

การออกแบบลวดลายผ้าจากวัฒนธรรมอีสานแบรนด์ “MUAN”
TEXTILE DESIGN FROM SOUTHEAST CULTURE BRAND “MUAN”



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิตศศิลป์ ภาควิชานิตศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

การออกแบบลวดลายผ้าจากวัฒนธรรมอีสานแบรนด์ “MUAN”
TEXTILE DESIGN FROM SOUTHEAST CULTURE BRAND “MUAN”



นางสาวเบญจมาภรณ์ ศรีพุฒทา
Miss BENJAMAPORN SRIPUTTHA

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิตศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....วันที่ 29 พค. 2560

(อาจารย์พีรพงศ์ พงษ์ประภาพันธ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์ การออกแบบลวดลายผ้าจากวัฒนธรรมอีสานแบรนด์ “MUAN”
TEXTILE DESIGN FROM SOUTHEAST CULTURE BRAND “MUAN”

ชื่อ นางสาวเบญจมาภรณ์ ศรีพุดทา
สาขาวิชา นิเทศศิลป์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์พีรพงศ์ พงษ์ประภาพันธ์

บทคัดย่อ

การออกแบบกราฟิกสำหรับแบรนด์เสื้อผ้าผู้หญิงนี้ เป็นการออกแบบภายใต้แรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมอีสานซึ่งได้แก่เรื่องราวของบั้งไฟพญานาค ผีตาโชนและดอกขูลุนางอ้ว ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่คนทั่วไปนึกถึงเมื่อพูดถึงภาคอีสาน และการนำเอาลวดลายผ้าไหมมัดหมี่และพื้นผิวที่ได้จากการทอผ้าเมื่อมองดูก็จะพบลวดลายผ้าและลักษณะการทอมีความละเอียดและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

โดยการออกแบบลายผ้าจะนำลวดลายผ้าไหมมัดหมี่มาประยุกต์กับเรื่องราวของวัฒนธรรมอีสาน โดยการนำมาออกแบบใหม่ให้มีความทันสมัยมากขึ้น มีการปรับสีสันทันสมัยและดูสนุกสนานมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายที่มีความเป็นหญิงสาว มีบุคลิกมั่นใจ ชอบความแปลกใหม่ รักและสนุกกับการแต่งตัว เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเองมีความกล้าที่จะสวมใส่ โดยการออกแบบลายผ้าภายในชื่อแบรนด์ว่า “MUAN” ซึ่งเป็นแบรนด์ที่นำเรื่องราวทางวัฒนธรรมอีสานมาเล่าผ่านเครื่องแต่งกาย และสีสันทันสมัยที่เป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ ซึ่งนำเอาเรื่องราวของบั้งไฟพญานาค ผีตาโชนและดอกขูลุนางอ้ว มาออกแบบเป็นลายผ้า โดยผ่านรูปแบบเสื้อผ้าที่ทันสมัยและเทคนิคการพิมพ์ผ้าในปัจจุบัน โดยขอบเขตงานที่ทำได้แก่ อัตลักษณ์แบรนด์ ชุดจริงที่ได้จากการพิมพ์ผืนผ้าจริง 7 ชิ้น ชุดกระโปรง 1 ตัว เสื้อ 3 ตัว กระโปรง 1 ตัว กางเกง 2 ตัว

กิตติกรรมประกาศ

ขอบคุณครูทุกท่านที่ให้คำแนะนำ โดยเฉพาะครูหนึ่ง ที่ปรึกษาแสนดีและคอยให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ดีเสมอ

ขอบคุณพ่อแม่สำหรับทุนในการทำศิลปนิพนธ์โดยไม่มีข้อแม้

ขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่คอยช่วยเหลือให้คำปรึกษา ขอขอบคุณสมาคมแม่บ้านที่อยู่เป็นเพื่อนกัน
เวลาทำงาน

ขอบคุณป้าตุ๊กและพี่เกียงช่างคนเก่งที่ตัดเย็บและทำเสื้อผ้าให้อย่างตั้งใจคิด

ขอบคุณน้องๆที่มาช่วยแต่งหน้าและเดินแบบให้ทั้งที่หลายคนไม่เคยรู้จักกันมาก่อน

ขอบคุณพี่หยกเจ้านายที่น่ารักและแสนดีที่สุดที่เข้าใจและคอยให้คำปรึกษา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและตั้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพประกอบ.....	จ
บทนำ	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
2 วัฒนธรรมอีสาน.....	3
2.1 ผ้าไหมมัดหมี่.....	3
2.2 ประเพณีและวัฒนธรรมอีสาน.....	5
3 เอกลักษณ์ตราสินค้า.....	8
3.1 ความหมายของอัตลักษณ์.....	8
3.2 ความสำคัญของอัตลักษณ์องค์กร.....	8
3.3 เอกลักษณ์ตราสินค้า.....	9
3.4 ตราสัญลักษณ์.....	9
3.5 โครงสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า.....	10
3.6 เครื่องมือสำหรับสร้าง “เอกลักษณ์ตราสินค้า”.....	10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและดัดแปลงอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่	หน้า
4	การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น..... 12
	4.1 Concept Brand MUAN..... 12
	4.2 วิเคราะห์ตลาดสายผ้ามัดหมี่..... 12
	3.3 แนวคิดในการออกแบบเสื้อ..... 13
5	การออกแบบ..... 57
	5.1 แนวทางการออกแบบ..... 58
	5.2 เริ่มออกแบบเสื้อผ้า..... 63
	5.3 การออกแบบโลโก้..... 64
	5.4 การออกแบบนามบัตร..... 65
	5.5 การออกแบบ Lookbook..... 90
6	ผลงานสำเร็จ..... 25
	6.1 แนวทางการออกแบบ..... 25
	6.2 เริ่มออกแบบเสื้อผ้า..... 32
	6.3 การออกแบบโลโก้..... 34
7	บทสรุปและข้อเสนอแนะ..... 39
	7.1 บทสรุป..... 39
	7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา..... 39
	7.3 ข้อเสนอแนะ..... 40
	บรรณานุกรม..... 41
	ประวัติผู้วิจัย..... 42

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและตั้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ลายปลาชิว.....	4
2.2 ลายขอพระเทพ.....	5
2.3 ประเพณีผีตาโชน.....	7
2.4 ดอกขูลูนางอ้ว.....	7
4.1 ตัวอย่างลวดลายมัดหมี่.....	13
5.1 แบบร่างชุดและลวดลาย.....	14
5.1 แบบร่างชุดและลวดลาย.....	15
5.1 แบบร่างชุดและลวดลาย.....	16
5.2 ไฟล์ภาพที่จะต้องส่งโรงพิมพ์.....	17
5.3 ตัวอย่างแบบเสื้อผ้า.....	18
5.4 ผ้าที่ได้จากการพิมพ์.....	19
5.5 ชุดที่ได้จากการพิมพ์ผ้าและตัดเย็บเรียบร้อยแล้ว.....	20
5.6 ภาพแบบร่างโลโก้ครั้งที่ 1.....	21
5.7 ภาพแบบร่างโลโก้ครั้งที่ 2.....	22
5.8 ภาพแบบร่างนามบัตร.....	23
5.9 ภาพแบบร่าง Lookbook.....	24
6.1 Logo.....	25
6.2 Logo on grid.....	25
6.3 นามบัตรร้าน.....	26
6.4 ถุงสำหรับใส่เสื้อผ้า.....	27
6.5 กระดาษห่อเสื้อผ้า.....	28
6.6 Sticker.....	29
6.7 Tag ห้อยเสื้อผ้า.....	30
6.8 ภาพรวม Cooperate Identity.....	30
6.9 ลวดลายจากดอกขูลู.....	32
6.10 ลวดลายจากบั้งไฟพญานาค.....	32
6.11 ลวดลายจากผีตาโชน.....	33
6.12 ภาพจาก Lookbook.....	34
6.12 ภาพจาก Lookbook.....	35
6.12 ภาพจาก Lookbook.....	36
6.12 ภาพจาก Lookbook.....	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและดัดแปลงอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการภาคอีสานมีพื้นที่กว้างใหญ่ พื้นที่ราบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีกะเทาะเลสาบรูปแอกเป็นจำนวนมาก แต่กะเทาะเลสาบเหล่านี้จะมีน้ำเฉพาะฤดูฝนเท่านั้น เมื่อถึงฤดูร้อนน้ำก็จะเหือดแห้งไปหมดเพราะดินส่วนใหญ่ เป็นดินทรายไม่อุ้มน้ำ น้ำจึงซึมผ่านได้เร็ว ภาคนี้จึงมีปัญหาเรื่องการขาดแคลนน้ำและดินขาดความอุดม สมบูรณ์ ทำให้พื้นที่บางแห่งไม่สามารถใช้ประโยชน์ในการเกษตรได้อย่างเต็มที่ ด้วยที่มีความแห้งแล้ง ขาด แคลนน้ำ ทำให้เกิดความเชื่อ และประเพณี เกี่ยวข้องกับการขอฝน เช่น งานบุญบังไฟ ซึ่งถือว่าเป็นเทศกาล สำคัญ หรือด้วยเหตุผลจากความสัมพันธ์ทางประวัติศาสตร์ทำให้มีกลุ่มคนหลายกลุ่มอพยพเข้ามาจากดิน แดนใกล้เคียง มีการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของกลุ่มขึ้น เช่น การพูดภาษาอีสาน ภาษาเขมร ภาษาส่วย การ แสดงหมอลำ การร้องกันตรึม เป็นต้น

