

ความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ที่มีต่อ  
นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์  
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2565  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Views of Civil Servants towards Policy on Promoting Traditional Thai Fabric in Lopburi,  
Thailand



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Public Administration in Public Administration

Department of Public Administration

FACULTY OF POLITICAL SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2022

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	ความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ที่มีต่อนโยบายส่งเสริม และสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย
โดย	น.ส.นุสรดา ดาราสม
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร.จิราพร เหล่าเจริญวงศ์

---

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

----- ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จুলณี เทียนไทย)

----- อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(อาจารย์ ดร.จิราพร เหล่าเจริญวงศ์)

----- กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนพันธ์ ไล่ประกอบทรัพย์)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

นุสรดา ดาราสม : ความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัด  
ลพบุรี (ระดับจังหวัด) ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย. (  
Views of Civil Servants towards Policy on Promoting Traditional Thai Fabric  
in Lopburi, Thailand) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.จิราพร เหล่าเจริญวงศ์

การศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรี  
(ระดับจังหวัด) ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย มีวัตถุประสงค์ 2  
ประการ ได้แก่ 1) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี  
(ระดับจังหวัด) ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย และ 2) เพื่อศึกษา  
อิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี  
(ระดับจังหวัด) โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)  
เก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 10 คน แบ่งตาม  
เพศภาวะ และช่วงอายุ

ผลการศึกษา พบว่า ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรี (ระดับ  
จังหวัด) มีความคิดเห็นโดยรวมในแง่ดีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย  
โดยมองว่าเป็นการส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านการผลิตโดยกลุ่มข้าราชการซึ่งทำงานใกล้ชิด  
กับประชาชน อย่างไรก็ตาม ข้าราชการกลุ่มช่วงอายุ 23 – 33 ปี มีข้อเสนอแนะว่านโยบายนี้ควรจ  
เป็นความสมัครใจมากกว่ากึ่งบังคับให้ใส่ผ้าไทยทุกวัน เนื่องจากเป็นภาระทางการเงินแก่ข้าราชการ  
กลุ่มนี้ เพื่อให้เกิดการสวมใส่ผ้าไทยที่ผลิตจากกลุ่มชาวบ้านโดยแท้จริง ไม่เบียดเบียนวัตถุประสงค์  
ของนโยบายที่ต้องการกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานราก สร้างงานสร้างอาชีพให้ชุมชน อีกทั้ง เพศ  
ภาวะและช่วงอายุ มีอิทธิพลต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย  
ประจำจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด)

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์

ปีการศึกษา 2565

ลายมือชื่อนิสิต .....

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 6480073324 : MAJOR PUBLIC ADMINISTRATION

KEYWORD: Civil Servants Ministry of Interior

Nusara Darasom : Views of Civil Servants towards Policy on Promoting Traditional Thai Fabric in Lopburi, Thailand. Advisor: JIRAPORN LAOCHAROENWONG, Ph.D.

The study aims to explore the views of civil servants towards policy on promoting traditional Thai fabric in Lopburi, Thailand. This study had 2 objectives; 1) To survey the attitudes of civil servants towards the policy on promoting traditional Thai fabric in Lopburi. 2) To investigate the influencing factors on the decision-making process of civil servants under the Ministry of Interior in Lopburi Province to wear traditional Thai fabric. This research uses qualitative research, gathering data through private interviews with a specific and targeted sample group of 10 civil servants under the Ministry of Interior in Lopburi Province, categorized by gender and age.

The study results indicate that civil servants under the Ministry of Interior in Lopburi Province generally have a positive opinion towards the policy on promoting traditional Thai fabric. They view it as a means to promote Thai identity since they work closely with the public. However, civil servants in the age group of 23 to 33 years propose that the policy should be more voluntary rather than partially mandatory to wear traditional Thai fabric every day. Since this policy can be financially burdensome for this group of civil servants. They suggest that wearing traditional Thai fabric should be encouraged, but not forced, to ensure the authentic production by local communities and to align with the policy's objective

Field of Study: Public Administration

Student's Signature .....

Academic Year: 2022

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ ดร.จิราพร เหล่าเจริญวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่เปิดโอกาสให้นิสิตได้ศึกษาตามหัวข้อที่สนใจ ช่วยแนะนำ ให้คำปรึกษาต่าง ๆ ตลอดจนการช่วยเหลือและการแก้ไขให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่ได้สั่งสอนวิชาความรู้ให้นิสิต ทำให้นิสิตมีความรู้และมุมมองใหม่ ๆ มากขึ้น สามารถนำมาประกอบการจัดทำสารนิพนธ์ได้อย่างสำเร็จลุล่วง ตลอดจนนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน อันจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติสืบไป รวมถึงขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ประจำภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือ ตลอดจนอำนวยความสะดวกแก่นิสิตตลอดปีการศึกษา

ขอขอบพระคุณผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน บุคลากรสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรี ที่ให้ความช่วยเหลือในการสัมภาษณ์เก็บข้อมูล คำแนะนำในการจัดทำสารนิพนธ์ ตลอดจนเป็นกำลังใจในการศึกษาและการทำสารนิพนธ์นี้

ขอขอบพระคุณเพื่อนนิสิต ร.ป.ม. รุ่นที่ 55 ที่ให้ความช่วยเหลือ ดูแลและคอยผลักดันซึ่งกันและกัน เป็นกำลังใจให้กัน จนสามารถสำเร็จการศึกษาได้อย่างที่หวังไว้

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัวของนิสิต และนายพดล เจริญวัย ที่ให้การสนับสนุน เป็นกำลังใจ เป็นแรงผลักดัน เป็นที่ปรึกษาและคอยสนับสนุนให้ความช่วยเหลือทุกเรื่องตั้งแต่เริ่มจนจบการศึกษา ตลอดจนขอบคุณตัวเองที่มีความพยายาม มุมานะ อดทน จนสามารถทำสารนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

นุสรรา ดาราสม

## สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	5
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย.....	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	7
2.1 ความหมายของความคิดเห็น.....	7
2.2 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์.....	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับเพศภาวะและการแต่งกาย.....	10
2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	13
2.4.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	13
2.4.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	14
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับระบบราชการไทย.....	15
2.5.1 ทฤษฎีระบบราชการ (Bureaucracy) โดย Max Weber.....	15

2.5.2 ระบบราชการไทย.....	21
2.5.3 มติคณะรัฐมนตรี เรื่อง มาตรการส่งเสริมการใช้และสนับสนุนการสวมใส่ผ้าไทย .....	23
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	29
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	29
3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data).....	29
3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data).....	29
3.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	29
3.2.1 กลุ่มตัวอย่างข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด).....	30
3.2.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ทอผ้าไทยในจังหวัดลพบุรี.....	30
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	31
4.1 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง.....	31
4.2 ข้อมูลการสัมภาษณ์.....	32
ประเด็นที่ 1 ความเป็นมาของนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย .....	32
ประเด็นที่ 2 อิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผ้าไทยและแหล่งที่ซื้อ .....	33
ประเด็นที่ 3 ความสนใจในการสวมใส่ผ้าไทย หากหน่วยงานไม่มีมาตรการบังคับ .....	36
ประเด็นที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างการสวมใส่ผ้าไทยกับการส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทย.....	38
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	42
5.1 ความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรีในแต่ละช่วงอายุและเพศ ภาวะที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย .....	42
5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและเพศภาวะของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยประจำ จังหวัดลพบุรีต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทย .....	44
5.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย .....	45
บรรณานุกรม .....	48



ประวัติผู้เขียน.....50



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

ความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ที่มีต่อ  
นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อัตลักษณ์ความเป็นไทย สามารถสะท้อนออกมาได้หลายรูปแบบ อาทิ วัฒนธรรมประเพณี ภาษาที่ใช้พูด การแต่งกาย อาหาร การละเล่น การแสดง เป็นต้น โดยราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้คำนิยามคำว่าอัตลักษณ์ ไว้ว่าเกิดจากผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ โดยที่อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายใต้วัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2550) อัตลักษณ์ความเป็นไทย จะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค เนื่องจากความแตกต่างทางชาติพันธุ์ ถิ่นกำเนิด วิถีชีวิตในแต่ละท้องถิ่นส่งผลให้มีอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่หลากหลาย ผ้าไทยก็เป็นหนึ่งสิ่ง que แสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย ซึ่งผ้าไทยมีความแตกต่างตามอัตลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ และสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อของผู้คน โดยส่งผ่านกรรมวิธีในการผลิตผ้าหนึ่งผืนออกมา

ในช่วงเวลาสี่สิบปีที่ผ่านมา ผ้าไทยได้ถูกเชิดชูขึ้นมาให้สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทยในแต่ละพื้นที่ ผ่านลวดลายและกรรมวิธีการทอในแต่ละผืนผ้า โดยสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงเป็นผู้ริเริ่มการนำผ้าไทยมาสวมใส่ออกงานในระดับประเทศ ส่งผลให้ผ้าไทยเป็นที่รู้จักของต่างชาติ อย่างไรก็ตาม ในช่วงแรกเริ่มการสวมใส่ผ้าไทย ผ้าไทยที่ทรงนำมาสวมใส่มักจะเป็นผ้าไหม ซึ่งมีมูลค่าและความประณีตสูง ดูแลรักษาค่อนข้างยาก และไม่เหมาะสมที่จะใส่ในชีวิตประจำวัน ประชาชนจึงไม่สามารถสนองพระราชดำริในการส่งเสริมและสนับสนุนผ้าไทยได้ดีเท่าที่ควร สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงตั้งมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ อย่างเป็นทางการในปี 2519 เพื่อเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชน และอนุรักษ์ สืบสานการทอผ้าไทยแบบโบราณให้คงอยู่สืบไป ส่งผลให้ภาครัฐหันมาให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ผ้าไทย จากการค้นคว้าของผู้วิจัย พบว่า ที่มาของการรณรงค์ส่งเสริมการใช้และสวมใส่ผ้าไทยของรัฐบาลในอดีตที่เป็นรูปธรรม เกิดขึ้นในสมัยรัฐบาลของพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร เมื่อปี 2546 ที่มีการออกนโยบายผ่านมติคณะรัฐมนตรี ขอความร่วมมือประชาชนให้สวมใส่ผ้าไทยในเดือนสิงหาคม เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ถัดมารูปแบบการรณรงค์การใช้และสวมใส่ผ้าไทยก็เริ่มคืบหน้าเข้ามาทางกลุ่ม

ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ โดยเชิญชวนให้กลุ่มบุคคลเหล่านี้ แต่งกายในชุดผ้าไทยในวันปฏิบัติราชการ โดยหน่วยงานต้นสังกัดอาจพิจารณากำหนดเป็นวันใดวันหนึ่งของสัปดาห์เพื่อเป็นแบบอย่าง ที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย และความพร้อมเพรียงกัน อย่างไรก็ตาม การดำเนินการดังกล่าวเป็นเพียงการเชิญชวน มิได้เป็นคำสั่งหรือการบังคับ แต่ให้ดำเนินการด้วยความสมัครใจของแต่ละบุคคล (มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2554) จากนั้นในปัจจุบัน รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้มีการกำหนดให้ข้าราชการใส่ผ้าไทยเพิ่มเป็นอย่างน้อย 2 วันต่อสัปดาห์ ในการปฏิบัติราชการ เพื่อเป็นการอนุรักษ์ความเป็นไทย ส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มผู้ทอผ้าให้มีรายได้เพียงพอ กระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากในช่วงวิกฤติทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตามที่กระทรวงมหาดไทยเสนอ

กระทรวงมหาดไทย ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2435 มีสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าจุฑาธุชธราดิลกพรรณมาพิงกุณราชกุมารีเป็นปฐมเสนาบดีกระทรวงมหาดไทยคนแรก โดยสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าจุฑาธุชธราดิลกพรรณมาพิงกุณราชกุมารี ได้ริเริ่มแนวคิดการทำงานของกระทรวงมหาดไทยที่มุ่งเน้นให้บ้านเมืองอยู่เย็นเป็นสุข นำไปสู่ยุทธศาสตร์ “บำบัดทุกข์ บำรุงสุข” ในปัจจุบัน ที่สะท้อนให้เห็นถึงภารกิจของกระทรวงมหาดไทย โดยนายเกษม บุญราช อธิบดีปลัดกระทรวงมหาดไทย ได้ให้นิยามภารกิจบำบัดทุกข์ บำรุงสุข ไว้ว่า เป็นการทำงานที่จะทำให้เกิดศรัทธา ได้รับการยอมรับจากประชาชน คือการที่เราต้องทุ่มเททำงานในภาระหน้าที่อย่างจริงจังและจริงใจ กระทรวงมหาดไทย ได้กำหนดวิสัยทัศน์ “ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ชุมชนเข้มแข็ง เมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืน บนฐานหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีพันธกิจ 4 ประการ ดังนี้ 1. รักษาความสงบเรียบร้อย ความปลอดภัย และความมั่นคงภายใน 2. เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก 3. ส่งเสริมการพัฒนาเมืองและโครงสร้างพื้นฐาน และ 4. ส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารราชการในระดับพื้นที่ จากพันธกิจข้อ 2 เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก จะเห็นได้ว่า กระทรวงมหาดไทย ก็เป็นหนึ่งในกระทรวงที่มีการผลักดันและขับเคลื่อนนโยบายการสวมใส่ผ้าไทยอย่างเข้มข้น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มผู้ทอผ้าให้มีรายได้เพียงพอ กระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากในช่วงวิกฤติทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ยกตัวอย่างเช่น จังหวัดลพบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดที่ผู้วิจัยปฏิบัติงานอยู่ ผู้ว่าราชการจังหวัดลพบุรี ได้มีการลงนามในหนังสือจังหวัดลพบุรีถึงส่วนราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ อำเภอ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประชาสัมพันธ์การแต่งกาย โดยกำหนดการแต่งกายให้ข้าราชการ พนักงานราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างเหมา แต่งเครื่องแบบปกติทุกวันจันทร์ ใส่เสื้อผ้าไทย ทุกวันอังคาร ใส่เสื้อ to be no1 ทุกวันพุธ ใส่เสื้อผ้าไทยลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรี ทุกวันพฤหัสบดี และใส่

เสื้อผ้าไทย ทุกวันศุกร์ นั้นหมายความว่า บุคลากรทุกหน่วยงานในจังหวัดลพบุรี จะต้องใส่ผ้าไทยอย่างน้อย 3 วัน/สัปดาห์ จะเห็นได้ว่าผ้าไทยถูกสร้างและเชิดชูอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกลไกในระดับข้าราชการ ในฐานะที่รัฐมองว่าข้าราชการคือสื่อกลางระหว่างรัฐและประชาชน แต่ทว่าความเป็นไทยหรืออัตลักษณ์ความเป็นไทยที่ถูกสร้างขึ้นในผ้าไทยนั้น สามารถสะท้อนออกมา ผ่านการส่งเสริมให้ข้าราชการสวมใส่ผ้าไทยได้อย่างไร และเมื่อนโยบายดังกล่าวได้ลงมาสู่ระดับปฏิบัติการแล้วมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ส่วนนี้เป็นคำถามที่ผู้วิจัยสงสัยและใคร่รู้ที่จะหาคำตอบจากงานวิจัยชิ้นนี้

เมื่อศึกษาค้นคว้าแล้วพบว่ารายได้จากการจำหน่ายผ้าไทยในลพบุรี เดือนตุลาคม 2564 - กุมภาพันธ์ 2566 คิดเป็นจำนวนเงิน 1,955,000 บาท เพิ่มขึ้น 186% จากยอดจำหน่ายรายปีช่วงเดือนมิถุนายน 2563 - กันยายน 2564 เนื่องจากในช่วงแรกเริ่มที่มีมติคณะรัฐมนตรีนี้ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กำลังทวีความรุนแรง ทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ใช้มาตรการปฏิบัติงานที่บ้าน (Work from home) ข้าราชการจึงไม่มีความจำเป็นต้องสวมใส่ผ้าไทยในช่วงระยะเวลานี้ ต่อมาเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เริ่มคลี่คลายขึ้น หน่วยงานมีมาตรการให้เข้ามาปฏิบัติงาน ณ สถานที่ตั้ง ข้าราชการต้องสวมใส่ผ้าไทยตามมติคณะรัฐมนตรีนี้ จึงเกิดการซื้อผ้าไทยเพิ่มขึ้นจากปีก่อน โดยที่จังหวัดลพบุรี มีชื่อเสียงด้านผ้าทอมัดหมี่ ส่งผลให้ยอดขายผ้าไทยในจังหวัดลพบุรี พุ่งสูงขึ้นจากเดิมเป็นอย่างมาก อนึ่ง จังหวัดลพบุรี มีผ้าทอที่เป็นอัตลักษณ์ คือ ผ้ามัดหมี่ลายดอกพิบูล ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดลพบุรี อย่างไรก็ตาม ผ้าทอมือลพบุรี เป็นผ้าที่ทอเป็นผืน ขนาด 4 เมตร โดยแบ่งตัดชุดเดรสผู้หญิงไซส์มาตรฐานได้ 2 ชุด นอกจากนี้ ผู้ซื้อยังต้องมีค่าใช้จ่ายในการนำผ้าไปตัดชุดเพิ่มเติมอีก โดยอ้างอิงราคาจากร้านที่ผู้วิจัยนำผ้าไปส่งตัด ราคาตัดชุดเดรสผู้หญิงจะอยู่ที่ 900 – 1,000 บาทต่อชุด ส่วนเสื้อผู้ชาย ราคาตัดจะอยู่ที่ 500 บาทต่อตัว เมื่อรวมค่าผ้าและค่าตัด ส่งผลให้มูลค่าชุดผ้าไทยชุดหนึ่ง มีราคาประมาณ 1,800 บาท ซึ่งเป็นมูลค่าที่ค่อนข้างสูง เมื่อต้องมีการสวมใส่อย่างน้อย 3 วันต่อสัปดาห์ จึงเป็นเรื่องยากที่จะใส่ผ้าไทยทอมือดั้งเดิม ท้ายที่สุด จากการสังเกตเบื้องต้นของผู้วิจัย ข้าราชการส่วนใหญ่จึงเลือกที่จะสั่งซื้อผ้าพิมพ์ลายไทยที่ผลิตจากโรงงานผ่านช่องทางออนไลน์แทนการซื้อจากกลุ่มผู้ทอผ้าโดยตรง เนื่องจากมีราคาถูกกว่ามาก เฉลี่ยตัวละประมาณ 100 – 300 บาท

ผู้วิจัยจึงสำรวจความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ในแต่ละช่วงอายุและเพศภาวะที่แตกต่างกัน ว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย และศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผ้าไทยข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) เนื่องด้วยผ้าไทยเองที่มีกระบวนการผลิตที่

