะคิดเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำไปสู่บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กรสถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่น ๆ

2. ทักษะคติเชิงลบ เป็นทักษะคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่น ๆ

3. ทักษะคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

ทักษะคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลจะมีเพียงประเภทเดียว หรือหลายประเภทร่วมกันก็ได้ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคลสิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทักษะคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็นสาธารณสมบัติไป

ความหมายของพฤติกรรม

ปกิจ พรหมายน(2531:29) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใด หรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมาย และเป็นไปอย่างใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกรู้สีก้าว และไม่ว่าสิ่งมีชีวิตและบุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533)กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของคนเรา ส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้ และทักษะคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากการมีความรู้และทักษะคติที่แตกต่างกันซึ่งเกิดขึ้นได้ เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อและความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

องค์ประกอบของพฤติกรรม

كرونาซ (ปกิจ พรหมายน,2531:29-30)ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการ ต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจ หรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองตอบความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเรา

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงตามที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายเสียใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม

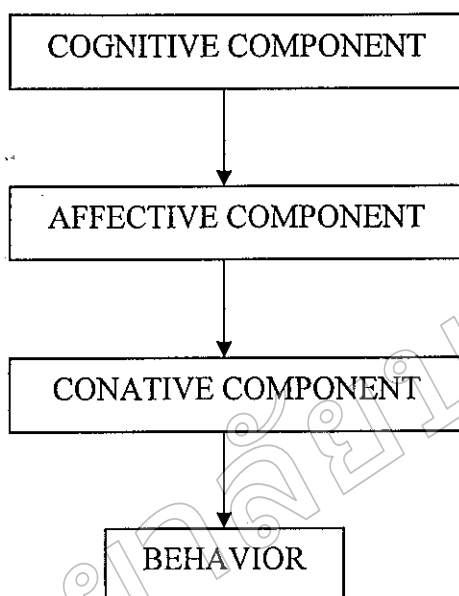
ทัศนคติและพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้มีนักวิชาการและผู้วิจัยหลายท่านได้กล่าวไว้ดังนี้

Lefrancois (1980, ศศิวิมล ตามไท, 2542) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมไว้ใน Psychology ว่า “ทัศนคติเป็นแรงกระตุ้นที่มีพลังก่อให้เกิดพฤติกรรม”

ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ซึ่งจากการอธิบายถึงองค์ประกอบทั้งสามของทัศนคติ โดย Assael (1995, ศศิวิมล ตามไท, 2542) สรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้งหมดมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน นั่นคือ องค์ประกอบด้านความรู้หรือความคิด (Cognitive Component) แสดงออกเป็นความเชื่อ มีอิทธิพลต่อองค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) โดยการประเมินเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เมื่อมีความรู้หรือความเชื่อต่อเรื่องนั้น ๆ แล้วจึงส่งผลต่อองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Conative Component) อันเป็นแนวโน้มที่แสดงออกเป็นพฤติกรรม (Behavior) ในที่สุด

แผนภูมิที่ 1

แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของทัศนคติ (Assael, 1995)



เกรยูร ชิวหากาญจน์ กล่าวถึงแนวคิดทัศนคติว่า "...ทัศนคติมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่าทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกนั้นออกมามากมายทางพฤติกรรม ดังที่ Lindzey และ Arson เชื่อว่าทัศนคติเป็นพลังอันสำคัญที่ทำให้คนเราแสดงพฤติกรรมออกมา

นอกจากนี้ Lavidge และ Steiner (ศศิวิมล ตามไท, 2542) ยังได้กล่าวว่า เมื่อทัศนคติเกิดขึ้นในใจผู้บริโภค จะส่งผลให้เกิดการยอมรับและมีพฤติกรรมในการซื้อในที่สุดตามลำดับขั้นของแบบจำลองผลตอบสนอง (The Hierarchy of Effects Model) ทั้ง 7 ประการ คือ

1. ความไม่รู้ (Unawareness) เป็นขั้นที่ผู้บริโภคยังไม่รู้จักสินค้าหรือไม่เคยรู้เลยว่ามีสินค้าหรือบริการนั้นอยู่ในตลาด

2. การได้รู้ (Awareness) ขั้นที่ผู้บริโภคเพียงรู้จักตัวสินค้า โดยที่ยังไม่มีความรู้หรือความรู้สึกใดๆ เกี่ยวกับสินค้านั้นเลย

3. การเกิดความรู้ (Knowledge) ขั้นที่ผู้บริโภครู้ว่าสินค้านั้นให้ประโยชน์อะไรได้บ้าง

4. ความชอบ (Liking) ขั้นที่ผู้บริโภคเริ่มมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าคือ ชอบสินค้าแล้ว

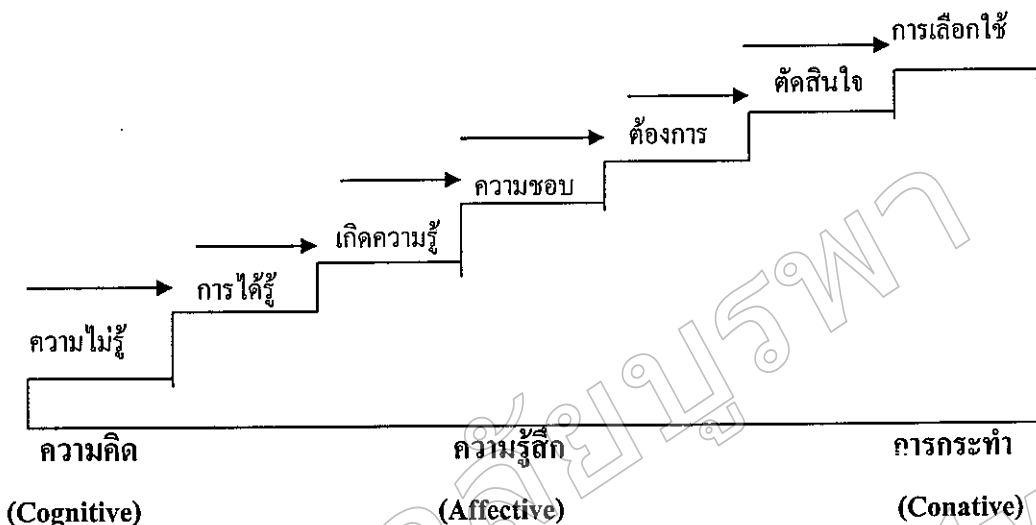
5. ความต้องการ (Preference) ขั้นที่ทัศนคติที่ดีส่งผลจนกลายเป็นความชอบมากกว่าสินค้าตัวอื่นๆ

6. การตัดสินใจ (Conviction) ขั้นที่ผู้บริโภคมีความปรารถนาที่จะซื้อ และเกิดความเชื่อมั่นว่าการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นเป็นการกระทำที่ฉลาดและถูกต้องมีคุณค่า

7. การซื้อ (Purchase) ขั้นสุดท้ายที่ความคิดได้แปรเปลี่ยนเป็นการกระทำหรือพฤติกรรมการซื้อ

แผนภูมิที่ 2

แบบจำลอง The Hierarchy of Effects Model



อย่างไรก็ตามนักวิชาการหลายท่านก็พิจารณาว่า เมื่อบุคคลมีทัศนคติก็ไม่ได้หมายความว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมตามมาเสมอไป ดังเช่น Statt (1997) ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมในลักษณะดังกล่าวซึ่งสรุปได้ว่า โดยทั่วไปไปในการศึกษาทัศนคติที่มีต่อสินค้าเป็นประโยชน์ในการบอกถึงแนวโน้มการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งก็มีหลายครั้งที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า แต่ก็ไม่ได้เกิดการซื้อสินค้า หรือเกิดทัศนคติแต่ไม่เกิดพฤติกรรม ทั้งนี้เป็นเพราะมีปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมายที่เกี่ยวข้อง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปของบุคคลก็อาจจะไม่ได้หมายถึงบุคคลเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมก็สามารถแสดงเป็นทิศทางได้ ดังนี้



ความสัมพันธ์ดังกล่าวสรุปได้ว่า

- ความเกี่ยวพันสูง (With high Involvement) : ทัศนคติ → พฤติกรรม
- ความเกี่ยวพันต่ำ (With low Involvement) : พฤติกรรม → ทัศนคติ

เมื่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมเป็นไปในลักษณะความเกี่ยวพันสูง นั่นคือการที่บุคคลค่อนข้างให้ความสำคัญกับการตัดสินใจการเลือกใช้ บุคคลนั้นจะมีทัศนคติเกิดขึ้นก่อน โดยทัศนคติจะแสดงบทบาทหน้าที่ในลักษณะ 4 ประการ เพื่อประเมินแล้วจึงเกิดเป็นพฤติกรรมการซื้อต่อมาในทางตรงกันข้าม ถ้าความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมเป็นไปในลักษณะความเกี่ยวพันต่ำคือบุคคลค่อนข้างจะให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อน้อย เช่น การซื้อน้ำอัดลม ซึ่งจะเป็นตัดสินใจซื้อแบบเฉื่อย (Inertia) หรือ การตัดสินใจซื้อแบบจำกัด (Limited Decision Making) ซึ่งพฤติกรรมการเลือกใช้จะเกิดขึ้นก่อน แล้วจึงประเมินเป็นทัศนคติต่อไป

ผ้าไทย

ผ้าไทย หมายถึง ผ้าทุกชนิดที่ประดิษฐ์คิดค้นขึ้น โดยฝีมือคนไทย ได้แก่ ผ้าลายจืด ผ้ายก ผ้ายก น้ำไหล มัดหมี่ ผ้าพื้นเมือง เป็นต้น เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้มากมาย เช่น เสื้อผ้า หมอน ผ้าห่ม กระเป๋า ฯลฯ สร้างชื่อเสียงขจรขยายไปทั่วโลก ส่งผลให้ชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทยหลงไหลถึงกับเดินทางไปแสวงหาตามแหล่งต่าง ๆ เพื่อซื้อติดไม้ติดมือไปใช้สำหรับตนเอง หรือเป็นของฝากญาติสนิทมิตรสหาย สร้างรายได้ให้กับประเทศชาติเป็นเงินมากกว่า พันล้านบาทต่อปี โดยส่วนใหญ่ผ้าไทยแบบดั้งเดิมที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติและบุคคลทั่วไป เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทอมาจากเครื่องกี่มือและกี่กระตุกมีโครงสร้างของเส้นด้ายทำจากเส้นใยธรรมชาติ จำพวกไหม (Silk) และฝ้าย (Cotton) มีเพียงส่วนน้อยที่ทำจากลินิน แต่ในปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิตบางคน คัดแปลงโครงสร้างโดยการนำเส้นใยเรยอน (Rayon) หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่า "ไหมเทียม" มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ บางชนิดอาจทำจากเส้นด้ายผสมของเส้นใยชนิดต่าง ๆ

ประมาณพุทธศตวรรษที่ 18 กลุ่มชนชาติไทยได้รวมตัวกันเป็นอาณาจักรในบริเวณต่าง ๆ ของประเทศไทยปัจจุบัน อาณาจักรล้านนา อยู่ในบริเวณภาคเหนือ มีการขายผ้าอย่างกว้างขวาง ทั้งที่ทอใช้เองและส่งเป็นสินค้า ไปขายยังอาณาจักรใกล้เคียง

อาณาจักรสุโขทัย ตั้งอยู่บริเวณตอนบนของภาคกลาง มีการทอผ้าหลายชนิด เช่น ผ้า เบญจรงค์ผ้าสกุลพัสดร์ ผ้าเล็กหลบ ผ้าหนัง ผ้ากรอบ เชื่อกันว่าผ้าที่ประชาชนทั่วไปใช้สอยนั้น ทอกันนอกเมืองสุโขทัย ส่วนผ้าชั้นในราชสำนักมีช่างหลวงเป็นผู้ทอและสั่งซื้อจากต่างประเทศอื่น เช่น ประเทศจีน อินเดีย และเปอร์เซีย

สมัยกรุงศรีอยุธยารุ่งเรือง มีการสั่งผ้าจากต่างประเทศเข้ามา ใช้ในราชสำนัก และมีการสั่งเข้ามาขายให้กับประชาชนมากกว่าสมัยสุโขทัย เช่น ผ้าไหม ผ้าแพรจากจีน ผ้าพิมพ์จากอินเดีย ผ้าปุมจากเขมร ผ้าคานินิส ผ้าลาตินสี ผ้าบิรเบล ผ้าทันตา ผ้าซูดโตส จากยุโรป นอกจากนี้ยังมีผ้าพิมพ์ลาย ผ้าปักไหม และปักดินและพรหมจาก จากเปอร์เซีย ผ้าเหล่านี้ใช้เป็นเครื่องแต่งกายกษัตริย์ และเจ้านายในราชสำนักและใช้เป็นเครื่องตกแต่งราชสำนัก และอาคารบ้านเรือน ในสมัยอยุธยา เกิดแหล่งค้าผ้าและตลาดจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์ในการทอผ้าตามย่านต่างๆ ของกรุงศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางการค้าผ้าเรียกว่า เป็น ยุคทองของการค้าผ้าเลย ทีเดียว

นอกจากนี้ ผ้ายังมีบทบาทสำคัญหลายประการ เช่น เสื้อผ้าที่ประชาชนสวมใส่จะบอกฐานะทางสังคมบรรณาการระหว่างประเทศ เป็นเครื่องกำหนดตำแหน่งของผู้สวมใส่ ผ้าบางชนิดใช้เฉพาะพระมหากษัตริย์และเจ้านายชั้นสูง บางชนิดใช้เฉพาะขุนนาง นอกจากนี้ผ้ายังใช้เป็นบำเหน็จรางวัลแก่ข้าราชการ

สมัยกรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น การทอผ้าและซื้อขายผ้า เนื่องจากยุคนั้นยังมีศึกสงคราม และอยู่ในช่วงการฟื้นฟูประเทศ แต่มีหลักฐานปรากฏว่า ทางหัวเมืองทางใต้ มีการเกณฑ์ช่างทอ

ผ้าจากไทรบุรี เข้ามาสอนคนพื้นเมืองที่สงขลา และนครศรีธรรมราช ทอผ้ายก จนมีชื่อเสียงจนถึงปัจจุบัน

ในสมัยรัชกาลที่ 3 ปรากฏผ้าใช้ในราชการหลายชนิด ในช่วงกรุงรัตนโกสินทร์นั้นปรากฏชื่อผ้าชนิดต่าง ๆ ที่ประชาชนใช้ทั่วไป หลายชนิด เชื่อว่ามีคุณภาพ ดี สันถวดลาย อยู่ในเกณฑ์ดี ยกกว่าตามฐานะ สมัยรัชกาลที่ 4 ชุนนาง และข้าราชการสำนักสงฆ์ เสื้อแพร และเสื้อกระบอกผ้าขาว แต่ธรรมเนียมการใช้ผ้าก็ยังมีได้เปลี่ยนแปลงมากนัก

ในสมัยรัชกาลที่ 5 มีการเปลี่ยนแปลงใช้ผ้า และธรรมเนียมการแต่งกายของชนบางราชการ ให้เลิกนุ่งผ้าปวม แต่ให้ใช้ผ้าม่วงสีน้ำเงินแก่แทน มีการพระราชทานเสื้อให้ตามยศตำแหน่ง ซึ่งมักเป็นผ้าแพรสีต่าง ๆ แบ่งตามกระทรวงกรมที่สังกัด การแต่งกายพัฒนาไปตามแบบยุโรปมากขึ้น สำหรับสตรีนิยมแต่งกายแบบฝรั่งเสื้อขาวแขนยาว ชายเสื้อแก่เอว ห่มแพร สไบเฉียงผ่านอกเสื้อ หรือบางที่ห่มคาดสวมถุงน่อง รองเท้าบูต เป็นต้น ในช่วงรัชกาลที่ 4-5 นี้ ผ้าพิมพ์ลายจากอินเดียกลับมานิยมอีกครั้ง มีการส่งผ้าที่ออกแบบลวดลายแล้ว ไปให้อินเดียพิมพ์ลายเรียกว่าผ้าลายอย่าง ต่อมาอินเดียพิมพ์ลายไม่เหมือนแบบที่ส่งไปเรียกว่า ผ้าลายนอกอย่าง จากความนิยมนี้จึงมีการผลิตผ้าพิมพ์ลายขึ้นมาใช้เองในปี 2475 และเป็นต้นแบบกรพิมพ์แบบสกรีน (Screen Printing) มีการเปิดโรงงานผลิตผ้าพิมพ์ ประชาชนจึงพัฒนาการนุ่งผ้าโจงกระเบนแบบโบราณมาเป็นโจงกระเบนผ้าลาย และนุ่งซิ่นหรือนุ่งผ้าลายไทย ในสมัยรัชกาลที่ 6

การแต่งกายในยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองหรือยุควิวัฒนาการ มีการแต่งกายโดยใช้ผ้าจากต่างประเทศมากขึ้น แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงเพียงช่วงระยะเวลาอันสั้นเท่านั้น

รัชกาลที่ 8 การแต่งกายในราชสำนัก เปลี่ยนแปลงจากการใช้ผ้าราคาสูงที่ต้องใส่ด้วยเสี้ยนเงินทอง มาใช้ผ้าที่มีลักษณะเรียบง่าย และยังนิยมใช้ผ้าไหม

รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 แห่งราชวงศ์จักรี ซึ่งสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงให้ความสนพระทัย ในกิจการทอผ้าพื้นเมือง และทรงให้การสนับสนุนส่งเสริมให้มีการทอผ้าพื้นเมืองเป็นที่สวยงาม โดยทรงเป็นผู้นำในการใช้ผ้าพื้นเมืองฉลองพระองค์ทั้งในขณะประทับ ในประเทศ และในวโรกาสเสด็จเยือนต่างประเทศทำให้ผ้าพื้นเมืองของไทยได้มี โอกาสอวดโฉมต่อสายตาของชาวโลก และสำหรับในประเทศไทยก็ทำให้ความนิยมในผ้าไทย ทั้งไหมและฝ้าย กลับฟื้นคืนชีพขึ้นมาอีก และกำลังเจริญเติบโตอย่างงดงาม

ลวดลายของผ้าไทย

เป็นการสื่อความหมายให้ทราบถึงขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลป วัฒนธรรม ศาสนาของแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกัน แต่จุดประสงค์หลักของหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทนี้เพื่อต้องการถ่ายทอดจินตนาการให้ผู้สวมใส่ได้รับรู้แหล่งที่มาของผ้าที่มีรูปแบบการถักทอแตกต่างกันดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผ้าทอลายจิด คำว่า "จิด" เป็นภาษาพื้นบ้านของชาวอีสานแผลงมาจากคำว่าสะกิด หมายถึง การขัดทำให้เกิดการซ้อนกันของเส้นด้าย 2 กลุ่ม คือ เส้นด้ายพุ่งและเส้นด้ายยืน เกิดเป็นลวดลายที่มีความวิจิตรงดงามบนผืนผ้า ดังนั้นผ้าจิดจึงมีต้นกำเนิดมาจากจังหวัดในภาคอีสาน

ฝ้ายก ใช้วิธีการที่คล้ายคลึงกับผ้าทอลายจิด กล่าวคือ ใช้ไม้ปลายแหลมยกเส้นด้ายยืนให้ลอยขึ้นสอดใส่เส้นด้ายพุ่งที่ทำจากไหมเข้าไปขัดกับเส้นยืน กลายเป็นผ้าพื้นสลับกับการพุ่งด้ายที่ทำจากดินเงินหรือดินทอง ให้เกิดเป็นลวดลายตามความต้องการ

ฝ้ายกหรือฝ้ายจีนตีนจก คำว่า "จก" แผลงมาจาก "จก" หมายถึง การทำให้เกิดลวดลายบนผืนผ้าด้วยเส้นด้ายพุ่งที่ทำจากไหมหรือฝ้าย ชนิดพิเศษมีสีสดใส ขัดกับเส้นด้ายยืนที่ถูกยกขึ้นด้วยไม้ปลายแหลม ขนแน่น หรือนิ้วมือ ลวดเร็วประดุจจุก

ผ้าลายน้ำไหล เป็นผ้าทอพื้นเมือง กลุ่มล้านนาในจังหวัดน่าน เชียงราย เชียงใหม่ โดยการสอดใส่เส้นด้ายพุ่งสีเดียวหรือหลายสีที่ทำจากฝ้ายและไหมขัดกับเส้นยืนประเภทฝ้ายหรือผสม P/C ลวดลายที่ปรากฏบนผืนผ้าเป็นผลพวงมาจากสีของเส้นด้ายพุ่งที่ต่อเชื่อมกันอย่างลงตัวประดุจดังการเคลื่อนตัวของสายน้ำในลำธาร ลือให้ทราบถึงวัฒนธรรม ชีวิต ความเป็นอยู่ ประเพณี และอุปนิสัยของผู้ทอผ้า ลวดลายทางยาวคล้ายคลื่นบันได จรวด ชั้นของเจดีย์ เป็นต้น

ผ้ามัดหมี่ เป็นผ้าทอพื้นเมืองลวดลายของผ้ามัดหมี่ส่วนใหญ่เกิดขึ้นตามแนวของเส้นด้ายพุ่ง เนื่องจากกระบวนการย้อมสีจะใช้เชือกกล้วย พลาสติก มัดเส้นพุ่งที่ทำจากฝ้ายหรือไหมให้ได้ขนาดความยาวตามที่ต้องการ รุ่มลงไปนีย้อม สีจะวิ่งไปตามช่องว่างของเส้นด้ายที่ไม่ได้ถูกมัด เกิดเป็นลวดลายตามที่ต้องการ โดยมีคุณลักษณะพิเศษคือ ความเข้มข้นของสีไม่กลมกลืนกันเป็นผลมาจากวิธีการมัด