ข้าพเจ้าจึงสนใจที่จะถ่ายทอดศิลปะวัฒนธรรมประเพณีต่างๆของชาวอีสานผ่านลวดลายของผ้า การทอผ้าเพื่อใช้ในครอบครัวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้หญิงอีสานจะต้องรู้และฝึกหัด โดยแม่จะเป็นผู้ถ่ายทอดสู่ลูก แต่ด้วยลวดลายและสีสันทันสมัย จึงทำให้หาโอกาสใส่ได้ค่อนข้างยากในปัจจุบัน ข้าพเจ้าจึงอยากพัฒนาลวดลายให้เหมาะสมตามยุคสมัย พร้อมกับเทคนิคการพิมพ์ผ้าที่เหมาะสมกับผ้าแต่ละชนิด และสามารถประยุกต์ใช้ได้จริง

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาข้อมูลวัฒนธรรมอีสาน
2. เพื่อศึกษาเทคนิคการพิมพ์ผ้า
3. เพื่อศึกษาลวดลายพื้นบ้านอีสาน เช่น ลายมัดหมี่ ลายขิด
4. เพื่อศึกษาการออกแบบลายผ้าแบบ 2 มิติ และการต่อลายเพื่อนำไปใช้ได้จริง

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1. พิมพ์ผ้าจริง 7 ชิ้น ชุดกระโปรง 1 ตัว เสื้อ 3 ตัว กระโปรง 1 ตัว กางเกง 2 ตัว
2. Lookbook
3. สร้างแบรนด์ทำ corporate identity
 - 3.1 สัญลักษณ์แบรนด์
 - 3.2 งบประมาณสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3.3 กล่องบรรจุเสื้อผ้า
- 3.4 กระดาษห่อชุด
- 3.5 นามบัตร
- 3.6 tag

1.4 แนวทางการบรรจุเป้าหมาย

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูล
 - 1.1 ลวดลายผ้ามัดหมี่
 - 1.2 เรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมอีสาน บั้งไฟพญานาค , ผีตาโขน , ดอกขูลุนางอ้อ
 - 1.2 กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้หญิง อายุ 18 - 35 ปี
 - 1.3 การออกแบบเสื้อผ้าและลวดลาย
 - 1.4 รวบรวมแบรนด์เสื้อผ้าเทียบเคียง
2. วิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น
 - 2.1 Concept ของแบรนด์
 - 2.2 กลุ่มเป้าหมาย
 - 2.3 เอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์
 - 2.4 วางแนวทางการออกแบบเสื้อผ้าและลวดลาย
3. การออกแบบ และพัฒนาแบบร่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

วัฒนธรรมอีสาน

2.1 ผ้าไหมมัดหมี่

ผ้าไหมมัดหมี่ เป็นการทอผ้าอย่างหนึ่งที่มีชื่อเสียงและเป็นเอกลักษณ์ทางภาคอีสาน มีข้อสันนิษฐานว่าน่าจะได้รับการถ่ายทอดมาจากประเทศอินเดีย โดยในสมัยโบราณที่มีการค้าขายกันและติดมากับสินค้าอื่น

การทอผ้ามัดหมี่โบราณนิยมการย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ เช่น สีแดงจากครั่ง สีน้ำเงินจากคราม เป็นต้น ส่วนผ้าไหมมัดหมี่จะนิยมทำในกลุ่มไท-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากเส้นทางการรับแบบอย่างของผ้ามัดหมี่ คือจากอินเดีย ผ่านมาทางอินโดนีเซียและกัมพูชาหรือเขมร ปัจจุบันผ้ามัดหมี่มีการทำกันอย่างแพร่หลาย สามารถทำได้ทั้งผ้าฝ้ายและผ้าไหม โดยเฉพาะผ้าไหมจะมีความสวยงามมาก

2.1.1 ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท

2.1.1.1 ประวัติ

ชาวชนบทมีการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ทุกครัวเรือนจะมีที่ดินทำนา ทำไร่ ทำสวน เลี้ยงสัตว์ นอกจากอาชีพทำนาแล้ว ก็มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ปลูกฝ้าย เพื่อนำเส้นไหมและฝ้ายมาทอเป็นผืนผ้า ดังคำกล่าวที่ว่า “ยามว่างจากนา ผู้หญิงทอผ้า ผู้ชายจักสาน” ในอดีตที่ผ่านมา การทอผ้าถือเป็นหน้าที่สำคัญของผู้หญิงชาวอีสาน เพราะจะต้องทอผ้าเพื่อใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มในชีวิตประจำวัน

2.1.1.2 ขั้นตอนการมัดหมี่

การมัดหมี่ คือ การทำผ้าไหมให้เป็นลายและสีสันต่างๆตามแบบหรือลายที่ได้ออกแบบไว้ ซึ่งปัจจุบันมีทั้งแบบลายที่เป็นแบบลายโบราณและแบบที่เป็นลายประยุกต์ โดยการมัดเส้นไหมให้เป็นลวดลายที่เส้นพุ่งด้วยเชือกฟางมัดลายแล้วนำไปย้อมสี แล้วนำมามัดลายอีกแล้วย้อมสีสลับกันหลายครั้ง เพื่อให้ผ้าไหมมีลวดลายและสีตามต้องการ เช่น ผ้าที่ออกแบบลายไว้มี 5 สี ต้องทำการมัดย้อม 5 ครั้ง เป็นต้น

2.1.1.3 ขั้นตอนการย้อมสี

การย้อมสีไหมจะต้องนำไหมดิบมาฟอกเพื่อไม่ให้มีไขมันเกาะ โดยจะใช้ต่างจากขี้เถ้าไปฟอกไหม เรียกว่า “การดองไหม” จะทำให้เส้นไหมขาวนวลขึ้น แล้วจึงนำไปย้อม ในสมัยก่อนนิยมใช้สีจากธรรมชาติ แต่ปัจจุบันการย้อมด้วยสีธรรมชาติเริ่มหายไป เนื่องจากมีสีวิทยาศาสตร์เข้ามาแทนที่ ที่หาซื้อได้ตามร้านขายเส้นไหมหรือผ้าไหม เมื่อละลายน้ำจะแตกตัว ย้อมง่าย สีสดใส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.3 ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่

เอกลักษณ์ของผ้าไหมชนบท คือ “ลาย” และ “เทคนิคการทอผ้า” ลายเก่าแก่ที่สืบทอดกันมา และถือว่าเป็นลายต้นแบบและเป็นลายเก่าแก่ของผ้าเมืองขอนแก่น คือ ลายหมี่กึ่ง ลายชั้นหมากเบ็ง ลายขอพระเทพหรือลายเชิงเทียน โดยส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดจะเป็นการทอผ้าแบบ 3 ตะกอ ทำให้เนื้อผ้าแน่น สม่่าเสมอ มีลักษณะสีและลวดลายของผ้าด้านหนึ่งสีที่บกว่าอีกด้าน สีที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิม คือ สีม่วง สีแดง สีเขียว สีเม็ดมะขาม

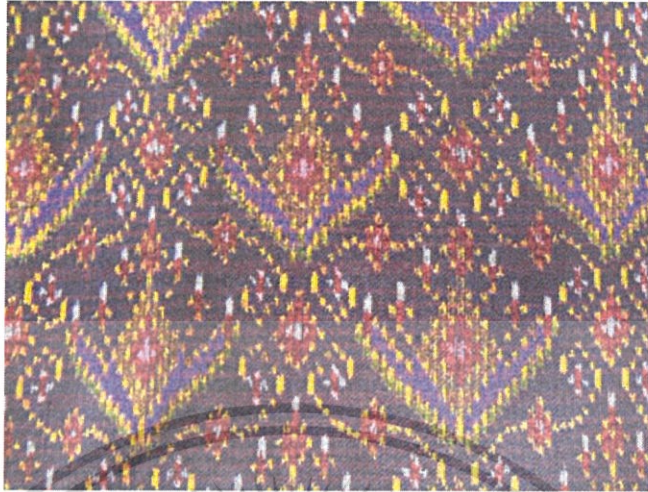
เอกลักษณ์ของการทอผ้าอีกแบบหนึ่งของชาวชนบท คือ ผ้าปุมหรือผ้าหน้านาง ซึ่งมีลักษณะแบบโจงกระเบน ประกอบด้วย ลายมัดหมี่บริเวณท้องผ้า ลายมัดหมี่หน้านาง และลายมัดหมี่ริมชายผ้าทั้งสองด้าน

ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ชนบทลวดลายดั้งเดิม เป็นลวดลายที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ใช้วิธีการมัดหมี่และทอแบบดั้งเดิม อาจเปลี่ยนแปลงสีสันทันตามความต้องการ ลายดั้งเดิมลายขนาดเล็ก ได้แก่ ลายกง ลายโคม ลายหมากจับ ลายปลาชิว ลายดอกแก้วน้อย ลายดั้งเดิมลายขนาดกลาง ได้แก่ ลายแมงมุม ลายกนกเชิงเทียน ลายขอพระเทพ ลายชั้นหมากเบ็ง ลายต้นสน ลายขาเป็ยน้อย ลายตำลึงเครือ ลายดั้งเดิมลายใหญ่ ได้แก่ ลายนาคเกี้ยว ลายขอเกี้ยว ลายสำเภาหลงเกาะ ลายต้นสนใหญ่ ลายนกยูง เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 ลายปลาชิว

ที่มา : http://www.qsds.go.th/silkcotton/k_8.php



ภาพที่ 2.2 ลายขอพระเทพ

ที่มา : http://www.qsds.go.th/silkcotton/k_8.php

2.2 ประเพณีและวัฒนธรรมอีสาน

ด้วยภูมิประเทศที่ตั้งของภาคอีสานที่อยู่บนที่ราบสูง มีการเกษตรเป็นอาชีพหลัก อีกทั้งยังติดกับประเทศเพื่อนบ้านทำให้ภาคอีสานได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมและศาสนาจากประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ภาคอีสานมีความหลากหลายทางประเพณีซึ่งได้รับอิทธิพลหลักมาจากความเชื่อเรื่องศาสนาพุทธ

2.2.1 ประเพณีบุญบั้งไฟ

2.2.1.1 ลักษณะความเชื่อ

บั้งไฟพญานาค เป็นปรากฏการณ์ที่ลูกไฟขนาดเท่าหัวแม่มือจนถึงขนาดไข่ไก่สีชมพูอมแดง ไม่มีควัน กลิ่น หรือเสียง พุ่งขึ้นจากแม่น้ำโขงสู่อากาศสูงประมาณ ๒๐-๕๐ เมตร แล้วหายไป มีจำนวนไม่แน่นอนจะเกิดขึ้นตั้งแต่เวลา ๑๘.๐๐-๒๑.๐๐ น. ในเขตท้องที่อำเภอพนมพิสัย อำเภอปากคาด กิ่งอำเภอรัตนาวาปี อำเภอบึงกาฬ อำเภอเมือง อำเภอศรีเชียงใหม่ และอำเภอสว่างคม จังหวัดหนองคาย ในวันขึ้น ๑๕ ค่ำ เดือน ๑๑ ซึ่งตรงกับวันออกพรรษา

2.2.1.2 ความสำคัญ

ชาวบ้านเชื่อกันว่าพญานาคจุดบั้งไฟขึ้น เพื่อถวายพระพุทธรเจ้าซึ่งเสด็จลงมาจากสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ เป็นพุทธรูปขาวในวันขึ้น ๑๕ ค่ำ เดือน ๑๑ แต่ถ้าปีใดมีเดือน ๘ สองหนจะตรงกับวันแรม ๑ ค่ำ เดือน ๑๑ ของทุกปี จะเกิดขึ้นที่จังหวัดหนองคายเท่านั้น ชาวบ้านต่างเผ้ารอที่จะชมความมหัศจรรย์จากสิ่งที่เกิดขึ้น พร้อมกับทำบุญในวันออกพรรษาตามความเชื่อ

2.2.2 ประเพณีผีตาโขน

2.2.2.1 ลักษณะความเชื่อ

ผีตาโขน เดิมมีชื่อเรียกว่า ผีตามคน วันแรกจะเป็นเทศกาลผีตาโขน ซึ่งเรียกวันนี้ว่า วันรวม (วันโสม) โดยจะมีพิธีเบิก พระอุปคุตต์ ในบริเวณระหว่างลำน้ำหมันกับลำน้ำซอก ส่วนวันที่สองของเทศกาลดังกล่าวจะมีพิธีจุดบั้งไฟบูชา พร้อมด้วยเครื่องแต่งกายที่หลากหลาย รวมถึงการแข่งขันเต้นรำตลอดจนขบวนพาเหรด ส่วนในวันที่สามและวันสุดท้ายจะมีการให้ชาวบ้านฟังเทศน์ และประเพณียังคงมีความเชื่อกันว่า สำหรับคนที่เล่นหรือมีการแต่งตัวเป็นผีตาโขนใหญ่ ต้องถอดเครื่องแต่งกายผีตาโขนใหญ่ออกให้หมดและนำไปทิ้งในแม่น้ำหมัน ห้ามนำเข้าบ้าน เป็นการทิ้งความทุกข์ยากและสิ่งเลวร้ายไป และรอจนถึงปีหน้าจึงค่อยทำเล่นกันใหม่

2.2.2.2 ความสำคัญ

เป็นเทศกาลที่ได้รับอิทธิพลมาจากมหาเวสสันดรชาดก ชาดกในทางพระพุทธศาสนา ที่ว่าถึงพระเวสสันดร และพระนางมัทรี จะเดินทางออกจากปากลับสู่เมืองหลวง บรรดาสัตว์ป่ารวมถึงภูติผีที่อาศัยอยู่ในป่านั้น ได้ออกมาส่งเสด็จด้วยอาลัย เป็นเทศกาลที่สนุกสนาน สามารถร่วมกิจกรรมได้ทุกรุ่นไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ ประเพณีผีตาโขนเป็นประเพณีที่ปฏิบัติกันมานานจนกลายเป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดเลย



ภาพที่ 2.3 ประเพณีผีตาโขน

ที่มา : <https://mekinnn.wordpress.com/เทศกาลผีตาโขน-ด่านซ้าย/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 ดอกขูลูนางอ้ว

2.2.3.1 ลักษณะความเชื่อ

ดอกขูลูนางอ้ว เป็นตำนานความรักที่ไม่สมหวังของ ท้าวขูลูและนางอ้วคำ ตามตำนานได้กล่าวไว้ว่า กาลครั้งหนึ่ง ณ เมืองกาสิ หรือกายนคร มีหมู่บ้านสองหมู่บ้านพากเมืองไปทางพื้นที่ลุ่มมี พ่อบ้านดูแลลูกบ้าน สองหมู่บ้านนี้รักใคร่สามัคคีกันดี ด้วยความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน 2 ครอบครัว สัญญากันไว้ว่าถ้ามีลูกชายจะให้ เป็นเพื่อนกัน มาวันหนึ่งภรรยาของพ่อบ้านทั้งสองหมูก่ตั้งครรภ์พร้อมๆกัน โดยมีอาการแพ้ท้องต่างกัน แม่หญิงบ้านโคก ปกติมีน้ำใจให้ปัน ทำทานไม่เคยขาดกลับกลายเป็นคนขี้ตระหนี่ ส่วนแม่หญิงบ้านทุ่งเกิดแพ้อยากกินส้มเลยชวนพวกพ้องบ้านทุ่งมาขอผลส้มกิน แต่แต่เพื่อนเก่าเคยแบ่งปันกลับหวงของกินไม่ยอมแบ่งปันยกให้ จนเกิดผิดใจกันระหว่างเพื่อนก็เลยเลิกคบค้ากัน ขนาดว่าจะไม่ให้ลูกหลานคบค้าสมาคมกันและแค้นใจมาก ฝ่ายบ้านโคกมีลูกชายชื่อขูลู ส่วนอีกฝ่าย มีลูกสาวชื่อ นางอ้ว เหมือนกรรมบันดาล ทั้งสองเกิดรักใคร่ชอบกันโดยไม่ฟังคำคัดค้าน จากฝ่ายพ่อแม่ทั้งสองฝ่ายเลยแม่แต่น้อยพ่อขูลูนางอ้ว กลัวลูกสาวไปปล่อยตัวปล่อยใจจนเกินงามให้ ขูลูเลยยกนางอ้วให้แต่งงานกับ ขุนหลวง หลานเจ้าสัว มหาเศรษฐีผู้กว้างขวางและเอาardtเอาเปรียบ อยู่ในเมืองกาสิ นางอ้วไม่ยินยอมเพราะมีใจให้ขูลูอยู่จึงตัดสินใจ ในคืนก่อนเข้าพิธีแต่งงานหนึ่งวันหนีตามขูลูมอบกายมอบใจให้ จากนั้นก็ตัดสินใจผูกคอตายพอขูลูมาพบเข้า สายเกินการแก้ไข จึงใช้มีดแทงตัวตายตามนางอ้วไป หลังจากตายไป ทั้งคู่ก็ไปเกิดเป็นไม้ดอกสองชนิดคู่กัน เห็นดอกขูลูเกิดที่ไหนก็จะเห็นดอกนางอ้วเกิดบริเวณใกล้ๆ กัน

2.2.3.2 ความสำคัญ

ดอกขูลูนางอ้วเป็นดอกไม้ในตำนานของทางภาคอีสาน ด้วยรูปร่างสีสันทะลุกลืนที่เป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งยังมีเรื่องราวที่น่าสนใจน้อยคนนักจะรู้จัก จึงอยากนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบเป็นลวดลายผ้า



ภาพที่ 2.4 ดอกขูลูนางอ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

เอกลักษณ์ตราสินค้า

3.1 ความหมายของอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ คือ คุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้นๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากลกับสังคมอื่นๆ ที่จะบ่งชี้ตัวตนเฉพาะ ให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย

3.2 ความสำคัญของอัตลักษณ์องค์กร

1. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร เป็นการออกแบบเพื่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้สื่อสาร และผู้รับสาร ให้สามารถรู้ความหมายและความเข้าใจที่ตรงกัน การแปลความความหมายทางสหายาโดยผ่านทางสื่อกลางต่างๆ เช่น ตัวอักษร เครื่องหมายสัญลักษณ์ และรูปภาพ อีกทั้งยังมีผลทางจิตวิทยา เป็นเครื่องเตือนความทรงจำ ข้อควรระวัง ข้อเตือนใจ ความเชื่อที่ปฏิบัติต่อกันมาของคนในสังคม เช่นสัญลักษณ์ทางศาสนา สัญลักษณ์ข้อตกลงต่างๆ เครื่องหมายจราจร จำเป็นต้องมีการออกแบบให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และเรียบง่ายสวยงาม

2. การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรช่วยทำให้เกิดความเข้าใจและการสื่อสารที่ตรงกันอย่างเป็นสากล ของทุกคนในแต่ละสังคม ผ่านทางสัญลักษณ์

3. การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กรเป็นสื่อแสดงแห่งพลังการสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการทั้งหลายที่คิดค้นขึ้นล้วนแต่เกิดจากการถ่ายทอดความคิดสร้างสรรค์ก็ออกมาผ่านการขีดเขียนหรือการสร้างภาพ (Image) ทางลักษณะของงานอัตลักษณ์ขององค์กรด้วยกันทั้งนั้นเพราะเป็นลู่ทางที่สามารถรองรับความคิดฉับพลันและการกระทำของมนุษย์ได้รวดเร็วที่สุด แม้กระทั่งมีการขีดเลกาแก้ไขตัดแปลงและนำเสนอ (Presentation) รูปร่างของความคิดหรือการประกอบเพื่อสร้างต้นแบบและคำอธิบายที่เป็นสื่อแสดงให้ผู้ดูได้รู้ได้เห็นเกิดความสนใจเข้าใจและคล้อยตามในความคิดสร้างสรรค์ที่ได้เพียรพยายามขึ้นมา ดังเช่น การเขียนแบบทางวิศวกรรม สถาปัตยกรรม เครื่องจักรกลต่างๆ ตลอดจนงานสร้างสรรค์ศิลปกรรมแขนงอื่นๆ

4. การออกแบบอัตลักษณ์ขององค์กรเป็นการเสริมสร้าง แต่งข่าวสารให้ดึงดูดสายตาและน่าสนใจขึ้นโดยการปรับปรุงเพิ่มเติมเสริมแต่งด้วยทักษะทางศิลปะและให้หลักจิตวิทยาการรับรู้เข้าช่วย เช่น การจัดวางรูปแบบของข้อความ รูปภาพ เปลี่ยนขนาด การเสนอข้อความที่กระชับรัดกุมได้ใจความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 เอกลักษณ์ตราสินค้า

1. เป้าหมายของการออกแบบคืออะไร (What Is Your Objective?) ในการออกแบบ ผู้ออกแบบต้องรู้เป็นเบื้องต้นว่าจะบอกกล่าว (Inform) เรื่องราวข่าวสารอะไรแก่ผู้รับสารบ้าง ผู้ออกแบบต้องรู้วิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับเรื่องราวต่างๆ ว่ามีการออกแบบเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น เพื่อส่งเสริมการขาย เพื่อให้ความรู้หรือความบันเทิง

2. กลุ่มเป้าหมายที่รับข่าวสารเป็นใคร (Who Is The Message Aimed At?) กลุ่มเป้าหมายอาจเฉพาะเจาะจงเป็นผู้ชาย ผู้หญิง บุคคลทั่วไป มีช่วยอายุเท่าไร ข่าวสารที่ให้มีระดับความยาก-ง่าย หรือเป็นสากลอย่างไร ซึ่งผู้ออกแบบจำเป็นต้องรู้และเข้าใจ เพื่อวางแผนจัดการกับข่าวสารและการนำเสนอให้ตรงสุดกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้

3. กลุ่มเป้าหมายที่รับข่าวสารเป็นใคร (Who Is The Message Aimed At?) กลุ่มเป้าหมายอาจเฉพาะเจาะจงเป็นผู้ชาย ผู้หญิง บุคคลทั่วไป มีช่วยอายุเท่าไร ข่าวสารที่ให้มีระดับความยาก-ง่าย หรือเป็นสากลอย่างไร ซึ่งผู้ออกแบบจำเป็นต้องรู้และเข้าใจ เพื่อวางแผนจัดการกับข่าวสารและการนำเสนอให้ตรงสุดกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้

สิ่งที่ต้องการจะพูดคืออะไร (What Needs To Be Said?) ในที่นี้หมายถึง วิธีการที่จะสื่อความหมายกับผู้รับสาร และจากการที่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้แล้วก็จะทำให้ผู้ออกแบบมีความสะดวกในการที่จะพูดหรือสื่อความหมายได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้ศัพท์ข้อความ และสื่อที่เป็นนามธรรมหรือสัญลักษณ์และเครื่องหมาย ภาพประกอบต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมตามระดับความสามารถในการรับรู้ของผู้รับ ที่จะก่อให้เกิดการจดจำ ความเข้าใจในความหมายของข่าวสารนั้นจะใช้สื่อ นำพาข่าวสารผ่านรูปแบบและกรรมวิธีใด (How Are You Going To Convey The Message?) หมายถึงว่าผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงการเลือกสื่อในการนำเสนอข่าวสารเป็นรูปแบบใดจึงจะได้ผลดีมีความเหมาะสมกับข่าวสารและผู้ออกแบบควรจะใช้วิธีการจัดการ (Organize) กับข่าวสารนั้นอย่างไรจึงจะสามารถโน้มน้าวจิตใจและสื่อความหมายต่อผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เป็นป้ายโฆษณา (Billboard) โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ ซึ่งสื่อต่างๆ เหล่านี้มีรูปแบบกรรมวิธีและให้ผลต่อการรับรู้ของคนที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นผู้ออกแบบควรคำนึงถึงการเลือกสื่อว่าจะสามารถจัดนำเสนอเป็นรูปแบบใด จึงจะเหมาะสมกับปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. จากหลักการและพื้นฐานการดำเนินการต่างๆ ที่กล่าวมานี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของระเบียบวินัย (Discipline) ของการออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กรในขั้นของการเริ่มต้นเพื่อนำสู่การจัดการกับส่วนประกอบของการออกแบบในลำดับต่อไป

3.4 ตราสัญลักษณ์

ตราสัญลักษณ์ (Logo) ราชบัณฑิตยสถาน (2530) ให้ความหมายของคำว่า “ตราสัญลักษณ์ไว้ว่า คำว่า Logo ตัดทอนมาจาก Logotype หมายถึง เครื่องหมาย ตรา สัญลักษณ์ ซึ่งสื่อความหมายเฉพาะถึงส่วนราชการ มูลนิธิสมาคม บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ อาจจะเป็นตัวอักษรหรือรูปภาพ หรือทั้งเป็นลักษณะเรขศิลป์ (Graphic Art)”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 โครงสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity Structure)

3.5.1 แก่นของเอกลักษณ์ (Core Identity) แสดงถึงความเป็นแก่นของตราสินค้า เป็นส่วนที่อยู่คงทนกับตราสินค้าตลอดไป เปรียบได้กับหัวใจของตราสินค้า บ่งบอกถึงตำแหน่งตราสินค้า เป็นการยากที่เปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์ของตราสินค้า โดยแก่นของเอกลักษณ์จะประกอบไปด้วยส่วนที่ทำให้ตราสินค้าเป็นเอกลักษณ์ และมีคุณค่า เช่น เอกลักษณ์ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ยางรถยนต์ “Michelin” ซึ่งมีแก่นของเอกลักษณ์ว่า ขับขี่ด้วยความปลอดภัย หรือ ถ้าเป็นสินค้าไทยๆ ก็เช่น ผ้าไหมจิมธอมป์สัน ผ้าไหมไทย ที่เป็นตราสินค้าที่คนไทยและชาวต่างชาติก็ถึงเป็นอันดับหนึ่งเมื่อพูดถึงผ้าไหม

3.5.2 ส่วนขยายเอกลักษณ์ (Extended Identity) เป็นส่วนประกอบที่ช่วยเสริมให้ตราสินค้ามีลักษณะรูปแบบที่เฉพาะตัวและมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เป็นการสร้างจิตวิญญาณให้กับตราสินค้า บ่งบอกถึงความเป็นตราสินค้าที่เป็นการสะท้อนให้เห็นภาพที่เป็นจุดยืนของตราสินค้า ได้แก่ บุคลิกภาพตราสินค้า รวมถึงส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น สโลแกน สัญลักษณ์ ตัวผลิตภัณฑ์

3.6 เครื่องมือสำหรับสร้าง “เอกลักษณ์ตราสินค้า”

3.6.1 ถ้อยคำเฉพาะ ชื่อตราสินค้าที่แข็งแกร่ง เมื่อเอ่ยกับคนที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย ควรกระตุ้นให้นึกถึงคำอื่นๆ และต้องเป็นคำที่ชื่นชอบ เช่น ในสมัยก่อน “การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า” “เปียร์สิงห์เปียร์ไทย” เป็นต้น

3.6.2 คำขวัญ มีบริษัทหลายแห่งที่ประสบความสำเร็จกับเพิ่มคำขวัญ หรือข้อความห้อยท้ายชื่อบริษัทหรือตราสินค้าของตน โดยจะได้รับการกล่าวถึงซ้ำๆ ในโฆษณาทุกชั้น หรือ ปรากฏตามสื่อทุกสื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีโอกาสพบเห็น ผลของการใช้คำขวัญเดียวกันครั้งแล้วครั้งเล่า สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าของคนโดยไม่รู้ตัว เช่น บัดไวเซอร์ “เจ้าแห่งเปียร์” เอทีแอนด์ที “ทางเลือกที่ถูกต้อง” “เปียร์ช่างเปียร์ไทยเหรียญทองระดับโลก”

3.5.3 สีสีน การใช้สีสีนที่เหมาะสมมีส่วนช่วยในการจดจำตราสินค้ามากที่สุดทีเดียว เช่น แคตเทอร์ฟิลลาร์ ใช้สีเหลืองกับเครื่องมือในการก่อสร้างทุกอย่างของบริษัท นอกจากนี้ สีเหลืองยังเป็นสีบริษัทของบริษัทผู้ผลิตฟิล์มอย่างโคดัก ขณะที่ไอบีเอ็มใช้สีฟ้าในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ไอบีเอ็มได้รับการขนานนามว่า “ยักษ์สีฟ้า” หรือ “บิกบูล” หรือ ถ้าเป็นตราสินค้าไทย เช่น สีม่วง-สีทองของ ธนาคารไทยพาณิชย์ หรือ สีฟ้าของ พรรคประชาธิปัตย์ เป็นต้น

3.5.4 สัญลักษณ์และโลโก้ การใช้สัญลักษณ์หรือโลโก้ก็เป็นการสื่อสารที่วิธีหนึ่ง บริษัทต่างๆ ได้สร้างโลโก้หรือดีไซน์ที่เป็นนามธรรม ซึ่งได้กลายเป็นสิ่งที่ผู้คนคุ้นเคยในเวลาต่อมา แม้แต่วิธีการเขียนชื่อตราสินค้าก็มีส่วนสร้างความแตกต่างในแง่ของการจำได้และเป็นสิ่งที่พึงจดจำ

3.5.4.1 หลักการออกแบบสัญลักษณ์ หรือ Logo นั้นเน้นความหมายของงานที่จะทำ แล้วหาสื่อมาเป็นตัวแทน ให้เข้าใจทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร

3.5.4.2 การวางรูปแบบ (Concept) หรือวางสื่อ จะนำเอาธรรมชาติ สิ่งมีชีวิต สัตว์ สิ่งของ หรือแม้แต่ตัวอักษรก็สามารถนำมาประยุกต์ ปรับใช้ได้ แล้วนำเอาทฤษฎี และหลักการทางด้านศิลปะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.4.3 การนำเสนอ (Presentation) โลกให้น่าสนใจและเข้าใจง่าย รู้จักการนำจุดเด่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และลบจุดด้อยลง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

4.1 Concept Brand MUAN

แบรนด์ MUAN เป็นแบรนด์เสื้อผ้าสตรีที่มีอายุระหว่าง 18 - 35 ปี เป็นวัยรุ่นถึงวัยทำงาน ที่มีความมั่นใจในตนเอง เป็นผู้หญิงที่รักความสวยงาม รักความสนุกสนานมีความกล้าที่จะแต่งตัวและชอบความแปลกใหม่ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ชื่นชอบศิลปะและความเป็นไทย มีความภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง และใส่ใจในรายละเอียด

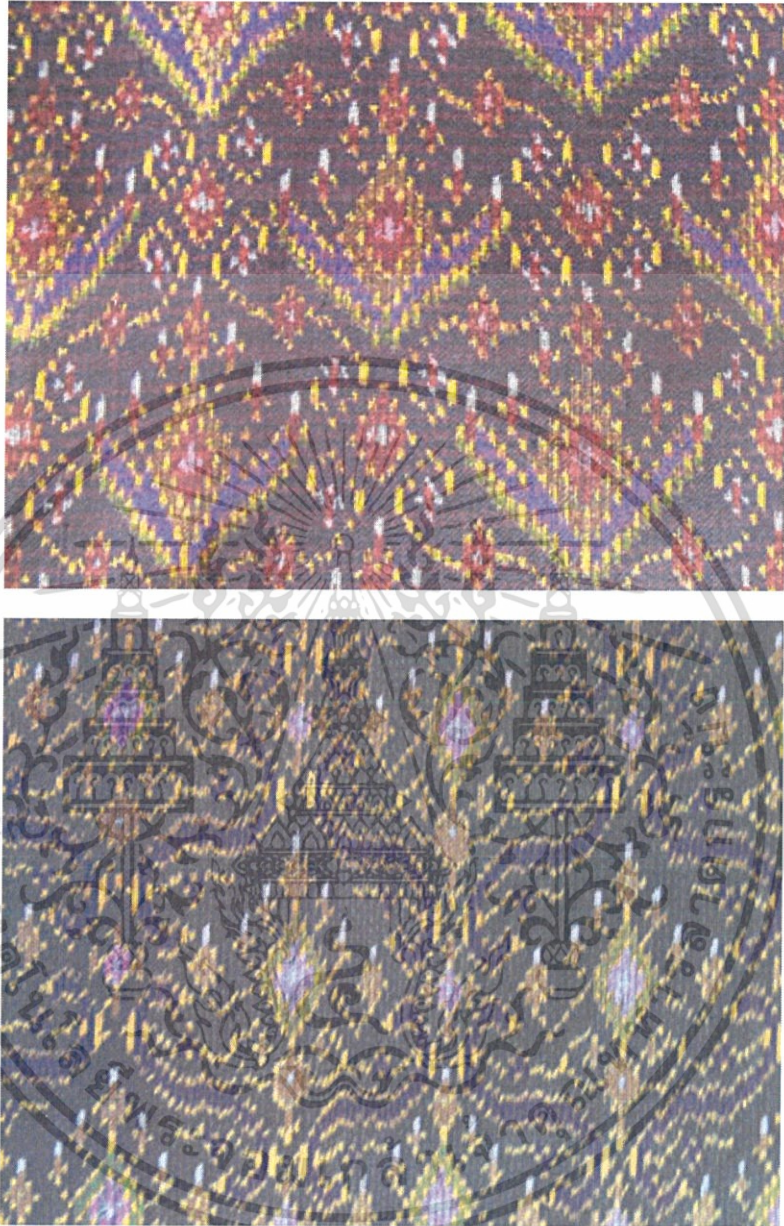
แนวทางการออกแบบสำคัญของแบรนด์ จึงเป็นการดึงเอาความโดดเด่นของสีสันทันที่จัดจ้านที่เป็นเอกลักษณ์ ร่วมกับลวดลายผ้ามัดหมี่ให้สื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์ออกมาได้ และตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ Concept Brand วัฒนธรรมที่สวมใส่ได้ โดยการนำลวดลายผ้ามัดหมี่มาผูกกับเรื่องราวทางวัฒนธรรม ได้แก่ เรื่องราวขบขันไพเราะ ผิดาไซ และดอกชอุบลนางอ้ว มาทำให้ทันสมัยมากขึ้นและสามารถสวมใส่ได้จริง

4.2 วิเคราะห์ลวดลายผ้ามัดหมี่ สี และการพัฒนาลวดลาย

เอกลักษณ์ของผ้าไหมชนบท คือ “ลาย” และ “เทคนิคการทอผ้า” ลายเก่าแก่ที่สืบทอดกันมา และถือว่าเป็นลายต้นแบบและเป็นลายเก่าแก่ของผ้าเมืองขอนแก่น คือ ลายหมี่กง ลายชั้นหมากเบ็ง ลายขอพระเทพหรือลายเชิงเทียน โดยส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดจะเป็นการทอผ้าแบบ 3 ตะกอ ทำให้เนื้อผ้าแน่น สม่่าเสมอ มีลักษณะสีและลวดลายของผ้าด้านหนึ่งสีทึบกว่าอีกด้าน สีที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมคือ สีม่วง สีแดง สีเขียว สีเม็ดมะขาม

เอกลักษณ์ของการทอผ้าอีกแบบหนึ่งของชาวชนบท คือ ผ้าปุมหรือผ้าหน้านาง ซึ่งมีลักษณะแบบโจงกระเบน ประกอบด้วย ลายมัดหมี่บริเวณท้องผ้า ลายมัดหมี่หน้านาง และลายมัดหมี่ริมชายผ้าทั้งสองด้าน

ระยะหลังๆเริ่มมีการพัฒนาเรื่องสีสันทัน มีการย้อมด้วยสีเคมี เพื่อให้สีสันทันสดใสมากขึ้น ในส่วนของลวดลาย ลวดลายผ้ามัดหมี่ในสมัยก่อนจะเป็นเรื่องของสิ่งรอบตัว เช่น ลายหมี่กง ลายขอบกักนัด ลายชั้นหมากเบ็ง ลายปลาชิว ส่วนลวดลายสมัยใหม่จะมีเรื่องราวมากขึ้น ลวดลายมีความละเอียดมากขึ้นเช่นกัน ได้แก่ ลายนกเชิงเทียน ลายขอพระเทพ เป็นต้น



ภาพที่ 4.1 ภาพตัวอย่างลวดลายผ้ามัดหมี่

4.3 แนวคิดในการออกแบบเสื้อผ้า

มีการออกแบบชุดให้มีความทันสมัยมากขึ้น ให้ชุดดูมีความสุขสนุกสนานและโดดเด่น ชุดแต่ละชุดสามารถใส่กับชุดอื่นๆได้ ประยุกต์ได้ตามใจชอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การออกแบบ

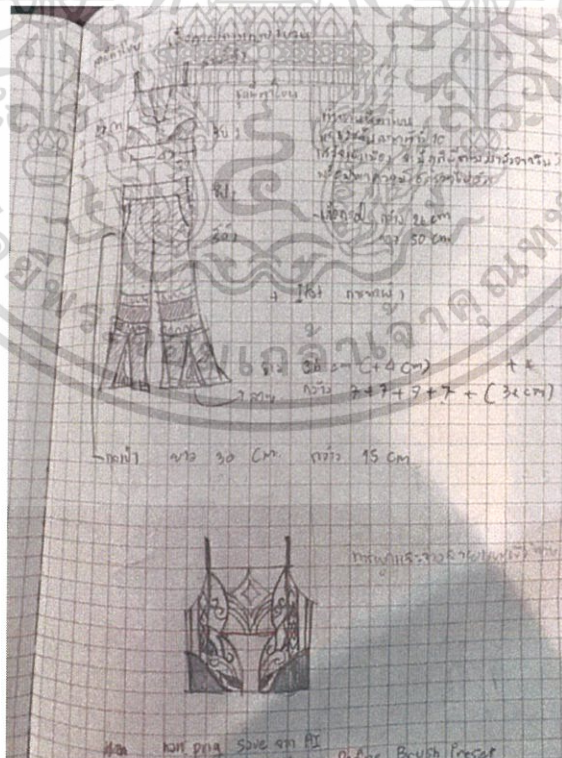
5.1 แนวทางการออกแบบ

จากแบบสำรวจของผู้ออกแบบเสื้อผ้าเรื่องพฤติกรรมการซื้อขายเสื้อผ้า ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมอีสาน ผู้คนจะนึกถึงสีส้มและความสนุกสนานเป็นลำดับแรก

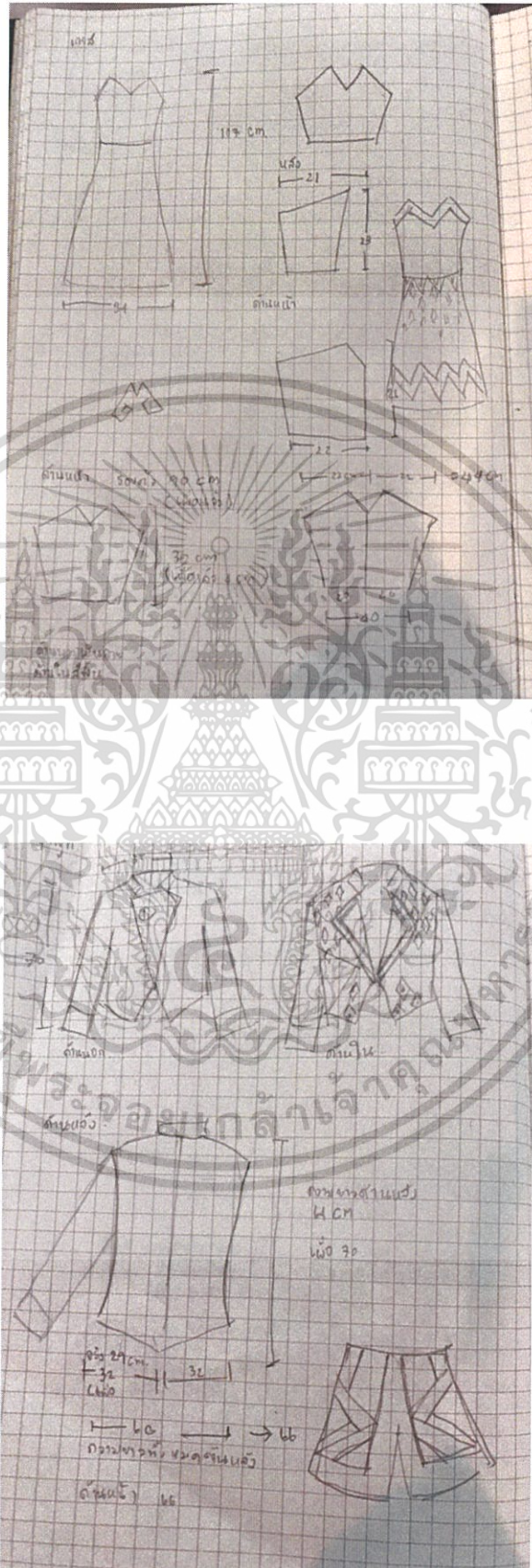
โดยทั้งนี้ลักษณะกลุ่มเป้าหมายหลักของแบรนด์คือ เป็นผู้หญิงทันสมัย วัยทำงาน (อายุ 18 - 35 ปี) เงินเดือน 15,000 บาทขึ้นไป ที่มีความสนใจเรื่องความงามการประดับตกแต่ง มีบุคลิกมั่นใจในตัวเองสูง และชอบใช้เครื่องประดับที่มีดีไซน์แปลกใหม่ โดดเด่นเสริมบุคลิกความมีสไตล์ เท่ มีเอกลักษณ์ ดูทันสมัย

เหตุนี้จึงทำให้มีการวางแนวทางการออกแบบโดยจะเน้นไปที่ใช้สีส้มที่คนคิดถึงภาคอีสาน 70% ลวดลายผ้ามัดหมี่และพื้นผิว 30% เพื่อแสดงภาพลักษณ์ของความสุขสนานไว้

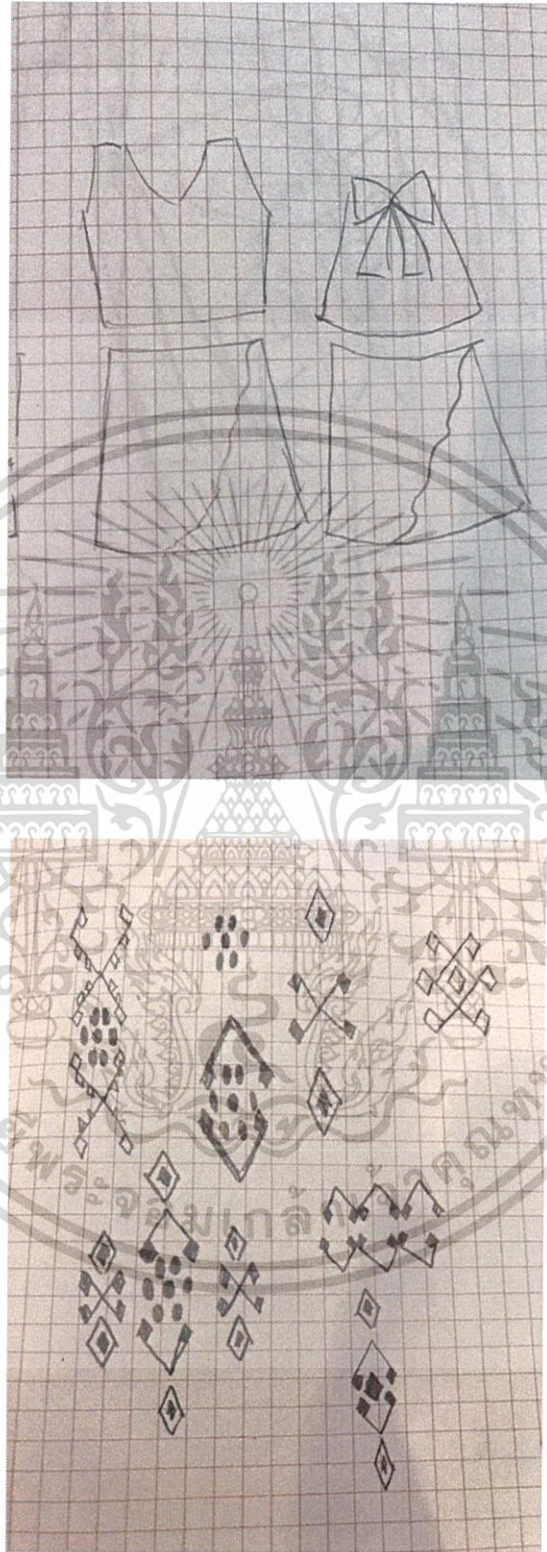
5.2 เริ่มออกแบบเสื้อผ้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.1 แบบร่างชุดและลวดลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำแบบร่างมาพัฒนาในคอมพิวเตอร์ พร้อมทั้งสร้างแบบจำลองและปรับสีก่อนพิมพ์ผ้า



ภาพที่ 5.2 ไฟล์ภาพที่จะให้โรงพิมพ์พิมพ์ลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.3 ชิ้นตัวอย่างแบบเสื้อผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.4 ภาพผ้าที่ได้จากการพิมพ์
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยฺาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.5 ภาพชุดที่พิมพ์ผ้าและตัดเย็บเรียบร้อยแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 การออกแบบโลโก้

เน้นการออกแบบให้สื่อถึงวัฒนธรรมอีสานมากที่สุด



กoon

K
K O O N

KOON



๓UAN

๓

ม่วน

MUAN

๓

ภาพที่ 5.6 ภาพโลโก้แบบร่างครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



MUAN



UAN



MUAN






MU
AN



MU
AN



UAN

ภาพที่ 5.7 ภาพโลโก้แบบร่างครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 การออกแบบนามบัตร

เน้นการออกแบบให้ดูทันสมัย เรียบง่าย แต่ยังคงความมีสีสันที่เป็นเอกลักษณ์

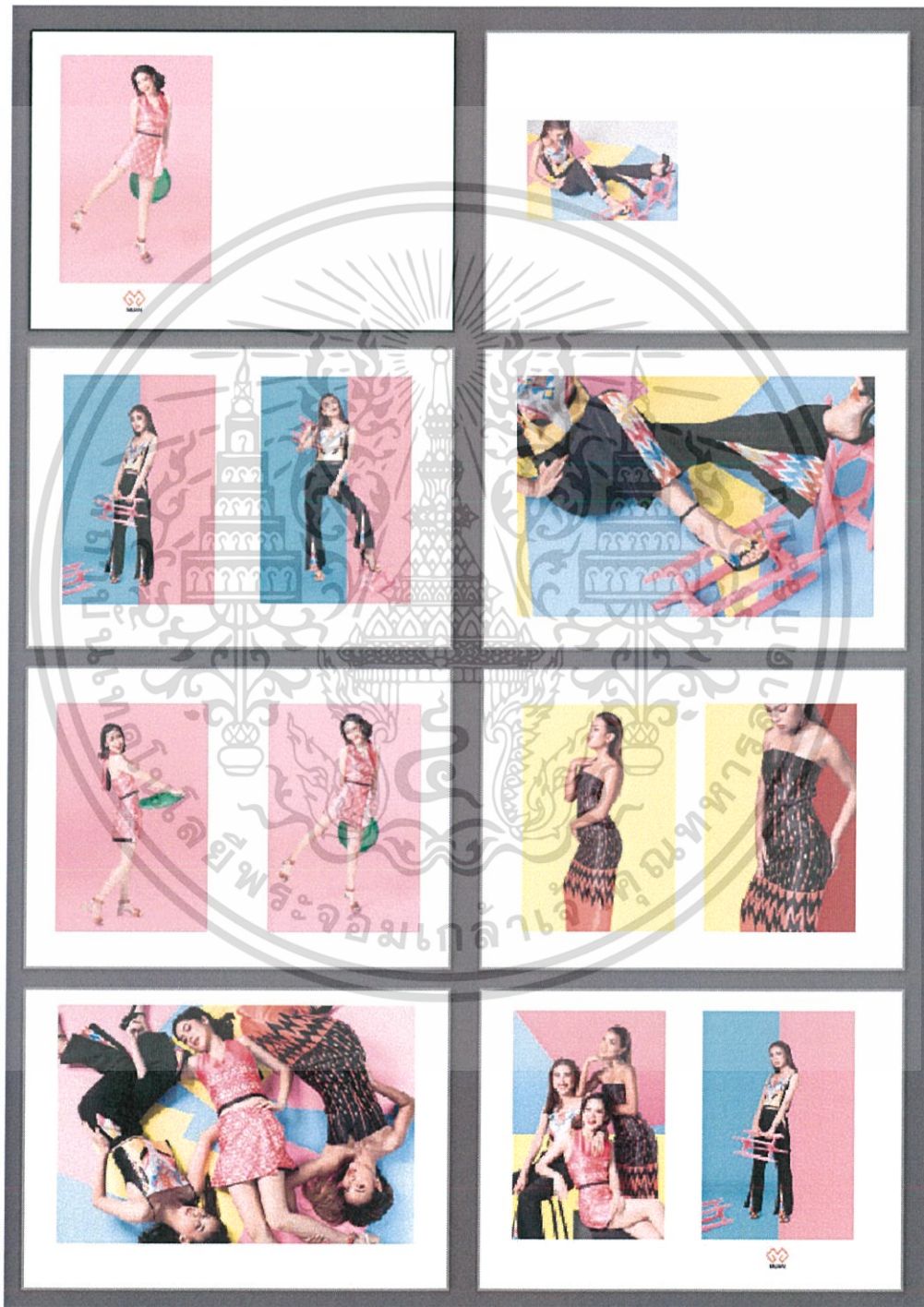


ภาพที่ 5.8 แบบรายนามบัตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.5 การออกแบบ lookbook

เน้นการการออกแบบให้เรียบง่าย น่าอ่าน แสดงแต่ละชุดและรายละเอียดของแต่ละชุดได้อย่างเหมาะสม สีสดใส ดึงดูดให้เปิดอ่าน



ภาพที่ 5.9 แบบร่าง Lookbook

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

ผลงานสำเร็จ

6.1 Corporate Identity

6.1.1 สัญลักษณ์ของแบรนด์



ภาพที่ 6.2 Logo on grid

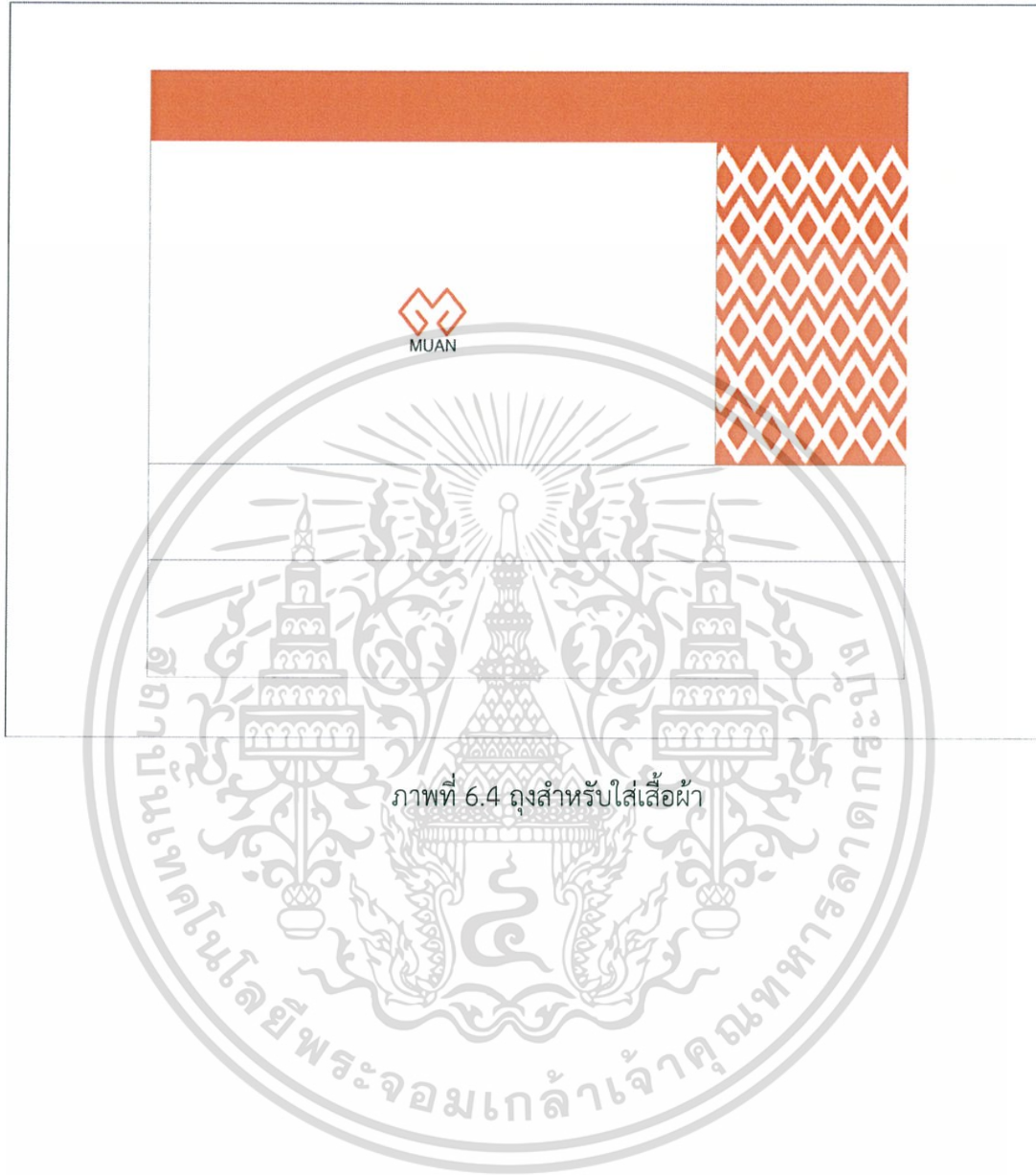
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.2 นามบัตรร้าน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.3 ถุงสำหรับใส่เสื้อผ้า



ภาพที่ 6.4 ถุงสำหรับใส่เสื้อผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

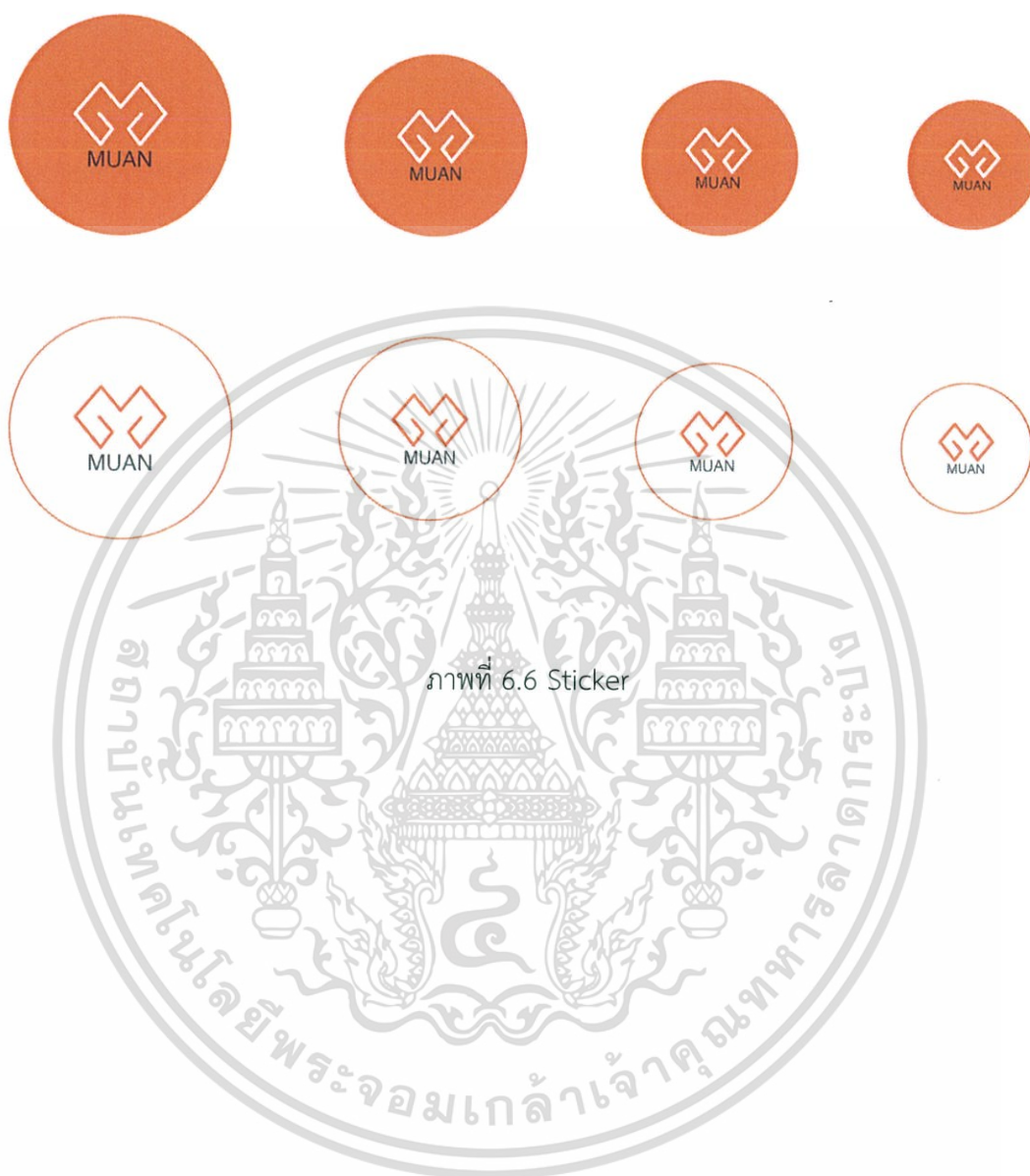
6.1.4 กระดาษสำหรับห่อเสื้อผ้า



ภาพที่ 6.5 กระดาษห่อเสื้อผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.5 Sticker



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.6 tag สำหรับห้อยเสื้อผ้า



ภาพที่ 6.7 Tag ห้อยเสื้อผ้า

6.1.7 ภาพรวมสำหรับ Coperate Identity



ภาพที่ 6.8 ภาพรวม Coperate Identity

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูงานนี้ เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.1.8 Font

Ganika

English

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W

X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . - , : ;

ภาษาไทย

ก ข ฃ ค ฅ ฉ ง จ ฉ ช ซ ฌ ญ ฎ ฏ ฐ

ฑ ฒ ณ ด ต ถ ท ธ น บ ป ผ ฝ พ ฟ ภ

ม ย ร ล ว ศ ษ ส ห ฬ อ ฮ

๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙ ๐

-ะ -า -ิ -ึ -ุ -เ -แ -ะ -โ -เ -็ -๋ +

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2 ชุด

ชุดที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก ดอกชอุณางอ้ว บั้งไฟพญานาค และผีตาโชน



ภาพที่ 6.9 สวดลายจากดอกชอุณางอ้ว



ภาพที่ 6.10 สวดลายจากบั้งไฟพญานาค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.11 ลวดลายจากผ้าตาข่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3 Lookbook



งานนี้เป็นการดำเนินงานภายใต้การสนับสนุน จากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่ และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยได้รับการสนับสนุนจาก บริษัทเอกชนชั้นนำ จำนวน 10 บริษัท และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดสุโขทัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.12 ภาพจาก Lookbook

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุป

การออกแบบลวดลายผ้าที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมอีสาน สำเร็จและบรรลุเป้าหมายตอบสนองการใช้งานที่ได้ตั้งเอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ภาพลักษณ์ หรือกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ก็ตาม แม้ในบางส่วนของงานจะยังบกพร่อง ไม่ได้แก้ไขมากเท่าที่ควร แต่โดยรวมแล้วก็สามารถแสดงภาพลักษณ์ของแบรนด์เสื้อผ้าที่แตกต่าง และสง่างามออกมาได้

7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

ในการทำกราฟิกให้ลวดลายผ้าที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมอีสาน เกิดปัญหาและพบข้อจำกัดในการศึกษา ดังนี้

1. ในตอนเริ่มต้นงานยังมีความสับสนว่าควรจะเริ่มต้นนำลวดลายผ้ามัดหมี่มาผสมกับเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมอย่างไรให้ดูทันสมัย เพราะในส่วนของลวดลายที่ใช้ในการทอผ้ามัดหมี่นั้นก็ยังมีมากมาย จนกระทั่งได้นำจุดเด่นของแต่ละเรื่องราว สีที่บุคคลทั่วไปนึกถึงเป็นอย่างแรกที่พูดถึงภาคอีสานจากการทำแบบสำรวจกลุ่มเป้าหมายจึงถือเป็นสิ่งที่ถือได้ว่ามีความสำคัญ ช่วยให้สามารถกำหนดแนวทางการออกแบบได้ง่ายขึ้น และชัดเจน
2. ปัญหาในการพิมพ์ผ้า การเลือกเนื้อผ้าที่มีความมันวาวเพราะต้องการให้ความรู้สึกคล้ายผ้าไหม ทำให้เมื่อพิมพ์ออกมาสีค่อนข้างสดใสเกินความจริงไปหน่อย
3. ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างข้าพเจ้าเองกับคนออกแบบชุดและคนตัดเย็บเสื้อผ้า ทำให้ชุดไม่ได้ออกมาตามที่คาดหวังไว้
4. ไม่สามารถควบคุมระยะเวลาที่ร้านพิมพ์ผ้าและช่างตัดเย็บเสื้อผ้าทำงานได้ ทำให้ต้องวางแผนและส่งงานล่วงหน้า และหากส่งงานในระยะเวลาที่กระชั้นชิด และเกิดความผิดพลาดจะไม่สามารถแก้ไขได้
5. ความผิดพลาดในขั้นตอนของการพิมพ์ผ้า เช่นไม่ชัดบ้าง สีหมึกเลอะผ้าบ้าง เป็นต้น

7.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำงานอย่างละเอียด และทำความเข้าใจให้ถ่องแท้ก่อน ออกแบบ
2. การทำแบบสำรวจ มีส่วนช่วยในการกำหนดแนวทางการออกแบบได้อย่างมาก ใช้เป็นเหตุผล ในการนำเสนอแบบร่างได้
3. การวางแผนกำหนดขั้นตอน รวมไปถึงระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล ทำแบบร่าง และ ทำงานจริง ควรทำอย่างละเอียด หากเป็นไปได้ให้กำหนดว่าในแต่ละสัปดาห์งานต้องเสร็จลุล่วงเท่าไร เพื่อจะได้เผื่อเวลาเอาไว้แก้ไขงาน หรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการทำงานได้ทันเวลา
4. ขั้นตอน กระบวนการ หรือวิธีการผลิต เป็นสิ่งที่ต้องศึกษาอย่างถี่ถ้วน ตั้งแต่การเตรียมไฟล์ ไปจนถึงการพิมพ์ผลิตผลงานจริง เป็นส่วนที่ต้องระมัดระวังอย่างมาก

7.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 7.1 เข้าใจถึง กระบวนการสร้างลวดลายผ้า
- 7.2 เข้าใจเกี่ยวกับการพิมพ์ผ้าและเทคนิคการผลิตในปัจจุบันเพื่อศึกษาและประยุกต์ลวดลายให้ เหมาะสมการใช้ในปัจจุบัน
- 7.3 ได้ความรู้ใหม่ที่ไม่เคยรู้มาก่อน เช่นวิธีการแกะแบบเสื้อผ้า การหาร้านพิมพ์ผ้า การเลือกผ้า แต่ละชนิดให้มีความเหมาะสมกับงาน
- 7.4 รู้จักการวางแผนในการทำงานมากขึ้น การกำหนดในระยะเวลาในการทำงานอย่างชัดเจน

บรรณานุกรม

- <http://www.thaitambon.com/shop/0261211141-กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านหัวฝาย>
 Wikipedia. บั้งไฟพญานาค [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :<https://th.wikipedia.org/wiki/บั้งไฟพญานาค>
- Wikipedia. ผีตาโชน [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :<https://th.wikipedia.org/wiki/ผีตาโชน>
- Gotoknow. ตำนานดอกขลุ่ยนางอ้ว [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :<https://www.gotoknow.org/posts/520682>
- Gsds. ประวัติผ้าไหมมัดหมี่ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :http://www.qsds.go.th/monmai/cloth_history.php?cloth_id=3
- Gsds. ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท [ออนไลน์]. http://www.qsds.go.th/silkcotton/k_8.php



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	เบญจมาภรณ์ ศรีพุกทา
ที่อยู่	1/78 ม.6 ถนนศรีจันทร์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
การติดต่อ	E - mail : benji-s@hotmail.com Tel. : 092-146-4215

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2549 (ปีการศึกษา 2548)	ประถมศึกษา โรงเรียนมหาไถ่ศึกษาขอนแก่น
พ.ศ.2555 (ปีการศึกษา 2554)	มัธยมศึกษา โรงเรียนกัลยาณวัตร
พ.ศ.2560 (ปีการศึกษา 2559)	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้