ซับซ้อนและการดูแลรักษาที่ค่อนข้างยาก ทำให้ผู้ที่สวมใส่ผ้าไทยต้องมีค่าใช้จ่ายในการได้มาและดูแลรักษาผ้าไทย ประกอบกับข้าราชการนั้นมีความแตกต่างกันตามช่วงอายุและเงินเดือน การเข้าถึงและการสนับสนุนผ้าไทยนั้นแน่นอนว่าแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงวัยและเพศภาวะ ความพยายามของรัฐบาลที่จะเชิดชูอัตลักษณ์ผ้าไทยผ่านข้าราชการ จึงไม่สัมฤทธิ์ผลอย่างแท้จริง เมื่อเงินเดือน ทักษะคติ ช่วงวัย อายุงานราชการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ข้าราชการแต่ละบุคคลเข้าถึงการเลือกซื้อผ้าไทยแตกต่างกัน ข้าราชการหลายคนเลือกที่จะซื้อผ้าไทยที่ผลิตแบบสำเร็จรูปผ่านโรงงานมากกว่าผ้าไทยทอมือจากกลุ่มชาวบ้านอย่างที่ภาครัฐคาดหวังให้เป็น ท้ายที่สุดแล้วนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยที่ต้องการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากนี้ จะบรรลุตามวัตถุประสงค์ของนโยบายอย่างแท้จริงหรือไม่ และช่วงวัย เพศภาวะของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) มีความสัมพันธ์อย่างไรกับการเลือกซื้อผ้าไทย ซึ่งก็น่าสนใจว่า ข้าราชการในแต่ละช่วงอายุและเพศภาวะมองและเข้าใจประเด็นเรื่องอัตลักษณ์และการใส่ผ้าไทยอย่างไร ทั้งในเชิงอุดมคติและเศรษฐกิจ

ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาจังหวัดลพบุรีในฐานะที่เคยทำงานที่นั่นมาก่อน โดยจังหวัดลพบุรี ตั้งอยู่ในบริเวณภาคกลางของประเทศไทย มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดกำแพงเพชร ในทิศเหนือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดสระบุรีในทิศใต้ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดสระบุรีในทิศตะวันออก จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดอ่างทอง และจังหวัดนครสวรรค์ในทิศตะวันตก มีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 11 อำเภอ ณ เดือนกรกฎาคม 2565 มีประชากรรวมทั้งสิ้น 739,088 คน ซึ่งจังหวัดลพบุรีมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย เนื่องจากประวัติศาสตร์อันยาวนานนับแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ จากหลักฐานบันทึกของชาวฝรั่งเศสต้นกรุงรัตนโกสินทร์มีกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เริ่มอพยพเข้าสู่จังหวัดลพบุรีเนื่องจากภาวะสงคราม เกิดการกวาดต้อนผู้คนมาเป็นเชลย หรืออพยพย้ายถิ่นฐานของคนอีสานเพื่อเป็นแรงงานในการก่อสร้างเมืองทำให้จังหวัดลพบุรีมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์อย่างน้อย 5 กลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ ได้แก่ กลุ่มคนไทยภาคกลางพื้นถิ่น กลุ่มไทยเบ็ง กลุ่มมอญ (ไทยรามัญ) กลุ่มลาวพวนหรือไทยพวนและกลุ่มจีน กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดลพบุรีมีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมและประเพณี มีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง คงรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรม ได้แก่ ภาษา การแต่งกาย และขนบธรรมเนียมประเพณีไว้อย่างเข้มแข็ง มีกลุ่มทอผ้าที่หลากหลายและมีชื่อเสียง โดยกลุ่มผู้ทอผ้าในจังหวัดลพบุรีที่โดดเด่น อาศัยอยู่ใน 2 อำเภอ ได้แก่ อำเภอบ้านหมี่ ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน และอำเภอโคกเจริญ

## 1.2 คำถามการวิจัย

1. ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ในแต่ละช่วงอายุ และเพศสภาพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นอย่างไรต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย

2. ช่วงอายุและเพศสภาพที่แตกต่างกันของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทยอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด)

## 1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บข้อมูลด้วยสัมภาษณ์ (Interview) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย และศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) โดยแบ่งขอบเขตของกลุ่มประชากรที่ศึกษา ดังนี้ ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ได้แก่ 1) สำนักงานจังหวัดลพบุรี 2) ที่ทำการปกครองจังหวัดลพบุรี 3) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี 4) สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี 5) สำนักงานที่ดินจังหวัดลพบุรี 6) สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลพบุรี และ 7) สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดลพบุรี แบ่งเป็น 2 ช่วงอายุ ได้แก่ 1) ช่วงอายุ 23 - 33 ปี และ 2) ช่วงอายุ 50 - 60 ปี และแบ่งเป็นเพศชายกับเพศหญิง ขอบเขตของระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ศึกษารวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล ระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนเมษายน 2566

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงอิทธิพลที่ส่งผลต่อการสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด)
2. นำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาการทอผ้าของกลุ่มผู้ทอผ้าในจังหวัดลพบุรี เพื่อให้สามารถผลิตผ้าได้ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มรายได้สู่ครัวเรือน



## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย และศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้างานเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่กรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

#### 2.1 ความหมายของความคิดเห็น

อุทัย หิรัญโต (2519) ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดเห็นของคนมีหลายระดับ คือ อย่างผิวเผินก็มี อย่างลึกซึ้งก็มี สำหรับความคิดเห็นที่เป็นทัศนคติ (Attitude) เป็นความคิดเห็นอย่างลึกซึ้งและติดตัวไปเป็นเวลานาน เป็นความคิดเห็นทั่วไป ไม่เฉพาะอย่าง ซึ่งมีประจำตัวของบุคคลทุกคน ส่วนความคิดเห็นที่ไม่ลึกซึ้งและเป็นความคิดเห็นเฉพาะอย่าง และมีอยู่เป็นระยะเวลาอันสั้น เรียกว่า Opinion เป็นความคิดเห็นประเภทหนึ่งที่ไม่ตั้งอยู่บนรากฐานของพยานหลักฐานที่เพียงพอแก่การพิสูจน์ มีความรู้แห่งอารมณ์น้อย เกิดขึ้นง่าย แต่สลายเร็ว

สุโช เจริญสุข (2525) กล่าวถึงความคิดเห็นว่า เป็นสภาพความรู้สึกทางด้านจิตใจที่เกิดปรากฏการณ์และการเรียนรู้ของบุคคล อันเป็นผลให้บุคคลมีความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ และเฉยๆ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2540, หน้า 44; อ้างถึงใน วรดิ ภูพงษ์, 2554ก, หน้า 9) ได้กล่าวไว้ว่า อายุมีผลต่อความคิดเห็นของบุคคล ส่วนใหญ่มักปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไปยากซึ่งทำให้ผลต่อความคิดเห็นของเขาเอง นอกจากอายุแล้วยังมีตัวแปรอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น ปฏิภานของบุคคลต่อสิ่งเร้าข่าวสาร เป็นต้น บุคคลที่แตกต่างกันจะมีปฏิภานไม่เหมือนกันผลที่จะมีต่อการเปลี่ยนแปลงความคดีย่อมแตกต่างกันไปด้วย

เสกสรร วัฒนพงษ์ (2542, หน้า 8; อ้างถึงใน ชำนาญ อินทร์ชัย, 2550, หน้า 7-8) ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกถึงความเชื่อ ทัศนคติ การวินิจฉัย การพิจารณาหรือการประเมินผลอย่างมีรูปแบบโดยได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติและข้อเท็จจริงความรู้ที่มีอยู่ของผู้แสดงความคิดเห็น



ต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ การแสดงความคิดเห็นอาจจะแสดงออกโดยการพูดหรือการเขียน

จำลอง เงินดี (2544) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในลักษณะที่ไม่ลึกซึ้งเหมือนทัศนคติ ความคิดเห็นนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการแสดงออกของทัศนคติก็ได้ สังเกตและวัดได้จากคนแต่มีส่วนที่แตกต่างไปจากทัศนคติตรงที่ทัศนคตินั้นเจ้าตัวอาจจะตระหนักหรือไม่ตระหนักก็ได้

ทวี เจริญ (2550) กล่าวว่า ความคิดเป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึกที่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง และทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะบุคคล หรือสถานการณ์ เป็นต้น ความคิดเห็นอาจจะเป็นไปในทางเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยต่อสิ่งนั้นก็ได้

สงวน คำรศ (2551) กล่าวว่าความคิดเห็นเป็นการแสดงออกโดยการพูดหรือเขียนเกี่ยวกับทัศนคติหรือความเชื่อหรือค่านิยมของบุคคล ความคิดเห็นไม่เหมือนทัศนคติตรงที่ไม่จำเป็นต้องแสดงความรู้ อารมณ์หรือการแสดงพฤติกรรมที่จะตอบสนองต่อสิ่งหนึ่งเป็นคำพูดพร้อมเหตุผลที่บุคคลคิดขึ้นมาและถ้าไม่มีคนเห็นด้วยก็อาจเปลี่ยนคำพูดดังกล่าวได้ ดังนั้นบุคคลที่มีทัศนคติหรือความเชื่อหรือค่านิยมอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ถ้าไม่แสดงความคิดเห็นออกมาก็จะไม่มีบุคคลใดทราบเลยว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติความเชื่อหรือค่านิยมเช่นใด

จากนิยามข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความคิดเห็น เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดภายในที่ได้รับอิทธิพลมาจากตัวแปรต่าง ๆ เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ อายุ เป็นต้น โดยความคิดเห็นในบางครั้งจะสื่อให้เห็นถึงทัศนคติภายในของผู้แสดงความคิดเห็น ซึ่งความคิดเห็นนั้นเป็นได้หลายทิศทาง ทั้งเชิงบวก เชิงลบ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย

## 2.2 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์

ราชบัณฑิตยสถาน (2550) ได้ให้ความหมายของคำว่าอัตลักษณ์ไว้ว่า อัตลักษณ์ (อ่านว่า อัต-ตะ-ลัก) ประกอบด้วยคำว่า อัต (อัต-ตะ) ซึ่งหมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณะ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว. คำว่า อัตลักษณ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า identity หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ ในทางวิชาการแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์นี้มีผู้ศึกษาวิจัยไว้ค่อนข้างมาก โดยผู้วิจัยจะหยิบยกเอาแนวคิดที่จะช่วยอธิบายการสร้างหรือสะท้อนอัตลักษณ์ของคนในองค์กรมาเท่านั้น

อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งอัตลักษณ์ถูกผลิตขึ้นผ่านวงจรแห่งวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับการสร้างภาพตัวแทน (Representation) การผลิต (Production) การบริโภค (Consumption) และการควบคุมจัดการ (Regulation) (ฉลาดชาวย รมิตานนท์, 2550) ในความหมายเดียวกันแมคคอลล (McCall) ได้ให้ความหมายของอัตลักษณ์ว่า เป็นลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งในตัวบุคคลหรือชนชาติใดชนชาติหนึ่ง ที่ทำให้ตัวบุคคลรู้ว่าเขาเป็นบุคคล เป็นตัวเขาเอง แตกต่างจากคนอื่น และทำให้คนอื่นรู้จักว่าเป็นใคร อัตลักษณ์ของตนเองจึงมีความสำคัญ เพราะเป็นเครื่องรักษาบุคคลแต่ละคนให้มีความเป็นตัวตนของตนเองโดยแท้จริง (ฤดี นิยมรัตน์, 2554)

แน่นอนว่าอัตลักษณ์ไม่ใช่แค่เรื่องส่วนบุคคลแต่ยังมีอัตลักษณ์ทางสังคมที่สะท้อนภาพของคนในสังคมนั้นที่แตกต่างออกไปจากคนในสังคมอื่น เช่น งานของบาร์กเกอร์ (Barker, 2000) ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์ว่าไม่ใช่เรื่องที่ติดตัวมากับธรรมชาติ (Anti - essentialism) หากแต่เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างทางสังคม (Socially Construction) และอัตลักษณ์เกิดขึ้นได้จากปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อัตลักษณ์เกิดจากการสังสมผลิตผลของวาทกรรม (Product of discourse) (กาญจนา แก้วเทพ, 2545) และให้ความหมาย อัตลักษณ์จึงเป็น สิ่งเรารู้สึกว่าเป็นเราหรือพวกเราและมีความแตกต่างไปจากพวกเขา และอัตลักษณ์ไม่จำเป็นต้องมีเพียงหนึ่งเดียว สามารถมีหลายลักษณะประกอบกันขึ้นมา (สมหมาย ชินนาค, 2547)

Berger and Luckmann (1967) ที่ว่าอัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการทางสังคม ครั้นเมื่อตกผลึกแล้วอาจมีความคงที่ปรับเปลี่ยน หรือแม้กระทั่งเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นหลัก กล่าวโดยอีกนัยหนึ่งอัตลักษณ์เป็นเรื่องของความเข้าใจและการรับรู้ที่เราเป็นใครและคนอื่นเป็นใคร นั่นคือเป็นการก่อกำเนิดและดำรงอยู่ที่เรารับรู้เกี่ยวกับตัวเราอย่างไร และคนอื่นรับรู้เราอย่างไร โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่น ๆ ด้วย

Jenkins (1996) กล่าวว่า อัตลักษณ์มิใช่เป็นสิ่งที่มิใช่อยู่แล้วในตัวของมันเอง หรือกำเนิดขึ้นมาพร้อมคนหรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา

อนุสรณ์ อุณโณ (2547) กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่บ่งชี้ของลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น ๆ ซึ่งอัตลักษณ์จะมีคุณลักษณะที่เฉพาะ ไม่ใช่ลักษณะทั่วไป และไม่ใช่ว่าเป็นสากลกับสังคมอื่น ๆ สำหรับการศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ จะพิจารณากลุ่มชาติพันธุ์ใน

ฐานะหน่วยทางสังคม ซึ่งมีรากเหง้าดั้งเดิมและมีลักษณะจริงแท้แน่นอน ไม่ว่าจะเป็ นสีผิว ผม รูปร่าง หน้าตา เครื่องแต่งกาย ภาษา ความเชื่อ พิธีกรรม ฯลฯ จนสามารถจัดประเภทหรือจำแนกความ แตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน

เจียรชัย อิศรเดช (2552) กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นลักษณะที่บอกความเป็นตัวตนของกลุ่มคน โดยผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมนั้น ซึ่งอาจจะบอกผ่านวิถีชีวิตด้านต่าง ๆ ที่พยายามทำให้แตกต่างจากคน กลุ่มอื่น ไม่ว่าจะเป็ นภาษา เครื่องแต่งกาย การร้องเพลงร่ายรำ อาหาร พิธีกรรม พิธีการ ฯลฯ โดย อาจจะมีการตราข้อกำหนดกฎเกณฑ์หรือธรรมเนียมปฏิบัติ ตลอดจนความเชื่อที่มีลักษณะเฉพาะให้ เป็นที่ยึดถือร่วมกันในกลุ่มอัตลักษณ์นั้น ๆ ทั้งนี้ในงานของจุลณี เทียนไทย และคณะ กล่าวว่า ความ แตกต่างของอัตลักษณ์มาจากอายุและประสบการณ์ชีวิตซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญในการกำหนดความคิด ทัศนคติ วิธีการคิด การมองโลก การเปิดรับ การปรับตัว ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตและวิถีการใช้ เทคโนโลยี (จุลณี เทียนไทย และคณะ, 2563)

จากนิยามข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า อัตลักษณ์ เป็นเครื่องบ่งชี้ความเป็นตัวตน มีความเป็น คุณลักษณะเฉพาะ ไม่ใช่ลักษณะทั่วไป อัตลักษณ์ในแต่ละสิ่งจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปจาก สภาพแวดล้อมที่หล่อหลอมขึ้นมา และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามยุคสมัย ทั้งนี้ อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่ เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หากแต่ถูกผลิต ถูกควบคุมจัดการผ่านวงจรแห่งวัฒนธรรม และมีความสัมพันธ์ กับการสร้างภาพตัวตน การผลิต การบริโภค และการควบคุมจัดการ

### 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับเพศภาวะและการแต่งกาย

กฤตยา อาชวนิจกุล (2554) อธิบายว่า เพศภาวะ เป็นภาวะแห่งเพศหรือความเป็นหญิงความ เป็นชายที่ถูกประกอบสร้างทางสังคมและถูกขัดเกลาตามบทบาทที่สังคมกำหนด ซึ่งในทางโลก ตะวันตกเรียกว่า Gender ที่เป็นคำใช้แยกหญิงชาย และต่อมาถูกแปรความหมายให้ครอบคลุมในทาง สังคมศาสตร์ ในลักษณะเพศทางสังคมและวัฒนธรรม นอกจากนั้นเพศภาวะหรือที่เรียกกัน เพศ สภาวะ เพศสภาพ หรือเพศสถานะ ถูกนำมาใช้เพื่อยืนยันคุณลักษณะทางสังคมของคนแต่ละเพศ โดย ในยุคปัจจุบันเพศภาวะเป็นที่ยอมรับกันในทางสากลว่า Gender มีมากกว่าสองเพศภาวะ

วรชัย ทองไทย (2563) กล่าวว่า ในภาษาอังกฤษคำว่า “sex” มีความหมาย 2 นัยยะ โดยนัย ยะแรกหมายถึงเพศทางกายภาพ ได้แก่ เพศผู้และเพศเมีย ส่วนนัยยะหลังหมายถึงการผสมพันธุ์ แต่ใน ภาษาไทยคำว่า “เพศ” จะหมายถึงเพศทางกายภาพเท่านั้น สังคมมนุษย์ส่วนใหญ่ถือว่าเพศเป็น ทวิภาค (binary) คือ เพศชายกับเพศหญิง ตามลักษณะของอวัยวะสืบพันธุ์เมื่อแรกเกิด แต่คนบางคน

อาจเกิดมาโดยมีอวัยวะสืบพันธุ์ทั้งสองเพศที่เรียกว่า เพศกำกวม (intersex) คนเหล่านี้จะถูกพ่อแม่กำหนดให้เป็นเพศใดเพศหนึ่งด้วยการเลี่ยนดู ซึ่งทารกอาจถูกผ่าตัดเอาอวัยวะเพศที่ไม่ต้องการออกตอนคลอดด้วย ส่วนเพศภาวะ (gender) คือ ลักษณะต่าง ๆ ที่บ่งบอกความเป็นชายหรือความเป็นหญิง อันประกอบด้วยเพศทางกายภาพ (เพศชาย เพศหญิง) เพศทางสังคม (บทบาททางเพศ) และอัตลักษณ์ทางเพศ ในเกือบทุกวัฒนธรรมจะถือว่าเพศภาวะเป็นทวิภาคเช่นเดียวกันกับเพศ นั่นคือแบ่งออกเป็นกลุ่มเด็กชายหรือผู้ชาย กับกลุ่มเด็กหญิงหรือผู้หญิง ส่วนผู้ที่อยู่นอกกลุ่มจะถูกเรียกรวมกันว่าเพศที่สาม (third sex) หมายถึงเพศอื่น ๆ ทั้งหมด