ผ้าแพรวา เป็นผ้าพื้นเมืองที่สำคัญของจังหวัดกาฬสินธุ์ คำว่าแพรวาเป็นคำผสมระหว่าง "แพร" ซึ่งหมายถึง การทอผ้าให้เป็นผืนด้วยฝ้ายหรือไหมและ "วา" หมายถึง ความยาวของผืนผ้าที่ทอได้ ด้วยวิธีจิดหรือจิดผสมจกได้ลวดลายตามแนวของเส้นด้ายพุ่งที่ใช้สีต่างกัน ดังนั้นลายที่เกิดขึ้นในแต่ละแถวจึงมีสีต่างกัน

ผ้ามัดอ้อม เป็นผ้าพื้นเมืองที่สำคัญของจังหวัดแพร่ โดยใช้เส้นด้ายพุ่งและยืนที่ได้จากฝ้ายทอให้เกิดลวดลายขัดธรรมดาด้วยสีครามที่ได้จากต้นอ้อมหรือต้นคราม จะได้ผ้ามีสีเดียวกันตลอดทั้งผืน ปัจจุบันนำมาดัดเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น กางเกง กระโปรง เสื้อ ผ้าเช็ดหน้า เป็นต้น

ผ้าบาติก หรือผ้าปาเต๊ะ เป็นผ้าพื้นเมืองที่สำคัญของภาคใต้ มีความแตกต่างกับผ้าไทยชนิดอื่นอย่างชัดเจน เนื่องจากลวดลายเกิดขึ้นจากการใช้สีเขียนหรือย้อมให้ซึมผ่านทะลุค้ำหน้าหลังของผืนผ้าที่ทำจากฝ้าย ไหม และไหมเทียม แทนการถักทอ ผลิตภัณฑ์ที่ได้ เช่น ผ้าตัดเสื้อ กระโปรง ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า ป้ลอกหมอน เป็นต้น

เอกลักษณ์ประจำชาติไทยถูกถ่ายทอดลงบนผืนผ้าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่คนในชาติทุกสาขาอาชีพควรให้ความสนใจเอาใจใส่และให้การส่งเสริมอย่างจริงจังถ้าขาดปัจจัยดังกล่าวอาจทำให้ชาวบ้าน

หมกกำลังใจหันกลับประกอบอาชีพด้านอื่นแทน ขาดการสืบทอดภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่อง ในไม่ช้าก็จะ หดหายไปตามกาลเวลา เพราะหัตถกรรมแต่ละชิ้นต้องใช้เวลา ฝีมือ กรรมวิธีการผลิตยุ่งยากซับซ้อน ต้นทุนสูง ค่าตอบแทนที่ได้ไม่คุ้มค่า ถึงเวลาแล้วหรือยัง ที่พวกเราคนไทยควรให้การสนับสนุนและหวน กลับมาใช้สินค้าไทยที่ผลิตโดยคนไทยในรูปแบบของผ้าไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัศนัย สุนทรวิภาค (2531) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย กับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา พบว่า ปัจจัยด้านประชากรในเรื่อง เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจาก หนังสือพิมพ์ อายุมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากนิตยสาร ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วีดีโอ สไลด์ โปสเตอร์ แผ่นพับ การจัดนิทรรศการฯ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และ หน่วยงานภาคเอกชน

วนิด มาลาศรี (2532) ศึกษาประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เผยแพร่ใน โครงการพัฒนาดินเค็มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในโครงการพัฒนาดินเค็มภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดึงดูดความสนใจ สร้างทัศนคติที่ดี และ สร้างความเชื่อถือให้เกิดแก่เกษตรกรได้ แต่ยังไม่สามารถทำให้เกษตรกรเกิดความเข้าใจได้อย่าง น่าพึงพอใจ

มุกดา แก้วมณีโชค (2532) ศึกษาประสิทธิผลของสื่อเสียงตามสายที่มีต่อความรู้ ทัศนคติและการ ปฏิบัติเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหารของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี พบว่า หลังการได้รับฟัง รายการความรู้ด้านการสุขาภิบาลอาหารทางสื่อเสียงตามสายแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการเพิ่มความรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติและการปฏิบัติตนไปในทางที่ถูกสุขลักษณะยิ่งขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อายุ และการศึกษามีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และการปฏิบัติตนด้านการสุขาภิบาล อาหาร แต่ฐานะทาง เศรษฐกิจ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ และการปฏิบัติตนด้านการ สุขาภิบาลอาหาร

นฤพล โรหิตจันทร์ (2533) ศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้ และทัศนคติ เกี่ยวกับ โครงการ "รักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ" ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าประชาชนส่วนใหญ่รู้จักโครงการ "รักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ" โดยผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในโครงการ

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความรู้ และทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับโครงการและสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วันทนี ศิริสุข (2539) ศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส ของบริษัท การบินไทย จำกัด พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิกในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส บางประเภทเท่านั้น ได้แก่ นิตยสารสวัสดิ์ แผ่นพับ จดหมายโดยตรงถึงสมาชิก โปสเตอร์ นิตยสารทั่วไป และสติ๊กเกอร์ ที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ และทัศนคติของสมาชิกเกี่ยวกับโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศิริลักษณ์ อริยบุญโญทัย (2540) ศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชนกับความรู้ และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวไทยของประชาชน สื่อเฉพาะกิจกับทัศนคติ และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวไทยของประชาชน ตลอดจนสื่อบุคคลกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวไทยของประชาชนนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุกัลยา บุญยบัณฑูร (2541) ศึกษาประสิทธิผลของประชาสัมพันธ์โครงการฉลาดประหยัดไฟ พบว่า พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร โครงการฉลาดประหยัดไฟไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟ/ฉลาดประหยัดไฟอย่างมีนัยสำคัญ ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักหรือได้รับข่าวสารของโครงการฉลาดประหยัดไฟจากสื่อมวลชนมากที่สุด และได้รับข้อมูลมากที่สุดจากสื่อมวลชนเช่นกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุในระดับใกล้เคียงกัน ส่วนสื่อที่สร้างความเข้าใจมากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ประหยัดไฟ คือสื่อโทรทัศน์ รองลงมาเป็นสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านกรสื่อสารตามที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น สามารถสรุปได้ว่า การมีความรู้ และความเข้าใจในหลักพื้นฐานทางด้านกรสื่อสาร ตลอดจนกรมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในด้านประสิทธิภาพของสื่อแต่ละชนิด รวมทั้งกรรู้จักเลือกและใช้สื่อได้อย่างเหมาะสมกับเป้าหมายแล้วนั้น จะทำให้กรสื่อสารเกิดประสิทธิผลตามมา นั่นคือกรผู้รับสารเป้าหมายเกิดความรู้อย่างเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จนถึงขั้นเกิดพฤติกรรมตามทีผู้ส่งสารต้องการในที่สุด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัด ชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด เกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย และพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัด ชลบุรี

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรเป้าหมายที่นำมาศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้หญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เพราะส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยทำงานและมีการแต่งกายออกงานอยู่เสมอ โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มประชากรที่เลือกศึกษาโดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามสถานที่ชุมชนต่างๆ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถแจกแจงตามสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1

ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยของผู้หญิงในเขต จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

สมมุติฐานข้อที่ 2

ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม ทักษะคิดเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย ของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

สมมุติฐานข้อที่ 3

ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลทำให้พฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม พฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

สมมุติฐานข้อที่ 4

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

ตัวแปรต้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

ตัวแปรตาม ทัศนคติการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

สมมุติฐานข้อที่ 5

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

ตัวแปรต้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

ตัวแปรตาม พฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

สมมุติฐานข้อที่ 6

ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

ตัวแปรต้น ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

ตัวแปรตาม พฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ชุด ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยคำถามเป็นลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบแบบสอบถามแบบสำรวจ (Check-List) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) และแบบเติมคำสั้นๆ ในช่องว่าง และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงวัตถุประสงค์มากที่สุด ผู้วิจัยได้ลำดับเนื้อหาออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1

คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ

ตอนที่ 2

คำถามเกี่ยวกับ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยจากสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งเป็นการวัดโดยใช้แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Liker scale)

ตอนที่ 3

คำถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทย จำนวน 12 ข้อซึ่งเป็นการวัดโดยใช้แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Liker scale)

ตอนที่ 4

คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยจำนวน 5 ข้อ เป็นคำถามแบบการเลือกตอบที่ตรงกับความคิดตัวเองมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (แบบสอบถาม) ผู้วิจัยได้ทำการแจกและชี้แจงแบบสอบถามด้วยตนเองตามจุดต่างๆ ในจังหวัดชลบุรี

เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

1 . การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี จากสื่อประเภทต่างๆ มาจากการนำคะแนนความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ดังนี้

* ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวจากสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เพื่อนหรือคนรู้จัก บุคคลในครอบครัว แผ่นพับและวารสาร

เป็นประจำ	5	คะแนน
บ่อย	4	คะแนน
พอสมควร	3	คะแนน
นานๆครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคย	1	คะแนน

จากนั้นนำคะแนนมากำหนดเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1.00 - 2.33	=	การเปิดรับข่าวสารน้อย
2.34 - 3.67	=	การเปิดรับข่าวสารปานกลาง
3.68 - 5.00	=	การเปิดรับข่าวสารมาก

2. ทักษะเกี่ยวกับผ้าไทย

การวัดตัวแปรจากทักษะเกี่ยวกับผ้าไทย จากคำถาม 12 ข้อ ซึ่งเป็นการวัดโดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) ทั้งเชิงบวกและเชิงลบเพื่อให้สอดคล้องกับคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

	เชิงบวก	เชิงลบ	
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1	คะแนน
เห็นด้วย	4	2	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	4	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5	คะแนน

จากนั้นนำคะแนนมากำหนดเป็นช่วงดังนี้

1.00 – 2.33	หมายความว่า	ทัศนคติอยู่ในระดับต่ำ หรือเชิงลบ
2.34 – 3.67	หมายความว่า	ทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง
3.68 – 5.00	หมายความว่า	ทัศนคติอยู่ในระดับสูงหรือเชิงบวก

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Spss for window (Statistical Package for the Social Science for window) โยมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ เพื่อนำมา ประมวลผล
2. ลงรหัสข้อมูลในแบบสอบถาม บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงเครื่องคอมพิวเตอร์
3. ทำการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ Spss for window ตามสมมติฐานการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวัดข้อมูล

1. แบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ใช้ร้อยละค่าเฉลี่ยและนำเสนอข้อมูลโดยตาราง เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี ทักษะเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี และพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี
2. แบบการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative statistic) ใช้การวิเคราะห์เพื่อหาค่าความแตกต่าง โดยใช้ Chi-Square

บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าว ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) จากประชาชนจำนวน 200 ชุดสามารถนำมาสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยแสดงผลเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย

- 1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทย
- 1.3 ทักษะคิดเกี่ยวกับผ้าไทย
- 1.4 พฤติกรรมการใช้ผ้าไทย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบสมมุติฐาน โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าสถิติ

- 2.1 สมมุติฐานที่ 1 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากรศาสตร์ กับ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทย โดยการหาค่าสถิติวิเคราะห์ Chi – Square
- 2.2 สมมุติฐานที่ 2 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากรศาสตร์ กับ ทักษะคิดเกี่ยวกับผ้าไทย โดยการหาค่าสถิติวิเคราะห์ Chi – Square
- 2.3 สมมุติฐานที่ 3 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ กับ พฤติกรรมการใช้ผ้าไทย โดยหาค่าสถิติ Chi – square
- 2.4 สมมุติฐานที่ 4 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร กับ ทักษะคิดเกี่ยวกับผ้าไทย โดยการหาค่าสถิติวิเคราะห์ Chi – square
- 2.5 สมมุติฐานที่ 5 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร กับ พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย โดยการหาค่าสถิติวิเคราะห์ Chi – square
- 2.6 สมมุติฐานที่ 6 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดเกี่ยวกับผ้าไทย กับ พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย โดยการหาค่าสถิติวิเคราะห์ Chi – square

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอายุ (N=200)

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
20 - 29	64	32.0
30 - 39	45	22.0
40 - 49	45	22.0
50 - 59	25	12.0
60 ขึ้นไป	20	10.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 1 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 20-29 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 30-39 ปีและ อายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 22 เท่ากัน และอันดับที่สาม คือ อายุระหว่าง 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 12

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามสถานภาพสมรส (N=200)

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	87	43.5
ม้าย/หย่าร้าง	7	3.5
สมรส	98	49.0
แยกกันอยู่	8	4.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 2 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา คือ โสด คิดเป็นร้อยละ 43.5

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามระดับการศึกษา (N=200)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	16	8.0
มัธยมศึกษา	15	7.5
อนุปริญญา	18	9.0
ปริญญาตรี	118	59.0
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	33	16.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 3 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างนี้มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมาคือ ปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 16.5 อันดับที่สามคือ อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 9

ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามรายได้ (N = 200)

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
5,000บาทหรือน้อยกว่า	32	16.0
5,001-10,000 บาท	35	17.5
10,001-15,000 บาท	39	19.5
15,000-20,000 บาท	31	15.5
20,001-25,000 บาท	19	9.5
25,000 บาทขึ้นไป	44	22.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 4 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ มีรายได้ต่อเดือนมากที่สุดคือ 25,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมาคือ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.5 อันดับที่สามคือ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.5

ตารางที่ 5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอาชีพ (N = 200)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	47	23.5
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	42	21.0
ข้าราชการ	36	18.0
แม่บ้าน	19	9.5
พนักงานบริษัทเอกชน	44	22.0
เกษตรกร	4	2.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	4.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 5 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้มี อาชีพเป็น นักเรียน/นักศึกษาร้อยละ 23.5 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 22 และอันดับสามคือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 21

1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับฟ้าไทย

ตารางที่ 6 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับฟ้าไทย (N=200)

สื่อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
โทรทัศน์	4.04	1.0044	มาก
วิทยุ	2.79	1.0917	ปานกลาง
หนังสือพิมพ์	3.14	1.1074	ปานกลาง
นิตยสาร	3.14	1.0782	ปานกลาง
เพื่อนหรือคนรู้จัก	2.85	1.0129	ปานกลาง
ครอบครัว	2.66	1.6942	ปานกลาง
แผ่นพับ/วารสาร	2.45	.9388	ปานกลาง
รวม	3.01	1.13	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับฟ้าไทยจากสื่อต่างๆ ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.01

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับฟ้าไทย จากสื่อโทรทัศน์ระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์และนิตยสารในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.14 และอันดับสุดท้ายคือเปิดรับข่าวสารฟ้าไทยจาก เพื่อนหรือคนรู้จักในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.85

1.3 ทศนคติเกี่ยวกับผ้าไทย

ตารางที่ 7 ทศนคติเกี่ยวกับผ้าไทย (N=200)

ทศนคติ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1.ผ้าไทยคือเอกลักษณ์ประจำชาติ	4.60	0.54	มาก
2.ผ้าไทยส่วนใหญ่มีราคาสูงกว่าผ้าทั่วไป	2.15	0.86	น้อย
3.ผู้สวมใส่ผ้าไทยถือเป็นผู้มีฐานะทางสังคม	3.21	1.01	ปานกลาง
4.ผ้าไทยมีสีสันและลวดลายที่ไม่ทันสมัย	3.38	1.05	ปานกลาง
5.ไม่ว่าจะออกแบบผ้าไทยให้มีรูปทรงที่ทันสมัยอย่างไร ก็สู้ผ้านำเข้าจากต่างประเทศไม่ได้	3.69	1.03	มาก
6.ผ้าไทยเหมาะกับผู้สูงอายุเท่านั้น	3.33	1.05	ปานกลาง
7.ผ้าไทยใส่ได้ทุกโอกาส	3.61	0.90	ปานกลาง
8.การสวมใส่ผ้าไทยก็สวยงามไม่แพ้การสวมใส่ผ้านำเข้าจากต่างประเทศ	4.12	1.66	มาก
8.การสวมใส่ผ้าไทยถือเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	4.22	0.89	มาก
9.ผ้าไทยมีขั้นตอนการรักษาที่ยุ่งยาก	2.71	1.16	ปานกลาง
10.การสวมใส่ผ้าไทยทำให้รู้สึกดีและมีความมั่นใจมากขึ้น	3.65	0.87	ปานกลาง
11.ผ้าไทยมีคุณภาพใช้งานได้นาน	3.59	0.96	ปานกลาง
รวม	3.84	1.08	มาก

จากตารางที่ 7 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้มีทศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.84

กลุ่มตัวอย่างมีทศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยเชิงบวกในเรื่อง ผ้าไทยคือเอกลักษณ์ประจำชาติ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.6 รองลงมาคือ เรื่อง การสวมใส่ผ้าไทยถือเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.22 และอันดับสามคือ การสวมใส่ผ้าไทยก็สวยงามไม่แพ้การสวมใส่ผ้านำเข้าจากต่างประเทศ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.12

กลุ่มตัวอย่างมีทศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยเชิงลบในเรื่อง ผ้าไทยเหมาะกับผู้สูงอายุเท่านั้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 รองลงมาคือ ผ้าไทยมีสีสันและลวดลายที่ไม่ทันสมัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.38 และอันดับสามคือ ไม่ว่าจะออกแบบผ้าไทยให้มีรูปทรงที่ทันสมัยอย่างไร ก็สู้ผ้านำเข้าจากต่างประเทศไม่ได้คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.69

1.3 พฤติกรรมการใช้ผ้าไทย

ตารางที่ 8 ความนิยมใช้ผ้าไทย (N=200)

ความนิยม	จำนวน	ร้อยละ
ผ้าไหม	97	48.5
ผ้าไหมเทียม	11	5.5
ผ้าฝ้าย	51	25.5
ผ้าใยผสม	11	5.5
ผ้าลินิน	29	14.5
อื่นๆ	1	0.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 8 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ มีความนิยมใช้ผ้าไทยชนิดผ้าไหมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 25.5 และอันดับสามคือ ผ้าลินิน คิดเป็นร้อยละ 14.5

ตารางที่ 9 ลวดลายของผ้าไทย (N=200)

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
ผ้าทอลายขิด	37	18.5
ผ้ามัดหมี่	23	11.5
ผ้ายก	15	7.5
ผ้าแพรวา	37	18.5
ผ้าจกหรือผ้าจันทินจก	14	7.0
ผ้าม่อฮ่อม	9	4.5
ผ้าลายน้ำไหล	34	17.0
ผ้าบาติกหรือผ้าบาเตะ	31	15.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 9 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ มีความสนใจลวดลายของ ผ้าทอลายขิดและผ้าแพรวามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.5 เท่ากัน รองลงมาคือ ผ้าทอลายน้ำไหล คิดเป็นร้อยละ 17 และอันดับสามคือ ผ้าบาติกหรือผ้าบาเตะ โดยคิดเป็นร้อยละ 15.5

ตารางที่ 10 การใช้ประโยชน์จากผ้าไทย (N=200)

การใช้ประโยชน์จากผ้าไทย	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อผ้า	173	86.5
ปลอกหมอน	1	.5
ผ้าห่ม	3	1.5
กระเป๋า	6	3.5
ผ้าปูที่นอน	2	1.0
ผ้าคลุมเตียง	2	1.5
ผ้าพันคอ	10	5.0
ผ้าคลุมไหล่	1	.5
ผ้าคลุมโต๊ะ	2	1.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 10 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ มีการนำผ้าไทยมาใช้ทำเสื้อผ้ามากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมาคือ ผ้าพันคอ โดยคิดเป็นร้อยละ 5.0 และอันดับสามคือ กระเป๋า โดยคิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 11 โอกาสที่สวมใส่ผ้าไทย(N=200)

โอกาสที่สวมใส่ผ้าไทย	จำนวน	ร้อยละ
งานมงคลสมรส	53	26.0
งานบวช	21	10.5
ไปทำบุญ	23	26.5
งานขึ้นบ้านใหม่	4	2.0
งานวันเกิด	3	1.0
งานรื่นเริง	19	9.5
ทำงาน	47	23.5
รวม	200	100

จากตารางที่ 11 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ สวมใส่ผ้าไทยไปทำบุญมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาคืองานมงคลสมรส โดยคิดเป็นร้อยละ 26 และอันดับสุดท้ายคือ ทำงาน โดยคิดเป็นร้อยละ 23.5

ตารางที่ 12 ความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย (N=200)

ความบ่อยในการใช้ผ้าไทย	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	8	4
สัปดาห์ละ2-3วัน	25	12.0
สัปดาห์ละ4-5วัน	2	1.0
สัปดาห์ละ1วัน	37	18.5
15วัน/ครั้ง	7	3.5
1เดือน/ครั้ง	16	8.0
ใช้เฉพาะออกงานสำคัญๆ	105	52.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 12 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ มีพฤติกรรมในการใช้ผ้าไทยเฉพาะออกงานสำคัญๆ โดยคิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือสัปดาห์ละ 1วัน โดยคิดเป็นร้อยละ 18.5 และอันดับสุดท้ายคือ สัปดาห์ละ 2-3วัน โดยคิดเป็นร้อยละ 12

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสถิติ

สมมติฐานที่ 1 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านอายุกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย (N=200)

อายุ		การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย			รวม	ค่า χ^2
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
20 – 29 ปี	จำนวน	26	37	1	64	13.956**
	ร้อยละ	40	57.8	1.6	100	
30 – 39 ปี	จำนวน	9	36	1	46	
	ร้อยละ	19.6	78.3	2.2	100	
40 – 49 ปี	จำนวน	9	34	2	45	
	ร้อยละ	20	75.6	4.4	100	
50 – 59 ปี	จำนวน	3	22	-	25	
	ร้อยละ	12	88	-	100	
60 ปี ขึ้นไป	จำนวน	5	14	1	20	
	ร้อยละ	25	70	5	100	

