

การดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านหนองหญ้าปล้อง ตำบลคำแคน อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น

The Operations of a Members' Mud Mee Silk Weaving Group Ban Nong-Yaplong, KamkanSubdistrict, Mancha Khiri District, KhonKaen Province

กฤษฎากรณ์ มาศรี¹ และ พัชรารณ ภูมิจันทัก^{1*}

Klitsadakorn Masri¹ and Patcharaporn Phumchantik^{1*}

บทคัดย่อ: การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ที่ประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองหญ้าปล้อง ตำบลโคกเพ็ก อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น จำนวน 30 ราย ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม ในเดือนตุลาคม 2561 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลหา โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุด เพื่อการอธิบายความรวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกกับประธาน รองประธานและกรรมการกลุ่ม ผลการศึกษา พบว่าสมาชิกกลุ่มมีประสบการณ์ทอผ้าเฉลี่ย 23.90 ปี มีรายได้จากการผลิตผ้าไหมเฉลี่ย 53,233.33 บาท/ครัวเรือน/ปี วัตถุประสงค์ที่ทำให้ในการผลิตผ้าไหมของกลุ่มกว่าร้อยละ 93.34 ใช้วัตถุดิบในหมู่บ้าน และได้รับการถ่ายทอดความรู้มาจากบรรพบุรุษ การดำเนินงานกลุ่มมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนมาก (ร้อยละ 60.00) มีกฎ ระเบียบ และข้อบังคับชัดเจนมาก (ร้อยละ 66.67) มีจัดประชุมอย่างสม่ำเสมอ โดยส่วนมากกว่าร้อยละ 76.67 เข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่า 5 ครั้ง/ปี สมาชิกกว่าร้อยละ 66.67 เห็นว่าการจะสามารถพัฒนากลุ่มให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องมีผลิตภัณฑ์เด่น ๆ ภายในกลุ่ม 2-3 อย่าง และการประชาสัมพันธ์ผ่านโทรทัศน์จะทำให้กลุ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากขึ้น การได้รับการอบรมของสมาชิกกลุ่ม พบว่า กว่าร้อยละ 60.00 ได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงานของรัฐทุกปีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: การดำเนินงานของกลุ่ม, ผ้าไหมมัดหมี่, ปัจจัยความสำเร็จ

ABSTRACT: The objective of this study was to study the operations of a members' Mud Mee Silk group who successes. Data collection used questionnaires to 30 group members in October 2018 by convenience sampling. SPSS for Windows was used for analysis to determine percentage, mean, minimum and maximum. And in-depth interview was done with group headman and the staff. The results indicated that members had 23.90 years' experience on silk weaving and they earned the annual income of 53,233.33 baht per household. Most materials were from the community and the knowledge was from parents. The goals and objectives of the group were high clear (60.00%), the member knew and understood the groups' rules and regulations (66.67%) and they joined group meeting more are than 5 times a year. The members needed development in groups for success with 2-3 types of prominent products (66.67), and market promotion, through television. The members were trained every year by government officers to develop the products.

Keywords: silk weaving, operations of group, success factors

¹ สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและเกษตรเชิงระบบ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Department of agricultural Extension and agricultural System, Faculty of Agriculture, Khon Kaen University

* Corresponding author: patphum@kku.ac.th

บทนำ

ผ้าไหมมัดหมี่เป็นการทอผ้าอย่างหนึ่งที่มีมายาวนานมี การทำผ้าไหมมัดหมี่ มีขั้นตอน กระบวนการ คือ การนำเชือกมามัดเส้นไหมตามลวดลายที่ออกแบบ การมัดและย้อมลายจะมีลักษณะคือ ทางแนวตรงและทางแนวนอนหรือที่เรียกว่าแนวพุ่ง มีการสันนิษฐานว่าน่าจะได้รับการมัดลายในแนวยืนมีมาก่อนแนวนอน การทำผ้าไหมมัดหมี่มีการสืบค้นว่าน่าจะมีต้นกำเนิดและได้รับแบบอย่างมาจากประเทศอินเดีย โดยสมัยโบราณมีการติดต่อด้านค้าขายระหว่างประเทศและติดต่อกับสินค้าอื่น (กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556)

ปัจจุบันการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและอุตสาหกรรมผ้าไหมไทยยังคงมีความสำคัญ ในปี พ.ศ. 2556 มีการส่งออกผ้าไหม ประมาณ 281,680,763 บาท (กรมศุลกากร, 2556) และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ้าทอมือ ซึ่งได้รับความนิยมในต่างประเทศ โดยตลาดที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อิตาลี สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส โดยผ้าไหมไทยเป็นหนึ่งในงานฝีมือที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ซึ่งมากขึ้นกว่าศตวรรษที่ผ่านมา การทอผ้าไหมมีในทุกภูมิภาค โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นศูนย์การผลิตหลัก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, ม.ป.ป.)

การผลิตผ้าไหมมัดหมี่ต้องใช้ความชำนาญและมีขั้นตอนที่ซับซ้อนในการทำ ต้องมีความอดทน ละเอียด ประณีต มีกระบวนการขั้นตอน และทอได้ช้า ปัจจุบันการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ มิใช่การผลิตขายเพื่อคนในชุมชน หากเป็นการผลิตเพื่อความต้องการของผู้บริโภคต่างถิ่นและต่างประเทศ มีรสนิยมที่ทันสมัย ที่มาศึกษาดูงานและการแสดงสินค้าและปริมาณความต้องการสูง ก่อให้เกิดการแสวงหาเทคนิควิธีการใหม่เพื่อให้ตอบใจผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า อย่างไรก็ตามการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ที่เปลี่ยนแปลงไปอาจมีผลกระทบด้านหัตถกรรมท้องถิ่นดั้งเดิม แต่เป็นการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมแสวงหาเทคนิคเพื่อตอบสนองความต้องการของ

ผู้บริโภค และเมื่อนำมาเข้ากับนโยบายของรัฐที่สนับสนุนในการผลิตและตลาดให้ ทำให้กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่มีรายได้และสร้างชื่อเสียงให้แก่ชุมชนทำให้เกิดความภาคภูมิใจในศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น

กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านหนองหญ้าปล้อง ตำบลโพกเพ็ก อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น เป็นกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติได้รับรางวัลในการส่งผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติประกวดและได้รับเป็นสินค้าโอท็อประดับ 5 ดาว โครงการพัฒนาเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) จังหวัดขอนแก่น พร้อมได้รับรองผลิตภัณฑ์จาก กระทรวงอุตสาหกรรม ในปี 2549 (ธานี, 2559) ส่งผลให้กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติมีชื่อเสียงและได้รับการยกย่องยอมรับว่ามีการทอผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ มีความประณีต ซึ่งมีหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา และกลุ่มทอผ้าไหมกลุ่มอื่นๆ มาศึกษาดูงานอยู่เป็นเสมอ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง ที่ควรมีการศึกษา การดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านหนองหญ้าปล้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่และกลุ่มอื่นๆ ให้มีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าของกลุ่มต่อไป

วิธีการศึกษา

เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองหญ้าปล้อง ตำบลโพกเพ็ก อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่นโดยใช้แบบสัมภาษณ์จำนวน 30 ราย (ร้อยละ 54.4 ของจำนวนสมาชิกกลุ่ม) ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำกลุ่ม คือประธานและรองประธานกลุ่ม ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Convenience Sampling) จากสมาชิกกลุ่มทั้งหมด 55 ราย เก็บข้อมูล ในเดือนตุลาคม 2561 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลหา โดยใช้ค่าความถี่ร้อยละเพื่ออธิบายผลการศึกษากลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านหนองหญ้าปล้อง ตำบลโพกเพ็ก อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่นที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษา

สภาพพื้นฐานทางสังคมและทางเศรษฐกิจ
พบว่า สมาชิกกลุ่มส่วนมาก (ร้อยละ 96.67) เป็นหญิง เพราะการผลิตผ้าไหมมัดหมี่เป็นงานที่ใช้ความประณีตสมาชิกส่วนใหญ่จึงมักเป็นหญิง มีอายุเฉลี่ย 51 ปี และมีประสบการณ์ทอผ้าเฉลี่ย 23.90 ปี และเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มเฉลี่ย 11.80 ปี (สูงสุด 17 ปี

และต่ำสุด 1 ปี) สมาชิกมีอาชีพหลักคือ ทำไร่ (ร้อยละ 56.67) เนื่องจากพื้นที่ในหมู่บ้านส่วนมากเป็นที่ดอน และรับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 33.33) การทอผ้าไหมเป็นอาชีพรอง (ร้อยละ 56.66) โดยสมาชิกส่วนใหญ่ (ร้อยละ 93.33) ต้องการเพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือนในรอบปีที่ผ่านมา สมาชิกมีรายได้จากการผลิตผ้าไหมเฉลี่ย 54,233.33 บาท/ครัวเรือน/ปี (Table 1)

Table 1 The personal information economic and social status of members' Mud Mee Silk weaving group Ban Nong-Yaplong, Kamkan Subdistrict, Mancha Khiri District, KhonKaen Province

The personal information	Amount (n=30)	Percentage
1. Sex		
- Male	1	3.33
- Female	29	96.67
2. Age (year)		
- > 45	7	23.33
- 46 – 60	20	66.67
- > 60	3	10.00
Mean 51.00, Maximum 70, Minimum 30		
3. Weaving experience (year)		
- ≤10	4	13.33
- 11 – 20	11	36.67
- >20	15	50.00
Mean 23.90, Maximum 55.00, Minimum 1.00		
4. Group member (year)		
- ≤ 5	8	26.67
- 6 – 10	2	6.67
- > 10	20	66.66
Mean 11.84, Maximum 17.00, Minimum 1.00		
5. Main occupation		
- Agronomy	17	56.67
- Employment	10	33.33
- Selling	2	6.67
- Rice paddy	1	3.33
6. secondary occupation		
- Silk weaving	17	56.66
- Employment	5	16.67
- Selling	3	10.00
- Housewife	3	10.00
- Handicraft	2	6.67
7. Objective to joined the group		
- Increase income	28	93.33
- Hobby	2	6.67
8. Silk income (baht per year)		
- ≤ 10,000	7	23.33
- 10,001 – 50,000	7	23.33
- 50,001 – 100,000	15	50.00
- > 100,000	1	3.34
Mean 54,233.33, Maximum 120,000, Minimum 6,000		

สภาพการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่ม พบว่า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผ้าไหมของกลุ่ม กว่าร้อยละ 93.34 ใช้วัตถุดิบในหมู่บ้าน รวมถึงการย้อมเส้นไหมด้วยสีธรรมชาติ เช่น เปลือกไม้ ใบไม้ รากไม้ (ร้อยละ 90.00) เป็นวัตถุดิบที่ได้จากท้องถิ่น และได้รับการถ่ายทอดความรู้เรื่องการคัดเลือกวัตถุดิบ และเทคนิคการย้อมจากบรรพบุรุษ โดยลายที่นิยมทอมากที่สุดได้แก่ ลายหมี่พญานาค ลายหมี่ขอพระเทพ และลายแมงมุม (ร้อยละ 70.00, 66.67 และ 60.00 ตามลำดับ) โดยสมาชิกกลุ่มจะรวบรวมผลิตภัณฑ์ภายในกลุ่มเพื่อนำไปจำหน่าย และกลุ่มลูกค้าหลักได้แก่ ชาวราชการ (ร้อยละ 60.00)

จากการดำเนินงานของกลุ่มนั้น สมาชิกแสดงความคิดเห็นว่า กลุ่มมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนมาก (ร้อยละ 60.00) มีกฎ ระเบียบ และข้อบังคับชัดเจนมาก (ร้อยละ 66.67) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตรา (2553) ซึ่งเปรียบเทียบเรื่องการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมระดับ 2-3 ดาว และระดับ 4-5 ดาว พบว่ากลุ่มที่มีระดับ 4-5 ดาวมีกฎ ระเบียบ ชัดเจน แตกต่างจากกลุ่มที่ระดับ 2-3 ดาว อย่างไรก็ตาม สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองหญ้าปล้องส่วนมาก (ร้อยละ 66.67) ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบเป็นบางครั้ง เนื่องจากการดำเนินงานภายในกลุ่มยังมีความยืดหยุ่น เพราะดำเนินงานโดยระบบเครือญาติและการเป็นที่รู้จักกันในชุมชน การคัดเลือกคณะกรรมการเป็นไปในลักษณะของการเสนอชื่อร่วมกันของสมาชิก โดยสมาชิกจะคัดเลือกภายในกลุ่ม (ร้อยละ 56.67) ก็ตามกลุ่มได้มีการจัดประชุมอย่างสม่ำเสมอ โดยในรอบปีที่ผ่านมา มีการ