ปาริชาติ เสียะคง และวรเวช ว่องศิริ (2563) กล่าวว่า เพศภาวะมีบทบาทและอิทธิพลต่อความหลากหลายทางเพศในสังคม ไม่ว่าจะเป็สภาพลักษณะสตรีในประวัติศาสตร์ชาติไทย ไม่ต่างไปจากสังคมบริบทโลก ที่สังคมวัฒนธรรมของกลุ่มผู้หญิงของโลกที่สามและสังคมตะวันตก ได้ต่อสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิสตรี ดังจะเห็นได้ว่าเพศภาวะ (Gender) คำนี้เริ่มถูกนำมาใช้อย่างจริงจังในขบวนการสิทธิสตรี ระหว่างช่วงปลายคริสต์ทศวรรษที่ 60 ถึงต้นคริสต์ทศวรรษที่ 70 เป็นการนำมาใช้เพื่อเป้าหมายทางการเมืองของสตรีชาวตะวันตก เพื่อต่อสู้กับสถานภาพที่ด้อยกว่าและการเป็นรองของผู้หญิง (สุชาติ ทวีสิทธิ์, 2547) ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่เพศภาวะจะถูกนำมาบอกเล่าผ่านวรรณกรรมต่าง ๆ เพื่อสะท้อนภาพทางสังคมและวัฒนธรรม และเพื่อสื่อถึงความคิดและความคาดหวังต่อผู้หญิงว่าผู้หญิงและผู้ชายตามแบบฉบับควรเป็นเช่นใด โดยในทางปฏิบัติผู้หญิงมีสถานภาพที่ต่ำกว่าผู้ชายในเกือบทุกวัฒนธรรม หรือเป็นความแตกต่างกันไปภายในวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ และระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ แบบปิตาธิปไตย เพราะความสัมพันธ์ในเชิงอำนาจจากวิถีปฏิบัติ จารีต ประเพณี ศาสนา และค่านิยม เป็นต้น (วิระดา สมสวัสดิ์, 2548)

กาญจนา แก้วเทพ (2542) กล่าวว่า อิทธิพลแพชชันการแต่งกายนั้นมีอิทธิพลทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และระดับสังคม ทำให้เกิดการกำหนดสถานภาพหรือบทบาทของบุคคลขึ้นมาจากเครื่องแต่งกายที่บุคคลนั้นแต่ง การแต่งกายจึงถือได้ว่าเป็นการสื่อสาร ดังนี้

1. แพชชันเครื่องแต่งกายเป็นการสื่อสารแบบอวัจนภาษา คือ เป็นการสื่อสารผ่านการมองเห็น ไม่ว่าจะผู้แต่งกายหรือบุคคลอื่นที่มองเห็นการแต่งกายนั้นจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม แต่องค์ประกอบของการแต่งกายนั้นสามารถสื่อความหมายให้บุคคลอื่นในวัฒนธรรมเดียวกันเข้าใจสารได้

2. แพชชันเครื่องแต่งกายในแง่การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เกิดขึ้นหลังจากการมองเห็นเครื่องแต่งกายผ่านเวทีแฟชั่นโชว์ และจะอยากซื้อชุดนั้นทันที รวมถึงวิธีการสอนแต่งตัวเพื่อสร้างภาพลักษณ์แบบต่าง ๆ เมื่อเทียบเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารต่าง ๆ แล้ว แฟชั่นเครื่องแต่งกายเป็นการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวที่มีประสิทธิภาพอย่างสูงมาก วัดได้จากความสามารถในการขายผลิตภัณฑ์ที่แฟชั่นเป็นตัวนำทิศทางในการแต่งกายของผู้คน

3. แฟชั่นเครื่องแต่งกายในแง่การสื่อสารเพื่อการแสดงออกถึงตัวตนของผู้ที่แต่งกายนั้น เพราะเวลาที่บุคคลเลือกเครื่องแต่งกายก็เพื่อจะสื่อให้บุคคลอื่นรู้ว่าตนเองเป็นคนอย่างไร

4. แฟชั่นเครื่องแต่งกายในแง่กระบวนการของการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ เนื่องจากการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การใช้เครื่องประดับ การใช้น้ำหอม ล้วนเป็นสารที่ผู้รับสารนำไปตีความว่าบุคคลที่แต่งกายนั้นเป็นบุคคลประเภทใด เป็นความหมายและกระบวนการเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ ด้วยเหตุนี้ผู้นำประเทศจึงให้ความสำคัญกับเรื่องแฟชั่นในความหมายนี้มาก

Bourdieu (2527) ศึกษาแฟชั่นในมุมมองสังคมวิทยาพบว่า แฟชั่นและรสนิยมกลายเป็นตัวบอกความแตกต่างของชนชั้นที่ปกครองหรือถูกปกครอง รสนิยมเป็นตัวแนวคิดหลักที่ให้ความหมายและสาระต่ออัตลักษณ์ในสังคม การตีความแฟชั่นของ Bourdieu ใช้รสนิยมทางวัฒนธรรม (Cultural Taste) และการต่อสู้ทางชนชั้น (Class Struggle) เป็นกรอบในการตีความ พบว่าชนชั้นกลางและชนชั้นสูงมุ่งที่คุณค่าความงามและให้ความสำคัญกับข้อแตกต่างระหว่างแฟชั่นส่วนตัวกับแฟชั่นสาธารณะ ในทางตรงกันข้ามชนชั้นแรงงานมุ่งให้ความสำคัญกับการสวมใส่และการใช้งานอย่างยาวนานของเสื้อผ้า แฟชั่นจึงเป็นตัวแยกหน้าที่และเน้นย้ำความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นปกครองและชนชั้นที่ถูกปกครองในด้านความสัมพันธ์เชิงอำนาจด้านเศรษฐกิจ (Kawamura, 2550)

Entwistle (2543) อธิบายว่าการแต่งกายแบบเสริมอำนาจเป็นดังกลยุทธ์ในการนำเสนอตัวเองด้วยข้อกำหนดแบบเฉพาะบางอย่าง เช่น การเลือกใช้เสื้อผ้า ผสม ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ในทางที่ตนเองจะเพิ่มโอกาสประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ผู้หญิงมักเชื่อมโยงการแต่งกายแบบเสริมอำนาจด้วยการใช้สินค้าแบรนด์หรูหร่า แบรนด์หรูหร่าหรือมีสถานะสูงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสดงอำนาจของปัจเจกและส่งอิทธิพลไปต่อคนอื่นในที่ทำงานหรือสังคม

Mitchell และ Walsh (2004) ทำการศึกษาวิจัยว่าเพศส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคชาวเยอรมันอย่างไร โดยผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิงชาวเยอรมัน มีการตัดสินใจซื้อทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกันในเพศชายและเพศหญิง รูปแบบการตัดสินใจซื้อที่เหมือนกัน ได้แก่ 1. การใส่ใจในแบรนด์ (Brand Conscious) 2. การใส่ใจในคุณภาพ (Perfectionistic/High Quality Conscious) 3. การสับสนจากทางเลือกที่มากเกินไป (Confused by Overchoice) และ 4. การซื้อแบบไม่วางแผน (Impulsive/Careless Consumer) ส่วนรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันของผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิงชาวเยอรมัน มีดังนี้ รูปแบบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพศชาย ได้แก่ 1. การซื้อเพราะความพึงพอใจ (Satisfying) 2. การซื้อเพราะความสุขและต้องการความหลากหลาย (Enjoyment-variety seeking) 3. การซื้อเพราะสินค้าลดราคา (Fashion-sale seeking) 4. การซื้อแบบเวลาจำกัด (Time restricted) และ 5. การซื้อแบบประหยัด (Economy seeking) ส่วนรูปแบบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพศหญิงชาวเยอรมัน ได้แก่ 1. การซื้อเพราะตระหนักถึงแฟชั่นที่แปลก

ใหม่ (Novelty-fashion consciousness) 2. การซื้อเพราะสันทนาการ (Recreational) 3. การซื้อเพราะตระหนักถึงคุณภาพสินค้า (Quality consciousness) 4. การซื้อแบบประหยัดเวลาและพลังงาน (Time-energy conserving) และ 5. การซื้อแบบเปลี่ยนแบรนด์ไปเรื่อย ๆ (Variety seeking) (Walsh, 2004) อ้างถึงใน (กฤตินี พงษ์ธนเลิศ, 2560)

ในการศึกษา Dress to Impress บอกว่าการแต่งกายในที่ทำงานสามารถส่งอิทธิพลต่อการรับรู้แก่ผู้อื่น การพิจารณาใส่ใจในการแต่งกายและรูปแบบ (Style) ช่วยเพิ่มกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และมีส่วนช่วยต่อความพอใจในการดำเนินธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ (Parul Raj, Kapil Khattar and Rajat Nagpal, 2560)

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

### 2.4.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) มีแนวคิดและให้ความหมายว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น เป็นการศึกษาถึงวิธีการที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร (เงิน เวลา บุคลากร และอื่น ๆ) เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ต้องทำการศึกษาสินค้าที่จะเสนอขายนั้น ใครคือลูกค้า (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้ออย่างไร (How) ซื้อเมื่อไหร่ (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often) รวมทั้งศึกษาว่า ใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ

Schiffman and Kanuk (2007 อ้างถึงใน นภวรรณ คณานุรักษ์, 2556) มีแนวคิดและให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมาในลักษณะของการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินและการทิ้งผลิตภัณฑ์และบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลกระทำเมื่อได้รับการบริโภคสินค้าหรือบริการรวมถึงการขจัดสินค้าหรือบริการหลังการบริโภคด้วย

Solomon (2011) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน โดยอธิบายรายละเอียดได้ ดังนี้

การตัดสินใจเลือก คือ พฤติกรรมรวมถึงกระบวนการทางจิตใจของผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ รวมถึงพฤติกรรมต่างๆ ตั้งแต่การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ

การซื้อ คือ การดำเนินการเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการ ตั้งแต่การเลือกแหล่งที่จะซื้อและวิธีการจ่ายเงินค่าสินค้า หรือบริการ

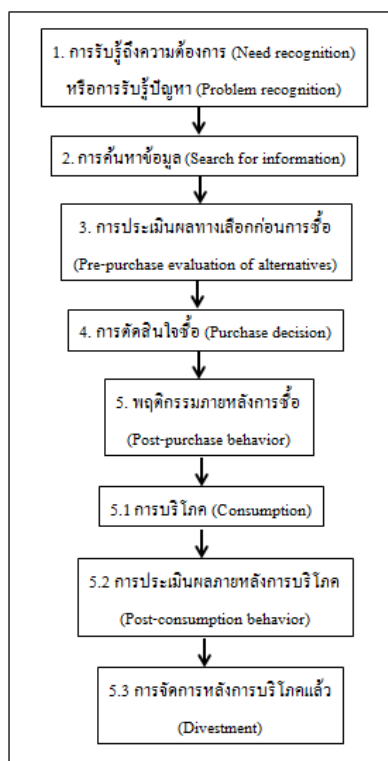
การใช้ คือ การที่ผู้บริโภคนำสินค้ามาใช้ประโยชน์ตามที่มุ่งหวัง หรือการรับบริการจากองค์การธุรกิจ

การกำจัดส่วนที่เหลือ คือ การนำส่วนที่เหลือของผลิตภัณฑ์ไปกำจัดทิ้ง โดยกระทำในรูปแบบต่าง ๆ เช่นการทิ้งในถังขยะ การนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) การนำไปผลิตใหม่ (Recycle)

#### 2.4.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) มีทฤษฎีด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อกล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer buying decision process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการสำรวจรายงานของผู้บริโภคจำนวนมากในกระบวนการซื้อ พบว่า ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอนคือ (1) การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา เกิดขึ้นเมื่อบุคคลระลึกถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่กับสิ่งที่เขาต้องการ (2) การค้นหาข้อมูล เพื่อให้ความต้องการดังกล่าวได้รับการตอบสนอง (3) การประเมินผลทางเลือกก่อนการซื้อ โดยอาจจะพิจารณาจากราคา ความคงทน หรือคุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น (4) การตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบคุณค่าที่ได้รับจริงจากการบริโภคหรือใช้ผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังที่ผู้บริโภคตั้งไว้ ถ้าคุณค่าที่ได้รับจริงสูงกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าคุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfied) ทั้งนี้ ผู้บริโภคอาจจะข้ามหรือย้อนกลับไปเริ่มต้นขั้นตอนก่อนนี้ก็ได้อีก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริง ๆ และมีผลกระทบหลังจากการซื้อ

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเริ่มตั้งแต่การรับรู้ความต้องการบริโภคของตนเอง การค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งของ การพิจารณาเลือกบริโภค การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมของผู้บริโภคหลังการได้มาซึ่งสิ่งของแล้ว ว่าพึงพอใจหรือไม่เพื่อพิจารณาในขั้นต่อไปว่าจะเลือกซื้อตามเดิมหรือไม่ซื้อไม่แล้ว



แผนภาพที่ 2 โมเดลกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน

ที่มา : ดัดแปลงจาก Blackwell, Miniard and Engle (2006 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550)

เมื่อนำแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ เพศสภาวะ การแต่งกาย และกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมาประกอบกันจะเห็นได้ว่า การที่คนคนหนึ่งเลือกที่จะแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของตนหรือสังคมนั้นล้วนประกอบไปด้วย การถูกผลิตซ้ำจากสภาพแวดล้อมในสังคม และปัจจัยทางเพศสภาวะของบุคคล ซึ่งสภาพแวดล้อมในสังคมที่แตกต่าง หลากหลายและเพศสภาวะที่ต่างกันของตัวบุคคลนั้นส่งผลให้คนคนหนึ่งเลือกที่จะแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของตนแตกต่างจากคนอื่น และมีการตัดสินใจบริโภคที่แตกต่างกันอีกด้วย

## 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับระบบราชการไทย

### 2.5.1 ทฤษฎีระบบราชการ (Bureaucracy) โดย Max Weber

ระบบราชการ (Bureaucracy) ถูกกล่าวถึงเป็นครั้งแรกโดยชาวฝรั่งเศส ชื่อ แวงซองค์ เดอ กูร์เนย์ (Vincent de Gournay) เมื่อปี ค.ศ. 1745 เพื่อบรรยายถึงลักษณะของรัฐบาลปรัสเซีย ในความหมายในทางที่ไม่ดีว่า อำนาจตกอยู่ในมือของข้าราชการ ระบบราชการ จึงเป็นรูปแบบการบริหารของรัฐบาลอีกรูปแบบหนึ่ง que เพิ่มจากรูปแบบการบริหารของรัฐบาลที่มีอยู่ 3 รูปแบบตาม que อริสโตเติลได้เสนอไว้ คือ ระบบทระราชย์โดยกษัตริย์ ระบบคณาธิปไตย และระบบประชาธิปไตย (สัมโทธิ ยศสมศักดิ์, 2547 :88) โดยบิดาแห่งทฤษฎีระบบราชการ คือ Max Weber นักสังคมวิทยาชาว



เยอรมัน ที่ได้เสนอแนวความคิดการจัดการองค์การ โดยทฤษฎีระบบราชการตามทัศนะของ Max Weber ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการได้มาซึ่งอำนาจของบุคคล ที่เรียกว่า “Theory of Domination”
2. ส่วนที่เกี่ยวกับรูปแบบของโครงสร้างองค์การแบบระบบราชการ (Weber’s Model of Bureaucracy)

1. การได้มาซึ่งอำนาจของบุคคล หรือ Theory of Domination แมกซ์ เวเบอร์ (Max Weber) ได้ทำการศึกษาถึงการได้มาซึ่งอำนาจและการใช้อำนาจหน้าที่โดยชอบธรรมของผู้นำและผู้บังคับบัญชาที่เกิดขึ้นในสังคม พบว่าการได้มาซึ่งอำนาจหน้าที่อย่างชอบธรรมของบุคคลในสังคมอาจมาจากแหล่งที่มาได้ 3 แหล่ง คือ อำนาจหน้าที่ตามประเพณี (Traditional Authority) อำนาจหน้าที่ตามบารมีนิยม (Charismatic Authority) และอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย (Legal or Rational Authority) โดยเขาชี้แจงว่า การที่บุคคลจะสามารถทำการปกครองบังคับบัญชาคนอื่นในสังคมได้นั้นจำเป็นต้องมีสิ่งสำคัญ 2 อย่าง คือ 1) อำนาจ (Power) โดยที่อำนาจ หมายถึงความสามารถของบุคคลในการที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้อื่นให้เป็นที่ต้องการได้ ดังนั้น การที่คน ๆ หนึ่งจะสามารถทำการปกครองสั่งการบังคับบัญชาคนอื่น ๆ ได้นั้น เขาต้องมีอำนาจอยู่ในมือก่อน นอกจากนี้อำนาจนั้นยังต้องได้รับการยอมรับหรือยินยอม (Consent) จากกลุ่มคนที่อยู่ภายใต้การปกครองบังคับบัญชาของเขาอีกด้วย โดยอาจเรียกว่า การได้มาซึ่งอำนาจอย่างชอบธรรม (Legitimizing of Power) และ 2) กลไกการบริหาร (Administrative Apparatus) ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมระหว่าง ผู้นำและผู้ตามในสังคมหนึ่ง ๆ กลไกการบริหารอาจมีรูปแบบที่แตกต่างกัน ดังนั้น ในสังคมแต่ละแห่งอาจมีกลไกการบริหารที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิธีการได้มาซึ่งอำนาจของผู้นำในสังคมนั้น ๆ ได้แก่

ผู้ที่ได้ตำแหน่งและอำนาจหน้าที่มาจากบารมีส่วนตัว (Charismatic Domination) ผู้คนในสังคมจะมีความเชื่อมั่น เลื่อมใสศรัทธาในตัวผู้นำเป็นอย่างมาก กลไกการบริหารที่เหมาะสมที่จะนำมารองรับคือ “ระบบเผด็จการ” (Dictatorship) หรือ “ระบบคอมมูน” (Communal) กลไกการบริหารแบบนี้มักไม่ค่อยมีเสถียรภาพมากนัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้นำที่ดำรงตำแหน่งและกลุ่มคนที่อยู่ใต้การปกครองบังคับบัญชา