** $P \leq 0.01$

จากตารางที่ 13 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-29 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 40 และอันดับสุดท้ายคือการเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 1.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 30-39 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.6 และอันดับสุดท้ายคือการเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 2.2

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 40-49 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.6 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 20 และอันดับสุดท้ายคือการเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 4.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50-59 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 12

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 25 และอันดับสุดท้ายคือ การเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 5

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านสถานภาพการสมรสกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย (N=200)

สถานภาพการสมรส		การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย			รวม	ค่า χ^2
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
โสด	จำนวน	32	54	1	87	14.371*
	ร้อยละ	36.8	62.1	1.1	100	
ม้าย/ หย่าร้าง	จำนวน	2	5	-	7	
	ร้อยละ	28.6	71.4	-	100	
สมรส	จำนวน	18	77	3	98	
	ร้อยละ	18.4	78.6	3.1	100	
แยกกันอยู่	จำนวน	-	7	1	8	
	ร้อยละ	-	87.5	12.5	100	

* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 14 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.1 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 36.8 และอันดับสุดท้ายคือการเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 1.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพม้าย/หย่าร้าง มีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 28.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.6 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 18.4 และอันดับสุดท้ายคือการเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 3.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแยกกันอยู่ มีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางที่ 15 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษากับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย (N=200)

ระดับการศึกษา		การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย			รวม	ค่า χ^2
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	จำนวน	6	9	1	16	9.038
	ร้อยละ	37.5	56.3	6.3	100	
มัธยมศึกษา	จำนวน	2	13	-	15	
	ร้อยละ	13.3	86.7	-	100	
อนุปริญญา	จำนวน	4	13	1	18	
	ร้อยละ	22.2	72.2	5.6	100	
ปริญญาตรี	จำนวน	27	88	3	118	
	ร้อยละ	22.9	74.6	2.5	100	
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	จำนวน	13	20	-	33	
	ร้อยละ	39.4	60.6	-	100	

จากตารางที่ 15 แสดงว่า ลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านรายได้ต่อเดือนกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย (N=200)

รายได้ต่อเดือน		การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย			รวม	χ^2
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
5,000บาทหรือน้อยกว่า	จำนวน	12	20	-	32	21.350**
	ร้อยละ	37.5	62.5	-	100	
5,001-10,000 บาท	จำนวน	15	20	-	35	
	ร้อยละ	42.9	57.1	-	100	
10,001-15,000 บาท	จำนวน	8	28	3	39	
	ร้อยละ	20.5	71.8	7.7	100	
15,001-20,000 บาท	จำนวน	3	27	1	31	
	ร้อยละ	9.7	87.1	3.2	100	
20,001-25,000 บาท	จำนวน	2	16	1	19	
	ร้อยละ	10.5	84.2	5.3	100	
25,000บาทขึ้นไป	จำนวน	12	32	-	44	
	ร้อยละ	27.3	72.7	-	100	

** $P \leq 0.01$

จากตารางที่ 16 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันจะมีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,000บาทหรือน้อยกว่าต่อเดือน จะมีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 37.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ต่อเดือนจะ มีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 42.9

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จะ มีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.5 และอันดับสุดท้ายคือการเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 7.7

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001-20,000บาท จะ มีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.1รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.7 และอันดับสุดท้ายคือการเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 3.2

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-25,000บาทจะ มีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.2 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 10.5 และอันดับสุดท้ายคือการเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 5.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้25,000บาท ขึ้นไป จะ มีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 27.3

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 17 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านอาชีพกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย (N=200)

อาชีพ		การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย			รวม	ค่า χ^2
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
นักเรียน นักศึกษา	จำนวน	18	29	-	47	20.571*
	ร้อยละ	38.3	61.7	-	100	
ค้าขายธุรกิจ/ ส่วนตัว	จำนวน	6	35	1	42	
	ร้อยละ	14.3	83.3	2.4	100	
ข้าราชการ	จำนวน	6	27	3	36	
	ร้อยละ	16.7	75	8.3	100	
แม่บ้าน	จำนวน	6	3	-	19	
	ร้อยละ	31.6	68.4	-	100	
พนักงาน บริษัทเอกชน	จำนวน	12	31	1	44	
	ร้อยละ	27.3	70.5	2.3	100	
เกษตรกร	จำนวน	3	1	-	4	
	ร้อยละ	75	25	-	100	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	จำนวน	1	7	-	8	
	ร้อยละ	12.5	87.5	-	100	

* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 17 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้านอาชีพแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จะมีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 38.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จะมีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.3 และอันดับสุดท้าย คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 2.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ข้าราชการ จะมีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 16.7 และอันดับสุดท้าย คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 8.3

กลุ่มตัวอย่างที่ มีอาชีพ แม่บ้าน จะมีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.4 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 31.6

กลุ่มตัวอย่างที่ มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จะมีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 27.3 และอันดับสุดท้าย คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับ มาก คิดเป็นร้อยละ 2.3

กลุ่มตัวอย่างที่ มีอาชีพ เกษตรกร จะมีการเปิดรับข่าวสารในระดับ น้อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25

กลุ่มตัวอย่างที่ มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีการเปิดรับข่าวสารในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมา คือ การเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 12.5

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรกับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย ตารางที่ 18 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้าน อายุกับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย (N=200)

อายุ		ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย			รวม	ค่า χ^2
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
20 – 29 ปี	จำนวน	1	52	11	64	21.680**
	ร้อยละ	1.6	81.3	17.2	100	
30 – 39 ปี	จำนวน	-	31	15	46	
	ร้อยละ	-	67.4	32.6	100	
40 – 49 ปี	จำนวน	-	30	15	45	
	ร้อยละ	-	66.7	33.3	100	
50 – 59 ปี	จำนวน	-	17	8	25	
	ร้อยละ	-	68	32	100	
60 ปี ขึ้นไป	จำนวน	-	6	14	20	
	ร้อยละ	-	30	70	100	

** $P \leq 0.01$

จากตารางที่ 18 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้านอายุแตกต่างกันจะมีผลทำให้ทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จะมีทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมา คือ ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 17.2 และอันดับสุดท้าย คือ ทัศนคติในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30-39ปี จะมีทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.4 รองลงมา คือ ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 32.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 40-49ปี จะมีทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา คือ ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 33.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 50-59ปี จะมีทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยในระดับ ปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมา คือ ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 32

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 60ปีขึ้นไป จะมีทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยในระดับ มาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมา คือ ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านสถานภาพการสมรสกับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย (N=200)

สถานภาพการสมรส		ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย			รวม	ค่า χ^2
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
โสด	จำนวน	1	66	20	87	9.306
	ร้อยละ	1.1	75.9	23	100	
ม้าย/ หย่าร้าง	จำนวน	-	5	2	7	
	ร้อยละ	-	71.4	28.6	100	
สมรส	จำนวน	-	58	40	98	
	ร้อยละ	-	59.2	40.8	100	
แยกกันอยู่	จำนวน	-	7	1	8	
	ร้อยละ	-	87.5	12.5	100	

จากตารางที่ 19 แสดงว่า ลักษณะประชากรด้านสถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษากับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย (N=200)

ระดับการศึกษา		ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย			รวม	ค่า χ^2
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	จำนวน	-	8	8	15	7.626
	ร้อยละ	-	50	50	100	
มัธยมศึกษา	จำนวน	-	7	8	15	
	ร้อยละ	-	46.7	53.3	100	
อนุปริญญา	จำนวน	-	13	5	18	
	ร้อยละ	-	72.2	27.8	100	
ปริญญาตรี	จำนวน	1	85	32	118	
	ร้อยละ	8	72	27	100	
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	จำนวน	-	23	10	33	
	ร้อยละ	-	69.7	30.3	100	

จากตารางที่ 20 แสดงว่า ลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านรายได้ต่อเดือนกับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย (N=200)

รายได้ต่อเดือน		ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย			รวม	χ ²
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
5,000บาทหรือน้อยกว่า	จำนวน	-	24	8	32	15.644
	ร้อยละ	-	75	25	100	
5,001-10,000บาท	จำนวน	1	28	6	35	
	ร้อยละ	2.9	80	17.1	100	
10,001-15,000บาท	จำนวน	-	21	18	39	
	ร้อยละ	-	53.8	46.2	100	
15,001-20,000บาท	จำนวน	-	20	11	31	
	ร้อยละ	-	64.5	35.5	100	
20,001-25,000บาท	จำนวน	-	16	3	19	
	ร้อยละ	-	84.2	15.8	100	
25,000บาท	จำนวน	-	27	17	44	
	ร้อยละ	-	61.4	38.6	100	

จากตารางที่ 21 แสดงว่า ลักษณะประชากรด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรด้านอาชีพกับทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทย (N=200)

อาชีพ		ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย			รวม	ค่า χ^2
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
นักเรียน นักศึกษา	จำนวน	-	36	11	4	16.623
	ร้อยละ	-	76.6	23.4	100	
ค้าขายธุรกิจ/ ส่วนตัว	จำนวน	1	22	19	42	
	ร้อยละ	2.4	52.4	45.2	100	
ข้าราชการ	จำนวน	-	22	14	36	
	ร้อยละ	-	61.1	38.9	100	
แม่บ้าน	จำนวน	-	14	5	19	
	ร้อยละ	-	73.7	26.3	100	
พนักงาน บริษัทเอกชน	จำนวน	-	35	9	44	
	ร้อยละ	-	79.5	20.5	100	
เกษตรกร	จำนวน	-	1	3	4	
	ร้อยละ	-	25	75	100	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	จำนวน	-	6	2	8	
	ร้อยละ	-	75	25	100	

จากตารางที่ 22 แสดงว่า ลักษณะประชากรด้านอาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุระหว่าง 60ปีขึ้นไป จะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85 รองลงมา คือ พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 10 และ พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ผ้าลินิน คิดเป็นร้อยละ 5

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรสถานภาพการสมรสกับพฤติกรรมการนิยมนิยใช้ผ้าไทย (N=200)

สถานภาพการสมรส		ความนิยมนิยใช้ผ้าไทย						รวม	ค่า χ^2
		ผ้าไหม	ผ้าไหมเทียม	ผ้าฝ้าย	ผ้าใยผสม	ผ้าลินิน	อื่นๆ		
โสด	จำนวน	38	6	21	2	20	-	87	29.018**
	ร้อยละ	43.7	6.9	24.1	2.3	23	-	100	
ม่าย/หย่าร้าง	จำนวน	2	2	1	-	2	-	7	
	ร้อยละ	28.6	28.6	14.3	-	28.6	-	100	
สมรส	จำนวน	55	3	25	8	6	1	98	
	ร้อยละ	56.1	3.1	25.5	8.2	6.1	1.0	100	
แยกกันอยู่	จำนวน	2	-	4	1	1	-	8	
	ร้อยละ	25	-	50	12.5	12.5	-	100	

** $P \leq 0.01$

จากตารางที่ 24 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้านสถานภาพแตกต่างกันจะทำให้ความนิยมนิยเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีสถานภาพโสด จะมีความนิยมนิยเกี่ยวกับการใช้ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมา คือ ความนิยมนิยเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 24.1 และ ความนิยมนิยเกี่ยวกับการใช้ผ้าลินิน คิดเป็นร้อยละ 23

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีสถานภาพม่าย/หย่าร้าง จะมีความนิยมนิยเกี่ยวกับการใช้ผ้าไหม,ผ้าไหมเทียม,ผ้าลินิน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.6 เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีสถานภาพสมรส จะมีความนิยมนิยเกี่ยวกับการใช้ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมา คือ ความนิยมนิยเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ ความนิยมนิยเกี่ยวกับการใช้ผ้าใยผสม คิดเป็นร้อยละ 8.2

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีสถานภาพแยกกันอยู่ จะมีความนิยมนิยเกี่ยวกับการใช้ผ้าฝ้าย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ ความนิยมนิยเกี่ยวกับการใช้ ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 25 และ ความนิยมนิยเกี่ยวกับการใช้ ผ้าใยผสมและผ้าลินิน คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน

ตารางที่ 25 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษา กับพฤติกรรมความนิยมใช้ผ้าไทย (N=200)

ระดับการศึกษา		ความนิยมใช้ผ้าไทย						รวม	ค่า χ^2
		ผ้าไหม	ผ้าไหม เทียม	ผ้าฝ้าย	ผ้าใย ผสม	ผ้าลินิน	อื่นๆ		
ประถมศึกษ หรือต่ำกว่า	จำนวน	12	-	2	1	1	-	16	38.713
	ร้อยละ	75	-	12.5	6.3	6.3	-	100	
มัธยมศึกษา	จำนวน	13	-	1	-	1	-	15	
	ร้อยละ	86.7	-	6.7	-	6.7	-	100	
อนุปริญญา	จำนวน	6	-	9	1	2	-	18	
	ร้อยละ	33.3	-	50	5.6	11.1	-	100	
ปริญญาตรี	จำนวน	55	8	24	8	23	-	118	
	ร้อยละ	46.6	6.8	20.3	6.8	19.5	-	100	
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	จำนวน	11	3	15	1	2	1	33	
	ร้อยละ	33.3	9.1	15.5	3	6.1	3	100	

จากตารางที่ 25 แสดงว่าลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้พฤติกรรมความนิยมในการใช้ผ้าไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านรายได้ต่อเนื่องกับพฤติกรรมกรณียืมใช้ผ้าไทย (N=200)

รายได้ต่อเนื่อง		ระดับพฤติกรรม						รวม	ค่าχ ²
		ผ้าไหม	ผ้าไหม เทียม	ผ้าฝ้าย	ผ้าใย ผสม	ผ้าลินิน	อื่นๆ		
5,000 บาท หรือ น้อยกว่า	จำนวน	12	2	5	1	12	-	32	39.886**
	ร้อยละ	37.5	6.3	15.6	3.1	37.5	-	100	
5,001- 10000 บาท	จำนวน	20	1	8	-	6	-	35	100
	ร้อยละ	57.1	2.9	22.9	-	17.1	-	100	
10,001- 15000 บาท	จำนวน	18	3	13	2	2	1	39	100
	ร้อยละ	46.2	7.7	33.33	5.1	5.1	2.6	100	
15,001- 20,000 บาท	จำนวน	11	3	9	5	3	-	31	100
	ร้อยละ	35.5	9.7	29	16.1	9.7	-	100	
20,001- 25000 บาท	จำนวน	10	2	4	1	2	-	19	100
	ร้อยละ	52.6	10.5	21.1	5.3	10.5	-	100	
25,000 บาท ขึ้นไป	จำนวน	26	-	12	2	4	-	44	100
	ร้อยละ	59.1	-	27.3	4.5	9.1	-	100	

** P≤0.01

จากตารางที่ 26 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้านรายได้แตกต่างกันมีผลทำให้มีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 5,000บาท หรือน้อยกว่า จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าไหมและผ้าลินิน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5เท่ากันรองลงมา คือ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 15.6

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมา คือความนิยม เกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 22.9 และ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ผ้า ลินิน คิดเป็นร้อยละ 17.1

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 46.2 รองลงมา คือ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 33.33 และ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าไหมเทียม คิดเป็นร้อยละ 7.7

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 29 และ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ผ้า ไบ ผสม คิดเป็นร้อยละ 16.1

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมา คือ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 21.1 และ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้า ไหมเทียมและผ้าลินิน คิดเป็นร้อยละ 10.5 เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมา คือ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ผ้า ลินิน คิดเป็นร้อยละ 9.1

ตารางที่ 27 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอาชีพกับพฤติกรรมความนิยมใช้ผ้าไทย
(N=200)

อาชีพ		ความนิยมใช้ผ้าไทย						รวม	ค่า χ^2
		ผ้าไหม	ผ้าไหม เทียม	ผ้าฝ้าย	ผ้าใย ผสม	ผ้าลินิน	อื่นๆ		
นักเรียน/ นักศึกษา	จำนวน	18	3	11	2	13	-	47	47.814**
	ร้อยละ	38.3	6.4	23.4	4.3	27.7	-	100	
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	จำนวน	32	1	4	2	2	1	42	
	ร้อยละ	76.2	2.4	9.5	4.8	4.8	2.4	100	
ข้าราชการ	จำนวน	15	2	15	1	3	-	36	
	ร้อยละ	41.7	5.6	41.7	2.8	8.3	-	100	
แม่บ้าน	จำนวน	10	-	4	3	2	-	19	
	ร้อยละ	52.6	-	21.1	15.8	10.5	-	100	
พนักงาน บริษัทเอกชน	จำนวน	17	5	12	3	7	-	44	
	ร้อยละ	38.6	11.4	27.3	6.8	15.9	-	100	
เกษตรกร	จำนวน	1	-	1	-	2	-	4	
	ร้อยละ	25	-	25	-	50	-	100	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	จำนวน	4	-	4	-	-	-	8	
	ร้อยละ	50	-	50	-	-	-	100	

** $P \leq 0.01$

จากตารางที่ 27 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้านอาชีพแตกต่างกัน ทำให้มีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมา คือ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าลินิน คิดเป็นร้อยละ 27.7 และ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 23.4

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.2 รองลงมา คือ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 9.5 และ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าใยผสม,ผ้าลินิน คิดเป็นร้อยละ 4.8 เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีข้าราชการ จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าไหม,ผ้าฝ้าย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา คือ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าลินิน คิดเป็นร้อยละ 8.3

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพแม่บ้าน จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมา คือ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 21.1 และ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าใยผสม คิดเป็นร้อยละ 15.8

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าไหม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมา คือ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าลินิน คิดเป็นร้อยละ 15.9

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพเกษตรกร จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าลินิน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ ความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าไหม, ฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 25 เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีความนิยมเกี่ยวกับการใช้ ผ้าไหม, ผ้าฝ้าย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ตารางที่ 28 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอายุกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย (N=200)

อายุ		ความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย							รวม	ค่า χ^2
		ทุกวัน	สัปดาห์ ละ 2-3 วัน	สัปดาห์ ละ 4-5 วัน	สัปดาห์ ละ 1 วัน	15วัน/ ครั้ง	1 เดือน/ ครั้ง	ใช้ เฉพาะ ออกงาน สำคัญๆ		
20-29ปี	จำนวน	-	3	-	8	2	11	40	64	42.387**
	ร้อยละ	-	4.7	-	12.5	3.1	17.2	62.5	100	
30-39	จำนวน	2	5	-	15	1	-	23	46	
	ร้อยละ	4.3	10.9	-	32.6	2.2	-	50	100	
40-49	จำนวน	3	10	1	8	2	2	19	45	
	ร้อยละ	6.7	22.2	2.2	17.8	4.4	4.4	42.2	100	
50-59	จำนวน	1	4	1	3	-	3	13	25	
	ร้อยละ	4	16	4	12	-	12	52	100	
60ปีขึ้นไป	จำนวน	2	3	-	3	2	-	10	20	
	ร้อยละ	10	15	-	15	10	-	50	100	

** $P \leq 0.01$

จากตารางที่ 28 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้านอายุที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุ 20-29ปี จะมีพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย 1เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.2 และ ใช้ผ้าไทยสัปดาห์ละ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 12

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุ 30-39ปี จะมีพฤติกรรมการใช้ เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทยสัปดาห์ละ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 32.6 และใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 10.9

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุ 40-49ปี จะมีพฤติกรรมการใช้ เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 22.2 และใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 17.8

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุ 50-59ปี จะมีพฤติกรรมการใช้ เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ2-3วัน คิดเป็นร้อยละ 16 และใช้ ผ้าไทย สัปดาห์ละ 1 วัน,1เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12 เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุ 60ปีขึ้นไป จะมีพฤติกรรมการใช้ เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 2-3 วัน,สัปดาห์ละ1วัน คิดเป็นร้อยละ 15 เท่ากัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 29 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านสถานภาพกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย (N=200)

สถานภาพการสมรส		ความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย							รวม	ค่า χ^2
		ทุกวัน	สัปดาห์ละ 2-3 วัน	สัปดาห์ละ 4-5 วัน	สัปดาห์ละ 1 วัน	15 วัน/ครั้ง	1 เดือน/ครั้ง	ใช้เฉพาะออกงานสำคัญๆ		
โสด	จำนวน	2	5	-	15	2	11	52	87	44.767***
	ร้อยละ	2.3	5.7	-	17.2	2.3	12.6	59.8	100	
ม่าย/หย่าร้าง	จำนวน	2	3	-	1	-	-	1	7	
	ร้อยละ	2.8	42.9	-	14.3	-	-	14.3	100	
สมรส	จำนวน	4	17	1	19	4	5	48	98	
	ร้อยละ	4.1	17.3	1.0	19.4	4.1	5.1	49	100	
แยกกันอยู่	จำนวน	-	-	1	2	1	-	4	8	
	ร้อยละ	-	-	12.5	25	12.5	-	50	100	

*** $P \leq 0.001$

จากตารางที่ 29 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้านสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.001

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีสถานภาพโสด จะมีพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และใช้ผ้าไทย 1 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุสถานภาพม่าย/หย่าร้าง จะมีพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 2-3 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 1 วัน, ใช้เฉพาะออกงานสำคัญๆ คิดเป็นร้อยละ 14.3 เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีสถานภาพสมรส จะมีพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 17.3

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีสถานภาพแยกกันอยู่ จะมีพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 25 และใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 2-3 วัน, 15 วันครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน

ตารางที่ 30 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษากับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย (N=200)

