

การออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคามใน บริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย

Pattern Design for MudMee Silk Fabrics of Maha Sarakham Province in Contemporary Culture Context

สร้อยญา ภักดีสุวรรณ¹
Saranya Phakdeesuwan

บทคัดย่อ

การศึกษารื่องการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคามในบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนากระบวนการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคามให้มีความเหมาะสมร่วมสมัยและออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ให้เป็นที่พึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ กลุ่มบุคลากร เพศหญิงอายุระหว่าง 25-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ทำงานในสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม และมีกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านกุดรัง อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม เป็นผู้ร่วมศึกษาในขั้นตอนออกแบบรายละเอียดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษานั้น ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดร่วมสมัยหลายสาขาวิชา ได้แก่ แนวคิดเรื่องผ้าไหมมัดหมี่ในประเทศไทย แนวคิดเรื่องการตลาด แนวคิดเรื่องสัญวิทยา และทฤษฎีทางศิลปะเพื่อใช้ในการออกแบบลวดลาย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การปฏิบัติการทดลอง และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม

¹ สร้อยญา ภักดีสุวรรณ อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาศิลปกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคาม ที่ได้มีการพัฒนากระบวนการออกแบบ ให้มีความร่วมสมัยนั้น เป็นการทำงานเป็นระบบมีขั้นตอนก่อนหลังที่แน่นอน ทำให้การออกแบบเป็นไปอย่างสอดคล้องสัมพันธ์กันในแต่ละขั้นตอน จึงสามารถออกแบบได้ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เป็นผลให้กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในผลงานการออกแบบ แต่ก็ยังมีปัญหาที่ต้องปรับปรุงแก้ไขในส่วนของขั้นตอนการออกแบบรายละเอียดที่ยังคลาดเคลื่อนจากแบบร่าง

คำสำคัญ: ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่, วัฒนธรรมร่วมสมัย

Abstract

The action research study of the mudmee silk patterns design of Maha Sarakham Province in the context of contemporary culture aims to develop the appropriation and contemporary procedure of mudmee silk patterns design in Maha Sarakham Province as well as to design mudmee silk to satisfy target group. This target group comprised female instructors and staff of Rajabhat Maha Sarakham University age of 25-35, who graduated bachelor's degree or upper. Moreover, the mudmee silk weavers of Ban Gudrang, Borabue District, Maha Sarakham Province had participated in the detail design procedure.

The study applied to contemporary concept in various fields, for instance, concept of silk mudmee in Thailand, marketing concept, semiotics concept, and art theory in motif design. The data is collected by questionnaires, interviews, workshops, and participant observation.

The study found that mudmee silk design in Maha Sarakham Province which had been developed to be contemporary was the systematic task which had certain procedures. It also made the designing procedures more harmonious in each steps. Therefore the design was consistent with the set up purposes and the target group's satisfaction. However, there were some details about the false model pathern which needed to be improved.

Keyword: Mudmee Pattern, Contemporary culture

บทนำ

ผ้าคือเครื่องนุ่งห่มที่เป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของคนเรา มีวิวัฒนาการควบคู่กับความเจริญของมนุษยชาติ ซึ่งมีวิธีการทอและสร้างลวดลายที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ โดยได้รับอิทธิพลจากขนบธรรมเนียมประเพณีและความเชื่อของแต่ละกลุ่ม ผ้าทอจึงเป็นเครื่องบ่งบอกถึงเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของกลุ่มชน (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2547 : 1)

มัดหมี่ เป็นศิลปะการสร้างลวดลายผ้าทอพื้น เมืองของไทยที่เป็นงานหัตถกรรมขั้นสูงที่ต้องอาศัยฝีมือ และความชำนาญในการทำเป็นอย่างมาก การทำผ้ามัดหมี่นั้นทำได้โดยการมัดย้อมเส้นด้ายให้เกิดสีและลวดลายก่อนแล้วจึงนำไปทอเป็นพื้นผ้า เส้นหัวของผ้ามัดหมี่อยู่ที่รอยซึมของสีที่วิ่งไปตามบริเวณของลายที่ถูกมัด ทำให้เกิดเป็นความเหลี่ยมล้ำของสีบนเส้นไหมที่ต่างไปจากผ้าทอมือชนิดอื่นๆ นับเป็นภูมิปัญญาที่ควรแก่การอนุรักษ์และพัฒนา

ปัจจุบันมีการทอผ้าใหม่เพื่อเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนกระจายอยู่ทั่วประเทศ คิดเป็นร้อยละ 43.5 ของอุตสาหกรรมในครัวเรือนทั้งหมด การพัฒนาผ้าทอให้มีศักยภาพทางการตลาด จะส่งผลให้ราษฎรมีรายได้เพิ่มและเศรษฐกิจดีขึ้น ตลอดจนเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมการผ้าทอใหม่ให้ดำรงอยู่คู่กับสังคมไทยต่อไป (สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม. 2548 : 52) จังหวัดมหาสารคามเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมมัดหมี่ที่มีคุณภาพอีกแหล่งหนึ่งของประเทศ ที่ประสบปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากยังทอเฉพาะลวดลายที่ลอกเลียนแบบจากลวดลายแบบดั้งเดิม ไม่มีการออกแบบลวดลายให้สนองต่อความต้องการของตลาด จึงทำให้มีตลาดแคบ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดมหาสารคาม. 2541 : 10) ดังเช่น กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านกุตุรง กิ่งอำเภอกุตุรง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการผลิต ที่ยังคงผลิตเพียงลวดลายแบบดั้งเดิม ทั้งที่มีความมุ่งหวังสร้างสรรค์ลวดลายใหม่ๆ เพื่อขยายตลาดให้กว้างขึ้น (โสภิตา ยงยอดและคณะ. 2547 : 73) ซึ่งหากสถานการณ์ยังเป็นเช่นนี้ ในอนาคตอาชีพการทอผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคามอาจสูญหายไปได้

ปี พ.ศ. 2537 สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ได้มีการส่งเสริมการใช้ผ้าไทยในการแต่งกายแบบไทย เพื่อเป็นการอนุรักษ์ สืบทอดภูมิปัญญาด้านการทอผ้า และการออกแบบลายผ้าพื้นเมือง โดยเริ่มต้นส่งเสริมจากกลุ่มข้าราชการทั้งชาย หญิงไปสู่วิชาชนและสาขาอาชีพอื่นๆ (มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2547 : ระบบออนไลน์) สอดคล้องกับที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้มีการรณรงค์ให้ข้าราชการสวมใส่ผ้าไทยในชีวิตประจำวัน (สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม. 2548 : ระบบออนไลน์) เหตุผลดังกล่าวน่าจะทำให้การทำผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคามมีโอกาสทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น

สำหรับด้านการตลาดนั้น มีแนวคิดการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Niche Market) ที่เป็นแนวทางในการหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ ดังนั้น ช่องว่างทางการตลาดที่มุ่งสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) ออกจากตลาดใหญ่นั้นยังมีโอกาสอีกมาก (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548 : 84) การสำรวจการใช้ผ้าทอพื้นเมืองโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในปี พ.ศ.2544 และพ.ศ. 2545 พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประชากรหญิงที่มีช่วงอายุระหว่าง 46 – 60 ปี ส่วนกลุ่มอายุ 25-35 ปีนั้นยังมีการบริโภคผ้าทอพื้นเมืองในปริมาณที่น้อย (กัญญา จึงวิมุตพันธ์; อ่างในมหาวิทยาลัยขอนแก่น. 2550 : 60) สอดคล้องกับการสังเกตประกอบกับประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยซึ่งเป็นข้าราชการในสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งพบว่าในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามนั้น บุคลากรผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่นิยมใช้ผ้าไหมมัดหมี่ในการแต่งกาย ส่วนกลุ่มบุคลากรที่อายุน้อยลงมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรผู้หญิงที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 -35 ปี นั้น ไม่นิยมนำผ้าไหมมัดหมี่มาใช้ในการแต่งกายตามนโยบาย ซึ่งเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดอีกด้านหนึ่งที่ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นปัจจัยหนึ่งในกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการขยายตลาดสินค้า เป็นการสนองความต้องการใหม่ หรือสร้างตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

(วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548 : 83) ส่วน พิณาลิน สาริยา กล่าวว่ การออกแบบ ลวดลาย มีความสำคัญโดยเข้าไปเป็นส่วนประกอบในการสร้างงานแทบทุกประเภท เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องจักสาน ภาชนะ ฯลฯ ดังนั้นลวดลายจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาตัดสินใจซื้อ มีความสำคัญในธุรกิจการ จัดจำหน่ายโดยเฉพาะสินค้าที่มีการแข่งขันสูง (พิณาลิน สาริยา. 2549 : 2) สอดคล้องกับทัศนะของนวนน้อย บุญวงศ์ซึ่งกล่าวว่า การออกแบบ ที่มีขั้นตอน หรือกระบวนการอย่างเป็นระบบ เป็นวิธีการที่ช่วยลดความผิดพลาดในการทำงาน และมีความเหมาะสมกับการแก้ปัญหาในงานออกแบบสมัยใหม่ได้ (นวนน้อย บุญวงศ์. 2542 : 133)

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยเห็นว่า หากมีการพัฒนากระบวนการออกแบบ ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคามให้มิลวดลายร่วมสมัยสนองต่อ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย คือ บุคลากรหญิง อายุ 25-35 ปี การศึกษาระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป ที่ทำงานในสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม น่าจะเป็น แนวทางหนึ่งที่จะทำให้วัฒนธรรมการทอผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคามมี พัฒนาการได้ตามบริบททางสังคม ซึ่งเป็นการธำรงและสืบทอดวัฒนธรรมด้าน การทอผ้าของชุมชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อหาแนวทางพัฒนากระบวนการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคามให้มีความเหมาะสมกับบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย
2. เพื่อออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคามให้เป็นที่พึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมาย

วิธีดำเนินการ

1. กรอบแนวคิดในการศึกษา

แนวคิดร่วมสมัยหลายสาขาวิชา ที่นำมาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิด

ในการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ เรื่องบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคาม แนวคิดเรื่องการตลาด แนวคิดเรื่องสัญญาวิทยา และทฤษฎีทางศิลปะที่ใช้ในการออกแบบลวดลาย เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา

2. ขั้นตอนการดำเนินงานและ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาและพบว่ากระบวนการออกแบบของ John Christopher Jones (นวน้อย นุญวงศ์. 2542 : 132) และ Christopher Alexander (นวน้อย นุญวงศ์. 2542 : 132) เป็นกระบวนการที่มีรายละเอียดชัดเจน จึงได้นำมาปรับใช้ในการศึกษาเพื่อพัฒนากระบวนการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคามในครั้งนี้ โดยมีการประยุกต์ใช้แนวคิดร่วมสมัยสาขาต่างๆ มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่างๆ 8 ขั้นตอนตามลำดับดังนี้

2.1 การกำหนดขอบเขตของปัญหา

ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่เป็นสัญญะรูปแบบหนึ่งหากแต่สัญญะ(ลวดลาย)ของผ้าไหมมัดหมี่แบบดั้งเดิมที่พบในจังหวัดมหาสารคามนั้นยังสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ตึงนัก จึงไม่นิยมนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นจึงต้องศึกษาเรื่องการสื่อสารผ่านสัญญะ(ลวดลาย)ของผ้าไหมมัดหมี่แบบดั้งเดิมก่อน ซึ่งผลของการศึกษาจะทำให้ทราบสาเหตุของปัญหาการสื่อสารของลวดลายแบบดั้งเดิมกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้สามารถกำหนดขอบเขตของปัญหาได้อย่างชัดเจน โดยวิเคราะห์ด้วยตารางวิเคราะห์สัญญะตามแนวคิดเรื่องสัญญาวิทยาของเฟร์ดินองส์ เดอ โซสซูร์

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยศึกษาจำแนกตามองค์ประกอบของสัญญะคือ

1) ความหมายสัญญะ (Signified) ศึกษาความหมายของสัญญะที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ โดยแยกแยะตามรสนิยมการแต่งกาย ของกลุ่มเป้าหมาย และผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องแต่งกายที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ

2) **รูปสัญลักษณ์ (Signifier)** คือ การอุปมาอุปไมยที่กลุ่มเป้าหมายต้องการโดยแยกแยะตาม องค์ประกอบทางศิลปะของลวดลาย ได้มาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามเรื่อง ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคาม และแปลผลทางสถิติแบบหาค่า ร้อยละ(%)

2.2.2 **การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์** หลังจากที่ได้ทราบว่าการกลุ่มเป้าหมายต้องการผลิตภัณฑ์อะไรแล้ว ในขั้นตอนนี้จะได้นำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาแยกแยะส่วนประกอบต่างๆ เพื่อให้เป็นข้อมูลประกอบในการสร้างแนวความคิดในการออกแบบ โดยในขั้นตอนนี้ จะเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสำรวจจากนิตยสาร และสื่อแพชั่น ออนไลน์ แปลผลโดยการบรรยาย

2.2.3 **การวิเคราะห์กรรมวิธีการผลิต** การศึกษาในครั้งนี้มีขอบเขตอยู่ที่กรรมวิธีการมัดหมี่ โดยแยกแยะตามกรรมวิธีการทำผ้ามัดหมี่ของกลุ่มทอผ้าบ้านกุตุรง ในขั้นตอนนี้ จะ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แปลผลโดยการบรรยาย