ผู้ที่ได้ตำแหน่งและอำนาจหน้าที่มาตามประเพณีนิยม (Traditional Domination) ผู้นำแบบนี้เปรียบเสมือนเจ้านาย ถือเป็นชนชั้นสูงในสังคม เป็นผู้มั่งมีชั้นวรรณะสูง จึงมีสิทธิและอำนาจที่

จะปกครองบังคับบัญชากลุ่มคนในสังคมได้อย่างชอบธรรม กลไกการบริหารที่เหมาะสมที่จะมารองรับคือ “ระบบศักดินา” หรือ “ระบบเจ้าขุนมูลนาย” (Feudal, Patrimonial)

ผู้ที่ได้ตำแหน่งและอำนาจหน้าที่มาตามกฎหมาย (Legal Domination) คือผู้ที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมที่จะเข้ามาดำรงตำแหน่งอย่างถูกต้องชอบธรรมตามวิธีการที่กฎหมายกำหนดไว้ ดังนั้น กลุ่มคนที่อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาจึงให้การยอมรับที่จะทำตามคำสั่ง เพราะถือว่าเป็นการทำหน้าที่ตามกฎหมายของบ้านเมือง ภายใต้สังคมที่มีผู้นำแบบที่ได้อำนาจมาตามกฎหมายนี้ กลไกการบริหารที่เหมาะสมคือ “ระบบราชการ” หรือ “Bureaucracy” เพราะระบบราชการจะทำหน้าที่เป็นกลไกการบริหารของกลุ่มคน โดยผู้นำจะใช้สิทธิและอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่บนพื้นฐานของหลักกฎหมายและหลักแห่งความสมเหตุสมผล (Legal-Rational Authority) ปกครองบังคับบัญชากลุ่มผ่านระบบราชการ (William G Scott, Terence R. Mitchell and Philip H. Birnbaum, 2981:174-175)

2. รูปแบบของโครงสร้างองค์การแบบระบบราชการ (Weber's Model of Bureaucracy) ได้มีนักวิชาการหลายท่านสรุปไว้แตกต่างกันไป

กุลธน ธนาพงศ์ธร (2532:54) ได้สรุปถึงลักษณะโครงสร้างขององค์การแบบระบบราชการของ Max Weber ไว้ว่า ประกอบด้วย

1. หลักลำดับชั้น (Hierarchy)
2. หลักการมุ่งสู่ผลสำเร็จ (Achievement orientation)
3. หลักความสมเหตุสมผล (Rationality)
4. หลักการทำให้เกิดความแตกต่างหรือความชำนาญเฉพาะด้าน (Differentiation, Specialization)
5. หลักคุณสมบัติและความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน (Qualification, Competence)

พิทยา บวรวัฒนา (2541:21-22) ได้กล่าวถึง ลักษณะสำคัญของระบบราชการไว้ว่า ประกอบด้วย หลักการ 7 ประการ คือ

1. หลักลำดับชั้น
2. อำนาจของสมาชิกมาจากตำแหน่งหน้าที่

3. การทำงานต้องยึดถือระเบียบแบบแผนที่เป็นทางการและทำเป็นลายลักษณ์อักษร
4. ข้าราชการต้องวางตัวเป็นกลาง
5. การรับราชการถือเป็นอาชีพที่มั่นคง
6. ระบบราชการมีลักษณะที่แข็งแกร่งคงทน
7. ระบบราชการมีกลไกที่สลับซับซ้อนทำให้คนภายนอกเข้าใจและเข้าถึงได้ยาก

นิโคลัส เฮนรี (Nicholas Henry, 2004:60) ได้กล่าวว่า รูปแบบระบบราชการของ Max Weber มีลักษณะเด่น ๆ โดยรวม ดังนี้

1. ลำดับชั้น (Hierarchy)
2. การแต่งตั้งบุคคลยึดถือหลักแห่งวิชาชีพ (Professional) หลักคุณธรรม (Merit) และทักษะ (Skill) เป็นสำคัญ
3. การทำงานมีลักษณะเป็นอาชีพ (Career Service)
4. การยึดถือกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ (Rules, Regulations) เป็นหลักการทำงาน
5. การไม่คำนึงถึงความสัมพันธ์ส่วนบุคคลของผู้ที่ทำงานด้วยกันและของผู้ที่ทำงานกับลูกค้าที่มารับบริการ (Impersonality of Relationships)

(ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา, 2551) ได้กล่าวถึง ลักษณะสำคัญของระบบราชการไว้ว่า ประกอบด้วย หลักการ 5 ประการ คือ

1. ลำดับชั้น (Hierarchy)
2. หลักแห่งอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority and Responsibility)
3. หลักการทำงานที่ยึดถือกฎ ระเบียบวินัย กฎเกณฑ์ข้อบังคับ (Rules, Discipline and Regulations) และมีลักษณะความเป็นทางการ (Official) เสมอ
4. หลักแห่งการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญเฉพาะ (Division of Labor, Specialization) และการถือหลักคุณธรรม (Merit System)

## 5. ลักษณะเด่นความเป็นอาชีพ (professional)

จากลักษณะเด่นของรูปแบบโครงสร้างของระบบราชการที่นักวิชาการหลายท่านให้ความคิดเห็นไว้ ทศพล จักรบุญมา (ทศพล จักรบุญมา, 2555) ได้สรุปไว้ ดังนี้

1. หลักลำดับชั้น (Hierarchy) ถือเป็นหลักการพื้นฐานของการจัดองค์การที่จำเป็นต้องกำหนดขึ้นมาในองค์การแบบระบบราชการ โดยต้องมีการแบ่งงานออกเป็น ส่วน ๆ มีการกำหนดตำแหน่งงาน และจัดลำดับชั้นของตำแหน่งให้มีลักษณะคล้ายรูปพีระมิด (Pyramid) โดยมีผู้บังคับบัญชาสูงสุดอยู่เบื้องบนของพีระมิด และตามด้วยผู้บังคับบัญชาที่มีตำแหน่งและอำนาจหน้าที่รอง ๆ ลงมาตามลำดับชั้น ไปจนถึงผู้ที่ดำรงตำแหน่งอยู่ในระดับล่างสุดขององค์การ มีเป้าหมายที่สำคัญ คือ เพื่อทำให้องค์การต้องอยู่ภายใต้การควบคุม โดยมีความเชื่อว่าการบริหารที่มีลักษณะเป็นลำดับชั้นจะทำให้ระบบการสั่งการบังคับบัญชา และการควบคุมมีความรัดกุม อันจะส่งผลให้สามารถควบคุมการดำเนินงานต่าง ๆ ให้เป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง (Max Weber, 1947 : 331)

2. หลักแห่งอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority, Responsibility) ถือเป็นลักษณะเด่นของระบบราชการประการที่ 2 เนื่องจากในองค์การขนาดใหญ่ที่มีการจัดรูปแบบการทำงานแบบระบบราชการ จะแยกเจ้าขององค์การและฝ่ายบริหารออกจากกัน โดยเจ้าขององค์การจะจัดหาบุคคลที่มีความรู้ความสามารถมาดำรงตำแหน่งผู้บริหารและหัวหน้างานระดับต่าง ๆ ตามความเหมาะสม และเพื่อให้บุคคลเหล่านั้นสามารถทำงานได้จึงต้องมีการมอบอำนาจและภาระงานตามตำแหน่งต่าง ๆ

3. หลักแห่งการยึดถือระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ (Rules and Regulations) และมีลักษณะของความเป็นทางการ (Officially) หมายถึง การที่องค์การต้องกำหนดกฎเกณฑ์ ระเบียบ ข้อบังคับ ตลอดจนระเบียบวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ขึ้นมาไว้ให้ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานมีพฤติกรรมไปในแนวทางเดียวกัน และมีหลักยึดที่ใช้เป็นแนวทางในการทำงานเหมือนกัน นอกจากนี้ องค์การแบบระบบราชการยังต้องมีลักษณะการทำงานที่เป็นทางการเสมอด้วย หมายความว่า การทำงานทุกอย่างนอกจากต้องเป็นไปตามขั้นตอน ระเบียบ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่กำหนดไว้แล้วยังต้องมีการทำเป็นลายลักษณ์อักษรด้วย เช่น การสั่งการ การออกคำสั่ง การรายงาน ผลการปฏิบัติงาน การเบิกจ่ายเงิน ฯลฯ ทุกอย่างต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร มีหลักฐาน และต้องมีการเก็บรักษาไว้เพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบอ้างอิงในภายหลังด้วย ประโยชน์ของการที่ต้องทำให้เป็นทางการ คือ สามารถใช้เป็นกลไกการควบคุมการทำงานที่เกิดขึ้นในองค์การได้ และยังช่วยป้องกันไม่ให้มีการใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัว

ระหว่างสมาชิกและองค์การ เพราะทุกคนต้องมีความสัมพันธ์กันตามบทบาท (Roles) และตำแหน่งหน้าที่เท่านั้น นอกจากนี้การทำงานเป็นลายลักษณ์อักษรยังสามารถใช้เป็นหลักฐานในการตรวจสอบอ้างอิงในภายหลังได้อย่างดีอีกด้วย (Max Weber, 1947 อ้างใน ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา, 2551)

อย่างไรก็ตาม การยึดถือระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับขององค์การแบบระบบราชการนี้ ส่งผลให้เกิดความยุ่งยาก ซ้ำซ้อนในการทำงาน เนื่องจากยึดติดกับหลักเกณฑ์มากเกินไป ทำให้ระบบราชการเกิดความล่าช้า เรียกว่า “Red Tape” ไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน และไม่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน

4. หลักการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญเฉพาะด้าน (Division of Labor, Specialization) และการยึดหลักคุณธรรม (Merit System) โดยที่องค์การจะแบ่งงานตามความชำนาญเฉพาะของบุคลากร เพื่อให้ได้ผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ Put the right man on the right job เนื่องจากบุคลากรแต่ละคนจะมีความรู้ความสามารถไม่เหมือนกัน จึงต้องมีการจัดสรรบุคลากรในตำแหน่งต่าง ๆ ที่จะสามารถปฏิบัติงานได้เต็มกำลังความสามารถ ส่วนการยึดหลักคุณธรรม เป็นระบบการบริหารงานบุคคลที่ใช้ในการแต่งตั้ง โยกย้าย เลื่อนตำแหน่งบุคลากรในองค์การ โดยการดำเนินงานด้านบุคลากรนั้นจะต้องเป็นไปตามทักษะ ความรู้ความสามารถ ผลงาน และประสบการณ์การทำงาน อีกทั้งต้องไม่คำนึงถึงความสัมพันธ์ส่วนบุคคล วางตัวเป็นกลาง ไม่อคติ

5. หลักลักษณะเด่นความเป็นวิชาชีพ(Professional) การทำงานในองค์กรแบบระบบราชการนั้นถือว่าเป็นอาชีพ (Career Service) อย่างหนึ่ง ในทัศนะของแมกซ์ เวเบอร์ นั้นมีมุมมองว่า บุคคลที่ทำงานในระบบราชการถือเป็นอาชีพหนึ่งที่ต้องทำงานประจำเต็มเวลาไม่ใช่เป็นงานอดิเรก นอกจากนี้ คนที่ทำงานต้องเป็นผู้ที่มี ทักษะความรู้ ความสามารถที่เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่หรืองานที่ได้รับมอบหมายและยังต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับภารกิจหน้าที่ของตนอย่างดี การทำงานจะต้องเป็นไปตามขั้นตอนกระบวนการที่ถูกกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด เช่น การเบิกจ่ายเงิน การพิจารณาอนุมัติ อนุญาต การรับหรือแต่งตั้งบุคคล การพิจารณาลงโทษ ทุกอย่างต้องทำตามกฎระเบียบทั้งสิ้น

นอกจากนี้ คุณลักษณะพิเศษของผู้ที่ทำงานในองค์กรแบบระบบราชการอีกประการหนึ่ง คือ ต้องวางตัวเป็นกลาง ต้องทำงานบนพื้นฐานของหลักคุณธรรมโดยปราศจากอคติ ไม่ยึดถือความเป็นส่วนตัว ทุกคนต้องตั้งมั่นอยู่บนหลักแห่งความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส เป็นธรรม เพื่อปกป้องผลประโยชน์ขององค์กร ดังนั้น ผู้ที่ทำงานในองค์กรแบบระบบราชการจึงต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติพิเศษ

มีความรู้ความสามารถพิเศษเฉพาะด้าน ไม่ต่างจากผู้ประกอบวิชาชีพอื่น ๆ จึงอาจกล่าวได้ว่าการทำงานในระบบราชการมีลักษณะที่เป็นวิชาชีพ (Professional) อย่างหนึ่งด้วย

### 2.5.2 ระบบราชการไทย

การบริหารราชการแผ่นดินของภาครัฐไทย ต้องเป็นไปตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งเป็นการวางรากฐานการปกครองของประเทศไทย โดยแบ่งการจัดระเบียบบริหารราชการแผ่นดินไว้ 3 ส่วน ได้แก่ 1) ราชการบริหารส่วนกลาง 2) ราชการบริหารส่วนภูมิภาค และ 3) ราชการบริหารส่วนท้องถิ่น (ชลาทิพย์ ชัยโคตร, 2560)

1) ราชการบริหารส่วนกลาง ประกอบด้วย สำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวง กรม หรือส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นและมีฐานะเป็นกรม ซึ่งสังกัดหรือไม่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี และกระทรวง โดยที่ส่วนราชการส่วนกลางนี้ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ใช้หลักการรวมอำนาจการปกครอง (Centralization) เพื่อให้ส่วนกลางสามารถใช้อำนาจในการบังคับบัญชาได้อย่างเด็ดขาดและทันต่อสถานการณ์ เนื่องจากการบริหารราชการส่วนกลาง เป็นการบริหารที่มีความสำคัญในฐานะที่สำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวง กรม จะเป็นผู้นำนโยบายที่รัฐบาลกำหนดมาปฏิบัติในขั้นตอนแรก ลักษณะสำคัญของหลักการรวมอำนาจการปกครอง คือ มีการรวมอำนาจวินิจฉัยสั่งการไว้ที่ราชการส่วนกลาง มีการลำดับชั้นการบังคับบัญชา (Hierarchy) อย่างไรก็ตาม ส่งผลให้เกิดความล่าช้า เพราะมีแบบแผนและขั้นตอนมากมายตามลำดับชั้นการบังคับบัญชา

2) ราชการบริหารส่วนภูมิภาค ประกอบด้วย จังหวัดและอำเภอ โดยจังหวัดมีฐานะเป็นนิติบุคคล พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2550 มาตรา 52/1 บัญญัติให้จังหวัดมีอำนาจภายในเขตจังหวัด ดังต่อไปนี้

- (1) นำภารกิจของรัฐและนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์
- (2) ดูแลให้มีการปฏิบัติและบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมาย เพื่อให้เกิดความสงบเรียบร้อยและเป็นธรรมในสังคม
- (3) จัดให้มีการคุ้มครอง ป้องกัน ส่งเสริม และช่วยเหลือประชาชนและชุมชนที่ด้อยโอกาส เพื่อให้ได้รับความเป็นธรรมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมในการดำรงชีวิตอย่างพอเพียง
- (4) จัดให้มีการบริการภาครัฐเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างเสมอหน้า รวดเร็ว และมีคุณภาพ
- (5) จัดให้มีการส่งเสริม อุดหนุน และสนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อให้สามารถดำเนินการตามอำนาจและหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และให้มีขีดความสามารถพร้อมที่จะดำเนินการตามภารกิจที่ได้รับการถ่ายโอนจากกระทรวง ทบวง กรม

(6) ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่คณะรัฐมนตรี กระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นของรัฐมอบหมายหรือที่มีกฎหมายกำหนด

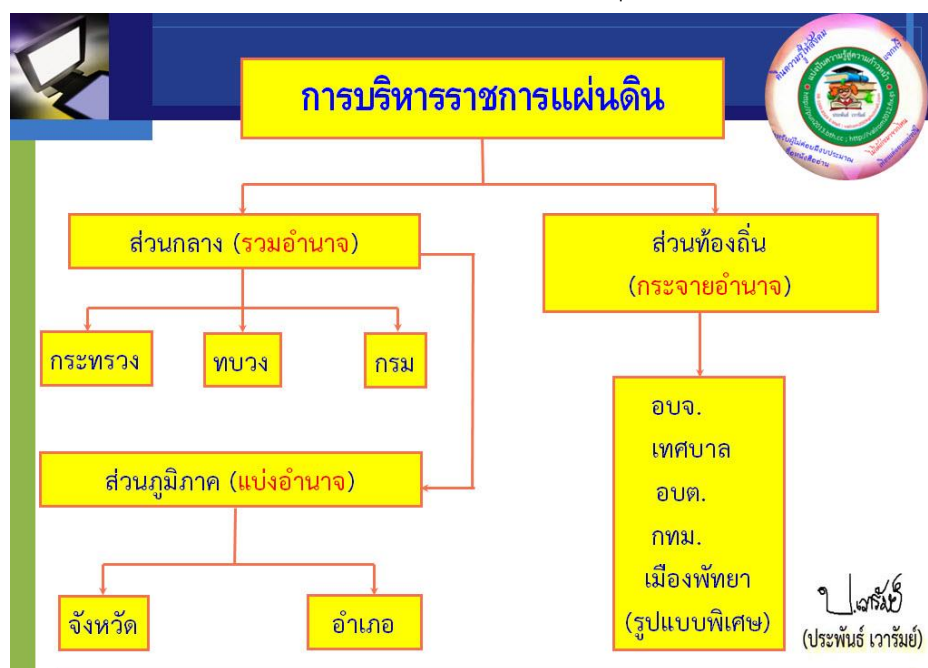
พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 มาตรา 54 บัญญัติให้ ในจังหวัดหนึ่ง ให้มีผู้ว่าราชการจังหวัดคนหนึ่งเป็นผู้รับนโยบายและคำสั่งจากนายกรัฐมนตรีในฐานะหัวหน้ารัฐบาล คณะรัฐมนตรี กระทรวง ทบวง กรม มาปฏิบัติภารกิจให้เหมาะสมกับท้องถิ่นและประชาชน และเป็นหัวหน้าบังคับบัญชาบรรดาข้าราชการฝ่ายบริหาร ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ในราชการส่วนภูมิภาคในเขตจังหวัด และรับผิดชอบในราชการจังหวัดและอำเภอ และจะให้มีรองผู้ว่าราชการจังหวัด หรือผู้ช่วยผู้ว่าราชการจังหวัด หรือทั้งรองผู้ว่าราชการจังหวัดและผู้ช่วยผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้ช่วยสั่งและปฏิบัติราชการแทนผู้ว่าราชการจังหวัดก็ได้ ("พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534," 2534)