ระดับการศึกษา		ความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย							รวม	ค่า χ^2
		ทุกวัน	สัปดาห์ ละ 2-3 วัน	สัปดาห์ ละ 4-5 วัน	สัปดาห์ ละ 1 วัน	15วัน/ ครั้ง	1 เดือน/ ครั้ง	ใช้ เฉพาะ ออก งาน สำคัญๆ		
ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	จำนวน	-	-	1	4	-	3	8	16	30.248
	ร้อยละ	-	-	6.3	25	-	18.8	50	100	
มัธยมศึกษา	จำนวน	-	1	-	3	-	-	11	15	
	ร้อยละ	-	6.7	-	20	-	-	73.3	100	
อนุปริญญา	จำนวน	-	-	-	5	-	4	9	8	
	ร้อยละ	-	-	-	27.8	-	22.2	50	100	
ปริญญาตรี	จำนวน	7	20	1	20	5	8	57	118	
	ร้อยละ	5.9	16.9	.8	16.9	4.2	6.8	48.3	100	
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	จำนวน	1	4	-	5	2	1	20	33	
	ร้อยละ	3	12.1	-	15.2	6.1	3	60.6	100	

จากตารางที่ 30 แสดงว่าลักษณะประชากรทางด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 31 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย (N=200)

รายได้ต่อเดือน		ความบ่อยครั้งในการใช้ผ้า							รวม	ค่า χ^2
		ทุกวัน	สัปดาห์ ละ 2-3 วัน	สัปดาห์ ละ 4-5 วัน	สัปดาห์ ละ 1 วัน	15วัน/ ครั้ง	1 เดือน/ ครั้ง	ใช้ เฉพาะ ออก งาน สำคัญๆ		
5,000บาท หรือน้อยกว่า	จำนวน	-	3	-	4	1	4	20	32	51.516**
	ร้อยละ	-	9.4	-	12.5	3.1	12.5	62.5	100	
5,001-10,000 บาท	จำนวน	-	1	-	5	1	7	21	35	
	ร้อยละ	-	2.9	-	14.3	2.9	20	60	100	
10,001- 15,000บาท	จำนวน	2	1	-	10	1	2	23	39	
	ร้อยละ	5.1	2.6	-	25.6	2.6	5.1	59	100	
15,001- 20,000บาท	จำนวน	2	8	1	10	-	2	8	31	
	ร้อยละ	6.5	25.8	3.2	32.3	-	6.5	25.8	100	
20,001- 25,000บาท	จำนวน	1	2	-	3	-	1	12	19	
	ร้อยละ	5.3	10.5	-	15.8	-	5.3	63.2	100	
25,000บาท ขึ้นไป	จำนวน	3	10	1	5	4	-	21	44	
	ร้อยละ	6.8	22.7	2.3	11.4	9.1	-	47.7	100	

** $P \leq 0.01$

จากตารางที่ 31 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้านรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีผลทำให้พฤติกรรมเกี่ยวกับความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 5,000 บาทหรือน้อยกว่า จะมีพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย เฉพาะออกงานสำคัญ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 1 วัน, 1 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย เฉพาะออกงานสำคัญ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย 1 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20 และใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 14.3

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาทจะมีพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทยสัปดาห์ละ 1วัน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และ ใช้ผ้าไทยทุกวัน,1เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.1เท่านั้น

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาทจะมีพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 1วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 2-3วันและใช้เฉพาะออกงานสำคัญๆ คิดเป็นร้อยละ 25.8 เท่านั้น

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาทจะมีพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 1วัน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ2-3วัน คิดเป็นร้อยละ 10.5

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ 25,000บาทขึ้นไปจะมีพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมา คือ ใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ 2-3วัน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และใช้ผ้าไทย สัปดาห์ละ1วัน คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอาชีพกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย (N=200)

อาชีพ		ความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย							รวม	ค่า χ^2
		ทุกวัน	สัปดาห์ ละ 2-3 วัน	สัปดาห์ ละ 4-5 วัน	สัปดาห์ ละ 1 วัน	15วัน/ ครั้ง	1 เดือน/ ครั้ง	ใช้ เฉพาะ ออก งาน สำคัญๆ		
นักเรียน นักศึกษา	จำนวน	1	3	1	6	2	6	28	47	73.726***
	ร้อยละ	2.1	6.4	2.1	12.8	4.3	12.8	59.6	100	
ค้าขายธุรกิจ/ ส่วนตัว	จำนวน	1	4	-	6	1	1	29	42	
	ร้อยละ	2.4	9.5	-	14.3	2.4	2.4	69	100	
ข้าราชการ	จำนวน	2	10	1	13	-	-	10	30	
	ร้อยละ	5.6	27.8	2.8	36.1	-	-	27.8	100	
แม่บ้าน	จำนวน	1	1	-	7	-	2	8	19	
	ร้อยละ	5.3	5.3	-	36.8	-	10.5	42.1	100	
พนักงาน บริษัทเอกชน	จำนวน	3	7	-	4	2	6	22	44	
	ร้อยละ	6.8	15.9	-	9.1	4.5	13.6	50	100	
เกษตรกร	จำนวน	-	-	-	-	2	-	2	4	
	ร้อยละ	-	-	-	-	50	-	50	100	
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	จำนวน	-	-	-	1	-	1	6	8	
	ร้อยละ	-	-	-	12.5	-	12.5	75	100	

*** $P \leq 0.001$

จากตารางที่ 32 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้านอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีผลทำให้พฤติกรรมเกี่ยวกับความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.001

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ ใช้เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมา คือ พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ สัปดาห์ละ 1วัน, 1เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.8 เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ฟ้าไทย ใช้เฉพาะ ออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาคือ พฤติกรรมกับการใช้ สัปดาห์ละ 1วัน,1เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ สัปดาห์ละ 2-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 9.5

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพข้าราชการจะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ สัปดาห์ละ1วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.1 รองลงมาคือ พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ สัปดาห์ละ 2-3วันและใช้เฉพาะออกงานสำคัญๆ คิดเป็นร้อยละ 27.8 เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพแม่บ้านจะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ ใช้เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาคือ พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ สัปดาห์ละ1วัน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และ พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ 1เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.5

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ ใช้เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ สัปดาห์ละ2-3วัน คิดเป็นร้อยละ 15.9 และ พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ 1เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.6

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีเกษตรกรจะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ 15วัน/ครั้งและใช้เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ 15วัน/ครั้ง,ใช้เฉพาะออกงานสำคัญๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือ พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ สัปดาห์ละ1วัน และ1เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติการใช้ผ้าไทย
 ตารางที่ 33 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยกับระดับทัศนคติเกี่ยวกับผ้า
 ไทย (N=200)

ระดับการเปิดรับข่าวสาร		ระดับทัศนคติ			รวม	ค่า χ^2
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
น้อย	จำนวน	1	43	8	52	12.124
	ร้อยละ	1.9	82.7	15.4	100	
ปานกลาง	จำนวน	-	91	52	143	
	ร้อยละ	-	63.6	36.4	100	
มาก	จำนวน	-	2	3	5	
	ร้อยละ	-	40	60	100	

จากตารางที่ 33 แสดงว่าการลักษณะประชากรด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกัน ไม่มี
 ผลทำให้ทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยกับพฤติกรรมการนิยมนิยมนในการใช้ผ้าไทย (N=200)

ระดับการเปิดรับ ข่าวสาร		ระดับพฤติกรรม						รวม	ค่า χ^2
		ผ้าไหม	ผ้าไหม เทียม	ผ้าฝ้าย	ผ้าใย ผสม	ผ้าลินิน	อื่นๆ		
น้อย	จำนวน	24	7	11	1	9	-	52	14.563
	ร้อยละ	46.2	13.5	21.2	1.9	17.3	-	100	
ปาน	จำนวน	71	4	37	10	20	1	143	
	ร้อยละ	49.7	2.8	25.9	7	14	.7	100	
มาก	จำนวน	2	-	3	-	-	-	5	
	ร้อยละ	10	-	60	-	-	-	100	

จากตารางที่ 34 แสดงว่าลักษณะประชากรด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้พฤติกรรมการใช้ผ้าไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 3⁵ เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย (N=200)

ระดับการเปิดรับ ข่าวสาร		ระดับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย							รวม	ค่า χ^2
		ทุก วัน	สัปดาห์ ละ2-3วัน	สัปดาห์ ละ4-5วัน	สัปดาห์ ละ1วัน	15วัน/ ครั้ง	1เดือน/ ครั้ง	ใช้ เฉพาะ ออกงาน สำคัญ		
น้อย	จำนวน	3	2	1	9	3	6	28	52	9.613
	ร้อยละ	5.8	3.8	1.9	17.3	5.8	11.5	53.8	100	
ปาน	จำนวน	5	22	1	26	4	10	75	143	
	ร้อยละ	3.5	15.4	.7	18.2	2.8	7	52.4	100	
มาก	จำนวน	-	1	-	2	-	-	2	5	
	ร้อยละ	-	20	-	40	-	-	40	100	

จากตารางที่ 34 แสดงว่าลักษณะประชากรการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ทักษะคิดเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 35 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยกับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย(N=200)

ทัศนคติ		พฤติกรรมความนิยม						รวม	ค่า χ^2
		ผ้าไหม	ผ้าไหม เทียม	ผ้าฝ้าย	ผ้าใย ผสม	ผ้าลินิน	อื่นๆ		
น้อย	จำนวน	1	-	-	-	-	-	1	14.575
	ร้อยละ	100	-	-	-	-	-	100	
ปาน	จำนวน	57	11	36	9	83		136	
	ร้อยละ	41.9	8.1	26.5	6.6	16.9	-	100	
มาก	จำนวน	39	-	15	2	6	1	63	
	ร้อยละ	61.9	-	23.8	3.2	9.5	1.6	100	

จากตารางที่ 35 แสดงว่าลักษณะประชากรด้านทัศนคติที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้พฤติกรรมการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยกับพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย(N=200)

ทัศนคติ		พฤติกรรมความบ่อยครั้ง							รวม	ค่า χ^2
		ทุกวัน	สัปดาห์ ละ2-3 วัน	สัปดาห์ ละ4-5 วัน	สัปดาห์ ละ1วัน	15วัน/ ครั้ง	1เดือน/ ครั้ง	ใช้ เฉพาะ ออก งาน สำคัญๆ		
น้อย	จำนวน	-	-	-	-	-	-	1	1	10.666
	ร้อยละ	-	-	-	-	-	-	100	100	
ปานกลาง	จำนวน	7	17	1	24	2	14	71	136	
	ร้อยละ	5.1	12.5	.7	17.6	1.5	10.3	52.2	100	
มาก	ร้อยละ	1	8	1	13	5	2	33	63	
	จำนวน	1.6	12.7	1.6	20.6	7.9	3.2	52.4	100	

จากรายที่ 36 แสดงว่าลักษณะประชากรด้านทัศนคติที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มหาวิทยาลัยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการใช้ผ้าไทย ของผู้หญิงในจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย ของผู้หญิงในจังหวัดชลบุรี

ลักษณะของการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้หญิงในเขตอำเภอเมือง ในจังหวัดชลบุรี โดยวิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย ทักษะคิดเกี่ยวกับผ้าไทย และพฤติกรรมการใช้ผ้าไทย ส่วนการทดสอบสมมติฐานนี้ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้สถิติ (Chi - Square)

สรุปผลการวิจัย

1. ส่วนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่ศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 200 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 29 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี รายได้ 25,000 บาท และมีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทย

กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยในระดับปานกลาง มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดเกี่ยวกับผ้าไทย

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยอยู่ในระดับปานกลางและส่วนใหญ่มิมีทัศนคติในเชิงบวกเกี่ยวกับผ้าไทย ในเรื่อง ผ้าไทยคือเอกลักษณ์ประจำชาติ มากที่สุด

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความนิยมใช้ผ้าไหมไทยมากที่สุด ลวดลายของผ้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ผ้าทอลายขิด และผ้าแพรวา มากที่สุด ด้านการนำมาใช้ประโยชน์ มีการนำผ้าไทยมาใช้ทำเสื้อผ้ามากที่สุด ในด้านการสวมใส่ จะใส่ไปทำบุญมากที่สุด ความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย ใช้ใส่เฉพาะออกงานสำคัญ ๆ มากที่สุด

2. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยแตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า

1. อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. สถานภาพการสมรส

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทย

4. รายได้ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า

1. อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันจะมีทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. สถานภาพการสมรส

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย

3. ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย

4. รายได้ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย

5. อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน

3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอายุกับความนิยมใช้ผ้าไทยจากการวิจัยพบว่า

1. อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความนิยมในการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. สถานภาพการสมรส

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีความนิยมในการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความนิยมในการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน

4. รายได้ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความนิยมในการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรด้านอายุกับความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทย จากการวิจัยพบว่า

1. อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. สถานภาพการสมรส

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

3. ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน

4. รายได้ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติจากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย

สมมติฐานที่ 5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย

สมมติฐานที่ 6 ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี จากการวิจัยพบว่า

ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในจังหวัดชลบุรี

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรได้แก่ อายุ สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือน อาชีพ เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุระหว่าง 50-59 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยมาก อาจเป็นเพราะว่าผ้าไทยถือเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติที่ควรอนุรักษ์การสวมใส่ผ้าไทยจึงทำให้ผู้ใส่ดูดีและมีความมั่นใจมากขึ้นวัยอายุ 50-59 ปี ถือว่าเป็นช่วงที่ต้องการความมั่นคงในชีวิตและต้องการความนับถือจากบุคคลโดยรอบข้าง อาจดูได้จากตารางที่ 13 จะเห็นได้ว่าการเปิดรับข่าวสารของคนในช่วง 30-60ปีจะมีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลางค่อนข้างสูงแสดงให้เห็นว่าช่วงอายุมีความสำคัญมากต่อการแต่งกายเพื่อเพิ่มบุคลิกภาพสร้างภาพลักษณ์ และความมั่นใจให้กับตนเอง จึงทำให้ผ้าไทยอยู่ในความน่าสนใจในการใส่ออกงานสังคมต่างๆ และในช่วงอายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะว่าช่วงอายุนี้ ให้ความสนใจในข่าวสารเรื่องอื่น เช่น เรื่องสื่อบันเทิงมากกว่า และต้องการหาประสบการณ์ในด้านต่าง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2531 : 23 – 26) ที่ว่าทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใดอย่างไหนนั้นก็ด้วยปัจจัยกำหนด คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำเนินชีวิตในสภาพแวดล้อมสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเราจะยึดกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่แสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นก็คือมักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร เชื่อกันว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสารรวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องคือ ทักษะ สุนทรวิภาค (2531) ศึกษาพฤติกรรมกาท่องเที่ยวเมืองไทยกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยกับนิตยสาร

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรส แยกกันอยู่จะมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด อาจเป็นเพราะว่า สถานภาพแยกกันอยู่จะเกิดความเหงาเพราะโดยส่วนใหญ่จะผ่านการสมรสมาแล้วจึงทำให้อยากมีเพื่อนหรือคนคอยคุยและสนทนาด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด แรงผลักดันในการเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น Merrill และ Lowenstein (1971 ; 134-135) ระบุว่าสาเหตุจาก

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการเพื่อน ไม่สามารถอยู่ตามลำพังได้ ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น 2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง 3. ประโยชน์ใช้สอย มนุษย์ต้องการข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนโดยอาจได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ 4. สาเหตุจากสื่อ ซึ่งมีลักษณะกระตุ้น ชี้นำ ทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวสารในช่วงเวลานั้น ๆ

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยแตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 อาจเป็นเพราะผ้าไทยเป็นผ้าพื้นเมืองจึงทำให้การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยเป็นเรื่องปกติของคนทุกระดับการศึกษา เพราะมีการปลูกฝังมานาน จึงทำให้ไม่เกิดความแตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท อาจเป็นเพราะว่าผ้าไทยมีราคาที่สูงขึ้นสูงผู้ที่มียาได้น้อยกว่าก็จะไม่สนใจข่าวสารในเรื่องผ้าไทยมากเพราะตนไม่มีอำนาจในการเลือกซื้อบ่อยนัก ปัจจุบันค่าครองชีพในการดำเนินชีวิตสูงทำให้รายจ่ายเพิ่มมากขึ้น ทำให้การเปิดรับข่าวสารก็จะต้องเลือกเฉพาะด้านที่สนใจและมีอำนาจในการเลือกซื้อด้วยข่าวสารจึงถือได้ว่ามี

อำนาจอย่างมากในการตัดสินใจ การเลือกรับข่าวสารหรือการเลือกเปิดรับสื่อของบุคคลแต่ละคนไม่เหมือนกัน ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละคนมีปัจจัยที่ทำให้เกิดความต่างกันในการเปิดรับสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2538) ได้กล่าวว่าลักษณะทางประชากรอันได้แก่ อายุ เพศ รายได้ การศึกษา และศาสนา คือปัจจัยที่ทำให้บุคคลเลือกรับสารต่างกัน (อ้างถึงใน ปริญญ์ ปัญจวงศ์, 2540)เช่นเดียวกับทฤษฎีด้านประชากร ที่เสนอว่า บุคคลที่คุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับสารแตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ นักเรียน นักศึกษา อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นกลุ่มที่กำลังอยู่ในวัยทำงาน จะมีการพบปะผู้คน ออกงานสังกมบ่อยจึงจำเป็นต้องสวมใส่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ทำให้ตนดูดีและเพิ่มความมั่นใจให้กับตนเองมากขึ้น จากตารางที่ 17 จะทราบว่าอาชีพเกษตรกร และอาชีพแม่บ้าน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องผ้าไทยน้อย มากที่สุด นั่นก็จะแสดงให้เห็นว่า อาชีพเกษตรกรและแม่บ้านส่วนมากจะไม่ค่อยได้เดินทางไปไหนบ่อยนักจึงทำให้ไม่ค่อยมีสังคมหรือออกงานบ่อยมากนักจากตารางที่31จะเห็นว่าอาชีพเกษตรกรและแม่บ้านส่วนใหญ่จะสวมใส่เฉพาะออกงานสำคัญๆมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ขวัญเรือน กิติวัฒน์(2531) อธิบายว่าทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลาเพียงแต่จะเปิดรับสื่อใดอย่างไหน ซึ่งปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร กลุ่มที่มีลักษณะทางด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ในระดับเดียวกัน การเปิดรับสื่อและการตอบสนองต่อเนื้อหาการสื่อสารของกลุ่มดังกล่าวย่อมคล้ายคลึงกันด้วย

สมมติฐานที่2 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลทำให้ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า มีทั้งส่วนที่เป็นไปตามสมมติฐานและไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 ส่วนที่เป็นไปตามสมมติฐาน ได้แก่ ลักษณะประชากรด้านอายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 ปี มีทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-29 ปี อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60ปี ขึ้นเป็นคนที่มีการใช้ผ้าไทยมาเป็นระยะเวลานานจึงทำให้ทัศนคติที่ดีต่อผ้าไทยเป็นการปลูกฝังที่ยาวนานบวกกับผ้าไทยบ่งบอกถึงความเป็นไทย และมีเอกลักษณ์ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ทั้งการสวมใส่ก็ทำให้ดูภูมิฐานเหมาะสมกับวัยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 30-59ปี มีทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยอยู่ในระดับปานกลางอาจเป็นเพราะ ในยุคปัจจุบันมีสินค้าเกี่ยวกับผ้า นำเข้าจากต่างประเทศมากมาย จึงทำให้ทางเลือกมีมากขึ้น ประกอบกับสภาพแวดล้อมภายนอกคือ โอกาสในการสวมใส่ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พะยอม วงศ์สารศรี(2526:ศศิวิมล ตามไท,2542) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิดการกระตุ้นให้เกิดการ

กระทำ ทักษะคิดสามารถเปลี่ยนแปลงได้ถ้าสภาพแวดล้อม หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปหรือได้รับข้อมูลใหม่ โดยทั่วไปเชื่อกันว่าทักษะคิดมีผลต่อการปฏิบัติของบุคคล

ส่วนที่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 ได้แก่ ลักษณะทางประชากรด้าน สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ อาจจะเป็นเนื่องจาก ทักษะคิดที่ตัวอย่างมีไม่ได้มาจากตัวแปรเหล่านี้ เพราะทักษะคิดที่มีขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การเรียนรู้ของแต่ละบุคคลประกอบกับผ้าไทยเป็นผ้าพื้นเมืองที่มีมาช้านานและมีการถ่ายทอดสืบต่อกันมาหลายรุ่นในเรื่องคุณค่าประกอบกับการส่งเสริมให้ใช้ผ้าไทยของรัฐบาล และมีการปลูกฝังทางด้านคุณค่า กันมาช้านาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฮอว์ และ ไรท์ (Shaw and wright,1976:3)กล่าวว่า ทักษะคิด หมายถึง ความรู้สึกทางจิตใจของบุคคล เนื่องจากการเรียนรู้ตลอดจนประสบการณ์ ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมไปในทิศทางใดทางหนึ่ง การตอบสนองต่อสิ่งร่ำ หรือจินตนาการต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง ดังนั้นไม่ว่าจะอยู่ในสถานะใด ก็ล้วนมีทักษะคิดที่เหมือนกันในการใช้ผ้าไทย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมุกดาแก้วมณีโชค (2532) ศึกษาประสิทธิผลของสื่อเสียงตามสายที่มีต่อความรู้ ทักษะคิดและการปฏิบัติเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหารของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี พบว่า หลังการได้รับฟังรายการความรู้ด้านการสุขาภิบาลอาหารทางสื่อเสียงตามสายแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการเพิ่มความรู้เปลี่ยนแปลงทักษะคิดและการปฏิบัติตนไปในทางที่ถูกสุขลักษณะยิ่งขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อายุและการศึกษามีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และการปฏิบัติตนด้านการสุขาภิบาล อาหาร แต่ฐานะทางเศรษฐกิจ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ และการปฏิบัติตนด้านการสุขาภิบาลอาหาร