ประชุมไม่น้อยกว่า 10 ครั้งและการประชุมแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมง โดยส่วนมากกว่าร้อยละ 76.67 เข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่า 5 ครั้ง/ปี โดยสมาชิกร้อยละ 53.33 มีส่วนร่วมปานกลาง และร้อยละ 30.00 มีส่วนร่วมมาก สมาชิกกว่าร้อยละ 66.67 เห็นว่า การจะสามารถพัฒนากลุ่มให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องมีผลิตภัณฑ์เด่น ภายในกลุ่ม 2-3 อย่าง และการประชาสัมพันธ์ผ่านโทรทัศน์จะทำให้กลุ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากขึ้น (ร้อยละ 96.67) สมาชิกกลุ่มกว่าร้อยละ 63.33 ยังมีความพึงพอใจระดับน้อยต่อรายได้จากการผลิตผ้าไหม

การได้รับการอบรมของสมาชิกกลุ่ม พบว่า กว่าร้อยละ 60.00 ได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงานของรัฐทุกปี โดยมีเนื้อหา ได้แก่ ความรู้เรื่องการผลิตผ้าไหม (ร้อยละ 53.33) ความรู้เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 50.00) และความรู้เรื่องการตลาด (ร้อยละ 13.33) ซึ่งหน่วยงานที่สนับสนุนการอบรมให้ความรู้ ได้แก่ การฝึกอบรมจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาฏนภางค์ (2548) เรื่อง การวางแผนภาพอนาคตอุตสาหกรรมผ้าไหมมัดหมี่ พบว่า ภาพอนาคตที่ดีที่สุดของการพัฒนา คือ ผู้ประกอบการผ้าไหมมัดหมี่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐบาลอย่างต่อเนื่อง สมาชิกได้สะท้อนปัญหาที่ประสบจากการผลิต ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ ส่งผลต่อความขึ้นของผ้า และยังขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่แพร่หลาย (Table 2)

Table 2 The operations and extension of Members' Mud Mee Silk Weaving group

Issues	Amount (n=30)	Percentage
1. Source of materials		
- In the village	28	93.34
- In the sub-district	1	3.33
- Outside the district	1	3.33
2. Silk color		
- Natural color	27	90.00
- Artificial color	1	3.33
- Natural and artificial color	2	6.67
3. Knowledge of silk weaving and pattern design		
- From ancestor	19	63.34
- From the group members	7	23.33
- From field trip	4	13.33

Table 2 The operations and extension of Members' Mud Mee Silk Weaving group (Continue)

Issues	Amount (n=30)	Percentage
4. Silk pattern design *		
- Mee Payanak (ลายหมี่พญานาค)	21	70.00
- Mee Kor Pratep (ลายหมี่ขอพระเทพฯ)	20	66.67
- Mangmum (ลายแมงมุม)	18	60.00
- Kai (ลายไก่)	17	56.67
- Tonson (ลายตนสน)	16	53.33
- Kom (ลายโคม)	16	53.33
- Mee Bukjab (ลายหมี่นกกั๊ก)	14	46.67
- Mee Dokkeaw (ลายหมี่ดอกแก้ว)	13	43.33
- Mee Kong (ลายหมี่กง)	13	43.33
- Mee Jeepet (ลายหมี่จีเพชร)	8	26.67
- Dang Hae (ลายดางแห)	4	13.33
- Dokbua (ลายดอกบัว)	2	6.67
5. Customers		
- Government officers	18	60.00
- Local people	10	33.33
- Foreigners	2	6.67
6. Opinion on groups' objectives and goal		
- Very clear	18	60.00
- Quite clear	12	40.00
- Not clear	-	-
7. Opinion on groups' roles		
- Very clear	20	66.67
- Quite clear	10	33.33
- Not clear	-	-
8. Compliance with the rules		
- Always	10	33.33
- Sometimes	20	66.67
- Rarely	-	-
9. How to have committee		
- Vote	12	40.00
- Direct nomination and vote	17	56.67
- Volunteer	1	3.33
10. Joining group meeting (round year)		
- 1 – 4 times	2	6.67
- 5 – 9 times	5	16.67
- ≥ 10 times	23	76.67
11. sharing the opinions		
- Always	9	30.00
- Sometimes	16	53.33
- Rarely	5	16.67
12. How to success on group development		
- One best product	7	23.33
- 2-3 best products	20	66.67
- ≥ 5 best precuts	3	10.00
13. Promoting		
- On television channels	29	96.67
- Brochures	1	3.33
14. Training (round year)		
- Yes	18	60.00
- No	12	40.00
15. Knowledge from training*		
- Silk production	16	53.33
- Product design	15	50.00
- Marketing	4	13.33

* Multiple answers

สรุป

สมาชิกกลุ่มกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านหนองหญ้าปล้อง ตำบลโพกเพ็ก อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่นกว่าร้อยละ 96.67 เป็นหญิง มีประสบการณ์ทอผ้าเฉลี่ย 23.90 ปี โดยสมาชิกส่วนใหญ่ ต้องการเพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือน ในการผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผ้าไหมของกลุ่มใช้วัตถุดิบในหมู่บ้าน โดยสมาชิกกลุ่มมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนมาก แต่การดำเนินงานภายในกลุ่มยังมีความยืดหยุ่นเพราะการดำเนินงานใช้ระบบเครือข่าย กลุ่มได้จัดประชุมอย่างสม่ำเสมอ มีการฝึกอบรมจากหน่วยงานของรัฐทุกปี ในเรื่อง ความรู้ เรื่องการผลิตผ้าไหม ความรู้เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ และความรู้เรื่องการตลาด อย่างไรก็ตาม ยังพบปัญหาบรรจุกัญท์ไม่มีคุณภาพส่งผลกระทบต่อความขึ้นของผ้า และยังขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่แพร่หลาย ดังนั้น การฝึกอบรมควรให้ความรู้เรื่องการออกแบบบรรจุกัญท์ หีบห่อ ที่มีคุณภาพ และสวยงามเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงควรมีการประชาสัมพันธ์ไปยังช่องทางอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ อาทิเช่น ช่องทางออนไลน์ และการร่วมมือกับกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมกลุ่มอื่นๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

คำขอขอบคุณ

ขอขอบพระคุณสมาชิกกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติบ้านหนองหญ้าปล้อง ตำบลคำแคน อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่นที่ในการให้ข้อมูลตลอดระยะเวลาการเก็บข้อมูล ทำให้รายงานการศึกษาประสบความสำเร็จและมีความสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2556. ผ้าไหมมัดหมี่. <https://bit.ly/2SaRIhj>. ค้นเมื่อ 18 กันยายน 2561.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2556. ข้อมูลสถิติด้านหม่อนไหม. <https://bit.ly/2ToCnS4>. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับสมาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (ม.ป.ป.). การต้องการสำหรับผ้าไหมไทยในตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น. <https://bit.ly/2sLKKvu>. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561.
- ธานี กุลแพทย์. 2559. ผ้าพื้นเมืองทอมือ 'มัญจาคีรี' มรดกปัญญา - การ์ตูน 5 ดาว. <https://bit.ly/2G5ru3V>. ค้นหาเมื่อ 25 กันยายน 2561.
- นางนงนุช ยะวังพล. 2548. การวางแผนภาพอนาคตอุตสาหกรรมผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนบพ จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุจิตรา ไชยศรี. 2553. เปรียบเทียบการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมระดับ 2-3 ดาว และ 4-5 ดาว ที่ได้รับการคัดสรรเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.