

# การออกแบบและพัฒนาลายผ้ามัดหมี่ในจังหวัดสุรินทร์ สำหรับสตรีวัยทำงาน

## Design and Development of Ikat Pattern in Surin Province for Working Woman

เมธวดี พัยชประโคน<sup>1</sup>

Maywadee Phayakprakhon

<sup>1</sup> สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะศิลปกรรมและออกแบบอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
Department of Industrial product design. Faculty of Fine art and Industrial design.  
Rajamangala University of Technology.

### บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่องภูมิปัญญาการออกแบบลายผ้ามัดหมี่โบราณ จังหวัดสุรินทร์ วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการผ้าไหมของสตรีวัยทำงาน 2) ออกแบบและพัฒนาลายผ้ามัดหมี่ สำหรับสตรีวัยทำงาน ตามแนวคิดชุดผ้าไทยใส่ได้ทุกวัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ สตรีวัยทำงาน โดยสุ่มตัวอย่าง แบบเฉพาะเจาะจง ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่รัฐ จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์ จำนวน 50 คน และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ ลูกค้าย่านผ้าไหมและร้านผ้าไหมในตลาดนัดชุมชน จำนวน 50 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า 1) สถานภาพทั่วไป พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่อายุ 46-55 ปี รองลงมา อายุ 36-45 ปี อาชีพรับราชการ รองลงมา รัฐวิสาหกิจและกลุ่มแม่บ้าน ซื้อม้า 2-3 ครั้ง/ปี จากตลาดนัด OTOP และตลาดนัด ชุมชน สำหรับงานบุญประเพณีและวันสำคัญ โดยพิจารณาจากและคุณภาพของวัตถุดิบเป็นหลัก 2) พฤติกรรมและปัจจัย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไหม ด้านสีสันทัน พบว่า โทนสีร้อนที่ให้ความรู้สึกหรูหรา รองลงมา คือ โทนสีกลมกลืนที่ให้ความ รู้สึกเรียบหรู ด้านลวดลายบนผืนผ้า พบว่า ลวดลายเล็กละเอียด รองลงมา คือ ลายใหญ่ซับซ้อนที่ให้ความรู้สึกมหัศจรรย์ ด้านกระบวนการผลิต พบว่า สีสนัสม้าเสมอลดผืน รองลงมา คือ ผีทอประณีตและขอบริมแน่น 3) ความพึงพอใจในการ ออกแบบและพัฒนาลวดลายผ้ามัดหมี่ ตามแนวคิดผ้าไหมไทยใส่ได้ทุกวัน พบว่า ส่วนใหญ่เลือกลายแมวป่า รองลงมา ลาย บัวแปดทิศ ลายเกล็ดอัญมณี ลายตาข่ายดอกบานชื่น ลายดอกพุดเชื่อม ลายดอกแพงพวย และลายช้างพัฒนามาจากลาย บัวแปดทิศ

**คำสำคัญ :** ออกแบบ, ลายผ้ามัดหมี่, สตรีวัยทำงาน

### Abstract

This article is a part of research "The study of wisdom ikat design in Surin Province." The purposes of research were 1) to study behavior and demand of silk from working women, 2) design and develop ikat pattern for working woman in casual style. The samples of research were collected by questionnaire from 100 total samples derived from 50 government officers from Surin Vocational College, who were obtained by purposive sampling and 50 customers of silk shop and silk shop in weekend market, who were obtained by accidental sampling. The result of research showed that: 1)

in term of the general status: mostly customers were women aged 46-55 year olds, which was followed by women aged 36-45 years olds. In term of occupation; mostly customers were government offices, which were followed by government enterprise employees and house wives. Customers bought silk 2-3 a year at OTOP market and weekend market for use in traditional celebration and special day. They bought it just because of pattern and quality of material. 2) In term of behavior and factor affecting decision to buy silk. 1) Color: mostly customer liked red tones and luxurious style, which was followed by harmonious scheme color and lovely style. 2) Pattern: mostly customer liked small details, which was followed by large detail and amazing pattern. 3) Process of production: mostly customers liked color consistency throughout parcels, which was followed by good weaving and tight margin. 3) Satisfaction of design and development ikat pattern for working women in casual style: mostly customers liked Forest cat pattern, which was followed by lotus pattern, Vinca pattern, Dok-phud pattern, Jewelry pattern, Zinnia pattern and elephant pattern which were developed from Lotus pattern.