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า มีทั้งส่วนที่เป็น ไปตามสมมติฐานและไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 ส่วนที่เป็น ไปตามสมมติฐานได้แก่ ลักษณะประชากรด้านอายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน อาชีพ อาจเป็นเพราะว่าตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันส่วนใหญ่ผู้ที่มีอายุมากๆจะอยู่ในสถานภาพการสมรสแล้วจะมีอาชีพการงานและรายได้ที่ติดตามมาด้วยและกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้มักมีการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับผ้าไทย ในการออกงานสังคมต่างๆ เช่น การไปทำบุญตักบาตร ไปงานบวช งานมงคลต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุรพงษ์ ไสธนะเสถียร (2533)กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของคนเรา ส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้ และทักษะคิดของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากการมีความรู้และทักษะคิดที่แตกต่างกันซึ่งเกิดขึ้นได้เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อและความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความนิยมการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากการปลูกฝังทางวัฒนธรรมไทย สังคมไทยต่อการเล็งเห็นคุณค่าทางด้านผ้าไทยมานาน และประกอบกับผ้าไทยมีคุณสมบัติครบถ้วนในด้านการใช้ประโยชน์และการใช้ผ้าไทยถือเป็นการอนุรักษ์ของไทยให้คงอยู่ตลอดไป ดังนั้นจึงมีผลในด้าน ความนิยมใช้ผ้าไทยที่ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีความบ่อยครั้งในการใช้ผ้าไทยมีทั้งส่วนที่เป็นไปตามสมมติฐานและไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 ส่วนที่เป็นไปตามสมมติฐานได้แก่ ลักษณะประชากรด้าน สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือน อาชีพ อาจเป็นเพราะว่าการสวมใส่ผ้าไทยของแต่ละคนนั้นส่วนมากจะต้องขึ้นอยู่กับงานที่จะไปและความเหมาะสมกับสถานที่นั้นๆ หรือกิจกรรมที่ต้องทำ ในขณะที่ความบ่อยครั้งในการสวมใส่ต้องขึ้นอยู่กับความเหมาะสมกับสังคม จากตารางที่ 28 จะเห็นว่าการสวมใส่ผ้าไทยนั้นโดยส่วนมากจะสวมใส่เฉพาะออกงานสำคัญๆ เท่านั้น นั่นก็อาจเป็นเพราะผ้าไทยมีลักษณะที่โดดเด่นแก่ผู้สวมใส่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ครอนบาช (ปกิจ พรหมายน, 2531:29-30) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะ ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจ หรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาอันนานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองตอบความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

ส่วนที่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 ได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้ ที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาล้วนเป็นหญิงทั้งสิ้น ไม่ว่าจะมีการศึกษาระดับใดก็ตามก็มีความชอบผ้าไทยเหมือนกันเพราะสังคมไทยมีปลูกฝังที่สามารถถ่ายทอดถึงกัน ผ้าไทยถือเป็นการมรดกตกทอดมาจากบรรพบุรุษมาช้านาน จึงส่งผลให้ผ้าไทยได้รับความนิยมมีคุณค่าแก่การอนุรักษ์ จึงทำให้มีค่านิยมที่เหมือนกันในด้านอนุรักษ์นิยม ซึ่งไปสอดคล้องกับแนวคิดของ สุรพงษ์ โสชนะเสถียร (2523) ที่กล่าวว่า การกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากการมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดขึ้นได้เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ต่างกันอันจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในจังหวัดชลบุรีมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในจังหวัดชลบุรี

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทย แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่า ผู้หญิงรู้จักผ้าไทยและมีประสบการณ์การใช้ผ้าไทยมาอย่างยาวนาน ผ้าไทยถือว่าเป็นงานอันทรงคุณค่าบ่งบอกถึงความเป็นไทย เป็นภูมิปัญญาที่ถ่ายทอด จินตนาการ ความรักความศรัทธา และสืบทอดมาสู่ชนรุ่นต่อมาจึงทำให้ทัศนคติต่อผ้าไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ไม่เปลี่ยนแปลงดังนั้นการเปิดรับข่าวสารจึงไม่มีผลต่อทัศนคติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เฉลียว บุรีภักดิ์ (2517:218) ให้ความหมายว่า ทัศนคติ เป็นความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่งบุคคลใด ทัศนคติที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ เกิดจากประสบการณ์หรือการเรียนรู้ทั้งสิ้น ดังนั้น จึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามประสบการณ์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น แต่กระบวนการเปลี่ยนแปลงอาจจะเร็วหรือช้าแล้วแต่ทัศนคติและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศิริลักษณ์ อริยปัญญา (2540) ศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชนกับความรู้ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน สื่อเฉพาะกิจกับทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชน ตลอดจนสื่อบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยของประชาชนนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้พฤติกรรม(ความนิยมและความบ่อยครั้ง)ในการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่า วัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาททางด้านความคิดของคนจึงทำให้พฤติกรรมในการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงเป็นไปในทางเดียวกันทั้ง ๆ ที่การเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากที่มีทัศนคติในเชิงบวกย่อมมีพฤติกรรมในการใช้ผ้าไทยที่มากขึ้นตามมาด้วย ดังตารางที่ 17 หน้า 34 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชอว์ และ ไรท์ (Shaw and Wright, 1976:3) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึงความรู้สึกทางจิตใจของบุคคล เนื่องจากการเรียนรู้ตลอดจนประสบการณ์ ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมไปในทิศทางใดทางหนึ่ง การตอบสนองต่อสิ่งริ่ หรือจินตนาการต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง

สมมติฐานที่ 6 ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรี

จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะคนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้พฤติกรรมการใช้ผ้าไทยแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่า ทุกคนต้องสวมใส่เสื้อผ้าเพื่อปกปิดร่างกายหรือให้ความอบอุ่นแก่ร่างกาย ทุกคนจึงมีความจำเป็นต้องใส่เสื้อผ้าอีกทั้งยังขึ้นอยู่กับค่านิยมในการสวมใส่และการสวมใส่ผ้าไทยเป็นประจำจึงทำให้เกิดความเคยชินและปัจจัยทางอายุ สถานภาพการสมรส รายได้ และอาชีพ ก็ถือว่ามีส่วนในการกำหนดบทบาทพฤติกรรมในการสวมใส่เพราะผ้าไทยมีราคาค่อนข้างสูงผู้สวมใส่จึงต้องมีอาชีพ รายได้ที่ดีผู้ที่มีรายได้ดีส่วนใหญ่จะต้องมีอายุที่มากและผู้ที่มียุมากโดยส่วนใหญ่ก็จะมีสถานภาพการการสมรสแล้วทั้งสิ้น จึงไม่แปลกที่ทัศนคติต่างกันจึงมีพฤติกรรมที่เหมือนกันได้ และการทอผ้าไทยถือว่าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาช้านานในประเทศไทยผ้าไทยมีเสน่ห์ ลวดลายกรรมวิธีการทอที่ประณีต ที่ทำให้เป็นที่ยอมรับของผู้หญิงไทยทุกคนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โรเจอร์ส (Rogers, 1971: 288-289) เรียกว่า ช่องว่างของความรู้ ทักษะคน ในการยอมรับปฏิบัติ หรือ Kap-Gap และได้อธิบายว่า ทักษะคนและพฤติกรรมของบุคคลนั้น ไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อมีการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้วแต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้วอาจมีความ โน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิด Kap-Gap ขึ้นได้ กล่าวโดยสรุปคือ ในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทักษะคนเช่นไรจะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่ คือ K (Knowledge), A (Attitude), P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอกันทุกกรณีงาน วิจัยที่เกี่ยวข้อง สุกัลยา บุญยบัณฑิต (2541) ศึกษาประสิทธิผลของประชาสัมพันธ์โครงการฉลากประหยัดไฟ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโครงการฉลากประหยัดไฟฟ้าไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการประหยัดไฟ/ฉลากประหยัดไฟฟ้าอย่างมีนัยสำคัญ ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักหรือได้รับข่าวสารของโครงการฉลากประหยัดไฟจากสื่อมวลชนมากที่สุด และได้รับข้อมูลมากที่สุดจากสื่อมวลชนเช่นกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุในระดับใกล้เคียงกัน ส่วนสื่อที่สร้างความเข้าใจมากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออุปกรณ์ประหยัดไฟ คือสื่อโทรทัศน์ รองลงมาเป็นสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลางเป็นส่วนมาก กลุ่มตัวอย่างรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาจะเป็นสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ฉะนั้นหน่วยงานจากภาครัฐและภาคเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไทยควรส่งเสริมให้มีข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทยผ่านสื่อทางโทรทัศน์ในเรื่องประโยชน์ในการใช้สอยและแหล่งผลิตผ้าไทยเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความเข้าใจและส่งเสริมการขาย
2. จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับผ้าไทยในเชิงลบ ในเรื่องผ้าไทยเหมาะกับผู้สูงอายุเท่านั้นดังนั้นหน่วยงาน เช่น กลุ่มสินค้าสิ่งทอ ควรมีการส่งเสริมให้การสนับสนุนสื่อการประชาสัมพันธ์ในเรื่องผ้าไทยใช้ได้ทุกเพศทุกวัย เพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติในเชิงบวก
3. จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการนิยมใช้ผ้าไหมมากกว่าผ้าทุกชนิด และใช้ผ้าไทยเฉพาะออกงานสำคัญมากที่สุด ฉะนั้นควรมีการส่งเสริมผ้าไทยชนิดอื่น ๆ ด้วยได้แก่ ผ้าฝ้าย ผ้าใยผสม ผ้าลินิน ผ้าไหมเทียมๆ เพราะผ้าไทยทุกชนิดก็มีความสวยงามไม่แพ้ผ้าไหม และมีกรรมวิธีการผลิตที่ประณีต บรรจง เช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในงานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการวิจัยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงในเขตจังหวัดชลบุรีเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการวิจัยในจังหวัดอื่น ๆ บ้าง เพื่อให้เกิดความหลากหลายในด้านความคิด และลักษณะประชากรของประชาชนในแต่ละพื้นที่
2. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งอาจทำให้ไม่ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากนัก อีกทั้งยังเป็นการศึกษาเพียงตัวแปรการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และพฤติกรรม ซึ่งจากผลการวิจัยจะพบว่า ยังมีประชาชนบางส่วนที่มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ผ้าไทยไม่สอดคล้องกับตัวแปรเบื้องต้น ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เช่น ความรู้ ปัจจัย และอิทธิพลของสื่อ โดยอาจเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกบ้าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดลึกซึ้งยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ นกแก้ว. 2535. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป และซื้อบริการเสื้อผ้าสั่งตัดของข้าราชการสตรีในเขตจังหวัดสงขลา. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กรรณีย์ ถาวรสุข. 2539ก ผ้าขึ้นไทยพวนภาคเสี้ยวสุโขทัย. รายงานการวิจัยการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 34. 30 มกราคม-1 กุมภาพันธ์ 2539. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2537. ผ้าไหมไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2539ก ผ้าทอลายขีด. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เบรนน็อกซ์.

เกษม จันทร์น้อย. 2537. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: รุ่งแสงการพิมพ์จำกัด.

โกมล พานิชพันธ์. 2541. เจ้าของโกมลผ้าโบราณ “ศูนย์อนุรักษ์ผ้าทอพื้นบ้านเมืองล่องจังหวัดแพร่”. สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2541.

เครือจิต ศรีบุญนาค และสุปียา ลิมปึกฤตนิวัตร. 2539. “ผ้าไหมสุรินทร์”. น. 10 ของดีเมืองสุรินทร์. เอกสารเผยแพร่การทอผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์. สุรินทร์: ม.ป.ท.

ฐานิศ กุลขจรพันธ์. 2539. แนวทางอนุรักษ์ผ้าฝ้ายทอมือที่ย้อมด้วยวัสดุธรรมชาติกรณีศึกษาอำเภอจอมทอง และอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล

ณรงค์ฤทธิ์ โสภา, มนัชชา หงษ์แก้ว, ไพรัตน์ อนุพันธ์ และยุวดี อึ้งศรีวงศ์. 2537. “การผลิตผ้าไหมของชาวพื้นเมืองที่พูดภาษาเขมรในอีสานใต้”. น. 148. ผ้าไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ครูสภา.

ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนกุล. 2535. “สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ กับพระราชกรณียกิจ
รังสรรค์ผ้าไหมไทย”. น.10-15 ผ้าเอเชีย: ผ้าเอเชียมรดกร่วมทางวัฒนธรรม.
กรุงเทพมหานคร: บริษัทอัมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ทองพูน ปัญญาขงค์. 2541. ประธานกลุ่มโครงการทอผ้าป่าแดงพิจิตรภรณ์. สัมภาษณ์,
18 มิถุนายน 2541.

ปาริชาติ วีระพันธ์. 2539ก ความคิดเห็นต่อผ้าไทยของกรรมการองค์กรพัฒนาสตรีในกรุงเทพ
มหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เผ่าทอง ทองเจือ. 2535. “เผ่าทองและผ้าไทย”. มติชน. (22มกราคม 2535): 19.

_____. 2537. “อนุรักษ์ผ้าไทย”. ซีก. 28 (กุมภาพันธ์-มีนาคม 2537): 45.

พัฒนา กิตติอาษา. 2532. ผ้าอีสานจากมิติทางมานุษยวิทยา. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เพียว อุ่นศิริ, สุจิต มอร์แกน, ถวัลย์ พงษ์ชนะ, ธนะ สวัสดิ์, ชาทรี สารัตถธรรม และปลายงาม
พิภพ. 2532. ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยที่ควรอนุรักษ์ประเภทสิ่งทอ กรมส่งเสริม
อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.

_____. 2537. สิ่งทอไทย. กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
กระทรวงอุตสาหกรรม.

มาลี หมวกกุล. 2538. “การพัฒนาคุณภาพสีย้อมผ้าฝ้ายพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย”. รายงาน
ผลการวิจัยประจำปี 2538. ภาควิชาคหกรรมศาสตร์, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี,
สถาบันราชภัฏเชียงราย.

วรรณภา วุฒทะกุล และ ยุรรัตน์ พันธุ์ยุรา. 2537. “ผ้าทอกับวิถีชีวิตชาวไทย”. น.21-22. ผ้าไทย.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภา.

วิบูลย์ ธีสุวรรณ. 2530. ผ้าไทย: พัฒนาอุตสาหกรรมและสังคม. กรุงเทพมหานคร: บริษัทอัมรินทร์
พรินติ้งกรุ๊ป จำกัด.

วิสมัย มโนมัยพิบูลย์. 2538. “ผ้าชิ้นทอมือ: วัฒนธรรมสิ่งทอที่ควรอนุรักษ์ของไทย”. รายงานผล
การวิจัยประจำปี 2538. ภาควิชาภาษาศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิระธรรม ตระกูลเงินไทย. 2537. “ผ้ายก”. แพรวพรรณ. 11(ตุลาคม-ธันวาคม 2537): 60.

ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดแพร่ โรงเรียนนาวิรัตน์. 2538. ผ้าทอพื้นเมืองล่องจังหวัดแพร่. แพร่:
โรงพิมพ์เมืองแพร่การพิมพ์.

สถาบันไทยศึกษา. 2535. หัตถกรรมกับวิถีชีวิต. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สมชาย นิลอาธิ. 2537. “ผ้าฝ้าย: ผ้าทอเพื่อชีวิต”. น.2-3. ผ้าไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สุรสภา.

สมศรี สุกุมลนันท์. 2538. “แต่งกายแบบไทย”. น. 57-59. เสื้อชุดไทย. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์สุรสภา.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. 2537ก “ผ้าฝ้ายทอมือคือสายเลือดและชีวิต”. ผ้าไทย.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สุรสภาลาดพร้าว. อ้างถึง หนังสือที่ระลึกงานพระราชทานเพลิง
ศพนางแสงดา บันสิทธิ์.

. 2537ข แผนแม่บทโครงการสืบสานวัฒนธรรมไทย
พ.ศ.2538-2540. กรุงเทพมหานคร: นิตนารการพิมพ์.

. 2537ค “การส่งเสริมการแต่งกายแบบไทย”. น.23.
ผ้าไทย. กรุงเทพมหานคร: นิตนารการพิมพ์.

. 2541. “มาแต่งกายด้วยผ้าไทยกันเถอะ”. วัฒนธรรม
สัมพันธ์สาร. 10(เมษายน 2541): 6

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิง ในเขต ตำบลแสนสุข
จังหวัด ชลบุรี

คำชี้แจงเบื้องต้น

“ การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยของผู้หญิงในเขต ตำบลแสนสุข
จังหวัดชลบุรี “ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง ในการศึกษาวิชา วิจัยเพื่อประชาสัมพันธ์ ของนิสิตภาควิชา
นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จึงใคร่ขอความกรุณา ในการตอบแบบสอบถาม ตามความเป็น
จริง เพื่อความสมบูรณ์ในงานวิจัย และข้อมูลที่ได้ จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

แบบสอบถามนี้มี 4 ส่วนคือ 1. ข้อมูลทั่วไป (ลักษณะทางประชากรศาสตร์) 2. การเปิดรับ
สื่อเกี่ยวกับภาษาไทย 3. ทักษะคิดเกี่ยวกับผ้าไทย 4. พฤติกรรมการใช้ผ้าไทย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย (✓) ลงหน้าข้อความ ที่ตรงกับ
คิดเห็นของท่าน

1. อายุ

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 20 - 29 ปี | <input type="checkbox"/> 30-39 ปี |
| <input type="checkbox"/> 40-49 ปี | <input type="checkbox"/> 50-59 ปี |
| <input type="checkbox"/> 60 ปีขึ้นไป | |

2. สถานภาพ

- | | |
|-------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> ม่าย/หย่าร้าง |
| <input type="checkbox"/> สมรส | <input type="checkbox"/> แยกกันอยู่ |

3. ระดับการศึกษา

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา |
| <input type="checkbox"/> อนุปริญญา | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> ปริญญาโท หรือสูงกว่า | |

4. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 5,000 บาทหรือน้อยกว่า | <input type="checkbox"/> 5,001 - 10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 10,001 - 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 20,001 - 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 25,000 บาท ขึ้นไป |

5. อาชีพ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> ข้าราชการ | <input type="checkbox"/> แม่บ้าน |
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> เกษตรกร |
| <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทย

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้ แล้วตอบ โดยใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับ
ความคิดเห็นของท่าน

6. ท่าน ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไทย จากสื่อต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด

ประเภทของสื่อ	เป็นประจำ	บ่อย	พอสมควร	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย
- โทรทัศน์					
- วิทยุ					
- หนังสือพิมพ์					
- นิตยสาร					
- เพื่อนหรือคนรู้จัก					
- บุคคลในครอบครัว					
- แผ่นพับ,วารสาร					
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ตอนที่ 3 ทักษะเกี่ยวกับผ้าไทย

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน ช่อง ที่ ตรงกับความคิดว่าท่านมากที่สุด

ทักษะเกี่ยวกับผ้าไทย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. ผ้าไทยคือเอกลักษณ์ประจำชาติ					
2. ผ้าไทยส่วนใหญ่มีราคาสูงกว่าผ้าทั่วไป					
3. ผู้สวมใส่ผ้าไทยถือเป็นผู้มีฐานะทางสังคม					
4. ผ้าไทยมีสีสันและลวดลายที่ไม่ทันสมัย					
5. ไม่ว่าจะออกแบบผ้าไทยให้มีรูปทรงที่ ทันสมัยอย่างไร ก็สู้ผ้านำเข้าจากต่างประเทศ ไม่ได้					
6. ผ้าไทยเหมาะกับผู้สูงอายุเท่านั้น					
7. ผ้าไทยใส่ได้ทุกโอกาส					
8. การสวมใส่ ผ้าไทยก็สวยงามไม่แพ้การ สวมใส่ผ้านำเข้าจากต่างประเทศ					
9. การสวมใส่ ผ้าไทยถือเป็นการอนุรักษ์ วัฒนธรรมไทย					
10. การสวมใส่ ผ้าไทยมีขั้นตอนการรักษาที่ ยุ่งยาก					
11. การสวมใส่ ผ้าไทยจะทำให้ท่านดูดีและ มีความมั่นใจมากขึ้น					
12. ผ้าไทยมีคุณภาพใช้งานได้นาน					

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ผ้าไทย

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดของท่านที่สุด

1. ท่านนิยมใช้ผ้าไทย ชนิดไหนมากที่สุด

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ผ้าไหม | <input type="checkbox"/> ผ้าไหมเทียม |
| <input type="checkbox"/> ผ้าฝ้าย | <input type="checkbox"/> ผ้าใยผสม |
| <input type="checkbox"/> ผ้าลินิน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ..... |

2. ลวดลายของผ้าไทยชนิดใดที่ท่านสนใจมากที่สุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ผ้าทอลายจิด | <input type="checkbox"/> ผ้ามัดหมี่ |
| <input type="checkbox"/> ผ้ายก | <input type="checkbox"/> ผ้าแพรวา |
| <input type="checkbox"/> ผ้าจกหรือผ้าขิ้นตีนจก | <input type="checkbox"/> ผ้าม่อฮ่อม |
| <input type="checkbox"/> ผ้าลายน้ำไหล | <input type="checkbox"/> ผ้าบาติกหรือผ้าบาเต๊ะ |

3. ท่านนำผ้าไทยมาใช้ประโยชน์อะไรมากที่สุด

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> เสื้อผ้า | <input type="checkbox"/> ปลอกหมอน |
| <input type="checkbox"/> ผ้าห่ม | <input type="checkbox"/> กระเป๋า |
| <input type="checkbox"/> ผ้าปูที่นอน | <input type="checkbox"/> ผ้าคลุมเตียง |
| <input type="checkbox"/> ผ้าพันคอ | <input type="checkbox"/> ผ้าคลุมไหล่ |
| <input type="checkbox"/> ผ้าคลุมโต๊ะ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

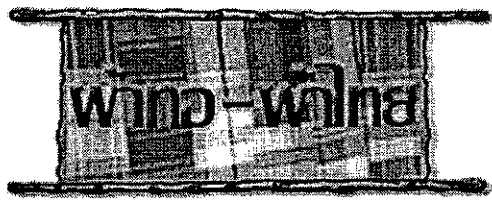
4. ท่านสวมใส่ผ้าไทยเนื่องในโอกาส ใดบ่อยครั้งที่สุด

- | | |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> งานมงคลสมรส | <input type="checkbox"/> งานบวช |
| <input type="checkbox"/> ไปทำบุญ | <input type="checkbox"/> งานขึ้นบ้านใหม่ |
| <input type="checkbox"/> งานวันเกิด | <input type="checkbox"/> งานรื่นเริง |
| <input type="checkbox"/> ทำงาน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

5. ปกติในชีวิตประจำวันของท่าน ท่านใช้ผ้าไทยบ่อยครั้งเพียงใด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ทุกวัน | <input type="checkbox"/> สัปดาห์ละ 2-3 วัน |
| <input type="checkbox"/> สัปดาห์ละ 4-5 วัน | <input type="checkbox"/> สัปดาห์ละ 1 วัน |
| <input type="checkbox"/> 15 วัน/ครั้ง | <input type="checkbox"/> 1 เดือน/ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> ใช้เฉพาะออกงานสำคัญๆ | |

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....
.....
.....



● ผ้าทอ - ผ้าไทย ●

ความงดงาม ด้วยงานฝีมือของชาวบ้าน

ผ้า คือ เครื่องนุ่งห่ม เป็นปัจจัยที่ 2 ของมนุษย์ มนุษยชาติมีการใช้ผ้าทอมาตั้งแต่ปลายยุคหิน เริ่มมีการทอผ้าใช้กัน ตามที่ได้ขุดค้นพบร่องรอยอารยธรรมในที่ต่างๆ ชุมชนชาวไทยของเราก็มีการสืบทอดอารยธรรมการทอผ้ามาในหลายยุค หลายสมัย มีการใช้ผ้าทอเป็นเครื่องนุ่งห่มมานานแสนนาน จวบจนปัจจุบันนี้ วิวัฒนาการการผลิตผ้าทอในเชิงอุตสาหกรรม ได้เข้ามามีบทบาทต่อการใช้เครื่องนุ่งห่มของมวลมนุษยชน นับได้ว่ายิ่ง ส่งให้คุณค่าของผ้าทอมือ ฝีมือชาวบ้านจากที่ชาวบ้านใช้กันตามหมู่บ้านมีคุณค่ายิ่งขึ้น และนับได้ว่าหายากขึ้นทุกวัน สมควรจะต้องมีการส่งเสริมให้มีการผลิตผ้าทอตามสไตล์แบบผ้าไทยมากยิ่งขึ้น การทอผ้าด้วยเครื่องมือชาวบ้านในแต่ละภาคของประเทศ มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง ทั้งกรรมวิธีการผลิต และลวดลายสีสันบนผ้า ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ วัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตและค่านิยมในสังคมที่สืบทอดกันมาจากกลุ่มชนต้นกำเนิดความสำคัญของการทอผ้า

การจัดประเภทของผ้าทอในประเทศไทย

สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. แบ่งตามวัตถุดิบที่ใช้ในการทอ
2. แบ่งตามกรรมวิธีในการทอ

การแบ่งตามวัตถุดิบที่ใช้ในการทอ ได้แก่ ฝ้ายและไหม

ฝ้าย

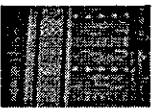
ฝ้าย เป็นพืชเศรษฐกิจที่ปลูกในทุกภาคของประเทศไทย เพราะเป็นพืชเขตอากาศร้อน ชอบดินเหนียวปนทราย อากาศโปร่ง ไม่ชอบที่ร่มเงาบัง เส้นใยของฝ้ายดูดความชื้นได้ง่าย เป็น



ผ้าฝ้าย

ตัวนำความร้อนที่เลว จึงเหมาะสำหรับทอ เป็นเครื่องนุ่งห่มในเขตเมืองร้อน เพราะเมื่อฝ้ายดูดความชื้นแล้ว ความชื้นจะระเหยกลายเป็นไอ ผู้ที่สวมเสื้อผ้าด้วยผ้าฝ้ายจะรู้สึกเย็นสบาย ชาวบ้านทุกครัวเรือน สามารถปลูกฝ้ายได้ แล้วนำเส้นใยของฝ้ายมาทอเป็นผืนผ้า สำหรับนุ่งห่มและใช้สอยในชีวิตประจำวัน ฝ้ายปั่นด้วยมือสามารถทอเป็นผืนผ้าได้หลากหลายรูปแบบ และสวยงามเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน

ไหม



ผ้าไหม

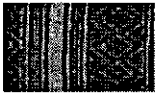
เส้นใยไหมได้จากตัวไหม ที่เลี้ยงตัวไหมนั้น ส่วนมากเลี้ยงกันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคกลาง ส่วนภาคใต้้นก็มีการเลี้ยงกันบ้างบางส่วน ตัวไหมและใบหม่อน สามารถเลี้ยงและปลูกได้ทุกบ้าน ชาวบ้านจะเอารังไหมมาสาว เพื่อจะเอาเส้นไหมนำไปทอเป็นผืนผ้าตามที่ต้องการ เส้นไหมมีคุณสมบัติเด่น คือ สลีน เป็นมันและยืดหยุ่นได้ดี เมื่อทอเป็นผืนผ้าและตัดเย็บเป็นเครื่องนุ่งห่ม เมื่อสวมใส่ในฤดูหนาวจะอบอุ่น ในฤดูร้อนจะเย็นสบาย การดูแลรักษาาง่าย ถ้ารู้จักวิธีการ จะไม่ยุ่งยากเลย

การแบ่งตามกรรมวิธีในการทอ

กรรมวิธีในการทอผ้าพื้นบ้านพื้นเมือง คือการกระทำให้เกิดลวดลายบนผืนผ้าในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่มีเทคนิคในการทอที่ซับซ้อน และไม่ซับซ้อน แต่ละเทคนิคในการทำลวดลายนั้นมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่

1.ผ้าขิด

เป็นผ้าทอด้วยกรรมวิธีใช้ไม้หรือสะเก็ดซ้อนเส้นยืน



ผ้าขีด

ขึ้นแล้วสอดเส้นพุ่งไปตามแนวเส้นยืนที่ถูกวัดซ่อน
ขึ้นนั้น

จังหวัดการสอดเส้นด้ายพุ่งทำให้เกิดลวดลายรูป
แบบต่าง ๆ

ผ้าขิดนิยมใช้ทำเป็นผ้าปูอาสนะ ผ้าห่ม ผ้าคลุม
ไหล่หรือ

หมอนมีการทอกันทั่วไปในภาคอีสาน และบาง
จังหวัดในภาค

กลางและภาคเหนือ เช่น ชัยนาท สุพรรณบุรี
อุทัยธานี พิจิตร

น่าน ในบางแห่งมีการทอขัดผสมจก เพื่อให้เกิด
ลวดลาย

และสีสันทิวจิตรกว่าขิดธรรมดา

2. ผ้ายก

เป็นผ้าทอลายในตัวเอง โดยใช้เส้นพุ่ง

พิเศษ

เป็นไหม ดิ้นเงิน ดิ้นทอง ใช้วิธีเก็บตะกอลอย เช่น
เดียวกับ

การทอขิดผ้ายกเป็นผ้าขึ้นใหม่ยกลายเฉพาะเชิง
ขึ้น

หรือยกลายตลอดทั้งตัวขึ้นและเชิงขึ้น มีทอกันใน
ภาคเหนือ

ที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ส่วนในภาคใต้มีผ้ายก
พุมเรียง

ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผ้ายกนครศรีธรรมราช
ภาคอีสาน

ที่จังหวัดอุดรธานี จังหวัดร้อยเอ็ด

ผ้ายกดอก

มีกรรมวิธีการทอทำให้เกิดลวดลาย โดย
การ

ยกตะกอกแยกเส้นด้ายยืน แต่ไม่ได้เพิ่มเส้นด้ายยืน
หรือพุ่งพิเศษเข้าไปในผืนผ้า และในบางครั้งการ
ยกดอก

จะมีการเพิ่มด้ายเส้นพุ่งจำนวนสองเส้นหรือ
มากกว่านั้นเข้าไป

3. ผ้าหางกระรอก


มีกรรมวิธีการทอโดยการใช้เส้นด้าย 2

เส้น ต่างสีกัน

ทอพร้อมกัน ทำให้เกิดความเหลี่ยมกันของสีผ้า



ผ้ายกดอก




ผ้าหางกระรอก

เกิดความสวยงาม
แปลกตาออกไปกว่าผ้าพื้นเรียบธรรมดา การนำ
ไปใช้สามารถ
นำไปใช้ตัดเสื้อผ้า หรือเป็นตัวชิ้นได้

4.ผ้าจก

กรรมวิธีการทอผ้าจกเป็นการทอและปัก
ผ้าไปพร้อม ๆ
กัน การทอลวดลายบนพื้นผ้าด้วยวิธีการเพิ่มด้าย
เส้นพุ่งพิเศษ
เข้าเป็นช่วง ๆ ไม่ติดต่อกันตลอดหน้ากว้างของผ้า
การกระทำโดย
ใช้ไม้หรือขนแฉนหรือนิ้วมือยกขึ้นคือการทอผสม
กับการปัก
แต่แทนที่จะใช้เข็มปักก็ใช้ขนแฉนหรือไม้แหลม ๆ
ค่อย ๆ ทำ
ลวดลายใหม่สอดสีสลับด้ายพุ่งพิเศษตลอดแถวสี
เดียว เป็นวิธีการ



ผ้าจก

ทอที่ใช้เวลานานเป็นเดือน ตัวผ้ามักทำเป็นผืนผ้า
หน้าแคบ เมื่อ
ทำเสร็จแล้วจึงนำมาต่อกับตัวชิ้น จึงเรียกว่าชิ้นผ้า
จกนิยมใช้
นุ่งกันในโอกาสพิเศษ

ผ้าชิ้นดินจก

มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดี ได้แก่
ผ้าชิ้นดินจกแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่
ผ้าชิ้นดินจกของหาดเขี้ยว จังหวัดสุโขทัย
ผ้าชิ้นดินจกลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์
ผ้าชิ้นดินจกคูบัว ดอนแร่ จังหวัดราชบุรี
ผ้าชิ้นดินจกตัวชิ้นเป็นมัดหมี่ ของกลุ่มลาว
ครั่ง

จังหวัดสุพรรณบุรี ชัยนาท อุทัยธานี และพิจิตร

5.ผ้าแพรวา

เป็นผ้าทอมือ กรรมวิธีการทอผ้าเพื่อให้
เกิด
ลวดลายเป็นลักษณะผสมกันระหว่างลายขีดกับ
ลายจก
การทอผ้าแพรวาต้องมีเทคนิคพิเศษ คือมีลาย
หลาย ๆ
ลายอยู่ในผ้าผืนเดียวกัน ส่วนใหญ่จะทอเป็นผ้า



ผ้าแพรวา

คลุมไหล่

มีการทอกันที่จังหวัดกาฬสินธุ์

6. ผ้ามัดหมี่

มีกรรมวิธีการทอผ้าให้เกิดลวดลายโดยการมัดที่เส้น

พุ่งหรือเส้นยืนด้วยเชือกก่อนนำไปย้อมสีเพื่อให้เกิดสีและลาย

ตามที่กำหนด แล้วจึงนำมาทอเป็นผ้าผืน มีการทำกันมาก

ในภาคอีสาน และบางจังหวัดในภาคกลาง เช่น จังหวัดอุทัยธานี

สุพรรณบุรี และชัยนาท ฯลฯ การทอผ้ามัดหมี่แต่ละผืน จะต้อง

ใช้เวลาและความปราณีต จัดเรียงเส้นไหมและฝ้ายให้สม่ำเสมอคงที่ และกรรมวิธีต้องเรียงลำดับก่อน - หลัง

เพื่อให้เกิดลวดลายสวยงาม ถูกต้อง ลวดลายจะเป็นลวดลาย

ที่สืบต่อกันมา บางครั้งก็ได้จากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

7. ผ้ายกมุก

เป็นผ้าทอยกเลิกภายในตัว โดยใช้เส้นยืน

พิเศษ 2 ชุดเพิ่มจาก

เส้นยืนปกติบนก็ทอผ้า ลายมุกบนผ้าเกิดจากการใช้ตะกอสวยยก

ซึ่งด้ายยืนพิเศษชุดนี้ต่างกับขีดและจกตรงที่ใช้ด้ายพุ่งพิเศษ

8. ผ้าส้วงหรือเกาะหรือลายน้ำไหล

เป็นเทคนิคการทอที่ไม่ได้ใช้ด้ายพุ่ง

สอดใส่จากริมผ้าอีกด้านหนึ่งตามวิธีการทอแบบธรรมดาทั่วไป เป็นการทอผ้ายกเลิกภายในตัว

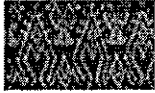
โดยใช้วิธีการทอลายขีด และใช้ด้ายพุ่งธรรมดาหลายสีพุ่ง ย้อนกลับไปมาเป็นช่วง ๆ โดยมีการ

เกาะเกี่ยวกันระหว่างเส้นพุ่งแต่ละช่วง เกิดเป็นจังหวะของลายน้ำไหล ชาวเมืองน่านเรียก

กรรมวิธีการทอนี้ว่า ส้วง ส่วนชาวไทยลื้อ

ที่อำเภอเชียงของและเชียงคำ จังหวัดเชียงราย เรียกว่า เกาะ

9. ผ้าขาม้า



ผ้ามัดหมี่



ผ้ายกมุก



ผ้าลายน้ำไหล



ผ้าขาวม้า

เป็นการทอผ้าลายริ้วตารางสี่เหลี่ยม

หลายๆ

ลักษณะ เป็นลายสก๊อต ตามแต่การจินตนาการ และการสร้างสรรค์ผลงาน ของชาวบ้านแต่ละคน แต่ละท้องถิ่น บางครั้งจะพบเป็นลายทางยาวตาม ผืนผ้า

เป็นหลัก บางครั้งจะเป็นลายทางตามขวางเป็น หลัก

หรือบางครั้งก็เป็นลายตัดกันอย่างเห็นได้ชัดเจน สามารถนำมาใช้งานได้เนกประสงค์ ผู้ชายไทย แต่โบราณ

มักจะใช้เป็นผ้าขาวม้า หรือ โสร่ง จึงเป็นชื่อเรียก ของผ้า

ที่แตกต่างกันออกไป

10. ผ้าลายลูกแก้ว

มีกรรมวิธีการทอ โดยการทอลายในตัว

และใช้

วิธียกเขา 4 - 8 ตะกอเพื่อให้เกิดลวดลายเป็นลาย นูนในตัวผ้า

สวยงาม เรียกผ้าลายลูกแก้ว

11. ผ้าพื้นเมือง ผ้าพื้น ผ้าลายอื่นๆ

คือ การทอผ้าพื้นเมืองแต่ละภูมิภาคที่มี

ความ

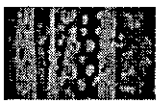
แตกต่างกันออกไป และมีชื่อเรียกชนิดของผ้าแต่ ละชนิด

ตามท้องถิ่น ตามวิธีการผลิต เช่นผ้าหม้อห้อม ผ้า บาติก

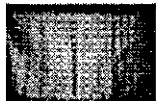
ผ้าใยกล้วยชา ผ้าสาส์ ผ้าดิบ ผ้าดิบฟอก ผ้าบางชนิด มีการ

ผลิตเฉพาะถิ่น จึงมีชื่อเรียกตามชุมชนนั้นๆ หรือตั้ง ชื่อ

เป็นลายเฉพาะท้องถิ่นนั้นๆ



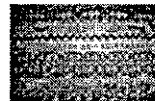
ผ้าบาติก



ผ้าลายดอกแก้ว



ผ้าลายโบราณ



ผ้าลายเขียนเทียน

ผ้าบาติก ผ้าลายดอกแก้ว ผ้าลายโบราณ ผ้าลายเขียนเทียน

ตามรอยผ้าไทย

บุญชัย บุญธรรมศิริวุฒิ
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

“เมดิอินไทยแลนด์ แคนดิอินไทยเรา เก็บกันจนเก่า เรามีแต่ของดี ๆ”..... ส่วนหนึ่งของเนื้อเพลงข้างต้น ท่านผู้อ่านคงเคยได้ยินกันมาบ้างเนื่องจากเมื่อหลายปีก่อนผู้ร้องคือ คุณยืนยง โอภากุล หรือ แอ๊ด คาราบาว ได้เพียรพยายามรณรงค์ให้คนไทยหันกลับมาใช้สินค้าไทยแทนการสั่งซื้อจากต่างประเทศ โดยมีเสียงเพลงเป็นสื่อ ได้ผลลัพธ์ออกมาเป็นที่น่าพอใจ และเมื่อเร็ว ๆ นี้ก็ได้ยินเสียงเพลงนี้อีกครั้งหนึ่งจากสื่อทางโทรทัศน์และวิทยุ ที่ภาคภูมิใจที่สุดก็คือหลังจากเนื้อเพลงจบแล้ว ได้เชิญชวนให้คนไทยหันกลับมาใช้ผ้าไทยที่ผลิตจากภูมิปัญญาของคนไทย ซึ่งมีความเห็นสอดคล้องกับกลุ่มเพื่อนร่วมงานหลายคนได้ปรึกษาหารือกัน และมีแนวคิดที่จะจัดตั้งเป็นชมรมสวมใส่ผ้าไทยขึ้นในหน่วยงาน บางคนขอให้ผมช่วยเขียนบทความเกี่ยวกับผ้าไทยเพื่อต้องการรู้ประวัติ แหล่งที่มา ตลอดจนคุณสมบัติของผ้าแต่ละประเภท ซึ่งผู้เขียนขอถือโอกาสนี้เผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อฉบับนี้

ผ้าไทย หมายถึง ผ้าทุกชนิดที่ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นโดยฝีมือคนไทย ได้แก่ ผ้าลายขิด ผ้ายก ผ้าจก น้ำไหล มัดหมี่ ผ้าพื้นเมือง เป็นต้น เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้มากมาย เช่น เสื้อผ้า หมอน ผ้าห่ม กระเป๋า ฯลฯ สร้างชื่อเสียงขจรขจายไปทั่วโลก ส่งผลให้ชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทยหลงใหล ถึงกับเดินทางไปแสวงหาตามแหล่งต่าง ๆ เพื่อซื้อติดไม้ติดมือไปใช้สำหรับตนเอง หรือเป็นของฝากญาติสนิทมิตรสหาย สร้างรายได้ให้กับประเทศชาติเป็นเงินมากกว่าพันล้านบาทต่อปี โดยส่วนใหญ่ผ้าไทยแบบดั้งเดิมที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติและบุคคลทั่วไปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทอมาจากเครื่องกี่มือและกี่กระตุกมีโครงสร้างของเส้นด้ายทำจากเส้นใยธรรมชาติจำพวกไหม (Silk) และฝ้าย (Cotton) มีเพียงส่วนน้อยที่ทำจากลินิน แต่ในปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิตบางคนดัดแปลงโครงสร้างโดยการนำเส้นใยเรยอน (Rayon) หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่า “ไหมเทียม” มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ บางชนิดอาจทำจากเส้นด้ายผสมของเส้นใยชนิดต่าง ๆ

คุณลักษณะพิเศษของผ้าไทย.....

เอกลักษณ์ของชาติไทย จะถูกถ่ายทอดให้ปรากฏเป็นลวดลายต่าง ๆ เช่น ลายไทย ดอกไม้ รูปทรงเรขาคณิต รูปสัตว์ สัญลักษณ์ประจำท้องถิ่น เป็นต้น ลงบนผืนผ้า โดยฝีมือและภูมิปัญญาของชาวบ้าน ลวดลายดังกล่าวละเอียดอ่อน สวยงาม อ่อนช้อย ผู้สวมใส่รู้สึกสบาย สง่างาม มีเสน่ห์

ปัจจัยสำคัญอีกข้อหนึ่งที่ทำให้ผ้าไทยได้รับความนิยมคือ คุณสมบัติพิเศษเฉพาะของเส้นใยแต่ละชนิดที่ใช้ทอผ้าดังต่อไปนี้

ผ้าไหม ทำจากเส้นใยธรรมชาติที่ได้จากสัตว์จำพวกหนอนไหม โดยคายเส้นใยออกมาทางปากมีความยาวต่อเนื่อง เมื่อนำมาทอเป็นผืนผ้าทำให้อ่อนนุ่ม เป็นมัน เหนียว ยืดหยุ่นตัวดี ดูดซับความชื้น ย้อมสีง่ายและสวมใส่สบายเนื่องจากมีความชื้นในตัวเอง (Moisture Regain) สูงประมาณร้อยละ 11 แต่มีข้อจำกัดคือเส้นใยไหมเสื่อมคุณภาพง่าย เมื่อถูกความร้อนสูงจากเตารีด แสงแดด แผลงชอบกัดกินเส้นไหมเพราะเป็นเส้นใยโปรตีน สีที่ย้อมจะเสื่อมคุณภาพเมื่อถูกความชื้นมากเกินไป ดังนั้นควรเก็บรักษาไว้ในที่แห้ง

ผ้าฝ้าย ทำจากเส้นใยธรรมชาติที่ได้จากดอกของต้นฝ้าย เมื่อนำมาทอผ้าจะดูดซับความชื้นได้ดี ย้อมสีและพิมพ์ลวดลายง่าย สวมใส่สบายมีความชื้นประมาณร้อยละ 11 ระบายความร้อนได้ดี ผ้าฝ้ายที่ผ่านการตกแต่งด้วยเทคนิควิธีการผ่านไอน้ำหรือให้ความร้อน และใช้สารเคมีทำให้ผิวสัมผัส ราบเรียบ เป็นมัน คงทนต่อการเสียดสี ทนยับ แต่ถ้าไม่ได้ผ่านการตกแต่งส่งผลให้การยืดหยุ่นตัวน้อยลง ยับง่าย ความแข็งแรงหรือความเหนียวต่ำ ไม่ทนเชียวราและแสงแดด ข้อจำกัดของผ้าฝ้ายจะเสื่อมคุณภาพง่าย เมื่อถูกความร้อนสูงจากเตารีด หรือแสงแดด ทำให้สีที่ย้อมจางลง ควรเก็บรักษาในที่แห้ง ไม่ควรให้ความชื้นซึ่งอาจทำให้เกิดเชื้อราบนผืนผ้า

ผ้าลินิน (Linen) ผลิตภัณฑ์ชนิดนี้เป็นผ้าที่ทำจากลำต้นแฟล็กซ์ (Flax) ดังนั้นจึงมีชื่อเรียกแตกต่างกันไปอยู่ในรูปของเส้นใยมักเรียกว่าใยแฟล็กซ์ เส้นด้ายเรียกว่า ด้ายแฟล็กซ์ ส่วนผ้าต้องเรียกว่าลินินจึงจะถูกต้อง คุณลักษณะพิเศษของผ้าชนิดนี้ทำให้สวมใส่สบายเนื่องจากมีความชื้นสูงประมาณร้อยละ 11-12 เหนียว ระบายความร้อนได้ดี ย้อมสีติดง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ยับง่าย ความยืดหยุ่นตัวน้อย เส้นใยแข็งแรงต่าง

ผ้าไหมเทียม ส่วนใหญ่ทำจากเส้นใยคิวปราโมเนียมเรยอน (Cuprammonium Rayon) ถูกจัดให้อยู่ในประเภทเส้นใยกึ่งสังเคราะห์รีเจนเนอเรตเตดเซลลูโลส (Regenerated Cellulose) มีคุณสมบัติคล้ายเส้นใยไหมมากที่สุด จึงมักเรียกกันว่าไหมเทียม ความเหนียวสูงมากเมื่อเส้นใยแห้งสนิท และความเหนียวจะลดลงเมื่อเปียกน้ำ ดูดซับความชื้นได้ดี เงางาม ย้อมสีและทำลวดลายได้ง่ายความชื้นในตัวสูงถึงร้อยละ 13 สวมใส่สบาย ยืดหยุ่นตัวดี ทนค่า แต่มีข้อจำกัดคือเมื่อถูกรังสีความร้อนจากแสงแดดหรือเตารีดความเหนียวจะลดลง เกิดเชื้อราง่ายเมื่อเปียกน้ำ ควรเก็บรักษาในที่แห้ง

ผ้าใยผสม การนำเส้นใยผสมมาทอผ้าไทย เกิดขึ้นจากแนวคิดที่ว่าเส้นใยที่มีอยู่ในธรรมชาตินับวันจะเหลือน้อยลง จำเป็นต้องนำเส้นใยสังเคราะห์มาใช้ทดแทนและที่สำคัญที่สุดคือไม่มีเส้นใยชนิดใดมีคุณสมบัติทุกประการดีเลิศ แต่ละชนิดย่อมมีจุดเด่นและด้อยในตัวเอง การนำมาผสมกันเพื่อเพิ่มคุณสมบัติให้ดีขึ้นโดยทั่วไปมักใช้เส้นใยผสมพอลิเอสเตอร์ (Polyester) กับฝ้าย (Cotton) มีชื่อเรียกกันทั่วไปว่าผ้า P/C พอลิเอสเตอร์กับเรยอน (Rayon) เรียกว่า

ผ้า P/R และเรยอนกับฝ้ายเรียกว่า ผ้า R/C เป็นต้น ผ้าผสมเหล่านี้ช่วยให้ผู้สวมใส่สบาย แข็งแรง ทนยับ คงรูป ดูดซับและคายความชื้นได้ดี ย้อมสีหรือพิมพ์ลวดลายได้ง่าย ยืดหยุ่นตัวดี เส้นใยพอลิเอสเตอร์มีความชื้นร้อยละ 0.5

ลวดลายของผ้าไทย...

เป็นการสื่อความหมายให้ทราบถึงขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลป วัฒนธรรม ศาสนาของ แต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกัน แต่จุดประสงค์หลักของหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทนี้เพื่อ ต้องการถ่ายทอดจินตนาการให้ผู้สวมใส่ได้รับรู้แหล่งที่มาของผ้าที่มีรูปแบบการถักทอแตกต่างกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผ้าทอลายจิด คำว่า “จิด” เป็นภาษาพื้นบ้านของชาวอีสานแผลงมาจากคำว่าสะกิด หมายถึง การขจัดทำให้เกิดการซ้อนกันของเส้นด้าย 2 กลุ่ม คือ เส้นด้ายพุ่งและเส้นด้ายยืน เกิดเป็น ลวดลายที่มีความวิจิตรงดงามบนผืนผ้า ดังนั้นผ้าจิดจึงมีต้นกำเนิดมาจากจังหวัดในภาคอีสาน ได้แก่ อุดรธานี หนองคาย อุบลราชธานี ยโสธร มหาสารคาม สุรินทร์ บุรีรัมย์ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันบางจังหวัดทางภาคเหนือ เช่น อุดรดิษฐ์ สุโขทัย กำแพงเพชร พิชญ์โลก และอุทัยธานี ภาคกลาง เช่น ลพบุรี เพชรบูรณ์ หรือภาคใต้ เช่น สุราษฎร์ธานี ตรัง สงขลาบางหมู่บ้านหันมาผลิตผ้าชนิดนี้เป็นอาชีพหลัก ถือว่าเป็นหัตถกรรมในครอบครัวที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน

การทอผ้าจิด เป็นกระบวนการทอผ้าที่ใช้ไม้ปลายแหลมเขี่ยหรือสะกิดให้เส้นด้ายยืนถูก ยกขึ้น แล้วสอดใส่ด้ายพุ่งให้ขัดกันตามลวดลายที่ผู้ทอต้องการ โดยมีจุดเด่นคือเส้นด้ายพุ่งที่ทอ ตลอดแนวมีสีเดียวกันเกิดลวดลายซ้ำกัน มีจุดจบของลายเห็นได้ชัดเจน ผ้าจิดดั้งเดิมส่วนใหญ่ถูก นำมาใช้ในงานพิธีการที่สำคัญ เช่น งานมงคล งานทางด้านศาสนา แต่ในปัจจุบันนำมาตัดเย็บเป็น เสื้อผ้าเพื่อการสวมใส่ ทำผ้าห่ม กระเป๋า หมอน เป็นต้น โดยมีโครงสร้างที่สำคัญทำมาจากเส้นด้าย ฝ้ายและไหม มีเพียงส่วนน้อยที่ใช้ลินิน บางท้องถิ่นใช้เส้นด้ายผสมระหว่างพอลิเอสเตอร์กับฝ้าย หรือที่ชาวบ้านเรียกกันติดปากว่าผ้าโทเรหรือใช้เส้นด้ายไหมเทียม เนื่องจากหาซื้อและย้อมสีง่าย โดยใช้สีเคมีเข้ามาแทนสีที่ย้อมแบบธรรมชาติ จึงมีสีสดใสสวยงาม ส่งผลกระทบทำให้ผ้าไทยบาง ชนิด ไม่มีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นหลงเหลืออยู่เลย ลวดลายของผ้าจิดที่นิยมทอแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มของลายสัตว์ เช่น ช้าง พญานาค รั้งผึ้ง ตะขาบ
2. กลุ่มของลายพันธุ์ไม้ เช่น ดอกแก้ว ดอกมะลิ ดอกพิกุล
3. กลุ่มของลายสิ่งของเครื่องใช้ เช่น ธรรมาสัน ขันหมาก ดาวเทียม
4. กลุ่มของลายรูปทรงเรขาคณิต เช่น เส้นตรง วงกลม สามเหลี่ยม
5. กลุ่มของลายผสม หรือลายขัดแพรวา เช่น ซ่อขันหมาก นาคสี่เหลี่ยม เป็นต้น

ฝ้ายก ใช้วิธีการที่คล้ายคลึงกับผ้าทอลายจิด กล่าวคือ ใช้ไม้ปลายแหลมยกเส้นด้ายขึ้นให้ลอยขึ้น สอดใส่เส้นด้ายพุ่งที่ทำจากไหมเข้าไปขัดกับเส้นยืน กลายเป็นผ้าพื้นสลับกับการพุ่งด้ายที่ทำจากด้นเงินหรือด้นทองให้เกิดเป็นลวดลายตามความต้องการ เส้นด้ายยืนที่ใช้ทอฝ้ายกส่วนใหญ่ทำจากไหม ไหมเทียม ฝ้าย และด้ายใยผสม เพื่อเพิ่มความแข็งแรงให้กับผืนผ้า หัตถกรรมประเภทนี้มีมากในจังหวัดภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง ภาคอีสานที่จังหวัดร้อยเอ็ด มุกดาหาร ส่วนภาคใต้ ได้แก่ สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช เป็นต้น

ผ้ากหรือผ้าซิ่นตีนจก คำว่า “จก” แผลงมาจาก “จก” หมายถึง การทำให้เกิดลวดลายบนผืนผ้าด้วยเส้นด้ายพุ่งที่ทำจากไหมหรือฝ้าย ชนิดพิเศษมีสีสดใส ขัดกับเส้นด้ายยืนที่ถูกยกขึ้นด้วยไม้ปลายแหลม ขนแน่น หรือนิ้วมือ ลวดเร็วประคองจก มรดกทางวัฒนธรรมนี้สื่อถึงอุปนิสัย อารมณ์ที่เยือกเย็นของผู้ทอ มีขั้นตอนซับซ้อนมาก เป็นการผสมระหว่างการปักกับการทอผ้าจิด และฝ้ายก กล่าวคือ การทอจิดหรือยกจะใช้เส้นด้ายพุ่งเป็นสีเดียวกันตลอดแนวตามความกว้างของผืนผ้า ส่วนผ้าจกกลดลายเกิดขึ้นจากการยกเส้นด้ายยืนขึ้นสอดใส่ด้ายพุ่งสีเดียวหรือหลายสีจกเข้าไปขัดกับเส้นยืนดังนั้นลวดลายที่เกิดจากเส้นด้ายพุ่งในแนวเดียวกันจึงมีสีต่างกัน เช่น ลายสัตว์คอกตัดแปดคอกตัด น้ำค้าง สองห้อง เป็นต้น คุณลักษณะพิเศษของผ้าชนิดนี้ด้านหน้ามีผิวเรียบด้านหลังเกิดรอยต่อของเส้นพุ่งเป็นปุ่มปมใช้ตัดเย็บเสื้อผ้า ผ้าถุง ผ้าห่ม ย่าม หมอน หัตถกรรมนี้นิยมทอกันในภาคเหนือที่จังหวัดสุโขทัย น่าน เชียงใหม่ อุตรดิตถ์ ภาคกลางที่จังหวัดชัยนาท สุพรรณบุรี และราชบุรี เป็นต้น

ผ้าลายน้ำไหล เป็นผ้าทอพื้นเมือง กลุ่มล้านนาในจังหวัดน่าน เชียงราย เชียงใหม่ โดยการสอดใส่เส้นด้ายพุ่งสีเดียวหรือหลายสีที่ทำจากฝ้ายและไหมขัดกับเส้นยืนประเภท ฝ้ายหรือด้ายผสม P/C ลวดลายที่ปรากฏบนผืนผ้าเป็นผลพวงมาจากสีของเส้นด้ายพุ่งที่ต่อเชื่อมกันอย่างลงตัว ประจุคั้งการเคลื่อนตัวของสายน้ำในลำธาร สื่อให้ทราบถึงวัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี และอุปนิสัยของผู้ทอผ้า ลวดลายที่สำคัญได้แก่ ลายทางยาวคล้ายคลื่น บันได จรวด ชั้นของเจดีย์ เป็นต้น

ผ้ามัดหมี่ เป็นผ้าทอพื้นเมืองของภาคอีสานในจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ กาฬสินธุ์ ฯลฯ ภาคอื่นเช่นจังหวัด อุทัยธานี ชัยนาท สุพรรณบุรี ลวดลายของผ้ามัดหมี่ส่วนใหญ่เกิดขึ้นตามแนวของเส้นด้ายพุ่ง เนื่องจากกระบวนการย้อมสีจะใช้เชือกกล้วย พลาสติก มัดเส้นพุ่งที่ทำจากฝ้ายหรือไหมให้ได้ขนาดความยาวตามที่ต้องการ จุ่มลงไปนีสีย้อม สีจะวิ่งไปตามช่องว่างของเส้นด้ายที่ไม่ได้ถูกมัด เกิดเป็นลวดลายตามที่ต้องการ โดยมีคุณลักษณะพิเศษคือ ความเข้มข้นของสีไม่กลมกลืนกันเป็นผลมาจากวิธีการมัด บางท้องถิ่นอาจนำเส้นยืนมามัดและย้อมด้วยวิธีดังกล่าว แล้วจึงนำไปทอให้เส้นพุ่งขัดกับเส้นยืนได้ลวดลายที่แปลกออกไปแตกต่างกับผ้าชนิดอื่น เช่น ลายสัตว์ลายพระตะบอง ลายปุมเขมร เป็นต้น ในอดีตผ้ามัดหมี่นิยมนำมาตัดให้กับขุนนางชั้นผู้ใหญ่ของไทย แต่ในปัจจุบันใช้ตัดเย็บเสื้อผ้า ผ้าพันคอ ผ้าห่ม ปลอกหมอน เป็นต้น

ผ้าแพรว เป็นผ้าพื้นเมืองที่สำคัญของจังหวัดกาฬสินธุ์ คำว่าแพรวเป็นคำผสมระหว่าง “แพร” ซึ่งหมายถึง การทอผ้าให้เป็นผืนด้วยฝ้ายหรือไหมและ “ว” หมายถึง ความยาวของผืนผ้าที่ทอได้ ด้วยวิธีขีดหรือขีดผสมจนได้ลวดลายตามแนวของเส้นด้ายพุ่งที่ใช้สีต่างกัน ดังนั้นลายที่เกิดขึ้นในแต่ละแถวจึงมีสีต่างกันด้วยในอดีตผ้าชนิดนี้ถูกจัดให้เป็นผ้าชั้นสูงสำหรับโภกศิระและเสื้อเท่านั้น ไม่นิยมตัดเป็นกระโปรงหรือผ้าถุงผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จึงอยู่ในรูปของผ้าห่มเตียงไหล่ ผ้าคลุมศิระ ผ้าสไบ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันนิยมนำมาตัดเย็บเป็นกระโปรงชุดสำหรับการสวมใส่

ผ้าม่อฮ่อม เป็นผ้าพื้นเมืองที่สำคัญของจังหวัดแพร่ โดยใช้เส้นด้ายพุ่งและยืนที่ได้จากฝ้ายทอให้เกิดลวดลายขัตรีกรรมคล้ายสีครามที่ได้จากต้นฮ่อมหรือต้นคราม จะได้ผ้ามีสีเดียวกันตลอดทั้งผืน ปัจจุบันนำมาตัดเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น กางเกง กระโปรง เสื้อ ผ้าเช็ดหน้า เป็นต้น

ผ้าบาติก หรือผ้าปาเต๊ะ เป็นผ้าพื้นเมืองที่สำคัญของภาคใต้ในจังหวัดสงขลา ยะลา ปัตตานีและนราธิวาส มีความแตกต่างกับผ้าไทยชนิดอื่นอย่างชัดเจน เนื่องจากลวดลายเกิดขึ้นจากการใช้สีเขียนหรือย้อมให้ซึมผ่านทะลุด้านหน้าหลังของผืนผ้าที่ทำจากฝ้าย ไหม และไหมเทียม แทนการถักทอ ผลิตภัณฑ์ที่ได้ เช่น ผ้าตัดเสื้อ กระโปรง ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า ปลอกหมอน เป็นต้น

เอกลักษณ์ประจำชาติไทยถูกถ่ายทอดลงบนผืนผ้าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่คนในชาติทุกสาขาอาชีพควรให้ความสนใจเอาใจใส่และให้การส่งเสริมอย่างจริงจังถ้าชาติปัจจุบัดังกล่าว อาจทำให้ชาวบ้านหมดกำลังใจหันกลับไปประกอบอาชีพด้านอื่นแทน ขาดการสืบทอดภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่อง ในไม่ช้าก็จะหายไปตามกาลเวลา เพราะหัตถกรรมแต่ละชิ้นต้องใช้เวลา ฝีมือ กรรมวิธีการผลิตยุ่งยากซับซ้อน ต้นทุนสูง ค่าตอบแทนที่ได้ไม่คุ้มค่า ถึงเวลาแล้วหรือยัง? ที่พวกเราคนไทยควรให้การสนับสนุนและหวนกลับมาใช้สินค้าไทยที่ผลิตโดยคนไทยในรูปแบบของผ้าไทย

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย ประเภทผ้าไหมพื้น ผ้าไหมทั่วไป

[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภทสินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์
ผ้าไหม	a1-01	n4	กลุ่มออมทรัพย์หาดเสี้ยว 1/429 ตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย 64130	01-5942383 01-3106468
ผ้าพื้น	a1-02	n4	กลุ่มทอผ้าบ้านห้วยแก้ว 169/1 หมู่ 2 ตำบลห้วยแก้ว อำเภอปingtonาราง จังหวัดพิจิตร 66130	-
ผ้าพื้น	a1-03	n4	กลุ่มทอผ้าหมู่ 1 บ้านยางสามต้น 27/2 หมู่ 1 ตำบลภูน้ำหยาด อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ 67130	056-724822
ผ้าไหม ผ้าพื้น	a1-04	n4	กลุ่มบ้านหนองกรด 1 หมู่ 5 ตำบลประชาสุขสันต์ อำเภอลานกระบือ จังหวัดกำแพงเพชร 62170	01-4743861
ผ้าไหม	a1-05	n4	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านเจดียงลับ 150 หมู่ 7 ตำบลนาป่า อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ 67000	056-724208
ผ้าทอ	a1-06	n5	กลุ่มทอผ้าบ้านท่าข้าม หมู่ 1 ตำบลท่าข้าม อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย 57310	053-609012
ผ้าทอ	a1-07	n5	กลุ่มทอผ้าบ้านคอนหลวง 64/3 หมู่ 7 ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน 51120	053-520518
ทอผ้าไหม	a1-08	e6	กลุ่มมาบสมอ 26 หมู่ 5 ตำบลหนองตาด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000	-
ผ้าไหมพื้น	a1-09	e6	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านหนองเหล็กน้อย 3 หมู่ 6 ตำบลโคก กิ่งอำเภอโพธิ์ศรีสุวรรณ	045-614044

			จังหวัดศรีสะเกษ 33120	
ผ้าไหมพื้นสี	a1-10	e6	กลุ่มบ้านโนนคำแก้ว 163 หมู่ 9 ตำบลสังเม็ก อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ 33110	01-9994970
ผ้าพื้นเรียบ	a1-11	e6	กลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าไหม หมู่ 2 91 หมู่ 2 ตำบลบึงบูรพ์ อำเภอบึงบูรพ์ จังหวัดศรีสะเกษ 33220	045-689108
ผ้าไหมพื้นเรียบ	a1-12	e6	กลุ่มบ้านนาดี 28 หมู่ 4 ตำบลนาวัง อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ 370000	01-9665890
ผ้าไหม	a1-13	e6	กลุ่มสตรีออมทรัพย์ตำบลกั้งแอน 204 หมู่ 1 ตำบลกั้งแอน อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ 32140	044-532360
ผ้าไหมพื้นเรียบ	a1-14	e6	กลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านปะอาว 119 หมู่ 11 ตำบลหนองขอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000	01-9676164
ทอผ้าไหม	a1-15	e6	กลุ่มออมทรัพย์บ้านโคกอุดม 130 หมู่ 13 ตำบลคอนอระวาง อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ 31210	-
ผ้าไหม	a1-16	e6	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านไทยเจริญ 92 หมู่ 1 ตำบลไทยเจริญ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ 31220	044-654163
ผ้าไหมพื้น	a1-17	e7	กลุ่มบ้านคูรัง 24 หมู่ 7 ตำบลก้ามปู อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม 44110	034-724779
ผ้าไหมพื้นเรียบ	a1-18	e7	กลุ่มบ้านสวนมอญ 38 หมู่ 4 ตำบลอึ่งออง อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด 45180	-
ผ้าไหมพื้นเรียบ	a1-19	e7	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านห้วย	01-9777584

			161 หมู่ 8 บ้านห้วย ตำบลตลาดแร่ อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ 36170	044-839371
ผ้าไหมพื้น	a1-20	e7	กลุ่มทอผ้าไหมสีเคมีคุ่มกลาง 3 571 หมู่ 1 ตำบลบ้านเขว้า อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ 36170	044-839327
ผ้าไหม ผ้าไหม พื้นสี	a1-21	e7	กลุ่มแม่บ้านศุภนิมิตร 2 หมู่ 5 ตำบลเมืองหงษ์ อำเภोजตุรพิศตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด 45180	043-513090
ผ้าไหมย้อมสี ธรรมชาติ	a1-22	e7	กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเขว้าทุ่ง 63 หมู่ 4 ตำบลการเอน อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม 44110	043-723922
ผ้าไหมพื้นเรียบสี	a1-23	e7	กลุ่มทอผ้าไหมคุ่มส้มโอง 41 หมู่ 1 ตำบลบ้านหว้า อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ 36170	044-839276 044-891033
ผ้าไหมพื้น	a1-24	e7	กลุ่มทอผ้าไหม 143 หมู่ 2 ตำบลโนนพะยอม อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น 40180	-
ผ้าไหมสี	a1-25	e7	กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเขาทุ่ง หมู่ 4 ตำบลการเอน อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม 44110	043-723922
ผ้าไหม	a1-26	e7	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านหนองเต้ 26/1 หมู่ 5 ตำบลบ้านเดื่อ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ 36120	-
ผ้าทอ	a1-27	s9	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านแพรกกหา 91 หมู่ 2 ตำบลแพรกกหา อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง 93110	-
ผ้าไหม	a1-28	c10	กลุ่มเลี้ยงไหมบ้านทุ่งแสม 628 บ้านทุ่งแสม หมู่ 9 ตำบลหนองขาม อำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี 72240	035-595400 01-3380777

เส้นไหม	a1-29	e11	กลุ่มแม่บ้านพัฒนาอาชีพสตรีบ้านปงไฮ 119 หมู่ 1 ตำบลปงไฮ อำเภอเซกา จังหวัดหนองคาย 43150	042-422340
ผ้าไหมสีพื้น	a1-30	e11	กลุ่มบ้านนายอ 43 หมู่ 4 ตำบลสร้างค้อ อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร 47180	-
ผ้าไหมพื้นเรียบ	a1-31	e11	กลุ่มบ้านตาดควง 264 หมู่ 3 ตำบลคำบ่อ อำเภวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 47150	042-719002
ผ้าไหม	a1-32	e11	กลุ่มบ้านหนองลาด หมู่ 9 71 หมู่ 9 ตำบลหนองเม็ก อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี 41130	042-239231

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย ประเภทผ้าฝ้ายพื้น ผ้าฝ้ายหัวไป

[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภทสินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์
ผ้าฝ้ายทอมือ	a2-01	w2	กลุ่มสตรีอาสาพัฒนาตำบลรางหวาย 81/1 ตำบลรางหวาย อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี 71170	034-571031-32 034-632250
ผ้าฝ้าย ผ้าทอมือ	a2-02	n4	กลุ่มออมทรัพย์หาดเสี้ยว 1/429 ตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย 64130	01-5942383 01-3106468
ผ้าทอพื้นเมือง	a2-03	n4	กลุ่มบ้านแม่ราก หมู่ 3 1/1 หมู่ 3 ตำบลป่าจี่ อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย 64130	055-630064
ผ้าฝ้าย	a2-04	n5	กลุ่มทอผ้าบ้านซ่งเก็ง (แม่บ้านเกษตรกร) 147 หมู่ 9 ตำบลบ้านตาล อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ 50240	053-831432

ผ้าทอย้อมด้วยสีธรรมชาติ	a2-05	n5	กลุ่มสหกรณ์เครดิตยูเนียนแจ้ซ้อน จำกัด 126 หมู่ 2 ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52240	-
ผ้าฝ้าย	a2-06	n5	กลุ่มบ้านเฮี้ย 90/1 บ้านเฮี้ย ตำบลศิลา อำเภอปัว จังหวัดน่าน 55120	054-710246
ผ้าฝ้ายทอมือ	a2-07	n5	กลุ่มผ้าทอไทยลือ-ล้านนา 84/1 บ้านหาดบ้าน ตำบลริมโขง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย 57140	01-9603610
ผ้าทอ ผ้าพื้น	a2-08	n5	กลุ่มบ้านห้วยส้มสุก 50 หมู่ 7 ตำบลสะลวง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ 50330	-
ผ้าฝ้าย ผ้าด้าย มัดหมี่ ผ้าย้อมสีธรรมชาติ	a2-09	e6	กลุ่มบ้านนาดี 28 หมู่ 4 ตำบลนาวัง อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ 370000	01-9665890
ผ้าฝ้าย ผ้าพื้น	a2-10	e6	กลุ่มบ้านภูเขาขาม หมู่ 4 91 หมู่ 4 ตำบลกิมใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ 37000	-
ผ้าพื้น	a2-11	w10	กลุ่มเลี้ยงไหมบ้านทุ่งแถม 628 บ้านทุ่งแถม หมู่ 9 ตำบลหนองขาม อำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี 72240	035-595400 01-3380777
ผ้าฝ้ายพื้นเมือง	a2-12	e11	กลุ่มบ้านนายอ 43 หมู่ 4 ตำบลสร้างค้อ อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร 47180	-
สิ่งทอจากฝ้าย	a2-13	e11	กลุ่มแม่บ้านพัฒนาอาชีพสตรีบ้านปงไฮ 119 หมู่ 1 ตำบลปงไฮ อำเภอเซกา จังหวัดหนองคาย 43150	042-422340
ผ้าฝ้ายลายไทย	a2-14	e11	กลุ่มบ้านตาล หมู่ 10 20 หมู่ 10 ตำบลโคกสี อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร 47110	042-776084

ผ้าย้อมสีธรรมชาติ	a2-15	e11	กลุ่มสตรีเพื่อการผลิตบ้านเหล่าเป่าเป็ด 12 หมู่ 4 ตำบลนาโสก อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร 49000	042-691126
ทอผ้าทุกชนิด	a2-16	e11	กลุ่มบ้านหนองลาด หมู่ 9 71 หมู่ 9 ตำบลหนองเม็ก อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี 41130	042-239231

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย - ประเภทผ้าหางกระรอก

[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภทสินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์
ผ้าไหมหาง กระรอก	a3-01	e6	กลุ่มบ้านโนนคำแก้ว 163 หมู่ 9 ตำบลสังเม็ก อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ 33110	01-9994970
ผ้าลายหาง กระรอก	a3-02	e6	กลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าไหม หมู่ 2 91 หมู่ 2 ตำบลบึงบูรพ์ อำเภอบึงบูรพ์ จังหวัดศรีสะเกษ 33220	045-689108
ผ้าไหมหาง กระรอก	a3-03	e7	กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเขาทุ่ง หมู่ 4 ตำบลการแอน อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม 44110	043-723922
ผ้าไหมหาง กระรอก	a3-04	e7	กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเขาวุ้ง 63 หมู่ 4 ตำบลการแอน อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม 44110	043-723922
ผ้าหางกระรอก	a3-05	e11	กลุ่มสตรีเพื่อการผลิตบ้านเหล่าเป่าเป็ด 12 หมู่ 4 ตำบลนาโสก อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร 49000	042-691126
ผ้าไหมหาง กระรอก	a3-06	e11	กลุ่มบ้านตาตวง 264 หมู่ 3 ตำบลคำบ่อ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 47150	042-719002

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย ประเภทผ้ามัดหมี่
[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภทสินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์
ผ้าไหมมัดหมี่ ประดิษฐ์	a4-01	w2	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดอนเตาอิฐ ไช่ง-ไทย ร่วม ใจพัฒนา 104 หมู่ 17 ตำบลรางหวาย อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี 71170	034-516593 034-656188
ผ้าทอมัดหมี่	a4-02	n4	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านหนองเหมือด 31 หมู่ 7 ตำบลแสนตอ อำเภอขามเฒ่าบุรี จังหวัดกำแพงเพชร 62130	01-6047149 055-726282
ผ้ามัดหมี่	a4-03	n4	กลุ่มทอผ้าหมู่ 1 บ้านยางสามต้น 27/2 หมู่ 1 ตำบลภูน้ำหยาด อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ 67130	056-724822
ผ้าไหมมัดหมี่ หมี่ข้อ หมี่ลายสร้างสรรค์	a4-04	c6	กลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าไหม หมู่ 2 91 หมู่ 2 ตำบลบึงบูรพ์ อำเภอบึงบูรพ์ จังหวัดศรีสะเกษ 33220	045-689108
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-05	e6	กลุ่มบ้านนาดี 28 หมู่ 4 ตำบลนาวัง อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ 370000	01-9665890
ผ้ามัดหมี่	a4-06	e6	กลุ่มเครดิตยูเนียนสตรีทอผ้าไหมสวย 66/1 หมู่ 1 ตำบลสวย อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000	01-9674469
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-07	e6	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านหนองเหล็ก น้อย 3 หมู่ 6 ตำบล โคด กิ่งอำเภอโพธิ์ศรีสุวรรณ จังหวัดศรีสะเกษ 33120	045-614044
ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าฝ้ายมัดหมี่	a4-08	e6	กลุ่มบ้านคำกลาง 104 หมู่ 7 ตำบลโนนหนามแท่ง อำเภอเมือง	-

			จังหวัดอำนาจเจริญ 37000	
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-09	e6	กลุ่มบ้านโนนคำแก้ว 163 หมู่ 9 ตำบลตั้งเม็ก อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ 33110	01-9994970
ผ้าด้ายมัดหมี่	a4-10	e6	กลุ่มองค์กรสตรีตำบลโคกกลาง หมู่ 7 44 หมู่ 7 ตำบลโคกกลาง อำเภอลืออำนาจ จังหวัดอำนาจเจริญ 37000	
ผ้าหมี่	a4-11	e6	กลุ่มบ้านภูเขายาม หมู่ 4 91 หมู่ 4 ตำบลกิมใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ 37000	-
ผ้าไหมมัดหมี่ ลงลายดอกสี	a4-12	e6	กลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านปะอาว 119 หมู่ 11 ตำบลหนองซอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000	01-9676164
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-13	e7	กลุ่มบ้านดู่รัง 24 หมู่ 7 ตำบลก้ามปู อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม 44110	034-724779
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-14	e7	กลุ่มแม่บ้านสุกนิมิตร 2 หมู่ 5 ตำบลเมืองหงษ์ อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด 45180	043-513090
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-15	e7	กลุ่มทอผ้าไหม 143 หมู่ 2 ตำบลโนนพะยอม อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น 40180	-
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-16	e7	กลุ่มบ้านสวนมอญ 38 หมู่ 4 ตำบลอึ่งอ่อง อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด 45180	-
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-17	e7	กลุ่มทอผ้าไหมสีเคมีคุ้มกลาง 3 571 หมู่ 1 ตำบลบ้านเขว้า อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ 36170	044-839327
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-18	e7	กลุ่มทอผ้าไหมคุ้มส้มโอง	044-839276

			41 หมู่ 1 ตำบลบ้านหว้า อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ 36170	044-891033
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-19	e7	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านห้วย 161 หมู่ 8 บ้านห้วย ตำบลตลาดแร้ง อำเภอบ้าน เขว้า จังหวัดชัยภูมิ 36170	01-9777584 044-839371
ผ้าทอมัดหมี่ ธรรมดาและสอด คั่น	a4-20	c10	กลุ่มสตรีอาสา ตำบลโคกแสมสาร 2 หมู่ 4 ตำบลโคกแสมสาร อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี 15250	01-3033322 01-6549572
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-21	w10	กลุ่มเลี้ยงไหมบ้านทุ่งแสม 628 บ้านทุ่งแสม หมู่ 9 ตำบลหนองขาม อำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี 72240	035-595400 01-3380777
ผ้ามัดหมี่	a4-22	e11	กลุ่มบ้านจอมมณีใต้ 53 หมู่ 7 ตำบลฝั่งแดง อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร 49000	-
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-23	e11	กลุ่มบ้านนายอ 43 หมู่ 4 ตำบลสร้างค้อ อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร 47180	-
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-24	e11	กลุ่มบ้านตาดภูวง 264 หมู่ 3 ตำบลคำบ่อ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 47150	042-719002
ผ้าไหมมัดหมี่	a4-25	e11	กลุ่มบ้านตาล หมู่ 10 20 หมู่ 10 ตำบลโคกสี อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร 47110	042-776084
ผ้ามัดหมี่	a4-26	e11	กลุ่มสตรีเพื่อการผลิตบ้านเหล่าเป่าเป็ด 12 หมู่ 4 ตำบลนาโสก อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร 49000	042-691126
ผ้ามัดหมี่	a4-27	e11	กลุ่มสตรีบ้านเหล่าเป่าเป็ดเหนือ 143 หมู่ 11 ตำบลนาโสก อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร 49000	042-691126

ผ้าไหมมัดหมี่	a4-28	e11	กลุ่มบ้านจำปา 4 หมู่ 5 ตำบลหนองตาด อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 47150	042-721259
---------------	-------	-----	---	------------

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย ประเภทผ้าจิด

[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภท สินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์
ผ้าจิด	a5-01	n5	กลุ่มทอผ้าบ้านโป่งเทวี หมู่ 5 ตำบลบ้านโป่ง อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย 57170	01-8837718
ทอผ้าจิด	a5-02	e6	กลุ่มออมทรัพย์แม่บ้านนิคมแปลง 3 อำเภอชานุมาน 16 หมู่ 7 ตำบลชานุมาน อำเภอชานุมาน จังหวัดอำนาจเจริญ 37210	-
ผ้าจิด	a5-03	e7	กลุ่มแม่บ้านศุภนิมิตร 2 หมู่ 5 ตำบลเมืองหงษ์ อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด 45180	043-513090
ทอผ้าจิด	a5-04	e11	กลุ่มบ้านหนองลาด หมู่ 9 71 หมู่ 9 ตำบลหนองเม็ก อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี 41130	042-239231
ผ้าไหมจิด	a5-05	e11	กลุ่มบ้านตาตวง 264 หมู่ 3 ตำบลคำบ่อ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 47150	042-719002
ผ้าลายจิด	a5-06	e11	กลุ่มสตรีเพื่อการผลิตบ้านเหล่าเป่าเป็ด 12 หมู่ 4 ตำบลนาโสก อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร 49000	042-691126

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย ประเภทผ้าจก ผ้าชิ้นตีนจก

[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภทสินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์
ผ้าชิ้นตีนจก	a6-01	n4	กลุ่มออมทรัพย์หาดเสี้ยว 1/429 ตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย 64130	01-5942383 01-3106468

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย ประเภทผ้าลายน้ำไหล ผ้าสว่าง หรือผ้าเกาะ

[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภทสินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์
ผ้าลายน้ำไหล	a7-01	n5	กลุ่มออมทรัพย์บ้านท่าโพธิ์ 68 หมู่ 1 ตำบลเด่นเหล็ก อำเภอน้ำป่าด จังหวัดอุตรดิตถ์ 53110	-
ผ้าลายน้ำไหล	a7-02	n5	กลุ่มทอผ้าบ้านโป่งเทวี หมู่ 5 ตำบลบ้านโป่ง อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย 57170	01-8837718
ผ้าทอมือลายน้ำไหล ไทลื้อ	a7-03	n5	กลุ่มทอผ้าบ้านน้ำครกใหม่ 198 หมู่ 4 ตำบลกองควาย อำเภอเมือง จังหวัดน่าน 55000	054-743002
ผ้าลายน้ำไหล	a7-04	n5	กลุ่มทอผ้าบ้านตีนจก 35 หมู่ 4 ตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน 55120	-

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย ประเภทผ้าลายลูกแก้ว

[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภทสินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์
ผ้าไหมลายลูกแก้ว	a8-01	e6	กลุ่มบ้าน โนนคำแก้ว 163 หมู่ 9 ตำบลสังเม็ก อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ 33110	01-9994970
ผ้าลายลูกแก้ว	a8-02	e6	กลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าไหม หมู่ 2 91 หมู่ 2 ตำบลบึงบูรพ์ อำเภอบึงบูรพ์ จังหวัดศรีสะเกษ 33220	045-689108
ผ้าลายลูกแก้ว	a8-03	e6	กลุ่มเครื่องเรือนสตรีทอผ้าไหมสวย 66/1 หมู่ 1 ตำบลสวาย อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 32000	01-9674469
ผ้าลายลูกแก้ว	a8-04	e6	กลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านปะอ่าว 119 หมู่ 11 ตำบลหนองซอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000	01-9676164
ผ้าไหมลายลูกแก้ว	a8-05	e11	กลุ่มบ้านตาตวง 264 หมู่ 3 ตำบลคำบ่อ อำเภวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 47150	042-719002
ผ้าไหมลายลูกแก้ว	a8-06	e11	กลุ่มบ้านนาขอ 43 หมู่ 4 ตำบลสร้างค้อ อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร 47180	-

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย ประเภทผ้าแพรวา

[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภทสินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์

ผ้าแพรว	a9-01	e7	กลุ่มสตรีทอผ้า 17 หมู่ 10 ตำบลผาน้อย อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด 45210	-
ผ้าไหมแพรว วา	a9-02	e11	กลุ่มบ้านจำปา 4 หมู่ 5 ตำบลหนองตาต อำเภวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 47150	042-721259

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย ประเภทผ้ายกมุก

[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภท สินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์
-	a10-01	-	-	-

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย ประเภทผ้ายกดอก

[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภทสินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์
ผ้าทอมือลายยก ดอก ผ้าสอดคั่นเงินคั่น ทอง	a11-01	n5	กลุ่มทอผ้าบ้านน้ำครกใหม่ 198 หมู่ 4 ตำบลกองควาย อำเภอเมือง จังหวัดน่าน 55000	054-743002
ผ้าลายยกดอก	a11-02	n5	กลุ่มทอผ้าบ้านโป่งเทวี หมู่ 5 ตำบลบ้านโป่ง อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย 57170	01-8837718
ผ้าทอมือลายยก ดอก ผ้าย ไหม	a11-03	e7	กลุ่มสตรีทอผ้าจิด 452/2 หมู่ที่ 5 ตำบลหนองตุม อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ 36110	01-6006931

ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ - ผ้าไทย ประเภทผ้าขาวม้า
[หน้าสินค้าชาวบ้าน]

ประเภท สินค้า	รหัสสินค้า	ภูมิภาค	สถานที่ติดต่อกลุ่มชาวบ้าน	โทรศัพท์
ผ้าขาวม้า	a12-01	n4	กลุ่มออมทรัพย์หาดเสี้ยว 1/429 ตำบลหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย 64130	01-5942383 01-3106468
ผ้าขาวม้า	a12-02	n4	กลุ่มบ้านหนองกรด 1 หมู่ 5 ตำบลประชาสุขสันต์ อำเภอลานกระบือ จังหวัดกำแพงเพชร 62170	01-4743861
ผ้าขาวม้า	a12-03	n4	กลุ่มทอผ้าบ้านห้วยแก้ว 169/1 หมู่ 2 ตำบลห้วยแก้ว อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร 66130	-
ผ้าขาวม้า	a12-04	n4	กลุ่มบ้านหนองพงษ์ 167 หมู่ 9 ตำบลเขาทราย อำเภอทับคล้อ จังหวัดพิจิตร 66150	01-6740238
ผ้าขาวม้า	a12-05	n4	กลุ่มทอผ้าหมู่ 1 บ้านยางสามต้น 27/2 หมู่ 1 ตำบลภูน้ำหยาด อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ 67130	056-724822
ผ้าขาวม้า	a12-06	n4	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านเฉลียงลับ 150 หมู่ 7 ตำบลนาป่า อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ 67000	056-724208
ผ้าขาวม้า	a12-07	n5	กลุ่มบ้านเขี้ยว 90/1 บ้านเขี้ยว ตำบลศิลา อำเภอปัว จังหวัดน่าน 55120	054-710246
ผ้าขาวม้า	a12-08	e6	กลุ่มบ้านภูเขาม หมู่ 4 91 หมู่ 4 ตำบลคึมใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ 37000	-

ผ้าขาวม้า ไหม	a12-09	e6	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านหนองเหล็กน้อย 3 หมู่ 6 ตำบลโคต กิ่งอำเภอโพธิ์ศรีสุวรรณ จังหวัดศรีสะเกษ 33120	045-614044
ผ้าขาวม้า	a12-10	e6	กลุ่มบ้านคำกลาง 104 หมู่ 7 ตำบลโนนหนามแท่ง อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ 37000	-
ผ้าขาวม้า	a12-11	e6	กลุ่มอาชีพทอผ้าบ้านปะอว 119 หมู่ 11 ตำบลหนองซอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000	01-9676164
ผ้าขาวม้า	a12-12	e6	กลุ่มบ้านนาดี 28 หมู่ 4 ตำบลนาวิ่ง อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ 370000	01-9665890
ผ้าขาวม้า	a12-13	e6	กลุ่มออมทรัพย์แม่บ้านนิคมแปลง 3 อำเภอชานุมาน 16 หมู่ 7 ตำบลชานุมาน อำเภอชานุมาน จังหวัดอำนาจเจริญ 37210	-
ขาวม้าไหม	a12-14	e7	กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านหนองदै 26/1 หมู่ 5 ตำบลบ้านเดื่อ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ 36120	-
ผ้าขาวม้า	a12-15	e7	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเยี่ยมสี่ธรรมชาติ 61 หมู่ 7 ตำบลโนนสะอาด อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น 40210	043-249358
ผ้าขาวม้า	a12-16	e7	กลุ่มทอผ้าไหม 143 หมู่ 2 ตำบลโนนพะยอม อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น 40180	-
ผ้าขาวม้า	a12-17	c10	กลุ่มสตรีอาสา ตำบลโคกแสมสาร 2 หมู่ 4 ตำบลโคกแสมสาร อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี 15250	01-3033322 01-6549572
ผ้าขาวม้า ร้อยสี	a12-18	w10	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคอนเตาอิฐ โข่ง-ไทย ร่วมใจ พัฒนา 104 หมู่ 17 ตำบลรางหวาย อำเภอพนมทวน	034-516593 034-656188

			จังหวัดกาญจนบุรี 71170	
ผ้าขาวม้า	a12-19	e11	กลุ่มบ้านจอมมณีใต้ 53 หมู่ 7 ตำบลฝั่งแดง อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร 49000	-
ผ้าขาวม้า	a12-20	e11	กลุ่มบ้านนาขอ 43 หมู่ 4 ตำบลสร้างก่อ อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร 47180	-
ผ้าขาวม้า	a12-21	e11	กลุ่มสตรีเพื่อการผลิตบ้านเหล่าเป่าเป็ด 12 หมู่ 4 ตำบลนาโสก อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร 49000	042-691126

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University