2.3 การสร้างแนวความคิดหลัก

เนื่องจากลวดลายผ้าไหมแบบดั้งเดิมยังไม่สามารถสื่อสาร (ดึงดูดความสนใจ) กับกลุ่มเป้าหมายได้ จึงต้องมีการออกแบบแบบลวดลายใหม่ ซึ่งเมื่อนำแนวคิดเรื่อง ความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้าม (Binary Opposition) ที่กล่าวว่า ไม่มีอะไรมีความหมายในตัวเอง สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะมีความหมายต่อเมื่อนำไปสัมพันธ์กับอีกระบบหนึ่งและคู่ความสัมพันธ์ที่ช่วยให้เห็นความหมายที่ชัดเจนที่สุดคือ ความสัมพันธ์แบบคู่ตรงกันข้าม

ดังนั้นในขั้นตอนนี้จึงได้นำแนวคิดดังกล่าว มาประยุกต์ใช้ในการหาแนวคิดหลักในการออกแบบลวดลายใหม่ให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนอย่างเป็นระบบ โดยการวิเคราะห์ด้วยตารางวิเคราะห์สัญลักษณ์เปรียบเทียบระหว่างสัญลักษณ์(ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่แบบดั้งเดิม) กับสัญลักษณ์(ลวดลาย)ผ้าไหมมัดหมี่ที่จะออกแบบใหม่

2.4 การออกแบบร่าง

เป็นการนำเอาแนวความคิดหลักมาตีความและแปรผลให้เป็นแบบร่างอย่างเป็นทางการ โดยแบ่งการออกแบบเป็น 2 ส่วน คือ

2.4.1 การออกแบบโครงสร้างผลิตภัณฑ์ เป็นการกำหนดขนาด รูปร่างรูปทรงของผลิตภัณฑ์ การเลือกใช้ ชนิดของสี และชนิดของเส้นใย ให้มีความเหมาะสมกับแนวคิดการออกแบบ

2.4.2 การออกแบบองค์ประกอบศิลป์ของลวดลาย เป็นการนำทัศนธาตุทางศิลปะ (Visual Element) คือ จุด เส้น สี รูปร่าง รูปทรง หรือ พื้นผิว ที่ได้มาจากแรงบันดาลใจในการออกแบบ มาจัดองค์ประกอบทางศิลปะใหม่ ให้เกิดเป็นลักษณะของลวดลายตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีทางด้านศิลปะ โดยการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม Adobe Illustrator เป็นเครื่องมือในการออกแบบ

2.5 การคัดเลือก

เมื่อทำการออกแบบร่างเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงนำแบบร่างที่ออกแบบแล้วมาคัดเลือก ด้วยการเก็บข้อมูลจากการสอบถาม แนวโน้มความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจำนวน 50 คน ได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากเกณฑ์ความชอบ - ไม่ชอบ ของผู้ตอบคำถามและพิจารณาเกณฑ์ในการคัดเลือกมา 10 แบบ เพื่อนำมาสร้างเป็นต้นแบบ ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกจะดูที่คะแนนความชอบของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ตั้งแต่ร้อยละ 60 ขึ้นไป

หลังจากนั้น นำแบบร่างทั้ง 10 แบบ เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อขอคำแนะนำก่อนนำไปกำหนดรายละเอียดต่อไป

2.6 การออกแบบรายละเอียด

ในขั้นตอนนี้ได้แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

2.6.1 การกำหนดรายละเอียดแบบร่าง ซึ่งได้แก่ การกำหนดขนาดสัดส่วนของผ้า ลักษณะของแม่ลาย ขนาดสัดส่วนของแม่ลาย ลักษณะของเส้นไหมที่จะใช้ในแต่ละผืน เทคนิควิธีในการทอ จังหวะการทอในแต่ละหน่วยลาย

เพิ่มเติมลงไปในรูปแบบร่าง เพื่อใช้เป็นข้อกำหนดในขั้นตอนการสร้างต้นแบบ

2.6.2 การสร้างต้นแบบเป็นการศึกษา ความเป็นไปได้ในการผลิตตามกรรมวิธีการทำผ้าไหมมัดหมี่แบบพื้นเมืองของจังหวัดมหาสารคาม โดยการทดลองผลิตผ้าต้นแบบ ซึ่งในขั้นตอนนี้มีกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านกุตุรงเป็นผู้ร่วมศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Observation) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสรุป และแปลผลโดยการบรรยาย

2.7 การประเมินผล

เมื่อสร้างต้นแบบผ้าเสร็จครบตามที่กำหนดแล้ว จึงนำผ้าดังกล่าวมาประเมินความพึงพอใจ โดยประเมินจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง 2 กลุ่ม คือ ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนาผ้าทอพื้นเมือง จำนวน 3 คน