**Keywords:** Design, Ikat pattern, Working Woman

## บทนำ

สุรินทร์เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่บริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีอาณาเขตด้านทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดมหาสารคาม ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดศรีสะเกษ ทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดบุรีรัมย์ ทิศใต้ติดต่อกับประเทศกัมพูชา (อารักษ์ สังหิตกุล, 2550 : 3) ประชากรประกอบด้วย 3 กลุ่มชาติพันธุ์ คือ เขมร ลาว และกวย ซึ่งชาวเขมรในเขตภาคอีสานตอนล่างบริเวณพื้นที่นางรอง บุรีรัมย์ สุรินทร์มีการทำไหมมาเป็น

เวลาช้านาน จนถึงช่วงปลายรัชกาลที่ 5 ได้มีการส่งเสริมการเลี้ยงไหมที่เมืองนครราชสีมา โดยใช้วิธีการแบบชาวญี่ปุ่นแทนแบบพื้นเมือง รัฐได้ให้คำแนะนำการเพาะเลี้ยงตัวไหม การทำเส้นไหม การทอผ้าไหม และแจกจ่ายพันธุ์ไหมแก่ราษฎรและขยายไปที่เมืองบุรีรัมย์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2450 ได้จัดสร้างสถานทดลองเลี้ยงไหมบุรีรัมย์และแจกจ่ายเครื่องสาวไหมแบบญี่ปุ่น (พิเศษ เจียจันทร์พงษ์ และคณะ, 2550 : 86) การพัฒนาหม่อนไหมเริ่มขึ้นอย่างจริงจังเมื่อสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถตามเสด็จฯ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวไปเยี่ยมราษฎรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2498 พระองค์ทรงพบว่าราษฎรที่เดินทางมารับเสด็จล้วนยากจน ขาดที่ดินทำกิน มีอาชีพทำไร่ทำนา แต่มักแต่งกายด้วยผ้าชิ้นไหมต่างสีลวดลายงดงามแตกต่างกัน จึงมีพระราชดำริส่งเสริมอาชีพให้แก่ราษฎร (วาไรตี้ท่องเที่ยว MGR Online, 2551) และศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ จ.สุรินทร์ ได้เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2501 มุ่งเน้นการวิชาการด้านพืชและปัจจัยการผลิต (กรมหม่อนไหม, มมป.)

จากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปี พ.ศ. 2544 ก่อให้เกิดการเฟื่องฟูของกิจกรรมการทอผ้าภายในชุมชนทั่วทุกพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ช่างทอผ้าหลายคนปรับเปลี่ยนการทอเพื่อใช้สอยภายในครัวเรือนเป็นการทอเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด มีการกระจายงานตามความถนัดเพื่อความรวดเร็วในการผลิตโดยเริ่มต้นจากกลุ่มญาติพี่น้องภายในชุมชน (อรุณรัตน์ ชิงชนะ, 2557) จากการศึกษาข้อมูลการคัดสรรสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล จังหวัดสุรินทร์ ประจำปี 2555 ประเภทผ้า, เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ พบว่า มีผู้มาลงทะเบียน 689 ราย มีจำนวนผลิตภัณฑ์ 864 ชนิด เป็นกลุ่มใหม่ 206 ราย และกลุ่มเก่า 289 ราย มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรดาวจำนวน 216 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้ 5 ดาว จำนวน 70 ผลิตภัณฑ์, 4 ดาว จำนวน 117 ผลิตภัณฑ์, 3 ดาว จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ และ 2 ดาว จำนวน 14 ผลิตภัณฑ์ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, 2555 : 4) จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าอาชีพทอผ้ายังคงเป็นงานที่สามารถเลี้ยงปากท้องของผู้คนในชุมชน ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของกระแสวัฒนธรรม การแต่งกายของคนในสังคม ผ้าไหมทอมือพื้นบ้านในจังหวัดสุรินทร์ยังคงประสบความสำเร็จในระบบเศรษฐกิจชุมชน

และดำรงความสำคัญในวิถีชีวิตของผู้คนได้ต่อเนื่องยาวนาน ดังนั้น การศึกษาวิจัยชุมชนทอผ้าที่มีความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจ เป็นไปเพื่อสร้างความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค และเทคนิคการผลิตเพื่อต่อยอดการออกแบบ ลวดลายผ้ามัดหมี่ สำหรับสตรีวัยทำงาน ตามแนวคิดผ้าไหมไทยใส่ได้ทุกวัน อย่างน้อยเพื่อให้เกิดกระแสการใช้ผ้าไหมไทยในชีวิตประจำวัน และเพิ่มทางเลือกในการประกอบอาชีพให้แก่สตรีไทยในชนบทได้อีกทางหนึ่ง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการผ้าไหมทอมือพื้นบ้านของสตรีวัยทำงาน
2. ออกแบบและพัฒนาลายผ้ามัดหมี่สำหรับสตรีวัยทำงาน ตามแนวคิดชุดผ้าไทยใส่ได้ทุกวัน

### วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาลวดลายบนผืนผ้าในจังหวัดสุรินทร์ ตามขั้นตอน ดังนี้ 1) การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น 2) การกำหนดกลุ่มประชากร 3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 4) ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ 5) การเก็บรวบรวมข้อมูล 6) การวิเคราะห์ข้อมูล และ 7) การนำเสนอข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ สตรีวัยทำงาน โดยการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ข้าราชการ/พนักงานรัฐ จำนวน 50 คน และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ลูกค้านร้านผ้าไหมและร้านผ้าไหมในตลาดนัดชุมชน จำนวน 50 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 100 คน

### การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

การทดลองใช้เครื่องมือแบบสอบถาม โดยเลือกกลุ่มช่างทอผ้า ต.โคกเมือง อ.ประโคนชัย จ.บุรีรัมย์ จำนวน 20 คน ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรจริง ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ = 0.933 จากผลการคำนวณดังกล่าว อาจสรุปได้ว่าแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อมั่นสูง จัดเป็นแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพมากพอที่จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้ ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามเฉพาะสตรีวัย

ทำงาน และรอเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง แบ่งได้ดังนี้ 1) ข้าราชการ/พนักงาน : วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์ จำนวน 50 ชุด 2) ลูกค้านร้านผ้าไหมและร้านผ้าไหมในตลาดนัดชุมชน จำนวน 50 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย : แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผ้ามัดหมี่ สำหรับสตรีวัยทำงาน โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) และแบบเติมคำ (Opened-end)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผ้ามัดหมี่ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ ไลเคิร์ต (Likert)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจลวดลายบนผืนผ้ามัดหมี่ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของไลเคิร์ต (Likert)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะอื่น

### ผลการวิจัย

#### 1. พฤติกรรมการซื้อผ้าและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผ้าไหมของสตรีวัยทำงาน

สถานภาพทั่วไปของผู้หญิงวัยทำงานที่ซื้อผ้าไหมพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 46-55 ปี (ร้อยละ 39.0) รองลงมา อายุ 36-45 ปี (ร้อยละ 31.00) สมรส (ร้อยละ 77.00) อาชีพรับราชการ (ร้อยละ 48.00) รองลงมา พบว่า รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 20.00) กลุ่มแม่บ้าน (ร้อยละ 19.00) ความถี่ในการซื้อผ้าไหม 4-6 เดือน/ครั้ง (ร้อยละ 37.00) นิยมซื้อผ้าจากตลาดนัด OTOP (ร้อยละ 92.00) ตลาดนัดชุมชน (ร้อยละ 85.00) สำหรับงานบุญประเพณีและวันสำคัญ (ร้อยละ 52.00) ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่เพราะลวดลายสวยงามตรงใจ และคุณภาพของวัตถุดิบที่ดี (ร้อยละ 100.00)

#### 2. พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผ้ามัดหมี่

ด้านสีสันท พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการผ้าโทนสีร้อนหรือโทนสีตัดกันที่ให้ความรู้สึกหรูหราโดดเด่น ( $\bar{X}$  = 4.41) รองลงมา คือ โทนสีกลมกลืนที่ให้ความรู้สึกเรียบหรู ( $\bar{X}$  = 4.32)

ด้านลวดลายบนผืนผ้า พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมผ้าที่มีลวดลายเล็กละเอียดต่อเนื่องตลอดผืนผ้า ( $\bar{X}$ = 4.63) รองลงมา คือ ลายใหญ่ซับซ้อนที่ให้ความรู้สึกมหัศจรรย์เมื่อเห็น ( $\bar{X}$ = 4.41)

ด้านกระบวนการผลิต พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ซื้อต้องการผ้าที่มีกระบวนการย้อมสีที่ได้คุณภาพ ( $\bar{X}$ = 4.74) รองลงมา คือ ผีทอชาย-ชาวสาม่าเสมอ ผ้าเรียบตลอดผืนและขอบริมไม่ลู่ ( $\bar{X}$ = 4.32)

### 3. ความพึงพอใจลวดลายบนผืนผ้ามัดหมี่ของผู้บริโภค

ลายผ้าที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เรียงตามลำดับ 6 ลาย พบว่า ลายที่ 3 แมวป่า ( $\bar{X}$ = 4.95) รองลงมา บัวแปดทิศ ( $\bar{X}$ = 4.92) เกล็ดอัญมณี ( $\bar{X}$ = 4.75) ตาข่ายดอกบานชื่น ( $\bar{X}$ = 4.70) ดอกพุด ( $\bar{X}$ = 4.68 ) ลายดอกแพงพวย ( $\bar{X}$ = 4.34) และลายช้างพัฒนาจากลายบัวแปดทิศ

### อภิปรายผล

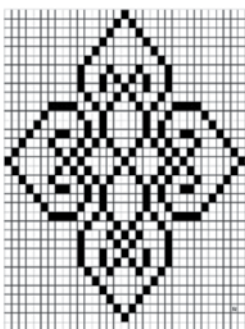
1. สถานภาพทั่วไป พบว่า สตรีส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี รองลงมา อายุ 36-45 ปี สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่รับราชการ รองลงมาทำงานในรัฐวิสาหกิจและเป็นแม่บ้าน ซื้อผ้าใหม่ 2-3 ครั้ง/ปี จากตลาดนัด OTOP และตลาดนัดชุมชน สำหรับใช้ในงานบุญประเพณีและวันสำคัญ โดยพิจารณาความสวยงามและวัตถุดิบของผ้าเป็นสิ่งสำคัญ

2. พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าใหม่ ด้านสีสันท พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมผ้าโทนสีร้อนหรือโทนสีตัดกันที่ให้ความรู้สึกหรูหรา รองลงมา คือ โทนสีกลมกลืนที่ให้ความรู้สึกเรียบหรู ด้านลวดลายบนผืนผ้า พบว่า นิยมลวดลายเล็กละเอียดต่อเนื่องตลอดผืนผ้า รองลงมา คือ ลายใหญ่ซับซ้อนที่ให้ความรู้สึกมหัศจรรย์เมื่อพบเห็น ด้านกระบวนการผลิต พบว่า ส่วนใหญ่นิยมผ้าที่มีการย้อมสีสาม่าเสมอทั่วทั้งผืน รองลงมา คือ ผีทอประณีต และขอบริมแน่น

3. ความพึงพอใจในการออกแบบลวดลายผ้าสำหรับสตรีวัยทำงาน ตามแนวคิดผ้าไหมไทยใส่ได้ทุกวัน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 6 ลาย ได้แก่ แมวป่า บัวแปดทิศ เกล็ดอัญมณี ตาข่ายดอกบานชื่น ดอกพุดเชื่อม ดอกแพงพวย

สรุปได้ว่า กลุ่มลูกค้าหลักของผ้าไหมทอมือบ้าน คือ สตรีวัยกลางคน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ ซื้อผ้าสำหรับใช้เป็นเครื่องแต่งกายในงานบุญประเพณีและวันสำคัญต่างๆ นิยมผ้าโทนร้อนที่ช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพให้ดูดีขิ้น ดังนั้น เพื่อให้ช่างทอผ้าและกลุ่มลูกค้าเดิมยอมรับผ้าลวดลายใหม่ จึงได้มีการปรับองค์ประกอบสีและประยุกต์ลวดลายให้สอดคล้องกับประโยชน์มากขึ้น แบ่งลวดลายเป็น 2 กลุ่ม คือ แบบลายเล็ก และแบบลายใหญ่ มีหลักการใช้สีคู่ตัดกันตามทฤษฎีสีร่วมกับสีตามภูมิปัญญาโบราณ คือ สีน้ำตาลแดง เหลือง และคู่สีดำ คือ เขียว ขาวและม่วง เพื่อให้สอดคล้องกับประสบการณ์เดิมของช่างทอผ้า ซึ่งสอดคล้องกับ นกตล อินทร์จันทร์ (2556 : 17) ที่กล่าวว่า ความงาม ความซาบซึ้งในเชิงศิลปะในแง่ความรู้สึกขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และความพึงพอใจของแต่ละบุคคล

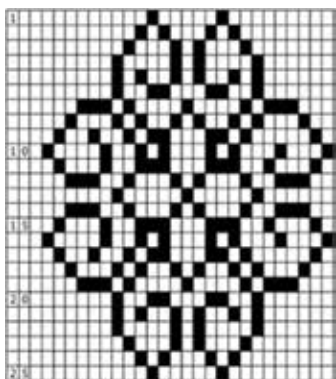
### การออกแบบและพัฒนาลวดลายบนผืนผ้าไหม สำหรับผู้หญิงวัยทำงานในจังหวัดสุรินทร์ (ต้นแบบ)



ภาพที่ 1 ลายดอกแพงพวย



ภาพที่ 2 ผ้าต้นแบบ ถ่ายเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2558



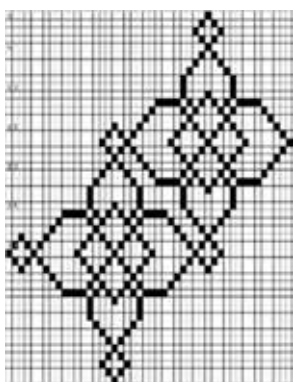
ภาพที่ 3 ลายบัว 8 กลีบ  
ถ่ายเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2558



ภาพที่ 4 ผ้าลายบัว 8 กลีบ (ครั้งที่ 1)  
ถ่ายเมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2558



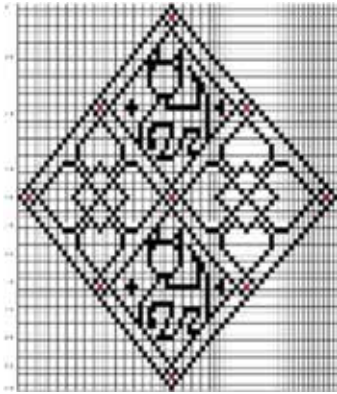
ภาพที่ 5 ผ้าลายบัว 8 กลีบ (ครั้งที่ 2)  
ถ่ายเมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2558



ภาพที่ 6 ลายพุดเชื่อม



ภาพที่ 7 ผ้าต้นแบบ  
ถ่ายเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2558



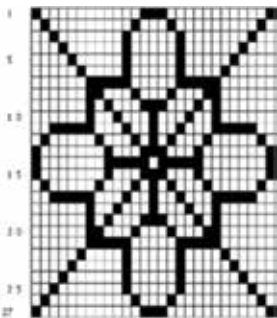
ภาพที่ 8 ลายแมวไทย  
ถ่ายเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2558



ภาพที่ 9 ผ้าต้นแบบผืนที่ 7 ลายแมวไทย



ภาพที่ 10 ผ้าต้นแบบลายเหลี่ยมอัญมณีเต็มตัว (ทอครั้งที่ 1)  
ถ่ายเมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2558



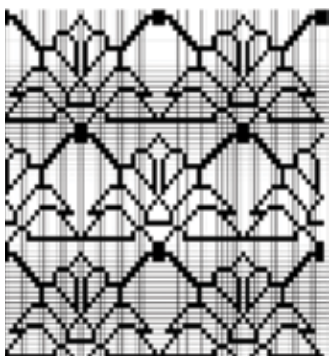
ภาพที่ 11 ลายเหลี่ยมอัญมณี



ภาพที่ 12 ผ้าต้นแบบ (ครั้งที่ 1)  
ถ่ายเมื่อวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2558



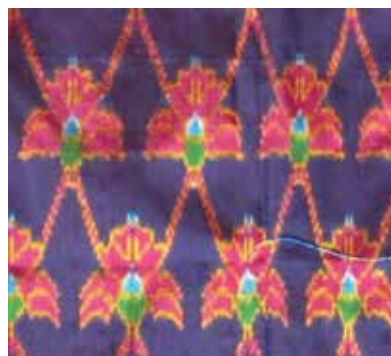
ภาพที่ 13 ผ้าต้นแบบ (ครั้งที่ 2)  
ถ่ายเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2558



ภาพที่ 14 ลายตาข่ายดอกบานชื่น



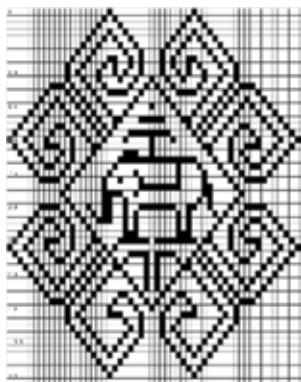
ภาพที่ 15 ต้นแบบ (ครั้งที่ 1)  
ถ่ายเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2558



ภาพที่ 16 ต้นแบบ (ครั้งที่ 2)  
ถ่ายเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2558



ภาพที่ 13 ต้นแบบลายตาข่ายดอกบานชื่นเต็มตัว (ครั้งที่ 2)  
ถ่ายเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2558



ภาพที่ 18 ลายช้างมงคล  
ถ่ายเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2558



ภาพที่ 19 ฝ้ายต้นแบบ (ครั้งที่ 1)  
ถ่ายเมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2558





ภาพที่ 20 ผ้าต้นแบบช่างมงคล (ครั้งที่ 2)  
ถ่ายเมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2558

### สรุปผล

การพลิกแพลงลวดลายและการปรับองค์ประกอบสีจากฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นสุรินทร์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การแต่งกายและความต้องการของผู้บริโภค และคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดีในท้องถิ่น ส่งผลให้ลวดลายผ้าใหม่ ที่ออกแบบเป็น ที่ต้องการของตลาด และประสบความสำเร็จอย่างสูงในการขยายฐานผู้บริโภคจากภายในชุมชนสู่ระดับจังหวัด ซึ่งสอดคล้อง กับคำกล่าวของ วิรุณ ตั้งเจริญ (2553 : 45) ที่ว่าเมื่อสังคมและวัฒนธรรมปรับเปลี่ยนศิลปกรรมก็ปรับเปลี่ยนไปพร้อมกัน ด้วย การขับเคลื่อนไปข้างหน้าจะกลั่นกรองให้เหลือเฉพาะผลึกความรู้ และสอดคล้องกับ พงษ์ธิ์ ศุภเศรษฐศิริ (2556 : 13) ที่ว่ามนุษย์มีศักยภาพของสมองที่ใช้ในการรับรู้แตกต่างกันซึ่งสัมพันธ์กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ดังนั้น การออกแบบ และพัฒนาลวดลายบนผืนผ้าไหมหรือผลิตภัณฑ์จากชุมชนควรคำนึงถึงหลักสำคัญ 5 ประการ คือ 1) ทรัพยากรที่มีอยู่ใน ท้องถิ่น 2) การวิเคราะห์ปัญหาและการแก้ไข 3) คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย 4) การเลือกใช้วัสดุและเทคโนโลยีการผลิต 5) การสร้างสรรค์ผลงานในลักษณะเฉพาะ เพราะจะช่วยให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์สอดคล้องกับ วัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายได้ และช่วยให้ช่างทอสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

### ข้อเสนอแนะ

การออกแบบและพัฒนาลวดลายบนผืนผ้าไหมทอมือพื้นบ้าน มีปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ 1) ลวดลาย 2) สีส้น ดังนั้น นักออกแบบจึงควรตระหนักถึงประสบการณ์เดิมของช่างทอผ้า โดยศึกษาจากอัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากร ที่มีภายในท้องถิ่นและพฤติกรรมของผู้บริโภค ก่อนที่จะนำองค์ความรู้ที่ได้มาประยุกต์หรือดัดแปลงการออกแบบเพื่อแก้ไข ปัญหา เน้นประโยชน์ใช้สอย เลือกใช้วัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต คติ ความเชื่อ วัฒนธรรมและ ประเพณีที่ดำรงมาของคนภายในชุมชน เพราะไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดที่ไม่ทำลายสิ่งเก่า การให้ความสำคัญกับศิลปวัฒนธรรม ชุมชนจะเป็นพลังที่เปล่งประกายให้การออกแบบสร้างสรรค์ผลงานมีเอกลักษณ์เฉพาะและผลักดันเป็นกลไกที่ช่วยส่งเสริม ความเข้มแข็งของชุมชนจากรากอย่างแท้จริง



## เอกสารอ้างอิง

- กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. **ประวัติหน่วยงาน**. ค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2559 จาก <http://www.qsds.go.th>  
นภดล อินทร์จันทร์. (2556, กรกฎาคม-ธันวาคม). สุนทรียศาสตร์ในงานภาพยนตร์. **วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสาร  
สังคม**. 1 (2) : 14-20.
- พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ. (2556, กรกฎาคม-ธันวาคม). การวิจารณ์แนว Audience Response Criticism. **วารสารวิชาการ  
นวัตกรรมการสื่อสารสังคม**. 1 (2): 6-13.
- พิเศษ เจียจันทร์พงษ์ และคณะ, บรรณาธิการ. (2550). **ประวัติศาสตร์เมืองสุรินทร์**. สำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ  
กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
- วาไรตี้ท่องเที่ยว MGR Online. (2551). **ผ้าไหมไทยได้รุ่มพระบารมี “แม่ของแผ่นดิน**. ค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2559  
จาก <http://www.manager.co.th> สืบค้นเมื่อ 29 ตุลาคม 2559
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2553). **พลังวัฒนธรรม**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ: สันติสิริการพิมพ์
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์. (2555). **การคัดสรรคัลินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุรินทร์  
ประจำปี 2555**. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
- อรุณรัตน์ ชิงชนะ. (2557, พฤษภาคม 26). พัฒนาการจังหวัดสุรินทร์. สัมภาษณ์.
- อาร์ักษ์ สังหิตกุล. (2550). **ประวัติศาสตร์เมืองสุรินทร์**. สำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม.  
กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง