

ลวดลายเรขศิลป์ส่วนประดับของปราสาทขอม บนผ้าไหมมัดหมี่ต่อการออกแบบเครื่องแต่งกาย

Graphic Patterns Adopting from Architectural Decoration of Khmer Temples in Ikat Silk of Cloth Design

สมบัติ ประจักษ์สันต์^{1/}
Sombat Prajongsant^{1/}

(Received: 23 June 2015; Accepted: 14 August 2015)

Abstract: The concept of promoting the economic development is created by propelling the economy based on using the knowledge base. Researchers have recognized the value of the Khmer temple architectural decoration (KAD) accommodation can be a model to create two dimension graphic design (2DG) with contemporary style: universal but local identity. This research objective was to design products from KAD in Buriram province Ikat silk textile and to follow up and study consumers' acceptance of products. Methods used to design and produce the product design process were 4 women's dress and 2 men's shirts. The results for the consumers were a total of 120 people. The properties of the sample population was female, aged 51-60 years with a 25,001 to 30,000 baht per month. The results from the study of the consumer acceptance of products showed that when they first saw the product, they loved it. They liked the pattern that reflected the pattern of the seen in the Khmer temple. They believed that handmade product would become popular and they were proud of in their cultural heritage that maintains their identity in the globalization.

Keywords: Graphic patterns, Khmer temple, silk, Ikat, cloth

^{1/}สาขาวิชาเทคโนโลยีสถาปัตยกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จ.บุรีรัมย์ 31000

^{1/}Department of Architectural Technology, Faculty of Industrial Technology, Buriram Rajabhat University, Buriram 31000, Thailand

บทคัดย่อ: จากแนวคิดส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทำให้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นคุณค่าของลวดลายส่วนประดับของปราสาทขอมทั้งดงามสามารถนำมาเป็นต้นแบบสู่การสร้างสรรคัลวดลายเรขศิลป์ 2 มิติให้มีลักษณะร่วมสมัย เป็นสากลแต่คงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าไหมมัดหมี่และติดตามผลการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค วิจัยดำเนินการวิจัยได้ออกแบบเครื่องแต่งกายเป็นเสื้อกระโปรงชุดสำหรับสตรี จำนวน 4 ชุด และเสื้อบุรุษ จำนวน 2 ตัว แล้วสอบถามตัวอย่างผู้บริโภค จำนวน 120 คน โดยมีคุณสมบัติของประชากรที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 51-60 ปี มีรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาท ต่อเดือน ผลการวิจัยพบว่า ความรู้สึกเมื่อแรกเห็นผลิตภัณฑ์รู้สึกชื่นชอบ ลวดลายสื่อถึงลวดลายส่วนประดับปราสาทขอมได้ และส่วนใหญ่รับรู้ถึงคุณค่าของงานหัตถศิลป์ภาคภูมิในภูมิปัญญาผดไทยอันเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของตนให้ดำรงอยู่ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์

คำสำคัญ: ลวดลายเรขศิลป์ ปราสาทขอม ไหม มัดหมี่ เครื่องแต่งกาย

คำนำ

ในปี พ.ศ. 2554 ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบต้นแบบลวดลายเรขศิลป์จากส่วนประดับของปราสาทขอมจำนวน 14 ลาย และได้ทำไปเผยแพร่สู่กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมมัดหมี่ที่ทดลองผลิตจำนวน 3 กลุ่ม จำนวน 2 ลาย และในปี พ.ศ. 2555 ผู้วิจัยได้ทดลองให้กลุ่มผู้ผลิตผลิตเพิ่มเติมอีกจำนวน 6 ลาย 8 แบบ พบผลการวิจัยพบว่าลายลายมีขนาดไม่คงที่ (สมบัติ, 2554) ผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคเห็นว่าลวดลายมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยเสนอให้มีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ (สมบัติ, 2555) ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหากมีการทดลองปรับปรุงการผลิตผ้าไหมมัดหมี่และมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จะช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าจะสามารถนำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ช่วยให้เกิดการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาศิลปะขอมในปราสาทขอมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีปราสาทขอมที่สำคัญ คือ ปราสาทเขาพนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำ ที่เชื่อมโยงตามเส้นทางอารยธรรมขอมในประเทศไทยและราชอาณาจักรกัมพูชา โดยปราสาทขอมทั้งสองล้วนมีลวดลายที่ประดับตกแต่งสถาปัตยกรรมทั้งดงาม สามารถนำมาเป็นต้นแบบสู่การสร้างสรรคัลวดลายเรขศิลป์ 2 มิติให้มีลักษณะร่วมสมัย ตามแนวทางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษาการสร้างสรรคงาน และการใช้ทรัพยากรสินทางปัญญาที่

เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีในวัฒนธรรมสมัยใหม่อันเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่นให้มีเอกลักษณ์และมีความเป็นสากลได้ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2 ประการ ได้แก่ เพื่อนำผ้าไหมมัดหมี่ลายเรขศิลป์ส่วนประดับของปราสาทขอมสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและเพื่อประเมินผลผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายสู่การผลิตเชิงพาณิชย์

อุปกรณ์และวิธีการ

- 1) ออกแบบและผลิตผ้าไหมมัดหมี่ลวดลายเรขศิลป์ 2 มิติที่มีแรงบันดาลใจจากลวดลายส่วนประดับของปราสาท
- 2) ออกแบบและตัดเย็บเครื่องแต่งกาย เสื้อบุรุษจำนวน 2 ชิ้น เสื้อกระโปรงชุดสตรี จำนวน 4 ชิ้นงาน
- 3) ติดตามผลการยอมรับผลิตภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) การสุ่มตัวอย่างตามจุดมุ่งหมาย (purposive sampling) จำนวน 120 คน ที่เข้าชมนิทรรศการแสดงผลผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย

ผลการศึกษา

จากลวดลายจำหลักบนหินทรายของปราสาทขอม ทั้งลวดลายบนฐาน หน้าบัน ทับหลัง ผนัง และเครื่องยอด หลังคา (ภาพที่ 1) พิจารณาเชิงการออกแบบสามารถอธิบายลวดลายส่วนประดับทางสถาปัตยกรรมของปราสาทขอม พบว่ามีลักษณะเป็นลายแถบแนวนอน อันเกิดจากการผูกประกอบลายเรียงต่อกันในแนวนอน ส่วนที่เสียดกับผนังเป็นการต่อลายแนวตั้งที่มีการรักษาความได้สัดส่วนโดยมีการตกแต่งอย่างมากมายจนแทบไม่มีที่ว่างอันเป็นพื้นภาพหรือฉากหลังของตัวลาย จัดวางลายแบบต่อเนื่อง คือ การจัดจังหวะของหน่วยแต่ละหน่วยให้มีความต่อเนื่องกัน ทำให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวของลวดลาย ผู้วิจัยใช้ภาพลวดลายประดับเป็นต้นแบบเนื่องจากวิเคราะห์ถึงกาลเทศะว่าลวดลายที่สามารถนำมาใช้เป็นต้นแบบที่มีความเหมาะสมกับผ้าทอคือลวดลายที่ไม่กระทบต่อระบบคติความเชื่อ เพื่อมิให้เกิดภาพลักษณ์เชิงลบต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ลายหน้ากระดาน

สลักลายประจำยามขนานข้างด้วยแนวลูกประคำ ลายบัวคว่ำ ลายกลีบบัว ลายใบไม้ม้วน ลายบัวกุ่ม ลายใบไม้ ลายก้านตอดอก ลายก้านขด ลายท่อนพวงมาลัย เป็นต้น จากนั้นใช้กระบวนการออกแบบเรขศิลป์ อันเป็นการออกแบบรูปภาพสัญลักษณ์ที่มองเห็นด้วยตา โดยการแปรเปลี่ยนองค์ประกอบ (transformation of element) ด้วยวิธีการลดรูป (subtractive) โดยลดลอนรายละเอียดของลาย คงเหลือแต่โครงสร้างลายหลัก จากนั้นพัฒนาไปสู่การออกแบบลวดลายสำหรับการมัดหมี่โดยอาศัยการกำหนดลายลงในตาราง (ภาพที่ 2) การนำลายไปใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมีข้อจำกัดเรื่องเทคนิคการสร้างลายด้วยเทคนิคมัดหมี่ ทำให้ต้องใช้ลายที่มีรายละเอียดไม่มากหรือลายขนาดใหญ่ เพื่อไม่ให้คุณลักษณะของลวดลายเปลี่ยนไป นำลายต้นแบบไปออกแบบลวดลายโดยใช้เทคนิคการซ้ำ ให้ทิศทางของลายเป็นแบบตั้งขึ้นทางเดียว หรือวางสลับเว้นระยะของลายให้เกิดที่ว่าง และออกแบบโครงสร้าง ทำให้ได้ลวดลายมัดหมี่จำนวน 6 แบบ (ภาพที่ 3)



Figure 1 Architectural decoration of Khmer temples: Prasat Pha Nuum Rung and Prasat Mueng Tum

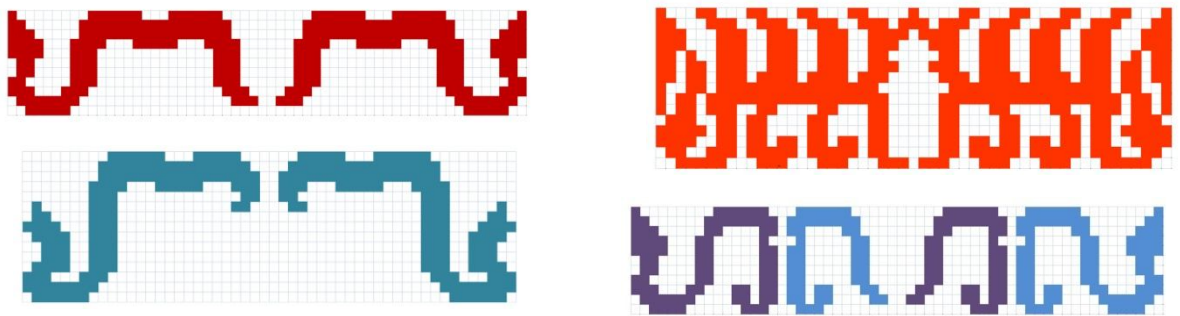


Figure 2 Graphic patterns adopting from architectural decoration of Khmer temples in graph



Figure 3 Colour design

ในการผลิตผ้าไหมมัดหมี่มีกระบวนการผลิตที่ต้องอาศัยผู้ทรงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญด้านผ้าทอมือชั้นครูหลายคน ตั้งแต่กระบวนการปลูกหม่อน เลี้ยงไหม สาวไหม เตรียมเส้นไหม ฟอกไหม ย้อมสีไหม มัดหมี่ ทอด้วยกี่จนถึงการตกแต่งผิวสัมผัส ดังภาพที่ 4 ทุกขั้นตอนต้องกระทำด้วยความประณีต ปรับแต่งอารมณ์ของช่างให้แจ่มใสก่อนลงมือทำไม่เช่นนั้นจะได้ผลงานที่ไม่งดงามอย่างสม่ำเสมอและไม่ต้องสงสัยเลยว่า ผู้ทรงภูมิปัญญาเหล่านี้เป็นดังศิลปินผู้สร้างสรรค์งานศิลปะ ผลิตงานแต่ละขั้นตอนด้วยใจและสองมือ พัฒนา

จากแบบลวดลายบนกระดาษจนเป็นผืนผ้าไหมมัดหมี่ที่งดงามได้อย่างน่ามหัศจรรย์ เป็นการทำงานด้วยหัวใจที่เป็นสุข ทำด้วยใจรักด้วยความภาคภูมิใจ ขณะที่ทอผ้าอย่างละเอียดถึงบรรพบุรุษ เป็นความทรงจำที่หวนระลึกถึงภาพทอผ้าในอดีตส่งต่อความผูกพันดั้งเดิมใหม่ที่ทอสานกันเป็นผืน ผ้าทอจึงเป็นดังลมหายใจเข้า หายใจออก ใจอยู่กับผ้า ชีวิตอยู่กับผ้า จึงไม่เกินเลยที่จะกล่าวว่าผ้าทอคือชีวิตของศิลปิน เป็นพลวัตสืบต่อดังลมหายใจ ได้ผลงานผ้าไหมมัดหมี่ทอมือที่มีลวดลายเรขาคณิตจากส่วนประดับปราสาทขอม ดังตัวอย่างในภาพที่ 5

ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องแต่งกายและทดลองให้กลุ่มผู้ผลิตแปรรูปผ้าไหมมัดหมี่เป็นผลิตภัณฑ์จำนวน 2 ชนิด เป็นเสื้อกระโปรงชุดสำหรับสตรีสำหรับใส่กลางวัน จำนวน 4 ชุด (ดังภาพที่ 6) และเสื้อบุรุษ จำนวน 2 ตัว ผลการติดตามการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องแต่งกาย พบว่าผู้ผลิตสามารถผลิตตามแบบที่ได้ออกแบบไว้ได้ทั้งหมด ดังภาพที่ 7 หากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถชักทำความเข้าใจได้ บ่อยหรือต้องการกันเปื้อน เช่น เสื้อผ้าที่ใส่ในชีวิตประจำวัน หรือไปงานเลี้ยงอาจเพิ่มคุณลักษณะของผ้าไหมมัดหมี่ให้สะท้อนน้ำด้วยสารเคมี แต่ไม่มีผลต่อการตัดเย็บในการอัดผ้าขาว และไม่รู้ถึงถึงการไม่ระบายเหงื่อต่างจากผ้าไหมอัดขาวทั่วไป แต่หากใช้สารเคมีมากเกินไปผ้าที่ได้จะกระด้าง ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามตัวอย่างผู้ประกอบการที่เข้าชมการแสดงนิทรรศการผลงานวิจัยได้เห็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าไหมมัดหมี่

ลวดลายเรขศิลป์จากลวดลายส่วนประดับปราสาทขอมที่ผู้วิจัยออกแบบ จำนวน 120 คน โดยมีคุณสมบัติของประชากรที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 51-60 ปี มีรายได้ 25,001-30,000 บาท ต่อเดือน พบว่าความรู้สึกเมื่อแรกเห็นผ้าไหมมัดหมี่ลวดลายเรขศิลป์จากส่วนประดับปราสาทขอมประชากรที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่รู้สึกชื่นชอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ในระดับมากที่สุดโดยเห็นว่าลวดลายสื่อถึงลวดลายส่วนประดับปราสาทขอมได้ในระดับมากและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรู้สึกชื่นชอบสีเส้นและลวดลายโดยรวมในระดับมากที่สุด ชื่นชอบเนื้อผ้าโดยรวมในระดับมาก และชื่นชอบผลิตภัณฑ์แปรรูปโดยรวมทั้งชุดเสื้อกระโปรงสตรีและเสื้อบุรุษในระดับมากที่สุด นอกจากนี้เห็นว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปมีแนวโน้มจะได้รับความสนใจจากตลาดในระดับมาก ดังตารางที่ 1



Figure 4 Local wisdom: Ikat marker in Buriram province

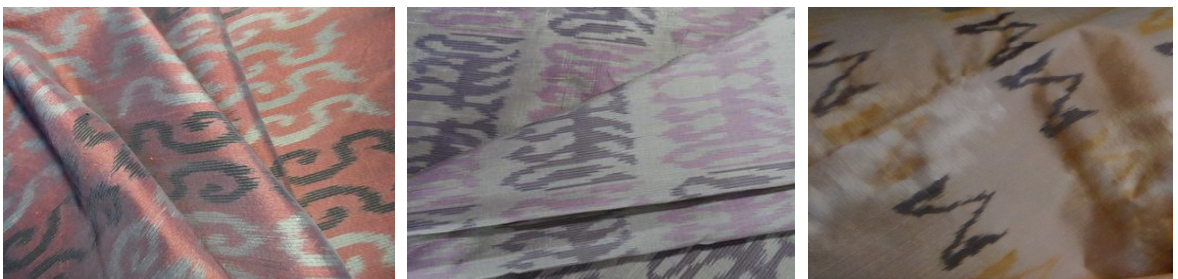


Figure 5 Ikat silk of graphic pattern adopting from architectural decoration of Khmer temples



Figure 6 Sketch design: dress

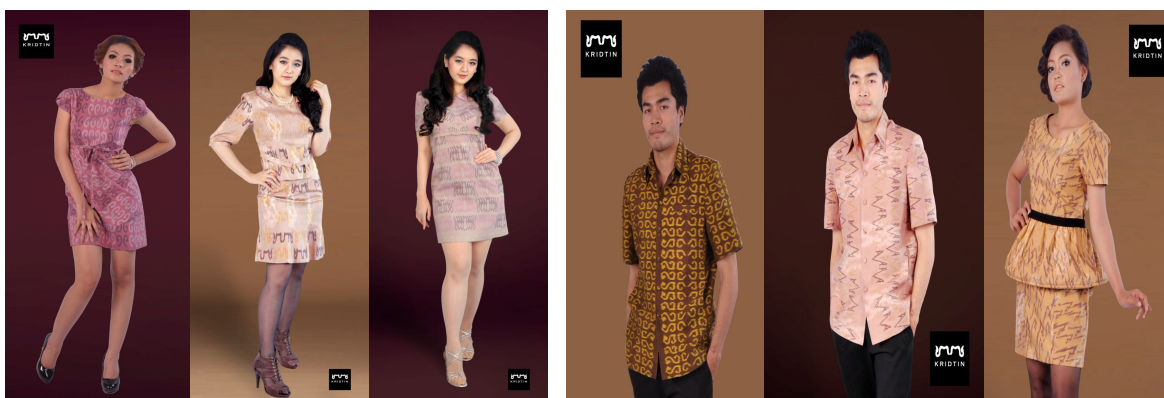


Figure 7 Ikat silk product design

Table 1 The results from the study of the consumer acceptance of products showed that sense when first saw the product

The consumer acceptance of products	$\bar{X}$	S.D.	Meaning
1. Favorite Ikat silk product	4.66	0.48	highest
2. Pattern reflects the pattern of the KAD	3.88	0.73	high
3. Unique product	4.71	0.47	highest
4. Favorite color	4.83	0.37	highest
5. Favorite pattern	4.80	0.40	highest
6. Favorite texture	4.48	0.69	high
7. Favorite products	4.61	0.49	highest
8. Expected to have the attention of the market	4.46	0.50	high

วิจารณ์

จากการวิจัยพบว่า ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ถึงควมมีเอกลักษณ์ของลวดลายเรขศิลป์ เมื่อมีการนำเสนอเรื่องราวที่มาของแนวความคิดในการออกแบบและภาพของลวดลายส่วนประดับของปราสาทขอมประกอบแล้วทำให้เกิดการรับรู้ได้ถึงลวดลายส่วนประดับจากปราสาทขอมในระดับมาก แตกต่างจากงานวิจัยเดิมที่ไม่มีการนำเรื่องราวที่มาของแนวความคิดในการออกแบบและภาพของลวดลายส่วนประดับของปราสาทขอมประกอบทำให้เกิดการรับรู้ได้ในระดับน้อย (สมบัติ, 2555) ในการนำเสนอเรื่องราวที่มาของแนวความคิดในการออกแบบและภาพของลวดลายส่วนประดับของปราสาทขอมประกอบเหล่านั้นเป็นการช่วยขยายประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค เกิดเป็นเรื่องราวประกอบผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ส่วนความสำคัญของการสื่อของลวดลายนั้นยังคงได้ผลสอดคล้องกับงานวิจัยเดิม กล่าวคือ บางส่วนเห็นว่าการสื่อความหมายของลายมีความจำเป็นและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่บางส่วนเห็นว่าไม่จำเป็นขอให้มีการออกแบบลายและสีที่เหมาะสม ผู้บริโภค สามารถสร้างความหมายใหม่ให้กับตนเองจากลวดลายผ้าซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องตรงกับผู้ออกแบบต้องการให้เป็นย่อมเป็นได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรสนิยมความพึงพอใจส่วนบุคคล (สมบัติ, 2555) แต่เน้นจุดสนใจที่องค์ประกอบศิลป์โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับหนึ่ง นั้นหมายถึงการจัดโครงสร้างระหว่างสีพื้นและลวดลาย ส่วนความชอบของแต่ละเฉดสีเป็นภาวะส่วนบุคคล จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบสีเส้นโดยรวมของผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด เนื่องจากมีความสวยงามแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสมบัติและคณะ (2547)

นอกจากเห็นลักษณะทางกายภาพแล้ว ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ถึงคุณค่าของงานหัตถศิลป์มีคุณค่าเป็นงานฝีมือที่มีขึ้นเดียวในโลก ต่างจากการทอด้วยเครื่องจักรที่ทำซ้ำได้เหมือนกันทุกชิ้น และการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ทอมือทำให้เกิดความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาบรรพบุรุษไทยอันเป็นความรู้สึกลึกซึ้งที่ต้องการ

แสดงอัตลักษณ์ของตนให้ดำรงอยู่ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ จึงทำให้ประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นว่าผลิตภัณฑ์จะได้รับความนิยมจากตลาดในระดับมากเนื่องจากสินค้ามีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสูงสอดคล้องกับงานวิจัยของจากการศึกษาของสร้อยญา (2552) ที่รายงานว่าการมีการออกแบบลวดลายร่วมสมัยไม่ใช่ลายโบราณมีแนวโน้มเลือกซื้อมาใช้ หลายคนที่ไม่ใช้ผ้ามัดหมี่เพราะผ้าดังกล่าวอยู่ในภาพลักษณ์ผ้าถุงผ้าถุงสำหรับผู้เฒ่าผู้แก่ แม้แต่คนวัยทำงานอายุ 30 ปีขึ้นไปยังต้องการภาพลักษณ์การสวมใส่เสื้อผ้าที่ดูคล่องแคล่ว (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2546) และการศึกษาของศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ (2555) ที่รายงานว่าผู้บริโภคต้องการให้มีการพัฒนาลวดลายและสีให้เลือกหลากหลายและมีการตัดสินใจซื้อผ้าไหมจากสีเส้นและลวดลายสวยงามถูกใจ และสีเส้นความสวยงามของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ และความหลากหลายด้านลวดลายมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อภายในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาอย่างมีนัยสำคัญ (มาลีณี, 2549) ดังนั้นกลุ่มผู้ผลิตสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการสร้างสรรค์คุณค่า คือ การใช้ความได้เปรียบหรือจุดแข็งของผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญาที่มีอยู่มาสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม ยกต่อการลอกเลียนแบบสามารถสร้างราคาให้สูงได้ตามความต้องการ ด้วยการสร้างทัศนคติร่วมในคุณค่าแห่งผ้าไหมมัดหมี่ด้วยการยกระดับทางสังคม (เสรี และคณะ, 2556)

สรุป

ลวดลายประดับประเภทลายพันธุ์พฤกษาในส่วนประดับของปราสาทขอมมีความเหมาะสมในการทำลวดลายเรขศิลป์เนื่องจากลวดลายที่ไม่กระทบต่อระบบคติความเชื่อ เพื่อมิให้เกิดภาพลักษณ์เชิงลบต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ อีกทั้งลักษณะของลายสามารถกำหนดขนาดลายในตารางได้จึงเหมาะสมกับเทคนิคมัดหมี่แต่ความคงที่ของคุณลักษณะของลายจะเปลี่ยนไปตามทิศทางการวางลายในขณะมัดหมี่ กล่าวคือ ด้วยจำนวนลำที่เท่ากันหากวางลายแนวอน ลายที่ได้จะขยายยืดยาวออกกว่า

การวางลายแนวตั้ง เมื่อทำการตัดเย็บเป็นเครื่องแต่งกายสตรีและบุรุษได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในระดับมากที่สุดด้วยเอกลักษณ์ของลวดลายที่โดดเด่น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเครือข่ายวิจัยอุดมศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ในการสนับสนุนงบประมาณ ปี 2555 กลุ่มผู้ผลิตศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปทุกท่านในการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และผู้เข้าชมนิทรรศการและตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการให้ข้อมูลจนงานวิจัยนี้สามารถดำเนินการได้ตามวัตถุประสงค์

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2546. มัดหมี่ในมุมมองใหม่. โพรเซสคัลเลอร์ ดีไซน์ แอนด์ ฟรินติ้ง, กรุงเทพฯ.

มาลีณี ฤาษุดกุล. 2549. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา. วิทยาลัยนครราชสีมา, นครราชสีมา.

ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ จังหวัดเชียงใหม่. 2555. โครงการการศึกษาแนวทางการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าไหมให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทย. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล: <http://www.qsds.go.th/>. (28 มีนาคม 2555).

สมบัติ ประจัญสานต์ นันทนัช พิเศษฐวิทย์ วัชรระ วชิรภัทรกุล และรุ่งรัตน์ หัตถกรรม. 2547. รายงานการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนามาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ระดับชุมชนของผ้าทอพื้นบ้าน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษา: ไหมมัดหมี่ เครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, บุรีรัมย์.

สมบัติ ประจัญสานต์. 2554. รายงานการวิจัยการพัฒนาต้นแบบลวดลายเรขศิลป์ 2 มิติจากลวดลายส่วนประดับของปราสาทขอมในจังหวัดบุรีรัมย์. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, บุรีรัมย์.

สมบัติ ประจัญสานต์. 2555. รายงานการวิจัยการออกแบบลายผ้าทอพื้นบ้านจากต้นแบบลวดลายเรขศิลป์ 2 มิติจากลวดลายส่วนประดับของปราสาทขอมในจังหวัดบุรีรัมย์. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, บุรีรัมย์.

สร้อยญา ภักดีสุวรรณ. 2552. การออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคามในบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

เสรี เพิ่มชาติ อัญชลี จันทาโก วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และพฤกษ์ จิรสัตยาภรณ์. 2557. การจัดการความรู้เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าผ้าจกราชบุรี. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต 1(3): 183-194.