ราชการบริหารส่วนภูมิภาคนี้ จะใช้หลักการแบ่งอำนาจการปกครอง (Deconcentration) คือ การที่ราชการบริหารส่วนกลางแบ่งอำนาจหน้าที่ที่เป็นของราชการบริหารส่วนกลางบางส่วนให้กับราชการบริหารส่วนภูมิภาค โดยให้มีอำนาจในการใช้ดุลยพินิจตัดสินใจ แก้ไขปัญหา ตลอดจนริเริ่มการดำเนินงานตามนโยบายที่รัฐบาลวางกรอบไว้ การแบ่งอำนาจการปกครองนี้ส่งผลให้ประชาชนได้รับความสะดวกรวดเร็วขึ้นในเรื่องที่ราชการส่วนภูมิภาคมีอำนาจวินิจฉัยได้โดยไม่ต้องรอราชการส่วนกลาง และการบริหารราชการส่วนภูมิกษณนี้ยังเป็นจุดเชื่อมระหว่างราชการส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น ดังเช่น จังหวัดลพบุรี มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนภูมิภาค ทำหน้าที่เป็นจุดประสานงานระหว่างราชการส่วนกลาง รับมอบนโยบายจากส่วนกลางมาปฏิบัติและถ่ายทอดลงสู่ราชการส่วนท้องถิ่นต่อไป

3) ราชการบริหารส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล สุขาภิบาล และราชการส่วนท้องถิ่นอื่นตามที่กฎหมายกำหนด โดยมาตรา 71 ของพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 บัญญัติให้ การจัดระเบียบการปกครององค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล สุขาภิบาล และราชการส่วนท้องถิ่นอื่นตามที่กฎหมายกำหนด ให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น โดยราชการบริหารส่วนท้องถิ่นจะใช้หลักการกระจายอำนาจการปกครอง (Decentralization) โดยมอบอำนาจทั้งในด้านการเมืองและบริหารให้กับราชการบริหารส่วนท้องถิ่น โดยมีลักษณะสำคัญดังนี้

(1) มีฐานะเป็นนิติบุคคล มีความเป็นอิสระในการกำหนดนโยบาย การบริหารงาน การจัดบริการสาธารณะและจัดทำค่าของงบประมาณ ไม่ขึ้นตรงต่อราชการบริหารส่วนกลาง ส่วนกลางเพียงแต่กำกับดูแลให้ท้องถิ่นปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมายเท่านั้น

- (2) ผู้บริหารมาจากการเลือกตั้ง เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการเลือกผู้นำด้วยตนเอง
- (3) มีความเป็นอิสระในการดำเนินงาน เนื่องจากมีงบประมาณและบุคลากรของตนเอง
- (4) ราชการส่วนท้องถิ่น มีอำนาจในการจัดเก็บรายได้ เช่น ภาษีอากร ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด เพื่อเป็นรายได้ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ



แผนภาพที่ 3 การแบ่งโครงสร้างการบริหารราชการแผ่นดินไทย

### 2.5.3 มติคณะรัฐมนตรี เรื่อง มาตรการส่งเสริมการใช้และสนับสนุนการสวมใส่ผ้าไทย

คณะรัฐมนตรี ได้มีมติเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2563 เห็นชอบตามที่กระทรวงมหาดไทยเสนอ และให้กระทรวงมหาดไทย (กรมการพัฒนาชุมชน) เป็นหน่วยงานเจ้าภาพหลักร่วมกับกระทรวงวัฒนธรรม (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม) ในการดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย โดยให้ขับเคลื่อนมาตรการดังกล่าวให้เกิดผลเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยคำนึงถึงมาตรฐาน การดูแลรักษา ราคาที่เหมาะสม และรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของผ้าไทย เพื่อให้ผ้าไทยสามารถจำหน่ายและแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2563) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเหตุผลความจำเป็นที่ต้องเสนอมาตรการนี้ให้คณะรัฐมนตรี พิจารณาเห็นชอบเป็นนโยบายของรัฐบาลนั้น กระทรวงมหาดไทยให้เหตุผลว่า เพื่ออนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า รากเหง้าจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สะท้อนให้เห็นบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ ด้วยการถ่ายทอดหัตถกรรมผ่านผ้าทอจากบรรพชนสู่คนรุ่นปัจจุบัน ด้วย



การส่งเสริมและเผยแพร่ผ้าพื้นถิ่นไทยให้ดำรงคงอยู่ปรากฏเป็นความภาคภูมิใจของคนไทย อีกทั้งเป็นการรณรงค์กระตุ้นให้เกิดค่านิยมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอซึ่งเป็นภูมิปัญญาของคนไทย จะก่อให้เกิดรายได้กระจายสู่ชุมชนอย่างรวดเร็วและทั่วถึง ซึ่งหากคนไทยร่วมใจกันแต่งกายด้วยผ้าไทยเป็นประจำทุกวันเพียง 35 ล้านคน เฉลี่ยคนละ 10 เมตร ราคาเมตรละประมาณ 300 บาท จะทำให้เกิดความต้องการผ้าไทย จำนวน 350 ล้านเมตร ก่อให้เกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชนคิดเป็นเงินกว่า 105,000 ล้านบาท

อนึ่ง มาตรการส่งเสริมการใช้และสนับสนุนการสวมใส่ผ้าไทย สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างรายได้และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และด้านการลดความเหลื่อมล้ำ เป็นไปตามที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 65 ภายใต้หมวดนโยบายแห่งรัฐ กำหนดให้รัฐต้องพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาล โดยการกำหนดกรอบระยะเวลาพร้อมทั้งแนวทางในการพัฒนาหน่วยงานของรัฐภาคส่วนต่าง ๆ ให้ต้องปฏิบัติอันนำไปสู่เป้าหมายเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตาม พร้อมทั้งบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานของรัฐให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาประเทศ ด้วยการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลายมิติ พัฒนาคอนคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม โดยการประเมินผลการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ ประกอบด้วย

- 1) ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย
- 2) ขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจและการกระจายรายได้
- 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ
- 4) ความเท่าเทียมและความเสมอภาคของสังคม
- 5) ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ
- 6) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึงการให้บริการของภาครัฐ

การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

- 1) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ประกอบด้วย 5 ประเด็น ได้แก่ การรักษาความสงบภายในประเทศ การป้องกันและแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบต่อความมั่นคง การพัฒนาศักยภาพของประเทศให้พร้อมเผชิญภัยคุกคามที่กระทบต่อความมั่นคงของชาติ การบูรณาการความร่วมมือด้าน

ความมั่นคงกับอาเซียนและนานาชาติ และ การพัฒนากลไกการบริหารจัดการความมั่นคงแบบองค์รวม

2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ การเกษตรสร้างมูลค่า อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก และ พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่

3) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย 7 ประเด็น ได้แก่ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต ปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง ในศตวรรษที่ 21 การตระหนักถึงพหุปัญญาของมนุษย์ที่หลากหลาย การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาพที่ดี ครอบคลุมทั้งด้านกาย ใจ สติปัญญา และ สังคม การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และ การเสริมสร้างศักยภาพการกีฬาในการสร้างคุณค่าทางสังคมและพัฒนาประเทศ

4) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ประกอบด้วย 4 ประเด็น ได้แก่ การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ การกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี การเสริมสร้างพลังทางสังคม การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเอง

5) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 6 ประเด็น ได้แก่ สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจภาคทะเล สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศ พัฒนาพื้นที่เมือง ชนบท เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ มุ่งเน้นความเป็นเมืองที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง พัฒนาความมั่นคงน้ำ พลังงาน และเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยกระดับกระบวนการทัศน์เพื่อกำหนดอนาคตประเทศ

6) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ประกอบด้วย 8 ประเด็น ได้แก่ ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และ ให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่ ภาครัฐมีขนาดเล็ก เหมาะสมกับภารกิจ ส่งเสริมให้ประชาชนและทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ ภาครัฐมีความทันสมัย บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึกมีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดภัยทุจริตและประพฤติมิชอบ กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ และมีเท่าที่จำเป็น และ กระบวนการยุติธรรมเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อประชาชนโดยเสมอภาค

ดังนั้น มาตรการส่งเสริมการใช้และสนับสนุนการสวมใส่ผ้าไทย ที่ถูกเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณาบังคับใช้เป็นนโยบายสาธารณะโดยกระทรวงมหาดไทยนั้น จึงเข้าข่ายตามที่รัฐธรรมนูญกำหนด เนื่องจากการดำเนินการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างรายได้และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และด้านการลดความเหลื่อมล้ำนั่นเอง เมื่อเป็นเช่นนั้นมาตรการนี้จึงมีสถานะเป็นนโยบายสาธารณะที่ทุกภาคส่วนพึงปฏิบัติตาม

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าไทย เพื่อเปรียบเทียบและนำมาเป็นแนวทางในการสำรวจความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ในแต่ละช่วงอายุและเพศสภาพที่แตกต่างกัน ว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) พบว่ามีผู้ที่สนใจศึกษากันอย่างแพร่หลาย โดยงานวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

1. สุพาดา และไพบุลย์ (สุพาดา สิริกุดตา และไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์, 2553) ทำการวิจัยเรื่องค่านิยม และพฤติกรรมการซื้อผ้าไหมไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสำรวจค่านิยมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อผ้าไหมไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ซื้อผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผ่านการให้ทำแบบสอบถาม เพื่อศึกษาค่านิยม ประกอบด้วย ค่านิยมทางเศรษฐกิจ ค่านิยมทางสุนทรียภาพ ค่านิยมทางสังคม และค่านิยมทางศาสนา พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อผ้าไหมไทย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผ้าไหมไทย ประกอบด้วย ประโยชน์หลักของผ้าไหมไทย ราคาผ้าไหมไทย ช่องทางการจัดจำหน่ายของผ้าไหมไทย และการส่งเสริมการตลาดผ้าไหมไทย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อประเภทผ้าไหมไทยแตกต่างกัน ได้แก่

1.1) ผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี และอายุ 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมการซื้อประเภทผ้าไหมไทย 2 เส้น ส่วนผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีอายุมากกว่า 40 ปี และมีอาชีพรับราชการ มีพฤติกรรมการซื้อผ้าไหมไทย 4 เส้น เนื่องจากการเตรียมความพร้อมในการก้าวไปสู่การเป็นผู้บริหารระดับต้น จึงต้องสร้างภาพลักษณ์การแต่งกายให้เกิดความประทับใจและดูสง่างาม

1.2) ผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความถี่ในการซื้อผ้าไหมไทยน้อยกว่าผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความถี่ในการซื้อผ้าไหมไทยน้อยกว่าผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

1.3) ผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีแนวโน้มในการซื้อผ้าไหมไทยแตกต่างกัน โดยผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท อนาคตจะซื้อผ้าไหมไทยน้อยกว่าผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท ส่วนผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท อนาคตจะซื้อผ้าไหมไทยน้อยกว่าผู้ซื้อผ้าไหมไทยที่มีรายได้มากกว่าหรือเท่ากับ 30,001 บาท

2. สุภา พูนลัน (สุภา พูนลัน, 2564) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์ เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 150 คน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 51 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

สุภา พบว่า ลักษณะของประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ซึ่งปัจจัยด้านประชากรศาสตร์จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ผลจากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อผ้าไหมของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ นิยมซื้อเป็นผ้าผืน ทศนคติที่มีต่อการเลือกซื้อผ้าไหมเนื่องจากแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย และค่าใช้จ่ายในการซื้อผ้าไหมเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ระหว่าง 1,501 - 3,000 บาท นอกจากนี้ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์

3. สุมาลี รัตนะ (สุมาลี รัตนะ, 2564) ทำการวิจัยเรื่องการตัดสินใจซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภคจังหวัดศรีสะเกษ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภคจังหวัดศรีสะเกษ และเพื่อศึกษานโยบายของหน่วยงานราชการและเอกชนที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้บริโภคจังหวัดศรีสะเกษ ผ่านการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

และการสนทนากลุ่ม จำนวน 30 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้ประกอบการโอท็อป จำนวน 9 คน  
เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการ จำนวน 1 คน และกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 20 คน

สุมาลี ได้สัมภาษณ์ผู้บริโภคผ้าไหมในจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 20 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล  
สรุปได้ดังนี้ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ  
รับราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลในการตัดสินใจซื้อผ้า  
ไหม คือ นโยบายการใส่ผ้าไทยของหน่วยงานราชการ รองลงมา คือ คุณภาพของสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่  
ซื้อมากที่สุด คือ เสื้อ

จากการวิจัย พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคในจังหวัดศรีสะเกษ  
มาจากนโยบายของรัฐที่เข้ามามีบทบาทสำคัญ ส่งผลให้กลุ่มผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ Niche  
Market คือการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐตาม  
นโยบายการใส่ผ้าไทย เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ ซื้อผ้าไหมไปใส่ทำงาน กลุ่ม  
ผู้ประกอบการเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างและความหลากหลาย รวมถึงเพิ่มคุณสมบัติ  
พิเศษให้กับผ้า โดยการย้อมสีจากธรรมชาติและอบด้วยสมุนไพรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์  
และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล (Interview) เพื่อเข้าใจความคิดของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) สามารถแบ่งรายละเอียดเป็นหัวข้อนำเสนอได้ ดังนี้

#### 3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ดังนี้

##### 3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1) เก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) จำนวน 10 คน โดยใช้คำถามปลายเปิด ซึ่งถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทย

2) เก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ทอผ้าไทยในจังหวัดลพบุรี จำนวน 5 คน โดยใช้คำถามปลายเปิด ซึ่งถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย

##### 3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากบทความ นโยบายและเอกสารทางราชการ

#### 3.2 กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรกลุ่มเป้าหมายไว้ คือ ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ได้แก่ 1) ข้าราชการสำนักงานจังหวัดลพบุรี 2) ข้าราชการที่ทำการปกครองจังหวัดลพบุรี 3) ข้าราชการสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี 4) ข้าราชการสำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดลพบุรี 5) ข้าราชการสำนักงานที่ดินจังหวัด

ลพบุรี 6) ข้าราชการสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลพบุรี และ 7) ข้าราชการสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดลพบุรี ทั้งเพศชายและเพศหญิง แบ่งเป็น 2 ช่วงอายุ ได้แก่ 1) ช่วงอายุ 23 - 33 ปี และ 2) ช่วงอายุ 50 - 60 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นการสุ่มเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ดังนี้

3.2.1 กลุ่มตัวอย่างข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) จำนวน 10 คน

1) ข้าราชการสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี เพศชาย อายุ 23 - 33 ปี

จำนวน 1 คน

2) ข้าราชการสำนักงานจังหวัดลพบุรี เพศชาย อายุ 50 - 60 ปี จำนวน 1 คน

3) ข้าราชการสำนักงานจังหวัดลพบุรี เพศชาย อายุ 23 - 33 ปี จำนวน 1 คน

4) ข้าราชการสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลพบุรี เพศชาย อายุ 50 - 60 ปี

จำนวน 1 คน

5) ข้าราชการที่ทำการปกครองจังหวัดลพบุรี เพศชาย อายุ 23 - 33 ปี จำนวน 1 คน

6) ข้าราชการสำนักงานจังหวัดลพบุรี เพศหญิง อายุ 50 - 60 ปี จำนวน 1 คน

7) ข้าราชการสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี เพศหญิง อายุ 23 - 33 ปี

จำนวน 1 คน

8) ข้าราชการสำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลพบุรี เพศหญิง อายุ 50 - 60 ปี

จำนวน 1 คน

9) ข้าราชการสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี เพศหญิง อายุ 23 - 33 ปี

จำนวน 1 คน

10) ข้าราชการสำนักงานจังหวัดลพบุรี เพศหญิง อายุ 50 - 60 ปี จำนวน 1 คน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ทอผ้าไทยในจังหวัดลพบุรี จำนวน 5 กลุ่ม

1) ร้านภัสร์รัมภา

2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีอาสาบ้านพวน

3) กลุ่มทอผ้าบ้านทราย หมู่ที่ 2

4) ศูนย์พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

5) ศูนย์ศิลปิน OTOP จังหวัดลพบุรี

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์ข้าราชการกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรี จำนวน 10 คน โดยจำแนกตามเพศและช่วงอายุ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย และศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) นอกจากนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความครบถ้วน รอบด้าน ผู้วิจัยจึงทำการสัมภาษณ์ผู้ทอผ้าในพื้นที่จังหวัดลพบุรี จำนวน 5 กลุ่ม

#### 4.1 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับที่	เพศ	อายุ (ปี)	สังกัด
1.	ชาย	23 - 33	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี
2.	ชาย	50 - 60	สำนักงานจังหวัดลพบุรี
3.	ชาย	23 - 33	สำนักงานจังหวัดลพบุรี
4.	ชาย	50 - 60	สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลพบุรี
5.	ชาย	23 - 33	ที่ทำการปกครองจังหวัดลพบุรี
6.	หญิง	50 - 60	สำนักงานจังหวัดลพบุรี
7.	หญิง	23 - 33	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี
8.	หญิง	50 - 60	สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลพบุรี
9.	หญิง	23 - 33	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี
10.	หญิง	50 - 60	สำนักงานจังหวัดลพบุรี

ลำดับที่	กลุ่มผู้ทอผ้า	สถานที่ตั้ง
1.	ภัสร์รัมภา	ศาลากลางจังหวัดลพบุรี/อำเภอบ้านหมี่
2.	กลุ่มสตรีอาสาบ้านพวน	อำเภอบ้านหมี่
3.	กลุ่มทอผ้าบ้านทราย หมู่ที่ 2	อำเภอบ้านหมี่
4.	ศูนย์พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น	ศาลากลางจังหวัดลพบุรี/อำเภอโคกเจริญ
5.	ศูนย์ศิลปิน OTOP	ศาลากลางจังหวัดลพบุรี/อำเภอโคกเจริญ



#### 4.2 ข้อมูลการสัมภาษณ์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มข้าราชการไว้ 4 ประเด็น และสำหรับกลุ่มผู้ทอผ้า 2 ประเด็น ซึ่งคำถามเน้นเป็นคำถามปลายเปิดให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบคำถามและแสดงความคิดเห็น โดยการสัมภาษณ์จะไม่เปิดเผยชื่อของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

ประเด็นคำถามสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มข้าราชการ ได้แก่

ประเด็นที่ 1 ความเป็นมาของนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย

ประเด็นที่ 2 อิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผ้าไทยและแหล่งที่ซื้อ

ประเด็นที่ 3 ความสมัครใจในการสวมใส่ผ้าไทย หากหน่วยงานไม่มีมาตรการบังคับ

ประเด็นที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างการสวมใส่ผ้าไทยกับการส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทย

ผลการสัมภาษณ์ในประเด็นต่าง ๆ สรุปข้อมูลได้ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ความเป็นมาของนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย

กล่าวโดยสรุป นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยนี้เป็นข้อสั่งการของปลัดกระทรวงมหาดไทย คนปัจจุบัน (นายสุทธิพงษ์ จุลเจริญ) ในคราวประชุมประจำเดือนของปลัดกระทรวงมหาดไทย ไม่ได้มีผลใช้บังคับกับทุกกระทรวง โดยท่านเริ่มผลักดันการสวมใส่ผ้าไทยตั้งแต่สมัยเป็นอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน และมีการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้นเมื่อได้ดำรงตำแหน่งปลัดกระทรวงมหาดไทย

“นโยบายนี้มาจากปลัดกระทรวงที่ต้องการส่งเสริมให้ข้าราชการทุกระดับสวมใส่ผ้าไทย โดยเป็นการน้อมนำพระดำริในสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ที่ทรงให้ความสำคัญกับผ้าไทยและพระราชทานผ้าลายขอเจ้าฟ้าฯ ให้เกิดการทอผ้าลายขอฯ หรือส่งเสริมให้ข้าราชการทุกระดับใส่ผ้าไทยในแต่ละพื้นที่ของตนเองในแต่ละจังหวัด เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับกลุ่มผ้าทอต่าง ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่”

ข้าราชการเพศชาย อายุ 29 ปี สังกัดสำนักงานจังหวัดลพบุรี

“เป็นนโยบายจากกระทรวงมหาดไทย คือกรมการพัฒนาชุมชนเขามีแนวทางการส่งเสริมการทอผ้า ส่งเสริมอาชีพให้กลุ่มเกษตรกร โดยเริ่มแรกเขาสับสนุนให้เป็นอาชีพเสริมนอกจากการทำนาทำสวน ก็ให้ฝึกการทอผ้า จากนั้นก็พัฒนามาเรื่อย ๆ จนกลายเป็นกลุ่มที่ประกอบอาชีพทอผ้าจริงจัง เรียนรู้กันจากปราชญ์ชาวบ้าน จนกระทั่งสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ได้ทรงออกแบบลายผ้าทอซึ่งสานต่อจากพระพันปีหลวง ที่ทรงส่งเสริมการทอผ้าอยู่แล้ว โดยสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ก็ได้ทรงสานต่อและพัฒนาลวดลาย สีสันทันสมัย เหมาะกับทุกเพศ ทุกวัยมากขึ้น เพราะสมัยก่อนผ้าไทยมันเหมาะกับผู้สูงอายุ อันนี้คือที่พีทราบ เป็นนโยบายของกระทรวงมหาดไทย โดยมีกรมการพัฒนาชุมชนเป็นเจ้าของต้นเรื่อง ส่งเสริมให้ทุกคนได้ใส่ผ้าไทย โดยเฉพาะข้าราชการ เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มทอผ้ามีรายได้ มีอาชีพ ก็น่าจะประสบความสำเร็จแหละ ดูแล้วทุกกระทรวงในประเทศก็นิยมสวมใส่ผ้าไทย โดยเฉพาะลายขอเจ้าฟ้าฯ”

ข้าราชการเพศหญิง อายุ 58 ปี สังกัดสำนักงานจังหวัดลพบุรี

“จริง ๆ นโยบายนี้เริ่มตั้งแต่สมัยปลัดกระทรวงคนปัจจุบันท่านเป็นอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน ท่านเห็นความสำคัญของผ้าไทยและต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก กระจายรายได้สู่ท้องถิ่นให้ได้มากที่สุด กระตุ้นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ กลุ่มทอผ้าให้มีความคิดสร้างสรรค์ บางพื้นที่ลายผ้าหายสาบสูญไป พัฒนาชุมชนก็เข้าไปขับเคลื่อนให้เขาสานต่อ เพราะกลุ่มชาวบ้านบางคนเองไม่รู้ว่าเขามีฝีมือ และไม่รู้คุณค่าของลายผ้าไทย ก็เป็นหน้าที่ของพัฒนาชุมชนที่ต้องเข้าไปกระตุ้นพวกเขา”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ข้าราชการเพศชาย อายุ 30 ปี สังกัดสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี

ประเด็นที่ 2 อิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผ้าไทยและแหล่งที่ซื้อ

เพศและช่วงอายุมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี โดยข้าราชการเพศชาย ทั้งกลุ่มช่วงอายุ 23 – 33 ปี และช่วงอายุ 50 – 60 ปีส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อผ้าไทยจากความสะดวกของตนเอง คือ เลือกซื้อจากสถานที่ตั้งของร้าน ได้แก่ ร้านที่อยู่ใกล้ หรือร้านที่มาตั้งขายที่ศาลากลางจังหวัด อีกทั้งข้าราชการเพศชายมักจะเลือกซื้อผ้าไทยที่ตัดสำเร็จรูปพร้อมใส่ ไม่ต้องนำไปตัดเองและเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม นอกจากนี้มีข้าราชการบางคนเลือกใส่ผ้าพิมพ์ลายไทยด้วยเช่นเดียวกัน เนื่องจากมีราคาถูกกว่าผ้าทอ สำหรับข้าราชการเพศหญิง จะมีความแตกต่างกันตามช่วงอายุ โดยช่วงอายุ 23 – 33 ปี ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผ้าไทยผ่าน

ช่องทางออนไลน์ โดยเป็นร้านขายผ้าพื้นเมืองจากภาคเหนือ (ผ้าฝ้ายจีนมัย) เนื่องจากมีราคาถูกกว่าผ้าทอ แต่สำหรับข้าราชการเพศหญิง ช่วงอายุ 50 – 60 ปี มีแนวโน้มในทิศทางเดียวกันว่าจะเลือกซื้อผ้าไทยที่เป็นผ้าทอเท่านั้น ไม่ซื้อผ้าพิมพ์ลายไทย และมักจะเลือกซื้อผ้าจากหน้าร้านในพื้นที่จังหวัดลพบุรีโดยตรง ไม่นิยมซื้อจากช่องทางออนไลน์ เพื่อเป็นการส่งเสริมกลุ่มทอผ้าในจังหวัดลพบุรี

“ที่สะดวกที่สุด คือ ร้านค้าในลพบุรีที่มาขายในตลาดนัด หรือไปวางขายตามงาน อย่างล่าสุดก็งานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช แต่ไม่ได้กำหนดตายตัว ไม่มีลายที่ชอบในใจ ถ้าเห็นตัวไหนสวย เหมาะกับหุ่นก็จะซื้อ ส่วนใหญ่จะชอบสีน้ำเงิน สีฟ้า ลายขอเจ้าฟ้าฯ ก็โอเคอยู่ แล้วก็ลายดอกพิภุฑฑที่เป็นลายประจำจังหวัดลพบุรี เมื่อก่อนไม่เคยใส่ผ้าไทย ตอนทำงานที่แรกอยู่เอกชนก็ใส่เสื้อเชิ้ตธรรมดา ไม่เคยเข้าไปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยร้านที่ซื้อบ่อยสุดคือร้านภัทรรัสมิภา เพราะมาขายในศาลากลางเลย บางทีก็ทักไปถามทางไลน์ร้านพอเอามาตั้งแผง ก็ค่อยไปรับของ ผ้าไทยตัวที่ไม่ค่อยชอบ มันไม่ได้อดกาว งานดูไม่ค่อยเนียบ ซ้อมาถูก ๆ เลยไม่ชอบใส่เท่าไร”

ข้าราชการเพศชาย อายุ 29 ปี สังกัดสำนักงานจังหวัดลพบุรี

“ซื้อเป็นเสื้อมากกว่า ถ้าซื้อผ้าทอก็ต้องไปเสียค่าตัด กว่าจะตัด กว่าจะวัดตัวอีก แล้วคือเราไม่ได้มีทรงในใจว่าอยากใส่แบบไหน เราก็เลือกแค่จากที่เขาตัดมาแล้ว ดูความเหมาะสมว่าจะใส่ในโอกาสไหนแค่นั้น แต่ก็ไม่ค่อยได้ซื้อเอง ส่วนมากแม่ซื้อให้ ไม่เคยซื้อผ้าทอร้านที่ลพบุรีเลย ที่เคยซื้อเองมีเคยซื้อที่ถนนคนเดินเชียงใหม่ 2 ตัว แล้วก็ผ้าทอจากอุบลราชธานี เคยไปร้านภัทรรัสมิภาที่บ้านหมี่ครึ่งหนึ่ง แต่รู้สึกแบบฝ้ายยังไม่ถูกใจ ราคาที่สูงเกินไปเลยไม่ได้ซื้อ (600 – 700 บาท) ซึ่งเสื้อลายขอเจ้าฟ้าฯ ที่เคยซื้อจากเชียงใหม่ ตัวละ 250 บาทเอง ถ้าซื้อจะเลือกซื้อตัวที่ใส่ได้ซ้ำ ๆ หลายโอกาส พวกผ้าทอเมืองเหนือสีพื้น ๆ อะ ใส่ได้บ่อยมากกว่าพวกผ้าทอลาย ไม่ซีเรียสว่าจะเป็นผ้าทอหรือผ้าพิมพ์ ใส่แค่สนองนโยบายเฉย ๆ ไม่ได้อินอะไรกับผ้าไทย ประเทศไทยเมืองร้อน ผ้าไทยก็ไม่ได้ใส่แล้วเย็นสบาย ผ้าร้อนใส่แล้วเหนอะ เหนียวตัวด้วยซ้ำ”

ข้าราชการเพศชาย อายุ 33 ปี สังกัดที่ทำการปกครองจังหวัดลพบุรี

“เลือกซื้อจากผ้าทอมือเท่านั้น พี่ส่งเสริมกลุ่มทอผ้าที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจบ้าน เพื่อช่วยให้กลุ่มที่ทำอาชีพทอผ้าจริง ๆ ได้มีรายได้ ไม่เคยซื้อจากช่องทางออนไลน์เลย ซื้อหน้าร้านตลอด แล้วก็ก็ต้องเป็น

ร้านจากกลุ่มผู้ทอผ้าจริง ๆ ไม่ซื้อร้านที่เป็นพ่อค้าคนกลาง ตอนแรกก็เฉย ๆ โดยปกติไม่ชอบซื้อผ้าที่ต้องมาตัดชุดอีก หลัง ๆ มามีผ้าที่เขาตัดทอสำเร็จรูปแล้ว มันเป็นความสะดวก พี่ก็เลยซื้อ ใส่แล้วสบายด้วย ส่วนใหญ่จะซื้อร้านที่มาขายที่ศาลากลางแหละ แล้วก็ร้านในพื้นที่จังหวัดลพบุรี เพื่อสนับสนุนคนจังหวัดลพบุรี แต่จะเลือกสายที่ถูกใจ ตัวที่พี่ชอบที่สุดคือผ้าทอลายดอกพิกุล ที่เป็นลายประจำจังหวัดลพบุรี ซื้อมาแล้วก็เอาไปให้พี่สาวตัดให้ ผืนนึ่งตัดได้ 2 ชุด เวลาใส่ไปไหนมีคนทัก พี่ก็พูดได้ว่านี่เป็นผ้าทอประจำจังหวัดลพบุรีเรา พี่เลยชอบใส่อะไรที่เป็นเอกลักษณ์ เมื่อก่อนสมัยอายุ 30 ปีกว่า ๆ พี่ชอบผ้าทอมัดหมี่ของอำเภอบ้านหมี่ พี่ไปหาซื้อแล้วก็ให้ช่างตัดชุดให้ ผ้าลายสวย ๆ ทั้งนี้ ส่วนผ้าไหมพี่ไม่ค่อยชอบ ใส่ไม่ค่อยสบายเท่าไร เนื้อผ้ามันต่างจากผ้าทอมัดหมี่”

ข้าราชการเทศหญิง อายุ 58 ปี สังกัดสำนักงานจังหวัดลพบุรี

“เลือกซื้อทั้งแบบผ้าทอเป็นผืนกับผ้าสำเร็จรูป ส่วนใหญ่เวลาขายที่ทำงานก็จะได้ผ้าทอเป็นผืนเป็นที่ระลึก หรือถ้าเลือกซื้อเอง จะชอบซื้อจากช่องทางออนไลน์ ผ้าภาคอีสาน ผ้าครามสกล ผ้าเกล็ดเต่า ผ้าลายลูกแก้ว มีความนิ่มของผ้าในตัวอยู่แล้ว สามารถตัดโดยไม่ต้องอัดกาวก็ได้ ทางการพัฒนาชุมชนจะมีเครือข่ายเยอะ เวลาไปออกงานโอท็อปก็จะได้ผ้าพื้นถิ่นในราคาเจ้าหน้าที่ โดยส่วนตัวชอบผ้าพื้นเมืองของภาคเหนือมากที่สุด ผ้าฝ้ายซินมัย สีเรียบ ๆ เอามาแมทซ์กับกระโปรงได้หลายชุดดี ส่วนผ้าลพบุรี เพิ่งมาเริ่มใส่ตอนย้ายมาอยู่ลพบุรี ก็ซื้อจากร้านที่มาขายที่ศาลากลางเนี่ยแหละ พอมาสัมผัสจริง ๆ สวยนะ ล่าสุดเพิ่งซื้อลายขิดสีส้มแสดงจากกลุ่มอาจารย์วันทนา (โคกเจริญ) งานประณีตมาก ลายชัดเจน”

ข้าราชการเทศหญิง อายุ 32 ปี สังกัดสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี

“ซื้อผ้าสำเร็จผ่าน shopee ผ้าฝ้ายซินมัย เป็นร้านจากภาคเหนือ เลือกจากสีแล้วก็กลายเป็นหลัก จริง ๆ มีผ้าไทยมาจากบ้านอยู่แล้ว เพราะที่บ้านแม่ทอผ้าไหมเป็นงานอดิเรกอยู่แล้ว จะใส่เป็นผ้าถุงเวลาไปทำบุญที่วัด เห็นผ้าทอที่ขายที่ศาลากลางก็สวยนะ แต่ยังไม่เคยซื้อเพราะไม่มีเงิน”

ข้าราชการเทศหญิง อายุ 25 ปี สังกัดสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี

“เลือกจากลายที่ชอบเป็นหลัก มีร้านประจำอยู่ในตลาดมโนราห์ เมืองลพบุรี เป็นผ้าทอมือจากอำเภอบ้านหมี่ ซื้อมาเป็นผืนแล้วก็ไปตัด”

ข้าราชการเพศหญิง อายุ 60 ปี สังกัดสำนักงานจังหวัดลพบุรี

ประเด็นที่ 3 ความสมัครใจในการสวมใส่ผ้าไทย หากหน่วยงานไม่มีมาตรการบังคับ

ช่วงอายุ มีผลต่อความสมัครใจในการสวมใส่ผ้าไทย หากหน่วยงานไม่มีมาตรการบังคับ กล่าวคือ ข้าราชการช่วงอายุ 23 – 33 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นตรงกันว่า หากหน่วยงานไม่มีมาตรการบังคับ ก็คงใส่ผ้าไทยต่อ แต่จะเลือกใส่ในวันตามโอกาสอย่างไรก็ตาม จะไม่เลือกซื้อผ้าไทยเพิ่มอีกแน่นอน จะใส่เท่าที่เคยซื้อมาแล้ว สำหรับข้าราชการช่วงอายุ 50 – 60 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกันตามเพศ โดยข้าราชการเพศหญิง ส่วนใหญ่มีความชอบผ้าไทยโดยส่วนตัวอยู่แล้ว สวมใส่ผ้าไทยมาตั้งแต่ก่อนที่ภาครัฐจะมีนโยบายดังกล่าว ดังนั้น ถึงแม้หน่วยงานจะไม่มีมาตรการบังคับ ก็ยังคงเลือกสวมใส่และซื้อผ้าไทยต่อไปเช่นเดิม ส่วนข้าราชการเพศชาย ช่วงอายุ 50 – 60 ปีบางคน มีความคิดเห็นตรงตามข้าราชการช่วงอายุ 23 – 33 ปี ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับตำแหน่งหน้าที่การงานอีกเช่นกัน หากเป็นข้าราชการชายที่มีตำแหน่งสูง จะเลือกสวมใส่และซื้อไทยต่อไปถึงแม้หน่วยงานจะไม่มีมาตรการบังคับ เนื่องจากมองว่ามีความสุภาพ แสดงออกถึงความเป็นไทย เหมาะสมกับงานในตำแหน่ง

“ยังใส่ต่อ แต่ไม่ซื้อเพิ่มแล้ว ตอนแรกไม่ชอบ เมื่อก่อนใส่เสื้อเชิ้ต แต่พอมาอยู่ในองค์กรนี้เหมือนซึมซับมา เขาใส่กันหมด ก็เลยใส่ตาม ด้วยความที่เราชอบแต่งตัวอยู่แล้ว พอเห็นเขาใส่ผ้าไทยกัน เราก็ใส่ตามด้วย เอนจอยอยู่เหมือนกัน แต่ถ้าไม่ใช่ที่สภาพแวดล้อม อยู่ดี ๆ เราก็คงไม่ใส่ผ้าไทยอะ เพราะปัจจัยเรื่องราคาเนี่ยแหละ เด็กบรรจุใหม่อย่างเราก็ไม่ได้มีเงินเยอะพอที่จะซื้อผ้าได้บ่อย ๆ ทำให้บางทีก็ต้องซื้อผ้าพิมพ์ลายใส่คละ ๆ กันไป แต่ก็ไม่อยากใส่ผ้าพิมพ์ลายบ่อย เพราะลายมันก็อปกันมา”

ข้าราชการเพศชาย อายุ 30 ปี สังกัดสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี

“อาจจะใส่ต่อ แต่คงไม่ใส่ทุกวัน อยากช่วยให้กลุ่มทอผ้ามีรายได้เหมือนกัน แต่เราเป็นข้าราชการบรรจุใหม่ เงินเดือนก็ไม่เยอะ ถ้าต้องใส่ผ้าไทยทุกวันก็จะเป็นภาระทางการเงินกับเราเหมือนกัน”

ข้าราชการเพศชาย อายุ 29 ปี สังกัดสำนักงานจังหวัดลพบุรี

“ก็คงใส่เวลามีงานสำคัญ ๆ ไม่ใส่ทุกวันแบบนี้ พี่ว่าใส่ทุกวันมันเห็นกันจนเคยชิน ไม่ได้รู้สึกพิเศษอะไรแล้ว ถ้าใส่เวลามีงานสำคัญน่าจะโอเคกว่า ดูเหมาะสมกับกาลเทศะด้วย เลือกผ้าทอจากชาวบ้านในลพบุรีแท้ ๆ ลายที่เขาตั้งใจออกแบบมาโดยเฉพาะ เป็นเอกลักษณ์ของลพบุรีเรา”

