

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 สมมติฐานการศึกษา	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 บริบทวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคาม	8
2.2 แนวคิดเรื่องการตลาด	29
2.3 แนวคิดเรื่องสัญวิทยา	40
2.4 ทฤษฎีทางศิลปะที่ใช้ในการออกแบบลวดลาย	44
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	83
บทที่ 3 กรอบแนวคิดและวิธีดำเนินการศึกษา	91
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	91
3.2 ขั้นตอนการดำเนินงานและ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	93
3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	96

3.4	แผนการศึกษา	97
บทที่ 4	กระบวนการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคาม	
	ในบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย	98
4.1	การกำหนดขอบเขตของปัญหา	98
4.2	การวิเคราะห์ข้อมูล	101
4.3	การสร้าง แนวความคิดหลัก	111
4.4	การออกแบบร่าง	113
4.5	การคัดเลือก	117
4.6	การออกแบบรายละเอียด	119
4.7	การประเมินการออกแบบ	143
บทที่ 5	สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	166
5.1	สรุปผลการศึกษา	166
5.2	ผลที่ได้จากการศึกษา	169
5.3	ข้อจำกัดและอุปสรรค	170
5.4	ข้อเสนอแนะ	171
	บรรณานุกรม	174
	ภาคผนวก	179
ก	ศัพท์เกี่ยวกับการทำผ้ามัดหมี่	180
ข	อุปกรณ์การทำผ้าไหมมัดหมี่	186
ค	การคืนลายผ้ามัดหมี่	188
ง	การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในประเทศไทย	191
จ	ความเป็นมาของกลุ่มทอผ้าบ้านกุตุรงค์	198
ฉ	แบบสอบถาม	200
ช	หนังสือเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญประเมินผ้าไหมมัดหมี่	209
	ประวัติผู้เขียน	211

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 การเตรียมด้านเส้นพุ่งสำหรับทอผ้ามัดหมี่	13
2.2 การเตรียมด้านเส้นยืนสำหรับทอผ้ามัดหมี่	14
3.1 การวางแผนการศึกษาโดยแบ่งระยะเวลาในการศึกษา	97
4.1 วิเคราะห์สัญญาณของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่แบบดั้งเดิม	100
4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม รสนิยมในด้านรูปแบบของเครื่องแต่งกาย	101
4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม จำนวนของเครื่องแต่งกายที่ซื้อต่อเดือน	102
4.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อเครื่องแต่งกายต่อเดือน	102
4.5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องแต่งกาย	103
4.6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม การรู้จักผ้าไหมมัดหมี่	103
4.7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม การเคยใช้ผ้าไหมมัดหมี่ในการแต่งกาย	104
4.8 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม ทักษะคติเกี่ยวกับผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคาม	104
4.9 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม ความต้องการใช้ผ้าไหมมัดหมี่ในการแต่งกายหลังจากมีการพัฒนารูปแบบแล้ว	105
4.10 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม ความต้องการรูปแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าไหมมัดหมี่	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.11 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม ลักษณะของรูปร่าง รูปทรง ที่อยากให้มีในลวดลาย	106
4.12 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม รูปแบบของลวดลายที่ชอบ	106
4.13 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม รูปแบบของเนื้อผ้าที่ชอบ	107
4.14 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม ลักษณะของสีสันทที่ชอบ	107
4.15 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มเป้าหมายจำแนกตาม ลักษณะของการใช้สีในการแต่งกาย	108
4.16 การวิเคราะห์องค์ประกอบของลวดลายแบบดั้งเดิมเปรียบเทียบกับลวดลายที่จะ ออกแบบใหม่ ตามแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้าม	112
4.17 ทักษะทางศิลปะของเครื่องประดับโลหะร่วมสมัย	115
4.18 การประเมินแบบร่างจากกลุ่มเป้าหมาย	117
4.19 ผลการผลิตต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ตามแบบร่างที่ 1	132
4.20 ผลการผลิตต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ตามแบบร่างที่ 2	133
4.21 ผลการผลิตต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ตามแบบร่างที่ 3	134
4.22 ผลการผลิตต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ตามแบบร่างที่ 4	135
4.23 ผลการผลิตต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ตามแบบร่างที่ 5	136
4.24 ผลการผลิตต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ตามแบบร่างที่ 6	137
4.25 ผลการผลิตต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ตามแบบร่างที่ 7	138
4.26 ผลการผลิตต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ตามแบบร่างที่ 8	139
4.27 ผลการผลิตต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ตามแบบร่างที่ 9	140
4.28 ผลการผลิตต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ตามแบบร่างที่ 10	141
4.29 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อลวดลายไหมมัดหมี่ แบบที่ 1	145
4.30 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อลวดลายไหมมัดหมี่ แบบที่ 2	146

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.31 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 3	147
4.32 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 4	148
4.33 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 5	149
4.34 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 6	150
4.35 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 7	151
4.36 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 8	152
4.37 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 9	153
4.38 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 10	154
4.39 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 1	155
4.40 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 2	156
4.41 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 3	157
4.42 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 4	158
4.43 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 5	159
4.44 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 6	160
4.45 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 7	161
4.46 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 8	162
4.47 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 9	163
4.48 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อลวดลายใหม่มัดหมี่ แบบที่ 10	164

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1 ผ้าปวม	10
2.2 การแก้หมี่	15
2.3 กรรมวิธีการทอผ้าไหมมัดหมี่	16
2.4 ตัวอย่างลวดลายที่ได้มาจากรูปทรงของสัตว์	17
2.5 ตัวอย่างลวดลายที่มาจากรูปทรงของพืช	18
2.6 ตัวอย่างลวดลายที่มาจากสิ่งประดิษฐ์	18
2.7 ตัวอย่างลวดลายเบ็ดเตล็ด	19
2.8 แม่ลายผ้าพื้นเมือง	20
2.9 ตัวอย่างลวดลายดั้งเดิม ชื่อลายโคมสลัดอกแก้ว	20
2.10 ตัวอย่างลวดลายดั้งเดิม แต่เปลี่ยน โครงสีใหม่ ชื่อลายโคมเจ็ด	21
2.11 ตัวอย่างลวดลายดั้งเดิม แต่เปลี่ยน โครงสีใหม่ ไม่ระบุชื่อเรียกเป็นลายประยุกต์	21
2.12 ตัวอย่างลวดลายดั้งเดิมหลายลายมาจัดองค์ประกอบศิลป์ใหม่ ไม่ระบุชื่อเรียกเป็นลายประยุกต์	22
2.13 ตัวอย่างลวดลายดั้งเดิม แต่เปลี่ยน โครงสีใหม่ ไม่ระบุชื่อเรียก	22
2.14 ตัวอย่างลวดลายดั้งเดิมบางหน่วยหรือหลายหน่วยมาจัดองค์ประกอบศิลป์ใหม่และเปลี่ยนโครงสีให้ตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภคสมัยใหม่ ไม่ระบุชื่อเรียก	23
2.15 ตัวอย่างลวดลายบางหน่วยมาประยุกต์เป็นลายสมัยใหม่ในองค์ประกอบศิลป์ใหม่ และออกแบบ โครงสีใหม่ ไม่ระบุชื่อเรียก	23
2.16 ตัวอย่างผ้ามัดหมี่ลายสมัยใหม่ และ โครงสีใหม่ออกแบบ ไม่ระบุชื่อเรียก	24
2.17 หมี่ซ้อหรือหมี่คั่นที่พบในจังหวัดมหาสารคาม	27
2.18 หมี่ร้ายที่เป็นแนวเดียวกับผืนผ้าที่พบในจังหวัดมหาสารคาม	27
2.19 หมี่ร้ายที่มีขนาดลวดลายใหญ่ที่พบในจังหวัดมหาสารคาม	28

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูป	หน้า	
2.20	หมี่ลวดที่มีขนาดลวดลายพบในจังหวัดมหาสารคาม มีชื่อลวดว่า ลายสร้อยดอกหมาก	28
2.21	ตัวอย่างภาพแสดงองค์ประกอบเรื่องความสัมพันธ์	41
2.22	องค์ประกอบของสัญลักษณ์	43
2.23	สีขั้นที่ 1	49
2.24	สีขั้นที่ 2	49
2.25	สีขั้นที่ 3	50
2.26	วรรณะของสี	50
2.27	ตัวอย่างสีคู่ตรงข้าม	50
2.28	สีกลาง	51
2.29	ตัวอย่างวรรณะสีร้อนและสีเย็น	52
2.30	ตัวอย่างค่าน้ำหนักของสี	52
2.31	ตัวอย่างความเข้มของสี	53
2.32	ตัวอย่างสีเอกรงค์ (Monochrome)	54
2.33	ตัวอย่างสีข้างเคียง	54
2.34	ตัวอย่างสีตรงข้าม	54
2.35	ตัวอย่างสีเกือบตรงข้าม	55
2.36	ตัวอย่างสีตรงข้าม 2 คู่เคียงกัน	55
2.37	ตัวอย่างสี 3 เสา	55
2.38	ตัวอย่างสีตรงข้าม 2 คู่เคียงกัน	56
2.39	ตัวอย่างคุณภาพแบบสมมาตร	58
2.40	ตัวอย่างคุณภาพแบบอสมมาตร	58
2.41	ตัวอย่างจังหวะลีลา	59
2.42	การสร้างแบบจากแม่ลาย (Motif)	60

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูป	หน้า
2.43 การเรียงลำดับ	61
2.44 การสลับภาพซ้ายขวา	61
2.45 การหมุนรอบจุด	61
2.46 การสลับซ้ายขวาและการหมุนรอบ	62
2.47 การสลับซ้ายขวาและการเรียงลำดับ	62
2.48 การหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ	63
2.49 การเรียงลำดับสลับจังหวัด	64
2.50 การผสมระหว่างเรียงลำดับ สลับซ้ายขวา และหมุนรอบจุด	63
2.51 การซ้ำจังหวัดเท่ากัน	64
2.52 การซ้ำจังหวัดไม่เท่ากัน	64
2.53 การซ้ำจังหวัดสลับกัน	64
2.54 การซ้ำจังหวัดโดยการเน้น	65
2.55 การซ้ำจังหวัดโดยสร้างความแตกต่าง	66
2.56 การจัดจังหวัดแบบทับซ้อน	67
2.57 การจัดจังหวัดแบบเคลื่อนไหว	65
2.58 การจัดจังหวัดแบบเปลี่ยนทิศทาง	66
2.59 การใช้รูปและพื้น	66
2.60 การใช้การลดหลั่น	67
2.61 การใช้ตาราง	67
2.62 การใช้ความใกล้ชิด	67
2.63 การต่อลวดลายแบบแนวนอน	68
2.64 การต่อลวดลายแบบแนวตั้ง	68

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูป		หน้า
2.65	การต่อลวดลายแบบเส้นหยักหรือซิกแซ็ก	69
2.66	การต่อลวดลายแบบเส้นเฉียง	69
2.67	การต่อลวดลายแบบตาหมากรุก	69
2.68	การต่อลวดลายแบบขั้นบันได	70
2.69	การต่อลายในลักษณะสี่เหลี่ยม	70
2.70	การต่อลายในลักษณะการเรียงอิฐ	70
2.71	การต่อลายในลักษณะเหลี่ยมเพชร	71
2.72	การต่อลายในลักษณะสามเหลี่ยม	71
2.73	การต่อลายในลักษณะลวดตาข่าย	71
2.74	การต่อลายในลักษณะหกเหลี่ยม	72
2.75	การต่อลายในลักษณะรูปพัด	72
2.76	การต่อลายในลักษณะวงกลม	72
2.77	รูปแบบของลวดลายจากการคิดลอกเลียนแบบ	77
2.78	รูปแบบของลวดลายจากการคิดคัดแปลงแบบ	77
2.79	รูปแบบของลวดลายจากการคิดสร้างสรรค์รูปแบบ	78
2.80	รูปแบบของกระบวนการออกแบบของ French	80
2.81	ขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ	82
3.1	กรอบแนวคิดในการศึกษา	92
4.1	ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด	99
4.2	ตัวอย่างรูปแบบผ้าพันคอ	109
4.3	ตัวอย่างแพชชั่นผ้าพันคอ	109
4.4	ตัวอย่างผ้าพันคอ Brand name	110
4.5	ขนาดของผ้าพันคอ	110

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูป		หน้า
4.6	การนำเครื่องประดับมาใส่เพื่อเสริมการแต่งกายให้สวยงามยิ่งขึ้น	113
4.7	เครื่องประดับที่ทำจากโลหะ	114
4.8	แบบร่างลวดลายผ้าพันคอ ไหมมัดหมี่ จำนวน 30 แบบ	116
4.9	แบบร่าง ที่ได้รับคัดเลือกจำนวน 10 แบบ	119
4.10	รายละเอียดแบบร่างที่ 1	120
4.11	รายละเอียดแบบร่างที่ 2	121
4.12	รายละเอียดแบบร่างที่ 3	122
4.13	รายละเอียดแบบร่างที่ 4	123
4.14	รายละเอียดแบบร่างที่ 5	124
4.15	รายละเอียดแบบร่างที่ 6	125
4.16	รายละเอียดแบบร่างที่ 7	126
4.17	รายละเอียดแบบร่างที่ 8	127
4.18	รายละเอียดแบบร่างที่ 9	128
4.19	รายละเอียดแบบร่างที่ 10	129
4.20	การนำเสนอแบบร่างและข้อกำหนดต่างๆ ระหว่างผู้วิจัยกับช่างทอผ้า	130
4.21	แผ่นตัวอย่างสีเคมีสำเร็จรูปที่กลุ่มทอผ้าบ้านกุครึ่งใช้เพื่อเทียบสี	130
4.22	ตัวอย่างขั้นตอน การผลิตต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่	142
4.23	ต้นแบบผ้าพันคอไหมมัดหมี่ จำนวน 10 แบบ	144
ข.1	กี่หรือเครื่องทอผ้า	187
ข.2	อุปกรณ์การทำผ้าไหมมัดหมี่	187
ค.1	วิธีการมัดหมี่	190
ฉ.1	ประกอบแบบสอบถามที่ 2	206