ขั้นตอนนี้ จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ประกอบต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Model Study) และประเมินผลตามหลักทางสถิติแบบหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และแปรผลโดยการบรรยาย โดยใช้เครื่องมือแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่มีการการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.51 – 5.00 พึงพอใจในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 พึงพอใจในระดับมาก

2.51 – 3.50 พึงพอใจในระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 พึงพอใจในระดับน้อย

1.00 – 1.50 พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

(บุญชม ศรีสะอาด. 2543 : 100)

3. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการศึกษาจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ได้แก่ บุคลากรหญิงอายุ 25-35 ปี ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ทำงานในสังกัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคาม โดยในขั้นตอนนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และประเมินผลตามหลักทางสถิติแบบหาค่าร้อยละ(%)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผ้าพื้นเมืองโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง จำนวน 3 คน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มช่างทอผ้าบ้านกุดรัง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์และสังเกตการแบบมีส่วนร่วม

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทำการศึกษาโดยรวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร (Document Data) ที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษา

แยกพิจารณาตามลำดับขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

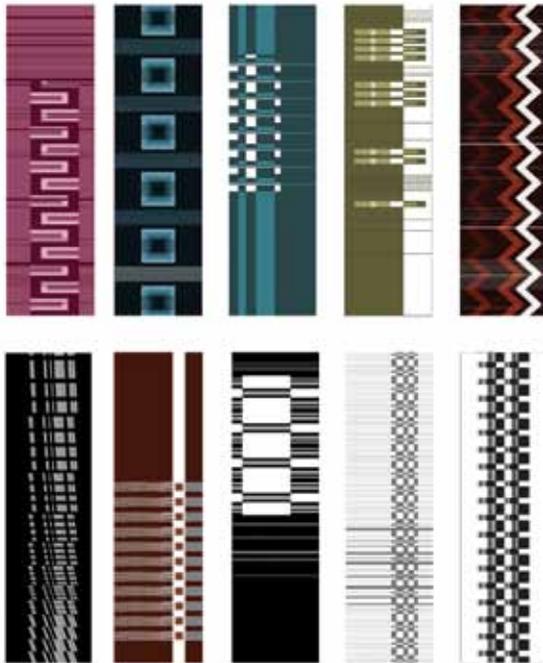
1. **การกำหนดขอบเขตของปัญหา** จากการวิเคราะห์ตัวอย่างสัญญาณ(ลวดลาย)ของผ้าไหมมัดหมี่แบบดั้งเดิมที่พบในจังหวัดมหาสารคาม พบว่าสาเหตุที่ทำให้ลวดลายไม่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนั้น เป็นเพราะ สัญญาณ(ลวดลาย)ของผ้าไหมมัดหมี่แบบดั้งเดิมนั้น ทำขึ้นมาเพื่อสื่อสารกับผู้คนที่อยู่ร่วมสมัยกับที่มีการออกแบบลวดลายนั้น เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนแปลงไป การรับรู้ของผู้คนในสังคมก็เปลี่ยนตามไปด้วย ฉะนั้นสัญญาณหรือลวดลายในผ้าไหมมัดหมี่แบบดั้งเดิม จึงยากต่อการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย เป็นผลให้ไม่นิยมนำมาใช้สอยในชีวิตประจำวัน ซึ่งถือเป็นขอบเขตของปัญหาการออกแบบในครั้งนี้ กล่าวคือ ยังไม่มีสัญญาณ(ลวดลาย)ของผ้าไหมมัดหมี่ที่สามารถสื่อสารหรือดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ นั่นเอง

2. **การวิเคราะห์ข้อมูล** โดยได้วิเคราะห์ข้อมูล 3 ส่วน คือ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ กรรมวิธีการผลิตและวัสดุดิบ ผลการศึกษาพบว่า

อย่างเป็นระบบ ผลการศึกษาพบว่า เพื่อให้ผ้าไหมมัดหมี่มีลักษณะตามที่กลุ่มเป้าหมายต้องการนั้น จะต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่าคุณภาพของผ้าไหมมัดหมี่เป็นเสมือนเครื่องประดับ โดยมี เครื่องประดับโลหะแบบร่วมสมัยเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ แต่ยังคงออกแบบตามเงื่อนไขของกรรมวิธีการทำ ผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านกุดรัง

4. การออกแบบร่าง โดยการนำแนวคิดการออกแบบมาแปรผลเป็นแบบร่างลวดลาย ด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรม Illustrator เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการออกแบบ ซึ่งสามารถออกแบบได้ 30 รูปแบบ

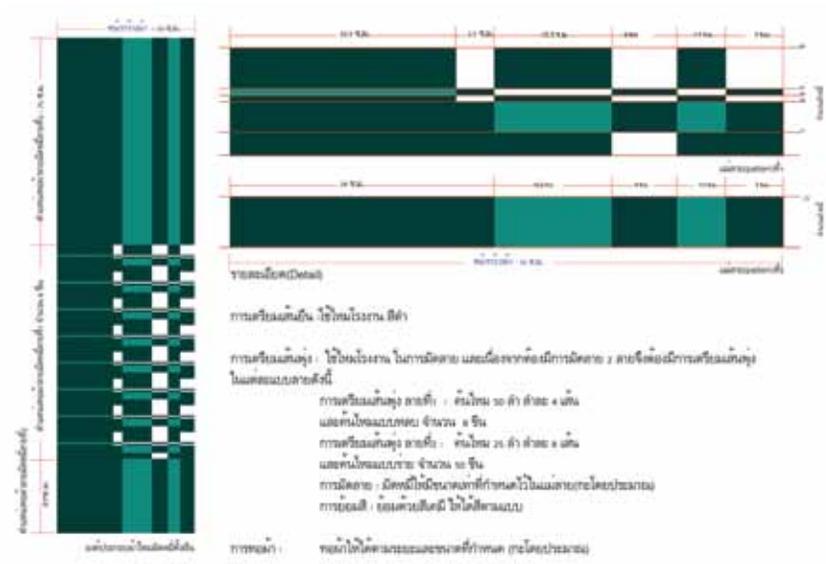
5. การคัดเลือกโดยพิจารณาคัดเลือกแบบร่างที่มาจากแนวโน้มความนิยมของกลุ่มเป้าหมาย ผลการศึกษาพบว่า มีแบบร่างที่มีความเหมาะสมจำนวน 10 รูปแบบ ดังนี้



ภาพแบบร่างที่ได้รับคัดเลือก

6. การออกแบบรายละเอียด ในขั้นตอนนี้ได้แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วนย่อยคือ

6.1 การกำหนดรายละเอียดแบบร่าง ซึ่งได้แก่ การกำหนดขนาด สัดส่วนของผ้า ลักษณะของแม่ลาย ขนาดสัดส่วนของแม่ลาย ลักษณะของเส้นไหมที่จะใช้ในแต่ละผืน เทคนิควิธีในการทอ จังหวะการทอในแต่ละหน่วยลาย ฯลฯ เพิ่มเติมในแบบร่าง เพื่อใช้เป็นข้อกำหนดในขั้นตอนการสร้างต้นแบบ



ภาพ ตัวอย่างแบบร่างที่มีการกำหนดรายละเอียด

6.2 การสร้างต้นแบบผ้า เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยทำงานร่วมกันกับช่างทอผ้าเพื่อทดลองผลิตต้นแบบผ้า ผลการศึกษาพบว่า การสร้างต้นแบบผ้านั้นมีทั้งส่วนที่ตรงตามแบบ และส่วนที่คลาดเคลื่อน ซึ่งมีปัญหาทั้ง เรื่องของ การมัดด้าย การย้อมสี และการทอ แตกต่างกันไปในแต่ละผืน ดังนี้



ภาพต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ที่ออกแบบใหม่

7. การประเมินผลการออกแบบ สรุปได้ว่า การออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ตามแบบแผนของกระบวนการการออกแบบที่ได้พัฒนาขึ้นนั้น สามารถสร้างสรรค์ผลงานให้เป็นที่พึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับมากถึงมากที่สุด และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผ้าทอพื้นเมือง ในระดับมาก จึงกล่าวได้ว่า การออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ทั้ง 10 แบบ สามารถนำไปใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวันและมีผลต่อการดำเนินธุรกิจผ้าไหมมัดหมี่ต่อไปในอนาคต

สรุปและอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาทำให้ผู้วิจัย ได้ค้นพบองค์ความรู้ต่างๆ ดังนี้

1. การศึกษาบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคาม ทำให้เห็นสภาพที่เป็นจริงในปัจจุบัน ของการทำผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคาม ให้มีความเหมาะสมร่วมสมัยได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศศิวรรณ ดำรงศิริ ซึ่งกล่าวว่า การทำผ้าไหมมัดหมี่ของไทยที่ยังยึดติดอยู่กับรูปแบบของท้องถิ่นดั้งเดิม แม้จะเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมเอาไว้ หากแต่ไม่ก่อให้เกิดพัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับยุคสมัยเท่าที่ควร (ศศิวรรณ ดำรงศิริ. 2539 : 89)

2. การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ตามแนวคิดการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Niche market) ทำให้มีเป้าหมายทางการตลาด ที่มีความเป็นไปได้จริง ทำให้เห็นช่องทางในการขยายโอกาสทางการตลาด ของการทำผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคามออกไปได้อีกในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวีชรินทร์ จรุงจิตสุนทรที่กล่าวไว้ว่า จุดมุ่งหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดเฉพาะกลุ่มก็เพื่อหลีกเลี่ยง การเผชิญหน้ากับคู่แข่งรายใหญ่ที่มุ่งสู่ตลาดแบบแมส (Mass) เป็นหลัก ดังนั้นช่องว่างทางการตลาดที่มุ่งสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ออกจากตลาดใหญ่นั้นยังมีโอกาสอีกมาก แต่ต้องทำความเข้าใจลูกค้าอย่างจริงจังและรวดเร็วกว่าคู่แข่ง ต้องทุ่มเทที่จะเรียนรู้ถึงพฤติกรรมของลูกค้า ทักษะคติ การตัดสินใจและวิถีการดำเนินชีวิต(Lifestyle) มาเป็นปัจจัยสำคัญของการกำหนดทิศทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มนั้น การเข้าถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มต่างๆ ยังช่วยให้ค้นพบถึงความต้องการของที่ซ่อนอยู่ในใจของลูกค้า และสามารถที่จะตอบสนองลูกค้าได้รวดเร็ว และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่แตกต่างได้(วีชรินทร์ จรุงจิตสุนทร, 2548)

3. การออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ที่ได้ทำตามกระบวนการออกแบบสากลทำให้สามารถออกแบบได้ตรงตามวัตถุประสงค์ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนวนล้อย บุญวงศ์ที่กล่าวไว้ว่า กระบวนการออกแบบอย่างเป็นระบบช่วยลดความผิดพลาดในการทำงานและมีความเหมาะสมกับการแก้ปัญหาในงานออกแบบสมัยใหม่ (นวนล้อย บุญวงศ์. 2542 : 133)

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การพัฒนากกระบวนการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคามดียิ่งขึ้น จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การศึกษาแนวโน้มความนิยมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ให้มีความร่วมสมัย จะต้องมีการศึกษาให้เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา

2. ผลการศึกษาที่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในระดับมาก ถึงมากที่สุดนั้น แสดงให้เห็นว่า มีความเป็นไปได้ทางการตลาด จึงควรมีการศึกษาเพื่อส่งเสริมการขายในลำดับต่อไป

3. แนวทางการออกแบบสัญญาญะ (ลวดลาย) ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากเครื่องประดับโลหะร่วมสมัยนั้น สามารถต่อยอดแนวคิดการออกแบบออกไปได้อีก กล่าวคือ ยังสามารถออกแบบร่างตามแนวความคิดนี้ได้อีกมาก เพื่อให้ได้ลวดลายที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้น

4. นักออกแบบ ควรศึกษากรรมวิธีการทำผ้ามัดหมี่ให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งก่อนการออกแบบ เพื่อจะได้ออกแบบลวดลายให้สอดคล้องกับกรรมวิธีการผลิตซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้งานออกแบบเป็นจริงได้ในที่สุด

5. อุปสรรคและข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการผลิตต้นแบบ บางครั้งก็ทำให้ได้ผลในทางที่สร้างสรรค์ เช่น การใช้กลุ่มสีดำ คู่โทนสีโดยภาพรวม กลายเป็นเทคนิควิธีการใช้สีที่น่าสนใจ จึงควรนำไปศึกษาและพัฒนาต่อไปเพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

6. ในขั้นตอนการสร้างต้นแบบผ้า นักออกแบบต้องทำงานร่วมกับช่างทอผ้า ควรหาวิธีการสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจในแนวคิดการออกแบบให้ตรงกัน เช่น นักออกแบบต้องสื่อสารถึงความต้องการด้วยศัพท์เทคนิคแบบพื้นบ้านที่ช่างทอผ้าใช้กันอยู่ เพื่อให้ช่างทอสามารถเข้าใจในความต้องการของนักออกแบบ ได้ชัดเจนขึ้น

7. ในขั้นตอนการสร้างต้นแบบผ้า นักออกแบบควรควบคุมการผลิตอย่างใกล้ชิด จึงจะทำให้ได้ ต้นแบบผ้าใหม่ที่ตรงตามแนวคิดมากที่สุด

8. เนื่องจากแนวการออกแบบ ที่ต้องการให้ได้รูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งต้องใช้ความรู้สึก และมุมมองเฉพาะตัวของนักออกแบบในการจัดวางองค์ประกอบให้เป็นไปตามความต้องการ หากแต่ในขั้นตอนการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถทำด้วยตัวเองนั้น จึงทำให้ต้นแบบผลิตภัณฑ์เกิดความคลาดเคลื่อน ฉะนั้นหากผู้ออกแบบมีทักษะในการทำผ้ามัดหมี่ หรือค้นหาช่างทอผ้าที่มีทัศนคติและมุมมองที่คล้ายคลึงกันได้ ก็จะทำให้ขั้นตอนการสร้างต้นแบบเป็นไปตามที่ต้องการได้มากขึ้น

9. นักออกแบบ ควรศึกษาเรื่องชนิดและขนาดของเส้นไหมเพิ่มเติม เพื่อให้ผ้ามีผิวสัมผัสที่แปลกและน่าสนใจมากขึ้น

10. ลวดลายที่ออกแบบได้อย่างลงตัวแล้ว ควรจะสานต่อด้วยการทำเป็นกลุ่ม (Set) ลวดลายสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายอื่นๆ ด้วย เช่น ผ้าผืนสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้า หรือ ผ้าผืนสำหรับตัดเย็บกระเป๋า เพื่อให้เกิดความเหมาะสมสำหรับนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เหล่านั้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายยิ่งขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นแนวทางการขยายโอกาสทางการตลาดได้อีกทางหนึ่ง

11. เนื่องจากการทอผ้าเป็นอาชีพเสริมของกลุ่มทอผ้าบ้านกุดรัง อุปสรรคของการทำงานอยู่ที่ เวลาของช่างทอผ้า ที่ต้องจัดสรรเพื่อไปทำกิจกรรมอย่างอื่น เช่น การทำเกษตรกรรม ซึ่งเป็นอาชีพหลัก และงานบุญประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านยังให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เช่น วันสงกรานต์ วันขึ้นปีใหม่ วันเข้าพรรษา ทำให้ระยะเวลาที่วางแผนการทำงานไว้ล่าช้าออกไปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกข้อหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง เพื่อวางแผนการทำงานให้สอดคล้องกับเงื่อนไขเวลาและวัฒนธรรมของชุมชน

12. ควรมีการฝึกอบรมทฤษฎีทางด้านศิลปะให้กับช่างทอผ้า เช่น ทฤษฎีสี และการจัดองค์ประกอบศิลป์ เพื่อให้ช่างทอผ้าเข้าใจหลักการด้านนี้ได้ดียิ่งขึ้น

13. นักออกแบบที่อยากพัฒนาลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ ควรศึกษารรวิธี การผลิตผ้าไหมมัดหมี่ให้เข้าใจ อย่างลึกซึ้ง จะทำให้สามารถออกแบบลวดลายผ้า ไหมมัดหมี่ได้ตามเงื่อนไขของกรรมวิธีการทำผ้ามัดหมี่ได้อย่างเหมาะสมและลงตัว

14. ขอบเขตการศึกษาในครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะการออกแบบลวดลาย สำหรับเครื่องแต่งกายเท่านั้น หากแต่ผ้าไหมมัดหมี่ยังสามารถนำไปเป็นวัตถุดิบ เพื่อทำผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆได้อีก เช่น ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน ผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึก ฯลฯ ซึ่งหากต้องการพัฒนาลวดลายเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว น่าจะสามารถปรับหรือประยุกต์ใช้ กระบวนการ ออกแบบลวดลายร่วมสมัยตามแนวทางนี้ได้เช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2547). **หอแสดงผ้าไทยพื้นบ้านเฉลิมพระเกียรติ**

สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ. กรุงเทพฯ : ธนาคารแห่งประเทศไทย.

นวนน้อย บุญวงศ์. (2542). **หลักการออกแบบ.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น.** กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2550). **อีสานสถาปัตยกรรม.** ขอนแก่น : คลังนานา.

วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. (2548). **หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์.**

กรุงเทพฯ : แอปป้าพรีนติ้ง.

ศศิวรรณ ดำรงศิริ. (2539). **ศิลปะบนผ้าไหมมัดหมี่.** กรุงเทพฯ : มูลนิธิช่าง หัตถศิลป์ไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.

สำนักงานพานิชจังหวัดมหาสารคาม. (2541). **การพัฒนาตลาดเพื่อส่งเสริม**

การผลิตผ้าไหมมัดหมี่. กภาพัสนิรุ : ประสานการพิมพ์.

โสภิตา ยงยอดและคณะ. (2547). **การปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนา**

ระบบการผลิตผ้าทอแบบครบวงจร: กรณีศึกษากุฎรัง กิ่งอำเภอกุฎรัง

จังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏ

มหาสารคาม.