ข้าราชการเพศชาย อายุ 52 ปี สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดลพบุรี

“ก็ใส่เท่าที่มีอยู่แหละ ใส่ตามโอกาสอะ ไม่ซื้อเพิ่มแล้ว นโยบายมันควรจะเป็นทางเลือกมากกว่าการบังคับใส่ มันไม่ได้ขับเคลื่อนด้วยตัวคนใส่เอง มันจะไม่ยั่งยืน พอต้องใส่ทุกวัน ก็ซื้อแบบส่ง ๆ ไม่ได้ซื้อเพราะอยากใส่จริง ๆ อีกอย่างมันควรจะเป็นอะไรที่จับต้องได้ ทั้งเรื่องราคา และรูปแบบ ผ้าไทยมันกันไป มันควรมีผ้าไทยที่ลวดลายไม่แก่ ราคาไม่แรง เหมาะสมกับช่วงวัยและเงินเดือนเรา”

ข้าราชการเพศชาย อายุ 33 ปี สังกัดที่ทำการปกครองจังหวัดลพบุรี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

“พี่ใส่ตั้งแต่อายุ 30 กว่าปี ก่อนจะมีนโยบายอีก พี่เห็นความสวยงามจากลวดลายผ้า พี่ซื้อมาตัดชุด ได้เสื้อกับกระโปรง แล้วก็พี่ที่ตัดสำเร็จรูปมาแล้วก็มี แต่ค่อนข้างจะแพง พี่ก็เลยซื้อผ้าฝ้ายมาตัดเองดีกว่า”

ข้าราชการเพศหญิง อายุ 58 ปี สังกัดสำนักงานจังหวัดลพบุรี

“ก็ใส่นะ เพราะอยู่กรมการพัฒนาชุมชน บางทีแต่งผ้าไทยมาคนอื่นเจอเขาก็ทักถามว่าซื้อจากไหน วัฒนธรรมองค์กรที่ต้องใส่ด้วยส่วนหนึ่ง แต่พอใส่ ๆ ไปก็กลายเป็นความชอบส่วนตัวไปด้วยเลย”

ข้าราชการเพศหญิง อายุ 32 ปี สังกัดสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี

ประเด็นที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างการสวมใส่ผ้าไทยกับการส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทย

ข้าราชการทั้ง 2 ช่วงอายุและเพศ มีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยนี้ มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทย เนื่องจากข้าราชการทำงานใกล้ชิดกับประชาชน และจำนวนข้าราชการเทียบกับจำนวนประชากรทั้งประเทศถือว่ามีส่วนขนาดใหญ่ ดังนั้นการขับเคลื่อนการสวมใส่ผ้าไทยเพื่อให้กลุ่มชาวบ้านผู้ทอผ้าในแต่ละพื้นที่จังหวัดได้มีรายได้เพิ่ม มีอาชีพเพิ่ม ผ่านกลุ่มข้าราชการเป็นอันดับแรก ถือเป็นนโยบายที่ดีและน่าจะเป็นการจูงใจประชาชนให้มีความสนใจและอยากใส่ตาม เนื่องจากเมื่อก่อนผ้าไทยถูกตัดสินว่าเหมาะสำหรับผู้สูงอายุ ไว้ใส่ไปทำบุญเท่านั้น แต่เมื่อกลุ่มข้าราชการที่อายุยังน้อยนำมาสวมใส่ กลุ่มผู้ทอผ้าก็มีการพัฒนารูปแบบผ้าไทยให้ทันสมัย เหมาะกับทุกวัยมากขึ้น ความเป็นแฟชั่นมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนทั่วไปก็มีความต้องการสวมใส่เช่นเดียวกัน ไม่ใช่เพียงแค่งลุ่มข้าราชการ

“ด้วยความที่ข้าราชการเหมือนเป็นตัวแทนของรัฐ มีจำนวนเยอะในสังคม ใกล้ชิดประชาชน การที่ข้าราชการใส่ผ้าไทยก็มีอิทธิพลทางความคิดของประชาชนส่วนหนึ่งแหละ เพราะประชาชนเห็นข้าราชการใส่ก็อาจจะเกิดแรงจูงใจอยากใส่ตาม แต่คิดว่าประชาชนคงไม่ได้อยากใส่ตามเต็มร้อย นโยบายสั่งมาให้ข้าราชการต้องทำ แต่รัฐไม่สามารถสั่งประชาชนให้ทำตามได้ 100% แต่รัฐสามารถสั่งข้าราชการได้ ทีนี้ข้าราชการด้วยความใกล้ชิดประชาชน โดยเฉพาะข้าราชการกระทรวงมหาดไทยอย่าง นายอำเภอ ปลัดอำเภอ การที่ข้าราชการพวกนี้ใส่ผ้าไทย มันก็เหมือนการพีเชนความเป็นไทยในพื้นที่นั้น ๆ คนอาจจะมองว่ามันดูดีนะ นำใส่ ก็อาจจะทำให้เขาไปซื้อตามได้”

ข้าราชการเพศชาย อายุ 29 ปี สังกัดสำนักงานจังหวัดลพบุรี

“ตัวแทนของรัฐก็คือข้าราชการนี้แหละ มันก็ต้องเริ่มจากตัวเรา แต่ว่าการเผยแพร่ของรัฐมันดันเผยแพร่แบบเดิม ๆ ให้ใส่ผ้าไทยก็ดี แต่ว่ามันใส่กันเผื่อไปอะ ควรให้ใส่เป็นอีเว้นท์ งานสำคัญก็พอ”

ข้าราชการเพศชาย อายุ 33 ปี สังกัดที่ทำการปกครองจังหวัดลพบุรี

“ข้าราชการทำงานกับประชาชน บางหน่วยงานให้บริการประชาชน บางทีเขามาติดต่องาน เขาก็ถาม เสื้อผ้าที่ไหน กระโปรงซื้อที่ไหน เราก็เอาเพจเฟซบุ๊กให้ไป ก็เป็นการช่วยกระจายรายได้ให้

กลุ่มโอท็อปไป เมื่อก่อนจะมีแต่กรมการพัฒนาชุมชนที่ใส่ผ้าไทย หลัง ๆ ก็มีหน่วยงานอื่นใส่เหมือนกัน ก็เหมือนการแลกเปลี่ยนร้านขายผ้าไทยกัน แนะนำกันไป”

ข้าราชการเพศหญิง อายุ 32 ปี สังกัดสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี

“ให้ข้าราชการใส่ผ้าไทย ก็เป็นการช่วยอนุรักษ์ไม่ให้ผ้าไทยมันหายสาบสูญไป”

ข้าราชการเพศหญิง อายุ 25 ปี สังกัดสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี

ประเด็นคำถามสำหรับกลุ่มผู้ทอผ้า ได้แก่

ประเด็นที่ 1 กลุ่มลูกค้าหลัก และวัตถุประสงค์ในการซื้อผ้า

ประเด็นที่ 2 ผลที่ตามมาหลังจากมีนโยบาย

ผลการสัมภาษณ์ในประเด็นต่าง ๆ สรุปข้อมูลได้ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 กลุ่มลูกค้าหลัก และวัตถุประสงค์ในการซื้อผ้า

จากการสัมภาษณ์กลุ่มทอผ้าในพื้นที่จังหวัดลพบุรี จำนวน 5 กลุ่ม พบว่าลูกค้าหลักที่ซื้อผ้าทอจากกลุ่มผู้ทอผ้า ได้แก่ กลุ่มพ่อค้าคนกลาง ที่มีการซื้อผ้าทอในปริมาณมากเพื่อไปส่งขายต่อตามแหล่งต่าง ๆ อาทิ ตลาดนัดจตุจักร หรือส่งออกต่างประเทศ กลุ่มลูกค้ารองลงมา คือ กลุ่มข้าราชการ โดยเฉพาะข้าราชการที่ทำงานในสถานศึกษา จะมีการสั่งซื้อในนามหน่วยงาน ซื้อเป็นจำนวนหลายผืน เพื่อนำไปตัดเป็นเครื่องแบบประจำสถานศึกษา ดังนั้น การขายผ้าทอของกลุ่มทอผ้าในจังหวัดลพบุรีนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการขายส่งเป็นลอต ๆ ให้แก่พ่อค้าคนกลาง ที่มีปริมาณการซื้อในปริมาณสูง และซื้อหลากหลายรูปแบบ ลวดลายไม่เฉพาะเจาะจง เนื่องจากผ้าทอมือลพบุรีมีชื่อเสียง มีเอกลักษณ์ และผ้านี้ม ใสสบาย ขึ้นชื่ออยู่แล้ว

“ก็ขายได้เรื่อย ๆ หน่วยงานราชการที่ซื้อบ่อย ๆ ก็พวกคุณครู ซื้อไปตัดยูนิฟอร์มกัน มีทั้งโรงเรียนในจังหวัดลพบุรี เพชรบูรณ์ สิงห์บุรี มาตั้งขายในศาลากลางนี้ก็ขายได้เยอะอยู่นะ บางวันขายได้เป็นหมื่น มีทั้งข้าราชการทั้งคนธรรมดาจากข้างนอกมาซื้อก็มี แต่ลูกค้าประจำที่ซื้อเยอะ ๆ จะสั่งผ่านพ่อค้าคนกลางส่งออกไปพม่า แล้วก็มีเจ้าใหญ่อยู่ที่ภูเวียง ขอนแก่น พ่อค้าคนกลางจากจตุจักร



ติดต่อกันไปขายส่งออกก็มี พวกนี้จะซื้อเยอะมาก สั่งเป็นลอต ๆ ทำลายอะไรออกมาเขาก็จองหมด เพราะเรามีชื่อเสียงแล้ว เคยประกวดได้อันดับ 1 ของประเทศ ผ้าลายหลุยส์”

กลุ่มผู้ทอผ้ากลุ่มหนึ่งในพื้นที่อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี

“ลูกค้าหลักร้านพี่ก็พวกหน่วยงานราชการเนี่ยแหละ ซื้อในนามหน่วยงาน ใส่กันเป็นทีม มีทั้งหน่วยงานในมหาดไทย สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานจังหวัด สำนักงานโยธาธิการฯ โรงพยาบาล พระนารายณ์ก็สั่งเยอะ แล้วก็โรงเรียนก็สั่งกันเยอะ เป็นลื้อทีม บางทีพี่ไปออกบูธงานโอท็อปที่เมืองทองฯ ก็ขายได้ประปราย ได้ลูกค้าจบบ้าง”

กลุ่มผู้ทอผ้ากลุ่มหนึ่งในพื้นที่อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

ประเด็นที่ 2 ผลที่ตามมาหลังจากมีนโยบาย

กลุ่มผู้ทอผ้าโดยรวม ให้ความคิดเห็นว่า นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยนี้ ทำให้ผ้าไทยกลับมาได้รับความนิยมมากขึ้น จากเดิมที่ยอดการจำหน่ายผ้าทอซบเซา ปลายผ้าบางลายก็เลือนหายไปตามกาลเวลา ไม่มีคนให้ความสำคัญ แต่พอมีนโยบายนี้ทำให้ข้าราชการสวมใส่ผ้าไทย ซึ่งข้าราชการมีจำนวนหลายล้านคน ก็ทำให้การทอผ้าได้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง ไม่เพียงแค่นรุ่นเก่า ๆ ที่ยังทอผ้าอยู่ แต่เกิดการพัฒนาต่อยอดจากคนรุ่นใหม่ด้วย ลูกหลานที่เคยมองข้ามการทอผ้าที่เคยทำมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ ก็หันมาให้ความสำคัญ มีการพัฒนาเป็นธุรกิจเต็มตัว ต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เพิ่มช่องทางการขาย อีกทั้งยังเกิดการรวมตัวกันทอผ้า ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง เกิดการจ้างงานกันภายในชุมชนเดียวกัน

“พอมีนโยบายนี้ก็ดีนะ ได้หน่วยงานของรัฐกรมการพัฒนาชุมชนลงมาช่วยโค้ชลายผ้าด้วย ช่วงนี้ก็กำลังโค้ชซึ่งลายดอกกรักราชกัญญากันอยู่ เขาเอาแบบลายพระราชทานลงมาให้เราลองทอ ถ้าได้แบบที่พอใจแล้วก็จะขึ้นงานทอออกมาขายกัน แต่ตอนนี้ลายยังไม่นิ่ง ก่อนหน้านี้ช่วงลายขอฯ ฮิต ๆ ก็ทอขายได้ไปตั้งเยอะ พอเว้นจากที่รัฐเน้นลายพระราชทาน ก็ออกแบบลายใหม่เองตามท้องถิ่น”

กลุ่มผู้ทอผ้ากลุ่มหนึ่งในพื้นที่อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี

“ตอนนี้พี่ก็ให้ลูกสาวสมัครเข้าร่วมโครงการของกรมการพัฒนาชุมชนเหมือนกัน เขาจะอบรมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้สามารถพัฒนา ต่อยอดสินค้าโอท็อปได้ พี่มีลูกสองคน อีกคนผู้ชายเขาก็ทำงานเขาไป ส่วนลูกสาวนี่เพิ่งเรียนจบ ยังไม่มีงานทำ พี่ก็เลยดึงเขาให้เข้าร่วม เขาก็บอกแม่ว่าไงเขาก็ตามนั้น ให้สมัครเขาก็สมัคร เพราะเรามองเห็นช่องทางการเติบโต เรามีทุนเดิมอยู่แล้ว ให้เขาต่อยอดสินค้าผลิตรายอื่นเพิ่มโอกาสทางการขาย”

กลุ่มผู้ทอผ้ากลุ่มหนึ่งในพื้นที่อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

“ถ้าให้เปรียบเทียบระหว่างมีนโยบายให้ใส่ผ้าไทยกับก่อนมีนโยบาย ในมุมมองพี่ มีนโยบายแล้วดีกว่า ทุกคนใส่ผ้าไทยสวยงาม ก่อนหน้านี้ใครจะใส่อะไรก็ได้ เป็น boutique ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน มันก็ดูไม่เรียบร้อย ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว พอใส่ผ้าไทยมันก็มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว”

“ของพี่ไม่ใช่วิสาหกิจชุมชน แต่เป็นกลุ่มอาชีพ 7 ชุมชนรวมกันในเทศบาลเมืองบ้านหมี่ เป็นกลุ่มแม่บ้านชุมชนเทศบาลเมืองบ้านหมี่ แปรรูปผลิตภัณฑ์ เอาผ้าจากหลายๆ ที่ มาตัดเย็บ ผลิตเป็นสินค้าหลากหลาย งานทุกอย่างอยู่ในอำเภอบ้านหมี่ จ้างแรงงานของชุมชนเรา แรงงานผลิตอยู่ในอำเภอบ้านหมี่ทั้งหมด”

ผู้ประกอบการผ้าทอรายหนึ่งในพื้นที่อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรี (ระดับจังหวัด) ที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย” ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามการวิจัยไว้ 2 คำถาม คือ คำถามข้อที่ 1 ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี ในแต่ละช่วงอายุและเพศสภาพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นอย่างไรต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย และคำถามข้อที่ 2 ช่วงอายุและเพศสภาพที่แตกต่างกันของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทยอย่างไร โดยสามารถสรุปผลเพื่อตอบคำถามการวิจัยทั้ง 2 ข้อดังกล่าว รวมถึงมีข้อเสนอแนะการวิจัย แบ่งออกเป็นหัวข้อการนำเสนอ ได้ดังนี้

5.1 ความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรีในแต่ละช่วงอายุและเพศสภาพที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและเพศสภาพของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรีต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทย

5.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

#### 5.1 ความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรีในแต่ละช่วงอายุและเพศสภาพที่มีต่อนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย

ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี ช่วงอายุ 23 – 33 ปี และช่วงอายุ 50 – 60 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นโดยรวมว่านโยบายนี้เริ่มก่อตัวตั้งแต่ปลัดกระทรวงมหาดไทย (นายสุทธิพงษ์ จุลเจริญ) ดำรงตำแหน่งอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน สอดคล้องกับมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2563 เห็นชอบมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย โดยนายสุทธิพงษ์ จุลเจริญ อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยในขณะนั้น ร่วมกับสภาสตรีแห่งชาติ ในพระบรมราชินูปถัมภ์ จัดทำโครงการสืบสาน อนุรักษ์ศิลปผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน เพื่อสืบสานพระราชปณิธานสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ที่ทรงมีพระมหากรุณาธิคุณ ต่อการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาของคนไทย และได้จัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือดำเนินการตามโครงการสืบสาน อนุรักษ์ผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน กับจังหวัด 75 จังหวัด และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในส่วนกลาง ได้แก่ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การประปาส่วนภูมิภาค

โดยข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี ช่วงอายุ 50 – 60 ปี เพศหญิง มีมุมมองแง่บวกต่อนโยบายนี้ เนื่องจากข้าราชการกลุ่มนี้มีการสวมใส่ผ้าไทยมาตั้งแต่สมัยก่อนจะมี

นโยบายอยู่แล้ว และมีความชอบผ้าไทยเป็นการส่วนตัว เมื่อมีนโยบายนี้ออกมาจึงไม่ได้ส่งผลกระทบต่อในแง่ลบต่อข้าราชการกลุ่มนี้แต่อย่างไร ในขณะที่ข้าราชการกลุ่มช่วงอายุ 23 – 33 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีมุมมองตรงกันว่านโยบายนี้ส่งผลกระทบต่อปัจจัยทางการเงินของพวกเขา เนื่องจากข้าราชการบรรจุใหม่ เงินเดือนหนึ่งหมื่นต้น ๆ และข้าราชการบางคนยังต้องแบกรับภาระทางการเงินด้านอื่น ๆ อีก ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสียเลี้ยงดูบิดา มารดา การจ่ายค่าหอพัก เป็นต้น ทำให้การกำหนดนโยบายให้ใส่ผ้าไทยเกือบทุกวันนี้ เป็นการเพิ่มภาระทางการเงินเข้าไปอีก ส่งผลให้ข้าราชการกลุ่มนี้เลือกที่จะใส่ผ้าพิมพ์ลาย ที่ไม่ใช่ผ้าไทยทอมือที่แท้จริง และไม่ได้เป็นการส่งเสริมกลุ่มชาวบ้านผู้ทอมืออย่างแท้จริง หากแต่เป็นการส่งเสริมกลุ่มทุนนิยมซึ่งได้แก่โรงงานผลิตซึ่งมีกำลังในการผลิตสูงกว่าและต้นทุนถูกกว่าผ้าทอมือจากกลุ่มชาวบ้าน ท้ายที่สุดแล้วนโยบายนี้ก็ได้ไม่ได้ตอบสนองตามวัตถุประสงค์ตามที่ภาครัฐต้องการจะกระจายรายได้ อนุรักษ์ความเป็นไทยอย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตาม เมื่อถามถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสวมใส่ผ้าไทยกับการส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทย ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยในจังหวัดลพบุรี ทั้งช่วงอายุ 23 – 33 ปี และ 50 – 60 ปี เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่านโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยนี้ เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทย เนื่องจาก ข้าราชการมีจำนวนมากในประเทศ การขับเคลื่อนนโยบายผ่านข้าราชการส่งผลให้อุตสาหกรรมผ้าทอกลับมามีบทบาทมากขึ้น ตามหลักอุปสงค์ อุปทาน เมื่อความต้องการซื้อจากผู้บริโภคมีมากขึ้น ผู้ผลิตก็เพิ่มอัตราการผลิตตามความต้องการของตลาด อีกทั้งการใส่ผ้าไทยในการทำงานของกลุ่มข้าราชการ ยังส่งผลทางด้านจิตใจต่อประชาชนผู้พบเห็น จากเดิมที่ผ้าไทยถูกมองว่าเหมาะสำหรับผู้สูงอายุ ไม่มีใครกล้าใส่ในชีวิตประจำวัน แต่เมื่อข้าราชการทุกเพศ ทุกวัยนำมาสวมใส่ในชีวิตประจำวัน ก็เป็นการเปลี่ยนภาพลักษณ์แบบเดิมของผ้าไทย และสร้างภาพจำแบบใหม่ให้ผู้คนรู้สึกว่าผ้าไทยสวมใส่ได้ในทุกเพศ ทุกวัย สำหรับฝั่งผู้ผลิต ผู้ประกอบการก็เช่นเดียวกัน เมื่อเกิดนโยบายนี้ ทำให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการหันมาพัฒนารูปแบบผ้าไทยให้สวมใส่ได้หลากหลาย ความเป็นแฟชั่นมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย แบ่งได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยนี้ เกิดขึ้นโดยการริเริ่มจากกระทรวงมหาดไทย ซึ่งเป็นส่วนราชการบริหารส่วนกลางตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 เสนอขึ้นผ่านคณะรัฐมนตรี มีมติเห็นชอบและมีผลบังคับใช้เป็นการทั่วไป ส่งผลให้จังหวัดลพบุรี ซึ่งเป็นหนึ่งในราชการบริหารส่วนภูมิภาค มีหน้าที่ต้องนำนโยบายนี้ไปขับเคลื่อนให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามที่พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 มาตรา 52/1 บัญญัติให้จังหวัดมีอำนาจนำภารกิจของรัฐและนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์ และมาตรา 54 บัญญัติให้ในจังหวัดหนึ่ง ให้มีผู้ว่าราชการจังหวัดคนหนึ่งเป็นผู้รับนโยบายและคำสั่งจากนายกรัฐมนตรี ในฐานะหัวหน้ารัฐบาล คณะรัฐมนตรี กระทรวง ทบวง กรม มาปฏิบัติทำให้เหมาะสมกับท้องถิ่นและ

ประชาชน นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยนี้ สอดคล้องกับหนึ่งในพันธกิจของกระทรวงมหาดไทย ประเด็นเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างรายได้และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และด้านการลดความเหลื่อมล้ำ

2. นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยนี้ มีความสัมพันธ์ต่อการส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทย โดยผ่านการผลิตจากกลุ่มข้าราชการซึ่งเป็นตัวแทนของรัฐ ทำงานใกล้ชิดกับประชาชน สวมใส่ผ้าไทยในการปฏิบัติงาน ส่งผ่านการปลูกฝังแนวคิดการใส่ผ้าไทยให้แก่ประชาชนทุกเพศทุกวัยผ่านอำนาจแบบอ่อน (Soft power) กล่อมเกลาคิดคนในสังคมให้มีมุมมองต่อผ้าไทยในทิศทางที่ดีขึ้น ส่งเสริมให้เกิดความต้องการใส่ผ้าไทยอย่างแพร่หลาย ทำให้กลุ่มทอผ้าได้กลับมามีบทบาท ขับเคลื่อนต่อไปได้ไม่หยุดยั้งตามกาลเวลา ซึ่งเป็นการสร้างอัตลักษณ์ผ่านแนวทางที่ฉลาดชาย รมิตานนท์กล่าวไว้

## 5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุและเพศภาวะของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรีต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทย

ช่วงอายุและเพศภาวะของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรี มีความสัมพันธ์กับการเลือกสวมใส่ผ้าไทย กล่าวคือ ข้าราชการที่อยู่ในช่วงอายุ 50 – 60 ปี มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อผ้าไทยมากกว่าข้าราชการช่วงอายุ 23 – 33 ปี ทั้งในเพศชายและเพศหญิง โดยเหตุผลส่วนหนึ่งมาจากหน้าที่การงาน ตำแหน่งหน้าที่ทางราชการของผู้สวมใส่ และเงินเดือนที่มากกว่าข้าราชการกลุ่มช่วงอายุ 23 – 33 ปี นอกจากนี้ ในกลุ่มข้าราชการเพศหญิง ช่วงอายุ 50 – 60 ปี ยังมีปัจจัยในเรื่องความชอบส่วนตัวในผ้าไทยมาเกี่ยวข้องอีกด้วย สอดคล้องกับที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับเพศภาวะและการแต่งกาย พบว่า การแต่งกายเป็นการสื่อสารแบบอวัจนภาษา ที่ผู้แต่งกายต้องการสื่อสารให้ผู้พบเห็นได้รับรู้ ไม่ว่าจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม อีกทั้งในการศึกษาของ Bourdieu (2527) พบว่า แฟชั่นและการแต่งกายเป็นเครื่องบ่งชี้ทางชนชั้น โดยชนชั้นกลางและชนชั้นสูงจะให้ความสำคัญกับความงาม ในขณะที่ชนชั้นแรงงานจะให้ความสำคัญกับการเลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่ใส่ได้ยาวนาน ดังนั้น แฟชั่นการแต่งกายในมุมมองของ Bourdieu จึงเป็นตัวแบ่งแยกชนชั้นทางการปกครองในความสัมพันธ์เชิงอำนาจด้านเศรษฐกิจ

เมื่อพิจารณาจากการเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรี สามารถจำแนกแนวทางการเลือกบริโภคผ้าไทย ได้ดังนี้

1. ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรี ช่วงอายุ 23 – 33 ปี เพศหญิงมีแนวโน้มเลือกซื้อผ้าไทยแบบสำเร็จรูป สีพื้น ไม่มีลวดลาย ผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากมี

ราคาเหมาะสม และสามารถนำมาประยุกต์ได้หลายแบบ หลายชุด ส่วนข้าราชการเพศชาย มักจะเลือกซื้อผ้าไทยผ่านหน้าร้านที่มาตั้งขายใกล้สถานที่ตั้งของตน เพื่อความสะดวกสบาย นอกจากนี้ข้าราชการเพศชายบางคน ยังตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพิมพ์ลายไทยมาใส่ด้วยเช่นกัน เนื่องจากมีราคาถูกกว่าผ้าทอ เป็นไปตามการศึกษาของ Mitchell และ Walsh (2547) ที่กล่าวว่าหนึ่งในรูปแบบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพศชายชาวเยอรมัน คือ การซื้อแบบประหยัด (Economy seeking) และไม่ได้ให้ความสำคัญกับการใส่ผ้าทอพื้นเมืองเท่าใดนัก เพียงแต่ใส่เพื่อสนองนโยบายเท่านั้น

2. ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรี ช่วงอายุ 50 – 60 ปี เพศชายบางคน ให้ความสำคัญกับการเลือกสวมใส่ผ้าไทย เนื่องจากตำแหน่งทางหน้าที่การงานของตน ในขณะที่ข้าราชการเพศชายคนอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ระดับผู้บังคับบัญชา ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเลือกสวมใส่ผ้าไทยเช่นเดียวกับข้าราชการเพศชาย ช่วงอายุ 23 – 33 ปี คือ มีการเลือกซื้อผ้าพิมพ์ลายไทยมาใส่ด้วยเช่นเดียวกัน

3. ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรี ช่วงอายุ 50 – 60 ปี เพศหญิงส่วนใหญ่ มีทิศทางเดียวกันในการเลือกสวมใส่ผ้าไทย โดยจะให้ความสำคัญในการซื้อผ้าทอจากร้านที่เป็นกลุ่มผู้ทอผ้าเท่านั้น ไม่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ อีกทั้งมีข้าราชการหญิงอย่างน้อย 1 คน เลือกซื้อผ้าไทยผ่านร้านที่ทอผ้าเอง ไม่ซื้อผ่านพ่อค้าคนกลาง เพราะต้องการสนับสนุนกลุ่มชาวบ้านที่แท้จริง นอกจากนี้ ข้าราชการกลุ่มนี้ มีการสวมใส่ผ้าไทยมาก่อนที่จะมีนโยบายนี้อยู่แล้ว หลังจากมีนโยบายนี้จึงไม่ได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการกลุ่มนี้แต่อย่างใด

เมื่อวิเคราะห์การเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรีในแต่ละกลุ่ม พบว่า สอดคล้องกับที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเพศสภาวะและการแต่งกาย กล่าวคือ เพศส่งผลต่อการเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย ประจำจังหวัดลพบุรี โดยเพศชายมีพฤติกรรมเลือกซื้อแบบประหยัด (Economy seeking) ในขณะที่เพศหญิงจะมีพฤติกรรมเลือกซื้อเพราะตระหนักถึงคุณภาพสินค้า (Quality consciousness) ตามที่ Mitchell and Walsh ได้ศึกษาไว้ นอกจากนี้ การเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการแต่ละกลุ่มยังส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นไทยที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากอายุและประสบการณ์ชีวิตของข้าราชการแต่ละคน ตามที่งานของจูลี เทียนไทย และคณะ กล่าวไว้

### 5.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาความคิดเห็นของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรี วิเคราะห์ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ โดยพบว่า มีข้อจำกัด ในการดำเนินการตามนโยบายสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรี โดยปัญหาหลัก ๆ คือ ปัจจัยด้านการเงิน โดยปัจจัยด้านการเงินนี้ส่งผลกระทบต่อ การเลือกสวมใส่ผ้าไทยของข้าราชการกลุ่มช่วงอายุ

23 – 33 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง เนื่องจากข้าราชการกลุ่มนี้ เพิ่งเริ่มบรรจุเข้ารับราชการได้เพียงไม่กี่ปี และมีเงินเดือนน้อย เมื่อเทียบกับข้าราชการกลุ่มช่วงอายุ 50 – 60 ปี ทำให้ข้าราชการกลุ่มช่วงอายุ 23 – 33 ปีนี้ เลือกซื้อผ้าไทยที่ไม่ใช่จากแหล่งชาวบ้านผู้ทอมีอย่างแท้จริง แต่เป็นการเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ที่ผลิตโดยอุตสาหกรรมเจ้าใหญ่ ทั้งผ้าฝ้ายจีนมัยจากภาคเหนือ หรือผ้าพิมพ์ลายไทย เมื่อเป็นเช่นนี้ วัตถุประสงค์ที่ภาครัฐต้องการจะขับเคลื่อนการกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานราก สร้างงานสร้างอาชีพให้ชุมชนนั้น จึงไม่สัมฤทธิ์ผลเท่าที่ควร รายได้จากการสวมใส่ผ้าไทยของกลุ่มข้าราชการก็ตกไปอยู่ที่นายทุนที่มีกำลังการผลิตมากกว่ากลุ่มชาวบ้าน

ดังนั้น ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนอ จึงมุ่งให้นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยนี้ ได้ถูกดำเนินการโดยบรรลุวัตถุประสงค์ที่แท้จริง คือ เพื่ออนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า รากเหง้าจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สะท้อนให้เห็นบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ และเพื่อการกระจายรายได้สู่ชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำ พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อให้ประชาชนมีรายได้ พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางการแก้ไข ดังนี้

- 1) การลดจำนวนวันในการสวมใส่ผ้าไทย เนื่องจากข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจของข้าราชการ ถึงแม้นโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทยนี้ จะส่งเสริมให้ข้าราชการประชาชน แต่งกายด้วยผ้าไทยตามความเหมาะสมของท้องถิ่นเพิ่มขึ้นหรืออย่างน้อย สัปดาห์ละ 2 วัน แต่ผู้บริหารระดับจังหวัดมีการสวมใส่ผ้าไทยทุกวัน ส่งผลให้ในทางปฏิบัติ ข้าราชการก็เลือกที่จะสวมใส่ชุดผ้าไทยเช่นเดียวกัน นั้นหมายความว่าใน 1 สัปดาห์ ข้าราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรี จะต้องแต่งผ้าไทย 4 วัน/สัปดาห์ เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรที่ผู้คนส่วนใหญ่แต่งผ้าไทยกัน หากใครไม่แต่งก็จะโดนถามว่าทำไมไม่ใส่ผ้าไทย ถึงแม้ผ้าไทยที่ใส่นั้นจะเป็นผ้าพิมพ์ลายไทย ไม่ใช่ผ้าทอจากกลุ่มชาวบ้านก็ไม่ใช่ไร ขอแค่ใส่ผ้าที่ดูเหมือนจะเป็นผ้าไทย ซึ่งส่งผลให้วัตถุประสงค์ที่แท้จริงของนโยบายนี้บิดเบี้ยว ผู้วิจัยจึงเสนอให้มีการลดจำนวนวันในการสวมใส่ผ้าไทยเหลือเพียง 2 วัน/สัปดาห์ และให้เป็นการรณรงค์ให้เลือกซื้อผ้าทอจากกลุ่มผู้ทอผ้าในพื้นที่จังหวัดลพบุรีโดยตรงจะเหมาะสมกว่า
- 2) จากข้อ 1) หากการกำหนดให้ใส่ผ้าไทยทอมีจากกลุ่มผู้ทอผ้าในพื้นที่จังหวัดลพบุรีโดยตรง จำนวน 2 วัน ยังไม่สามารถบรรเทาภาระทางการเงินให้แก่ข้าราชการได้ ผู้วิจัยเห็นควรเสนอให้กระทรวงมหาดไทยจัดสรรเงินงบประมาณส่วนหนึ่งมาเพื่อตัดผ้าไทยแจกจ่ายให้ข้าราชการใส่สนองนโยบายนี้ หรืออาจจะช่วยเหลือเงินบางส่วนในการซื้อผ้าไทยให้แก่ข้าราชการบางกลุ่ม โดยอาจจะจัดสรรเงินช่วยเหลือตามฐานเงินเดือน เพื่อ

เป็นการแบ่งเบาภาระทางเศรษฐกิจของข้าราชการ เนื่องจากข้าราชการหลายคนต่างก็มีภาระอื่น ๆ ที่ต้องใช้จ่าย เช่น ดูแลครอบครัว ใช้หนี้การศึกษา เป็นต้น

- 3) นอกจากการช่วยเหลือทางกลุ่มข้าราชการแล้ว กลุ่มผู้ผลิต ผู้ทอผ้าเองก็ควรได้รับทราบถึงความต้องการและกำลังในการซื้อของผู้บริโภค เพื่อสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มข้าราชการได้ โดยผ่านการประสานความร่วมมือจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลพบุรี ที่จะต้องเป็นตัวกลางระหว่างข้าราชการกระทรวงมหาดไทยประจำจังหวัดลพบุรีและกลุ่มผู้ทอผ้าในจังหวัดลพบุรี
- 4) การกำหนดให้ใส่ผ้าไทยลายขอฯ ซึ่งเป็นข้อสั่งการในระดับกระทรวงมหาดไทยนั้น เมื่อลงมาสำรวจราคาขายจริงตามท้องตลาด จะพบว่าผ้าไทยลายขอฯ มีราคาการขายสูงกว่าผ้าลายอื่น ประมาณผืนละ 200 บาท เนื่องจากเป็นไปตามหลักการตลาด ภาครัฐประชาสัมพันธ์ เชิญชวนให้ข้าราชการร่วมกันใส่ผ้าไทยลายขอฯ ส่งผลให้กลุ่มผู้ทอผ้าต่างทอผ้าลายขอฯ ออกมาขายกันอย่างต่อเนื่อง ราคาผ้าทอลายขอฯ ก็สูงขึ้นจากความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งในอีกแง่หนึ่ง ผู้ทอผ้าต่างพากันทอผ้าลายขอฯ ไม่ได้ทอผ้าลายอื่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์ในแต่ละพื้นที่จังหวัดเลย เส้นไหมของผ้าไทยในแต่ละพื้นที่ก็ถูกกดทอนลงไป ดังนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าหน่วยงานภาครัฐควรจะสนับสนุนกลุ่มผู้ทอผ้าให้ทอผ้าอย่างหลากหลาย ตามอัตลักษณ์พื้นถิ่นของตนให้มากขึ้น



## บรรณานุกรม

- Vincent-Wayne Mitchell and Gianfranco Walsh. (2004). Gender differences in German consumer decision-making styles *Journal of Consumer Behaviour*, 3, 331-346.
- กฤตินี พงษ์ธนเลิศ, ส. อ., ณิชกุล อัสสะรัตน์ และอภิชาติ คณารัตนวงศ์,. (2560). เพศ ช่วงวัยและรูปแบบการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคชาวไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- จุลณี เทียนไทย และคณะ. (2563). การสร้างความเข้าใจในคุณลักษณะ พฤติกรรมและทัศนคติในอนาคตของชาวดิจิทัลไทย. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2550). อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่]. เชียงใหม่.
- ชลาทิพย์ ชัยโคตร. (2560). การบริหารราชการไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี].
- ทศพล จักรบุญมา. (2555). ความพร้อมขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อการรับถ่ายโอนภารกิจงานทะเบียนราษฎรในอำเภอแม่ลาน้อย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่].
- พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534, (2534).
- ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา. (2551). แนวความคิดและทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์. ธนุชนพรัตน์ตั้ง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. ธีระฟิล์ม และไซเท็ก.
- มติคณะรัฐมนตรี ที่ นร 0505/ว 272 เรื่อง มาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย, (2563).
- สุพาดา สิริกุดตา และไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์. (2553). ค่านิยม และพฤติกรรมการซื้อผ้าไหมไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. กรุงเทพฯ.
- สุภา พูนล้น. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. กรุงเทพฯ.
- สุมาลี รัตน์ะ. (2564). การตัดสินใจซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคในจังหวัดศรีสะเกษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. กรุงเทพฯ.



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นุสรา ดาราสม
วัน เดือน ปี เกิด	29 พฤศจิกายน 2538
สถานที่เกิด	จังหวัดราชบุรี
วุฒิการศึกษา	รัฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน	40 หมู่ที่ 4 ตำบลวังตะกั่ว อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY