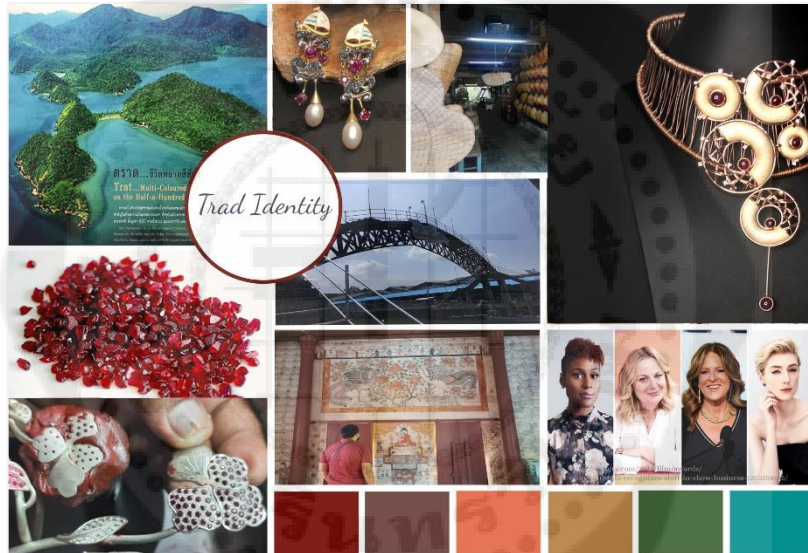




รายงานฉบับสมบูรณ์
กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย

การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด
The development of jewelry from the identity of local culture in Trat Province.



โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต ใจสุดา
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ วิมลสิน สันตจิต
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก
สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) งบประมาณปี 2564 จำนวน 350,000 บาท โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภุต ใจสุดา สังกัด คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นหัวหน้าทีมวิจัย และอาจารย์วิมลีน สันตจิตต์ สังกัด คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เป็นผู้ร่วมวิจัย ซึ่งมีระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยทั้งสิ้น 210 วัน ตั้งแต่ มกราคม – สิงหาคม 2564

ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในการวิจัยทุกท่าน ทั้งผู้ให้ข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้เข้าร่วมโครงการ และผู้ประสานงาน รวมถึงผู้ประกอบการที่ร่วมผลิตชิ้นงานต้นแบบอันเป็นผลมาจากการเข้าร่วมโครงการกับเรา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการวิจัยนี้จะเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้ก้าวหน้าขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการเพิ่มมูลค่าจากทุนทางวัฒนธรรม



บทสรุปผู้บริหาร

ในปัจจุบันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจึงต้องมีการปรับตัวและยกระดับสินค้าให้เกิดเอกลักษณ์ที่แสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ของตนเองให้มากขึ้น โดยใช้วัฒนธรรมไทยหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นฐานในการออกแบบและพัฒนา สร้างเรื่องราวและรูปแบบใหม่ให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ จึงนำไปสู่งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และจำแนกอัตลักษณ์จังหวัดตราด อันนำไปสู่การออกแบบเครื่องประดับที่แสดงถึงอัตลักษณ์จังหวัดตราด ใช้วิธีการเก็บข้อมูลอัตลักษณ์ตราดโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ทำการสรุปจัดจำแนกกลุ่มอัตลักษณ์ที่ปรากฏ พร้อมทั้งประเมินการรับรู้ของผู้คนที่มติดอตลักษณ์จังหวัดตราดในแต่ละกลุ่มจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน ข้อมูลผลการวิเคราะห์ดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับร่วมกับผู้ประกอบการในพื้นที่ในรูปแบบของการจัดโครงการอบรม ภายใต้ชื่อโครงการ การพัฒนาเครื่องประดับอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด

การดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1. การศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด ส่วนที่ 2. กำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม และส่วนที่ 3. การบูรณาการวิจัยร่วมกับผู้ประกอบการในพื้นที่ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด พบว่า

เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด เป็นการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับโดยใช้อัตลักษณ์เป็นแนวทางในการออกแบบ โดยในส่วนของการศึกษาอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ของจังหวัดตราด พบว่าจากการศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดตราด ในภาพรวม ภาพลักษณ์ของจังหวัดตราด ถูกมองว่า จังหวัดตราดเป็นจังหวัดที่เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ อาหารการกิน การที่มีแหล่งธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์จึงส่งผลให้จังหวัดตราดเป็นเมืองชายทะเล อุดมสมบูรณ์ด้วยธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยว และเป็นเมืองสีเขียว (Green city) อากาศบริสุทธิ์ ใกล้เคียงธรรมชาติ ซึ่งจากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มและแบ่งอัตลักษณ์ของจังหวัดตราดในบริบทต่าง ๆ ได้ 4 ด้าน คือ

1) บริบทด้านธรรมชาติ : เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก เกาะช้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เวลาพูดถึงจังหวัดตราดก็มักจะมีภาพของเกาะช้าง หรือชื่อของเกาะช้างปรากฏอยู่เสมอ

2) บริบทด้านประวัติศาสตร์ : เป็นเมืองที่ปรากฏในเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ชาติ โดยเหตุการณ์ที่สำคัญที่เกิดขึ้นมี 3 เหตุการณ์ด้วยกัน คือ เหตุการณ์พระเจ้าตากสินรวบรวมไพร่พลเพื่อกอบกู้ประเทศจากพม่า, เหตุการณ์รศ. 112, และเหตุการณ์การสู้รบทางเรือในสงครามเอเชียบูรพา ศาลหลักเมืองเป็นจุดศูนย์รวมใจของคนตราดมาอย่างยาวนาน

3) บริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต : เป็นเมืองที่ดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่าย พึ่งพาตนเอง ผู้คนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรมและประมง ทำสวนผลไม้และจับสัตว์น้ำ อาศัยเกื้อกูลกันในชุมชนไม่แบ่งแยกเชื้อชาติศาสนา

บ้านน้ำเขียวเป็นตัวอย่างชุมชนที่โดดเด่นของการผสมผสานวัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตตามวิถีของคนตราดได้อย่างดี

4) บริบทด้านศิลปวัฒนธรรม : เป็นเมืองผสมผสานหลายวัฒนธรรมและหัตถกรรมที่อิงวิถีชีวิต แม้ว่าวัฒนธรรมประเพณีจะไม่โดดเด่นชัดเจนมากนัก แต่ก็มียานหัตถกรรมที่เป็นที่รู้จักและขึ้นชื่อของเมืองตราด ก็คือ การทำออบ หมวกใบจากซึ่งเป็นหัตถกรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตของคนตราดที่ตากแดดตากฝนในการทำเกษตรและประมงอยู่ตลอดเวลา

การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบทต่าง ๆ จากผู้ตอบแบบสอบถาม บริบทที่มีการรับรู้มากที่สุดคือ บริบทด้านธรรมชาติ รองลงมาคือ บริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต และ บริบททางด้านประวัติศาสตร์ และสุดท้ายบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้และเข้าใจอัตลักษณ์จังหวัดตราดโดยรวมอยู่ในระดับรับรู้มาก และจากการถอดสัญลักษณ์ภาพตัวแทน และสีตัวแทน พบว่า ในภาพรวมการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทต่าง ๆ เพื่อการออกแบบ พบว่า ภาพตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วน สีตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เช่นเดียวกัน

ส่วนที่ 2 กำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม พบว่า

โดยแนวทางในการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด ใช้แนวความคิดการออกแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ โดยการออกแบบสร้างสรรค์มีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไข (Design Criteria) ของการออกแบบ ควบคู่ไป โดยข้อตกลงหรือเงื่อนไขในการออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราด มีดังนี้

- 1) การออกแบบจะต้องแสดงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด โดยการผสมผสานเอกลักษณ์ในแต่ละบริบทของจังหวัดตราดเข้าไว้ด้วยกัน โดยแสดงออกในลักษณะสร้างสรรค์
- 2) การออกแบบจะต้องมีความทันสมัย สอดคล้องกับกระแสการออกแบบ (Trends) โดยออกแบบเป็นเครื่องประดับที่มีลักษณะร่วมสมัย
- 3) เครื่องประดับจะต้องแสดงคำสำคัญ (Key words) ที่กำหนดได้อย่างชัดเจน
- 4) การออกแบบจะต้องสอดคล้องกับการผลิตเชิงพาณิชย์ และมีรูปแบบที่ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค
- 5) เครื่องประดับจะต้องมีคุณค่าควบคู่ไปกับมูลค่า สร้างความโดดเด่นให้แก่ผู้สวมใส่

เครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราดใช้แนวความคิดการออกแบบสร้างสรรค์เป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราด อันประกอบไปด้วย

- 1) การสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้วัสดุ : ใช้ภูมิปัญญาที่มีชื่อเสียงของจังหวัดตราด คือ ทับทิม ควบคู่ไปกับภูมิปัญญาที่คุ้นพบอื่น ๆ เช่น โกเมน เพทาย เขียวส่อง หรือนำวัสดุทางเลือกอื่น ๆ มาประยุกต์ร่วมกัน เช่น ไม้ หนัง งานจักสาน เป็นต้น

2) การสร้างสรรค์ที่เกิดจากเทคนิคการผลิต : การนำเอากระบวนการหัตถกรรม การขึ้นรูปต่าง ๆ หรือผลของกระบวนการหัตถกรรมมานำเสนอ รวมไปถึงเทคนิคในการผลิตชิ้นงานต่าง ๆ เช่น กรลงยา การพับ การฉลุ การต่อประกอบ เป็นต้น

3) การสร้างสรรค์จากลวดลาย และรูปทรงเชิงวัฒนธรรม : เกิดจากการนำลวดลาย ที่ปรากฏในงานสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ภาพยนตร์ของเครื่องใช้ และอื่น ๆ และรูปทรงที่เกิดจากศิลปะของเชิงวัฒนธรรมนำมาเลียนแบบ ตัดทอน จัดวางใหม่ หรือแม้แต่การตีความเชิงสัญลักษณ์โดยใช้รูปทรง

4) การสร้างสรรค์จากเรื่องราว ความเชื่อ พิธีกรรม และสิ่งสมมุติเชิงวัฒนธรรม : เป็นการตีความสิ่งที่จับต้องไม่ได้ หรือนามธรรมให้ออกมาเป็นรูปธรรมโดยใช้สัญลักษณ์ตัวแทนต่าง ๆ

การออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด มีการผสมผสานอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกันใน 1 ชิ้นงาน ซึ่งจะสะท้อนอัตลักษณ์ตราดในภาพรวมให้ได้มากที่สุด โดยยังคงมีความสอดคล้องกับกระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 ในกลุ่มผลการประเมินแบบร่างโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า แบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด แบบร่างที่ 2 ชื่อผลงาน Amazing Trat มีผลการประเมินสูงสุด โดยมีผลการประเมินเฉลี่ยอยู่ที่มีระดับการประเมินอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีคะแนนเฉลี่ยรวม 3.95

ส่วนที่ 3 การบูรณาการวิจัยร่วมกับผู้ประกอบการในพื้นที่

ผลจากการศึกษาวิจัยได้นำไปขยายผลสู่ผู้ประกอบการในพื้นที่ จังหวัดตราด ในรูปแบบของโครงการอบรมออนไลน์ ซึ่งกิจกรรมการอบรมประกอบด้วย การเผยแพร่ความรู้แนวทางการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม และการนำเสนอแบบร่างเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมตราด ผลการประเมินการจัดโครงการฯ ในภาพรวมมีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการพัฒนาแบบร่างเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบเฉพาะตามแนวคิดของตนเอง และมีการคัดเลือกแบบร่างจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อนำไปสู่การผลิตเป็นชิ้นงานจริง จำนวน 2 ราย

ผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือกให้ร่วมผลิตชิ้นงานเครื่องประดับ คือ

คุณศิริรัตน์ โชคศิริ (ร้านหยกมณี) ชื่อผลงาน Blend culture ได้แนวคิดการออกแบบจากเรื่องราวใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ของจังหวัดตราดเป็นตัวแทน นำมาผสมผสานเป็นลวดลาย ที่บอกเล่าเรื่องราว โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ กระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 แนวทาง The Traveller : The Cross-Cultural Blending

คุณวันชัย มุกมณี (ร้านต้นพลอย) ชื่อผลงาน Flower of trat ได้แนวคิดมาจากลายดอกไม้ วัดบุพผารามซึ่งเป็นวัดที่เก่าแก่มากที่สุดในตราด เป็นวัดที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยสร้างสรรค์ให้ดอกไม้ในงานจิตรกรรมกลับมามีชีวิตอีกครั้ง โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ กระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 แนวทาง Artsy Nature : Fanciful Flora and Fauna

ผลจากงานวิจัยแสดงให้เห็นถึงแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมจังหวัดตราด จากการศึกษาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของจังหวัด นำไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์ เป็นตัวอย่างหนึ่งของการพัฒนาเครื่องประดับภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับนักออกแบบเครื่องประดับ และ

ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ ตลอดจนศิลปินที่สนใจ สามารถนำไปประยุกต์และพัฒนาสู่งาน
ในแบบเฉพาะของแต่ละคนซึ่งก่อให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ รูปแบบของ
ผลิตภัณฑ์จะเป็นไปตามแนวคิดในการออกแบบและกลุ่มผู้บริโภค รูปแบบสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
จึงไม่มีกฎตายตัวในการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการหรือวิสาหกิจชุมชนจะต้องรู้จักการนำเสนอ
อัตลักษณ์ต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับกระแสความต้องการของผู้บริโภคในเวลาเดียวกัน มาออกแบบควบคู่ไปกับ
การพัฒนาความสามารถด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการผลิต ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างมาตรฐาน เพื่อให้เกิด
ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสวยงาม มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับ และเพื่อให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันมากขึ้น
ควรมีการสร้างกลุ่มเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการในพื้นที่ให้เข้มแข็งเพื่อกำหนดราคาซื้อขาย ให้เกิดพลังใน
การต่อรอง และสร้างมาตรฐานให้กับสินค้า แต่ไม่ควรลอกเลียนแบบงานซึ่งกันและกัน ขณะเดียวกันก็ต้องสร้าง
ความรู้ เพิ่มศักยภาพให้แก่ตนเองเป็นการเติมเต็มสิ่งที่ขาดและพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ให้ทันสมัย เนื่องจาก
ผู้ประกอบการในพื้นที่ดำเนินกิจการโดยอาศัยเพียงประสบการณ์และความรู้ที่ตนเองมี ทำให้ไม่เพียงพอต่อ
การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน การเติมเต็มความรู้ด้านต่าง ๆ จะต้องอาศัยหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน
มหาวิทยาลัย ในการเพิ่มพูนองค์ความรู้ แต่เหนือสิ่งอื่นใดผู้ประกอบการเองก็ต้องเป็นผู้ที่แสวงหาความรู้
ด้วยเช่นกัน และสุดท้ายควรมีการโปรโมท ประชาสัมพันธ์ ความสำคัญ ความพิเศษของสินค้า และควรมีพื้นที่
ถาวรในการจำหน่ายสินค้าเครื่องประดับ เพื่อการสร้างเชื่อมั่นและการเข้าใจในคุณภาพของวัตถุดิบ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา วิเคราะห์ และจำแนกอัตลักษณ์จังหวัดตราด อันนำไปสู่การออกแบบเครื่องประดับที่แสดงถึงอัตลักษณ์จังหวัดตราด ใช้วิธีการเก็บข้อมูลอัตลักษณ์ตราด โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ทำการสรุปจัดจำแนกกลุ่มอัตลักษณ์ที่ปรากฏ พร้อมทั้งประเมินการรับรู้ของผู้คนที่มีย่ออัตลักษณ์จังหวัดตราดในแต่ละกลุ่ม จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน ข้อมูลผลการวิเคราะห์ดังกล่าวจะถูกนำไปใช้ในเป็นแนวทางในการเครื่องประดับร่วมกับผู้ประกอบการในพื้นที่ในรูปแบบของการจัดอบรม

ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์จังหวัดตราดรับรู้ว่าเป็นเมืองท่าการค้าที่สำคัญมาตั้งแต่อดีต และเป็นเมืองท่องเที่ยวทางชายทะเลที่สำคัญของฝั่งตะวันออกของไทย มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ อาหารการกิน และวัฒนธรรม ตราดจึงเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก และเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวิถีชุมชน แบ่งออกเป็น 4 บริบท ดังนี้ 1) บริบททางด้านธรรมชาติ 2) บริบททางด้านประวัติศาสตร์ 3) บริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต และ 4) บริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม โดยผลการประเมินการรับรู้และเข้าใจอัตลักษณ์ของตราดของผู้ตอบแบบสอบถาม บริบทที่มีการรับรู้มากที่สุด คือ บริบทด้านธรรมชาติ การออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด ผู้วิจัยใช้แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ ร่วมกับการกำหนดหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไข (Design Criteria) การออกแบบเป็นการผสมผสานอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกันและมีรูปแบบที่สอดคล้องกับกระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 ผลจากการวิจัยทำให้ได้เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมตราด จำนวน 3 ชุด แสดงให้เห็นว่าสามารถนำเอาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์มาพัฒนาเป็นเครื่องประดับได้ ก่อให้เกิดรูปแบบของเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ : การออกแบบเครื่องประดับ; การออกแบบเชิงวัฒนธรรม; อัตลักษณ์; เอกลักษณ์; จังหวัดตราด

Abstract

This research had the objectives to 1) study, analyze and categorize identity of Trat province and 2) to design jewelry that expressed identity of Trat province. The research was conducted by studying identity and uniqueness of Trat province by interviewing experts regarding identity of Trat. The data acquired were categorized into the appearing identity groups Along with exploring and assessing people's perceptions of Trat Province identity in each group. Collecting data from questionnaire of 200 people. Data analysis will be used to design and develop a jewelry with entrepreneurs in the area. and selected and produced 2 sets of prototypes.

From the research result, it was found that identity and image of Trat province was acknowledged to be an important port city from the past and it was an important shoreline tourism city of the East of Thailand. It was abundant on natural resources, foods and culture. Therefore, Trat was a famous city on sea tourism of the East, and it was an agricultural and local lifestyle tourism city. It could be divided into 4 contexts including 1) natural context 2) historical context 3) social and lifestyle context and 4) Arts and culture context. Regarding the assessment result of awareness and understanding of identity of Trat of questionnaire respondents, the context with the most awareness was natural context. Regarding the design of identity jewelry of Trat, the research used the concept of creative jewelry design along with specifying design criteria. The design was mixture of Trat identity in various contexts and its format was consistent with the jewelry trend design of 2022. The results of the research were 3 sets of Trat cultural ornaments. Research shows that the ability to Identity can be developed into jewelry. Create unique jewelry and add value to the product.

Keywords: Creative jewelry design; Cultural jewelry; Identity; Trat province

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	[1]
บทสรุปผู้บริหาร	[2]
บทคัดย่อภาษาไทย	[6]
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	[7]
สารบัญ	[8]
สารบัญภาพ	[10]
สารบัญตาราง	[13]
สารบัญกราฟ	[14]
บทที่ 1 บทนำ	
1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
3. กรอบแนวคิดของการวิจัย	3
4. ขอบเขตของการวิจัย	5
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
6. นิยามศัพท์	6
7. ระยะเวลาและแผนการดำเนินการวิจัย	7
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
1. ข้อมูลจังหวัดตราด	8
2. การออกแบบเครื่องประดับ	28
3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	45
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
บทที่ 3 ระเบียบวิธีดำเนินงานวิจัย	
1. การดำเนินการวิจัย	57
2. กระบวนการวิจัย	58
3. กระบวนการเก็บข้อมูล (Data collection process)	59
4. การวัดผล/การวิเคราะห์ผลการวิจัย	59
5. แผนผังขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	60

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
1. การระบุ อັตลักษณ์ เอกลักษณ์จังหวัดตราด	61
2. การรับรู้อັตลักษณ์จังหวัดตราด	67
3. การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับ	90
4. การคัดเลือกต้นแบบเครื่องประดับ	104
5. การส่งเสริมและการพัฒนาเครื่องประดับร่วมกับผู้ประกอบการ	108
บทที่ 5 บทสรุป	
1. สรุปผลการวิจัย	116
2. อภิปรายและวิจารณ์ผล	119
3. ข้อเสนอแนะ	121
บรรณานุกรม	123
ภาคผนวก	
ก เครื่องมือวิจัย	129
ข รายนามผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัย	148
ค เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	150
ง รายงานผลการจัดการจัดโครงการอบรมให้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่	151
จ สูจิบัตร	161
ฉ แบบร่างและภาพชิ้นงานเครื่องประดับต้นแบบ	170
ช การคำนวณต้นทุนการผลิตต้นแบบ	176
ประวัติย่อของผู้ร่วมวิจัย	183

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1-1 แนวคิดการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดตราด	4
2-1 แผนที่จังหวัดตราด	11
2-2 สวนผลไม้และผลผลิตทางการเกษตร ของจังหวัดตราด	13
2-3 การประมงพื้นบ้านและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ	13
2-4 ลักษณะกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดตราด	15
2-5 กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดตราด	17
2-6 อนุสรณ์ทางยุทธนาวีที่เกาะช้าง ตำบลแหลมงอบ จังหวัดตราด	19
2-7 ร้านขายเครื่องจักสาน ชุมชนน้ำเชี่ยว	20
2-8 ตราประจำจังหวัดตราด	21
2-9 ต้นไม้ประจำจังหวัดตราด หูกวาง	22
2-10 ดอกกฤษณา	22
2-11 ปлакะรังจุดฟ้าหรือปลาย่าสาวท	23
2-12 สภาพบ้านเรือนที่อยู่อาศัยเทศบาลตำบลบ่อพลอย	25
2-13 พลอยดิบ บ่อไร่ (ซ้าย) การร่อนพลอยในแม่น้ำ (ขวา)	26
2-14 เครื่องประดับพลอยบ่อไร่	27
2-15 เครื่องประดับเพชรแท้ แบรินด์ De Beers	32
2-16 เครื่องประดับแฟชั่น (Fashion Jewelry)	33
2-17 เครื่องประดับประเพณีนิยม (Traditional Jewelry) : เครื่องทองเพชรบุรี	34
2-18 เครื่องประดับร่วมสมัยจากแบรินด์ Azza Fahmy	35
2-19 เครื่องประดับเชิงศิลปะผลงานของ Nora Fok	36
2-20 กระแสการออกแบบเครื่องประดับปี 2022 ทั้ง 7 แนวทาง	37
2-21 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 1 Neo-Core : The New Every day Basic	38
2-22 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 2 Neo-Core : The New Every day Basic	39
2-23 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 3 The Traveller : The Cross-Cultural Blending	40

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
2-24 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 4 Soulful Crust : The raw Eco Influence	41
2-25 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 5 Colorful Geometry : The Retro Futuristic Deco	42
2-26 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 6 Genderless : Decoding Modern Neutrals	43
2-27 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ การออกแบบเครื่องประดับแนวทางที่ 7 Talisman & Symbol : Ancient Signs and Contemporary Vibes	44
2-28 ภาพยนตร์เกาหลีผลิตจากอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม	45
2-29 เครื่องประดับอัตลักษณ์ไทย แบรินด์ SARRAN	49
2-30 เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้วัสดุกระดาษ	51
2-31 เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้เทคนิคการพับโลหะ	52
2-32 เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้แนวคิดวัฒนธรรมเมืองและศาสนา	53
4-1 เอกลักษณ์จังหวัดตราดผ่านมุมมองการท่องเที่ยว	62
4-2 กลุ่มบริบทอัตลักษณ์จังหวัดตราด	63
4-3 ทิวทัศน์อุทยานหมู่เกาะช้าง	72
4-4 ป้ายและประกาศนียบัตรแหลมงอบ	73
4-5 เส้นทางเดินชมป่าชายเลน	73
4-6 ศาลหลักเมืองจังหวัดตราด	75
4-7 อาคารและอนุสาวรีย์ท้าวเวียงแก้ว	75
4-8 ราชานุสาวรีย์ร. 5 หน้าศาลากลางฯ	76
4-9 สภาพชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว	78
4-10 สภาพชุมชนคลองใหญ่	78
4-11 ป้ายต้อนรับเทศบาลตำบลบ่อพลอย บ่อไร่	78
4-12 ร้านขายของอบและผลิตภัณฑ์จักสาน	80
4-13 ภาษากลิ่นตราด	81
4-14 อาหารพื้นถิ่นตราด	81
4-15 แนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด	90
4-16 แผนผังความคิด (My Mapping)	92

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
4-17 กระดานบันดาลใจ (Mood Board) เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด	93
4-18 การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด	94
4-19 แบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด การร่างแบบขั้นที่ 1	95-98
4-20 การพัฒนาแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด แบบร่างที่ 1	99
4-21 การพัฒนาแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด แบบร่างที่ 2	99
4-22 การพัฒนาแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด แบบร่างที่ 3	100
4-23 เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด แบบร่างที่ 1 ชื่อผลงาน Hello Trat	101
4-24 เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด แบบร่างที่ 2 ชื่อผลงาน Amazing Trat	102
4-25 เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด แบบร่างที่ 2 ชื่อผลงาน Beauty of Trat	103
4-26 แบบร่างที่ 2 ที่ปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ	107
4-27 การอบรมออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับ เชิงวัฒนธรรมตราด	108
4-28 ทีมวิจัยร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับกับผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือก	108
4-29 ภาพสเก็ตช์และแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดที่ออกแบบโดยคุณศิริรัตน์ โชคศิริ	110
4-30 ภาพสเก็ตช์และแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดที่ออกแบบโดย คุณวันชัย มุกมณี	112

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
4-1	การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดตราดผ่านรูปสัญลักษณ์	61
4-2	การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านธรรมชาติผ่านรูปสัญลักษณ์	64
4-3	การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านประวัติศาสตร์ผ่านรูปสัญลักษณ์	64
4-4	การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านสังคมวิถีชีวิตผ่านรูปสัญลักษณ์	65
4-5	การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรมผ่านรูปสัญลักษณ์	66
4-6	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
4-7	การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราด	69
4-8	การรับรู้ลักษณะคนตราด	70
4-9	การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบทต่าง ๆ	70
4-10	การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านธรรมชาติ	71
4-11	การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านประวัติศาสตร์	74
4-12	การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต	76
4-13	การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม	79
4-14	ผลการประเมินการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านธรรมชาติ	86
4-15	ผลการประเมินการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านประวัติศาสตร์	87
4-16	ผลการประเมินการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านสังคมวิถีชีวิต	88
4-17	ผลการประเมินการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านศิลปวัฒนธรรม	89
4-18	ผลการประเมินภาพรวมการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทต่าง ๆ เพื่อการออกแบบ	89
4-19	คะแนนเฉลี่ยแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด	104
4-20	คะแนนเฉลี่ยการประเมินแยกรายการแบบร่างที่ 2	105
4-21	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบประเมินโครงการฯ	113
4-22	ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดโครงการฯ ด้านต่าง ๆ	114

สารบัญญกราฟ

กราฟ		หน้า
4-1	ค่าคะแนนการประเมินเอกลักษณ์ทางด้านธรรมชาติของจังหวัดตราด	72
4-2	ค่าคะแนนการประเมินเอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดตราด	74
4-3	ค่าคะแนนการประเมินเอกลักษณ์ทางด้านสังคมวิถีชีวิตของจังหวัดตราด	77
4-4	ค่าคะแนนการประเมินเอกลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดตราด	80
4-5	ข้อมูลเชื่อมโยงอายุและรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม	83
4-6	ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิสำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านธรรมชาติ	84
4-7	ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิสำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์	84
4-8	ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิสำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านสังคมวิถีชีวิต	85
4-9	ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิสำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม	89

บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ใน 10 อันดับแรกของสินค้าที่สร้างมูลค่าและรายได้ให้แก่ประเทศไทยมาตลอด ด้วยความสำคัญของอุตสาหกรรมนี้เองทางคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบตามหลักการและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลก” โดยมุ่งเน้นมาตรการสนับสนุน 3 มาตรการ คือ 1) มาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก 2) มาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และ 3) มาตรการส่งเสริมด้านการตลาด ซึ่งมาตรการดังกล่าว นั้นครอบคลุมการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในทุก ๆ มิติ โดยการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับก็เป็นหนึ่งในมาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ในปัจจุบันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดที่ถูกนำมากล่าวถึงและมีการใช้ประโยชน์ในวงกว้างในการพัฒนาสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงอุตสาหกรรมเครื่องประดับ พณนิศา มิตรภักดี (2561) กล่าวว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และไอเดียใหม่ ๆ ของปัจเจกบุคคล ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และมีความหมายครอบคลุมทุกกิจกรรมในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวอาจมีองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรมหรือไม่ก็ได้ ซึ่งจะกว้างกว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ที่มุ่งเน้นการผันศิลปะและวัฒนธรรมให้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรม และส่งออกผ่านเครื่องมือทางสื่อ ซึ่งหลาย ๆ ประเทศได้ใช้เป็นแนวทางในการส่งออกวัฒนธรรมของประเทศไปสู่สากล สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เรียกว่า 2nd Wave S-curve ที่ต้องได้รับการปรับปรุงและนำเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์มาใช้เพื่อให้อุตสาหกรรมสามารถเติบโตได้ต่อไป ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น (อุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ) และกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุ (อุตสาหกรรมโลหะ อโลหะ ไม้ แก้ว กระจก ปูนซีเมนต์ และเซรามิก) (ฐานเศรษฐกิจ, 2016) ดังนั้น ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจึงต้องมีการปรับตัวและยกระดับสินค้าให้เกิดเอกลักษณ์ที่แสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ของตนเองให้มากขึ้น โดยใช้วัฒนธรรมไทยหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นฐานในการออกแบบและพัฒนา สร้างเรื่องราวและรูปแบบใหม่ ให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดย MICE Intelligence Center (2019) ได้กล่าวถึง แรงขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ด้วยความสร้างสรรค์ ivaว่า เอกลักษณ์ของสินค้าและการออกแบบของประเทศไทยคือความประณีตวิจิตรงดงาม และความทุ่มเทแรงกายแรงใจของช่างฝีมือไทย ซึ่งจุดเด่นที่กล่าวมาข้างต้นนี้คือ สิ่งที่เครื่องจักรในยุคปัจจุบันยังไม่

สามารถทำได้ ฝีมือของช่างคนไทยเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่ามีความชำนาญในการเจียรระโนเพชรพลอย ด้วยเทคนิคดั้งเดิมตามท้องถิ่นที่ตกทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้สินค้าเครื่องประดับทำมือจากไทยเป็นที่ต้องการกัน ในหมู่นักซื้อขายเพชรและเครื่องประดับทั่วโลก งานหัตถศิลป์จึงถือเป็นปัจจัยหลักของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่ได้รับการยอมรับในด้านความละเอียดลออและการออกแบบสินค้าที่งดงาม อีกทั้งเครื่องประดับที่ผลิตในแต่ละภาคของประเทศ มีรูปแบบ เอกลักษณ์ และกระบวนการผลิตที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิง ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์และประวัติศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ออกมาบนตัวของเครื่องประดับนั้น ๆ

แหล่งผลิตอัญมณีของไทยที่สำคัญและเป็นที่รู้จักคือ จังหวัดจันทบุรี และ จังหวัดตราด โดยจังหวัดตราด เป็นแหล่งผลิตพลอยสีแดงที่มีชื่อเสียงที่เรียกว่า “ทับทิมสยาม” จึงเกิดกิจกรรมการทำเหมืองแร่และการรวมกลุ่มกันในการทำกิจการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในเวลาต่อมา ผู้ประกอบการมีความสามารถที่โดดเด่นในด้านทักษะและความประณีตของฝีมือแรงงาน รวมถึงการมีภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเจียรระโน โดยใช้ใช้อัญมณี (ทับทิม) ที่มีแหล่งกำเนิดภายในท้องถิ่นและต่างประเทศมาสร้างสรรค์เครื่องประดับ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกัน เกิดการขายตัดราคา ผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนางานออกแบบ ทำให้เครื่องประดับที่ขายมีรูปร่างจำเจ ไม่น่าสนใจ และขาดอัตลักษณ์หรือตัวตนของสินค้า

ตัวตนหรือเอกลักษณ์ (identity) เป็นลักษณะพิเศษอันโดดเด่นของบุคคล สังคม หรือองค์กร เป็นการบ่งบอกถึงบุคคล สังคมหรือองค์กรนั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร โดยมีการแสดงออกผ่านทางสัญลักษณ์ซึ่งมีความหมายเป็นที่เข้าใจร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น พิธีกรรม ประเพณี ศาสนา วัฒนธรรม ตำนาน เรื่องเล่า ประวัติศาสตร์และปรากฏการณ์ทางสังคม ซึ่งตัวตนหรือเอกลักษณ์นั้นเกิดจากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (อภิญา เพื่องฟูสกุล, 2546) เอกลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดตัวตนความเป็นเราจากภายในสู่ภายนอก เป็นสิ่งสามารถควบคุมได้ เป็นได้ทั้งสิ่งที่มีอยู่จริงและสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น หรือนำถึงสิ่งที่มีอยู่แล้วทำให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสะท้อนของความเป็นตัวตนหรือสิ่งที่ต้องการนำเสนอไปสู่การรับรู้ของสาธารณะ

จังหวัดตราดเป็นจังหวัดชายฝั่งทะเลทางภาคตะวันออกของประเทศไทยนับเป็นเมืองศูนย์กลางการค้าแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงปลายอยุธยา สินค้าที่ส่งออกขายยังแดนไกล โดยเฉพาะของป่า เช่น เขากวาง หนังสัตว์ ไม้หอม และเครื่องเทศต่าง ๆ ล้วนมาจากเขตป่าเขาชายฝั่งทะเลตะวันออก แถบระยอง จันทบุรี ตราด โดยลำเลียงสินค้าผ่านมาตามแม่น้ำเขาสมิงออกสู่ปากอ่าวตราด (MGR Online, 2547) จากความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ และความสวยงามของทะเลและหมู่เกาะไปจนถึงประวัติศาสตร์อันยาวนานตลอดจนบทบาทความสำคัญในฐานะเมืองท่าที่สำคัญและเป็นแหล่งผลิตอัญมณีที่สร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศ จังหวัดตราดจึงมีอัตลักษณ์ที่สามารถนำมาสร้างสรรค์สู่งานออกแบบเครื่องประดับได้ เพื่อตอบสนองกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และแนวนโยบายการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมที่เรียกว่า “2nd Wave S-curve” จึงนำไปสู่งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” เพื่อค้นหาอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดตราดสำหรับการนำมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม อันจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรูปแบบ

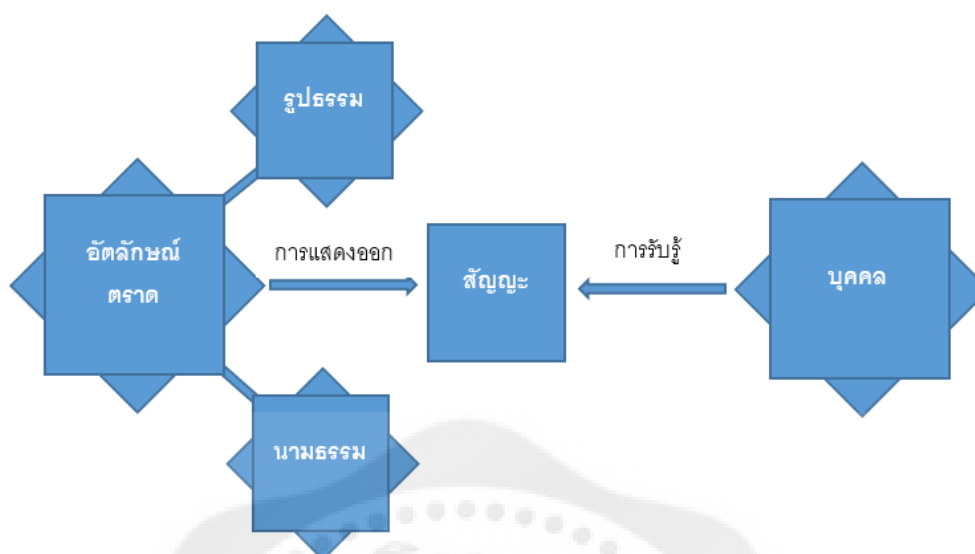
ผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น และเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดตราด สู่ออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์
2. เพื่อพัฒนางานออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมร่วมกับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตราด นำไปสู่การสร้างสรรค์และผลิตผลงานเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม

3. กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” ผู้วิจัยได้ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดตราด โดยใช้กรอบแนวคิดการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของ อรพินท์ พานทอง. (2546) เรื่อง การศึกษาความเป็นไทยเพื่อประยุกต์ใช้ในงานออกแบบเครื่องประดับ พบว่า ความเป็นไทยปรากฏออกมาในรูปแบบ “นามธรรม” และ “รูปธรรม” ผลงานที่ออกเป็นรูปวัตถุได้นั้น เป็นความสามารถของช่างหรือศิลปิน หรือนักออกแบบที่พยายามคลี่คลาย ตีความ จินตนาการ จากความเป็น “นามธรรม” เพื่อสร้างสรรค์ให้เป็น “รูปธรรม” ได้สอดคล้องกับความเชื่อ ศรัทธาของสังคมนั้น ทำให้ได้วัตถุที่สนองความจำเป็นในการดำรงชีวิต และเกิดความสุขทางใจ และแสดงออกซึ่งเอกลักษณ์ ซึ่งนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ โดยการพัฒนาเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมเพื่อการผลิตเชิงพาณิชย์นั้น ยังใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ว่าด้วยเรื่องของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนภุต ใจสุตา (2562) เรื่อง “เครื่องประดับอัตลักษณ์จันทบุรี : การออกแบบเพื่อส่งเสริมจันทบุรีสู่การเป็นนครแห่งอัญมณี” ที่พบว่า อัตลักษณ์เป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนางานออกแบบ และการสร้างความต่างให้กับผลิตภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับก่อให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและสร้างความแตกต่าง เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมฯ และเป็นการเพิ่มมูลค่าในเชิงพาณิชย์สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ



ภาพประกอบ 1-1 แนวคิดการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดตราด

กลยุทธ์และแนวทางที่ได้นำไปสู่การพัฒนารูปแบบเครื่องประดับร่วมกับวิสาหกิจชุมชนและ/หรือผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดตราด เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้แก่งานเครื่องประดับ ใช้กลยุทธ์และแนวคิดการออกแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ ใช้แนวคิดของภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ (2562, หน้า 39) ได้กล่าวถึง รูปแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ว่า สามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือ รูปแบบที่เกิดจากการใช้วัสดุ เทคนิคการผลิต และต้นทุนทางวัฒนธรรม การออกแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์นั้น อาจไม่ใช่ระดับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ไม่สูงมากนัก เพียงแต่สามารถแสดงออกถึงความคิด จินตนาการของผู้ออกแบบได้เด่นชัด อันเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนและ/หรือผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตราด ในเรื่องของการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ เป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสร้างแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน อันนำไปสู่การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและมูลค่าทางเศรษฐกิจต่อสังคมและประเทศ

4. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาอัตลักษณ์ที่ปรากฏในพื้นที่ จังหวัดตราด ทั้งเอกลักษณ์ที่เป็นนามธรรมและเอกลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม

ขอบเขตการศึกษาวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1) ด้านการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ทำการศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด ซึ่งแบ่งออกเป็นอัตลักษณ์รูปธรรมและอัตลักษณ์ที่เป็นนามธรรม โดยการศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร การสัมภาษณ์นักวิชาการ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้บริหารส่วนราชการ การตอบแบบสอบถามจากประชากรในพื้นที่ และการลงพื้นที่สำรวจ

2) ด้านการกำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม

การวิเคราะห์ สังเคราะห์ และจัดจำแนกกลุ่มอัตลักษณ์จังหวัดตราด ระบุองค์ประกอบศิลป์ตามอัตลักษณ์ที่ปรากฏ กำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด

3) ด้านการสร้างสรรคผลงานการออกแบบร่วมกับผู้ประกอบการในพื้นที่

พัฒนางานออกแบบเครื่องประดับ โดยใช้กลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมจังหวัดตราด ร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับในพื้นที่จังหวัดตราด จำนวน 2 ราย ด้วยกระบวนการคิดออกแบบ Design Thinking ทำการสร้างสรรคผลงานผ่านแบบร่าง ผลิตต้นแบบเครื่องประดับที่ออกแบบและพัฒนาโดยผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการวิจัย จำนวน 2 คอลเลคชั่น (1 คอลเลคชั่นประกอบด้วยเครื่องประดับ 3 ชิ้น)

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางในการพัฒนางานออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมโดยใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อยกระดับความสามารถของวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดตราด ให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

2. ได้ต้นแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมที่แสดงเอกลักษณ์จังหวัดตราด ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและความเป็นไปได้ในการผลิตโดยวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการรายย่อย

3. เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรม ผ่านการออกแบบเครื่องประดับ

6. นิยามศัพท์

การผลิตเชิงพาณิชย์	หมายถึง	การผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค ในที่นี้คือ เครื่องประดับ ซึ่งสามารถผลิตได้ในปริมาณมากและมีต้นทุนในการผลิตที่สามารถควบคุมได้ หรือการผลิตเพื่อการจำหน่ายเป็นหลัก
เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม	หมายถึง	เครื่องประดับที่เกิดจากการออกแบบและพัฒนาโดยมีแนวคิดมากจากการนำเอาศิลปะ วัฒนธรรม หรือภูมิปัญญามาเป็นแรงบันดาลใจร่วม ซึ่งเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม สามารถพัฒนาได้ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ และเครื่องประดับเชิงศิลปะ
เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด	หมายถึง	เครื่องประดับที่มีรูปแบบเฉพาะตัว มีความแตกต่าง มีลักษณะที่แสดงถึงอัตลักษณ์ตราด ในบริบทต่าง ๆ ซึ่งในงานวิจัยได้แบ่งอัตลักษณ์ตราด ออกเป็น 4 บริบท คือ อัตลักษณ์ด้านธรรมชาติ อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ด้านเศรษฐกิจวิถีชีวิต และอัตลักษณ์ด้านศิลปะวัฒนธรรม ซึ่งเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดในงานวิจัยนี้ ถูกออกแบบและพัฒนาโดยนักวิจัย และผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดตราด
อัตลักษณ์	หมายถึง	ลักษณะเฉพาะตัว หรือความเป็นหนึ่งเดียว หรือสถานะที่ไม่มีผู้ใดเหมือน อัตลักษณ์คล้ายกับเอกลักษณ์ ซึ่งอัตลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา ส่วนเอกลักษณ์ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ปรากฏในรูปของงานศิลปกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม เป็นต้น
อัตลักษณ์ตราด	หมายถึง	ลักษณะเฉพาะตัวตน หรือเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดตราด ในบริบทต่าง ๆ โดยในงานวิจัยนี้ แบ่งอัตลักษณ์ตราด ออกเป็น 4 บริบท คือ อัตลักษณ์ด้านธรรมชาติ อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ด้านเศรษฐกิจวิถีชีวิต และอัตลักษณ์ด้านศิลปะวัฒนธรรม

7. ระยะเวลาและแผนการดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาโครงการ 210 วัน

กิจกรรม	น้ำหนัก กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน (เดือน 1-7)						
		1	2	3	4	5	6	7
การศึกษา ทบทวนวรรณกรรมและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง	5%							
การลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้าน อัตลักษณ์	5%							
การเก็บข้อมูลจากกลุ่มคนในพื้นที่เกี่ยวกับการรับรู้อัตลักษณ์	10%							
การวิเคราะห์ สังเคราะห์ จัดจำแนกอัตลักษณ์จังหวัดตราด เก็บข้อมูลอัตลักษณ์จังหวัดตราดเพื่องานออกแบบจากกลุ่ม นักวิชาการออกแบบและนักออกแบบ	10%							
ประชาสัมพันธ์และคัดเลือกผู้ประกอบการในพื้นที่ เพื่อการ พัฒนางานวิจัยในเชิงรูปธรรม	5%							
พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับโดยผู้ประกอบการ	20%							
คัดเลือกและผลิตผลงานต้นแบบ	10%							
สรุปและอภิปรายผลงานวิจัย	25%							

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลจังหวัดตราด

1.1 ข้อมูลทั่วไป

1.1.1 พัฒนาการทางประวัติศาสตร์

ตราดเป็นจังหวัดชายแดนสุดฝั่งทะเลตะวันออก มีรูปร่างลักษณะคล้ายหัวช้าง มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศกัมพูชาถึง 3 จังหวัด ได้แก่ อำเภอบ่อไร่ อำเภอเมืองตราด อำเภอลองใหญ่ ตั้งอยู่ระหว่างเส้นละติจูดที่ 11 องศา ถึง 12 องศา 45 ลิปดาเหนือ และระหว่างเส้นลองจิจูดที่ 102 องศา 15 ลิปดาถึง 102 องศา 55 ลิปดาตะวันออก ไม่มีหลักฐานปรากฏแน่ชัดว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร เดิมเรียกว่า “เมืองตราด” สันนิษฐานกันว่า ตราด เพี้ยนมาจากคำว่า “กราด” ซึ่งเป็นชื่อของต้นไม้ชนิดหนึ่งที่ใช้ทำไม้กวาด และรอบเมืองตราดในสมัยก่อนนั้นก็มียอดกราดขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก นักประวัติศาสตร์ได้แบ่งยุคสมัยของการศึกษาทางประวัติศาสตร์เมืองตราดออกเป็นยุคสมัยต่าง ๆ ดังนี้

สมัยก่อนประวัติศาสตร์ จากสภาพภูมิประเทศที่หลากหลาย อันประกอบด้วยเทือกเขาสูงที่ราบลุ่มน้ำ และที่ราบต่ำชายฝั่ง ทำให้ปรากฏการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์โบราณ ซึ่งมีการขุดค้นพบหลักฐานทางโบราณคดีหลายประเภท มีการขุดค้นพบภาชนะดินเผา เครื่องมือหิน จากยุคหิน กลองมโหระทึก เครื่องมือโลหะ ภาชนะดินเผา เศษชิ้นส่วนกระดูกมนุษย์ ลูกปัดแร่ประกอบหินคาร์เนเลียน และเครื่องประดับทองคำ จากยุคสำริด โบราณวัตถุเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าตราดเป็นดินแดนที่มีผู้คนอาศัยมาเนิ่นนาน ๑ ปีมาแล้ว และได้อยู่อาศัยอย่างต่อเนื่อง แต่มีการติดต่อสัมพันธ์กับชุมชนใกล้เคียงในภูมิภาคเดียวกัน

สมัยประวัติศาสตร์ตอนต้น ราวพุทธศตวรรษที่ 11-14 พื้นที่จังหวัดตราดและพื้นที่จังหวัดชายฝั่งทะเลใกล้เคียง ปรากฏเป็นชุมชนขนาดใหญ่ โดยได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากอาณาจักรขอม หรือเขมรโบราณ ซึ่งมีศูนย์กลางอาณาจักรอยู่ในประเทศกัมพูชาในปัจจุบัน พบหลักฐานเมืองโบราณชื่อเมืองเพนียด บริเวณอำเภอมือจันทบุรี และโบราณวัตถุศิลปะขอมมากมายที่สร้างตามความเชื่อของศาสนาฮินดู เช่น ทับหลังแบบไพรกเมง ศิลลาจารึก หน้าบันแบบบาปวน เครื่องเคลือบแบบขอม ศิวลึงค์ เป็นต้น ในบันทึกของเอกสารจีนโบราณ สมัยราชวงศ์ซ่งใต้ ที่เขียนโดย โจวซีเพย มีการระบุถึงเมืองที่ชื่อว่า ตีล่าต้า ซึ่งเป็นเมืองบริวารของอาณาจักรเงินหล้า (เจนละหรือขอม) ในบันทึกดังกล่าวก็คือ เมืองตราดในปัจจุบัน

สมัยอยุธยา ในสมัยอยุธยาธรรมยุตราช ปรากฏชื่อ หมู่บ้านบางพระ ล่วงมาถึงในรัชสมัยของพระเจ้าปราสาททองได้โปรดเกล้าให้ตรากฎหมายพระธรรมนูญขึ้น ปรากฏชื่อ เมืองตราดหรือเมืองทุ่งใหญ่ เป็นครั้งแรก โดยอยู่ในสังกัดของเจ้าพระยาศรีธรรมราชเดโชชาติ ผู้มีหน้าที่ดูแลกิจการการคลังและ

การต่างประเทศ จะเห็นได้ว่าเมืองตราดเป็นหัวเมืองการค้าที่สำคัญทางฝั่งตะวันออกที่อาณาจักรอยุธยาให้ความสำคัญ เป็นเมืองท่าชายทะเลที่เรือสำเภา และเรือสินค้าต่างชาติเข้ามาหลบมรสุม และทำการค้าขาย ปรากฏหลักฐานเป็น ภาพชนะเครื่องเคลือบจีน เครื่องสังคโลก เหรียญเงินต่างชาติ และข้าวของต่าง ๆ เป็นยุคที่การติดต่อค้าขายทางทะเลระหว่างไทยกับนานาชาติ ทั้งยุโรป เปอร์เซีย อินเดีย จีน เจริญรุ่งเรืองอย่างมาก สินค้าส่งออกที่สำคัญก็คือ เขากวาง หนังสัตว์ น้ำผึ้ง ไม้หอม กระจวาน พริกไทย และเครื่องเทศต่าง ๆ นอกจากนี้มีความสำคัญในแง่ของเส้นทางการค้าทางทะเลแล้ว

สมัยกรุงธนบุรี เมืองตราดมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์หลายเหตุการณ์ ที่สำคัญคือ ในช่วงหลังเสียกรุงศรีอยุธยาในปี พ.ศ. 2310 สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงตีฝ่าวงล้อมพม่า และมุ่งหน้าสู่หัวเมืองภาคตะวันออกเพื่อรวบรวมไพร่พลยุทธโธปกรณ์ หวังกลับมากู้ชาติคืนจากพม่า หลังจากที่พระเจ้าตากสินก่อกองราชสำเร็จ ก็สถาปนากษัตริย์ขึ้นเป็นราชธานีแห่งใหม่ ก็เกิดเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดตราดอีก คือ กองทัพเขมรได้มาตียึดเมืองตราด ถึง 2 ครั้ง โดยแต่ละครั้งสมเด็จพระเจ้าตากสินก็ได้ทรงส่งทัพหลวงมาปราบปรามทัพเขมรไว้ได้ แสดงให้เห็นว่า เมืองตราดในสมัยกรุงธนบุรี ก็ยังคงมีความสำคัญสืบต่อมาจากสมัยอยุธยา คือ เป็นเมืองท่า ที่ทำหน้าที่ดูแลผลประโยชน์ด้านการค้าทางทะเลของไทยกับต่างชาติ และเป็นเมืองหน้าด่านชายทะเลป้องกันข้าศึกด้านตะวันออก

สมัยรัตนโกสินทร์ ในช่วงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น เมืองตราดยังคงความสำคัญสืบเนื่องมาจากสมัยอยุธยาและธนบุรี ในฐานะเมืองท่า และเมืองหน้าด่าน จึงถูกรุกรานเป็นระยะ ๆ จากเขมรและญวน เหตุการณ์ที่สำคัญคือ ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงทำสนธิสัญญากับชาวฝรั่งเศสเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2446 (ร.ศ.122) ซึ่งทำให้ไทยจำต้องยกดินแดนจังหวัดตราด และเกาะต่าง ๆ ตั้งแต่อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี ไปจนถึงเกาะกูด และเมืองปัจจันตคีรีเขต หรือ เกาะกง ให้แก่ฝรั่งเศสเพื่อแลกเปลี่ยนให้ฝรั่งเศสถอนกองทหารไปจากจันทบุรี ทรงยอมยกดินแดนพระตะบอง เสียมราฐ ศรีโสภณ ให้กับฝรั่งเศส เพื่อแลกเอาเมืองตราดและเกาะต่าง ๆ กับเมืองด่านด้านชายฝั่งขวาของแม่น้ำโขงคืนมา โดยสัญญาฉบับนี้ได้ให้สัตยาบันต่อกันและมีผลทำให้กองทหารฝรั่งเศสถอนออกไปจากเมืองจันทบุรีตามสัญญา เมื่อ 12 มกราคม ชาวตราดจึงได้ถือเอาวันที่ 23 มีนาคมของทุกปีเป็นวันเอกราชของจังหวัดตราดและได้มีการจัดงาน "วันตราดรำลึก" เพื่อน้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ทรงรักษาเมืองตราดไว้ให้คงอยู่บนแผ่นดินไทย อีกเหตุการณ์หนึ่งที่สำคัญ คือ ในวันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2484 ช่วงระหว่างสงครามอินโดจีน กองเรือรบฝรั่งเศส ล่องลำนำนน้ำด่าน จ.ตราด กองเรือรบราชนาวีได้เข้าขัดขวาง เกิดการยิงต่อสู้กันซึ่งเป็นที่รู้จักกันไปในนาม "ยุทธนาวีเกาะช้าง" โดยฝ่ายไทยสามารถขับไล่ข้าศึกให้ล่าถอยออกไป แต่ต้องสูญเสียเรือรบไป 3 ลำ เรือรบหลวงสงขลา เรือรบหลวงชลบุรี และเรือรบหลวงธนบุรี รวมทั้งทหารอีกทั้งจำนวนหนึ่ง ในวันที่ 17 มกราคม กองทัพเรือจึงถือเป็นวันทำบุญประจำปี เพื่ออุทิศส่วนกุศลแก่ทหารเรือ ที่ได้สละชีพในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อปกป้องแผ่นดินไทยในครั้งนั้น

1.1.2 พื้นที่และอาณาเขต

ที่ตั้ง "จังหวัดตราด" เป็นจังหวัดชายแดนสุดฝั่งทะเลตะวันออก มีรูปร่างลักษณะคล้ายหัวช้าง อาณาเขตด้านชายแดนติดกับประเทศกัมพูชาทั้งทางบกและทางทะเล ยาว 330 กิโลเมตร โดยทางบกติดกับทางจังหวัดของประเทศกัมพูชา ได้แก่ จังหวัดพระตะบอง จังหวัดโพธิสัตว์ และจังหวัดเกาะกง ซึ่งมีแนวชายแดนธรรมชาติติดทิวเขาบรรทัด อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครตามเส้นทางสายใหม่ บางนา-บ้านบึง-แกลง-ตราด เป็นระยะทาง 315 กิโลเมตร (สำนักงานจังหวัดตราด. (2562): 2)

ทิศเหนือ	ติดต่อกับอำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรีและประเทศกัมพูชา
ทิศใต้	ติดต่อกับอ่าวไทยและน่านน้ำประเทศกัมพูชา
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับประเทศกัมพูชา มีทิวเขาบรรทัดเป็นแนวกันเขต
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับอำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี





ภาพประกอบ 2-1 แผนที่จังหวัดตราด (กรมธนารักษ์ สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ตราด, ม.ป.ป., : ออนไลน์)

1.1.3 ลักษณะภูมิประเทศและลักษณะภูมิอากาศ

1) ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศ มีอาณาเขตบริเวณที่ ประกอบด้วย เทือกเขาสูง อุดมด้วยป่าเบญจพรรณ ป่าดิบ และพื้นน้ำ หมู่น้ำต่าง ๆ สำนักงานจังหวัดตราด. (2562, หน้า 3) กล่าวถึง สภาพภูมิประเทศ แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ อาณาบริเวณที่เป็นแผ่นดิน ภูเขา พื้นน้ำ และทะเล ดังนี้

- 1) บริเวณพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำ เหมาะสำหรับปลูกผลไม้ ปาล์มน้ำมัน ทำนาข้าว และการปศุสัตว์
- 2) ที่ราบบริเวณภูเขา บริเวณนี้มีพื้นที่กว้างขวางมากเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การทำสวนผลไม้ ยางพารา และสับปะรด
- 3) บริเวณพื้นที่ภูเขาสูง ส่วนมากมีสภาพเป็นพื้นที่ป่าไม้ พื้นที่เกาะ
- 4) ที่ราบต่ำชายฝั่งทะเล และผืนทะเล บริเวณพื้นที่นี้ประกอบด้วย หมู่น้ำน้อยใหญ่ต่าง ๆ 52 เกาะ มีป่าชายเลนอย่างหนาแน่น เป็นแหล่งเลี้ยงสัตว์น้ำและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด

2) ลักษณะภูมิอากาศ

ภูมิอากาศของจังหวัดตราด มีสภาพแตกต่างไปจากจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออก นอกจากจะได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมที่พัดผ่านประจำแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากลมทะเลทำให้ภูมิอากาศเป็นแบบร้อนชื้น อุณหภูมิโดยทั่วไปจะไม่แตกต่างกันมาก อากาศไม่ร้อนจัด หรือหนาวจนเกินไป แต่มีฝนตกชุกมาก เพราะมีพื้นที่ติดทะเล และมีภูเขาโอบล้อม จึงทำให้ได้รับอิทธิพลของลมมรสุม แบ่งออกเป็น 3 ฤดู (สำนักงานจังหวัดตราด, 2562. หน้า 3)

1.1.4 เศรษฐกิจ

เกษตรกรรมเป็นเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดของจังหวัดตราด สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดตราด ปีละประมาณ 5,000 ล้านบาท ได้แก่ สินค้าผลไม้ เช่น เงาะ ทุเรียน มังคุด สับปะรด และยางพารา เป็นต้น นอกจากนี้การประมง และการท่องเที่ยวถือเป็นอาชีพสำคัญ จังหวัดตราด มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางทะเล มีหมู่น้ำน้อยใหญ่ 52 เกาะ เป็นการท่องเที่ยวที่ชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ตลอดจนมีศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งราชอาณาจักรกัมพูชาและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม



ภาพประกอบ 2-2 สวนผลไม้และผลผลิตทางการเกษตร ของจังหวัดตราด (SBL บันทึกรประเทศไทย, 2561, หน้า. 21)



ภาพประกอบ 2-3 การประมงพื้นบ้านและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (SBL บันทึกรประเทศไทย, 2561, หน้า. 43)

1.1.5 กลุ่มคนและเชื้อชาติ

ตราดประกอบด้วยผู้คนหลายเชื้อชาติ ที่เข้ามาตั้งรกรากถิ่นฐานตั้งแต่อดีต เนื่องจากเป็นเมืองท่าทางการค้าที่สำคัญ โดยกลุ่มคนหรือเชื้อชาติที่สำคัญที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในตราดได้แก่

1) กลุ่มชนชาติไทย เข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ก่อนชนชาติอื่น ๆ ที่บ้านบางพระ บ้านหนองคันทร้ง บ้านปลายคลอง ซึ่งเป็นชื่อหมู่บ้านที่มีมาแต่ดั้งเดิม ดังหลักฐานปรากฏที่บ้านปลายคลอง มีโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีศิลปะแบบไทย เป็นไปในแนวทางเดียวกับกลุ่มชนชาติไทยที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นอื่น ๆ ของประเทศไทยที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนี้ซึ่งมีอยู่เป็น

2) กลุ่มชนชาติของ ของเป็นกลุ่มชนที่อาศัยอยู่ทั่วไปในภาคตะวันออกเฉียงใต้ อยู่ในกลุ่มมอญ - เขมร ชาวของอยู่ตามป่าเขา มีภาษาพูดของตนเอง มีการนับเลข การพูดติดต่อสื่อสารในกลุ่มเดียวกัน แต่ไม่มีภาษาเขียน ในจังหวัดตราดมีของอยู่ทั่วไปในอำเภอเมือง ๆ อำเภอบ่อไร่ และอำเภอเขาสมิง นอกจากนี้ยังมีชื่อหมู่บ้านที่เป็นภาษาของปรากฏอยู่ เช่น บ้านปากพืด แปลว่า ดงเสียด บ้านตักตัก แปลว่าที่ลุ่มกว้างใหญ่ เดิมของนับถือผีแต่ปัจจุบันส่วนใหญ่นับถือพระพุทธศาสนา และนับถือผีไปพร้อมกัน ได้แก่ ผีโรง ผีเรือน และผีหิ้ง หมู่บ้านที่ชาวของอาศัยอยู่มากได้แก่ หมู่บ้านซ้อ และบ้านศรีบัวทองจำนวนมากและเก่าแก่กว่ากลุ่มอื่น ๆ

3) กลุ่มชนชาติญวน มีพวกญวนอพยพเข้ามาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว มาอยู่ที่ตำบลอ่าวญวน ที่บ้านแหลมญวน ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ช่วงที่ฝรั่งเศสยึดครองอินโดจีนและต้องการเกาะกระดาศของไทย จึงได้ส่งคนญวนที่เข้ารับนับถือคริสต์มาอยู่ที่เกาะกระดาศเพื่อใช้เป็นข้ออ้างในการยึดครอง ซึ่งในสมัยนั้นมีชาวบ้านคนไทยอาศัยอยู่ก่อนแล้ว พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงได้โปรดเกล้าฯ ให้ออกโฉนดที่ดินให้พื้นที่เกาะกระดาศโดยขอจากชาวบ้าน ชาวญวนที่ไปอาศัยอยู่จึงกระจายออกไปอาศัยอยู่ที่ส่วนอื่นในจังหวัดตราด ปัจจุบันคนญวนดังกล่าวได้ผสมกลมกลืนกับคนไทย จนกลายเป็นคนไทยไปหมดแล้ว

4) กลุ่มชนชาติจีน มีหลักฐานการเข้ามาในช่วงที่พระยาตากมารวบรวมไพร่พลที่เมืองตราด มีกลุ่มสำเภของพ่อค้าคนจีน ตั้งอยู่ที่ปากแม่น้ำ แสดงว่าการเข้ามาในระยะแรกเพื่อการค้าขาย เมื่อเห็นว่ามีความอุดมสมบูรณ์จึงมีการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานมากขึ้น ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ประเทศญวนมีการสู้รบกัน จึงมีคนจีนในญวนอพยพเข้ามาที่เมืองตราด นอกจากนั้นยังมีอีกพวกหนึ่งที่ถูกกวาดต้อนเข้ามาในไทยพร้อมด้วยคนญวน และคนเขมรเมื่อทำสงครามได้ชัยชนะ

5) กลุ่มชนชาติแขก ปัจจุบันคือ กลุ่มชาวไทยอิสลาม เดิมมาอยู่ที่ตำบลน้ำเชี่ยวแห่งเดียว พวกนี้ถูกกวาดต้อนมาในสมัยสงครามญวนกับเขมร ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ต่อมาก็ได้มีการชักชวนกันมาตั้งถิ่นฐานกันมากขึ้น มีการเรียนภาษาเขียนที่ใช้ในคัมภีร์อัลกุรอานของศาสนาอิสลาม มีการสร้างสุเหร่าครั้งแรกที่บ้านน้ำเชี่ยว

6) กลุ่มชนชาวกุหล่า เป็นกลุ่มชนอีกกลุ่มหนึ่ง ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ได้มีการส่งพวกกุหล่าออกสำรวจและขุดหาพลอยในเขตอำเภอเขาสมิง และอำเภอบ่อไร่ในปัจจุบัน โดยที่พวกกุหล่าอาศัยอยู่ ตามแหล่งแร่พลอยต่าง ๆ เช่น บ้านนาวง อำเภอเขาสมิง บ้านบ่อไร่ อำเภอบ่อไร่ และล่าสุดได้มาอยู่บริเวณบ้านตากแว้ง อำเภอบ่อไร่



ชาวจีน

ชาวไทย

ชาวมุสลิม

ชาวญวน

ชาวของ

ภาพประกอบ 2-4 ลักษณะกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดตราด (ธนภุต ใจสุตา, 2564)

กลุ่มชนชาติต่าง ๆ ในจังหวัดตราด มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นประเพณี ภาษา โดยชนชาติไทยเป็นชาติหลัก ชนกลุ่มน้อยที่อพยพเข้ามา ก็หัดพูดภาษาไทย นานเข้าก็พูดภาษาตนเองไม่ได้ อย่งไรก็ตาม จากการที่มีหลายชุมชนในพื้นที่จังหวัดตราด จึงทำให้สำเนียงภาษาพูดของคนตราด แตกต่างไปจากคนไทยภาคกลาง เป็นภาษาที่มีคำหนักห้วน จนเกือบจะกลายเป็นกระด้าง

1.1.6 มรดกทางธรรมชาติ

1) เมืองเกาะครึ่งร้อย

จังหวัดตราด มีพื้นที่ทางทะเลประมาณ 7,260 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยหมู่เกาะใหญ่น้อยเป็นจำนวนมาก มีจำนวน 52 เกาะ คือ

- อำเภอเกาะช้าง มี 30 เกาะ ได้แก่ เกาะช้าง เกาะช้างน้อย เกาะคลุ้ม เกาะง่าม เกาะจิกกลาง เกาะชะลอม เกาะหวาย เกาะกระบุง เกาะทราย เกาะทะลุ เกาะปรี เกาะปัน เกาะพะเนียด เกาะมะปราง เกาะมะปริง เกาะมะพร้าวนอก เกาะมะพร้าวใน เกาะมันนอก เกาะลิ้ม เกาะสลัก เกาะสุวรรณ เกาะหยวก เกาะหินชี้ข้าง เกาะเหลายานอก เกาะเหลายากลาง เกาะเหลายาใน เกาะใบตั่ง เกาะไม้ชี้เล็ก และเกาะไม้ชี้ใหญ่

- อำเภอเกาะกูด มี 15 เกาะ ได้แก่ เกาะกูด เกาะรังใหญ่ เกาะหมาก เกาะกระดาด เกาะหนึ่ง เกาะสอง เกาะสาม เกาะขาม เกาะมันใน เกาะระยั้งนอก เกาะระยั้งใน เกาะรังเล็ก เกาะเล็ก เกาะแรด และเกาะไม้ชี้

- อำเภอแหลมงอบ มี 5 เกาะ ได้แก่ เกาะลิง เกาะมะปริง เกาะนก เกาะจิกกลาง และเกาะปุย

นอกจากนี้ยังมีเกาะเล็กเกาะน้อย มีลักษณะเป็นหินโผล่ขึ้นมาเหนือน้ำทะเลอีกมาก ยังไม่มีชื่อเรียก บางแห่งชาวประมงจะตั้งชื่อเรียกกันเอง มรดกทางธรรมชาติทางทะเล ได้แก่ ปะการัง ดอกไม้ทะเล พื้นที่หญ้าทะเลที่เป็นอาหารของปลาพะยูน หอยชนิดต่าง ๆ หาดทราย โขดหิน และบรรดาสัตว์ทะเลนานาชนิด

2) แม่น้ำตราด

เกิดจากแอ่งซับน้ำใต้ดินบนผืนป่าสมบูรณ์ที่เขาบรทัด แล้วไหลจากชายแดนที่อำเภอบ่อไร่ ผ่านแหล่งเพาะปลูกสำคัญในเขตอำเภอเขาสมิง ไปจนจรดทะเลที่อำเภอเมือง ฯ แต่เดิมแม่น้ำตราดเป็นแหล่งน้ำที่ใช้ในการอุปโภค และบริโภค และเป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญ ที่เชื่อมโยงสังคมบ้านป่า เช่น หนองบอน บ่อไร่ ช้างทูน ฉางเกลือ กีบชุมชนภายนอกที่เจริญกว่า ต่อมาเมื่อมีการพบแร่รัตนชาติในบริเวณนั้น จึงมีการชำระล้างดินเพื่อหาพลอย ทำให้แม่น้ำตราดตื้นเขินตลอดสาย แม่น้ำตราดเป็นแม่น้ำสายหลักของเมืองตราด มีความสำคัญด้านการประมงทางทะเล ทั้งด้านทำเทียบเรือประมง และโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ (หอมรดกไทย, ม.ป.ป.)

3) หินเขาโต๊ะไม้ และหินดำ

มีลักษณะเป็นแท่งหินคล้ายเสาสี่เหลี่ยม มีสีดำและสีน้ำตาลเข้มเป็นแท่ง ๆ อันกันอยู่บางแห่งสูงถึงประมาณ 7 เมตร สันนิษฐานว่า หินดังกล่าวเกิดจากการแทรกดันตัวของหินอัคคีชนิดหนึ่ง ซึ่งเป็นหินที่ให้น้ำเกิดพลอยต่าง ๆ จากภายใต้เปลือกโลกเกิดการเย็นตัว และตกผลึกได้ทั้งบริเวณภายใต้เปลือกโลก และบนผิวโลก ส่วนที่เย็นตัวภายนอกเปลือกโลกจะเย็นตัวเร็ว เป็นผลให้เกิดรอยแตกของหินในแนวตั้งเป็นมุมฉากกับพื้นผิว เกิดรอยแตกในลักษณะแท่งหลายเหลี่ยมเป็นลักษณะที่แปลกและหายาก (หอมรดกไทย, ม.ป.ป.)

4) อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง

ได้รับการประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ แห่งที่ 45 เมื่อปี พ.ศ. 2525 ตั้งอยู่ในเขตตำบลเกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง และตำบลเกาะหมาก กิ่งอำเภอเกาะกูด ประกอบด้วยเกาะใหญ่น้อยประมาณ 40 เกาะ ครอบคลุมพื้นที่ทางบก และทางทะเลประมาณ 650 ตารางกิโลเมตร เกาะช้างเป็นเกาะใหญ่ที่สุดมีป่าไม้ขึ้นอยู่หนาแน่น เป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำลำคลองเป็นจำนวนมาก มีพื้นที่ประมาณ 430 ตารางกิโลเมตร เกาะช้างมีธรรมชาติที่หลากหลาย ประกอบด้วยป่าไม้ที่เป็นป่าดิบเขียวตลอดปี มีน้ำตกที่สวยงาม มีหาดทรายที่ขาวสะอาด (หอมรดกไทย, ม.ป.ป.)



ภาพประกอบ 2-5 กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล จังหวัดตราด (SBL บันทึกประเทศไทย, 2561, หน้า 47)

5) อ่างเก็บน้ำเขาระก้า

เกิดจากพื้นที่ธรรมชาติที่เป็นหุบเขา ประกอบด้วยเขาระก้า เขาไม้ซี้ และเขามะปริง อยู่ในเขตอำเภอเมือง ฯ อำเภอเขาสมิง และอำเภอแหลมงอบ เป็นแหล่งเก็บน้ำขนาดใหญ่จุประมาณ 21 ล้าน ลูกบาศก์เมตร เก็บพักน้ำไว้เพื่อการเกษตร อุปโภคบริโภค ลดปัญหาน้ำท่วม เป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปลาและใช้เป็น สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ มีนกน้ำจำนวนมาก อยู่อาศัยในบางฤดู (หอมรดกไทย, ม.ป.ป.)

1.1.7 มรดกทางวัฒนธรรม

1) ย่านประวัติศาสตร์

- ย่านการค้าของเมืองตราด การตั้งถิ่นฐานของชาวตราด ปรางภูมิชุมชนหนาแน่น อยู่ตามริม แม่น้ำ ลำคลอง ทะเล ที่ราบลุ่ม และแหล่งที่มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ ได้แก่ แม่น้ำตราด แม่น้ำเวฬุ คลองบางพระ คลองต้นแม่น้ำตราด และแม่น้ำเวฬุ และริมทะเลทั่วไป

- ย่านการค้าสำคัญ อยู่ในเขตอำเภอเมือง ที่สำคัญคือตลาดริมคลองบางพระ ตั้งแต่ ชุมชนบ้านล่างตลอดแนวคลองไปจดหัวถนน เรียกว่าถนนริมคลอง ถนนด้านในที่ติดกับที่ราบ เรียกว่า “ถนนตลาดใหญ่” เป็นย่านการค้าแห่งที่ 2 ตลาดขวางเป็นย่านการค้าแห่งที่ 3 เป็นตลาดเล็ก ๆ และตลาดบ้านท่าเรือจ้งเป็น ย่านการค้าเล็ก ๆ แห่งที่ 4 ตั้งอยู่ริมแม่น้ำตราด

- การค้าขายทางเรือ จังหวัดตราดมีการค้าขายทางเรือมาแต่โบราณ เนื่องจากเป็น เมืองท่าและเมืองหน้าด่าน มีท่าเลเป็นเส้นทางผ่านสู่ประเทศเพื่อนบ้าน มีเรือสินค้าล่องค้าขายติดต่อกับเมืองชายฝั่ง ทะเลริมอ่าวไทย ตั้งแต่จันทบุรี ระยอง ชลบุรี ปากน้ำ (สมุทรปราการ) ท่าจีน (สมุทรสาคร) แม่กลอง (สมุทรสงคราม) และกรุงเทพฯ ฯ ดังนั้นชาวตราดจึงมีความชำนาญในการต่อเรือ มีเรือต่อเรืออยู่ในเขต ตำบลเนินทราย และท่าเลื่อน และมีเรือข้ามเรือสินค้าขนาดต่าง ๆ บริเวณบ้านท่าเรือจ้งหลายแห่ง (หอมรดกไทย, ม.ป.ป.)

2) อนุสรณ์สถาน

- อนุสรณ์ทางยุทธนาวีที่เกาะช้าง เหตุการณ์รบทางเรือครั้งสำคัญที่สุดครั้งหนึ่งของ กองทัพเรือไทยคือ การรบทางเรือที่เกาะช้าง ระหว่างกองเรือรบไทยกับกองเรือรบฝรั่งเศส รายละเอียดมีอยู่ใน การรบทางเรือที่เกาะช้าง ชาวตราดร่วมกับกองทัพเรือ ได้จัดสร้างอนุสรณ์สถานแห่งนี้ขึ้นไว้ที่บ้านแหลมงอบ อำเภอ แหลมงอบ เพื่อระลึกถึงวีรกรรมของทหารเรือไทย ที่ได้ปฏิบัติการต่อสู้เพื่อรักษา เอกราชอธิปไตยของไทยไว้ด้วย ชีวิต ภายในอนุสรณ์สถานจัดเป็นพิพิธภัณฑ์เรื่องเกี่ยวกับการสู้รบทางเรือที่เกาะช้าง มีการจัดงานประจำปีในวันที่ 17 มกราคม ของทุกปี

- ศาลาราชการุณย์ เป็นพิพิธภัณฑ์เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้า ฯ พระบรมราชินีนาถ สภานายิกาสภากาชาดไทย เป็นส่วนหนึ่งของศูนย์สภากาชาดไทยเขาล้าน เดิมบริเวณนี้เป็นศูนย์

อพยพของชาวกัมพูชา ได้แบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วน คือศาลาราชการุณย์ ค่ายยุวกาชาด และสถานที่พักผ่อนและท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

- อนุสรณ์สถานทหารนาวิกโยธิน บ้านหาดเล็ก อำเภอกลองใหญ่ เพื่อเป็นการระลึกถึงวีรกรรมของทหารนาวิกโยธิน และประชาชนบ้านหาดเล็ก ที่ร่วมกันเสียสละเลือดเนื้อ และชีวิตเพื่อป้องกันรักษาอธิปไตยของชาติไว้ (หอมรดกไทย, ม.ป.ป.)



ภาพประกอบ 2-6 อนุสรณ์ทางยุทธนาวีที่เกาะช้าง ตำบลแหลมงอบ จังหวัดตราด (วิมลสิน สันตจิต, 2564)

3) ภาษาและวรรณกรรม

- ตำนานแหลมงอบเกาะช้าง มีเรื่องเล่าสืบกันมาว่า สมัยหนึ่งพระโพธิสัตว์ได้มาสร้างตำหนักเลี้ยงช้างอยู่ที่เกาะช้าง มีช้างพลายเชือกหนึ่งเป็นจำเอย และมิสองตายายเป็นผู้เลี้ยง วันหนึ่งจำเอยลงตม้นหนีเตลิดเข้าป่าไปผสมพันธุ์กับนางช้างป่า ตกลูกมา 3 เชือก พระโพธิสัตว์ได้ให้สองตายายไปติดตามคนละทาง จำเอยหนีไปจนสุดเกาะด้านเหนือแล้วว่ายน้ำข้ามทะเลมาขึ้นฝั่ง ซึ่งปัจจุบันเรียกว่า บ้านธรรมชาติ ส่วนลูกช้างทั้งสามที่ตามมาด้วยว่ายน้ำไม่เป็นจึงจมน้ำตายกลายเป็นหินสามกอง อยู่บริเวณอ่าวคลองสน ชาวบ้านเรียกว่า “หินช้างสามลูก” ในระหว่างที่จำเอยว่ายน้ำอยู่กลางทะเลได้ถ้ำมูลไว้ กลายเป็นหินกองอยู่ตรงนั้นเรียกว่า “หินชี้ช้าง” เมื่อขึ้นฝั่งได้แล้ว จำเอยได้มุ่งหน้าเลียบไปตามชายฝั่งทิศใต้ ฝ่ายตาผู้เลี้ยงเห็นว่าตามช้างไม่ทันแล้วจึงเดินทางกลับปล่อยให้ตายายติดตามไปแต่เพียงผู้เดียว ยายตามไปจนทันจำเอยขึ้นฝั่ง แต่ไม่กล้าเข้าปากกลัวสัตว์จะทำร้ายเอาในที่สุดได้ตกลงไปในโคลนถอนตัวไม่ขึ้น และถึงแก่ความตาย ร่างกายกลายเป็นหินกองอยู่ตรงนั้นชาวบ้านเรียกว่า “หินยายม่อม” ส่วนงอบที่สวมได้หลุดลอยไปติดปลายแหลม และกลายเป็นหิน ชาวบ้านเรียกว่า

“แหลมงอบ” เมื่อพระโพธิสัตว์ทราบบว่าจำโขลงมุ่งหน้าไปทางทิศใต้ จึงให้คนทำคอกดักไว้เกือบถึงท้ายเกาะด้านใต้ ชาวบ้านจึงเรียกหมู่บ้านแถบนี้ว่า “บ้านคอก” และเกาะที่เกิดจากลิ่ม และสลักที่ทำคอกนั้นเรียกว่า “เกาะลิ่ม และเกาะหลัก” ส่วนมากเรียกรวมกันว่า บ้านสลักคอก (หอมรดกไทย, ม.ป.ป.)

4) ภูมิปัญญาท้องถิ่น

- หมวกใบจาก (งอบ) ป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์อันเกิดจากภูมิปัญญาของชาวตราด รูปทรงดั้งเดิมมีลักษณะด้านหน้าเป็นรูปรีแหลม คล้ายสามเหลี่ยม และมีปีกยื่นยาวไปด้านหลังเป็นรูปทรงงอบโบราณที่เหมาะสมแก่การสวมใส่ เพื่อกันฝนและกันลมความลาดเอียงของงอบชนิดนี้จะทำให้น้ำฝนไหลสะดวกและไม่ต้านลม ส่วนปีกที่ยื่นด้านหลังยังป้องกันน้ำฝนไม่ให้เปียกหลังจึงเหมาะสำหรับเกษตรกร ชาวนา สวมใส่ในขณะทำนา ส่วนอีกแบบหนึ่งใช้ใบจากเย็บสำหรับคุ้มกันแดดกัน ฝนเช่นกัน หมวกใบจากมีหลายรูปทรงที่ผู้สวมใส่จะได้เลือกใช้ให้เหมาะสมกับการทำงานหรือเพื่อความสวยงามตามวาระโอกาส (งอบใบจาก, ม.ป.ป.)



ภาพประกอบ 2-7 ร้านขายเครื่องจักสาน ชุมชนน้ำเขียว (วิมลสิน สันตจิต, 2564)

- กระดานเก็บหอย ป่าชายเลนเป็นแหล่งกำเนิดสัตว์น้ำนานาชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หอยชนิดต่าง ๆ การเก็บหอยตามหาดชายเลนต้องรอให้น้ำลง ดินมีสภาพเป็นพรุ ทำให้การเก็บหาหอยทำได้ยาก ชาวบ้านจึงคิดทำอุปกรณ์ง่าย ๆ คือ กระดานถีบ หรือกระดานเก็บหอย ใช้ในการเคลื่อนตัวไปบนหาดเลนที่เป็นดินพรุ มีความลื่นระดับหัวเข่าได้สะดวกและรวดเร็ว เพราะการเดินบนดินเลนด้วยเท้าเปล่าทำได้ยาก และจะเป็นอันตรายจากการถูกเปลือกหอยบาด (หอมรดกไทย, ม.ป.ป.)

- เรือมาดูด นิยมทำจากไม้ตะเคียน ซึ่งเป็นไม้เนื้อแข็งทนทาน มียางในเนื้อไม้ช่วยป้องกันเพรียง แล้วนำมาดูด การดูดเรือจะต้องทำตอนที่ไม้ยังสดอยู่เพราะดูดได้ง่าย (หอมรดกไทย, ม.ป.ป.)

1.2 สัญลักษณ์ประจำจังหวัดตราด

1.2.1 ตราประจำจังหวัด

เป็นรูปเรือใบแล่นในทะเลกับโป๊ะของชาวประมง ด้านหน้าของรูปเกาะช้างมีโป๊ะ และเรือใบ ความหมายก็คือ ตามท้องทะเลรอบๆ เกาะช้างเป็นแหล่งการประมง เบื้องหลังเป็นเกาะช้าง หมายถึง จังหวัดตราด มีเกาะเป็นจำนวนมาก และเกาะที่ใหญ่ที่สุดเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปคือเกาะช้าง การที่มีพื้นที่ติดกับทะเล ประชาชนจึงยึดถือการประมงเป็นอาชีพหลักมาแต่โบราณ (สำนักงานจังหวัดตราด, 2561)



ภาพประกอบ 2-8 ตราประจำจังหวัดตราด (สำนักงานจังหวัดตราด, 2561)

1.2.2 ต้นไม้ประจำจังหวัด

ต้นहुกวาง (*Terminalia catappa*) เป็นพันธุ์ไม้พระราชทานเพื่อปลูกเป็นมงคลจังหวัดตราด ลักษณะโคนต้นขนาดกลาง ผลัดใบสูง 15-20 เมตร เรือนยอดอ่อนค่อนข้างกลม เปลือกสีเทาเรียบ แตกกิ่งตามแนวนอนเป็นชั้น ๆ ใบเดี่ยว เรียงเวียนสลับที่ปลายกิ่งแผ่นใบรูปไข่ กว้าง 8-15 เซนติเมตร ยาว 12-25 เซนติเมตร ปลายใบเป็นติ่งแหลมอ่อน โคนใบสอบแคบ เว้าและมีต่อม 1 คู่ แผ่นใบหนา มีขนนุ่ม ขอบใบเรียบ ดอกเล็ก สีขาวนวล ออกเป็นช่อตามง่ามใบบริเวณปลายกิ่ง ผลรูปไข่หรือรี ป้อมและแบนเล็กน้อย กว้าง 2-5 เซนติเมตร ยาว 3-7 เซนติเมตร สีเขียว เมื่อแก่จะแห้งเป็นสีดำคล้ำ เปลือกและผลมีรสฝาดมาก ใช้แก้ท้องเสีย ย้อมหนังสือ ทำหมึก เมล็ดในผลรับประทานได้ ให้น้ำมันคล้ายน้ำมันอัลมอนด์ (สำนักงานจังหวัดตราด, 2561)



ภาพประกอบ 2-9 ต้นไม้ประจำจังหวัดตราด หูกวาง (สำนักงานจังหวัดตราด, 2561)

1.2.3 ดอกไม้ประจำจังหวัด

ดอกกฤษณา (*Aquilaria crassna*) ชาวบ้านเรียกว่า “ไม้หอม” พบในป่าดงดิบของจังหวัดตราด เป็นไม้ยืนต้นขนาดกลางถึงใหญ่มีความสูงประมาณ 20-30 เมตร ไม้ผลัดใบ ลำต้นตรง เรือนยอดเป็นพุ่มทรงเจดีย์ เนื้อไม้สีขาว ต้นไม้ชนิดนี้หากมีบาดแผลซึ่งอาจเกิดจากการตัด แฉกเจาะไซ หรือเป็นโรค จะขับสารชนิดหนึ่งในลำต้นออกมาทำหน้าที่ต้านความผิดปกติเหล่านั้น ทำให้เกิดผลดงกล่าวเป็นสีดำก่อตัวเป็นผลึกทำให้เกิดความแข็งแกร่งของเนื้อไม้ ที่ชาวบ้านเรียกกันว่า “กฤษณา” มีกลิ่นหอม ความผิดปกติจะขยายไปเรื่อย ๆ ทำให้มีสีดำเพิ่มขึ้นซึ่งแก่นกฤษณาที่มีสีดำนั้นถือว่าเป็นไม้คุณภาพชั้นหนึ่งมีราคาสูง หากมีสีน้ำตาลเทาคุณภาพจะรองลงมา หากมีสีเหลืองปนดำถือว่าคุณภาพต่ำใช้ทำหัวน้ำหอมตลอดจนเครื่องหอมหลายชนิด (สำนักงานจังหวัดตราด, 2561)



ภาพประกอบ 2-10 ดอกกฤษณา (สำนักงานจังหวัดตราด, 2561)

1.2.4 สัตว์น้ำประจำจังหวัด

ปลากระรังจุดฟ้าหรือปลาย่ำสวาท (*Plectropomus leopardus*) เป็นปลากระดูกแข็งในวงศ์ปลากระรังวงศ์ย่อย Epinephelinae และยังมีชื่อเรียกอื่น ๆ เช่น ปลาจุดสลาดและปลาเก้าจุดฟ้า เป็นต้น ปลาชนิดนี้สามารถโตเต็มที่ได้ยาวถึง 1.2 เมตรบริเวณรอบดวงตาแบน ไม่มีเกล็ด ก้านซีเหงือกจำนวน 6-10 อัน หลังมีก้านครีบแข็ง 7-8 ก้านครีบที่ 3 หรือ 4 ยาวที่สุดก้านครีบอ่อน 10-12 ครีบมีก้านครีบอ่อน 15-17 ครีบกันมีก้านครีบแข็ง 3 อัน และก้านครีบอ่อน 8 อัน หางเป็นแบบตรงเว้ากลางเล็กน้อย สีลำตัวมีหลากหลายตั้งแต่สีเขียวมะกอกถึงแดงน้ำตาล สีส้มแดงถึงแดงเข้ม จะมีจุดฟ้าเล็กๆ บนหัวและแก้มมากกว่า 10 จุดและที่ลำตัวยกเว้นใต้ท้อง ปลาย่ำสวาทสามารถพบในทะเลน้ำลึกตั้งแต่ 3 ถึง 100 เมตรมีชุกชุมในเขตร้อน ความสามารถพิเศษนอกเหนือรสชาติของมันที่อร่อยนั้นคือ สามารถเปลี่ยนเพศได้โดยปลาที่อายุได้ประมาณ 3 ปี น้ำหนักตัวถึง 3 กิโลกรัมจะเป็นเพศเมียทั้งหมดในขณะที่ปลาเริ่มมีน้ำหนักตัว 7 กิโลกรัมขึ้นไปจะเปลี่ยนเป็นเพศผู้ ดังนั้นการผสมพันธุ์ปลาชนิดนี้เกิดจากปลาเพศผู้ที่มีขนาดใหญ่กับปลาเพศเมียที่มีขนาดเล็กกว่าโดยฤดูผสมพันธุ์อยู่ที่เดือนพฤศจิกายนจนถึงเมษายน (สำนักงานจังหวัดตราด, 2561)



ภาพประกอบ 2-11 ปลากระรังจุดฟ้าหรือปลาย่ำสวาท (“ย่ำสวาท” ปลาทะเลสร้อย, 2561)

1.3 เอกลักษณ์ และคำขวัญจังหวัดตราด

จากคำขวัญของจังหวัดตราด ที่ว่า “เมืองเกาะครึ่งร้อย พลอยแดงค่าล้ำ ระกำแสนหวาน หลังอานหมาติ ยุทธนาวีเกาะช้าง สุดทางบูรพา” จะพบว่าเป็นการแสดงเอกลักษณ์เฉพาะที่สำคัญของจังหวัดในด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งเอกลักษณ์ที่ปรากฏในคำขวัญแต่ละด้านดังนี้

เมืองเกาะครึ่งร้อย จังหวัดตราด ประกอบไปด้วยหมู่เกาะต่าง ๆ มีเนื้อที่ทั้งสิ้น 650 ตารางกิโลเมตร ประกอบไปด้วยเกาะต่าง ๆ ที่มากถึง 52 เกาะ เรียงรายตั้งแต่เขตอำเภอแหลมงอบ อำเภอเมือง และอำเภอคลองใหญ่ เกาะที่สำคัญที่สุด คือ เกาะช้าง นอกจากนี้ยังมีเกาะอื่น ๆ ที่ยังคงสภาพความสวยงามตามธรรมชาติ ได้แก่ เกาะกูด เกาะหมาก เกาะคลุ้ม เกาะเหลายาโน เกาะง่าม เกาะไม้ซี้ใหญ่ เกาะหวาย เกาะรัง ฯลฯ

พลอยแดง จังหวัดตราด เป็นแหล่งของพลอยแดงน้ำงามที่มีชื่อเสียงโด่งดังในนาม "ทับทิมสยาม" แต่ปัจจุบันแร่พลอยเริ่มหมดไป ทับทิมสยามจึงกลายเป็นสิ่งที่หายาก ปัจจุบันยังพอหาซื้อได้จากร้านจำหน่ายเพชรพลอยในตัวเมืองตราด ในอดีตมีการขุดพลอยแดงในอำเภอบ่อไร่ ทำให้ผู้คนหลังไหลเข้ามา ส่งผลให้เกิดความเจริญทางเศรษฐกิจ ทำให้พื้นที่ป่าที่บกลายเป็นหลุมบ่อ ทำให้เมืองกลายเป็นเมืองร้างเมื่อพลอยหมดไป ปัจจุบันชาวบ้านมาประกอบอาชีพทำสวนเป็นหลัก

ระกำหวาน ตราดมีผลไม้หลากหลายชนิด แต่ผลไม้ที่มีชื่อเสียงที่สุดของตราด คือ "ระกำหวาน" ระกำหวานของตราด เป็นระกำที่มีรสชาดหวานหอมเมื่อแก่จัด เป็นที่นิยมของนักบริโภคระกำมาก มีรสหวานกลิ่นหอม ในจังหวัดตราด กำหนดให้มีการจัดงานวันระกำหวาน ผลไม้และของดีเมืองตราด จัดในเดือนพฤษภาคมหรือเดือนมิถุนายนเป็นประจำทุกปีเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้เกษตรกร

สุนัขพันธุ์ไทยหลังอาน เป็นสุนัขพื้นบ้านคู่ชาติไทยมาแต่โบราณ มีลักษณะพิเศษ คือ มีอาน หรือ ขวัญบนแผ่นหลัง มีความฉลาด และซื่อสัตย์ พบหลักฐานการเลี้ยงสุนัขในสมัยพระเจ้าทรงธรรม ได้บันทึกเรื่องราวไว้ว่า “สุนัขตัวมันใหญ่ มันสูงสองศอกเศษ มันมีสีต่าง ๆ ไม่ซ้ำกัน มันมีขนที่หลังกลับ มันกัดดีกับผู้เลี้ยงมัน มันมีโคนหลัง มันมีหาง เหมือนดาบขาวป่า” เป็นพันธุ์ไทยที่มีความเฉลียวฉลาด มีประสาทสัมผัสที่ไวและแม่นยำ ปัจจุบันเราได้ประโยชน์หลายอย่างจากสุนัขหลังอาน เช่น ฝึกใช้งานทั่วไป ใช้ตรวจวัตถุระเบิดและยาเสพติด เป็นต้น ลักษณะพิเศษประการต่อมา คือ อาน หมายถึง บริเวณหรือแนวขนที่งอกย้อนกลับจากขนธรรมดาตามแนวกระดูกสันหลัง ภายในพื้นที่อานนี้มีขนงอกวนเวียน เรียกว่า “ขวัญ” ซึ่งอาจอยู่ที่หัวอาน ริมอาน หรือท้ายอาน เสริมให้อานดูเด่นและสวยยิ่งขึ้น อานที่สวยงามต้องได้ระเบียบ ใหญ่ ยาว สมส่วน การเรียกชื่ออานนั้นเรียกตามรูปร่างลักษณะของอานที่แตกต่างกันออกไปว่ามีลักษณะเหมือนอะไร เช่น อานเข็ม อานเทพพนม อานลูกศร(ธนู) อานพิณ อานใบโพธิ์ อานไวโอลิน อานโบว์ลิ่ง

อนุสรณ์สถานยุทธนาวีเกาะช้าง จัดสร้างขึ้นบริเวณชายทะเลแหลมงอบมีอนุสาวรีย์กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ผันพระพักตร์ไปยังยุทธนาวีเกาะช้างมีการจัดบริเวณและอาคารพิพิธภัณฑ์คล้ายเรือรบ ด้านใน

พิพิธภัณฑ์ได้จัดแสดงประวัติศาสตร์ของกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ประวัติการสู้รบของกองทัพเรือไทยกับกองกำลังเรือรบของฝรั่งเศส รอบ ๆ บริเวณอนุสรณ์สถานได้จัดเป็นสวนสำหรับพักผ่อน และจะมีงานฉลองเพื่อระลึกถึงการทำยุทธนาวีของกองทัพเรือไทย กองทัพเรือและส่วนราชการต่าง ๆ ในจังหวัดตราด จึงได้ร่วมจัดงาน “วันวีรกรรมทหารเรือไทยในยุทธนาวีที่เกาะช้าง” ขึ้นประมาณวันที่ 17-20 ของทุกปี มีการจัดทำบุญเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่ทหารเรือ ณ บริเวณอนุสรณ์สถานยุทธนาวีที่เกาะช้าง ตำบลแหลมงอบ อำเภอแหลมงอบภายในงานมีการแสดงนิทรรศการของกองทัพเรือและส่วนราชการต่าง ๆ

1.3 สถานการณ์อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดตราด

จังหวัดตราดเป็นเมืองที่มีการชุดพบพลอยมาก โดยเฉพาะในอำเภอบ่อไร่ ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เชื่อกันว่ามีการชุดพลอยใน อำเภอบ่อไร่ ตั้งแต่สมัยรัชการที่ 2 ชาวบ้านเรียกกลุ่มคนที่เข้ามาสำรวจหาพลอยในยุคแรกๆ ว่า “กูหล่า” หรือไทใหญ่ ที่มาจากทางเหนือเป็นผู้ที่ทำให้ชาวบ้านรู้จักว่าพลอยมีค่ามากกว่ากรวด ศิริพร แดงตุ้ย (สัมภาษณ์ : วันที่ 3 เมษายน 2564) กล่าวว่า เศรษฐกิจพลอยในบ่อไร่ก่อรูปขึ้นครั้งแรกจากการเข้ามาซื้อพลอยของชาวกูหล่า คือ ชาวกูหล่าได้เดินทางเข้ามาในอำเภอบ่อไร่ เพื่อแสวงหาพลอย เพราะชาวกูหล่าเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความรู้ ความชำนาญ ในการค้นหาพลอยเป็นอาชีพหลัก และได้นำเครื่องนุ่งห่มไปแลกกับพลอยที่ชาวชองชุดได้ ต่อมา มีการขยายตัวเมื่อนักแสวงโชคอพยพเข้ามาชุดพลอยในบ่อไร่ ทำให้การผลิตและการค้าขยายตัวจากนักแสวงโชค นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาชุดพลอยได้ทำให้บ่อไร่มีการขยายตัวของการผลิตเพื่อขายอย่างเต็มที่ และมีความแพร่หลายของเศรษฐกิจเงินตราอย่างกว้างขวางด้วย



ภาพประกอบ 2-12 สภาพบ้านเรือนที่อยู่อาศัยเทศบาลตำบลบ่อพลอย (วิมลสิน สันตจิต, 2564)

พื้นที่จังหวัดจันทบุรี และตราด รวมไปถึงอำเภอบ่อไร่ มีการขุดค้นพบพลอยสีต่าง ๆ จำนวนมาก เช่น ทับทิม ไพลิน เขียวส่อง บุษราคัม โกเมน และเพทาย และที่สำคัญที่สุดก็คือ ทับทิมสยาม เป็นพลอยสีแดงเข้ม หรือสีแดงเลือดนก ที่พบได้ในเขตอำเภอบ่อไร่เป็นจำนวนมาก จัดเป็นพลอยที่มีคุณภาพสูง เป็นที่ต้องการของตลาด และมีราคาแพง เม็ดที่มีสีสวยงาม ตำนานน้อย ราคาอาจสูงกว่าเพชร ในต่างประเทศยกย่องทับทิมสยามว่าเป็นราชาแห่งอัญมณี วันชัย มุกมณี (สัมภาษณ์ : วันที่ 3 เมษายน 2564) กล่าวว่า แถบอำเภอบ่อไร่มีพลอยเยอะ หลังจากฝนตกหนัก จะพบพลอยอยู่ตามพื้นดินเป็นจำนวนมาก ชาวบ้านก็จะเก็บไปขายให้กับพ่อค้าที่มารับซื้อสร้างความร่ำรวยให้กับชาวบ้านอย่างมาก ในยุคตื่นพลอย คนเข้ามาที่บ่อไร่เป็นจำนวนมาก ทั้งที่มารับซื้อ ทั้งที่มาแสวงโชค



ภาพประกอบ 2.13 พลอยดิบ บ่อไร่ (ซ้าย) การร่อนพลอยในแม่น้ำ (ขวา) (สมชาย เปรื่องเวช, 2564)

การขุดพลอยในปัจจุบันเข้าสู่ยุคตกต่ำ เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือขนาดใหญ่เข้ามาขุดหาพลอย จนลดลงและหายากมากขึ้น การจะขุดได้พลอยขนาดใหญ่จึงเป็นไปได้ยากขึ้นและไม่คุ้มกับการลงทุน ผู้ประกอบการธุรกิจพลอยในอำเภอบ่อไร่บางส่วนก็ต้องออกนอกพื้นที่ไปแสวงหาแหล่งพลอยใหม่ในพื้นที่แถบเขมร และประเทศใกล้เคียง ส่วนที่ยังอยู่ในพื้นที่ก็ต้องพยายามปรับตัวเปลี่ยนจากอาชีพหลักมาเป็นอาชีพเสริมแทนเหมือนพลอย บ่อพลอยถูกทดแทนด้วยสวนผลไม้ การหาพลอยเป็นเพียงอาชีพเสริมที่ทำกันในเวลาว่าง ร้านค้าพลอยต่าง ๆ ก็ยกเลิกกิจการไปเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันเหลือเพียงไม่กี่ร้าน สิริรัตน์ โชคศิริ (สัมภาษณ์ : วันที่ 3 เมษายน 2564) กล่าวว่า พลอยบ่อไร่ ไม่เป็นที่รู้จักเท่าพลอยจัน แต่ในความเป็นจริงแล้ว พลอยจันส่วนใหญ่ก็มาจากบ่อไร่ทั้งนั้น ทุกวันนี้พลอยหายากขึ้น พบแต่เม็ดเล็กๆ ผู้ประกอบการที่ยังดำเนินกิจการอยู่ก็นำพลอยจากแหล่งอื่น ๆ เข้ามาผลิตร่วมกับพลอยในพื้นที่ เน้นขายในราคาไม่สูงมาก ส่วนใหญ่ก็จะเป็นงานเครื่องประดับสำเร็จรูปฝังพลอย ตัวเรือนโลหะเงิน ไม่เน้นหน้าร้าน เน้นออกงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ผู้บริโภคก็เป็นคนไทย สอดคล้องกับสมชาย เปรื่องเวช (สัมภาษณ์ : วันที่ 3 เมษายน 2564) กล่าวว่า ชาวบ้านจะออกไปหาพลอยตามลำน้ำธรรมชาติ ใช้วิธีการร่อนหา ซึ่งก็ยังพอได้พบพลอยบ้าง แต่กิจการขุดเหมืองที่ทำกันใหญ่โตไม่มีแล้ว เน้นไปเป็นการหาแบบง่าย

หรือสร้างเป็นกิจกรรมส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตแทน เวลาที่มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวก็จะให้ร้านพลอยเอาพลอย เอาเครื่องประดับพลอยมาขายด้วยควบคู่กันไป



ภาพประกอบ 2-14 เครื่องประดับพลอยบ่อไร่ (สมชาย เปรื่องเวช, 2564)

จากการลงพื้นที่สำรวจ พบว่าปัญหาหลักๆ ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของอำเภอบ่อไร่ จังหวัดตราด ปัญหาสำคัญก็คือ การขาดแคลนวัตถุดิบ เมื่อพลอยหายากขึ้นผู้คนที่ต่างแย่งย้าย เศรษฐกิจก็ตกต่ำลง รูปแบบการทำพลอยก็เปลี่ยนไป การจ้างงานก็ลดลง ปัญหาที่สองคือ การรับรู้ของผู้บริโภคที่มักจะเข้าใจว่าพลอยที่ดี หรือพลอยที่มีคุณภาพ จะต้องเป็นพลอยที่มาจากเมืองจันทบุรี ไม่ใช่เมืองตราด ร้านเครื่องประดับตราดจึงไม่สามารถดึงดูดลูกค้าได้เท่าร้านเครื่องประดับจันทบุรี สุดท้ายคือ การทำตลาดและการออกแบบ เนื่องจากรูปแบบเครื่องประดับเน้นการขายพลอย มากกว่าขายงานออกแบบ ทำให้มีการตัดราคากัน เนื่องจากรูปแบบเครื่องประดับคล้ายคลึงกันผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบกับร้านอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่งได้ง่าย อีกทั้งรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน ก็มีผลต่อการตัดสินใจ ทำให้ดูเหมือนงานราคาถูก ที่มีดาษดื่น

2. การออกแบบเครื่องประดับ

2.1 หลักการออกแบบเครื่องประดับ

การออกแบบ (Design) คือ การกำหนดความนึกคิดตามความต้องการที่แสดงออกซึ่งเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ รู้จักการปรับปรุงแก้ไขสิ่งเดิมที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับประโยชน์การใช้สอย และการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย (วิฒนะ จุฑะวิภาต, 2545, หน้า 69) สอดคล้องกับ วิรุณ ตั้งเจริญ (2526, หน้า 20) กล่าวถึงการออกแบบว่าการออกแบบคือ การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบโดยวางแผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และการผลิตสิ่งของที่ต้องการออกแบบนั้น โดยเน้นความเหมาะสมของรูปทรง สี เส้น ฯลฯ ซึ่งเป็นองค์ประกอบทางความงามและคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย

การออกแบบเครื่องประดับนั้นจำเป็นต้องมีทั้งความงามและประโยชน์ใช้สอย การจัดให้งานเครื่องประดับเป็นงานช่างศิลปะหรืองานช่างขึ้นอยู่กับความตั้งใจของผู้สร้าง และผลสำเร็จของงานที่แสดงออกมาเป็นสำคัญ ถ้าผู้สร้างหวังผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจก็ต้องศึกษาด้านการตลาดยึดหลักตามความชอบของกลุ่มชนเป็นหลัก ผลงานจึงมีลักษณะคล้าย ๆ กัน ส่วนเครื่องประดับที่มีลักษณะศิลปะมักจะมีรูปทรงที่แปลกใหม่ เน้นความงาม ผลงานจะไม่ซ้ำใคร และมักเป็นงานชิ้นเดียว สร้างตามอุดมคติความงามของผู้สร้างเป็นหลัก ใส่ความคิดความพอใจ ความแปลกใหม่ไม่หวังผลด้านการค้าขายโดยตรง งานเครื่องประดับนี้จึงจัดเป็นงานศิลปะ ในการออกแบบนั้นจะขาดเสียไม่ได้ถ้าไม่มีความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างสรรค์งานเครื่องประดับจะสมบูรณ์และสวยงามเหมาะสมกับวาระในการใช้เฉพาะบุคคล (วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ, 2536, หน้า 17)

การคิดสร้างสรรค์ คือ การกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นมาแล้วแสดงออกซึ่งความคิดสร้างสรรค์ทั้งทางด้านความคิด การกระทำ มีความคิดริเริ่มขึ้น และมีความแปลกใหม่ไม่ซ้ำแบบใคร มีการเปลี่ยนแปลง หรือดัดแปลงให้มีรูปทรงเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นกว่าเดิม รุช นิโวล่า (Ruth Nivola) ได้กล่าวถึงการออกแบบเครื่องประดับไว้ว่า “การออกแบบเครื่องประดับ เป็นการกระทำสิ่งที่สวยงามด้วยตนเอง แม้จะทำจากวัสดุที่ไม่มีราคา ยิ่งดีกว่าเพชรที่ออกแบบอย่างรสนิยมต่ำ” (วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ, 2536, หน้า 16)

วัตถุประสงค์ของการใช้เครื่องประดับของมนุษย์ทุกชาติทุกเผ่าพันธุ์มีแตกต่างกันมากมายหลายประการ แต่ข้อที่น่าจะใกล้เคียงกันมากที่สุดคือ เพื่อสร้างคุณค่าให้เกิดความสวยงามให้แก่ตนเอง ซึ่งความงามนี้มีอาจวัดได้ เพราะเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับค่านิยม บรรทัดฐานของสังคมนั้น การสร้างสรรค์ความงามอย่างลงตัวนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงประโยชน์การใช้สอยด้วย ดังนั้น การออกแบบจึงเข้ามาช่วยเพื่อสื่อให้ชิ้นงานที่ประดิษฐ์ขึ้นมาขึ้นนั้นตอบสนองกับผู้ใช้งานอย่างสมบูรณ์ (วิฒนะ จุฑะวิภาต, 2545, หน้า 70)

วัตถุประสงค์ของการออกแบบเครื่องประดับ เกสร ธิตะจარი (2543, หน้า 2-3) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการใช้งานเครื่องประดับว่ามีวัตถุประสงค์ในการการใช้งานว่ามีอยู่ด้วยกันหลายประการดังต่อไปนี้

1) เพื่อความสวยงาม เช่น เครื่องประดับกาย เครื่องประดับศีรษะและเครื่องประดับเสื้อผ้า เช่น การระบายสีหน้าและร่างกาย การใช้พวงมาลัยและดอกไม้ประดับคอ เครื่องประดับศีรษะ และเครื่องประดับเสื้อผ้า เพื่อให้ดูเด่นและสวยงาม เป็นต้น

2) เพื่อแสดงถึงตำแหน่งหน้าที่ ได้แก่ เครื่องหมายต่าง ๆ อันแสดงถึงยศศักดิ์ เช่น ตำรวจ ทหาร ข้าราชการ นอกจากนั้นเครื่องราชที่รับพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวก็จัดเป็นเครื่องประดับชั้นสูงที่มีการออกแบบเพื่อเฉพาะสำหรับบุคคลที่ได้รับเกียรติจะได้รับเท่านั้น ในสมัยโบราณพวกหัวหน้าเผ่าก็จะมีเครื่องประดับเฉพาะที่บ่งบอกถึงฐานะให้ทุกคนรับรู้ เครื่องประดับประเภทนี้จะมีลักษณะเฉพาะที่ได้รับการออกแบบอย่างเป็นทางการ

3) เพื่อแสดงออกถึงเอกลักษณ์ เช่นเครื่องประดับของแต่ละชาติ เผ่า กลุ่ม หมู่ และคณะที่ได้มีการยอมรับก็จะมีเครื่องประดับเป็นสัญลักษณ์เฉพาะของแต่ละประเทศหรือแต่ละท้องถิ่น

ประโยชน์ของเครื่องประดับที่มีต่อเครื่องแต่งกาย นอกเหนือจากความสวยงามที่มองเห็นได้ของเครื่องประดับ ซึ่งเป็นหนึ่งในงานศิลปะจากจินตนาการของมนุษย์แล้ว ในปัจจุบันเครื่องประดับยังมีประโยชน์ต่อคนเราในฐานะขององค์ประกอบหนึ่งของเครื่องแต่งกายที่ทวีความสำคัญมากขึ้นทุกขณะ เพราะเครื่องประดับเป็นสิ่งที่สามารถช่วยลดจุดด้อยหรือข้อบกพร่องของเครื่องแต่งกายที่อาจดูไม่งามให้เหมาะสมได้ ช่วยเปลี่ยนความจำเจของเครื่องแต่งกายให้ดูมีชีวิตชีวา และบางครั้งก็ทำหน้าที่สร้างจุดเด่นหรือเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ผู้สวมใส่ รวมไปถึงช่วยสร้างความมั่นใจในตนเอง เสริมสร้างบุคลิกภาพ บ่งบอกรสนิยมของผู้สวมใส่อีกด้วย (วัฒนะ จุฑะวิภาค, 2545, หน้า 138)

2.2 องค์ประกอบของการออกแบบ

การศึกษาองค์ประกอบของการออกแบบ จะช่วยเสริมสร้างให้สามารถออกแบบได้เหมาะสม น่าดู น่าสนใจ และมีความกลมกลืน จึงจะสามารถถ่ายทอดความคิดให้เป็นการออกแบบและเป็นแบบอย่าง น่าสนใจได้ องค์ประกอบของการออกแบบที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1) จุด (Point) เป็นส่วนประกอบของการออกแบบ เป็นพื้นฐานเบื้องต้น มีความสำคัญต่อการออกแบบ ทำให้เกิดความรู้สึก เห็นเป็นเส้น รูปร่าง รูปทรง และลักษณะพื้นผิว จุด มีทั่วไปในธรรมชาติ และธรรมชาติได้ออกแบบไว้อย่างมีระเบียบแบบแผน ความงดงาม จังหวะ ลีลา ความซ้ำกันต่อเนื่องอย่างลงตัว ส่งผลต่ออิทธิพลทางความคิดของมนุษย์

2) เส้น (Line) เส้นเริ่มต้นจากจุด ๆ เดียว ซึ่งเกิดจากจุดที่ต่อ ๆ กันไป ทำให้เกิด มีเนื้อที่ ขนาด น้ำหนัก จังหวะ เป็นต้น เส้นเกิดจากการลาก การเขียน ด้วยดินสอ ปากกา สี แปรง ซอล์ก และวัสดุอื่น ๆ เส้นมีขนาดแตกต่างกัน แทนสื่อความหมายต่างกัน อาจจะเป็นสัญลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ เส้น ชนิดต่าง ๆ กัน เมื่อนำมาประกอบกัน ช่วยทำให้เกิดเป็น รูปร่าง และรูปทรง (Shape and Form) (วิรัตน์ พิชญ์ไพบุลย์, 2520, หน้า 108-109) เส้นแสดงความรู้สึกต่าง ๆ กัน เช่น

เส้นตรง ให้ความรู้สึก มั่นคง แข็งแรง

เส้นนอน ให้ความรู้สึก ราบเรียบ สุภาพ สงบ ความกว้าง นิ่ง พักผ่อน

เส้นทแยง ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว ไม่อยู่นิ่ง ไม่แน่นอน ไม่แข็งแรงรุนแรง

เส้นขนาน ให้ความรู้สึก ราบเรียบ สงบนิ่ง

เส้นตัดกัน ให้ความรู้สึก แข็งแรง ประสานกลมกลืน ความราบเรียบ

เส้นรูปสามเหลี่ยม ให้ความรู้สึก ในทางไม่ราบเรียบ ไม่นุ่มนวล

เส้นรูปสี่เหลี่ยม ให้ความรู้สึก เป็นขอบเขต สม่่าเสมอ

เส้นโค้ง ให้ความรู้สึก นุ่มนวล อ่อนช้อย อ่อนโยน นุ่มนวล ร่าเริง มีการเคลื่อนไหวไปมา

เส้นหยัก ให้ความรู้สึก สับสน ขรุขระ เคลื่อนไหว รุนแรง ไม่แน่นอน

ในการสร้างสรรค์เส้นหรือการนำเส้นมาประกอบกัน ต้องคำนึงถึงระเบียบทิศทาง และความกลมกลืนของเส้นนั้น ๆ ด้วยการประกอบกันของจุดและเส้น ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกกลมกลืนและความรู้สึกตัดกันได้ จากทฤษฎีของความกลมกลืนกล่าวว่า จุดที่มีขนาดใกล้เคียงกัน กลมกลืนกัน ขนาดต่างกัน ตัดกัน เส้นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน กลมกลืนกัน ลักษณะต่างกัน ตัดกัน

3) รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form) วิรุณ ตั้งเจริญ (2523, หน้า 16) ได้กล่าวไว้ว่า รูปร่าง (Shape) เกิดจากการนำเส้นมาประกอบกัน เป็นลักษณะ 2 มิติ คือ มีความกว้าง กับ ความยาว ซึ่งสอดคล้องกับ วิรัตน์ พิชญ์ไพบุลย์ (2520, หน้า 110) ส่วนรูปทรง (Form) เกิดจากการประกอบกันของเส้น เป็นลักษณะที่มองเห็น 3 มิติ คือ มีความกว้าง ความยาว ความลึกหรือความหนา รูปทรง (Form) ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน เช่น รูปทรงที่แน่นทึบแสดงถึง ความแข็งแรง (Solid Form) รูปทรงที่แสดงส่วนสำคัญตามธรรมชาติ (Natural and Abstract Form) คำว่า รูปร่างและรูปทรง บางทีก็นำมาใช้สลับกันเพื่อ อธิบายผลงานทางศิลปะหรือ ผลงานออกแบบที่ไม่ละเอียดมากนัก ซึ่งนำมาใช้สลับกันได้

4) ลักษณะพื้นผิว (Texture) คือ คุณสมบัติภายนอกสุดของวัสดุต่าง ๆ ที่สัมผัสด้วยตา มองเห็น การจับต้อง และความรู้สึกต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ อ้อยทิพย์ พลศรี (2545, หน้า 42) ได้กล่าวไว้ว่า หรือพื้นผิวที่มนุษย์สร้างขึ้น สัมผัสได้ เมื่อเห็นแล้วสามารถบอกความรู้สึกว่า เนียน อ่อนนุ่ม เรียบ มัน ด้าน หยาบ ละเอียด ขรุขระ ฯลฯ ลักษณะพื้นผิว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1). ลักษณะผิวที่มองเห็นด้วยตา เป็นลักษณะผิวที่เป็นสองมิติ เกิดความรู้สึกสัมผัสถึงผิวต่าง ๆ และ 2). ลักษณะผิวที่สัมผัสได้ด้วยมือ เป็นลักษณะผิวที่เป็นสองมิติ หรือสามมิติ ก็ได้

5) น้ำหนักและสี (Value and Color) น้ำหนักและสี หมายถึง ความเข้มของสี ที่สัมผัสได้ด้วยตา น้ำหนัก ความอ่อนแก่ประสานกลมกลืนอย่างลงตัว ทำให้เกิดความงามในตัวเองสีเป็นตัวช่วยส่งเสริมให้ลักษณะผิวเกิดความงามได้ ลักษณะของสีที่เป็นเนื้อวัสดุธรรมชาติถือเป็นความงามอย่างหนึ่ง แสงเป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่ทำให้ผลงานดูดีขึ้น เมื่ออยู่ในที่มีแสงสว่างจะเห็นสีและน้ำหนักของสีมากยิ่งขึ้น และดูดีกว่าในที่มีแสงสว่างน้อย สีอยู่คู่กับมนุษย์มาตลอด ดังนั้นสีจึงมีอิทธิพลโดยตรงต่อมนุษย์ความรู้สึกตอบสนองต่อสีจึงแตกต่างกัน สีจึงมี

ความสำคัญกับงานออกแบบจนเกิดเป็นทฤษฎีสีที่ใช้เป็นพื้นฐานในการนำสีมาใช้อย่างมีรูปแบบสากล ได้แก่ สีโทนร้อน กับ สีโทนเย็น ให้ความรู้สึที่แตกต่างกัน

ในการออกแบบและสิ่งตลใจในการออกแบบ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. รูปแบบจากธรรมชาติ สิ่งมีชีวิตที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ (Form of Nature) มีส่วนสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เช่น พืช สัตว์ ฯลฯ ธรรมชาติเป็นสิ่งแวดล้อมได้นำมาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ เสาะแสวงหาความจริง ความงามที่ซ่อนเร้นอยู่ในธรรมชาติ ได้ถ่ายทอดความคิดโดยการเลียนแบบจากธรรมชาติ เพื่อสนองทางด้านอารมณ์และจิตใจ

2. รูปแบบจากรูปทรงเรขาคณิต รูปทรงที่ดัดแปลงจากธรรมชาติ หรือ คิดค้นขึ้นมาใหม่ เป็นรูปทรงที่พบเห็นและคุ้นเคยใกล้ชิด เช่น รูปทรงวงกลม ของดวงจันทร์ ดวงอาทิตย์ สามเหลี่ยม สีเหลี่ยม รูปทรงเหล่านี้เป็นทั้งสองมิติและสามมิติ รูปทรงเรขาคณิตเกิดจาก จุด (Point) เส้น (Line) รูปทรง (Form) เป็นส่วนประกอบของการออกแบบ

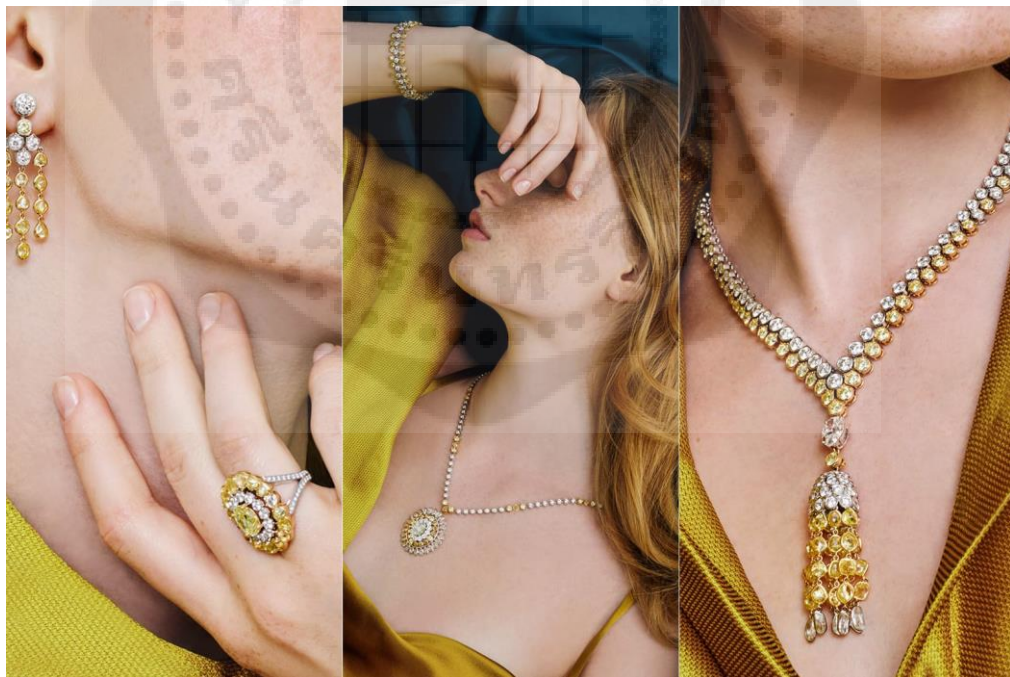
3. รูปแบบจากลวดลายทางประวัติศาสตร์ การนำเอาศิลปวัฒนธรรมนำมาประยุกต์ให้สอดคล้องกลมกลืนกับแบบแผน อุดมคติ ความงาม ความประณีต ความลงตัวพอเหมาะพอดี ของการออกแบบ (Design) ในการออกแบบลวดลายเพื่อการตกแต่งและประโยชน์ใช้สอย

2.2 การออกแบบเครื่องประดับในปัจจุบัน

การออกแบบเครื่องประดับในปัจจุบัน ได้เกิดการพัฒนาไปอย่างมากโดยมีทั้งที่ผลิตออกแบบเพื่อการพาณิชย์ ซึ่งผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก และการผลิตเชิงศิลปะที่ผลิตขึ้นเพื่อสร้างสรรค์ หรือแสดงออกซึ่งแนวคิดของศิลปิน โดยนักออกแบบต่างใช้จินตนาการและแรงบันดาลใจที่หลากหลายสร้างสรรค์ผลงานเครื่องประดับในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งรูปแบบเครื่องประดับในปัจจุบัน ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์ และ พรพรรณรัตน์ ศรีประชุม (2554. หน้า 50-52) ได้แบ่งรูปแบบของเครื่องประดับในปัจจุบันออกเป็นรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1) เครื่องประดับแท้ (Fine Jewelry)

เป็นเครื่องประดับที่ใช้วัสดุชั้นดี ราคาแพง ได้แก่ อัญมณีที่มีมูลค่าสูง เช่น เพชร พลอยเนื้อแข็งต่าง ๆ รวมถึงพลอยเนื้ออ่อนที่มีคุณภาพดี ฯลฯ ตัวเรือนทำจากโลหะที่มีมูลค่าสูง เช่น ทองคำ ทองคำขาว หรือแพลตตินัม เป็นต้น นอกจากนี้ยังหมายรวมถึง รวมถึงการออกแบบตัวเรือน (Jewelry Design) ของชิ้นงาน เน้นความเป็นศิลปะ ความสวยงามของชิ้นงาน หรุหร่า และที่สำคัญยังสามารถ เลือกลงในชีวิตประจำวันได้อีกด้วย โดยให้ความสำคัญกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรมและมีรูปแบบที่เรียบง่ายเหมาะกับกระบวนการผลิต เน้นมูลค่าของชิ้นงาน โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มตลาดใหญ่เป็นหลัก



ภาพประกอบ 2-15 เครื่องประดับเพชรแท้ แบรินด์ De Beers (Katerina Perez, 2019)

3) เครื่องประดับประเพณีนิยม (Traditional Jewelry)

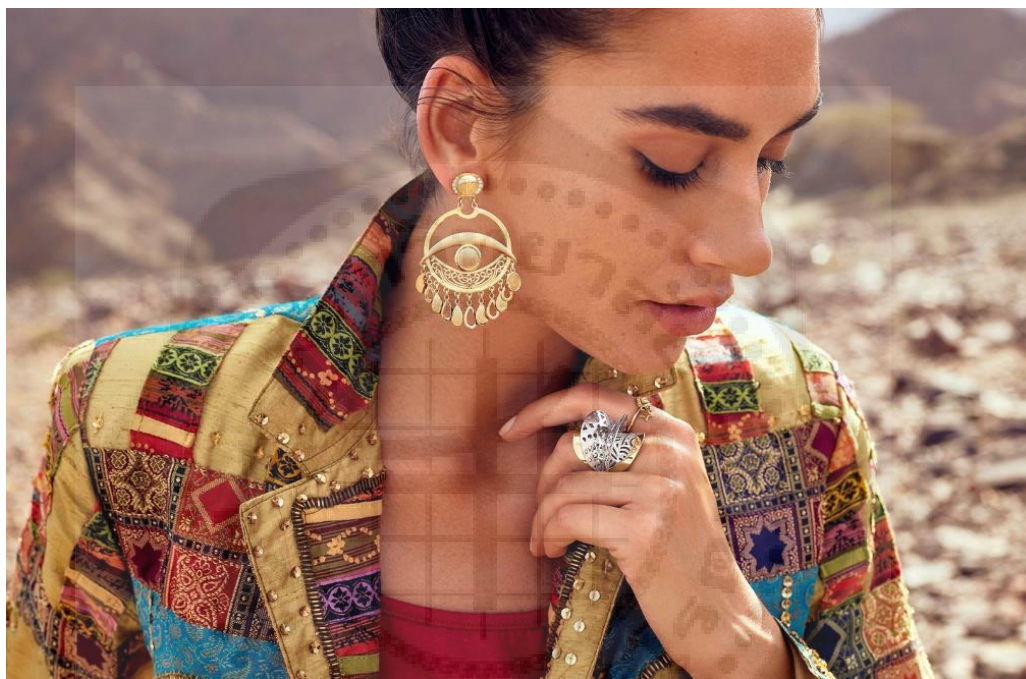
เป็นเครื่องประดับที่เกิดขึ้นจากรากเหง้าทางวัฒนธรรม เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มคน มีการใช้ในสังคมนั้นๆ โดยใช้วัตถุดิบในการผลิต เป็นวัสดุมีค่าเหมือนกับเครื่องประดับแท้ (Fine Jewelry) แต่จะแตกต่างกันตรงที่เครื่องประดับประเพณีนิยมจะมีกระบวนการผลิต ลวดลาย และรูปแบบที่สื่อถึงค่านิยมที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความเชื่อและเทคนิคในสังคมที่ฝังรากลึกมาเป็นเวลานาน เช่น เครื่องเงินชาวเขา เครื่องประดับอินเดีย เครื่องประดับทองสุโขทัย เป็นต้น



ภาพประกอบ 2-17 เครื่องประดับประเพณีนิยม (Traditional Jewelry) : เครื่องทองเพชรบุรี (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2561)

4. เครื่องประดับร่วมสมัย (Contemporary Jewelry)

เป็นเครื่องประดับที่เน้นความคิดทางการออกแบบเป็นการผสมผสานแนวคิด รูปทรง ความสวยงาม และวัสดุ กับความต้องการของผู้คนในปัจจุบัน เกิดเป็นลักษณะร่วมสมัย โดยออกแบบผ่านพื้นฐานการจัดองค์ประกอบทางศิลปะเพื่อสะท้อนความงามผ่านเครื่องประดับในนัยยะที่สัมพันธ์กันกับกลุ่มเป้าหมาย โดยจะเปิดกว้างในการใช้วัสดุที่หลากหลายร่วมกับวัสดุหลักที่มีค่า เช่น เงิน ทอง เป็นต้น และมุ่งเน้นการผลิตที่มีจำนวนจำกัด (Limited Edition) หรือ ชิ้นเดียว (One of a Kind)



ภาพประกอบ 2-18 เครื่องประดับร่วมสมัยจากแบรนด์ Azza Fahmy (Katerina Perez, 2018)

5. เครื่องประดับเชิงศิลปะ (Art Jewelry)

เครื่องประดับเชิงศิลปะ (Art Jewelry) จะเน้นการนำเสนอแนวคิดในการสร้างสรรค์ ผ่านงานจากมุมมองของศิลปินเองเป็นสำคัญ ผ่านการตีความหมายใหม่ในประเด็นต่าง ๆ โดยที่ตัวเครื่องประดับนั้นมักมีบทบาทและหน้าที่ไม่เพียงแต่แสดงออกความเป็นตัวตนของผู้สวมใส่เท่านั้น แต่ยังเป็นหุ่นส่วนในการใช้ปรัชญา แนวคิดในประเด็นต่าง ๆ ร่วมกับศิลปินด้วย นอกเหนือจากนี้เครื่องประดับยังทำหน้าที่เสมือนสื่อเคลื่อนที่ เพื่อสื่อสารแนวคิดหรือประเด็นต่าง ๆ ไปยังสาธารณะอีกด้วย โดยส่วนใหญ่แล้วเครื่องประดับเชิงศิลปะ จะเป็นการผลิตผลงานเพียงชิ้นเดียว (One of a Kind) หรืออาจเป็นเพียงแนวคิดในบริบทของเครื่องประดับ ที่รู้สึก สัมผัสได้ แต่ไม่มีรูปร่างทางกายภาพหรือการสูญหายไปของวัตถุธาตุและทัศนธาตุภายใต้บริบทของเครื่องประดับ โดยวัสดุที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นวัสดุที่ไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจแต่มีมูลค่าทางจิตใจ สอดคล้องและ/หรือสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์หรืออุปมาอุปไมยต่อแนวคิด ประเด็นและนัยยะต่าง ๆ ที่ต้องการสื่อออกมา เพื่อให้เห็นคุณค่าของแนวคิดหรือประเด็นนั้น ๆ



ภาพประกอบ 2-19 เครื่องประดับเชิงศิลปะผลงานของ Nora Fok (Andy Smith, 2018)

2.3 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Trends 2022*)

ผู้วิจัยได้ศึกษากระแสการออกแบบเครื่องประดับจาก TRENDSVISION JEWELLERY ของประเทศอิตาลี โดยแนวทางการออกแบบเครื่องประดับสำหรับปี 2022 นั้นประกอบด้วยกัน 7 แนวทาง ดังนี้



ภาพประกอบ 2-20 กระแสการออกแบบเครื่องประดับปี 2022 ทั้ง 7 แนวทาง (Trendvisionforecasting, 2021)

แนวทางที่ 1 Neo-Core : The New Every day Basic

นักออกแบบได้ใส่พลังความคิดสร้างสรรค์เข้าไปในทุกๆ สิ่ง รวมถึงเครื่องประดับ พวกเขาหลอมทิวทัศน์ ดัด และขึ้นรูปโลหะมีค่าให้เป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การหลงใหล ความซับซ้อนและการจัดกลุ่มที่มีศิลปะช่วยเน้นช่วงแห่งสิ่งสวมใส่แบบใหม่ เครื่องประดับมีปฏิสัมพันธ์กับร่างกายโดยผ่านทางรูปร่างและสีต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นตุ้มหูเพชรแบบใหม่ ต่างหูเข็มทอง หรือสร้อยคอที่มีมุก การออกแบบซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการจับมาผสมเพื่อให้เข้ากันรูปร่างทางสถาปัตยกรรมต่าง ๆ พร้อมกับเครื่องประดับที่เคลื่อนไหวได้ กลายเป็นชุดสไตล์ซึ่งใช้งานได้มากมาย ความท้าทายถูกค้นคว้าโดยผ่านทางห่วงโซ่ในขณะที่ทำให้ความเท่แบบอุตสาหกรรม เมื่อไซท์ที่เล็กและบอบบางกระตุ้นความเป็นผู้หญิง โครงรูปที่บอบบางอยู่เห็นเด่นชัดโดยการนำมารวมกันเพื่อให้เข้ากัน จากรูปร่างที่สมดุลและไม่สมดุล มุมมองบุคลิกและเอกลักษณ์นั้นเป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกับการใช้ฝีมือและความรู้กาลเวลา เมื่อความนิยมโดยไม่ต้องพยายามและการเล่นสนุกได้รับความนิยม ความมีระดับแบบใหม่นั้นมีขึ้นด้วยสิ่งที่สร้างด้วยมือ องค์กรประกอบ ทองไม้ได้ขัดแต่งและนำกลับมาใช้ใหม่ได้ แรงบันดาลใจได้เกิดขึ้นมาจากเครื่องโลหะรูปแบบทาง

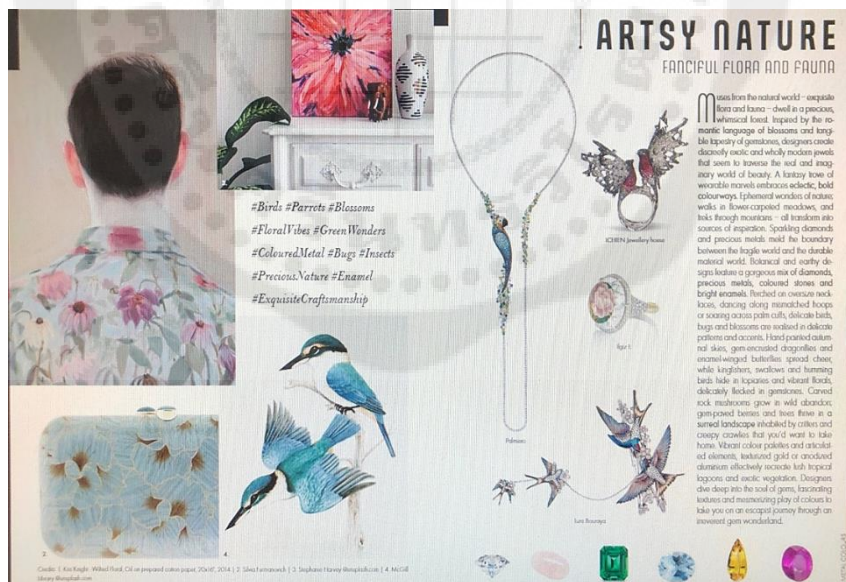
อุตสาหกรรม ลวดลายทำให้มีสัดส่วนที่มีพลัง รูปแบบที่เด่นชัดนั้นสร้างขึ้นโดยการรวมลวดลายโลหะ ตุ่มน้ำหนักร และห่วงโซ่ รูปร่างทางเรขาคณิตที่น่าสนใจซึ่งเน้นด้วยเพชรที่ระยิบระยับและไข่มุกนั้นถูกใช้ในลวดลายเรขาคณิตที่เข้มงวด กระตุ้นความจำของการสมมาตรสิ่งประดับศิลปะ ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ชอบสิ่งน้อยสุดหรือผู้ที่ชอบสิ่งมากที่สุด สิ่งนี้ทั้งหมด ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งสวมใส่แบบร่วมสมัยที่ต้องมี



ภาพประกอบ 2-21 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 1 Neo-Core : The New Every day Basic (Trendvisionforecasting, 2021)

แนวทางที่ 2 Artsy Nature : Fanciful Flora and Fauna

ความคิดจากโลกธรรมชาติ พืชและสัตว์ที่วิเศษที่อยู่ในป่าที่กว้างขวาง บันดาลใจโดยภาษาแห่งความรักของการแบ่งบานและแผ่ฝันอันอุดมฉวี นักออกแบบสร้างอันอุดมฉวีที่แปลกและเป็นรุ่นใหม่ซึ่งดูเหมือนว่าจะมีอยู่ในโลกความงามที่แท้จริงและในจินตนาการ สิ่งที่ค้นพบในจินตนาการของความอัศจรรย์ที่สวมใส่ได้ ซึ่งมีสีต่าง ๆ ที่เด่นชัดมากมาย สิ่งมหัศจรรย์ในช่วงหนึ่งของธรรมชาติ เดินไปในทุ่งหญ้าที่มีดอกไม้ และเดินขึ้นภูเขา ทั้งหมดนี้เปลี่ยนรูปไปสู่แหล่งของแรงบันดาลใจ เพชรที่ระยิบระยับและโลหะที่มีค่าหล่อหลอมขอบเขตระหว่างโลกที่อ่อนแอและโลกแห่งวัตถุที่ทนทาน การออกแบบทางพฤกษศาสตร์และสิ่งบนโลกประกอบไปด้วยเพชรต่าง ๆ โลหะมีค่า หินสี และเครื่องเคลือบ เกาะอยู่บนสร้อยคอขนาดใหญ่ เต็มระบำอยู่บนห่วงที่ไม่เข้ากัน หรือบินอยู่บนสายคล้องมือ นกที่อ่อนโยน แมลงและดอกไม้ที่แบ่งบานนั้นสร้างขึ้นมาจากบลูตลายที่อ่อนโยน ท้องฟ้าในฤดูใบไม้ร่วงที่วาดด้วยมือ แมลงปอที่อัดแน่นไปด้วยอันอุดมฉวี และผีเสื้อที่มีปีกเป็นเครื่องเคลือบสร้างความรื่นเริง ในขณะที่นกกระเต็น นกนางแอ่น นกฮัมมิง แอบซ่อนอยู่ในพืชพันธุ์ต่าง ๆ สร้างไว้อย่างประณีตในอันอุดมฉวี เห็ดหินแกะสลักเติบโตขึ้นในป่า ลูกเบอร์รี่และต้นไม้ขึ้นอยู่ในทิวทัศน์ที่เหมือนจริงซึ่งมีสิ่งมีชีวิตและสัตว์เลื้อยคลานที่คุณอยากจะนำกลับบ้าน สีที่สดใสต่าง ๆ และ สิ่งที่มีข้อต่อ ทองหรืออลูมิเนียมทั้งหมดนี้ช่วยสร้างทะเลสาบและพืชพันธุ์ที่แปลก นักออกแบบดำลึกลงไปในวิญญาณของอันอุดมฉวี การใช้สีที่น่าหลงใหลเพื่อนำท่านสู่การเดินทางผ่านโลกที่มหัศจรรย์แห่งอันอุดมฉวี



ภาพประกอบ 2-22 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 2 Neo-Core : The New Every day Basic (Trendvisionforecasting, 2021)

แนวทางที่ 3 The Traveller : The Cross-Cultural Blending

การอ้างอิง ความจำ และแรงบันดาลใจจากการเดินทางและวัฒนธรรม การไม่มีขอบเขต กลั่นกรองตัวเองเข้าสู่เครื่องประดับแบบจิตวิญญาณ การรวมกลุ่มของรูปร่างธรรมชาติ รูปแบบรูปธรรมและที่เป็น เรขาคณิตช่วยกระตุ้นรูปแบบ เมื่อนักออกแบบได้ร่วมเอารูปร่างแบบใหม่เข้าไป ประวัติศาสตร์และซากฟง ตำนาน และเรื่องเล่าหลังจากที่ได้เลือกมาเป็นจำนวนมากเพื่อการทดลอง การขัดเกลาสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรมซึ่งมีการประยุกต์ความงามแบบโบราณทำหน้าที่เป็นบทเรียนในความคิดสร้างสรรค์ จิตวิญญาณที่ลอยตัวอยู่ของผู้คนคว้านั้นถูกนำไปทางเรื่องราวร่วมสมัย การเผาไหม้เชิงสร้างสรรค์ของแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมบราซิล หรือชนเผ่าแอฟริกันเจติจากเอเชียตะวันออกเฉียงหรือเส้นทางสายไหมโบราณ ให้หยิบยืมเรื่องราวสู่สถานที่ที่มีสีสันสดใส รูปแบบร่วมสมัยร่วมกับส่วนประกอบที่ซับซ้อนและอยู่หนึ่งของจิตวิญญาณและเปลี่ยนรูปมันเข้าสู่สิ่งบูชาเล็ก ๆ และของฝากการเดินทาง ผู้ออกแบบค้นหาอดีตเพื่อที่จะตรวจสอบเครื่องประดับโบราณและค้นหาวิธีที่จะทำให้ศิลปะโบราณคืนชีพ ทองคำได้รับการขัดฟูนโดยมีการประดับเพชรและอัญมณีสีซึ่งมีเทคนิคและการออกแบบที่พิเศษของที่ระลึกและสิ่งที่สำคัญมีการออกแบบซึ่งทำให้นึกถึงงานฝีมือที่มีเอกลักษณ์และทุก ๆ อย่างจากเมืองไปสู่ป่า ทิวทัศน์ที่เล็กกล ลักษณะที่ชัดเจนของพระอาทิตย์ตกดิน ภาพดิบของทิวทัศน์ธรรมชาติ ทะเลทราย ท้องทะเลสีน้ำเงิน กาแล็กซี่ ผ้า รอยสัก ศิลปะและปฏิมากรรมก็ยังคงเกิดขึ้นเป็นกลุ่มซึ่งมีจินตนาการและสามารถสวมใส่ได้ ต่างหูนั้นถูกทำให้ไม่เหมือนกันอย่างตั้งใจ สายรัดคอนั้นมีขอบ ในขณะที่เส้นโค้งและเส้นมุมบนกำไลข้อมือได้รับแรงบันดาลใจจากอดีต ได้ถูกทำขึ้นเพื่อให้เป็นที่นิยม ทำให้เป็นการเดินทางของเครื่องประดับที่น่าสนใจ



ภาพประกอบ 2-23 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 3 The Traveller : The Cross-Cultural Blending (Trendvisionforecasting, 2021)

แนวทางที่ 4 Soulful Crust : The raw Eco Influence

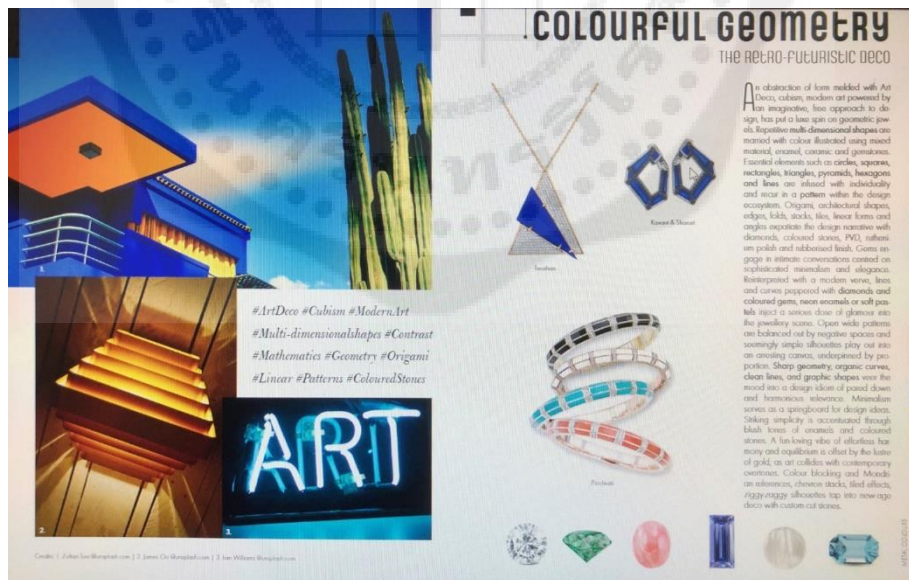
การออกแบบที่สดใสในวัสดุที่ไม่คาดคิดได้กลายมาเป็นเครื่องประดับธรรมชาติที่อิสระเกิดขึ้น โดยการเปิดรับต่อความเป็นไปได้ของวัสดุและงานฝีมือ ความงามแบบธรรมชาติในโลกร่วมสมัยได้มีความหมายใหม่ ผู้ออกแบบได้เจาะกำแพงด้วยเทคนิคนวัตกรรมและเรื่องที่ไม่ปรกติ วัสดุธรรมชาติถูกเปลี่ยนรูปและยกให้สูงขึ้นโดยการสร้างที่มีแรงบันดาลใจ ในขณะที่โลหะวิทยาได้กลายมาเป็นสิ่งสำคัญ ผู้สวมเครื่องประดับนั้นกำลังค้นพบรูปภาพในจินตนาการและความเป็นไปได้ที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับความคิด ทางเลือกสำหรับความเป็นต้นแบบนั้นมีมากมาย สร้างแรงบันดาลใจโดยการกระทำของธรรมชาติ ไข่มุก หินที่มีขอบคม ไข่มุกขนาดใหญ่ ไม้ปาล์มที่แข็ง ไม้ตะโก วิตบีเจ็ต ไม้ที่แข็งเป็นหินและปะการัง รูปแบบเม็ดบนไม้ หอยมุก มุกเคซิ บาโรก และเครื่องประดับซึ่งมีความสวยงามแบบใหม่ ความรู้สึกที่อิสระแบบธรรมชาติซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของและได้รับมาจากการไม่ควบคุมวัสดุจนเกินไป ซึ่งทำให้ได้เครื่องประดับซึ่งยกระดับวิถึญาณขึ้น ลักษณะของพื้นผิวดึงดูดอารมย์โดยไร้คำพูด ความไม่ปรกติที่ตั้งใจและความไม่สมบูรณ์ได้กลายเป็นสิ่งมีค่าและแสดงรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ คนที่ชอบความงามแบบธรรมชาติจะชอบพื้นผิวที่ขรุขระและพื้นผิวที่ละเอียดซึ่งคล้ายโลกธรรมชาติ ความโอ้อ่าแบบราชาทั้งเล็กและหินทำให้ดึงดูดวิถึญาณ แปลความสู่รูปแบบปฏิมากรรมด้วยความรู้สึกของความหรรษา อัญมณีเหล่านี้ต้องการความมั่นใจ ไม่ได้มีไว้สำหรับคนใจอ่อน พื้นผิวที่แข็งแรงทำให้รู้สึกแข็งแกร่ง การเล่นแร่แปลโลหะด้วยความสวยงามที่ยิ่งใหญ่ทำให้รู้สึกถึงความเป็นผู้หญิงที่มีระดับแบบร่วมสมัย



ภาพประกอบ 2-24 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 4 Soulful Crust : The raw Eco Influence (Trendvisionforecasting, 2021)

แนวทางที่ 5 Colorful Geometry : The Retro Futuristic Deco

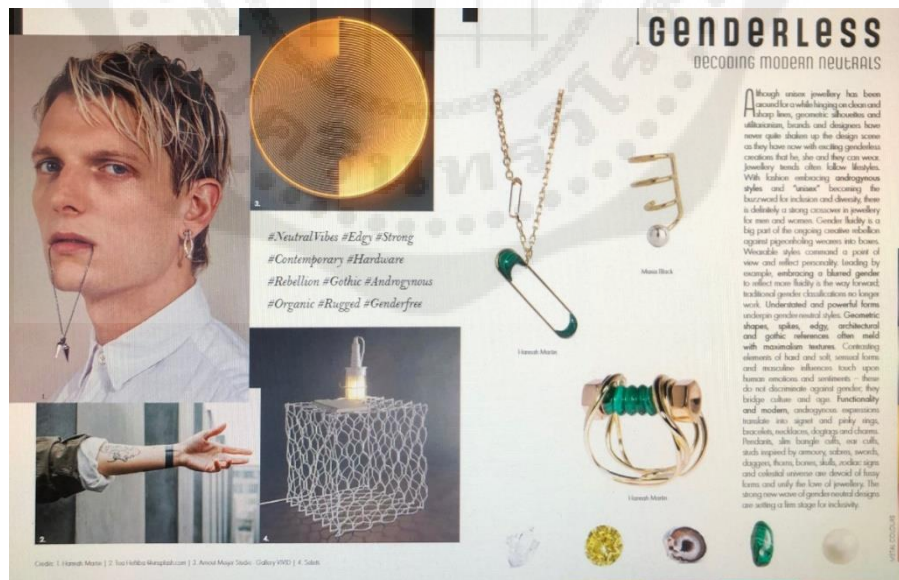
นามธรรมของรูปแบบหลอมรวมกับศิลปะอาร์ตเดโก ศิลปะแบบคิวบิสม์ ศิลปะรุ่นใหม่ที่ได้รับกำลังโดยการออกแบบที่มีจินตนาการและแบบอิสระ ได้สร้างความหรูหราในเครื่องประดับเรขาคณิต รูปร่างแบบหลายมิติที่ซ้ำกันนั้นรวมกับการทำภาพเป็นสีโดยการรวมวัสดุ สิ่งเคลือบ เซรามิกและอัญมณี สิ่งที่สำคัญเช่น วงกลม สีเหลี่ยมจัตุรัส สีเหลี่ยมผืนผ้า สามเหลี่ยม พีระมิด หกเหลี่ยม และเส้นตรงนั้นมีความเป็นส่วนบุคคลและเกิดขึ้นในรูปร่างภายในระบบนิเวศของการออกแบบ สิ่งพับ รูปร่างทางสถาปัตยกรรม ขอบ การพับ การวางซ้อน รูปแบบเส้นตรงและมุมอธิบายเรื่องราวการออกแบบด้วยเพชร อัญมณีสี การเคลือบด้วยไอ การขัดด้วยรูทีเนียม และการใช้ยาง อัญมณีทำให้มีความรู้สึกใกล้ชิดมีศูนย์กลางบนความเรียบง่ายที่ซับซ้อนและความหรูหรา ถูกตีความใหม่ด้วยพลังสมัยใหม่ เส้นตรงและเส้นโค้งประดับด้วยเพชรและอัญมณีสีต่าง ๆ เครื่องเคลือบเนียน หรือดินสอสีนึ่ม ๆ ได้สร้างความหรูหราเข้าไปในเครื่องประดับ ลวดลายที่เปิดกว้างนั้นถูกทำให้สมดุลโดยพื้นที่ในทางลบและโครงร่างแบบง่าย ๆ บนแผ่นผ้าที่น่าสนใจ ซึ่งเน้นย้ำโดยสัดส่วน เรขาคณิตแบบคมชัด เส้นโค้งธรรมชาติ เส้นตรง และรูปร่างผลักดันให้อารมณ์เข้าสู่ภาษาการออกแบบของการเกี่ยวข่งกันที่เข้ากัน ความเรียบง่ายทำหน้าที่เป็นจุดสำหรับความคิดการออกแบบ ความเรียบง่ายที่น่าสนใจนั้นเน้นให้เห็นโดยผ่านทางโทนสีแดงของเครื่องเคลือบและหินสี ความรู้สึกที่ชอบความสนุกของความเข้ากันได้โดยไม่ต้องพยายามและความสมดุลนั้นถูกลบล้างโดยความสว่างของทองคำ เมื่อศิลปะชนกับเสียงสอดแทรกแบบร่วมสมัย การปิดบังสีและการอ้างถึงมองเดรียน เซฟรอนสแต็ก (chevron stack) รูปร่างซิกแซก ได้กลายเป็นเครื่องประดับแบบใหม่ซึ่งมีการตัดหินเอง



ภาพประกอบ 2-25 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 5 Colorful Geometry : The Retro Futuristic Deco (Trendvisionforecasting, 2021)

แนวทางที่ 6 Genderless : Decoding Modern Neutrals

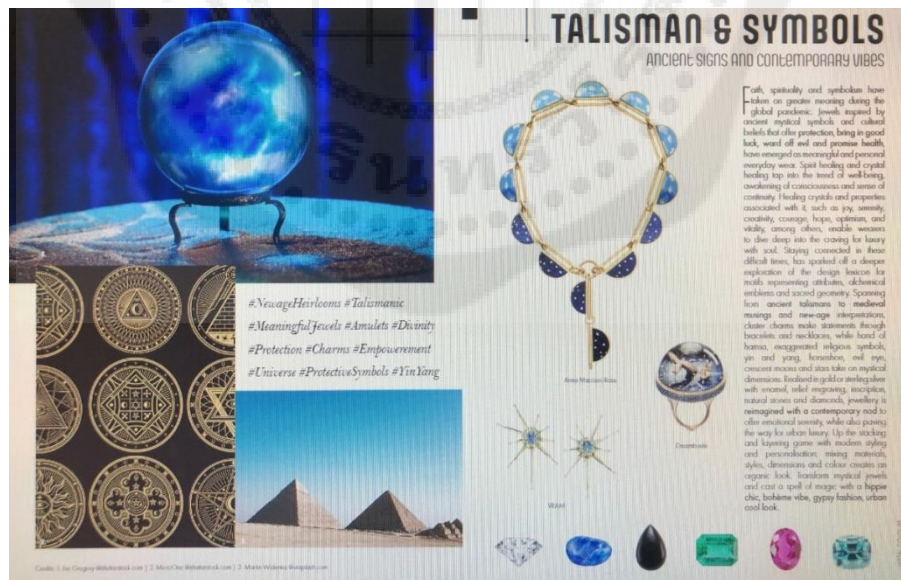
แม้ว่าอัญมณีแบบไร้เพศได้เกิดขึ้นมาพักหนึ่งแล้ว ห้อยอยู่บนเส้นตรง ภาพเรขาคณิตและประโยชน์นิยม แบรินด์และผู้ออกแบบก็ไม่เคยที่จะสามารถเพิ่มวิธีการออกแบบจากที่มีในปัจจุบันด้วยสิ่งที่สร้างมาแบบไร้เพศที่น่าตื่นตาตื่นใจที่พวกเขาสามารถที่จะใส่ได้ ความนิยมของอัญมณีมักจะจะเป็นไปตามรูปแบบชีวิต ด้วยแฟชั่นที่มีรูปแบบทั้งสองเพศและ "ไร้เพศ" ได้กลายมาเป็นคำสำคัญสำหรับการรวมเข้าและความแตกต่าง แน่นนอนว่ามีซ้อนทับกันในเครื่องอัญมณีสำหรับผู้ชายและผู้หญิง ความคล่องตัวทางเพศนั้นเป็นส่วนสำคัญของการปฏิบัติที่สร้างสรรค์ที่มีต่อเนื่องต่อผู้สวมใส่ที่ยืดติดในชนิด รูปแบบที่สวมใส่ได้เป็นการสั่งมุมมองและสะท้อนบุคลิกตัวอย่างเช่น การมีเพศที่ไม่เห็นชัดจะสะท้อนความคล่องตัวมากขึ้นให้ไปข้างหน้า การจัดระดับเพศแบบปรกติใช้ไม่ได้แล้ว รูปแบบที่ซ่อนอยู่และมีอำนาจมากเป็นตัวกำหนดรูปแบบความเป็นกลางทางเพศ รูปร่างเรขาคณิต หนามแหลม การอ้างอิงในทางสถาปัตยกรรมและโกธิคัมก็จะหลอมรวมไปกับลักษณะความฟุ่มเฟือย สิ่งที่ตรงกันข้ามกันระหว่างรูปแบบแข็งและอ่อน และอารมณ์และอิทธิพลความเป็นชายสัมผัสอารมณ์ของมนุษย์ สิ่งเหล่านี้ไม่แยกเพศ มันเป็นสะพานเชื่อมระหว่างวัฒนธรรมและอายุ การแสดงออกทางการใช้งาน และรูปแบบรุ่นใหม่ที่ไร้เพศกลายเป็นแหวนนิ้วก้อย สร้อยข้อมือ สร้อยคอ แผ่นป้ายประจำตัวและเครื่องราง จี้ กำไลข้อมือ กำไลหู กระดุม ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจโดยเครื่องอาวุธ มิดดาบ กริช เขา กระดุก กะโหลก ราศี และจักรวาลนั้นไม่มีรูปแบบที่มีรายละเอียดเยอะและรวมเข้ากันด้วยความรักเครื่องอัญมณี กระแสใหม่ ๆ ที่รุนแรงของการออกแบบไร้เพศนั้นกำลังมีความนิยมอย่างมั่นคง



ภาพประกอบ 2-26 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ แนวทางที่ 6 Genderless : Decoding Modern Neutrals (Trendvisionforecasting, 2021)

แนวทางที่ 7 Talisman & Symbol : Ancient Signs and Contemporary Vibes

ความศรัทธา วิชาญาณและเครื่องหมายได้มีความหมายมากขึ้นในช่วงโรคระบาดทั่วโลก อัญมณีซึ่งมีแรงบันดาลใจจากเครื่องหมายลึกลับโบราณและความเชื่อวัฒนธรรมซึ่งให้การป้องกัน ทำให้โชคดี ป้องกันสิ่งชั่วร้าย และทำให้มีสุขภาพแข็งแรง ได้เกิดขึ้นมาเป็นเครื่องประดับส่วนตัวประจำวันที่มีความหมาย การรักษาทางวิญญาณและการรักษาโดยลูกแก้วได้เข้าสู่ความสุข การตื่นของสามัญสำนึกและความรู้สึกต่อเนื่อง ลูกแก้วรักษาและคุณสมบัติที่เกี่ยวข้อง เช่น ความสุข ความสงบ ความคิดสร้างสรรค์ ความกล้า ความหวัง การมองโลกในแง่ดี และการมีชีวิต ทำให้ผู้ใช้สามารถที่จะถลำลึกเข้าไปในความต้องการการเข้าถึงวิญญาณ การเชื่อมต่อกับเวลาที่ลำบากเช่นนี้ ทำให้มีการค้นหาที่ลึกซึ้งขึ้นของความหมายการออกแบบสำหรับรูปแบบที่แสดงลักษณะ สัญลักษณ์การเล่นแร่แปรธาตุและเรขาคณิตศักดิ์สิทธิ์ ขยายจากเครื่องรางโบราณไปสู่ภาพนัยยุคกลางและการตีความหมายแบบใหม่ เครื่องรางแบบกลุ่มเช่นสร้อยข้อมือและสร้อยคอ ในขณะที่มือแห่งการปกป้อง เครื่องหมายทางศาสนาที่เกินจริง หินหยาง เกือกม้า ตาชั่วร้าย พระจันทร์ครึ่งเสี้ยว และดวงดาว ได้มีความหมายที่ลึกลับ การสร้างขึ้นมาด้วยทองหรือเงินซึ่งมีการเคลือบหรือการสลัก การเขียน หินธรรมชาติและเพชร เครื่องอัญมณีถูกเปลี่ยนรูปแบบใหม่ด้วยความหมายแบบร่วมสมัยซึ่งทำให้มีความสงบทางอารมณ์ ซึ่งในขณะที่เดียวกันก็สร้างทางสำหรับความหรูหราแบบในเมือง มีการเพิ่มเสริมด้วยสไตล์และลักษณะรุ่นใหม่ วัตถุที่รวมกัน รูปแบบ มิติและสีทำให้เกิดภาพมวมองที่เป็นธรรมชาติ เปลี่ยนแปลงอัญมณีที่ลึกลับและร้ายมนต์ด้วย ความเท่แบบอิป ๆ ซึ่งไม่เหมือนใคร แฟชั่นของชาวยิปซี และรูปแบบเท่ ๆ แบบในเมือง



ภาพประกอบ 2-27 กระแสการออกแบบเครื่องประดับ การออกแบบเครื่องประดับแนวทางที่ 7 Talisman & Symbol : Ancient Signs and Contemporary Vibes (Trendvisionforecasting, 2021)

3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ความนิยมในวัฒนธรรมต่อชาติใดชาติหนึ่งมีผลอย่างมากต่อความคิด ความเชื่อ และการยอมรับนับถือชาตินั้น ความหมายและขอบเขตของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม แตกต่างกันในพื้นที่ต่าง ๆ ของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา ใช้คำว่า อุตสาหกรรมบันเทิง (Entertainment Industry) ประเทศสหราชอาณาจักรอังกฤษ ใช้คำว่า อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) ประเทศญี่ปุ่น เรียกว่า อุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Content Industry) สำหรับประเทศเกาหลีใต้ ความหมายของคำนี้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและการพัฒนา การผลิต การแพร่กระจาย การบริโภค ผลิตภัณฑ์และบริการด้านวัฒนธรรม ซึ่งใช้องค์ประกอบของวัฒนธรรม เช่น ประเพณี วิจิตรศิลป์ และวัฒนธรรมพื้นบ้าน เป็นต้น มาเชื่อมร้อยเข้ากับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเทคโนโลยี เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันหลายประเทศในเอเชียได้นำเอายุทธศาสตร์ทางวัฒนธรรมมาใช้ในการพัฒนาประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประเทศญี่ปุ่น จีน อินเดีย และเกาหลีใต้ ทั้งนี้ยุทธศาสตร์ทางวัฒนธรรมคือการนำเอาวัฒนธรรมของประเทศมาใช้เป็นรากฐานในการสร้างความเจริญให้กับประเทศ โดยเน้นกระแสชุมชนภววัฒนธรรม (Localization) เป็นจุดดึงดูดความแตกต่างยกตัวอย่างเช่น KOCCA MODEL ของประเทศเกาหลีที่นำเอาวัฒนธรรม (Culture), อุตสาหกรรมที่มีโอกาสสูง (Content Industry) มารวมกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ทำให้เกิดอุตสาหกรรมใหม่ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี การ์ตูน เกมดิจิทัล ซอฟต์แวร์และมัลติมีเดีย เป็นต้น



ภาพประกอบ 2-28 ภาพยนตร์เกาหลีผลิตจากอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Thaimarketing, 2015)

จากปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน และแนวความคิดทางธุรกิจได้เปลี่ยนไปตามกระแสโลกาภิวัตน์นั้น เศรษฐกิจได้ปรับเปลี่ยนฐานการผลิตจากเกษตรสู่ยุคอุตสาหกรรม ผ่านสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร นวัตกรรมและเทคโนโลยี และปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคของการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Addition) และการสร้างสรรค์ (Value Creation) จากความต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการนี้เอง ทำให้เกิดการนำเอาวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยการนำทรัพยากรในประเทศ ทักษะฝีมือ และคุณค่าทางวัฒนธรรมมาผสมผสานกับเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อผลิตเป็นสินค้า อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้น

อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry) จึงเป็นการนำเอาวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ (Cultural Creativity) ที่โดดเด่นของตนเองมาพัฒนา เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ เรียกว่าเป็นกลยุทธ์ใหม่ในปัจจุบันสำหรับการสร้างรายได้เข้าประเทศ และเป็นตัวช่วยในการสร้างอุตสาหกรรมใหม่ ๆ ให้เติบโตตามขึ้นมา เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล (Content Industry) โดยอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม สูงกว่าอัตรา GDP ในทุกประเทศ ในบางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักรอังกฤษ และแคนาดา ในปี ค.ศ. 2005 อัตราของการเติบโตโดยรวมของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมของประเทศดังกล่าว สูงกว่าอัตราการเติบโตโดยรวมของ GDP ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีอัตราการเติบโตของ GDP เท่ากับ 9.4% ในขณะที่อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมสูงถึง 24.6% ในประเทศสาธารณรัฐเกาหลี อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมเท่ากับ 9.7% ในขณะที่อัตราการเติบโต ของ GDP มีเพียง 4.6%

ทั้งนี้จากรายงานของ UNCTAD ระบุว่า อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ จัดเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญในฐานะพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจระดับโลกมากขึ้น มีอัตราเฉลี่ยเติบโตประมาณ 8.7% ในช่วงปี 2000-2005 ในกลุ่มประเทศยุโรป มูลค่า สินค้า บริการได้ถูกส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกคิดเป็นมูลค่า 424.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วน 3.4% ของมูลค่าการค้าทั่วโลก ส่วนกลุ่มประเทศเอเชียคาดการณ์ว่าในอนาคตจะกลายเป็นอันดับสองของโลกในการส่งออกสินค้าประเภทความคิดสร้างสรรค์ โดยมีจีนเป็นประเทศที่ถูกจับตามากที่สุด สำหรับประเทศไทยนั้น แนวคิดนี้ได้มาประยุกต์ใช้ โดยใช้ชื่อว่า "One Tambon One Product" หรือ OTOP คนไทยรู้จักสินค้าโอท็อปเป็นอย่างดีแต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงมีการพัฒนาอีกมาก นอกเหนือจากเรื่องการบริหารจัดการด้านคุณภาพมาตรฐานสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ช่องทางการจัดจำหน่ายและการตลาดที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง องค์ความรู้ในเรื่อง Originality, Authenticity และ Exoticism ในภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนวิถี ความเป็นอยู่ของชาวบ้านในแต่ละชุมชนและจะต้องสร้างสมดุลและความลงตัวระหว่าง Product, Place และ People ของชุมชน (ชงคณา กมลเวช, 2561)

นางอภิรดี ตันตราภรณ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า "ปัจจุบันผู้บริโภคในกลุ่มประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก กำลังอยู่ในกระแสบริโภคนิยมสินค้าที่อิงวัฒนธรรม สินค้าที่เป็นธรรมชาติ สินค้าส่งเสริมสุขภาพ สินค้าที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และสินค้าที่ช่วยสนับสนุนชุมชน บวกกับกระแสความนิยมในความเป็นเอเชีย ทำให้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ สินค้า OTOP และสินค้าชุมชนของไทย ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม กลายเป็นสินค้าที่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น

ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ดีของผู้ผลิตสินค้า OTOP และสินค้าชุมชนของไทย ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้าทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานให้เทียบเท่าระดับสากล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภค โดยผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม/ภูมิปัญญาท้องถิ่น เข้ากับเทคโนโลยี/นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอเรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ เพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า รวมทั้งช่วยลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา โดยเน้นให้ความสำคัญในการการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามเป้าหมาย และให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ง่ายมากยิ่งขึ้น” (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2559)

ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม โอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญา กับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราหือสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษาสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคและผู้ผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญอาจแลกเปลี่ยนความรู้กับนักการตลาดและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองจากผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับท้องถิ่น ให้ยกระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในระดับสากลและสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ผลิต OTOP คือ การพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจที่สร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้า คู่สัญญา หรือแม้กระทั่งสถาบันการเงิน โดยพัฒนาการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานและเป็นระบบ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย พัฒนาความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณมาก โดยเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตทั้งในรูปแบบกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และกลุ่มที่ผลิตสินค้าสนับสนุนในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ อาจเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าและเข้าสู่ตลาดอาเซียน อาทิ เครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ส่งออกสินค้า สมาคมการค้าต่าง ๆ เป็นต้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (ม.ป.ป.)

จะเห็นได้ว่าประเทศไทยเริ่มมีการตื่นตัวกันมากขึ้นในการแปลงวัฒนธรรมไปสู่การใช้วัฒนธรรมในเชิงพาณิชย์ แม้ว่าจะยังมีประสบการณ์ในด้านนี้ไม่มากนักแต่ก็นับเป็นการเริ่มต้นที่ดีสำหรับอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมของไทยในอนาคต

3.2 แนวคิดการสร้างอัตลักษณ์ในงานเครื่องประดับ

อัตลักษณ์ คือ ความเป็นตัวตน ตัวตน สะท้อนจากชีวิตประจำวัน หรือวิถี ซึ่งหมายถึง การใช้ชีวิตปกติ ดังนั้น “ทุกสิ่งทุกอย่างที่รายรอบตัว” คือ อัตลักษณ์

อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546) กล่าวถึง สไตรเกอร์และเบอร์ก (2000) ว่า นิยามของคำว่า อัตลักษณ์ หรือ Identity นั้นเป็นหน่วยเล็ก ๆ ในการศึกษาทางสังคมวิทยา ซึ่งเชื่อมโยงในเรื่องของทัศนคติที่มีต่อตัวตน หรือเอกลักษณ์ เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบทบาทหน้าที่ และพฤติกรรมอันเกิดจากบทบาทบุคคล นักทฤษฎีอัตลักษณ์ได้ตั้งข้อโต้แย้งกันว่า ตัวตน คือ การรวมตัวกันของอัตลักษณ์ ซึ่งบนพื้นฐานของลักษณะเฉพาะของบทบาท เช่นเดียวกับการที่เราตอบคำถามตัวเองว่าตัวฉันคือใคร แล้วเราก็จะได้คำตอบว่า เราเป็นพ่อ ฉันเป็นแม่ ซึ่งคำตอบเหล่านี้ก็เชื่อมโยงบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลนั่นเอง

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2550) อ้างถึง ฮอลล์ (Hall, S. 1997, page 1) ว่า อัตลักษณ์ หรือ Identity ไม่ใช่สิ่งที่อยู่ตาม “ธรรมชาติ” หรือ เกิดขึ้นลอยๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่สร้างทางสังคม (social construct) และไม่ใช่อะไรที่หยุดนิ่งตายตัว หากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม”

คนไทยโดยส่วนใหญ่ยังนิยมใช้คำว่า “เอกลักษณ์” ในลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครอย่างกว้างขวาง ส่วนคำว่า “อัตลักษณ์” นั้นมักจะใช้ในวงแคบ เช่น แวดวงวิชาการเท่านั้น บางครั้งบางครั้งก็ใช้แบบมึนยยะแฝง เช่น “เอกลักษณ์” เป็นสิ่งตายตัวเปลี่ยนแปลงไม่ได้ ส่วน “อัตลักษณ์” สามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่ก็ยังไม่มีความชัดเจนมากนัก เอกลักษณ์ ตามความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ว่า ลักษณะที่เหมือนกัน หรือมีร่วมกัน เช่น ชุมชนนี้มีเอกลักษณ์อยู่ที่การทอผ้าจาก หมายความว่าคนในชุมชนนี้มีอาชีพทอผ้าจากเหมือน ๆ กันหมด อย่างไรก็ตามคนไทยส่วนใหญ่ยังนิยมใช้คำว่า “เอกลักษณ์” ในความหมายว่าลักษณะอันเป็นเฉพาะ มีหนึ่งเดียวของสิ่ง ๆ หนึ่งดังที่ผมกล่าวไปแล้วข้างต้น เช่น ภาษาไทยเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย

ในปัจจุบันมีการนำเอกลักษณ์ อัตลักษณ์มาพูดถึงและมีการใช้อย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะการนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการให้เกิดความแตกต่างและรู้สึกถึงความพิเศษ นักออกแบบไทยในปัจจุบันได้หยิบยกเอาเอกลักษณ์ต่าง ๆ มาเป็นตัวผลักดันงานออกแบบให้เกิดคุณค่าและความโดดเด่น เป็นจุดขายที่สำคัญของอุตสาหกรรมที่มีส่วนผลักดันเศรษฐกิจ

อุตสาหกรรมเครื่องประดับจัดอยู่ในกลุ่มสิ่งฟุ่มเฟือยที่ทุกคนพอใจ ธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องประดับจึงกลายเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับหลายประเทศ ไทยเองมีรายได้จากการส่งออกจากธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับจำนวนมาก รัฐบาลให้การส่งเสริมอย่างเต็มที่ เพื่อให้มีการพัฒนาเพื่อแข่งขันในตลาดโลกให้ได้ พบว่าในปัจจุบันการพัฒนาฝีมือแรงงานและมาตรฐานการผลิตของไทยได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ทำให้ค่าแรงสูงขึ้น มีผลทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้นด้วยไม่สามารถแข่งขันด้วยราคาสินค้าในลักษณะผู้ผลิตอีกต่อไป จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าด้วยการแข่งขันทางด้านรูปแบบแทน งานเครื่องประดับไทยได้วิวัฒนาการจากรูปแบบโบราณ มาสู่ความเป็นสมัยใหม่มากขึ้น

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องประดับเห็นถึงความสำคัญและพยายามที่จะพัฒนารูปแบบของเครื่องประดับให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของประเทศต่าง ๆ สมาพันธ์ผู้ผลิตทองคำโลก (2538) กล่าวว่า “การพัฒนาวิถีชีวิตให้ทันสมัยและเป็นแบบตะวันตก เป็นแนวทางที่เกิดขึ้นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ กระบวนการดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อมรดกทางวัฒนธรรมตลอดจนค่านิยมดั้งเดิม และควมมีเอกลักษณ์ของพวกเรา การออกแบบเครื่องประดับมักเป็นไปอย่างตะวันตก ซึ่งถูกนำเสนอให้แก่คนหนุ่มสาวรุ่นใหม่มากขึ้น ถึงแม้ทุก ๆ อย่างรอบตัวต่างก็เป็นรูปแบบสมัยใหม่อย่างตะวันตก แต่มิได้หมายความว่า จะเป็นที่ชื่นชอบของคนรุ่นใหม่ทั้งหมด เพราะความจริงแล้วสิ่งที่คนรุ่นใหม่ปรารถนา คือ ความทันสมัยซึ่งยังคงสะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิมอันโดดเด่นไว้ด้วย” (วัฒนธรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545, หน้า 36-38)

อัตลักษณ์ไทยในงานออกแบบเครื่องประดับ มีนักออกแบบได้นำเสนอไว้ได้อย่างหลากหลายโดยมองผ่านความเป็นไทยภายใต้การรับรู้และการสื่อสารแสดงออกผ่านสัญลักษณ์ที่ตนเองนำเสนอ เพื่อบอกเล่าเรื่องราว สะท้อนตัวตน โดยการความเป็นไทยใน 2 ลักษณะคือ รูปธรรมและนามธรรม อรพินท์ พานทอง (2546) กล่าวว่า ความเป็นไทยในรูปแบบนามธรรม ได้แก่ เอกลักษณ์ไทย ความอิสระ ความเรียบง่าย ความสุภาพ ความเคารพนอบ ความเคารพพระบออาวูโส เป็นต้น ความหมายรูปธรรม เป็นรูปของวัตถุที่แสดงออกในศิลปกรรมสาขาต่าง ๆ เช่น สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม และสิ่งของเครื่องใช้งานหัตถกรรม เป็นต้น อีกทั้งผลงานที่ออกแบบมาเป็นรูปวัตถุได้นั้นเป็นความสามารถของช่างหรือศิลปิน หรือนักออกแบบที่พยายามคลี่คลาย ตีความ จินตนาการ จากความเป็น นามธรรม เพื่อสร้างสรรค์ให้เป็น รูปธรรม



ภาพประกอบ 2-29 เครื่องประดับอัตลักษณ์ไทย แบรินต์ SARRAN (ดิฉัน, 2560)

3.3 แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์

การคิดสร้างสรรค์ คือ การกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นมาแล้วแสดงออกซึ่งความคิดสร้างสรรค์ทั้งทางด้านความคิด การกระทำ มีความคิดริเริ่มขึ้น และมีความแปลกใหม่ไม่ซ้ำแบบใคร มีการเปลี่ยนแปลง หรือดัดแปลงให้มีรูปทรงเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นกว่าเดิม การออกแบบเครื่องประดับนั้นจำเป็นต้องมีทั้งความงามและประโยชน์ใช้สอย การจัดให้งานเครื่องประดับเป็นงานช่างศิลปะหรืองานช่างขึ้นอยู่กับความตั้งใจของผู้สร้าง และผลสำเร็จของงานที่แสดงออกมาเป็นสำคัญ ถ้าผู้สร้างหวังผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจก็ต้องศึกษาด้านการตลาดยึดหลักตามความชอบของกลุ่มชนเป็นหลัก ผลงานจึงมีลักษณะคล้าย ๆ กัน ส่วนเครื่องประดับที่มีลักษณะศิลปะมักจะมีรูปทรงที่แปลกใหม่ เน้นความงามผลงานจะไม่ซ้ำใคร และมักเป็นงานชิ้นเดียว สร้างตามอุดมคติความงามของผู้สร้างเป็นหลักใส่ความคิดความพอใจความแปลกใหม่ไม่หวังผลด้านการค้าขายโดยตรง งานเครื่องประดับนี้จึงจัดเป็นงานศิลปะ ในการออกแบบนั้นจะขาดเสียไม่ได้ถ้าไม่มีความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างสรรค์งานเครื่องประดับจะสมบูรณ์และสวยงามเหมาะสมกับวาระในการใช้เฉพาะบุคคล (วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ, 2526, หน้า 15-17)

ความสำคัญของการออกแบบวัตถุประสงค์ของการใช้เครื่องประดับของมนุษย์ทุกชาติทุกเผ่าพันธุ์ มีแตกต่างกันมากมายหลายประการ แต่ข้อที่น่าจะใกล้เคียงกันมากที่สุดคือ เพื่อสร้างคุณค่าให้เกิดความสวยงามให้แก่ตนเอง ซึ่งความงามนี้มีอายุจำกัด เพราะเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับค่านิยม บรรทัดฐานของสังคมนั้น การสร้างสรรค์ความงามอย่างลงตัวนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงประโยชน์การใช้สอยด้วย ดังนั้น การออกแบบจึงเข้ามาช่วยเพื่อสื่อให้ชิ้นงานที่ประดิษฐ์ขึ้นมาตอบสนองกับผู้ใช้งานอย่างสมบูรณ์ (วัฒน์ จุฑะวิภาค, 2545, หน้า 70)

การออกแบบเครื่องประดับในปัจจุบันแบ่งออกให้เห็นภาพชัดเจนออกเป็น 2 รูปแบบ คือ เครื่องประดับที่มุ่งเน้นการตอบสนองในรูปแบบงานศิลปะ และเครื่องประดับที่มุ่งการตอบสนองในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ซึ่งเครื่องประดับโดยมากเป็นเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ทำเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้า หรือที่เรียกว่า “การผลิตเชิงพาณิชย์” การออกแบบจึงจะต้องเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องหารูปแบบ รูปลักษณะที่มีเอกลักษณ์มีความแตกต่าง

การออกแบบเครื่องประดับสร้างสรรค์ ภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ (2562, หน้า 45-46) กล่าวว่า รูปแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ สามารถจำแนกออกเป็น 3 รูปแบบดังนี้คือ

- 1) เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้วัสดุ เป็นเครื่องประดับที่เน้นความสวยงามของวัสดุเป็นหลัก ซึ่งในปัจจุบันมีวัสดุหลากหลายชนิดรอบตัวมนุษย์ที่สามารถนำมาทำชิ้นงานเครื่องประดับได้ เช่น กระจก พลาสติก ไม้ เซรามิก ลูกปัด วัสดุสังเคราะห์อื่น ๆ ฯลฯ หรือบางชิ้นอาจเป็นการนำวัสดุต่างชนิดกันมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน เช่น ผ่ากับโลหะ เป็นต้น ความสวยงามของเครื่องประดับรูปแบบนี้อยู่ที่ลวดลาย พื้นผิวของวัสดุแต่ละชนิดที่นำมาประยุกต์ใช้



ภาพประกอบ 2-30 เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้วัสดุกระดาษ (Natalio Martin Arroyo, 2012.
Page 65)

2) เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้เทคนิคการผลิต เป็นเครื่องประดับที่เน้นความสวยงามของวิธีการหรือเทคนิคการผลิต เช่น การฉลุ การขึ้นรูป การพับ การต่อชน การใช้สีตกแต่ง ฯลฯ เป็นต้น เครื่องประดับรูปแบบนี้อาจแสดงคุณค่าของวัสดุควบคู่กันไป แต่มีความโดดเด่นที่เทคนิคของการผลิตหรือการขึ้นรูปตัวเรือน ความสวยงามของเครื่องประดับรูปแบบนี้อยู่ที่เทคนิคและวิธีการขึ้นรูป



ภาพประกอบ 2-31 เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้เทคนิคการพับโลหะ (Natalio Martin Arroyo, 2012. Page 539)

3) รูปแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรม เป็นเครื่องประดับที่เนนการ บอกเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรมของสถานที่ ทองถิ่น พื้นที่ใด พื้นที่หนึ่ง ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่จับต้องได้และมีคุณค่าความสวยงามทางศิลปะและการออกแบบ ในแต่ละแห่งมีต้นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่แตกต่างกัน สามารถนำมาสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับได้โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมและไม่ให้เสียคุณค่าทางวัฒนธรรมดั้งเดิมไป ความสวยงามของเครื่องประดับรูปแบบนี้ อยู่ที่การนำรูปทรง เนื้อหาเรื่องราวที่เป็นรูปธรรม ซึ่งอยู่ในวัฒนธรรมนั้น หรือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมนั้นมาคลี่คลาย จัดองค์ประกอบเป็นตัวเรือนเครื่องประดับอย่างลงตัว แล้วสามารถสะท้อนความรู้สึกหรือกลิ่นอายของวัฒนธรรมแต่ละแห่ง



ภาพประกอบ 2-32 เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้แนวคิดวัฒนธรรมเมืองและศาสนา (Natalio Martin Arroyo, 2012. Page 539)

ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์ (2562, หน้า. 251 - 253) กล่าวถึง กลยุทธ์ที่ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์เป็นการให้ความสำคัญต่อการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่าง (Hybridization of Cultures) ทำให้เกิดภาษาใหม่ เฉพาะตัวในการสื่อสาร ผ่านทัศนภาษาทางด้านศิลปะ โดยการหยิบยืมสัญลักษณ์ หากแต่ตัดทอนให้เหลือเพียงแก่นที่สำคัญและสามารถสื่อสารได้ในหลายวัฒนธรรม ก่อให้เกิดวิธีการออกแบบใหม่และภาษาการออกแบบใหม่ ผลงานการออกแบบสร้างสรรค์ที่ได้ ยังมีประโยชน์ทางวัฒนธรรม ในการแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของผู้สวมใส่ เครื่องประดับทำหน้าที่ ในบริบทการประดับตกแต่งร่างกาย เพื่อแสดงออกความเป็นตัวตนโดยเครื่องประดับนั้น เครื่องประดับทำหน้าที่ในฐานะบ่งชี้ (Signifier) เพื่อสื่อสารความหมายของตัวบ่งชี้ (Signified) โดยตัวบ่งชี้ทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ (Sign) ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้มีความหมาย (Meaning) แทนของจริง/ตัวจริง (Object) ในตัวบท (Text) และในบริบท (Context) หนึ่งๆ เครื่องประดับที่ออกแบบอย่างสร้างสรรค์จึงเป็นมากกว่าสิ่งของฟุ่มเฟือย เพราะแสดงคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์ และความรู้เชิงนวัตกรรม โดยการออกแบบสร้างสรรค์

หากพิจารณาในประเด็นของการแข่งขันทางธุรกิจในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น รูปแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์น่าจะเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับยุคดังกล่าวได้มากที่สุด เนื่องจากการออกแบบนั้นถือเป็นความคิดเบื้องต้นหรือขั้นตอนแรกในอุตสาหกรรมเครื่องประดับที่จะส่งต่อไปยังกระบวนการผลิตเครื่องประดับ นอกจากนี้ ยอดจำหน่ายเครื่องประดับที่มากหรือนอมนั้นส่วนหนึ่งมาจากการออกแบบเครื่องประดับใหม่มีรูปแบบที่ต่างจากเดิม

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” ผู้วิจัยได้ศึกษา งานวิจัยของ แอสทริช เสริชเจอเวน (Astrid Skjerven). (2015) เรื่อง การออกแบบเครื่องประดับพื้นถิ่นนอร์เวย์ อดีต ปัจจุบัน อนาคต พบว่า ผู้วิจัยทำการศึกษารูปแบบเครื่องประดับเงินพื้นถิ่นของนอร์เวย์ในอดีต เพื่อเข้าใจถึง กระบวนการผลิต สัญลักษณ์ที่ปรากฏ ความเชื่อและการใช้งาน โดยเครื่องประดับเงินพื้นถิ่นของนอร์เวย์มีการ เปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสัมพันธ์กับการพัฒนาของโลกตามสถานการณ์ของสังคม สามารถใช้เป็นตัวบ่งชี้ว่าประเทศ เกี่ยวข้องกับกระบวนการโลกาภิวัตน์ในปัจจุบันได้อย่างไร การใช้ประเพณีพื้นถิ่นในการพัฒนาเครื่องประดับที่ สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการผลิต ที่ทันสมัย และการมีปฏิสัมพันธ์กับโลกภายนอกก่อให้เกิดรูปแบบ เครื่องประดับที่หลากหลายส่งผลให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ จากการที่ได้มีนักออกแบบหลายรายได้นำเอาประเพณี พื้นถิ่นมาใช้ในการออกแบบเครื่องประดับทำให้เครื่องประดับของนอร์เวย์มีความโดดเด่น แสดงออกซึ่งตัวตนของ ตนเอง ที่มีต่อการรับรู้ของภายนอกซึ่งถือเป็นกระบวนการในการพัฒนาที่สำคัญ และการศึกษางานวิจัยของอรพินท์ พานทอง. (2546) เรื่อง “การศึกษาความเป็นไทยเพื่อประยุกต์ใช้ในงานออกแบบเครื่องประดับ” พบว่า ความเป็น ไทยปรากฏออกมาในรูปแบบนามธรรม และ รูปธรรม ผลงานที่ออกเป็นรูปวัตถุได้นั้น เป็นความสามารถของช่าง หรือศิลปิน หรือนักออกแบบที่พยายามคลี่คลาย ตีความ จินตนาการจากความเป็นนามธรรม เพื่อสร้างสรรค์ให้เป็น รูปธรรม ได้สอดคล้องกับความเชื่อ ศรัทธาของสังคมนั้น ทำให้ได้วัตถุที่สนองความจำเป็นในการดำรงชีวิต และ เกิดความสุขทางใจ โดยมองว่า ศิลปะที่เกี่ยวข้องกับเครื่องประดับมากที่สุดน่าจะเป็นประติมากรรม เพราะประติมากรรมเป็นศิลปะที่เกี่ยวข้องกับการช่าง การปั้น การแกะ การหล่อ เป็นต้น พิจารณาแล้วช่าง เครื่องประดับคงต้องมีความชำนาญเป็นการผสมผสานหลายอย่าง เพราะกระบวนการผลิตเครื่องประดับมีมากมาย นอกจากนี้ เครื่องประดับเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการแต่งกาย การศึกษาหาข้อมูลด้านเครื่องประดับ จึงหนีไม่ พ้นการศึกษาศิลปะสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนไทย ได้แก่ สถาปัตยกรรม ประติมากรรม และ จิตรกรรม รวมถึงความเป็นอยู่ความเชื่อต่าง ๆ ที่มีผลต่อรูปแบบของศิลปะไทย การนำเอาอัตลักษณ์จังหวัดมา พัฒนาสู่งานออกแบบ ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยของ ปิยะวรรณ ปิ่นแก้วและคณะ (2560) เรื่อง “การศึกษา เอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ ของจังหวัดนครปฐม” พบว่า มีวิธีการดำเนินงานวิจัยแบบผสมผสานทั้ง เชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ คือ 1) การสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกปราชญ์ชุมชน นักวิชาการ ผู้บริหารองค์กรส่วน และการสนทนากลุ่มตัวแทนกลุ่มชาติพันธุ์ และการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับเอกลักษณ์

ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพจังหวัดนครปฐมจากที่มีส่วนได้เสียในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ ผู้บริหารองค์กรส่วนจังหวัด นักธุรกิจ นักวิชาการ 2) การระบุงค์ประกอบเรขศิลป์ตามเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ ในแต่บริบทของ จังหวัดนครปฐม โดยการสอบถามความคิดเห็น จากกลุ่มนักวิชาการออกแบบและนักออกแบบ และการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มประชาชนทั่วไป ผลการศึกษาพบว่า เอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ และองค์ประกอบศิลป์ ในบริบททางธรรมชาติ คือเป็นเมืองแห่งดินน้ำชุ่มที่มีความอุดมสมบูรณ์ของพื้นดินและพื้นน้ำมีวิถีชีวิตเมืองแห่งเกษตรกรรม มีความหลากหลายทางพืชพรรณธัญญาหารล้อมรอบด้วยธรรมชาติใกล้เมืองหลวง มีบุคลิกภาพ และกลุ่มโทสนสีที่บ่งบอกความเป็นธรรมชาติ สดชื่น เรียบง่าย สบายๆ มีความเป็นพื้นถิ่น ภาพประกอบที่มีลักษณะเหมือนจริง ลักษณะตัดทอน และลักษณะนามธรรม รูปแบบตัวอักษรที่มีลักษณะเป็นอิสระไม่เป็นทางการ กิ่งทางการ บริบททางสังคม คือ เป็นสังคมที่มีองค์พระปฐมเจดีย์

ในส่วนของการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องประดับจากอัตลักษณ์ ผู้วิจัยได้ ทำการศึกษางานวิจัยของ เวิน มิง หยู และ หยูปู (Wen Ming Liu and YuPu) (2020) เรื่อง การวิจัย การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ พบว่า ผู้วิจัยได้ศึกษาเครื่องสำริดในสมัยราชวงศ์ซาง เพื่อพัฒนารูปแบบเครื่องประดับ นักออกแบบสามารถผสมผสานงานฝีมือสมัยใหม่เข้ากับลวดลายดั้งเดิม และใช้วัสดุเพื่อแสดงให้เห็นถึงอารมณ์ และเสน่ห์ที่เป็นเอกลักษณ์แบบดั้งเดิม รูปแบบของผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นถึงอารยธรรมดั้งเดิมของจีน มีคุณค่าในฐานะตัวแทนของที่บอกเล่าเรื่องราวของประวัติศาสตร์ วรัชย์ รวบรวมเลิศ (2561) เรื่อง “เครื่องประดับ อัตลักษณ์กาญจนบุรี ภายใต้แนวคิดการเชื่อมต่อทางประวัติศาสตร์” พบว่า การออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์กาญจนบุรี ใช้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชนปากแพรก (ปัจจุบันภายใน) ผสมกับอิทธิพลวัฒนธรรมภายนอก (ปัจจุบันภายนอก) ผลวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ใหม่ของเครื่องประดับสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกาญจนบุรี ในโครงการวิจัย คือ “การเชื่อมต่อทางประวัติศาสตร์” ซึ่งมาจากแนวคิดการนำเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชนเป็นแกนสำคัญในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนกฤต ใจสุตา (2562) เรื่อง “เครื่องประดับอัตลักษณ์จันทบุรี : การศึกษาอัตลักษณ์เพื่อพัฒนารูปแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์” พบว่า ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งอัตลักษณ์ของจันทบุรีแบ่งออกเป็น 4 บริบท ดังนี้ 1) บริบททางด้านธรรมชาติ 2) บริบททางด้านประวัติศาสตร์ 3) บริบททางด้านเศรษฐกิจวิถีชีวิต และ 4) บริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม โดยการประเมิน การรับรู้และเข้าใจอัตลักษณ์ของจันทบุรีของคนที่อยู่ในจังหวัดจันทบุรีผ่านบริบทด้านต่าง ๆ นั้น บริบทที่มีการรับรู้มากที่สุด คือ บริบทด้านธรรมชาติและบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม รองลงมาคือ บริบททางด้านประวัติศาสตร์ และสุดท้ายบริบททางด้านเศรษฐกิจวิถีชีวิต ทำการกำหนดแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับจากอัตลักษณ์จันทบุรีในบริบทต่าง ๆ ตามลักษณะของกลุ่มผู้บริโภค โดยใช้แนวคิดการออกแบบผสมผสาน (Hybridization) เพื่อให้เกิดรูปแบบใหม่ ให้ได้ต้นแบบเครื่องประดับที่สามารถผลิตได้ในเชิงพาณิชย์

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่า การพัฒนาเครื่องประดับจากอัตลักษณ์สามารถกระทำได้ โดยการศึกษา วิเคราะห์อัตลักษณ์ ทั้งในรูปแบบรูปธรรมและนามธรรม ทำการแบ่งกลุ่มอัตลักษณ์ เพื่อนำไป

สังเคราะห์ สร้างเป็นองค์ประกอบทางศิลปะเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการนำไปออกแบบร่วมกับความต้องการของผู้บริโภค ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์ และสามารถผลิตได้ และสร้างมูลค่าในเชิงพาณิชย์



บทที่ 3

ระเบียบวิธีดำเนินงานวิจัย

1. การดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) ใช้วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ได้แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 3 ส่วน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด ผู้วิจัยศึกษาข้อมูล 2 ประเภท คือ ข้อมูลเอกสาร โดยวิเคราะห์จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการให้ข้อมูลด้านอัตลักษณ์จังหวัดตราด ประกอบด้วย นักวิชาการ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้บริหารส่วนราชการ จำนวน 10 ท่าน และตัวแทนกลุ่มคนในพื้นที่ จำนวน 200 คน

2. เครื่องมือในการวิจัย

2.1 แบบสัมภาษณ์ ใช้การสัมภาษณ์เก็บข้อมูลเชิงลึก แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง เพื่อศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดตราด

2.2 แบบสอบถามความคิดเห็น เป็นการสอบถามการรับรู้อัตลักษณ์ การกำหนดอัตลักษณ์ที่เป็นภาพตัวแทนของอัตลักษณ์ในบริบทต่าง ๆ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 2 การสังเคราะห์ ระบุองค์ประกอบศิลป์ และสัญลักษณ์ตัวแทนอัตลักษณ์ในบริบทต่าง ๆ และหาแนวทางการออกแบบ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูล 2 ประเภท คือ ข้อมูลเอกสาร โดยวิเคราะห์จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มนักวิชาการออกแบบและนักออกแบบจำนวน 5 คน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง เพื่อระบุองค์ประกอบศิลป์ ที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์ในบริบทต่าง ๆ

2. เครื่องมือในการวิจัย: แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบศิลป์ ที่เหมาะสมกับเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของจังหวัดตราดจากกลุ่มนักวิชาการออกแบบและนักออกแบบ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมอัตลักษณ์จังหวัดตราด ผู้วิจัยทำการพัฒนางานออกแบบเครื่องประดับ โดยใช้กลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมที่ได้จากการวิจัย นำมาเผยแพร่ในรูปแบบโครงการให้กับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับในพื้นที่จังหวัดตราด ด้วยกระบวนการคิดออกแบบ Design Thinking ทำการสร้างสรรค์ผลงานผ่านแบบร่าง ทำการคัดเลือกและผลิตเป็นเครื่องประดับต้นแบบ ผลงานการออกแบบภายใต้โครงการที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก จำนวน 2 ราย จะถูกนำไปพัฒนาและผลิตเป็นชิ้นงานจริง

2. กระบวนการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” มีขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย แบ่งตามจุดประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

1. ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดตราด ทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล อันประกอบไปด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง แบบสอบถามความพึงพอใจ แบบประเมิน

2. ลงพื้นที่เก็บข้อมูลอัตลักษณ์จังหวัดตราดจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยนักวิชาการ ประชาชนชาวบ้าน ผู้บริหารส่วนราชการจำนวน 10 ท่าน โดยการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล และ เก็บข้อมูลอัตลักษณ์จังหวัดตราดจากตัวแทนกลุ่มคนในพื้นที่ จำนวน 200 คน โดยการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมินความคิดเห็นอัตลักษณ์จังหวัดตราด ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล

3. การสังเคราะห์ ระบุองค์ประกอบศิลป์ และสัญลักษณ์ตัวแทน อัตลักษณ์ในบริบทต่าง ๆ และหาแนวทางการออกแบบ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วยกลุ่มนักวิชาการออกแบบและนักออกแบบจำนวน 5 คน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นองค์ประกอบศิลป์อัตลักษณ์จังหวัดตราด ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อระบุองค์ประกอบศิลป์ ที่เหมาะสมกับอัตลักษณ์ในบริบทต่าง ๆ

4. สร้างกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม อัตลักษณ์จังหวัดตราด ขยายผลให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 2 ราย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ด้วยกระบวนการคิดออกแบบ Design Thinking ทำการสร้างสรรค์ผลงานผ่านแบบร่าง ทำการคัดเลือกและผลิตเป็นเครื่องประดับต้นแบบ

5. แบบร่างเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมที่พัฒนาโดยกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือก จะนำไปผลิตชิ้นงานต้นแบบ

6. สรุปและอภิปรายผล

7. เขียนรายงานการวิจัย และตีพิมพ์บทความวิจัยเผยแพร่

3. กระบวนการเก็บข้อมูล (Data collection process)

งานวิจัยนี้มีกระบวนการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลอัตลักษณ์จังหวัดตราด โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง จากผู้ที่มีความรู้และผู้ที่เกี่ยวข้องที่สามารถให้ข้อมูลด้านอัตลักษณ์จังหวัดตราดได้ ประกอบด้วย ประชาชนชาวบ้าน 2 คน, นักวิชาการ 3 คน และ ผู้บริหารส่วนราชการ 5 คน

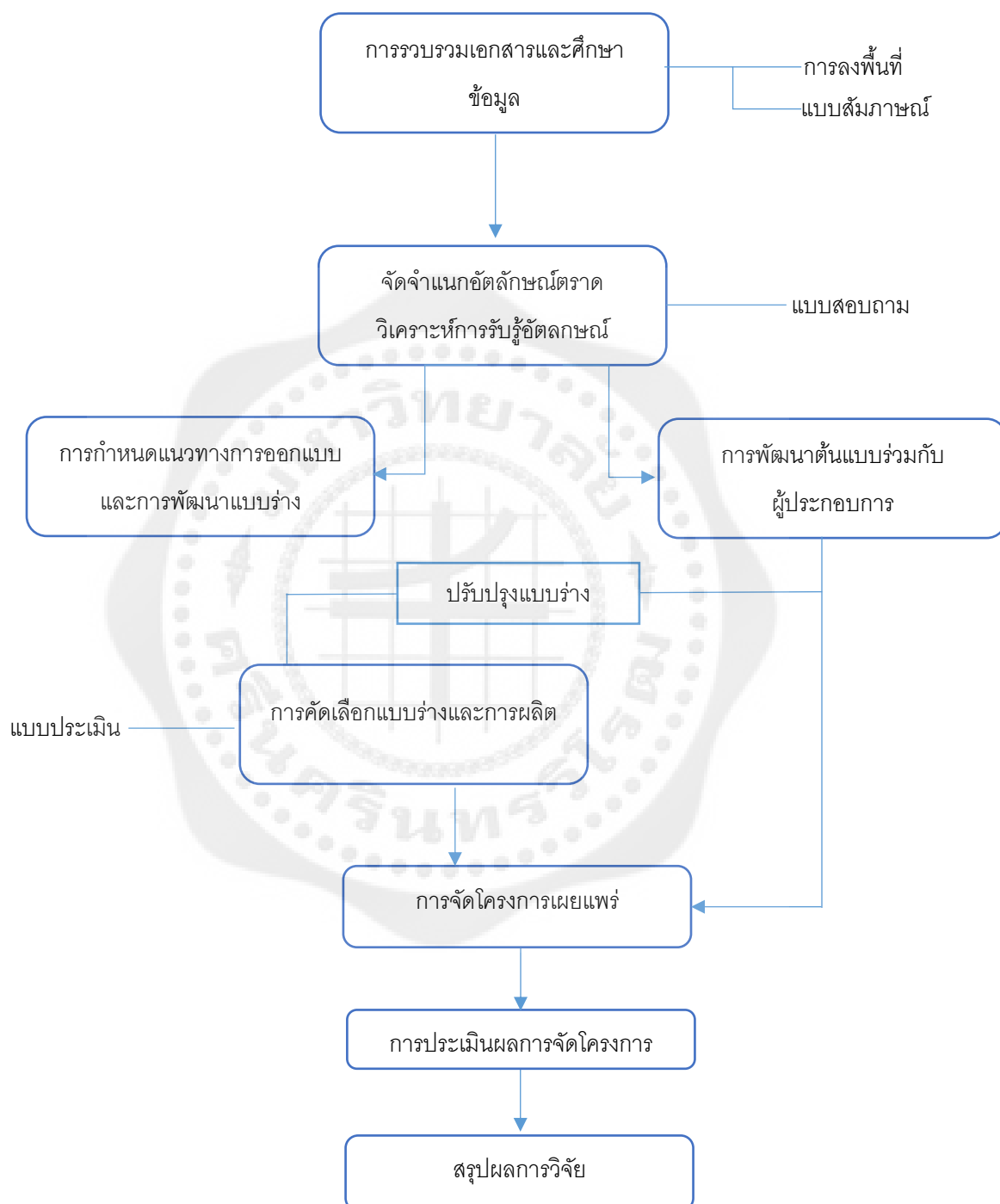
2. การเก็บข้อมูลการรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราด โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็น เก็บข้อมูลจากผู้ที่อาศัยในพื้นที่จังหวัดตราด ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เก็บจากตัวแทนกลุ่มคนในพื้นที่ จำนวน 200 คน

3. การเก็บข้อมูลองค์ประกอบศิลปวัฒนธรรมร่วมกับการประเมินแบบร่างเครื่องประดับจังหวัดตราด โดยใช้แบบประเมิน เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบประกอบด้วยกลุ่มนักวิชาการออกแบบและนักออกแบบ จำนวน 5 คน

4. การวัดผล / การวิเคราะห์ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดตราด สู่การกำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ และพัฒนางานออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมร่วมกับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตราด นำไปสู่การสร้างสรรค์และผลิตผลงานเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม จำนวน 2 คอลเลคชั่น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเกณฑ์การประเมินแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550, หน้า 77)

5. แผนผังขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิจัย

1. การระบุ อัตลักษณ์ เอกลักษณ์จังหวัดตราด

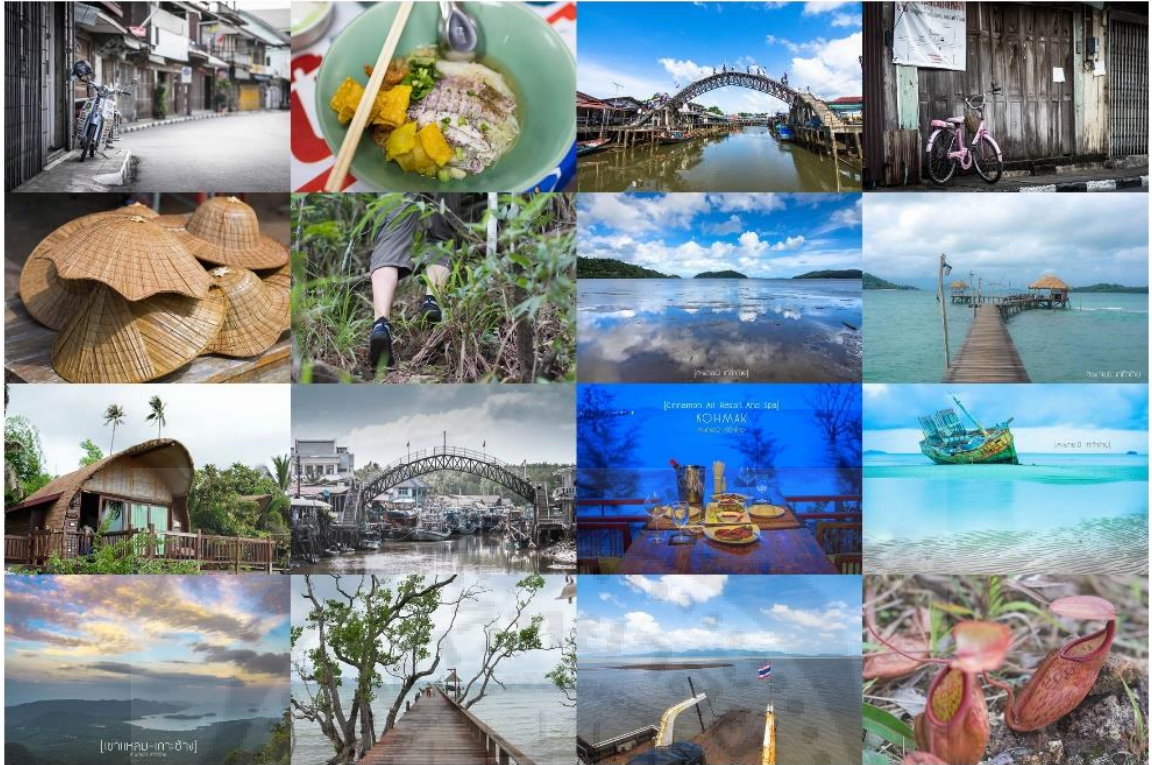
จากการรวบรวมข้อมูลเอกสาร การเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ และการเก็บข้อมูลตากแบบสอบถาม เพื่อระบุ อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ ของจังหวัดตราดจากผู้ให้ข้อมูล พบว่า

อัตลักษณ์ : “ประตูฝั่งตะวันออก” ตราดเป็นจังหวัดที่อยู่ปลายสุดของภาคตะวันออก เสมือนประตูที่คอยต้อนรับผู้คน เป็นเมืองท่าการค้าที่สำคัญมาตั้งแต่อดีต และเป็นเมืองท่องเที่ยวทางชายทะเลที่สำคัญของฝั่งตะวันออกของไทย มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรทางทะเล ส่วนสังคมประกอบด้วยผู้คนหลากหลายเชื้อชาติที่เข้ามาอาศัยตั้งรกราก ตั้งแต่สมัยอยุธยา ผู้คนอยู่กันแบบเกื้อกูล และซื่อสัตย์จริงใจ คนตราด ประกอบด้วยหลากหลายเชื้อชาติ อาศัยอยู่ร่วมกันแบบเกื้อกูล เป็นสังคมที่ยอมรับซึ่งกันและกัน เป็นพหุสังคมที่ดำเนินชีวิตด้วยเกษตรกรรม และประมง ดำเนินชีวิตเรียบง่าย สมถะ และซื่อสัตย์จริงใจ

ภาพลักษณ์ : “มนต์เสน่ห์ทะเลตะวันออก” ตราดประกอบด้วยพื้นที่ที่หลากหลาย และอุดมสมบูรณ์ซึ่งมีส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิต และเศรษฐกิจของจังหวัด ตราดจึงเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก และเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวิถีชุมชน โดยชุมชนแต่ละชุมชนมีความโดดเด่น ที่เป็นเอกลักษณ์แสดงออกถึงความเป็นชุมชนพหุสังคม ที่มีหลากหลายเชื้อชาติ อยู่ร่วมกัน นอกจากนี้ตราดยังเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่เหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์หลายต่อหลายครั้ง ที่ส่งผลต่อประวัติศาสตร์ของชาติ และความภาคภูมิใจของคนตราด

ตาราง 4-1 การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดตราดผ่านรูปสัญลักษณ์

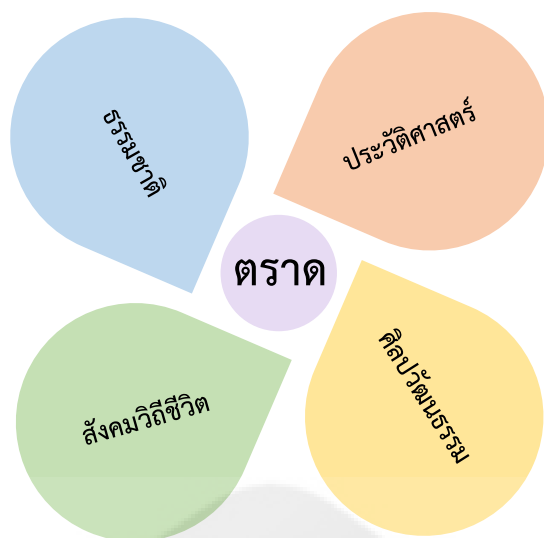
อัตลักษณ์ผ่านรูปสัญลักษณ์	
รูปธรรม	นามธรรม
ธรรมชาติ	ความอุดมสมบูรณ์ ความหลากหลาย
ประวัติศาสตร์	ความภาคภูมิใจ ความเคารพยึดมั่น
สังคมวิถีชีวิต	พหุสังคม วิถีเกษตร การยอมรับความต่าง
ศิลปวัฒนธรรม	เป็นไปตามวิถีชีวิต เน้นใช้สอย



ภาพประกอบ 4-1 เอกลักษณ์จังหวัดตราดผ่านมุมมองการท่องเที่ยว (สะพานเป็ เต้าไทย, 2558)

จากการศึกษาทางผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และจัดแบ่งอัตลักษณ์ของจังหวัดตราดออกเป็น 4 บริบท ดังนี้

1. อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านธรรมชาติ
2. อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านประวัติศาสตร์
3. อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต และ
4. อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม



ภาพประกอบ 4-2 กลุ่มบริบทอัตลักษณ์จังหวัดตราด

1.1 อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านธรรมชาติ

อัตลักษณ์ : จังหวัดตราดเป็นเมืองที่อุดมธรรมของทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบด้วยพื้นที่ชายฝั่งทะเล แม่น้ำ และภูเขา มีสภาพอากาศแบบมรสุมเขตร้อน ปริมาณฝนค่อนข้างมาก โดยมีแม่น้ำตราดเป็นแม่น้ำสายสำคัญ อีกทั้งยังมีพื้นที่ป่าอนุรักษ์ วนอุทยาน น้ำตก ป่าชายเลน และชายหาด ความอุดมสมบูรณ์นี้ทำให้จังหวัดตราดเต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติต่าง ๆ มากมาย

ภาพลักษณ์ : เมืองร้อยเกาะ เมืองท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก ด้วยจังหวัดตราดมีภูมิประเทศเป็นอ่าว ประกอบด้วยเกาะมากมาย จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และการท่องเที่ยวถือเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัด ประกอบกับเป็นเมืองที่ไม่มีเขตอุตสาหกรรมจึงมีอากาศบริสุทธิ์ ทัศนียภาพที่สวยงามของประเทศ นอกจากนี้ภาพลักษณ์เรื่องการท่องเที่ยวแล้วจังหวัดตราดยังขึ้นชื่อเรื่องของอาหาร ทั้งอาหารทะเล และผลไม้ ล้วนเป็นสามารถหาซื้อได้ในราคาถูก และสด สะอาด

ตาราง 4-2 การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านธรรมชาติผ่านรูปสัญลักษณ์

อัตลักษณ์ผ่านรูปสัญลักษณ์	
รูปธรรม	นามธรรม
หมู่เกาะและท้องทะเล	ความสดชื่น อากาศบริสุทธิ์
ป่าเขา ป่าชายเลน	เมืองสีเขียว ร่มรื่น
ผลไม้และอาหารทะเล	ความอุดมสมบูรณ์ สดใหม่

1.2 อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านประวัติศาสตร์

อัตลักษณ์ : จังหวัดตราดมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน สืบค้นย้อนไปได้ถึงช่วงยุคหิน ปรากฏการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน และปรากฏเป็นเมืองท่าชายทะเลที่สำคัญตั้งแต่ครั้งสมัยในสมัยอยุธยา ประวัติศาสตร์ของตราดที่มีคนตราดให้ความสำคัญ และระลึกถึงมี 3 ช่วง ก็คือ ช่วงที่ 1 สมเด็จพระเจ้าตากได้รวบรวมไพร่พลและเสบียงอาหารเพื่อยึดกรุงศรีอยุธยาคืนจากพม่า ช่วงที่ 2 เหตุการณ์ รศ.112 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และครั้งที่ 3 เหตุการณ์สงครามอินโดจีน ยุทธนาวีเกาะช้าง ทั้ง 3 ช่วงเหตุการณ์ก่อให้เกิดแหล่งแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และอนุสาวรีย์ที่คนตราดให้ความเคารพบูชา นอกจากนี้เหตุการณ์ในช่วง รศ.112 ก็ยังถือเป็นเหตุการณ์สำคัญต่อคนตราดอย่างมากจนมีการจัดงานวันตราดรำลึก เพื่อระลึกถึงเหตุการณ์ในครั้งนั้น

ภาพลักษณ์ : เมืองประวัติศาสตร์สัญลักษณ์ของการแลกเปลี่ยนและอิสระภาพ จากเหตุการณ์ที่สมเด็จพระจุลจอมเกล้าได้ทรงยอมยกดินแดนพระตะบอง เสียมราฐ ศรีโสภณ ให้กับฝรั่งเศส เพื่อแลกเอาเมืองตราดและเกาะต่าง ๆ กับเมืองด่านด้านซ้ายฝั่งขวาของแม่น้ำโขงคืนมา ในสมัย รศ.112 ทำให้คนตราดรู้สึกปราบปลื้มใจ และระลึกถึงคุณความดีของรัชกาลที่ 5 ที่มีต่อคนตราดอย่างมาก เหตุการณ์นี้ถือเป็นเหตุการณ์สำคัญของประวัติศาสตร์ชาติไทยเหตุการณ์หนึ่ง โดยมีการบรรจุไว้ในตำราเรียนของนักเรียน แสดงให้เห็นว่า เมืองตราดมีความสำคัญมากเพียงใดในหน้าประวัติศาสตร์

ตาราง 4-3 การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านประวัติศาสตร์ผ่านรูปสัญลักษณ์

อัตลักษณ์ผ่านรูปสัญลักษณ์	
รูปธรรม	นามธรรม
วันตราดรำลึก	เรื่องราว เหตุการณ์
โบราณสถาน อนุสาวรีย์	ความปลาบปลื้ม ความภาคภูมิใจ
โบราณวัตถุ ข้าวของ เครื่องใช้	ความภาคภูมิใจ และการหวงแหน

1.3 อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต

อัตลักษณ์ : สังคมพหุวัฒนธรรม การหลอมรวมของคนหลากหลายเชื้อชาติ จังหวัดตราดประกอบด้วยกลุ่มคนที่มาตั้งรกราก อยู่หลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทยดั้งเดิม ชาวจีน ชาวมุสลิม ชาวชอง ชาวภูหฺล่า ชาวมอญ จึงทำให้สังคมเป็นแบบพหุสังคม ยอมรับความแตกต่างซึ่งกันและกันและปรับจนเข้าหากันจนเกิดเป็นสังคม ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ยึดถือจารีต ประเพณี ความเชื่อตามหลักศาสนาและเชื้อชาติของตนแต่ก็เปิดใจที่จะยอมรับศาสนาและประเพณี วัฒนธรรมอื่น วิถีชีวิตจึงผูกพันกับชุมชนและธรรมชาติรอบตัว

ภาพลักษณ์ : เมืองท่องเที่ยวชุมชนและวิถีเกษตร สืบเนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของผืนดินและน้ำส่งผลให้เกิดอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะการทำสวนผลไม้ และการทำประมง ตลอดจนการหลอมรวมของเชื้อชาติต่าง ๆ ทำให้เกิดเอกลักษณ์ที่โดดเด่น หลายชุมชนสามารถนำเอกลักษณ์มาเป็นจุดขายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้คนภายนอกได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ ไปพร้อมกับการเรียนรู้และเข้าใจในวิถีของชุมชนนั้น ๆ

ตาราง 4-4 การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านสังคมวิถีชีวิตผ่านรูปสัญลักษณ์

อัตลักษณ์ผ่านรูปสัญลักษณ์	
รูปธรรม	นามธรรม
ชุมชนท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้	การหลอมรวม การผสมผสาน
ผลผลิตทางการเกษตรและประมง	การยอมรับ เกื้อกูล
ภูมิปัญญา และสินค้าชุมชน	การใช้ชีวิต และแนวคิด จิตวิญญาณ

1.4 อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม

อัตลักษณ์ : ความโดดเด่นที่ไม่โดดเด่น จังหวัดตราดเป็นจังหวัดชายแดน ผู้คนมุ่งทำมาหากิน ทำให้อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมไม่โดดเด่นมากนัก เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ ศิลปวัฒนธรรมของตราดเกิดจากชาติพันธุ์และกลุ่มคนที่เข้ามาอาศัยอยู่ในจังหวัด และจากเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ในยุคสมัยต่าง ๆ นับตั้งแต่สมัยอยุธยา เรื่อยมาจนถึงรัตนโกสินทร์ ทำให้พบโบราณสถาน โบราณวัตถุต่าง ๆ โดยมีเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา ปรากฏเป็นเอกลักษณ์เด่นทางด้านต่าง ๆ

เอกลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม ปรากฏเป็นรูปแบบอาคารที่อยู่อาศัย และอาคารทางประวัติศาสตร์ที่แสดงถึงพัฒนาการทางสังคมของช่วงยุคสมัย เช่น วัดต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นในสมัยอยุธยา อาคารที่สร้างขึ้นในสมัย รศ.112 หรือบ้านเรือนต่าง ๆ เป็นต้น

เอกลักษณ์ด้านจิตรกรรม ประติมากรรม งานจิตรกรรมปรากฏภาพวาดภายในอุโบสถวัดเก่าในสมัยอยุธยา เช่น วัดบุปผาราม วัดโยธานิมิตร เป็นต้น นอกจากนี้ก็เป็นงานประติมากรรมประดับวัดเก่าสมัยอยุธยา รูปหล่อ อนุสาวรีย์ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์สถาน มีรูปแบบก็เป็นแบบตามสมัยนิยม

เอกลักษณ์ด้านหัตถกรรมและภูมิปัญญา วิถีชีวิตและเชื้อชาติก่อให้เกิดงานหัตถกรรมและภูมิปัญญา โดยหัตถกรรมที่ถือเป็นสัญลักษณ์ของตราด ก็คือ งบ หรือหมวกสานใบจาก นอกจากนั้นก็จะมีในเรื่องของงานจักสานเสื่อ งานประดิษฐ์อุปกรณ์จับสัตว์น้ำ ในกลุ่มคนแต่ละเชื้อชาติก็มีการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของตนเองไว้เพื่อเป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชน เช่น ภูมิปัญญาสมุนไพรของชาวช่อง ภูมิปัญญาการหาพลอยของชาวกุหล่า การเพาะเลี้ยงสุนัขพันธุ์ไทยหลังอานของชาวไทย เป็นต้น

เอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณี แม้ว่าตราดจะประกอบไปด้วยหลายเชื้อชาติ และวัฒนธรรมประเพณีก็ไม่ชัดเจนมากนัก ปรากฏเป็นเพียงรูปแบบการดำเนินชีวิตตามหลักศาสนาและความเชื่อของตน วัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์มีน้อยมาก อาทิเช่น ประเพณีตักบาตรเทโว ประเพณีทำบุญสามแพรง ประเพณีทำบุญกลางทะเล ซึ่งปัจจุบันก็ลดน้อยหายไปมาก เนื่องจากผู้คนให้ความสำคัญกับการทำมาหากินและการรับเอาวิถีเมืองเข้ามาใช้

ภาพลักษณ์ : ศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ความหลากหลายของชาติพันธุ์และประวัติศาสตร์อันยาวนานประกอบกับลักษณะสังคมแบบพหุวัฒนธรรม ทำให้จังหวัดตราด มีศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้คนและสังคม ยุคสมัยทำให้บางอย่างสูญหายไป บางอย่างถูกรื้อฟื้นกลับคืนมา ผู้คนตราดให้ความสำคัญกับการดำรงชีวิต และการทำมาหากินมากกว่าการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรม ภาพลักษณ์ด้านนี้จึงไม่เด่นชัดหากแต่สะท้อนถึงการพัฒนาเพื่อตอบโจทย์การดำเนินชีวิตและประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก

ตาราง 4-5 การวิเคราะห์อัตลักษณ์จังหวัดตราดบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรมผ่านรูปสัญลักษณ์

อัตลักษณ์ผ่านรูปสัญลักษณ์	
รูปธรรม	นามธรรม
สถาปัตยกรรม	การรับและการปรับตัว
ศิลปกรรมต่าง ๆ	วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล
งานหัตถกรรม	การพัฒนาเพื่อชีวิตและการใช้สอย

2. การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราด

จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อประเมินการรับรู้ และการระบุนิยามอัตลักษณ์จังหวัดตราดจากกลุ่มประชาชนในพื้นที่ จำนวน 200 คน พบว่า

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4-6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้าน		ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	
		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	หญิง	137	68.50
	ชาย	63	31.50
	รวม	200	100
	ภูมิสำเนา		
คนตราด	ไม่ใช่คนตราด	90	45.00
	รวม	110	55.00
	รวม	200	100
อายุ	อายุระหว่าง 15 - 25 ปี	95	47.50
	อายุระหว่าง 26 - 35 ปี	44	22.00
	อายุระหว่าง 36 - 45 ปี	25	12.50
	อายุระหว่าง 46 - 55 ปี	16	8.00
	อายุ 56 ปีขึ้นไป	20	10.00
	รวม	200	100
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	11	5.50
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	45	22.50
	อนุปริญญา (ปวส.) หรือเทียบเท่า	8	4.00
	ปริญญาตรี	107	53.50
	สูงกว่าปริญญาตรี	29	14.50
	รวม	200	100

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลด้าน	ความถี่	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท	91	45.50
รายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท	36	18.00
รายได้ระหว่าง 21,001 – 30,000 บาท	25	12.50
รายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท	16	8.00
รายได้ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท	16	8.00
รายได้มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป	16	8.00
รวม	200	100
อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	86	43.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างของรัฐ	40	20.00
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	30	15.00
พนักงานบริษัทเอกชน	34	17.00
อื่น	10	5.00
รวม	200	100

จากตาราง 4-6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง โดยคิดเป็นร้อยละ 68.50 โดยแบ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในจังหวัดตราด โดยคิดเป็นร้อยละ 45.00 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในจังหวัดตราด โดยคิดเป็นร้อยละ 55.00 ช่วงอายุที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ อายุระหว่าง 15 - 25 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 47.50 ระดับการศึกษาที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ปริญญาตรี โดยคิดเป็นร้อยละ 53.50 รายได้โดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถาม คือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 45.50 และอาชีพที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา โดยคิดเป็นร้อยละ 43.00

2.2 การรับรู้และความเข้าใจอัตลักษณ์ เอกลักษณ์จังหวัดตราด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้และเข้าใจอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของจังหวัดตราด โดยแยกเป็นประเด็นได้

ดังนี้

2.2.1 การรับรู้และเข้าใจอัตลักษณ์จังหวัดตราดในภาพรวม

ตาราง 4-7 การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราด

การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราด	ความถี่	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
เป็นเมืองสีเขียว (Green city) อากาศบริสุทธิ์ ใกล้เคียงธรรมชาติ	200	4.26	3
เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ อาหารการกิน และวัฒนธรรม	200	4.34	1
เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน และมีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ชาติ	200	4.06	6
เป็นเมืองพหุสังคม หลากหลายเชื้อชาติ วัฒนธรรม	200	4.05	7
เป็นเมืองท่าเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวของภาคตะวันออก	200	4.19	4
เป็นเมืองชายทะเล อุดมสมบูรณ์ด้วยธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยว	200	4.33	2
เมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวิถีชุมชน	200	4.14	5
	เฉลี่ยรวม	4.23	

จากตาราง 4-7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการประเมินการรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราด ข้อความที่แสดงถึงอัตลักษณ์จังหวัดตราด ที่แสดงการรับรู้อันดับสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ จังหวัดตราดเป็นจังหวัดที่เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ อาหารการกิน และวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 4.34 อันดับที่ 2 คือ เป็นเมืองชายทะเล อุดมสมบูรณ์ด้วยธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 4.33 และอันดับ 3 คือ เป็นเมืองสีเขียว (Green city) อากาศบริสุทธิ์ ใกล้เคียงธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 4.26

2.2.2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้และเข้าใจลักษณะของคนตราดในภาพรวม

ตาราง 4-8 การรับรู้ลักษณะคนตราด

การรับรู้ลักษณะคนตราด	ความถี่	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
ขยัน เข้มแข็ง และกล้าเสี่ยง กล้าลอง	200	3.99	3
เป็นกันเอง มีน้ำใจ อธิบายดี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	200	4.08	1
ดำเนินชีวิตเรียบง่าย สมถะ และซื่อสัตย์จริงใจ	200	4.07	2
ปรับตัวเก่ง เข้ากับผู้อื่นได้ดี ยอมรับในความต่าง	200	3.98	4
พูดเสียงดัง ทำอะไรรวดเร็ว ไม่ค่อยสนใจใคร	200	3.83	5
	เฉลี่ยรวม	3.99	

จากตาราง 4-8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการประเมินการรับรู้ลักษณะคนตราด ข้อความที่แสดงถึงลักษณะคนตราดที่แสดงการรับรู้อันดับสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ เป็นกันเอง มีน้ำใจ อธิบายดี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 4.08 อันดับที่ 2 คือ ดำเนินชีวิตเรียบง่าย สมถะ และซื่อสัตย์จริงใจ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 4.07 และอันดับ 3 คือ ขยัน เข้มแข็ง และกล้าเสี่ยง กล้าลอง มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 3.99

2.2.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้อัตลักษณ์ของจังหวัดตราด ในบริบทด้านต่าง ๆ

ตาราง 4-9 การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบทต่าง ๆ

การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบทต่าง ๆ	ความถี่	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
บริบททางด้านธรรมชาติ	200	4.07	1
บริบททางด้านประวัติศาสตร์	200	3.68	3
บริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต	200	3.78	2
บริบทด้านศิลปวัฒนธรรม	200	3.17	4
	เฉลี่ยรวม	3.81	

จากตาราง 4-9 พบว่า การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบทต่าง ๆ จากผู้ตอบแบบสอบถาม บริบทที่มีการรับรู้มากที่สุด คือ บริบทด้านธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 4.07 รองลงมาคือ บริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 3.78 อันดับสามคือ บริบททางด้านประวัติศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 3.68 และสุดท้าย

บริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 3.17 ซึ่งจากค่าเฉลี่ยการรับรู้และเข้าใจอัตลักษณ์จังหวัดตราดโดยรวม อยู่ในระดับรับรู้มาก มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 3.81

2.3 อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของจังหวัดตราดในแต่ละบริบท

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์การรับรู้อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของจังหวัดตราด พบว่า

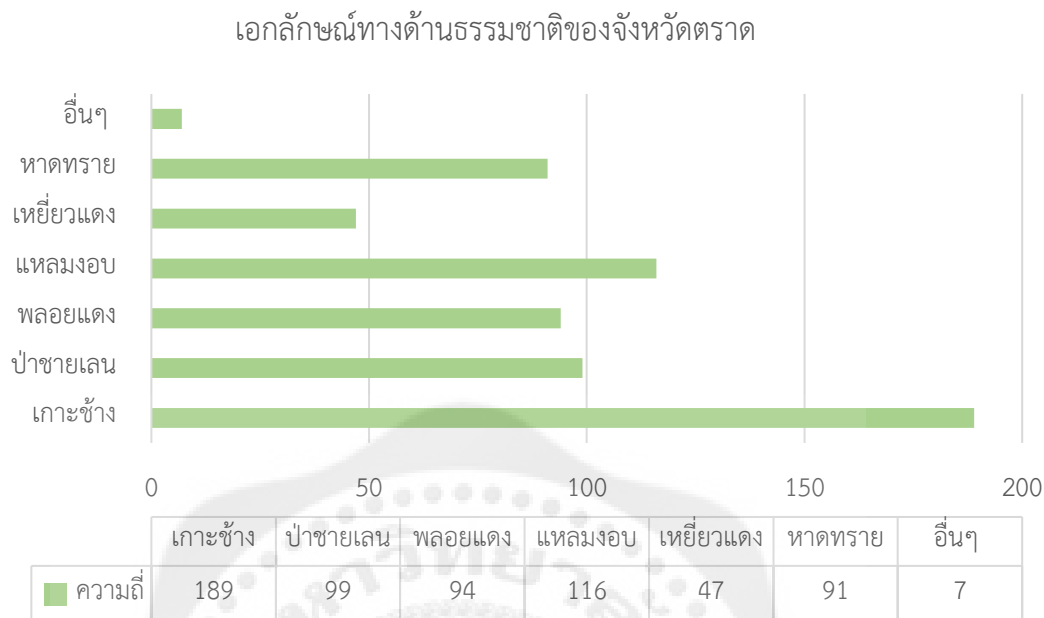
2.3.1 บริบททางด้านธรรมชาติ

ตาราง 4-10 การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านธรรมชาติ

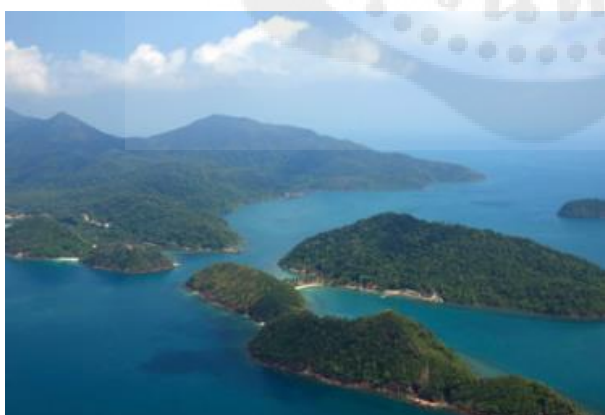
อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้าน ธรรมชาติ	ความถี่	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร	200	4.29	2
เป็นเมืองสะอาด บริสุทธิ์ (Green City)	200	4.10	3
เป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก	200	4.41	1
	เฉลี่ยรวม	4.26	

จากตาราง 4-10 การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านธรรมชาติ จากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านธรรมชาติที่มีการรับรู้สูงสุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 4.41 ซึ่งการรับรู้อยู่ในระดับรับรู้มาก

กราฟ 4-1 ค่าคะแนนการประเมินเอกลักษณ์ทางด้านธรรมชาติของจังหวัดตราด



การคัดเลือกจังหวัดตราดในบริบททางด้านธรรมชาติ พบว่า เอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด 3 อันดับ คือ ภูเขาช้าง มีคะแนนการคัดเลือก 189 คะแนน แหลมมงอบ มีคะแนนการคัดเลือก 116 คะแนน และป่าชายเลน มีคะแนนการคัดเลือก 99 คะแนน



ภูเขาช้าง

เป็นเกาะหนึ่งในอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง ที่มีเกาะเล็ก เกาะน้อยรวมกันกว่า 40 เกาะ มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายหลายแห่ง มีน้ำตกที่ขึ้นชื่อ และมีหาดทรายที่สวยงาม อีกทั้งยังมีประวัติศาสตร์และการตามรอยเสด็จประพาสของ ร.5 ที่เสด็จมาที่นี่ถึง 12 ครั้ง รวมทั้งความสมบูรณ์ของป่าชายเลน และเสน่ห์ของวิถีชีวิตแบบชาวเกาะ

ภาพประกอบ 4-3 ทิวทัศน์อุทยานหมู่เกาะช้าง (kohchang.guru, 2019)



แหลมงอบ

ส่วนปลายสุดของแผ่นดินประเทศไทยฝั่งตะวันออก โดยจุดเด่นของบริเวณนี้ คือ ประภาคารแหลมงอบที่ตั้งเด่นเป็นสง่า เป็นจุดที่มีเรือให้เช่า รวมถึงเรือโดยสารไปตามเกาะต่าง ๆ ยามเย็นจะมีนักท่องเที่ยวมานั่งตกปลากัน นักท่องเที่ยวก็นิยมมาชมวิวยุ้ยกันที่นี่

ภาพประกอบ 4-4 ป้ายและประภาคารแหลมงอบ (วิมลสิน สันตจิต, 2564)



ป่าชายเลน

ป่าชายเลนในจังหวัดตราดถือเป็นสถานที่ยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยว และถือเป็นสิ่งที่แสดงความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศของพื้นที่จังหวัดตราด เป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำขนาดเล็ก เป็นแนวกำบังลมมรสุม และยังเป็นแหล่งอาหารของคนในพื้นที่อีกด้วย

ภาพประกอบ 4-5 เส้นทางเดินชมป่าชายเลน (ธนกฤต ใจสุตา, 2564)

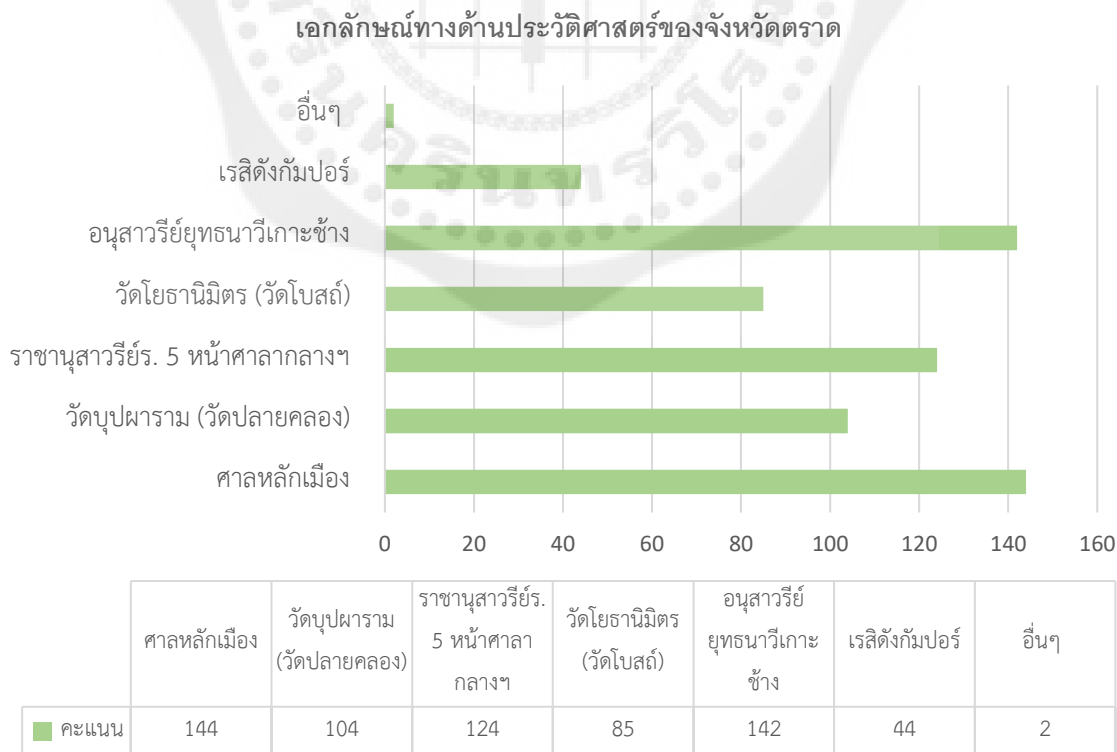
2.3.2 บริบททางด้านประวัติศาสตร์

ตาราง 4-11 การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านประวัติศาสตร์

อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านประวัติศาสตร์	ความถี่	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
เป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชาติที่สำคัญ	200	3.99	2
เป็นเมืองที่เต็มไปด้วยแหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุ	200	3.88	3
เป็นเมืองที่ปรากฏในเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ชาติ	200	4.07	1
เฉลี่ยรวม		3.98	

จากตาราง 4-11 การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านประวัติศาสตร์ จากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านประวัติศาสตร์ที่มีการรับรู้สูงสุด คือ เป็นเมืองที่ปรากฏในเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ชาติ มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 4.07 ซึ่งการรับรู้อยู่ในระดับรับรู้มาก

กราฟ 4-2 ค่าคะแนนการประเมินเอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดตราด



การคัดเลือกเอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดตราด พบว่า เอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด 3 อันดับ คือ อันดับ 1 ศาลหลักเมือง มีคะแนนการคัดเลือก 142 คะแนน อันดับ 2 อนุสาวรีย์ยุทธนาวีเกาะช้าง มีคะแนนการคัดเลือก 142 คะแนน และ อันดับ 3 ราชนาสุวารีย์ร. 5 หน้าศาลากลางฯ มีคะแนนการคัดเลือก 124 คะแนน



ศาลหลักเมือง

ศาลหลักเมืองตราด เป็นศูนย์รวมใจของชาวจังหวัดตราด สร้างในรูปแบบของสถาปัตยกรรมจีนจึงมีความแตกต่างจากศาลหลักเมืองจังหวัดอื่น ๆ ภายในนอกจากจะมีรูปเคารพของเทพเจ้าตามคติความเชื่อแบบจีนแล้ว ยังปรากฏหลักเมืองที่ตามตำนานกล่าวว่าในช่วงฝรั่งเศสเข้ามายึดครองได้มีการรื้อทำลายหลักเมืองถึงขนาดเอาช้างมาผูกตรอกขึ้นออกจากหลุมยังไม่สามารถทำได้

ภาพประกอบ 4-6 ศาลหลักเมืองจังหวัดตราด (ธนภฤต ใจสุตา, 2564)



อนุสาวรีย์ยุทธนาวีเกาะช้าง

เป็นที่ตั้งของอนุสาวรีย์กรมหลวงชุมพรเขตระอุตมศักดิ์ หันพระพักตร์ไปยังบริเวณยุทธนาวีเกาะช้าง และภายใต้อนุสาวรีย์ยังเป็นอาคารพิพิธภัณฑ์ที่ออกแบบคล้ายเรือรบ เพื่อให้รำลึกถึงประวัติศาสตร์การสู้รบของกองทัพเรือไทยกับกองกำลังเรือรบของฝรั่งเศส ในสงครามเอเชียบูรพา

ภาพประกอบ 4-7 อาคารและอนุสาวรีย์ยุทธนาวีเกาะช้าง (ธนภฤต ใจสุตา, 2564)



ราชานุสาวรีย์ร. 5 หน้าศาลากลางฯ

ประติมากรรมตั้งอยู่หน้าศาลากลางจังหวัดตราด เป็นที่เคารพสักการะของชาวตราด ชาวตราด จะมาราบไหว้เพื่อแสดงถึงความจงรักภักดี หรือมาขอพรจากเสด็จพ่อ ร.5

ภาพประกอบ 4-8 ราชานุสาวรีย์ร. 5 หน้าศาลากลางฯ (Trat News, 2019)

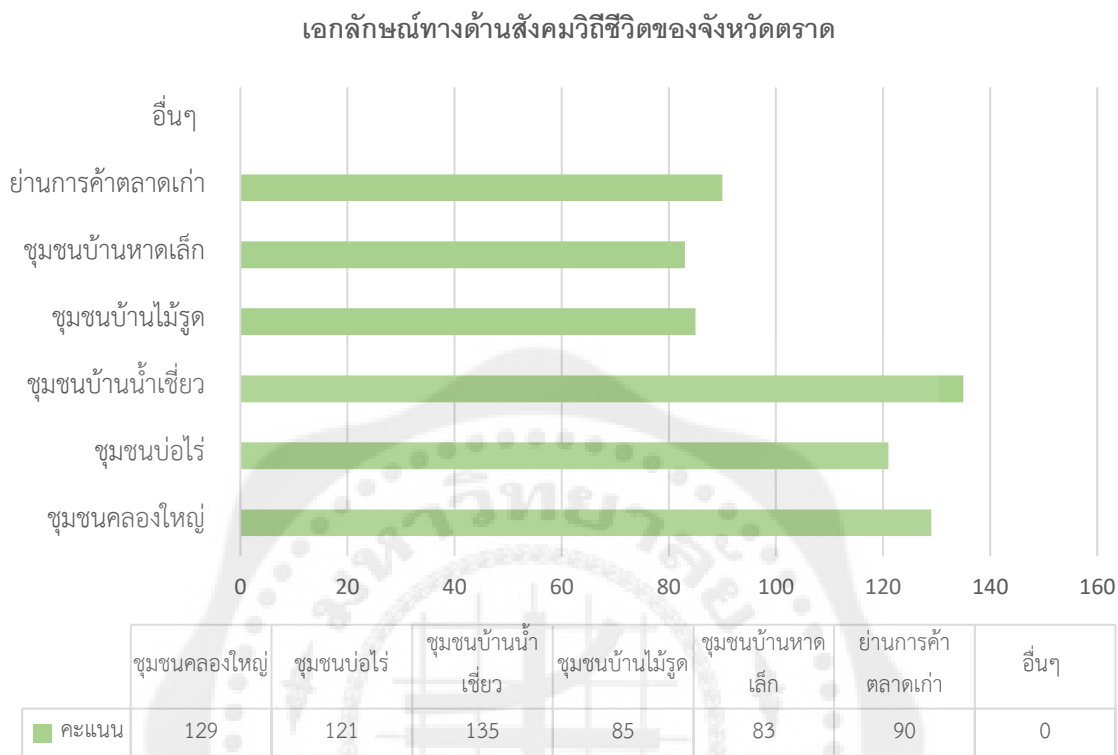
2.3.3 บริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต

ตาราง 4-12 การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต

อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต	ความถี่	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
เป็นเมืองเกษตร เพาะปลูก จับสัตว์น้ำ เศรษฐกิจพอเพียง	200	4.24	2
เป็นเมืองพุทธสังคม ผู้คนหลากหลายเชื้อชาติ เกื้อกูล หลอมรวมกัน	200	4.14	3
เป็นเมืองที่ดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่าย พึ่งพาตนเอง	200	4.29	1
	เฉลี่ยรวม	4.22	

จากตาราง 4-12 การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต จากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านสังคมวิถีชีวิตที่มีการรับรู้สูงสุด คือ เป็นเมืองที่ดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่าย พึ่งพาตนเอง มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 4.29 ซึ่งการรับรู้อยู่ในระดับรับรู้มาก

กราฟ 4-3 ค่าคะแนนการประเมินเอกลักษณ์ทางด้านสังคมวิถีชีวิตของจังหวัดตราด



การคัดเลือกเอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดตราด พบว่า เอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด 3 อันดับ คือ อันดับ 1 ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว มีคะแนนการคัดเลือก 135 คะแนน อันดับ 2 ชุมชนคลองใหญ่ มีคะแนนการคัดเลือก 129 คะแนน และ อันดับ 3 ชุมชนบ่อไร่ มีคะแนนการคัดเลือก 121 คะแนน



ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว

ชุมชน 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรม ริมหาดอ่าวคลองน้ำเชี่ยว ที่มีอายุ มากกว่า 300 ปี เป็นแหล่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนศาสนาพุทธและอิสลาม กับอีกหนึ่งวัฒนธรรมจีน มีความโดดเด่นในเรื่องเอกลักษณ์ชุมชนทั้งในด้านสถาปัตยกรรม วัฒนธรรม และอาหาร

ภาพประกอบ 4-9 สภาพชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว (ธนภฤต ใจสุตา, 2564)



ชุมชนคลองใหญ่

หมู่บ้านชาวประมงริมน้ำ แห่งอำเภอคลองใหญ่ อีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนที่น่าสนใจ ตลาดคลองใหญ่เป็นแหล่งอาหารทะเลสด และราคาถูก วิถีชีวิตของผู้คนคลุกคลีกับทะเล และการประมง

ภาพประกอบ 4-10 สภาพชุมชนคลองใหญ่ (Readme.me, 2562)



ชุมชนบ่อไร่

หมู่บ้านชายแดนใกล้กับกัมพูชา ประกอบด้วยผู้คนหลากหลายเชื้อชาติที่เข้ามาตั้งรกราก โดยเฉพาะชาวชอง และชาวกูหล่า เป็นชุมชนที่โดดเด่นในเรื่องของวัฒนธรรมแบบผสมผสาน มีภูมิปัญญาการทำเหมืองพลอย และภูมิปัญญาของชาวชองเป็นเอกลักษณ์

ภาพประกอบ 4-11 ป้ายต้อนรับเทศบาลตำบลบ่อพลอย บ่อไร่ (ธนภฤต ใจสุตา, 2561)

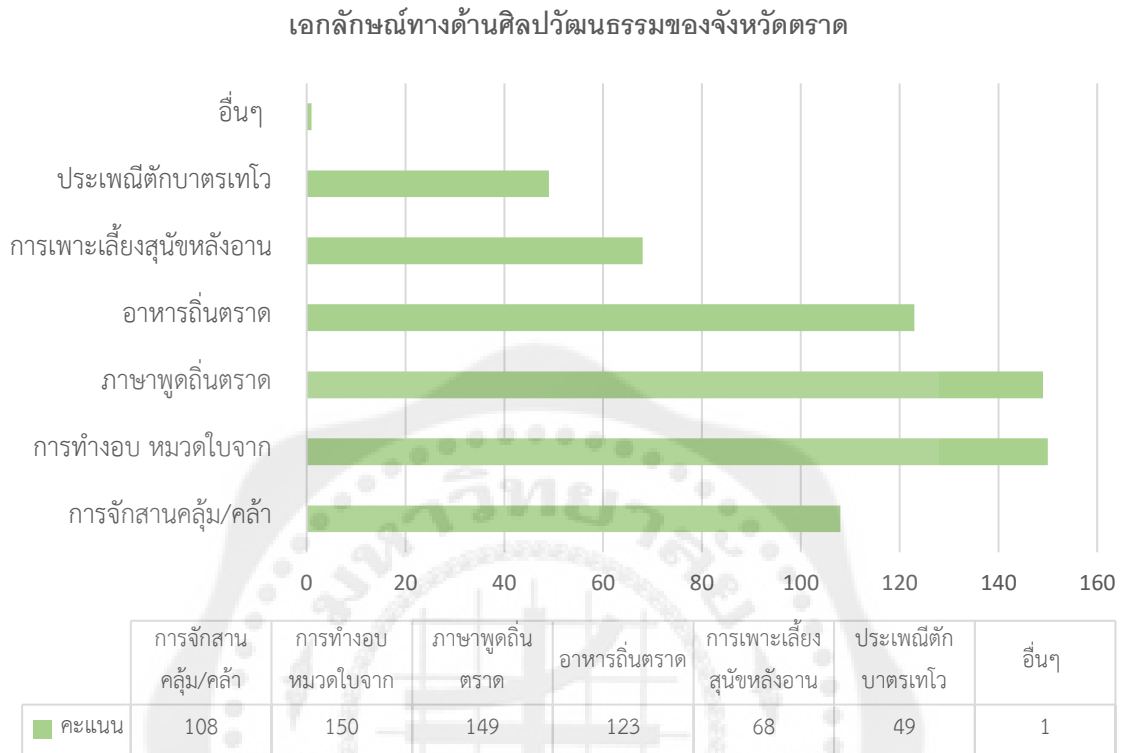
2.3.4 บริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม

ตาราง 4-13 การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม

อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม	ความถี่	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
เป็นเมืองหัตถกรรมและวัฒนธรรมผสมผสาน	200	4.08	3
เป็นเมืองที่มีหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์สะท้อนวิถีชีวิตและภูมิปัญญา	200	4.14	2
เป็นเมืองผสมผสานหลายวัฒนธรรมและหัตถกรรมที่อิงวิถีชีวิต	200	4.29	1
	เฉลี่ยรวม		

จากตาราง 4-13 การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม จากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรมที่มีการรับรู้สูงสุด คือ เป็นเมืองผสมผสานหลายวัฒนธรรมและหัตถกรรมที่อิงวิถีชีวิต มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ที่ 4.29 ซึ่งการรับรู้อยู่ในระดับรับรู้มาก

กราฟ 4-4 ค่าคะแนนการประเมินเอกลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดตราด



การคัดเลือกเอกลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดตราด พบว่า อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด 3 อันดับ คือ การทำอบ หมวกใบจาก มีคะแนนการคัดเลือก 150 คะแนน ภาษาพูดถิ่นตราด มีคะแนนการคัดเลือก 149 คะแนน และอาหารถิ่นตราด มีคะแนนการคัดเลือก 123 คะแนน



การทำอบ หมวกใบจาก

เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์อันเกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษชาวตราด ทำจากไม้ไผ่และใบจาก ในอดีตถือเป็นของใช้ที่สำคัญของชาวตราด ใช้สำหรับบังแดดบังฝน ปัจจุบันถูกนำเสนอในรูปแบบของงานศิลปะ ของที่ระลึก สำหรับเป็นของฝาก ของตกแต่งมากกว่าจะนำไปใช้แฉกเช่นอดีต

ภาพประกอบ 4-12 ร้านขายอบและผลิตภัณฑ์จักสาน (วิมลสิน สันตจิต, 2564)



ภาษาพูดถิ่นตราด

ภาษาถิ่นเป็นเสน่ห์ของคนพูด แสดงถึงความเป็นพวกเดียวกัน เป็นเครื่องแสดงถึงรากเหง้าภาษาถิ่น ภาคตะวันออกมีสำเนียงคล้าย ๆ กัน และมีคำว่า “อี” ภาษาตราดมีสำเนียงพูดแตกต่างกันไปตามลักษณะของหมู่บ้าน มีความแตกต่างกันในเรื่องของเสียงวรรณยุกต์ สำเนียงการพูดของแต่ละหมู่บ้าน โดยมากเป็นการพูดไม่ค่อยปรากฏการเขียน

ภาพประกอบ 4-13 ภาษาถิ่นตราด (Tratonline, 2021)



อาหารถิ่นตราด

จังหวัดตราดจึงอุดมสมบูรณ์ไปด้วยอาหารนานาชาติจากทะเล แม่น้ำ และการเกษตรกรรม ประกอบกับมีผู้คนหลายเชื้อชาติมาอาศัย อาหารตราดทั้งควา หวาน จึงมีความเป็นเอกลักษณ์ และเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว

ภาพประกอบ 4-14 อาหารพื้นถิ่นตราด (ธนภุต ใจสุตา, 2564)

สรุปได้ว่า จากการศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดตราด ในภาพรวม ภาพลักษณ์ของจังหวัดตราด ถูกมองว่า จังหวัดตราดเป็นจังหวัดที่เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ อาหารการกิน การที่มีแหล่งธรรมชาติ อันอุดมสมบูรณ์จึงส่งผลให้จังหวัดตราดเป็นเมืองชายทะเล อุดมสมบูรณ์ด้วยธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยว และเป็นเมืองสีเขียว (Green city) อากาศบริสุทธิ์ ใกล้เคียงธรรมชาติ ซึ่งจากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการ จัดกลุ่ม และแบ่งอัตลักษณ์ของจังหวัดตราดในบริบทต่าง ๆ ได้ 4 ด้าน คือ

บริบทด้านธรรมชาติ เมืองตราดถูกมองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก เกาะช้างเป็น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เวลาพูดถึงจังหวัดตราดก็มักจะมีภาพของเกาะช้าง หรือชื่อของ เกาะช้างปรากฏอยู่เสมอ

บริบทด้านประวัติศาสตร์ เมืองตราดถูกมองว่าเป็นเมืองที่ปรากฏในเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ชาติ โดยเหตุการณ์ที่สำคัญที่เกิดขึ้นมี 3 เหตุการณ์ด้วยกัน คือ เหตุการณ์พระเจ้าตากสินรวบรวมไพร่พลเพื่อกอบกู้ ประเทศจากพม่า เหตุการณ์รศ. 112 และเหตุการณ์การสู้รบทางเรือในสงครามเอเซียบูรพา ศาลหลักเมืองเป็นจุด ศูนย์รวมใจของคนตราดมาอย่างยาวนาน

บริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต เมืองตราดถูกมองว่าเป็นเมืองที่ดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่าย พึ่งพาตนเอง ผู้คนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรมและประมง ทำสวนผลไม้และจับสัตว์น้ำ อาศัยเกื้อกูลกันในชุมชนไม่แบ่งแยก เชื้อชาติ ศาสนา บ้านน้ำเขียวเป็นตัวอย่างชุมชนที่โดดเด่นของการผสมผสานวัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตตามวิถี ของคนตราดได้อย่างดี

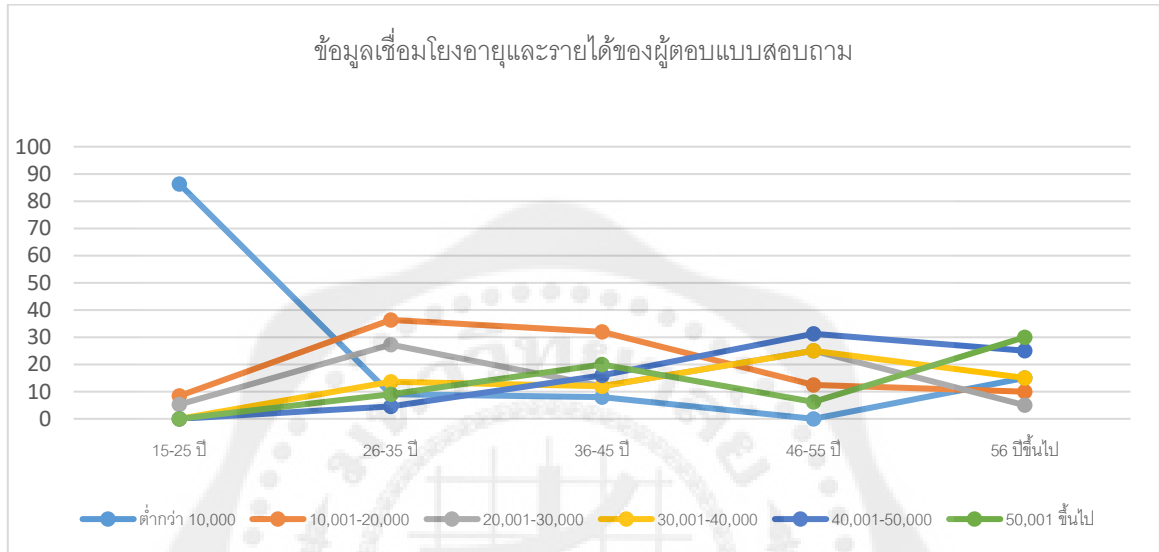
บริบทด้านศิลปวัฒนธรรม เมืองตราด ถูกมองเป็นเมืองผสมผสานหลายวัฒนธรรมและหัตถกรรม ที่อิงวิถีชีวิต แม้ว่าวัฒนธรรมประเพณีจะไม่โดดเด่นชัดเจนมากนัก แต่ก็มียานหัตถกรรมที่เป็นที่รู้จักและขึ้นชื่อของ เมืองตราด ก็คือ การทำงอบ หมวกใบจากซึ่งเป็นหัตถกรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตของคนตราดที่ตากแดดตากฝนในการทำเกษตรและประมงอยู่ตลอดเวลา

ซึ่งในแต่ละบริบทก็มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่แสดงออกถึงความเป็นตราดที่สามารถนำไปสู่การออกแบบ เครื่องประดับที่แสดงอัตลักษณ์จังหวัดตราดได้

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชื่อมโยง

2.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชื่อมโยงด้านอายุและรายได้

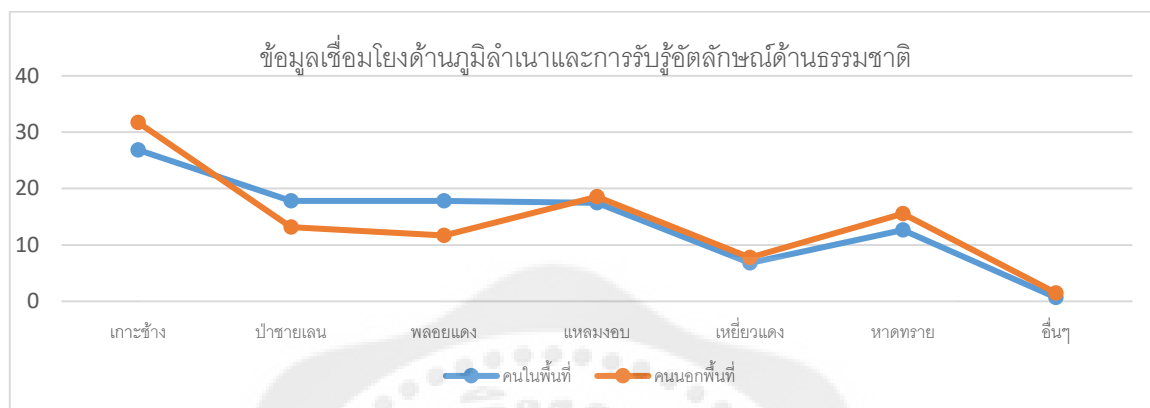
กราฟ 4-5 ข้อมูลเชื่อมโยงอายุและรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม



จากกราฟ 4-5 ข้อมูลเชื่อมโยงอายุและรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า อายุและรายได้มีความสัมพันธ์ กล่าวคือ อายุที่เพิ่มมากขึ้นจะมีรายได้ที่มากขึ้นตามลำดับ โดยช่วงอายุระหว่าง 46-55 ปี และช่วงอายุตั้งแต่ 56 ปีขึ้นไปเป็นช่วงอายุที่มีรายได้สูง เป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อค่อนข้างมาก และสามารถซื้อหาของที่มีราคาและมูลค่าได้ โดยกลุ่มคนนี้มีการใช้ชีวิตอย่างสุขสบาย เน้นความสมดุลระหว่างชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน (Work-Life Balance) มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวรับกับวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลง พร้อมเปิดรับเทคโนโลยีที่ทันสมัย นิยมซื้อเครื่องประดับที่ “สะท้อนความเป็นตัวตน แลดูทันสมัย เสริมบุคลิกภาพ” นิยมการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ และนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดียจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลกับคนกลุ่มนี้ และที่สำคัญมีต้นทุนไม่สูงเหมือนกับการใช้สื่อโทรทัศน์ นิตยสาร และการวางจำหน่ายตามเคาน์เตอร์และ/หรือร้านค้าปลีก (GIT Information Center, 2015)

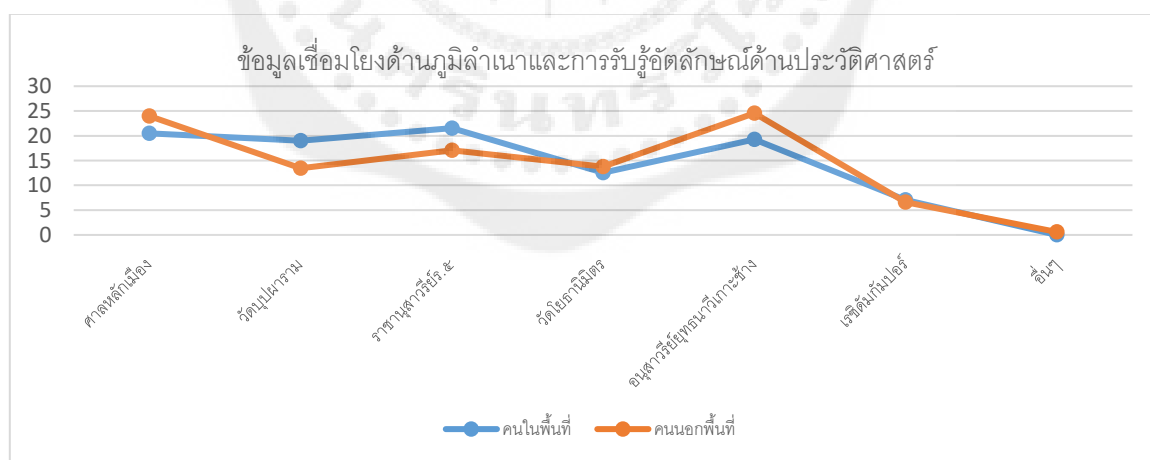
2.4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิลำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านต่าง ๆ

กราฟ 4-6 ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิลำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านธรรมชาติ



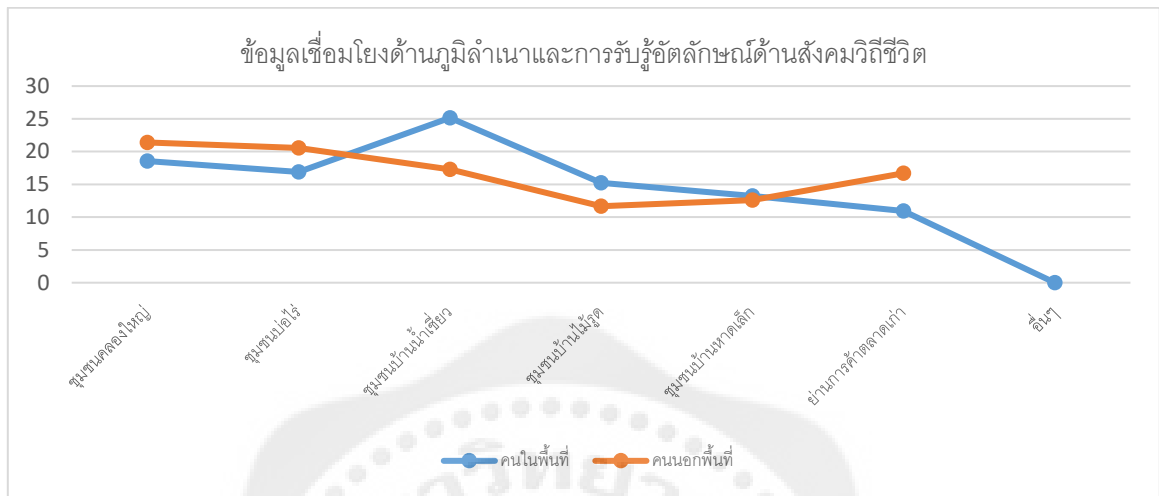
จากกราฟ 4-6 ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิลำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านธรรมชาติ พบว่า คนที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่ และคนที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่รับรู้อัตลักษณ์ด้านธรรมชาติคล้ายคลึงกัน โดย เกาะช้าง ถือเป็นอัตลักษณ์ด้านธรรมชาติของจังหวัดตราดที่มีผู้คนรับรู้มากที่สุด

กราฟ 4-7 ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิลำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์



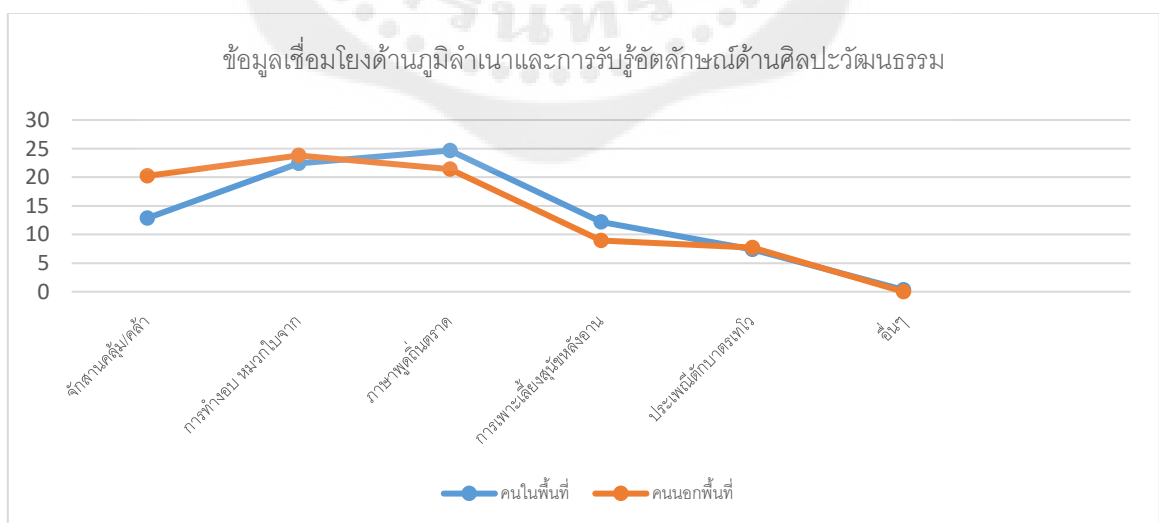
จากกราฟ 4-7 ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิลำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ พบว่า คนที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่ และคนที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่รับรู้อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์คล้ายคลึงกัน โดย อนุสาวรีย์ยุทธนาวิเกาะช้าง ถือเป็นอัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดตราดที่มีผู้คนรับรู้มากที่สุด

กราฟ 4-8 ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิสำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านสังคมวิถีชีวิต



จากกราฟ 4-8 ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิสำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านสังคมวิถีชีวิต พบว่า คนที่มีภูมิสำเนาในพื้นที่ และคนที่มีภูมิสำเนาในพื้นที่รับรู้อัตลักษณ์ด้านสังคมวิถีชีวิตแตกต่างกัน โดย คนที่มีภูมิสำเนาในพื้นที่ ให้ชุมชนคลองใหญ่ ถือเป็นอัตลักษณ์ด้านสังคมและวิถีชีวิตของจังหวัดตราด ส่วนคนนอกพื้นที่ ให้ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ถือเป็นอัตลักษณ์ด้านสังคมวิถีชีวิตของจังหวัดตราด

กราฟ 4-9 ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิสำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม



จากกราฟ 4-9 ข้อมูลเชื่อมโยงด้านภูมิสำเนาและการรับรู้อัตลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่า คนที่มีภูมิสำเนาในพื้นที่ และคนที่มีภูมิสำเนาในพื้นที่รับรู้อัตลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน โดย การทำงานอบหมวกใบจาก ถือเป็นอัตลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดตราดที่มีผู้คนรับรู้มากที่สุด

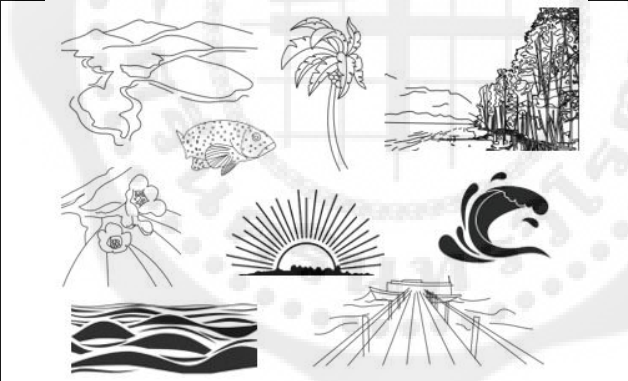

จากการวิเคราะห์เชื่อมโยงจะเห็นได้ว่า การรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดของคนในพื้นที่และนอกพื้นที่มีการรับรู้คล้ายคลึงกัน ส่งผลต่อการออกแบบเครื่องประดับ ทำให้ง่ายต่อการสื่อสารให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ง่ายขึ้น ทั้งจากคนในพื้นที่และคนนอกพื้นที่

2.4 การประเมินลวดลายและสีถิ่นเอกลักษณ์ตราด

ก่อนการออกแบบผู้วิจัยทำการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทต่าง ๆ ออกเป็นภาพตัวแทน และสีตัวแทน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบโดยทำการประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเครื่องประดับจำนวน 5 ท่าน ได้ผลดังนี้

1) อัตลักษณ์ตราดบริบทด้านธรรมชาติ

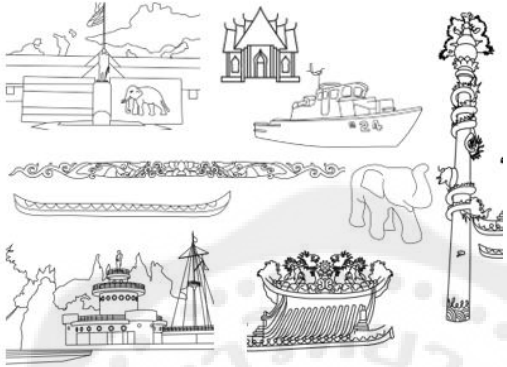

ตาราง 4-14 ผลการประเมินการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านธรรมชาติ

ภาพตัวแทน	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD
	3.40	0.55
สีตัวแทน		
	3.60	0.55

ผลการประเมินการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านธรรมชาติ พบว่า ภาพตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง มีคะแนนการประเมินเฉลี่ย 3.40 ส่วน สีตัวแทน ตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีคะแนนการประเมินเฉลี่ย 3.60

2) อັตลัษณ์ตราดบรืบทด้านประวัติศาสตร์

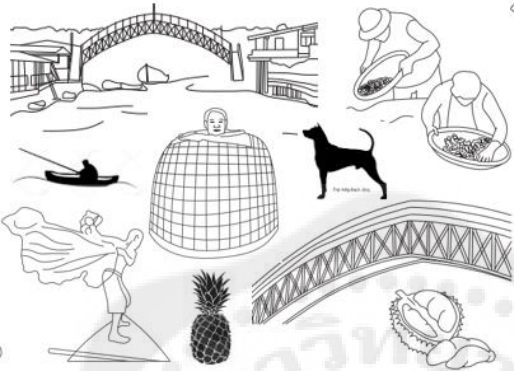

ตาราง 4-15 ผลการประเมินการถอดอັตลัษณ์ตราดในบรืบทด้านประวัติศาสตร์

ภาพตัวแทน	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD
	4.00	0.71
สีตัวแทน		
	4.00	0.71

ผลการประเมินการถอดอັตลัษณ์ตราดในบรืบทด้านประวัติศาสตร์ พบว่า ภาพตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีคะแนนการประเมินเฉลี่ย 4.00 ส่วน สีตัวแทน ตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีคะแนนการประเมินเฉลี่ย 4.00

3) อัตลักษณ์ตราดบริบทด้านสังคมวิถีชีวิต



ตาราง 4-16 ผลการประเมินการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านสังคมวิถีชีวิต

ภาพตัวแทน	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD
	4.20	0.45
สีตัวแทน		
	4.20	0.45

ผลการประเมินการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านสังคมวิถีชีวิต พบว่า ภาพตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีคะแนนการประเมินเฉลี่ย 4.20 ส่วน สีตัวแทน ตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีคะแนนการประเมินเฉลี่ย 4.20

4) อັตลัษณ์ตราดบรืบทด้านศึลปะว้ฒนธรรม

ตาราง 4-17 ผลการประเมินการถอดอັตลัษณ์ตราดในบรืบทด้านศึลปะว้ฒนธรรม

ภาพตัวแทน	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD
	4.20	0.45
สีตัวแทน		
	4.20	0.45

ผลการประเมินการถอดอັตลัษณ์ตราดในบรืบทด้านศึลปะว้ฒนธรรม พบว่า ภาพตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับ ฟังพอใจมาก มีคะแนนการประเมินเฉลี่ย 4.20 ส่วน สีตัวแทน ตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับฟังพอใจมาก มีคะแนนการประเมินเฉลี่ย 4.20

ตาราง 4-18 ผลการประเมินภาพรวมการถอดอັตลัษณ์ตราดในบรืบทต่าง ๆ เพื่อการออกแบบ

การถอดอັตลัษณ์ตราดเพื่อการออกแบบ	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD
ภาพตัวแทน	3.95	0.60
สีตัวแทน	4.00	0.65

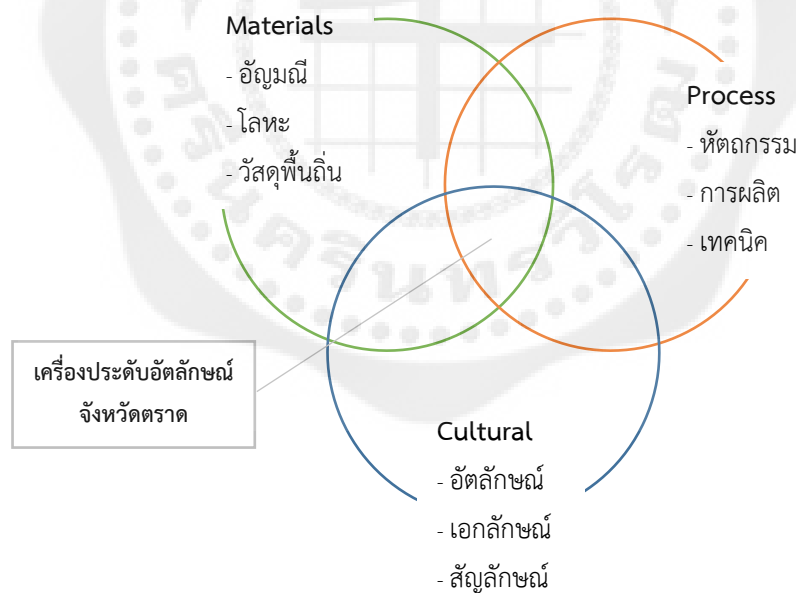
ในภาพรวมการถอดอັตลัษณ์ตราดในบรืบทต่าง ๆ เพื่อการออกแบบ พบว่า ภาพตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับ ฟังพอใจมาก มีคะแนนการประเมินเฉลี่ย 3.95 ส่วน สีตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับฟังพอใจมาก มีคะแนนการประเมินเฉลี่ย 4.00

3. การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับ

3.1 แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด

เครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราดใช้แนวคิดการออกแบบสร้างสรรค์เป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราด อันประกอบไปด้วย

- 1) การสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้วัสดุ : ใช้ภูมิปัญญาที่มีชื่อเสียงของจังหวัดตราด คือ ทับทิม ควบคู่ไปกับภูมิปัญญาที่คุ้นพบอื่น ๆ เช่น โกลเมน เพทาย เขียวส่อง หรือนำวัสดุทางเลือกอื่น ๆ มาประยุกต์ร่วมกัน เช่น ไม้ หนัง งานจักสาน เป็นต้น
- 2) การสร้างสรรค์ที่เกิดจากเทคนิคการผลิต : การนำเอากระบวนการหัตถกรรม การผลิตขึ้นรูป หรือผลของกระบวนการหัตถกรรมมานำเสนอ รวมไปถึงเทคนิคในการผลิตชิ้นงานต่าง ๆ เช่น การลงยา การพับ การฉลุ การต่อประกอบ เป็นต้น
- 3) การสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรม : การนำเอาสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ มาบอกเล่าเรื่องราวผ่านชิ้นงาน ซึ่งก็คือ เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ตราด นำมาเป็นแรงบันดาลใจ ในการสร้างสรรค์ผลงาน ให้เกิดคุณค่าและมูลค่า



ภาพประกอบ 4-15 แนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด

โดยการออกแบบสร้างสรรค์มีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไข (Design Criteria) ของการออกแบบควบคู่ไป โดยข้อตกลงหรือเงื่อนไขในการออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราด นั้นมีดังนี้

- 1) การออกแบบจะต้องแสดงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด โดยการผสมผสานเอกลักษณ์ในแต่ละบริบทของจังหวัดตราดเข้าไว้ด้วยกัน โดยแสดงออกในลักษณะสร้างสรรค์
- 2) การออกแบบจะต้องมีความทันสมัย สอดคล้องกับกระแสการออกแบบ (Trends) โดยออกแบบเป็นเครื่องประดับที่มีลักษณะร่วมสมัย
- 3) เครื่องประดับจะต้องแสดงคำสำคัญ (Key words) ที่กำหนดได้อย่างชัดเจน
- 4) การออกแบบจะต้องสอดคล้องกับการผลิตเชิงพาณิชย์ และมีรูปแบบที่ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค
- 5) เครื่องประดับจะต้องมีคุณค่าควบคู่ไปกับมูลค่า สร้างความโดดเด่นให้แก่ผู้สวมใส่

3.2 คำสำคัญในการออกแบบ

1. Traveler (การท่องเที่ยว)

- การแสวงหาเอกลักษณ์ที่แสดงลักษณะเฉพาะอันมีผลต่อรูปแบบของงาน ใช้สัญลักษณ์ เอกลักษณ์ต่าง ๆ เป็นแรงบันดาลใจ
- การสนุกสนานกับการเลือกใช้วัสดุที่หลากหลาย หรือวัสดุที่แสดงความจำเพาะของพื้นที่ เช่น อัญมณีที่ปรากฏในพื้นที่ วัสดุต่าง ๆ ทั้งจากธรรมชาติและที่มนุษย์ประดิษฐ์ รวมถึงการเลียนแบบกรรมวิธีการผลิต

2. Blend (การผสมผสาน)

- การออกแบบในเชิงร่วมสมัย ผสมผสานความดั้งเดิมและความใหม่เข้าด้วยกัน เกิดเป็นมุมมองใหม่ รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่สะท้อนเอกลักษณ์
- การไม่ยึดติดกับสิ่งต่าง ๆ ไหล่ลื่นและเปลี่ยนแปลงได้ ใช้การผสมผสานไม่ว่าจะเป็นสีสน วัสดุต่าง ๆ ตลอดจนการผสมผ่านรูปทรงและสัญลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ให้เกิดความเป็นเอกภาพ

3. Memories (ความทรงจำ)

- ภาพสะท้อนความทรงจำ อันมีผลต่อการรับรู้ เสมือนการทบทวนประสบการณ์ ผ่านประสาทสัมผัสต่าง ๆ
- มีความพิเศษสะท้อนตัวตนของผู้สวมใส่ ในฐานะเครื่องมือในการเข้าถึงคน และการแชร์ประสบการณ์

4. Modernity (ความทันสมัย)

- การดำเนินชีวิตของคนในสังคมปัจจุบัน ที่สอดคล้องกับกระแสและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป รูปแบบและโครงสร้างที่สามารถนำมาใช้ในยุคปัจจุบันได้
- รูปแบบเครื่องประดับที่ทันสมัย สามารถผลิตในเชิงพาณิชย์ได้

3.2 แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด

การออกแบบมีการกำหนดแผนผังความคิด (My Mapping) เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมโยงในงานออกแบบ โดย สรุปลงเป็นผังความคิดได้ดังนี้



ภาพประกอบ 4-16 แผนผังความคิด (My Mapping)

ผู้วิจัยทำการระบุแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด ใช้รูปแบบการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ โดยการผสมผสานอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกันใน 1 ชิ้นงาน ซึ่งจะสะท้อนอัตลักษณ์ตราดในภาพรวมให้ได้มากที่สุด โดยยังคงมีความสอดคล้องกับกระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 (Jewelry Trend Design 2022) แนวทางที่ 4 Soulful Crust : The raw Eco Influence เป็นการออกแบบที่สดใสใช้วัสดุที่ไม่คาดคิดให้กลายมาเป็นเครื่องประดับเกิดขึ้นโดยการเปิดรับต่อความเป็นไปได้ของวัสดุและงานฝีมือ ความงามแบบธรรมชาติในโลกร่วมสมัยได้มีความหมายใหม่ โดยวัสดุที่ต้องการนำเสนอคือ ไม้กฤษณาและพลอยแดงตราด

ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดอัตลักษณ์ที่จะนำมาออกแบบประกอบด้วย ความสวยงามของท้องทะเลตราด พลอยแดงบ่อไร่ ไม้กฤษณา งานจักสานงามอบ และอื่น ๆ โดยทำการร่างแบบและพัฒนาเป็นชุดแบบร่างจำนวน 3 ชุด



ภาพประกอบ 4-17 กระดานบันดาลใจ (Mood Board) เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด

การออกแบบผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการออกแบบในลักษณะของการออกแบบตามเงื่อนไข (Design Criteria) นอกจากนั้นก็ได้กำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์และผู้บริโภค ข้อกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การเลือกกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มตลาดเครื่องประดับ

Demographic

ผู้หญิง กลุ่มอายุระหว่าง 46-55 ปี
เครื่องประดับกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง

อาศัยในเขตเมือง หรือย่านธุรกิจ พื้นที่เจริญ

Psychographic

หัวสมัยใหม่ เข้าใจธรรมชาติ เปิดรับสิ่งใหม่
ให้คุณค่ากับงานออกแบบ มีเอกลักษณ์
มีเรื่องราว

มีรสนิยม ทันสมัย เป็นตัวของตัวเอง

2) ข้อกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์

ชุดเครื่องประดับ

วัสดุ

ราคา

สร้อยและต่างหู

พลอยบ่อไร่, โลหะเงิน, วัสดุทดแทน

ไม่เกิน 60,000 บาท/ชุด

3) การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาประเภทของเครื่องประดับ พบว่า เครื่องประดับแบ่งออกเป็น 5 ประเภท คือ เครื่องประดับประเพณีไทย (Traditional Thai Jewelry) เครื่องประดับร่วมสมัย (Contemporary Jewelry) เครื่องประดับแท้ (Fine Jewelry) เครื่องประดับแฟชั่น (Fashion Jewelry) และเครื่องประดับเชิงศิลปะ (Art Jewelry) ในการนี้เราจะไม่นับรวมเครื่องประดับเชิงศิลปะ (Art Jewelry) เนื่องจากไม่ได้ตอบสนองกับการผลิตเชิงพาณิชย์ โดยจะวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเพียงแค่ 4 ประเภทแทน ผู้วิจัยได้วางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราด ไว้ในตำแหน่งของเครื่องประดับร่วมสมัยและเครื่องประดับแท้ ดังภาพที่ 4-18



ภาพที่ 4-18 การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราด

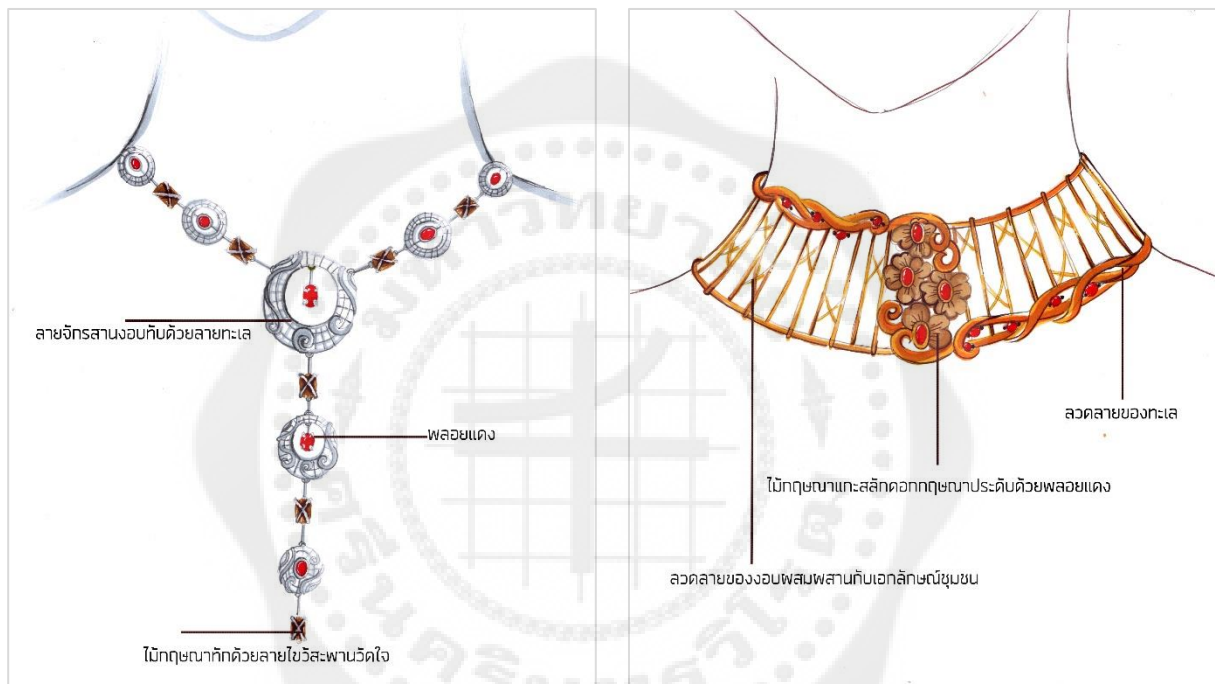
3) แนวทางการตลาด

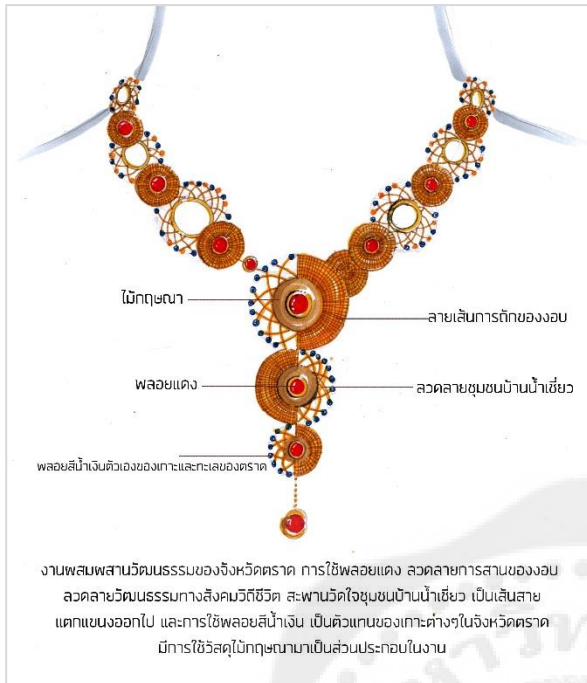
เครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราด ทางที่มิวิจัยได้วางแนวทางการตลาดเครื่องประดับไว้สำหรับกลุ่มตลาดผู้บริโภคแบบเจาะจง (Niche Market) MARKETING OOPS! (2016) กล่าวว่า กลุ่ม Niche Market นั้นเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการอย่างเฉพาะเจาะจงที่เหมือนกันอย่างมากและมีความแตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคโดยทั่วไป ในเมื่อก่อนนั้นตลาด Niche Market ทำได้ยากด้วยข้อจำกัดของการสื่อสาร แต่ปัจจุบันการตลาดกับกลุ่ม Niche Market นั้นสามารถทำได้ง่ายอย่างมาก และข้อดีคือความสามารถเจอกลุ่ม Niche Market ได้จากทุกที่ในโลกนี้ ทำให้กลุ่ม Niche Market ที่ไม่มีพลังกับกลายมาเป็นกลุ่มที่มีพลังได้อย่างมากในยุคนี้ เพราะกลุ่ม Niche Market นั้นมีความต้องการที่เฉพาะอย่างมาก และพร้อมใช้จ่ายอย่างมากกับบริการหรือสินค้าที่

ตอบสนองความต้องการกลุ่มนี้ได้ โดยเลือกกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบในสินค้าที่มีเอกลักษณ์ สินค้าแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างเด่นชัด โดยเลือกกลุ่มของผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง เน้นไปที่กลุ่มผู้หญิงหัวสมัยใหม่ เข้าใจธรรมชาติ เปิดรับสิ่งใหม่ ให้คุณค่ากับงานออกแบบ มีเอกลักษณ์ มีเรื่องราว มีรสนิยม ทันสมัย เป็นตัวของตัวเอง

3.3 แบบร่าง (Sketch Design)

จากศึกษาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ธรรมชาติ นำไปสู่การร่างแบบและพัฒนาแบบร่าง

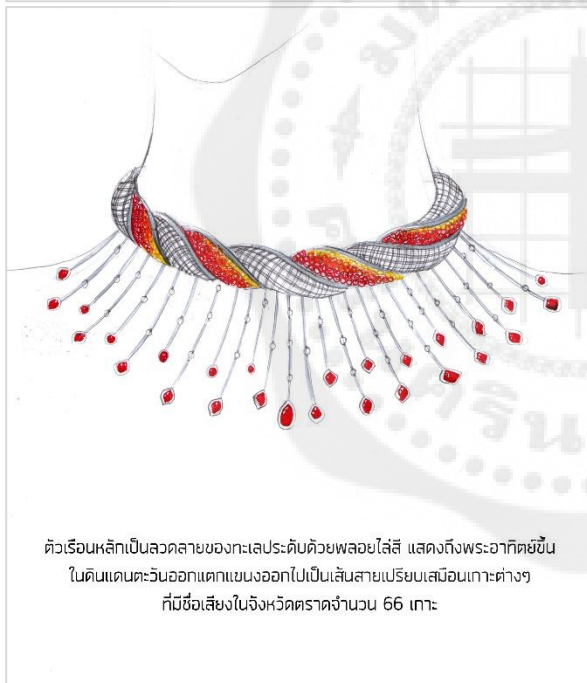




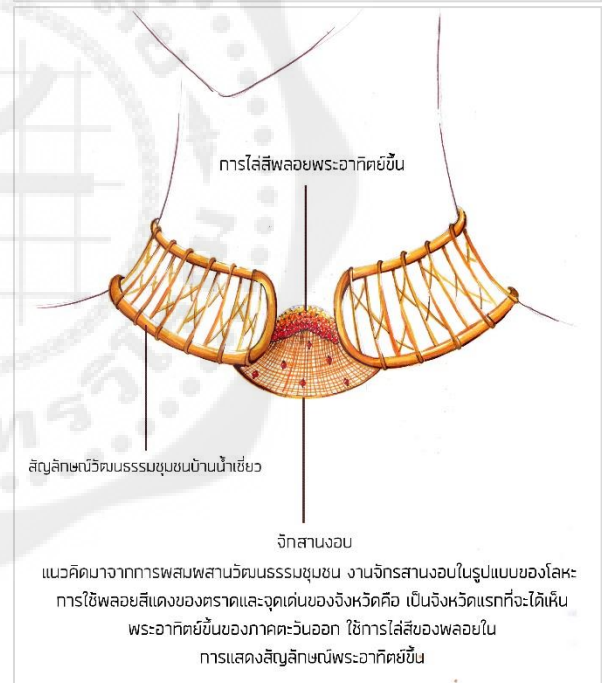
งานผสมผสานวัฒนธรรมของจังหวัดตราด การใช้พลอยแดง ลวดลายการสานของงอบ ลวดลายวัฒนธรรมทางสังคมวิถีชีวิต สะพานวัดใจชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว เป็นเส้นสาย แดกแขนงออกไป และการใช้พลอยสีน้ำเงิน เป็นตัวแทนของเกาะต่างๆในจังหวัดตราด มีการใช้วัสดุไม้ฤๅษณาเป็นส่วนประกอบในงาน



แนวคิดได้จากจุดเด่นของจังหวัดตราด คือ ทะเล การใช้ลวดลายที่พริ้วไหว ประดับด้วยพลอยสี ขาว ฟ้า น้ำเงินไล่สีเปรียบเสมือนน้ำทะเล ส่วนตรงกลางประดับด้วยอัญมณีแดงตราด แสดงถึงพระอาทิตย์ขึ้นเหนือน้ำทะเลในจังหวัดพังงาตะวันออก



ตัวเรือนหลักเป็นลวดลายของทะเลประดับด้วยพลอยไล่สี แสดงถึงพระอาทิตย์ขึ้น ในดินแดนตะวันออกแดกแขนงออกไปเป็นเส้นสายเปรียบเสมือนเกาะต่างๆ ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดตราดจำนวน 66 เกาะ

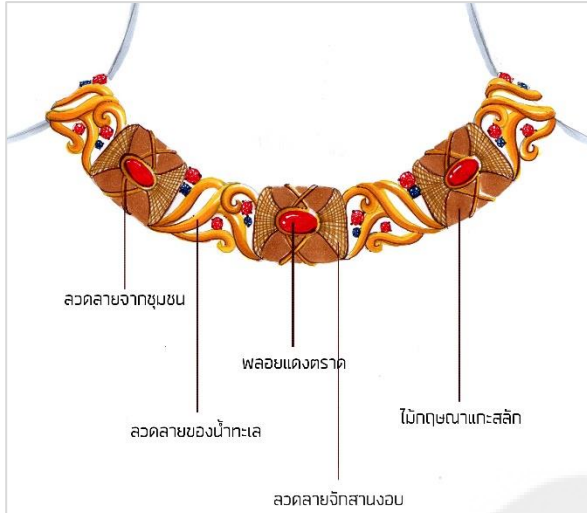


การไล่สีพลอยพระอาทิตย์ขึ้น

สัญลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว

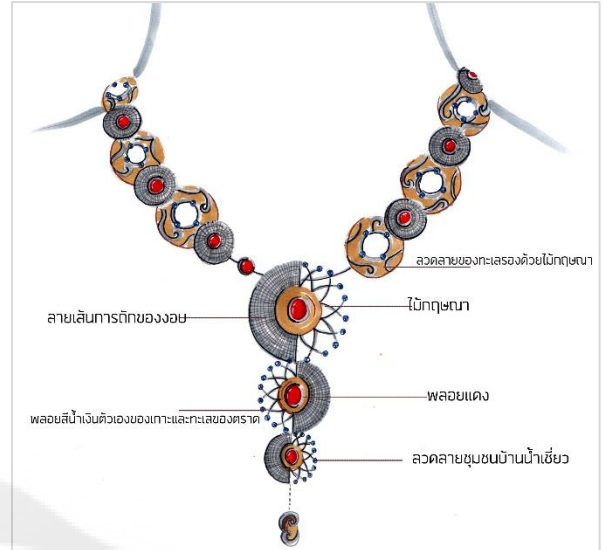
จิกสานงอบ

แนวคิดมาจากการผสมผสานวัฒนธรรมชุมชน งานจักสานงอบในรูปแบบของโลหะ การใช้พลอยสีแดงของตราดและจุดเด่นของจังหวัดคือ เป็นจังหวัดแรกที่จะได้เห็นพระอาทิตย์ขึ้นของภาคตะวันออก ใช้การไล่สีของพลอยในการแสดงสัญลักษณ์พระอาทิตย์ขึ้น



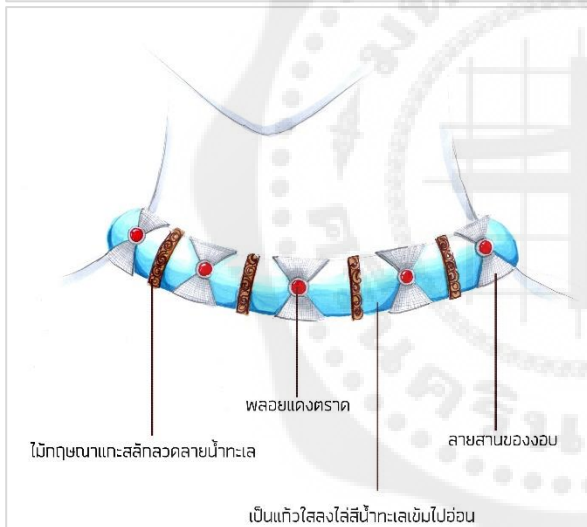
ลวดลายจากชุมชน
ลวดลายของน้ำทะเล
ไม้กฤษณาแกะสลัก
ลวดลายจิกสานงอบ
พลอยแดงตราด

ได้แนวคิดการนำเอาสิ่งที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดตราดมาใช้ในการออกแบบ
วัฒนธรรมผสมผสานนำมาออกแบบให้ลวดลายของงานเครื่องประดับ
มีความผสมผสานเอกลักษณ์ต่างๆของตราดลงไป และการใช้วัสดุ
ท้องถิ่นของตราด พลอยแดง ไม้กฤษณา



ลวดลายของทะเลรองด้วยไม้กฤษณา
ไม้กฤษณา
พลอยแดง
ลวดลายชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว
ลายเส้นการถักของงอบ
พลอยสีน้ำเงินตัวเองของเกาะและทะเลของตราด

งานผสมผสานวัฒนธรรมของจังหวัดตราด การใช้พลอยแดง ลวดลายการสานของงอบ
ลวดลายวัฒนธรรมทางสังคมวิถีชีวิต สะพานวัดใจชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว เป็นเส้นสาย
แตกแขนงออกไป และการใช้พลอยสีน้ำเงิน เป็นตัวแทนของเกาะและทะเลต่างๆในจังหวัดตราด
มีการใช้วัสดุไม้กฤษณามาเป็นส่วนประกอบในงาน



ไม้กฤษณาแกะสลักลวดลายน้ำทะเล
พลอยแดงตราด
ลายสานของงอบ
เป็นแก้วใสลงใส่สีน้ำทะเลเข้มไปอ่อน

งานผสมผสานวัฒนธรรมของจังหวัดตราด ดึงจุดเด่นของตราดนั่นคือทะเล
พลอยแดง งอบ และไม้กฤษณามาผสมผสานในงานชุดนี้
มีความเป็นแฟชั่น ใช้วัสดุในการทำที่หลากหลาย

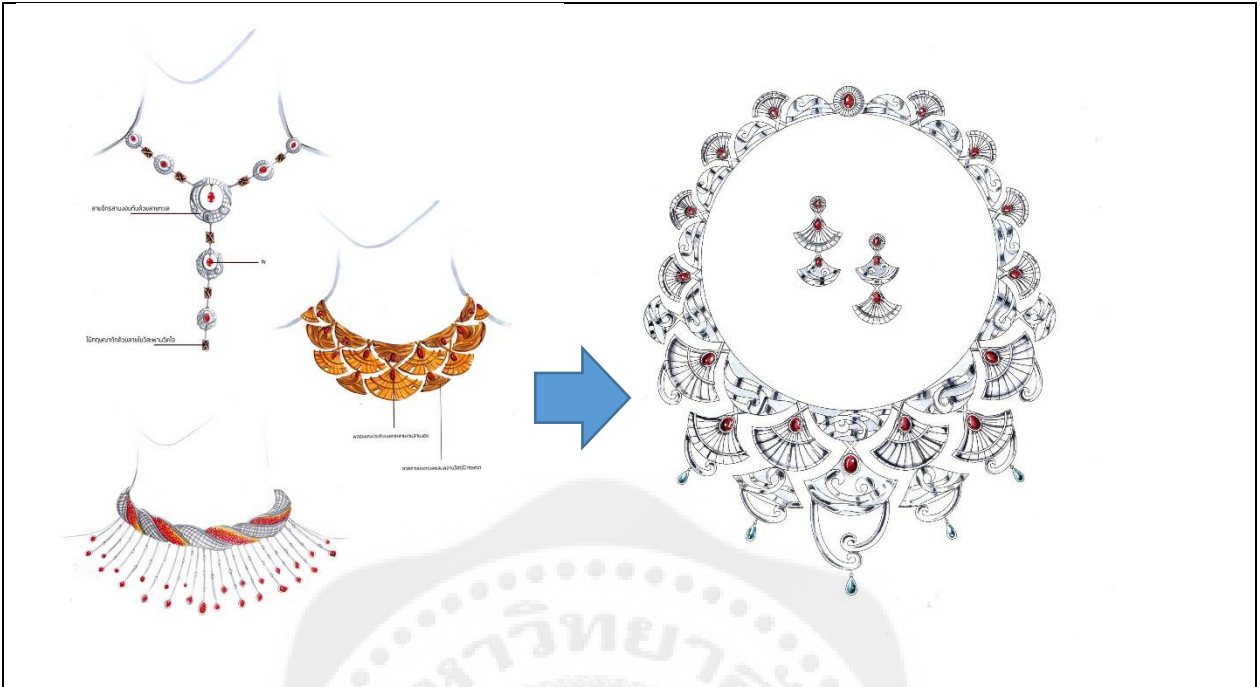


เป็นงานที่ได้แนวคิดจากเอกลักษณ์ของจังหวัดตราดด้านต่างๆ มาออกแบบเป็น
งานเครื่องประดับ ด้านประวัติศาสตร์หยิบยกลวดลายของพนักงัด
ที่มีลักษณะคล้ายเรขาคณิต กับลายดอกกฤษณา ประดับด้วยพลอยแดงตรงกลาง
ของงานเป็นการเชื่อมผสานด้วยสัญลักษณ์วิถีชุมชน
จิกสานงอบ ลวดลายสะพานวัดใจบริเวณเป็นโลหะผสมกับไม้กฤษณาแกะสลัก



ภาพที่ 4-19 แบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด การร่างแบบขั้นที่ 1

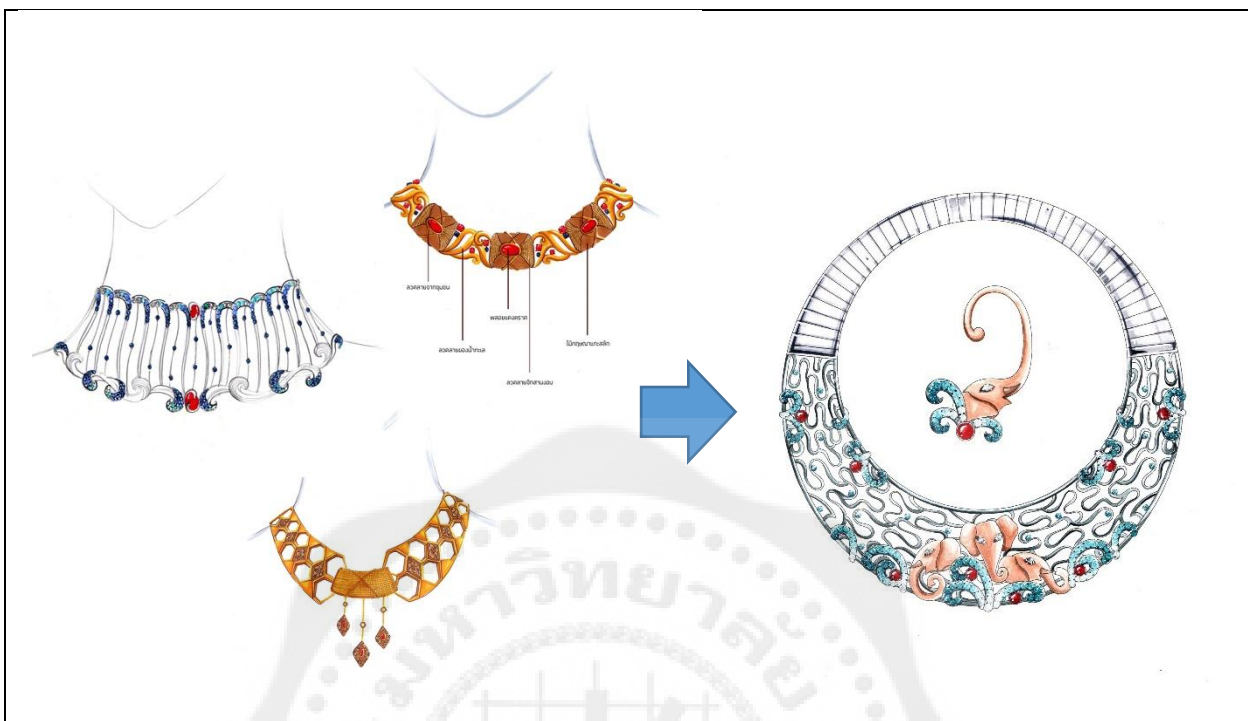
จากการร่างแบบขั้นที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกและพัฒนา ไปสู่แบบร่างขั้นที่ 2 โดยการจัดกลุ่มรูปแบบ และพัฒนาออกมาเป็นชุดแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด จำนวน 3 ชุด ดังนี้



ภาพที่ 4-20 การพัฒนาแบบร่างเครื่องประดับอัญมณีตราด แบบร่างที่ 1



ภาพที่ 4-21 การพัฒนาแบบร่างเครื่องประดับอัญมณีตราด แบบร่างที่ 2

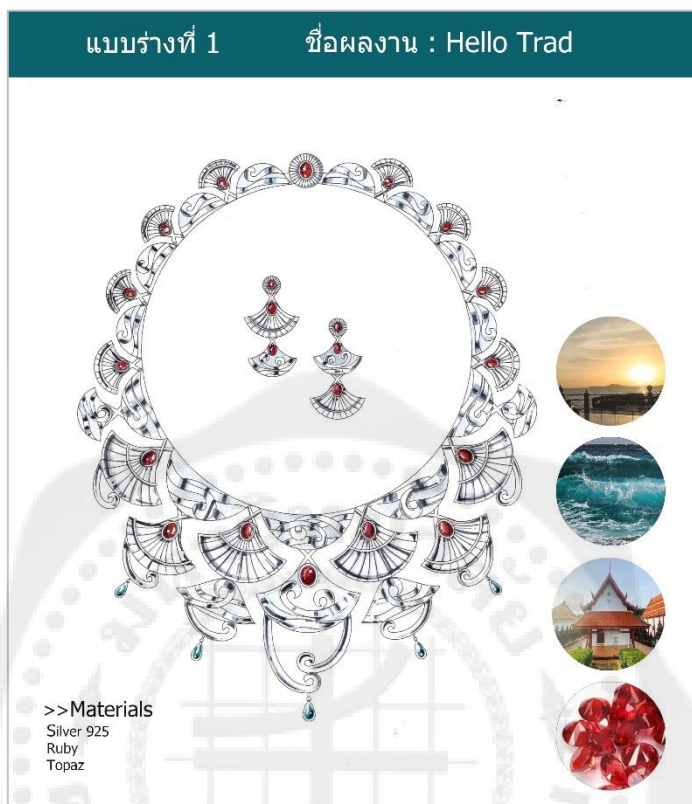


ภาพที่ 4-22 การพัฒนาแบบร่างเครื่องประดับอัญมณีตราด แบบร่างที่ 3

แบบร่างที่ได้รับการพัฒนาทั้ง 3 ชุด ประกอบด้วย

- 1) แบบร่างชุดที่ 1 ชื่อผลงาน Hello Trat ประกอบด้วยสร้อยคอระย้า และต่างหู เข้าชุดกัน จัดวางองค์ประกอบแบบสมมาตร ใช้รูปแบบการซ้ำ สร้างความน่าสนใจด้วยขนาดที่แตกต่างกัน
- 2) แบบร่างชุดที่ 2 ชื่อผลงาน Amazing Trat ประกอบด้วยสร้อยแบบ Chocker และกำไล เข้าชุดกัน จัดวางองค์ประกอบแบบสมมาตร เน้นจุดเด่นกึ่งกลางชิ้นงาน ใช้เส้น และรูปทรงเพื่อสร้างความน่าสนใจ
- 3) แบบร่างชุดที่ 3 ชื่อผลงาน Beautiful Trat ประกอบด้วยสร้อยแบบ Chocker และเข็มกลัด เข้าชุดกัน จัดวางองค์ประกอบแบบสมมาตร ใช้เส้นเป็นส่วนประกอบของพื้น สร้างจุดเด่นกึ่งกลางงาน และมีการวางตำแหน่งของลวดลายซ้อนทับเป็นระยะ

แบบร่างที่ 1 : Hello Trad



ภาพที่ 4-23 เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด แบบร่างที่ 1 ชื่อผลงาน Hello Trad

ลักษณะการสร้างสรรค์

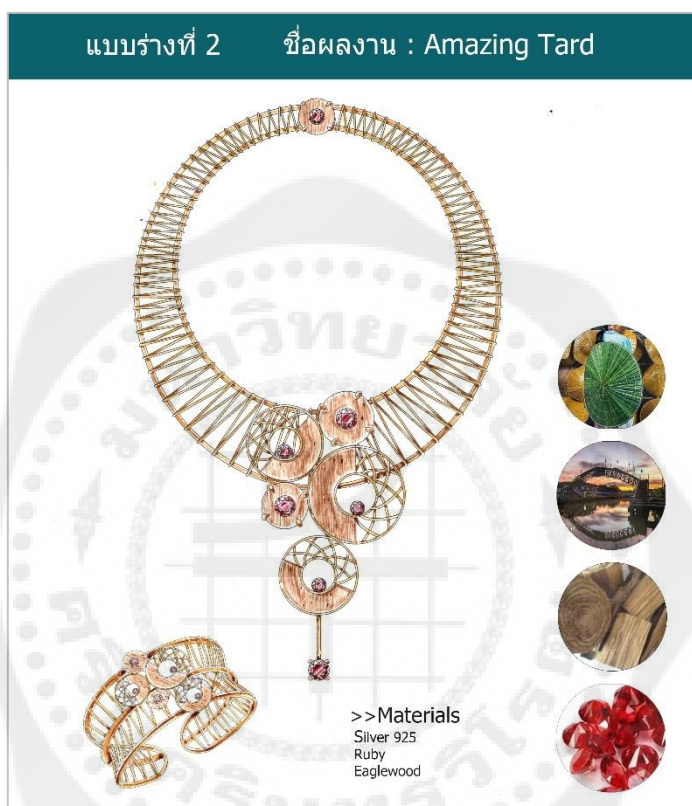
1. อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นแนวคิด
 - พระอาทิตย์ขึ้นที่แรก: ภาพของพระอาทิตย์กำลังขึ้นที่แหลมงอบ จังหวัดแรกที่ได้เห็นพระอาทิตย์
 - ทะเล : เส้นสายลวดลาย คดโค้ง เป็นเป็นคลื่นทะเล แหล่งท่องเที่ยวของตราด
 - วัดโบราณ : เส้นโครงสร้างสามเหลี่ยม ตัดทอนมาจากหน้าจั่วอุหน่าจั่วอุโบสถบุปผาราม วัดในสมัยอยุธยา
 - พลอยแดงตราด : เป็นวัสดุประกอบ ตัวแทนของอัญมณีตราด
2. วัสดุที่ใช้ผลิต

เครื่องประดับชุดนี้ ผลิตจากโลหะเงิน ประดับอัญมณี
3. กระบวนการในการผลิต

ใช้การหล่อประกอบ แม่พิมพ์ขึ้นรูปด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
4. เนื้อหาและการถ่ายทอด

ต้องการถ่ายทอดความงามของตราดที่เป็นจังหวัดแรกของประเทศที่ได้เห็นพระอาทิตย์ขึ้น เป็นเนื้อหาหลัก รongลงมาคือความงามของทะเล สายลม เกลียวคลื่น และความสวยงามของสถาปัตยกรรมในอดีต โดดเด่นด้วย ทั้บทิมสีแดงแทนดวงอาทิตย์

แบบร่างที่ 2 : Amazing Trat



ภาพที่ 4-24 เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด แบบร่างที่ 2 ชื่อผลงาน Amazing Trat

ลักษณะการสร้างสรรค์

1. อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นแนวคิด

- งานหัตถกรรมงอบ : นำรูปทรงของโครงสร้างงอบ และรูปแบบเส้นสานในงานหัตถกรรมมาออกแบบ
- สะพานวัดใจ ชุมชนน้ำเขียว : ใช้เส้นโครงสร้างของสะพานที่เป็นสะพานเหล็กโค้งมาออกแบบ
- ไม้กฤษณา : เป็นวัสดุประกอบ ตัวแทนของต้นไม้ประจำจังหวัดตราด
- พลอยแดงตราด : เป็นวัสดุประกอบ ตัวแทนของอัญมณีตราด

2. วัสดุที่ใช้ผลิต

เครื่องประดับชุดนี้ ผลิตจากโลหะเงิน ระดับอัญมณี ไม้กฤษณา

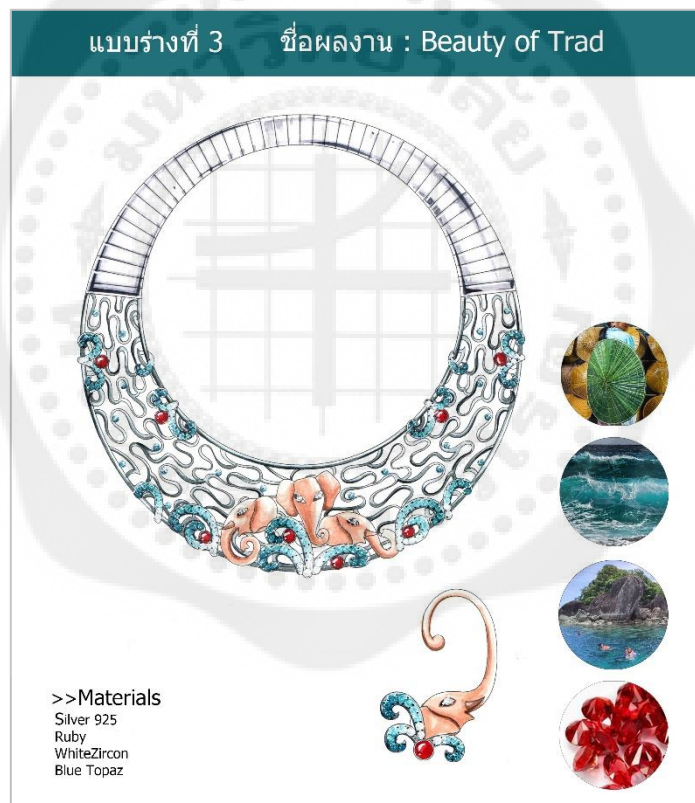
3. กระบวนการในการผลิต

ใช้การหล่อประกอบ แม่พิมพ์ขึ้นรูปด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ การถักลวดโลหะเลียนแบบงานจักสาน

4. เนื้อหาและการถ่ายทอด

แสดงให้เห็นถึงความงามของงานฝีมือ งานหัตถกรรม โดยการใช้เส้นและการตัดทอน สร้างรูปทรงเลียนแบบรูปทรงของงอบ ผสมผสานกับเส้นโครงสร้างของงานสถาปัตยกรรมอันมีชื่อเสียงของชุมชนน้ำเขียวสะพานวัดใจ และวัสดุไม้กฤษณา โดดเด่นด้วยทับทิมสีแดง

แบบร่างที่ 3 : Beauty of Trat



ภาพที่ 4-25 เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด แบบร่างที่ 2 ชื่อผลงาน Beauty of Trad

ลักษณะการสร้างสรรค์

1. อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นแนวคิด

- งานหัตถกรรมงอบ : นำรูปทรงของโครงสร้างงอบ และรูปแบบเส้นสานในงานหัตถกรรมมาออกแบบ
- ทะเล : เส้นสายลวดลาย คดโค้ง เป็นเป็นคลื่นทะเล แหล่งท่องเที่ยวของตราด
- ตำนาน : ตำนานพื้นบ้านที่พูดถึงการกำเนิดเกาะช้าง เรื่องเล่าของคนพื้นถิ่นต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ช้างกลายเป็นเกาะ
- พลอยแดงตราด : เป็นวัสดุประกอบ ตัวแทนของอัญมณีตราด

2. วัสดุที่ใช้ผลิต

เครื่องประดับชุดนี้ ผลิตจากโลหะเงิน ระดับอัญมณี

3. กระบวนการในการผลิต

ใช้การหล่อประกอบ แม่พิมพ์ขึ้นรูปด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ผสมกับการขึ้นรูปด้วยการแกะขี้ผึ้ง (Wax)

4. เนื้อหาและการถ่ายทอด

เป็นการเล่าเรื่องนิทานการกำเนิดเกาะช้าง ที่กล่าวถึงช้างของเทวดาที่มามีและเกิดกลายเป็นเกาะ โดยผสมผสานเข้ากับรูปทรงของงอบ และใช้ลวดลายเส้นสายที่คลื่นไหวเป็นตัวแทนของท้องทะเล เพิ่มความน่าสนใจด้วยรูปร่างของช้าง ตกแต่งด้วยพลอยแดง และพลอยน้ำเงินของตราด

4. การคัดเลือกต้นแบบเครื่องประดับ

ผู้วิจัยทำการคัดเลือกแบบร่าง โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเครื่องประดับ จำนวน 5 ท่าน เพื่อประเมินและคัดเลือกแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด จำนวน 3 ชุดแบบร่าง แบบร่างที่มีคะแนนประเมินสูงสุดจะนำไปผลิตเป็นต้นแบบ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4-19 คะแนนเฉลี่ยแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด

แบบที่	คะแนนเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญคนที่					ค่าเฉลี่ย	ค่า SD
	1	2	3	4	5		
แบบร่างที่ 1	3.38	3.38	3.75	3.88	3.88	3.65	0.74
แบบร่างที่ 2	4.25	4.13	3.50	4.00	3.88	3.95	0.50
แบบร่างที่ 3	3.50	3.63	3.00	3.63	4.00	3.55	0.68

ผลการประเมินแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด แบบร่างที่มีคะแนนการประเมินสูงสุด คือ แบบร่างที่ 2 มีระดับการประเมินอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีคะแนนเฉลี่ยรวม 3.95 โดยเมื่อพิจารณาในรายละเอียดมีผลคะแนนเฉลี่ยการประเมินในแต่ละรายการดังนี้

ตารางที่ 4-20 คะแนนเฉลี่ยการประเมินแยกรายการแบบร่างที่ 2

แบบร่างที่ 2	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD
1. ความสวยงามด้านรูปแบบและองค์ประกอบศิลป์	4.40	0.55
2. ความแปลกใหม่และน่าสนใจของชิ้นงาน	4.00	0.71
3. ความสอดคล้องกับลักษณะของผู้บริโภคและแนวทางการออกแบบ	3.80	0.45
4. ความสัมพันธ์ของวัสดุและการออกแบบ	4.00	0.71
5. ความสะดวกสบายในการสวมใส่	3.60	0.55
6. สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ด้วยรูปตัวแทน (สัญลักษณ์) ผ่านการออกแบบได้ชัดเจน	4.00	0.00
7. แสดงออกถึงอัตลักษณ์ตราดได้ชัดเจน	4.00	0.00
8. ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์	3.80	0.45

- ข้อเสนอแนะ**
- ระวังการขี้น้ำและการดูดซึมน้ำในเนื้อไม้ ควรมีการป้องกัน
 - การนำทรงกลมมาใช้แทนขอบควรเพิ่มมิติให้ชิ้นงานเพื่อให้สื่อถึงขอบได้ชัดเจนขึ้น
 - ควรศึกษาการนำไม้กฤษณามาแปรรูปเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ว่าติดปัญหาการส่งออกหรือไม่
 - ปรับตัวสร้อยให้เป็นโครงแข็งจะดูทันสมัยและตอบลักษณะของผู้บริโภคได้มากกว่า

จากตารางที่ 4-20 แบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์จันทบุรีแบบร่างที่ 2 มีคะแนนประเมินเฉลี่ยแยกตามรายประเด็นดังนี้

1. คะแนนประเมินเฉลี่ยด้านความสวยงามด้านรูปแบบและองค์ประกอบศิลป์ มีคะแนนประเมินเฉลี่ย 4.40 ระดับการประเมินอยู่ระดับที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.55
2. คะแนนประเมินเฉลี่ยด้านความแปลกใหม่และน่าสนใจของชิ้นงาน มีคะแนนประเมินเฉลี่ย 4.00 ระดับการประเมินอยู่ระดับที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.71
3. คะแนนประเมินเฉลี่ยด้านความสอดคล้องกับลักษณะของผู้บริโภคและแนวทางการออกแบบ มีคะแนนประเมินเฉลี่ย 3.80 ระดับการประเมินอยู่ระดับที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.45
4. คะแนนประเมินเฉลี่ยด้านความสัมพันธ์ของวัสดุและการออกแบบ มีคะแนนประเมินเฉลี่ย 4.00 ระดับการประเมินอยู่ระดับที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.71

5. คะแนนประเมินเฉลี่ยด้านความสะดวกสบายในการสวมใส่ มีคะแนนประเมินเฉลี่ย 3.60 ระดับการประเมินอยู่ระดับที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.55

6. คะแนนประเมินเฉลี่ยด้านสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ด้วยรูปตัวแทน (สัญลักษณ์) ผ่านการออกแบบได้ชัดเจน มีคะแนนประเมินเฉลี่ย 4.00 ระดับการประเมินอยู่ระดับที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.00

7. คะแนนประเมินเฉลี่ยด้านการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ตราจดได้ชัดเจน มีคะแนนประเมินเฉลี่ย 4.00 ระดับการประเมินอยู่ระดับที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.00

8. คะแนนประเมินเฉลี่ยด้านความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ มีคะแนนประเมินเฉลี่ย 3.80 ระดับการประเมินอยู่ระดับที่เหมาะสมมาก ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.45

โดยจากผลการประเมินและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญผู้วิจัยได้ปรับแก้แบบ โดยเปลี่ยนให้ตัวสร้อยเป็น Choker จะได้ดูมีความทันสมัย ตามลักษณะของผู้บริโภค และให้ดูมีมิติมากขึ้น คล้ายกับงอบมากขึ้น



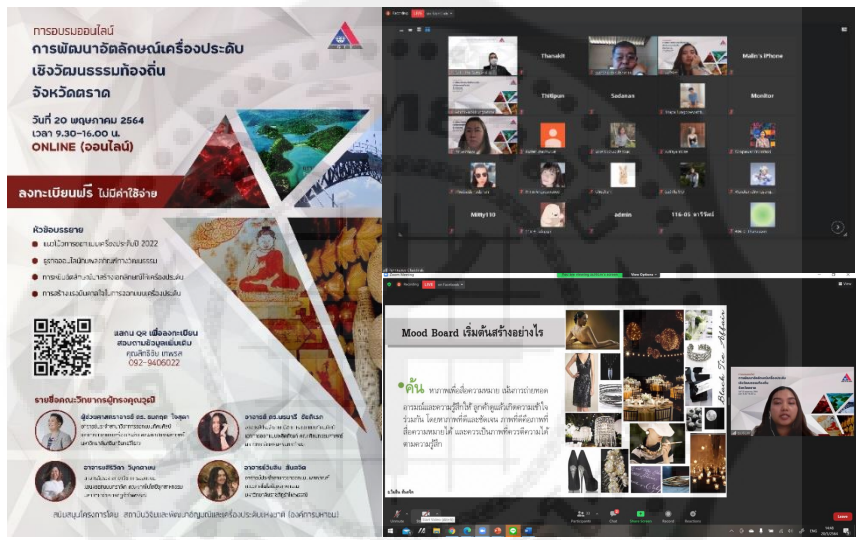


ภาพที่ 4-26 แบบร่างที่ 2 ที่ปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

5. การส่งเสริมและการพัฒนาเครื่องประดับร่วมกับผู้ประกอบการ

5.1 ผลการดำเนินโครงการ

การวิจัยนี้มีการขยายผลการศึกษาไปสู่ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดตราด โดยการจัดอบรมเผยแพร่แนวทางการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด ในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งได้ดำเนินการจัดโครงการอบรม ในวันที่ 20 พฤษภาคม 2564 โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 40 ราย ซึ่งมีหัวข้อในการอบรม 4 หัวข้อ ดังนี้ 1) แนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับปี 2022 2) ธุรกิจออนไลน์กับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม 3) การหยิบอัตลักษณ์มาสร้างเอกลักษณ์ให้เครื่องประดับ และ 4) การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับ



ภาพที่ 4-27 การอบรมออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการ ในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมตราด



ภาพที่ 4-28 ทีมวิจัยร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับกับผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือก

ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับความรู้ผ่านการอบรมแล้ว ยังได้ฝึกปฏิบัติการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบเฉพาะตามแนวคิดของตนเอง และมีการคัดเลือกแบบร่างจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อนำไปสู่การผลิตเป็นชิ้นงานจริง จำนวน 2 ชุด โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกแบบร่างเครื่องประดับที่ผู้ประกอบการออกแบบเพื่อผลิตเครื่องประดับต้นแบบ ดังนี้

- 1) ผู้ประกอบการจะต้องเข้าร่วมโครงการอบรมออนไลน์ตลอดระยะเวลาการอบรม ทั้ง 4 หัวเรื่อง
 - 2) ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาแบบร่างภายใต้แนวคิดการพัฒนาเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม
- อัตลักษณ์ตราตามแนวทางของการวิจัย
- 3) ผู้ประกอบการจะต้องส่งแบบร่างเครื่องประดับพร้อมแนวคิดในการออกแบบเข้าร่วมคัดเลือกภายในระยะเวลาที่กำหนด
 - 4) ผู้ประกอบการต้องมีภูมิลำเนา หรือมีที่ตั้งสถานประกอบการในจังหวัดตราด
 - 5) ผู้ประกอบการต้องยอมรับที่จะให้ผลงานตกเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ให้ทุนและยินยอมให้นำผลงานไป

เผยแพร่

ซึ่งมีผลงานที่ผ่านการคัดเลือก มีดังนี้

1. ผลงานที่ 1

ชื่อผลงาน : Blend culture

ผู้สร้างสรรค์ : ศิริรัตน์ โชคดี (ร้านหยกมณี)

ลักษณะการสร้างสรรค์

1. อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นแนวคิด

- เกาะช้าง : นำทัศนียภาพของเกาะ และเรื่องราวพื้นบ้านกำเนิดเกาะช้าง มาออกแบบ
- เรือใบ : เป็นเสมือนตัวแทนของการท่องเที่ยวในปัจจุบันและการติดต่อค้าขายในอดีต
- ทะเล : แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่
- พลอยแดงตราด : เป็นวัสดุประกอบ ตัวแทนของอัญมณีตราด

2. วัสดุที่ใช้ผลิต

เครื่องประดับชุดนี้ ผลิตจากโลหะเงินลงยา ประดับอัญมณีตราด

3. กระบวนการในการผลิต

ใช้การหล่อประกอบ แม่พิมพ์ขึ้นรูปด้วยการแกะแว็กซ์

4. เนื้อหาและการถ่ายทอด

ได้แนวคิดการออกแบบจากเรื่องราว ใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ของจังหวัดตราดเป็นตัวแทนนำมาผสมผสานเป็นลวดลาย ที่บอกเล่าเรื่องราว โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ กระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 แนวทาง The Traveller : The Cross-Cultural Blending

5. กลุ่มผู้บริโภคและแนวทางการตลาด

ออกแบบสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง อายุระหว่าง 30-40 ปี โดยแนวทางการตลาดมุ่งการตลาดในกลุ่มของเครื่องประดับตลาดกลาง ศูนย์ความรู้ภูมิปัญญาและเครื่องประดับ (GIT Information Center) (2558) กล่าวว่า ลักษณะของเครื่องประดับสำหรับผู้บริโภคกลุ่มตลาดกลาง มีลักษณะที่ให้ความสำคัญด้านงานออกแบบ ความทันสมัย ความประณีต และวัสดุที่มีความพิเศษ



ภาพที่ 4-29 ภาพสเก็ตช์และแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดที่ออกแบบโดย คุณศิริรัตน์ โชคศิริ

2. ผลงานที่ 2

ชื่อผลงาน : Flower of Trat

ผู้สร้างสรรค์ : วันชัย มุกมณี (ร้านต้นพลอย)

ลักษณะการสร้างสรรค์

1. อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นแนวคิด

- ลวดลายวัดบุปผาราม : นำลวดลายจิตรกรรมที่ปรากฏภายในอุโบสถโบราณ สมัยปลายอยุธยาเป็นแรงบันดาลใจ

- พลอยแดงตราด : เป็นวัสดุประกอบ ตัวแทนของอัญมณีตราด

2. วัสดุที่ใช้ผลิต

เครื่องประดับชุดนี้ ผลิตจากโลหะเงิน ผังด้วยพลอยสีแดงตราด

3. กระบวนการในการผลิต

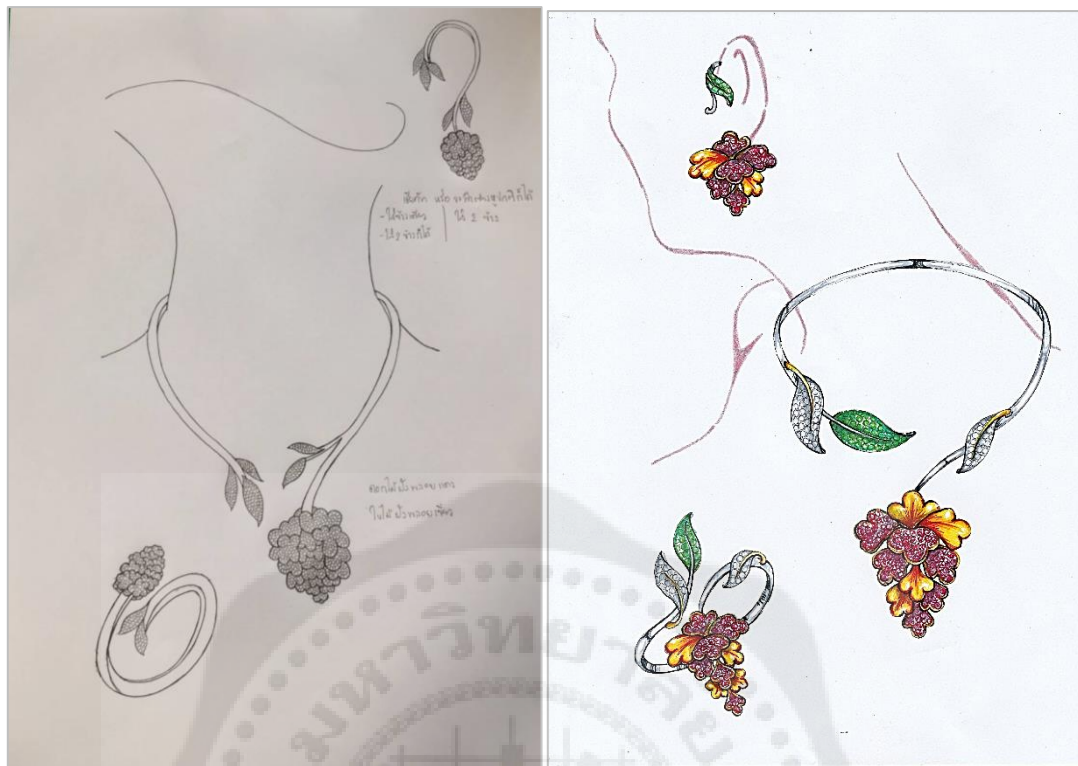
ใช้การหล่อประกอบ แม่พิมพ์ขึ้นรูปด้วยการแกะเว้า

4. เนื้อหาและการถ่ายทอด

ได้แนวคิดมาจากลายดอกไม้วัดบุปผารามซึ่งเป็นวัดที่เก่าแก่มากที่สุดในตราด เป็นวัดที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยสร้างสรรค์ให้ดอกไม้ในงานจิตรกรรมกลับมามีชีวิตอีกครั้ง โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ กระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 แนวทาง Artsy Nature : Fanciful Flora and Fauna

5. กลุ่มผู้บริโภคและแนวทางการตลาด

ออกแบบสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง อายุระหว่าง 25-40 ปี โดยแนวทางการตลาดมุ่งการตลาดในกลุ่มของเครื่องประดับตลาดบน ศูนย์ความรู้ อัญมณี และเครื่องประดับ (GIT Information Center) (2558) กล่าวว่า ลักษณะของเครื่องประดับสำหรับผู้บริโภคกลุ่มตลาดบน มีลักษณะที่จะต้องคำนึงถึงความหรูหรา โดดเด่น มีความประณีต และความเชี่ยวชาญเชิงช่าง ตลอดจนการใช้วัสดุที่มีมูลค่าสูง เช่น เพชร พลอยเนื้อแข็ง หรือพลอยหายาก หรือพลอยที่มีขนาดใหญ่ คุณภาพสูง การผลิตผลิตในจำนวนไม่มาก มักผลิตจากโลหะมีค่าประเภท ทอง ทองคำขาว และแพลตินัม



ภาพที่ 4-30 ภาพสเก็ตช์และแบบร่างเครื่องประดับอัญมณีตราดที่ออกแบบโดย คุณวันชัย มุกมณี

5.2 ผลการประเมินการจัดโครงการ

ผลการประเมินการจัดโครงการจากผู้เข้าร่วมโครงการ “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด ซึ่งจัดในรูปแบบออนไลน์ วันที่ 20 พฤษภาคม 2564 มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตาราง 4-21 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบประเมินโครงการฯ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์			
ข้อมูลด้าน		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	8	24.24
	หญิง	25	75.76
	รวม	33	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
	21-30 ปี	13	39.39
	31-40 ปี	14	42.42
	41- 50 ปี	4	12.12
	51 - 60 ปี	2	6.06
	61 ปีขึ้นไป	0	0.00
	รวม	33	100.00
ท่านได้รับข่าวสารการอบรมนี้จากแหล่งใด			
	1. แผ่นพับประชาสัมพันธ์	8	24.24
	2. Internet/Facebook	19	57.57
	3. เพื่อนชักชวน	6	18.18
	รวม	33	100.00

จากตาราง 4-21 ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบประเมินโครงการฯ จำนวน 33 คน พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง โดยคิดเป็นร้อยละ 75.76 ,อายุของผู้กรอกแบบสอบถามมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 31-40 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 42.42 ,โดยระบุว่าได้รับข้อมูลข่าวสารการอบรมจากช่องทางดังต่อไปนี้ 1) จากแผ่นพับประชาสัมพันธ์โครงการ 2) จากInternet/Facebook 3) เพื่อนชักชวน โดยช่องทางจาก Internet/Facebook มีผลการประเมินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.57

ตาราง 4-22 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดโครงการฯด้านต่าง ๆ

ประเด็น/หัวข้อ การพิจารณา	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความหมาย
1. โครงการอบรมเป็นประโยชน์กับการพัฒนาธุรกิจของท่าน	4.79	0.33	พึงพอใจมากที่สุด
2. หัวข้อการอบรมมีความน่าสนใจ สอดคล้องกับความต้องการของท่าน	4.34	0.53	พึงพอใจมาก
3. วิทยากรบรรยายมีความรู้ความสามารถ	4.53	0.49	พึงพอใจมาก
4. ความรู้ที่ได้สามารถนำไปต่อยอดได้	4.50	0.48	พึงพอใจมากที่สุด
5. ระยะเวลาในการจัดอบรมมีความเหมาะสม	3.62	0.25	พึงพอใจมาก
6. รูปแบบการจัดอบรมมีความเหมาะสมกับโครงการและสถานการณ์	3.47	0.48	พึงพอใจปานกลาง
7. การรับข้อมูลข่าวสารและการติดต่อ	4.15	0.27	พึงพอใจมาก
8. ความพึงพอใจต่อภาพรวมของการจัดโครงการฯ	4.12	0.21	พึงพอใจมาก

จากตาราง 4-22 ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจต่อการจัดโครงการฯด้านต่าง ๆ ผลการวิเคราะห์ตามประเด็น ดังนี้

1. โครงการอบรมเป็นประโยชน์กับการพัฒนาธุรกิจของท่าน มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.79 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.33
2. หัวข้อการอบรมมีความน่าสนใจ สอดคล้องกับความต้องการของท่าน มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.34 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53
3. วิทยากรบรรยายมีความรู้ความสามารถ มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.53 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49
4. ความรู้ที่ได้สามารถนำไปต่อยอดได้ มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.50 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48
5. ระยะเวลาในการจัดอบรมมีความเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.62 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25

6. รูปแบบการจัดอบรมมีความเหมาะสมกับโครงการและสถานการณ์ มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.47 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.48

7. การรับข้อมูลข่าวสารและการติดต่อ มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.15 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.27

8. ความพึงพอใจต่อภาพรวมของการจัดโครงการฯ มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.12 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.21

จากการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดโครงการฯ มีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) อยากให้จัดในรูปแบบปกติ ไม่ใช่ออนไลน์ 2) อยากให้ช่วยเรื่องช่องทางการขาย 3) อยากให้มีความต่อเนื่อง และ 4) รู้สึกคล้าย ๆ กับที่เคยจัดไป



บทที่ 5

อภิปราย สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด ส่วนที่ 2 กำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม และส่วนที่ 3 การบูรณาการวิจัยร่วมกับผู้ประกอบการในพื้นที่ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด

ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดตราด จากข้อมูลเอกสารและการเก็บข้อมูลอัตลักษณ์จังหวัดตราด จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ร่วมกับการเก็บข้อมูลการรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราด พบว่า

อัตลักษณ์ : “ประตูฝั่งตะวันออก” ตราดเป็นจังหวัดที่อยู่ปลายสุดของภาคตะวันออก เสมือนประตูที่คอยต้อนรับผู้คน เป็นเมืองท่าการค้าที่สำคัญมาตั้งแต่อดีตและเป็นเมืองท่องเที่ยวทางชายทะเลที่สำคัญของฝั่งตะวันออกของไทย มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรทางทะเล ส่วนสังคมประกอบด้วยผู้คนหลากหลายเชื้อชาติที่เข้ามาอาศัยตั้งรกรากตั้งแต่สมัยอยุธยา ผู้คนอยู่กันแบบเกื้อกูลเรียบง่าย สมถะ และซื่อสัตย์จริงใจ คนตราดประกอบด้วยหลากหลายเชื้อชาติ อาศัยอยู่ร่วมกันแบบเกื้อกูลเป็นสังคมที่ยอมรับซึ่งกันและกัน เป็นพหุสังคมที่ดำเนินชีวิตด้วยเกษตรกรรมและประมง ดำเนินชีวิตเรียบง่าย สมถะ และซื่อสัตย์จริงใจ

ภาพลักษณ์ : “มนต์เสน่ห์ทะเลตะวันออก” ตราดประกอบด้วยพื้นที่ที่หลากหลาย และอุดมสมบูรณ์ซึ่งมีส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิต และเศรษฐกิจของจังหวัด ตราดจึงเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก และเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวิถีชุมชน โดยชุมชนแต่ละชุมชนมีความโดดเด่น ที่เป็นเอกลักษณ์แสดงออกถึงความเป็นชุมชนพหุสังคม ที่มีหลากหลายเชื้อชาติ อยู่ร่วมกัน นอกจากนี้ตราดยังเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่เหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์หลายต่อหลายครั้ง ที่ส่งผลต่อประวัติศาสตร์ของชาติ และความภาคภูมิใจของคนตราด

ซึ่งจากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่ม และแบ่งอัตลักษณ์ของจังหวัดตราดในบริบทต่าง ๆ ได้ 4 ด้าน คือ

1) บริบทด้านธรรมชาติ เมืองตราดถูกมองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก เกาะช้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป โดยมี เกาะช้าง แหลมมอ และป่าชายเลน เป็นสัญลักษณ์ตัวแทน

2) บริบทด้านประวัติศาสตร์ เมืองตราดถูกมองว่าเป็นเมืองที่ปรากฏในเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ชาติ โดยมี ศาลหลักเมือง อนุสาวรีย์ยุทธนาวีเกาะช้าง และพระบรมราชานุสาวรีย์ รัชกาล 5 เป็นสัญลักษณ์ตัวแทน

3) บริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต เมืองตราดถูกมองว่าเป็นเมืองที่ดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่าย พึ่งพาตนเอง ผู้คนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรมและประมง ทำสวนผลไม้และจับสัตว์น้ำ อาศัยเกื้อกูลกันในชุมชนไม่แบ่งแยกเชื้อชาติศาสนา โดยมี ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ชุมชนคลองใหญ่ และ ชุมชนบ่อไร่ เป็นสัญลักษณ์ตัวแทน

4) บริบทด้านศิลปวัฒนธรรม เมืองตราด ถูกมองเป็นเมืองผสมผสานหลายวัฒนธรรมและหัตถกรรมที่อิงวิถีชีวิต แม้ว่าวัฒนธรรมประเพณีจะไม่โดดเด่นชัดเจนมากนัก แต่ก็มียานหัตถกรรมที่เป็นที่รู้จักและขึ้นชื่อของเมืองตราด โดยมี การทำอบ หมวกใบจาก ภาษาพูดถิ่นตราด มี และอาหารถิ่นตราด เป็นสัญลักษณ์ตัวแทน

ซึ่งการรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดตราดในบริบทต่าง ๆ จากผู้ตอบแบบสอบถาม บริบทที่มีการรับรู้มากที่สุด คือ บริบทด้านธรรมชาติ และบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม รองลงมาคือ บริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต และสุดท้าย บริบททางด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยการรับรู้และเข้าใจอัตลักษณ์จังหวัดตราดโดยรวมอยู่ในระดับรับรู้มาก และจากการถอดสัญลักษณ์ภาพตัวแทน และสีตัวแทน พบว่า ในภาพรวมการถอดอัตลักษณ์ตราดในบริบทต่าง ๆ เพื่อการออกแบบ พบว่า ภาพตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วน สีตัวแทน มีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เช่นเดียวกัน

ส่วนที่ 2 กำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม

แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราด จากงานวิจัยนำเสนอแนวทางการออกแบบในรูปแบบเชิงสร้างสรรค์ ที่ประกอบไปด้วย การสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้วัสดุ การสร้างสรรค์ที่เกิดจากเทคนิคการผลิต การสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรม โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไข (Design Criteria) ของการออกแบบ ควบคู่กันไป โดยข้อตกลงหรือเงื่อนไขในการออกแบบมีดังนี้ 1) การออกแบบจะต้องแสดงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด โดยการผสมผสานเอกลักษณ์ในแต่ละบริบทของจังหวัดตราดเข้าไว้ด้วยกัน โดยแสดงออกในลักษณะสร้างสรรค์ 2) การออกแบบจะต้องมีความทันสมัย สอดคล้องกับกระแสการออกแบบ (Trends) โดยออกแบบเป็นเครื่องประดับที่มีลักษณะร่วมสมัย 3) เครื่องประดับจะต้องแสดงคำสำคัญ (Key words) ที่กำหนดได้อย่างชัดเจน 4) การออกแบบจะต้องสอดคล้องกับการผลิตเชิงพาณิชย์ และมีรูปแบบที่ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค 5) เครื่องประดับจะต้องมีคุณค่าควบคู่ไปกับมูลค่า สร้างความโดดเด่นให้แก่ผู้สวมใส่

ต้นแบบชุดเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดที่ออกแบบโดยทีมวิจัย ใช้รูปแบบการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ โดยการผสมผสานอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกันใน 1 ชิ้นงาน ซึ่งจะสะท้อนอัตลักษณ์ตราดในภาพรวมให้ได้มากที่สุด โดยยังคงมีความสอดคล้องกับกระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 (Jewelry Trend Design 2022) แนวทางที่ 4 Soulful Crust : The raw Eco Influence เป็นการออกแบบที่สดใสใช้วัสดุที่ไม่คาดคิดได้กลายมาเป็นเครื่องประดับ เกิดขึ้นโดยการเปิดรับต่อความเป็นไปได้ของวัสดุและงานฝีมือ ความงามแบบธรรมชาติในโลกร่วมสมัยได้มีความหมายใหม่ โดยวัสดุที่ต้องการนำเสนอคือ ไม้กฤษณา

ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดอัตลักษณ์ที่จะนำมาออกแบบประกอบด้วย ความสวยงามของท้องทะเลตราด พลอยแดงบ่อไร่ ไม้กฤษณา งานจักสานงอบ และอื่น ๆ โดยทำการร่างแบบและพัฒนาเป็นชุดแบบร่างจำนวน 3 ชุด กำหนดกลุ่มผู้บริโภค เป็นผู้หญิง กลุ่มอายุระหว่าง 46 - 55 ปี ที่มีหัวสมัยใหม่ เข้าใจธรรมชาติ เปิดรับสิ่งใหม่ เป็นเครื่องประดับที่มีมูลค่าในรูปแบบร่วมสมัย ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด จำนวน 3 ชุด ประกอบด้วย แบบร่างชุดที่ 1. ชื่อผลงาน Hello Trat แบบร่างชุดที่ 2. ชื่อผลงาน Amazing Trat และแบบร่างชุดที่ 3. ชื่อผลงาน Beautiful Trat แบบร่างที่ได้รับการประเมินให้ผลิต คือ แบบร่างที่ 2 ชื่อผลงาน Amazing Trat มีระดับการประเมินอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีคะแนนเฉลี่ยรวม 3.95 โดยต้นทุนในการผลิตเครื่องประดับชุดนี้ อยู่ที่ราคารวมต่อชุดที่ 35,350 บาท

ส่วนที่ 3 การบูรณาการวิจัยร่วมกับผู้ประกอบการในพื้นที่

ผลจากการศึกษาวิจัยได้นำไปขยายผลสู่ผู้ประกอบการในพื้นที่ จังหวัดตราด ในรูปแบบของโครงการอบรมออนไลน์ ซึ่งกิจกรรมการอบรมประกอบด้วย การเผยแพร่ความรู้แนวทางการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม และการนำเสนอแบบร่างเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมตราด ซึ่งมีผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 40 ราย โดยผลการประเมินการจัดโครงการฯ ในภาพรวมมีผลการประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ส่วนผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือกให้ร่วมผลิตชิ้นงานเครื่องประดับ คือ

คุณศิริรัตน์ โชคศิริ (ร้านหยกมณี) ชื่อผลงาน Blend culture ได้แนวคิดการออกแบบจากเรื่องราวใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ของจังหวัดตราดเป็นตัวแทน นำมาผสมผสานเป็นลวดลาย ที่บอกเล่าเรื่องราว โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ กระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 แนวทาง The Traveller : The Cross-Cultural Blending ที่ออกแบบสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง อายุระหว่าง 30-40 ปี โดยแนวทางการตลาดมุ่งการตลาดในกลุ่มของเครื่องประดับตลาดกลาง โดยต้นทุนในการผลิตเครื่องประดับชุดนี้ อยู่ที่ราคารวมต่อชุดที่ 35,050 บาท

คุณวันชัย มุกมณี (ร้านต้นพลอย) ชื่อผลงาน Flower of trat ได้แนวคิดมาจากลายดอกไม้วัดบุปผารามซึ่งเป็นวัดที่เก่าแก่ที่สุดในตราด เป็นวัดที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยสร้างสรรค์ให้ดอกไม้ในงานจิตรกรรมกลับมามีชีวิตอีกครั้ง โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ กระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 แนวทาง Artsy Nature : Fanciful Flora and Fauna ที่ออกแบบสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง อายุระหว่าง 25-40 ปี โดย

แนวทางการตลาดมุ่งการตลาดในกลุ่มของเครื่องประดับตลาดบน โดยต้นทุนในการผลิตเครื่องประดับชุดนี้ อยู่ที่ราคารวมต่อชุดที่ 46,100 บาท

ผลลัพธ์ของโครงการวิจัย ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด จำนวน 3 ชุด ที่ออกแบบโดยทีมวิจัยและผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นถึงแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม โดยการวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ และดึงอัตลักษณ์ที่ปรากฏในรูปแบบต่าง ๆ เช่น วัสดุ ลวดลาย เรื่องราว กระบวนการผลิต มาออกแบบสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์ สามารถผลิต และจัดจำหน่ายได้ในเชิงพาณิชย์เป็นตัวอย่างหนึ่งของการพัฒนาเครื่องประดับภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับนักออกแบบเครื่องประดับและผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ ตลอดจนศิลปินที่สนใจ สามารถนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้และพัฒนาสู่งานเครื่องประดับของตนเอง

2. อภิปรายและวิจารณ์ผล

เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด เป็นการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับโดยใช้อัตลักษณ์เป็นแนวทางในการออกแบบ โดยในส่วนของการศึกษาอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ของจังหวัดตราด พบว่าเป็นเมืองท่าการค้าที่สำคัญมาตั้งแต่อดีต และเป็นเมืองท่องเที่ยวทางชายทะเลที่สำคัญของฝั่งตะวันออกของไทย มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบด้วยพื้นที่หลากหลาย และอุดมสมบูรณ์ซึ่งมีส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิต และเศรษฐกิจของจังหวัด ตราดจึงเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทะเลของ

ภาคตะวันออก และเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวิถีชุมชน ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยผู้คนหลากหลายเชื้อชาติที่เข้ามาอาศัยตั้งรกราก ตั้งแต่สมัยอยุธยา ผู้คนอยู่กันแบบเกื้อกูล เรียบง่าย สมถะ และซื่อสัตย์จริงใจ คนตราด ประกอบด้วยหลากหลายเชื้อชาติ อาศัยอยู่ร่วมกันแบบเกื้อกูล เป็นสังคมที่ยอมรับซึ่งกันและกัน เป็นพหุสังคมที่ดำเนินชีวิตด้วยเกษตรกรรม และประมง ดำเนินชีวิตเรียบง่าย สมถะ และซื่อสัตย์จริงใจ สอดคล้องกับ วรรณดี สุทธิรักษากร (2018, 77) กล่าวว่า จังหวัดตราดมีศักยภาพรอบด้านที่สามารถส่งเสริมการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดได้ อาทิ ทรัพยากรทางบก ทรัพยากรทางทะเล ซึ่งถือว่าเป็นจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีร่องรอยทางประวัติศาสตร์ตามสถานที่ต่าง ๆ ที่มีความน่าสนใจพร้อมกับร่องรอยการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่ถูกทิ้งไว้ให้กลมกลืนกับบริบทของคนจังหวัดตราดจนกลายเป็นวิถีชีวิตของคนในชุมชน จากการศึกษาสามารถวิเคราะห์และจำแนกอัตลักษณ์ของจังหวัดตราดในบริบทต่าง ๆ ซึ่งจำแนกได้ 4 ด้าน คือ 1) บริบทด้านธรรมชาติ 2) บริบทด้านประวัติศาสตร์ 3) บริบททางด้านเศรษฐกิจวิถีชีวิต และ 4) บริบทด้านศิลปวัฒนธรรม ซึ่งคล้ายคลึงกับ ปิยะวรรณ ปิ่นแก้ว และคณะ (2560, 242) ที่ทำการศึกษาเอกลักษณ์จังหวัดนครปฐม และได้ระบุเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ และองค์ประกอบศิลป์ของจังหวัดนครปฐม ออกเป็น 4 บริบท อันประกอบไปด้วย บริบททางธรรมชาติ บริบททางสังคม บริบททางเศรษฐกิจ และบริบททางศิลปะและ

วัฒนธรรม ซึ่งเป็นการกำหนดคุณลักษณะเชิงรูปธรรมและนามธรรมที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ หรือจุดเด่นที่สะท้อนให้เห็นลักษณะอันโดดเด่นหรือนำสิ่งที่มีอยู่แล้วทำให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปเพื่อการจดจำได้ให้เกิดความประทับใจของบุคคลที่มีความรู้สึกนึกคิดด้านบวกต่อจังหวัดนครปฐม ในขณะที่เดียวกันก็เกิดประโยชน์ทางการออกแบบสำหรับเป็นแรงบันดาลใจหรือประยุกต์ให้แก่ักออกแบบ ในการนำไปสร้างสรรค์

โดยแนวทางในการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด ใช้แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ ทำการออกแบบโดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไข (Design Criteria) เพื่อสร้างสรรค์เครื่องประดับร่วมสมัย ผลการวิจัยทำให้ได้เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมจังหวัดตราดจำนวน 3 ชุดที่นำเสนออัตลักษณ์ตราด ในมุมมองและแนวคิดที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบในปัจจุบัน โดย พรพิมล พงนาพิมล (2019, 182) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์กับการออกแบบเครื่องประดับเป็นสิ่งที่มาคู่กัน การที่นักออกแบบมีความคิดสร้างสรรค์จะทำให้ผลงานนั้นออกมาดูมีคุณค่า ดึงดูดสายตาผู้บริโภค และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดจะต้องอาศัยกระบวนการทางด้าน การออกแบบ ซึ่งแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับในศตวรรษที่ 21 จะแปรเปลี่ยนไปตามระยะเวลา สภาพแวดล้อม ของสังคม ณ เวลานั้นและจะต้องคำนึงถึงรสนิยมกลุ่มเป้าหมาย และช่วงวัยเป็นสำคัญ และ Bai-hui Gong and Rong Yuan (2017, 58) กล่าวว่า การออกแบบร่วมสมัยภายใต้อิทธิพลของศิลปะและวัฒนธรรม จะละทิ้งแนวคิดที่ว่าเครื่องประดับเป็นเพียงสิ่งตกแต่งสวยงามหรือสิ่งแสดงฐานะทางการเงิน แต่จะแสดงออกถึงอารมย์และบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ โดยการออกแบบเครื่องประดับด้วยแนวคิดใหม่จะแสดงผ่านวัสดุ เทคนิคงานฝีมือ ฯลฯ ซึ่งนำไปสู่เสียงสะท้อนทางจิตวิญญาณของผู้สวมใส่ เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลมากขึ้น แนวทางการตลาดของเครื่องประดับอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น ผู้วิจัยเห็นว่าควรมุ่งเน้นการตลาดสำหรับกลุ่มผู้บริโภคแบบเจาะจง (Niche Market) เนื่องจากเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ แตกต่างจากสินค้าเครื่องประดับที่พบเห็นโดยทั่วไป ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญในการแสดงเนื้อหาเรื่องราว ไปพร้อม ๆ กับแสดงคุณค่า มูลค่าของชิ้นงานไปพร้อม ๆ กัน เพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ การออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นสำหรับเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์นั้น เป็นการสร้างความแตกต่างที่ยังคงไว้ซึ่งการเดินตามกระแสความต้องการหลัก ฉะนั้นการออกแบบจะต้องมีลักษณะที่สอดคล้องกับทิศทางการออกแบบที่เป็นแนวทาง ณ เวลานั้น และเติมความพิเศษลงไปในชิ้นงานที่ด้วยอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นต่าง ๆ เช่น วัสดุ กระบวนการ ลวดลาย แนวคิด เป็นต้น ส่วนผสมของงานออกแบบระหว่างความเป็นแนวทางกระแสหลักกับอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมที่นำมาใช้ มากน้อยขึ้นอยู่กับพิจารณาของผู้ออกแบบ หากเอนไปทางกระแสหลักงานออกแบบก็จะมีหน้าตาคล้าย ๆ เดิม แต่หากเอนไปทางอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาก ก็อาจจะผลิตลำบากและหาผู้ซื้อมาก จุดนี้ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงให้มาก

ผลจากงานวิจัยแสดงให้เห็นถึงแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมจังหวัดตราดจากการศึกษาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของจังหวัด นำไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์ เป็นตัวอย่างหนึ่งของการพัฒนาเครื่องประดับภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับนักออกแบบเครื่องประดับ และผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ ตลอดจนศิลปินที่สนใจ สามารถนำไปประยุกต์และพัฒนาสู่งานในแบบเฉพาะของแต่ละคนได้

3. ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด สำหรับการพัฒนาในอนาคตได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะการสร้างสรรค์และโครงการวิจัย

เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด มุ่งเน้นในการเพิ่มขีดความสามารถให้แก่ผู้ประกอบการเครื่องประดับในพื้นที่จังหวัดตราดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่มีแรงบันดาลใจจากเอกลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งเน้นไปที่การนำเอาเอกลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ โดยใช้กระบวนการในการสร้างสรรค์เป็นแนวทาง ซึ่งก่อให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ รูปแบบของผลิตภัณฑ์จะเป็นไปตามแนวคิดในการออกแบบและกลุ่มผู้บริโภค รูปแบบสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา จึงไม่มีกฎตายตัวในการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการหรือวิสาหกิจชุมชนจะต้องรู้จักการนำเสนออัตลักษณ์ต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับกระแสความต้องการของผู้บริโภคในเวลาเดียวกัน มาออกแบบควบคู่ไปกับการพัฒนาความสามารถด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการผลิต ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างมาตรฐาน เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสวยงาม มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ

2. ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์

1) การสร้างกลุ่มเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการในพื้นที่ให้เข้มแข็งเป็นเสมือนกลไกสำคัญในการกำหนดราคาซื้อขาย ผู้ประกอบการควรมีการรวมกลุ่มเพื่อให้เกิดพลังในการต่อรอง และสร้างมาตรฐานให้กับสินค้า แต่ไม่ควรลอกเลียนแบบงานซึ่งกันและกัน

2) การสร้างความรู้ เป็นการเพิ่มศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ เป็นการเติมเต็มสิ่งที่ขาดและพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ให้ทันสมัย เนื่องจากผู้ประกอบการในพื้นที่ดำเนินกิจการโดยอาศัยเพียงประสบการณ์และความรู้ที่ตนเองมี ทำให้ไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน การเติมเต็มความรู้ด้านต่าง ๆ จะต้องอาศัยหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน มหาวิทยาลัย ในการเพิ่มพูนองค์ความรู้ แต่เหนือสิ่งอื่นใดผู้ประกอบการเองก็ต้องเป็นผู้ที่แสวงหาความรู้ด้วยเช่นกัน

3) ควรมีการโปรโมท ประชาสัมพันธ์ ความสำคัญ ความพิเศษของสินค้า และควรมีพื้นที่ถาวร ในการจำหน่ายสินค้าเครื่องประดับ รวมไปถึงการแสวงหาช่องทางใหม่ ๆ ในการจัดจำหน่าย เพื่อการเข้าถึงสินค้า สร้างความเชื่อมั่น และการเข้าใจในคุณภาพของวัตถุดิบ

3. ข้อเสนอแนะในการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) การออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นตราด เป็นแนวทางในการพัฒนาการออกแบบ เครื่องประดับสำหรับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตราด และจังหวัดใกล้เคียง ให้สามารถเรียนรู้และ ต่อยอดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของตนเองในเชิงสร้างสรรค์ให้มีเอกลักษณ์ ไม่ควรยึดติดกับต้นแบบที่ นำเสนอแต่ควรให้ความสำคัญกับวิธีการหรือกลยุทธ์ในการออกแบบมากกว่า

2) การออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราดไม่ได้มีรูปแบบที่ตายตัว การออกแบบเชิงสร้างสรรค์จะเน้นไปที่กระบวนการคิดที่สร้างสรรค์ ผู้ประกอบการจะต้องเรียนรู้ที่จะนำเสนอสิ่ง แปลกใหม่ให้แก่ผู้บริโภค ทั้งในเรื่องของรูปแบบ วัสดุ แนวคิด เป็นต้น หากแต่ละผู้ประกอบการนำเสนอ เครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกัน ก็ยิ่งจะเพิ่มมูลค่าและเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการมากขึ้น

3) การออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการออกแบบสร้างสรรค์ที่มีรูปแบบ การพัฒนาที่หลากหลาย วัสดุเชิงวัฒนธรรมถูกนำมาใช้มากขึ้น ซึ่งก็ถือว่าเป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจ และการสร้าง เครื่องขายในการแลกเปลี่ยนวัสดุซึ่งกันและกัน เราจะพบเครื่องประดับที่ใช้วัสดุเชิงวัฒนธรรม ที่เกิดจาก ความเชี่ยวชาญของช่างท้องถิ่นด้านต่าง ๆ เช่น ฝ้าย ไม้ เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น รวมอยู่ในงานเครื่องประดับ เหล่านั้น

4. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การออกแบบเครื่องประดับเป็นการสร้างสรรค์งานเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ทำให้มี การเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ควรมีการศึกษาความต้องการที่สอดคล้องกับกลุ่มตลาดต่าง ๆ ตลอดจนพัฒนา รูปแบบหรือแนวทางวิธีคิดในการออกแบบใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

2) การออกแบบเครื่องประดับเชิงท้องถิ่นจังหวัดตราดสามารถขยายผล ไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ เชิงท้องถิ่นอื่น ๆ ได้ หรือนำรูปแบบของการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่ อื่น ๆ โดยจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของเอกลักษณ์และวิถีของชุมชนเหล่านั้น

3) การออกแบบควรพัฒนาไปพร้อมกับการตลาดและการสร้างแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เพียง อย่างเดียวอาจไม่ตอบสนองตลาด ควรมีการพัฒนาแบรนด์สินค้า บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนภาพลักษณ์ของร้านค้าควบคู่ ไปด้วย

บรรณานุกรม

- “ย่าสาวาท” ปลาทะเลสร้อย. (2562, 14 มิถุนายน). อัมรินทร์ทีวี. เข้าถึงได้จาก <https://today.line.me/th/v2/article/2Pe08z>
- กรมธนารักษ์ สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ตราด. (ม.ป.ป.). *เกี่ยวกับจังหวัดตราด*. เข้าถึงได้จาก <https://trat.treasury.go.th/th/about/>.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, (2559). *พาณิชย์' เกาะกระแสบริโภคนิยมสินค้าอสังหาริมทรัพย์ เร่งส่งเสริมสินค้าโอท็อปและสินค้าชุมชนไทยให้เป็นที่รู้จัก*. เข้าถึงได้จาก http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=469401807.
- เกสร ธิตะจารี. (2543). การออกแบบเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- งอบใบจาก. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/nogpbaichak/prawati-khwam-pen-ma>.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2545). แนวคิดในการศึกษาอัตลักษณ์ความเป็นไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ชงคมา กมลเวชช. (2561). *รูปแบบธุรกิจเชิงวัฒนธรรม*. ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2016). *ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) : นโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมแห่งอนาคต*. เข้าถึงได้จาก <https://www.thansettakij.com/content/business/107877>
- ดิฉัน. (2560). *นักร้องแบบเครื่องประดับระดับงานศิลป์*. เข้าถึงได้จาก <https://dichan.mthai.com/story/11142.html>.
- ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์ และ พรรณารัตน์ ศรีประชุม (2554). *การศึกษาและพัฒนาารูปแบบเครื่องประดับพลอยเนื้ออ่อนของวิสาหกิจชุมชนกาญจนบุรีเพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน).
- ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์. (2562). *การศึกษาผลงานนักร้องแบบเครื่องประดับร่วมสมัยของไทยจาก พ.ศ. 2545 ถึงปัจจุบัน*. สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม, กรุงเทพมหานคร.
- ธนกฤต ใจสุตา. (2562). *เครื่องประดับอัตลักษณ์จันทบุรี : การศึกษาอัตลักษณ์เพื่อพัฒนารูปแบบเครื่องประดับเชิงพาณิชย์*. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (13) ม.ค. - มิ.ย. 62 คณะนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. หน้า 178-193

- ปิยะวรรณ ปิ่นแก้วและคณะ. (2560). *การศึกษาเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ ของจังหวัดนครปฐม*. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย ปีที่ 37(1). มหาวิทยาลัยศิลปากร. หน้า 223-244.
- พรพิมล พงนาพิมล. (2562). *การศึกษาแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับในศตวรรษ 21 เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหัตถ์ด้วยกระบวนการออกแบบ*. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม. หน้า 180-193.
- พัฒนิตา มิตรภักดี. (2561). *Creative Economy in Action*. เข้าถึงได้จาก <https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/CreativeEconomyinAction>.
- ภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์. (2562). *เครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ : รูปแบบ ความสวยงาม ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. วารสารวิจัยการออกแบบแห่งเอเชีย ปีที่ / ฉบับที่ 1 กันยายน - ธันวาคม 2562. หน้า 39 - 53
- วรชัย รวบรวมเลิศ. (2561). *เครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดกาญจนบุรี ภายใต้แนวคิดการเชื่อมต่อทางประวัติศาสตร์*. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. เล่มที่ 26. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. หน้า 276-287.
- วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ. (2526). *ศิลปะเครื่องประดับ*. กรุงเทพฯ : วิมลอร่าต.
- วรรณฤดี สุทธินรากร และคณะ. (2561). *การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดตราดเชื่อมสู่การท่องเที่ยววิถีชุมชนและเวียดนามบนพื้นฐานอัตลักษณ์ของท้องถิ่น*. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 5 (ฉบับพิเศษ) สิงหาคม 2561. หน้า 86-96.
- วัฒน์ จุฑะวิภาค. (2545). *การออกแบบเครื่องประดับ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันชัย มุกมณี, สัมภาษณ์ : วันที่ 3 เมษายน 2564.
- วิรัตน์ พิชญ์ไพบูลย์. (2520). *ความเข้าใจศิลปะ*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2526). *การออกแบบ*. กรุงเทพฯ : โอ. เอส. พรีนติ้งเฮาส์.
- _____. (2523). *ศิลปะกับความงาม*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ศิริพร แดงตุ้ย, สัมภาษณ์ : วันที่ 3 เมษายน 2564.
- ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2561). *เครื่องทองโบราณแห่งเมืองเพชรบุรี*. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaichamber.org/public/upload/file/document/0209181518190382.pdf>.
- สมชาย เป็รื่องเวช, สัมภาษณ์ : วันที่ 3 เมษายน 2564.

สะพานเป็ เท่ทั่วไทย. (2558). *ตราด [เมืองเกาะในฝัน]..ที่ต้องห้ามพลาด*. เข้าถึงได้จาก

<https://th.readme.me/p/1181>.

สำนักงานจังหวัดตราด. (2561). *ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดตราด*. เข้าถึงได้จาก <http://www.trat.go.th/admin/index.php>

สำนักงานจังหวัดตราด. (2562). *แผนพัฒนาจังหวัดตราด พ.ศ.2561 – 2564 (ฉบับทบทวน ประจำปีงบประมาณ*

พ.ศ. 2562). เข้าถึงได้จาก <http://www.trat.go.th/newweb/uploads/files/plan62.pdf>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*

(AEC). เข้าถึงได้จาก [http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/](http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/otop.pdf)

[userfiles/files/otop.pdf](http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/otop.pdf).

สิริรัตน์ โชคศิริ, สัมภาษณ์ : วันที่ 3 เมษายน 2564.

หอมรดกไทย. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก <http://www.thaiheritage.net/nation/oldcity/trat4.htm>

อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์ : การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด = Identity*. กรุงเทพฯ :

คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2546.

อรพินท์ พานทอง. (2546). *การศึกษาความเป็นไทยเพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับ*. กรุงเทพฯ :

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ภาควิชาการออกแบบ

อุตสาหกรรม.

อ้อยทิพย์ พลศรี. (2545). *การออกแบบลวดลาย*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

Andy Smith. (2018). *Nora Fok's Otherwordly, Textile Jewelry*. Retrieved from

<https://hifructose.com/2018/02/19/nora-foks-otherwordly-textile-jewelry/>

Astrid, S. (2015). Vernacular Traditional in Norwegian Jewelry Design. Past, Present, Future. *Nyeste*

utgave, Vol 8, No 1, Art. 8, page 1-14.

Bai-hui Gong and Rong Yuan. (2017). *Study of Contemporary Jewelry Design Emotional*

Expression Skills. *Journal of Arts & Humanites* 6, No 2, 2017: 57 - 61.

GIT Information Center. (2015). *เจาะพฤติกรรมทางเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับของผู้บริโภคหลากเจน*

เนอร์เรชั่น. เข้าถึงได้จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?book

[ID13187&read=true&count=true](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?book).

Invaluable. (2018). *A Guide to Vintage Costume Jewelry by the Decade*. Retrieved from

<https://www.invaluable.com/blog/vintage-costume-jewelry/>.

- Katerina Perez. (2018). Azza Fahmy: Discovering the latest collections at the brand new boutique. Retrieved from <https://www.katerinaperez.com/articles/azza-fahmy-brand-new-boutique>.
- Katerina Perez. (2019). *De Beers: 'Portraits of Nature' brings together the animal kingdom and precious minerals*. Retrieved from <https://www.katerinaperez.com/articles/de-beers-portraits-of-nature>.
- Kohchang.guru. (2019). *ประวัติเกาะช้าง*. เข้าถึงได้จาก <http://kohchang.guru/ประวัติเกาะช้าง/>.
- MARKETINGOOPS!. (2016). *พลังของ Niche Market คิดแบบเล็ก ๆ แต่ได้อะไรใหญ่ ๆ*. เข้าถึงได้จาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/the-power-of-rich-market/>
- MGR Online. (2547). *ตราด*. เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/travel/detail/9470000081909>
- MICE Intelligence Center. (2019). *รายงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์: การสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยความคิดสร้างสรรค์*. เข้าถึงได้จาก <https://intelligence.businesseventsthailand.com/th/industry/craftsmanship-report-th>.
- Natalio Martin Arroyo. (2012). *The Sourcebook of Contemporary Jewelry Design*. Barcelona, Spain: Harper Design and maomao publication.
- Readme.me. (2562). *ส่องเสน่ห์ตราด กับชุมชนบ้านไม้ริ้ว แห่งอำเภอคลองใหญ่*. เข้าถึงได้จาก <https://th.readme.me/p/29400>
- SBL บันเทิงประเทศไทย. (2561). *ตราด Tart*. เข้าถึงได้จาก https://issuu.com/sblmagazine/docs/76_trat.
- Thaimarketing. (2015). *Dae-jung-kum*. Retrieved from <http://thaimarketing.in.th/2015/03/15/dae-jung-kum-now/>.
- Trad News. (2019). *พระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่5 (เสด็จพ่อ ร.5 ของชาวตราด)*. เข้าถึงได้จาก <http://www.tradnews.com/archives/29>.
- Tratonline, (2021). *สพป.ตราด เชิญชวนผู้สนใจสมัครเข้าร่วมโครงการ “วิ่งสงادت ประถมตราด...อิ”*. เข้าถึงได้จาก <https://www.tratonline.info/archives/10282>.
- Trendvisionforecasting. (2021). *The Jewelry Trendbook Forecast 2022*. Retrieved from <https://www.trendvisionforecasting.com/trendbook-2022>

Wen Ming Liu and YuPu. (2020). *Research on Creative Product Design of Jewelry Design*. E3S Web of Conferences 236, 05018 (2021). Retrieved from https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2021/12/e3sconf_icersd_2020_05018.pdf





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย



แบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ตราด

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดตราด ผู้กำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ และเพื่อพัฒนางานออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมร่วมกับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตราด นำไปสู่การสร้างสรรค์และผลิตผลงานเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยขอความกรุณาผู้ให้สัมภาษณ์โปรดแสดงความเห็นให้มากที่สุด ซึ่งความคิดเห็นของท่าน มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

ธนกฤต ใจสุคา

ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ-นามสกุล อายุ..... ปี

อาชีพ..... ตำแหน่ง.....

วันเดือนปีที่สัมภาษณ์..... สถานที่.....

บทสัมภาษณ์ตามโครงสร้างของงานวิจัย

1. จากคำขวัญ “เมืองเกาะครึ่งร้อย พลอยแดงล้ำค่า ระกำแสนหวาน หลังอันนมาดี ยุทธนาวีเกาะช้าง สุดทางบูรพา” สามารถแสดงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราดได้ครบถ้วนหรือไม่
2. อัตลักษณ์ หรือ ตัวตน ของตราดเป็นอย่างไร
3. ภาพลักษณ์ของจังหวัดตราดเป็นอย่างไร
4. อัตลักษณ์ตราด : ด้านธรรมชาติ
 - 4.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญของจังหวัดตราดคืออะไร
 - 4.2 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของตราดส่งผลต่อวิถีชีวิต ความคิด และสังคม อย่างไร
 - 4.3 การใช้ประโยชน์จากสภาพแวดล้อมของคนตราดมีอะไรบ้าง
 - 4.4 ภาพลักษณ์ด้านธรรมชาติของจังหวัดตราดคืออะไร
 - 4.5 อัตลักษณ์ที่โดดเด่นทางด้านธรรมชาติของจันทบุรีคืออะไร
5. อัตลักษณ์ตราด : ด้านประวัติศาสตร์
 - 5.1 มุมมองทางสังคมที่สำคัญของจังหวัดตราดคืออะไร
 - 5.2 ประวัติศาสตร์ที่เกิดขึ้นส่งผลต่อวิถีชีวิต ความคิด และสังคม ของคนตราดอย่างไร
 - 5.3 สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมของคนตราดอย่างไร
 - 5.4 ภาพลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดตราดคืออะไร
 - 5.5 อัตลักษณ์ที่โดดเด่นทางด้านประวัติศาสตร์ของตราดคืออะไร
6. อัตลักษณ์ตราด : ด้านสังคมวิถีชีวิต
 - 6.1 สังคมวิถีชีวิตโดยภาพรวมของจังหวัดตราดเป็นอย่างไร
 - 6.2 ลักษณะอันโดดเด่นของสังคมวิถีชีวิตจังหวัดตราดคืออะไร
 - 6.3 อุตสาหกรรมด้านใดสร้างรายได้อย่างมากให้แก่จังหวัดตราด
 - 6.4 ภาพลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดตราดคืออะไร
 - 6.5 อัตลักษณ์ที่โดดเด่นทางด้านสังคมวิถีชีวิตของตราดคืออะไร
7. อัตลักษณ์ตราด : ด้านศิลปะวัฒนธรรม
 - 6.1 มรดกทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ของจังหวัดตราดมีอะไรบ้าง
 - 6.2 เชื้อชาติที่หลากหลายในตราด มีส่วนสำคัญในการก่อให้เกิดศิลปวัฒนธรรมของตราดอย่างไร
 - 6.3 วัฒนธรรมประเพณีที่สำคัญของตราดมีอะไรบ้าง
 - 6.4 เอกลักษณ์ทางศิลปะของจังหวัดตราดคืออะไร
 - 6.5 ศิลปหัตถกรรมที่โดดเด่นของตราดมีอะไรบ้าง



แบบสอบถามอัตลักษณ์ตราด

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดตราด ผู้กำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ และเพื่อพัฒนางานออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมร่วมกับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตราด นำไปสู่การสร้างสรรค์และผลิตผลงานเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยขอความกรุณาผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน โปรดอ่านและตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด ซึ่งคำตอบที่ได้จากความคิดเห็นของท่าน มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ การตอบแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยจะนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการทำวิจัยต่อไป

ธนกฤต ใจสุดา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. ภูมิลำเนา

- นครราชสีมา ไม่ใช่ นครราชสีมา

3. อายุ

- 15-25 ปี 26-35 ปี 36-45 ปี
 46-55 ปี 56 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
 อนุปริญญา (ปวศ.) หรือเทียบเท่า ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท
 21,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท
 40,001 – 50,000 บาท 50,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

- นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างของรัฐ
 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัทเอกชน
 อื่นๆ

ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์ที่แสดงออกแต่ละบริบทของจังหวัดตราด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องคะแนนที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มอัตลักษณ์ของตราดในบริบทต่างๆ ออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) บริบททางธรรมชาติ 2) บริบททางประวัติศาสตร์ 3) บริบททางสังคมวิถีชีวิต และ 4) บริบททางศิลปวัฒนธรรม

ข้อความที่แสดงอัตลักษณ์บริบททางธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น (เห็นด้วย)				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร					
2. เป็นเมืองสะอาด บริสุทธิ์ (Green City)					
3. เป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก					

ข้อความที่แสดงอัตลักษณ์บริบททางประวัติศาสตร์	ระดับความคิดเห็น (เห็นด้วย)				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. เป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชาติที่สำคัญ					
2. เป็นเมืองที่เต็มไปด้วยแหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุ					
3. เป็นเมืองที่ปรากฏในเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ชาติ					

ข้อความที่แสดงอัตลักษณ์บริบททางสังคมวิถีชีวิต	ระดับความคิดเห็น (เห็นด้วย)				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. เป็นเมืองเกษตร เพาะปลูก จับสัตว์น้ำ เศรษฐกิจพอเพียง					
2. เป็นเมืองพหุสังคม ผู้คนหลากหลายเชื้อชาติ เกื้อกูล หลอมรวมกัน					
3. เป็นเมืองที่ดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่าย พึ่งพาตนเอง					

ข้อความที่แสดงอัตลักษณ์บริบททางศิลปวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น (เห็นด้วย)				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร					
2. เป็นเมืองสะอาด บริสุทธิ์ (Green City)					
3. เป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก					

ส่วนที่ 3 การรับรู้ในเอกลักษณ์ที่แสดงออกแต่ละบริบทของจังหวัดตราด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) หน้าข้อความที่ท่านคิดว่าแสดงออกซึ่งเอกลักษณ์ของจังหวัดตราดในแต่ละบริบทอย่างชัดเจน (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ แต่ไม่เกิน 3 ข้อ)

1. เอกลักษณ์ทางด้านธรรมชาติของจังหวัดตราด

- เกาะช้าง ป่าชายเลน
 พลวยแดง แหล่งมงอบ
 เขี้ยวแดง หาดทราย
 อื่นๆ.....

2. เอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดตราด

- ศาลหลักเมือง วัดบูรพาภิราม
 ราชานุสาวรีย์ร. 5 หน้าศาลากลางฯ ศาลหลักเมือง
 อนุสาวรีย์ยุทธนาวีเกาะช้าง เรลลิงก์มัมปอร์
 อื่นๆ.....

3. เอกลักษณ์ทางด้านสังคมวิถีชีวิตของจังหวัดตราด

- ชุมชนคลองใหญ่ ชุมชนบ่อไร่
 ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ชุมชนบ้านไม้รูด
 ชุมชนบ้านหาดเล็ก ย่านการค้าตลาดเก่า
 อื่นๆ.....

4. เอกลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดตราด

- การจักสานคู้ม/คล้า การทำอบ หมวกใบจาก
 ภาษาพูดถิ่นตราด อาหารถิ่นตราด
 การเพาะเลี้ยงสุนัขหลังอาน ประเพณีตักบาตรเทโว
 อื่นๆ.....

ส่วนที่ 4 การรับรู้และความเข้าใจอัตลักษณ์จังหวัดตราด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องคะแนนที่ตรงกับการรับรู้ของท่าน ว่าท่านรับรู้และเข้าใจในอัตลักษณ์จังหวัดตราดในแต่ละบริบทมากน้อยเพียงใด

อัตลักษณ์ตราด	ระดับรับรู้และความเข้าใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. อัตลักษณ์ด้านธรรมชาติ					
2. อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์					
3. อัตลักษณ์ด้านสังคมวิถีชีวิต					
4. อัตลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม					

ส่วนที่ 5 คุณลักษณะที่โดดเด่นอันแสดงถึงเอกลักษณ์จังหวัดตราด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ลักษณะของคนตราด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ขยัน เข้มแข็ง และกล้าเสี่ยง กล้าลอง					
2. เป็นกันเอง มีน้ำใจ อธิยาศัยดี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่					
3. ดำเนินชีวิตเรียบง่าย สมถะ และซื่อสัตย์จริงใจ					
4. ปรับตัวเก่ง เข้ากับผู้อื่นได้ดี ยอมรับในความต่าง					
5. พุฒเสียดัง ทำอะไรรวดเร็ว ไม่ค่อยสนใจใคร					

คุณลักษณะที่โดดเด่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. เป็นเมืองสีเขียว (Green city) อากาศบริสุทธิ์ ใกล้เคียงธรรมชาติ					
2. เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ อาหารการกิน และวัฒนธรรม					
3. เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน และมีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์ชาติ					

คุณลักษณะที่โดดเด่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4. เป็นเมืองพหุสังคม หลากหลายเชื้อชาติ วัฒนธรรม					
5. เป็นเมืองทำเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวของภาคตะวันออก					
6. เป็นเมืองชายทะเล อุดมสมบูรณ์ด้วยธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยว					
7. เมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวิถีชุมชน					

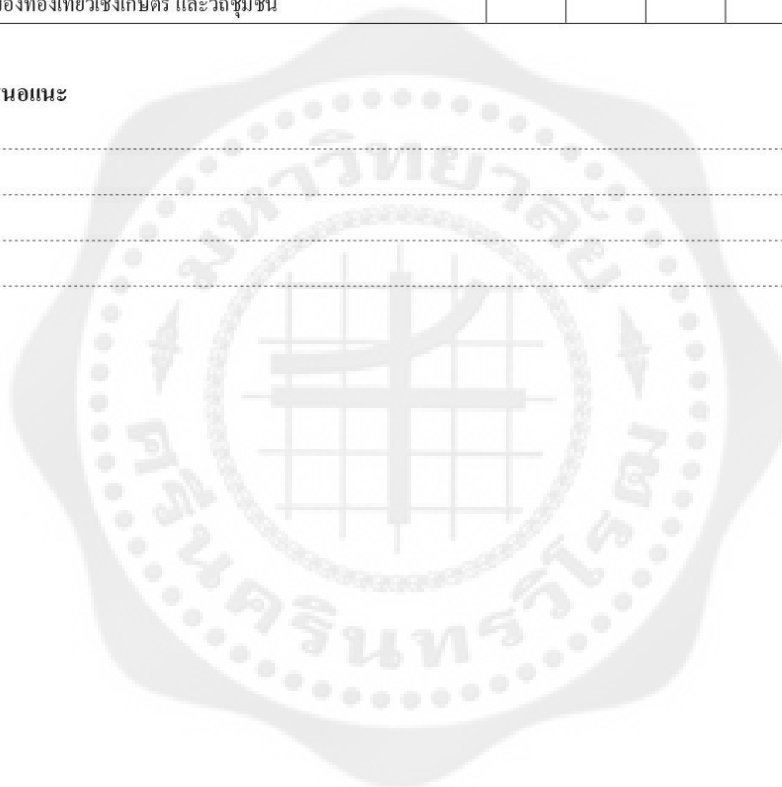
ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....





แบบสอบถามเบื้องต้นประกอบศิลปอุตสาหกรรม

คำชี้แจง

แบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของ โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม จังหวัดตราด ผู้กำหนดกลยุทธ์แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์ และเพื่อพัฒนางานออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมร่วมกับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตราด นำไปสู่การสร้างสรรค์และผลิตผลงานเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม ผู้วิจัยขอความกรุณาผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน โปรดอ่านและตอบแบบประเมินให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด ซึ่งคำตอบที่ได้จากความคิดเห็นของท่าน มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัยในครั้งนี้

ธนกฤต ใจสุดา

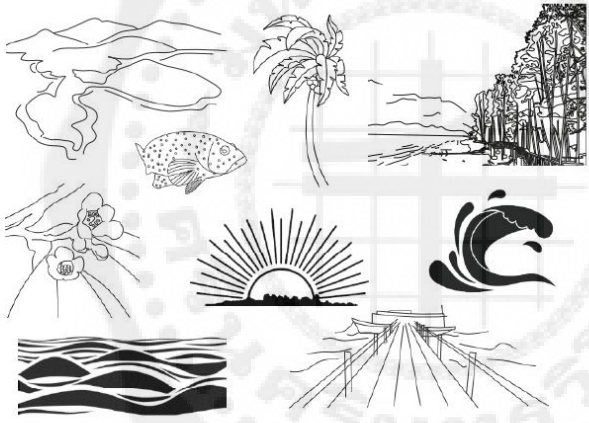

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้เข้าร่วม

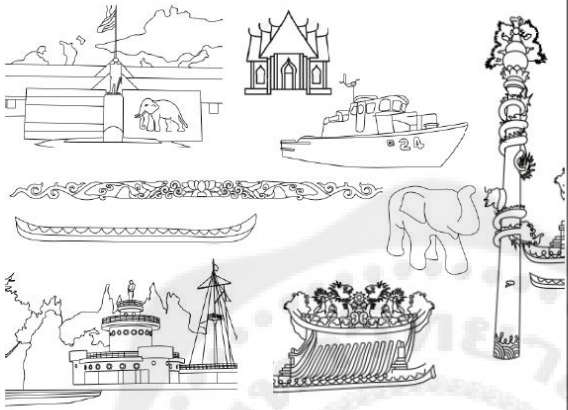

- 1) ชื่อ.....นามสกุล.....
- 2) ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
- 3) ตำแหน่ง.....
- 4) สังกัด/บริษัท/หน่วยงาน.....
- 5) ประสบการณ์ในด้านอัญมณีและเครื่องประดับ.....ปี
- 6) ความเชี่ยวชาญพิเศษด้านอัญมณีและเครื่องประดับ.....
.....
- 7) ที่อยู่.....
.....

ส่วนที่ 2 การประเมินองค์ประกอบศิลป์อัตลักษณ์จังหวัดตราด


คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องตาราง ที่มีค่าคะแนนสอดคล้องกับความคิดเห็นของท่าน โดยค่าคะแนน
ความคิดเห็น ใช้เกณฑ์การประเมินแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้



- | | |
|-----------|------------------------------------|
| 5 หมายถึง | ระดับความคิดเห็น เหมาะสมมากที่สุด |
| 4 หมายถึง | ระดับความคิดเห็น เหมาะสมมาก |
| 3 หมายถึง | ระดับความคิดเห็น เหมาะสมปานกลาง |
| 2 หมายถึง | ระดับความคิดเห็น เหมาะสมน้อย |
| 1 หมายถึง | ระดับความคิดเห็น เหมาะสมน้อยที่สุด |

การประเมินองค์ประกอบศิลป์ อัตลักษณ์ตราด บริบทธรรมชาติ	เกณฑ์การประเมิน				
	1	2	3	4	5
องค์ประกอบศิลป์ตัวแทน					
					
สีตัวแทน					
					

การประเมินองค์ประกอบศิลป์ อัตลักษณ์ตราด บริบทประวัติศาสตร์	เกณฑ์การประเมิน				
	1	2	3	4	5
องค์ประกอบศิลป์ตัวแทน					
					
สีตัวแทน					
					

การประเมินองค์ประกอบศิลป์ อัตลักษณ์ตราด บริบทสังคมวิถีชีวิต	เกณฑ์การประเมิน				
	1	2	3	4	5
องค์ประกอบศิลป์ตัวแทน					
					

การประเมินองค์ประกอบศิลป์ อัตลักษณ์ตราด บริบทสังคมวิถีชีวิต	เกณฑ์การประเมิน				
	1	2	3	4	5
สีตัวแทน					
					

การประเมินองค์ประกอบศิลป์ อัตลักษณ์ตราด บริบทศิลปวัฒนธรรม	เกณฑ์การประเมิน				
	1	2	3	4	5
องค์ประกอบศิลป์ตัวแทน					
					
สีตัวแทน					
					

ส่วนที่ 3 การประเมินแบบร่างเครื่องประดับ

ผลงานแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด ผู้วิจัยทำการศึกษารวบรวมอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด วิเคราะห์และจัดจำแนกอัตลักษณ์ตราดออกเป็น 4 บริบท คือ 1.บริบททางด้านธรรมชาติ 2. บริบททางด้านประวัติศาสตร์ 3. บริบททางสังคมวิถีชีวิต และ 4. บริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม นำไปสู่การสังเคราะห์เพื่อ ออกแบบผลงานเครื่องประดับ ด้วยแนวคิดการออกแบบสร้างสรรค์

คำชี้แจง

แบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด มีจำนวน 12 เซต แบ่งแบบร่างเครื่องประดับตามอัตลักษณ์ของตราดในบริบทต่างๆ ดังนี้คือ

1. แบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดบริบททางด้านธรรมชาติ จำนวน 3 เซต
2. แบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดบริบททางด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 3 เซต
3. แบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดบริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต จำนวน 3 เซต
4. แบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดบริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม จำนวน 3 เซต

โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องตาราง ที่มีค่าคะแนนสอดคล้องกับความคิดเห็นของท่าน โดยค่าคะแนนความคิดเห็น ใช้เกณฑ์การประเมินแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เหมาะสมมากที่สุด
4 หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เหมาะสมมาก
3 หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เหมาะสมปานกลาง
2 หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เหมาะสมน้อย
1 หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เหมาะสมน้อยที่สุด

แบบร่างเครื่องประดับอัญมณีตราด

แนวคิดการออกแบบ

กำหนดหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไข (Design Criteria) ของการออกแบบ ควบคุมไป โดยข้อตกลงหรือเงื่อนไขในการออกแบบเครื่องประดับอัญมณีจังหวัดตราด นี้มีดังนี้

1) การออกแบบจะต้องแสดงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด โดยการผสมผสานเอกลักษณ์ในแต่ละบริบทของจังหวัดตราดเข้าไว้ด้วยกัน โดยแสดงออกในลักษณะสร้างสรรค์

2) การออกแบบจะต้องมีความทันสมัย สอดคล้องกับกระแสการออกแบบ (Trends) โดยออกแบบเป็นเครื่องประดับที่มีลักษณะร่วมสมัย

3) เครื่องประดับจะต้องแสดงคำสำคัญ (Key words) ที่กำหนดได้อย่างชัดเจน

4) การออกแบบจะต้องสอดคล้องกับการผลิตเชิงพาณิชย์ และมีรูปแบบที่ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค

5) เครื่องประดับจะต้องมีคุณค่าควบคู่ไปกับมูลค่า สร้างความโดดเด่นให้แก่ผู้สวมใส่

ออกแบบเครื่องประดับอัญมณีตราด ใช้รูปแบบการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ โดยการผสมผสานอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านต่างๆ เข้าด้วยกันใน 1 ชิ้นงาน ซึ่งจะสะท้อนอัตลักษณ์ตราดในภาพรวมให้ได้มากที่สุด โดยยังคงมีความสอดคล้องกับกระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 (Jewelry Trend Design 2022) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดอัตลักษณ์ที่จะนำมาออกแบบประกอบด้วย ความสวยงามของท้องทะเลตราด พลอยแดงปอไร่ ดอกกฤษณา งานจักสานงอบ และอื่นๆ โดยทำการร่างแบบและพัฒนาเป็นชุด

การวางกลุ่มตลาดและผู้บริโภค

Demographic

ผู้หญิง กลุ่มอายุระหว่าง 46-55 ปี
เครื่องประดับกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง
อาศัยในเขตเมือง หรือย่านธุรกิจ พื้นที่เจริญ

Psychographic

ทันสมัยใหม่ เข้าใจธรรมชาติ เปิดรับสิ่งใหม่
ให้คุณค่ากับงานออกแบบ มีเอกลักษณ์ มีเรื่องราว
มีรสนิยม ทันสมัย เป็นตัวของตัวเอง

กระดานแรงบันดาลใจ



แบบร่างที่ 1 ชื่อผลงาน : Hello Trad

>>Materials
Silver 925
Ruby
Topaz

อัตถิภาวน์ที่นำมาออกแบบ

1. พระอาทิตย์ขึ้นเหนือทะเล : ภาพของพระอาทิตย์ขึ้นเหนือทะเลที่จังหวัดภูเก็ต ได้รับพระอาทิตย์
2. ทะเล : เสียงสายคลื่นกระทบโขดหิน เป็นคลื่นทะเล เกือบทั้งหมด ของภูเก็ต
3. วิถีโบราณ : เป็น โครงสร้างสามเหลี่ยม สี่เหลี่ยมจากหน้าวัดคุณมีเจ้าคุณไปเสนาญโบราณ วัดป่าตองภูเก็ต
4. พลอยแดงตราด : เป็น วิถีประมง ด้วยของมีคุณมีตราด

ส่วนที่ 1 การประเมิน

เกณฑ์ประเมินแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด (แบบร่างที่ 1)	ระดับคะแนนประเมินความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
ความสวยงามด้านรูปแบบและองค์ประกอบศิลป์					
ความแปลกใหม่และน่าสนใจของชิ้นงาน					
ความสอดคล้องกับลักษณะของผู้บริโภคและแนวทางการออกแบบ					
ความสัมพันธ์ของวัสดุและการออกแบบ					
ความสะดวกสบายในการสวมใส่					
สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ด้วยรูปตัวแทน (สัญลักษณ์) ผ่านการออกแบบได้ชัดเจน					
แสดงออกถึงอัตลักษณ์ตราดได้ชัดเจน					
ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์					

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

แบบร่างที่ 2 ชื่อผลงาน : Amazing Tard

>>Materials
Silver 925
Ruby
Eaglewood

อัตถิภาวน์ที่นำมาออกแบบ

1. งานศิลปกรรมไทย : มีรูปทรงของเครื่องประดับที่กลมกลืนกัน ในงานศิลปกรรมไทย
2. สวรรค์ : ใช้หินสีของพระอาทิตย์ขึ้นเหนือทะเล เป็นงานศิลปกรรม
3. ไม้กฤษณา : เป็นวัสดุประกอบ สิวทองอันมีประจักษ์ชัดตราด
4. พลอยแดงตราด : เป็น วิถีประมง ด้วยของมีคุณมีตราด

ส่วนที่ 1 การประเมิน

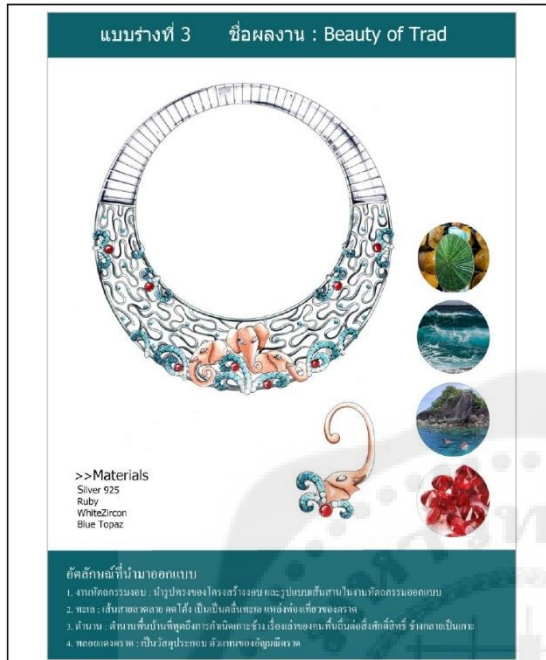
เกณฑ์ประเมินแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด (แบบร่างที่ 2)	ระดับคะแนนประเมินความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
ความสวยงามด้านรูปแบบและองค์ประกอบศิลป์					
ความแปลกใหม่และน่าสนใจของชิ้นงาน					
ความสอดคล้องกับลักษณะของผู้บริโภคและกลุ่มตลาด					
ความสัมพันธ์ของวัสดุและการออกแบบ					
ความสะดวกสบายในการสวมใส่					
การสื่อสารอัตลักษณ์ด้วยรูปตัวแทน (สัญลักษณ์) ผ่านการออกแบบ					
แสดงออกถึงอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านธรรมชาติได้ชัดเจน					
ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์					

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....



ส่วนที่ 1 การประเมิน

เกณฑ์ประเมินแบบร่างเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด (แบบร่างที่ 3)	ระดับคะแนนประเมินความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
ความสวยงามด้านรูปแบบและองค์ประกอบศิลป์					
ความแปลกใหม่และน่าสนใจของชิ้นงาน					
ความสอดคล้องกับลักษณะของผู้บริโภคและกลุ่มตลาด					
ความสัมพันธ์ของวัสดุและการออกแบบ					
ความสะดวกสบายในการสวมใส่					
การสื่อสารอัตลักษณ์ด้วยรูปตัวแทน (สัญลักษณ์) ผ่านการออกแบบ					
แสดงออกถึงอัตลักษณ์ตราดในบริบทด้านธรรมชาติได้ชัดเจน					
ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์					

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....



แบบสอบถามความพึงพอใจผู้ร่วมอบรมออนไลน์โครงการการพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับ

เชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมออนไลน์โครงการการพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด ที่จัดขึ้นในวันที่ 20 พฤษภาคม 2564 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดโครงการอื่นๆ ต่อไป

ธนกฤต ใจสุดา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย หญิง

2. ภูมิลำเนา

คนตราด ไม่ใช่คนตราด

3. อายุ

15-25 ปี 26-35 ปี 36-45 ปี
 46-55 ปี 56 ปีขึ้นไป

4. ท่านได้รับข่าวสารการอบรมนี้จากแหล่งใด (โปรดระบุ)

.....

.....

ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจของท่านต่อการจัดโครงการด้านต่างๆ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องคะแนนที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดย 5 คะแนน หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด, 4 คะแนน หมายถึง พึงพอใจมาก, 3 คะแนน หมายถึง พึงพอใจปานกลาง, 2 คะแนน หมายถึง พึงพอใจน้อย, และ 1 คะแนน หมายถึง พึงพอใจน้อยมาก

ข้อความที่แสดงอัตลักษณ์บริบททางธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น (พึงพอใจ)				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยมาก 1
1. โครงการอบรมเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจของท่าน					
2. หัวข้อการอบรมมีความน่าสนใจ สอดคล้องกับความต้องการของท่าน					
3. วิทยากรบรรยายมีความรู้ความสามารถ					
4. ความรู้ที่ได้สามารถนำไปต่อยอดได้					
5. ระยะเวลาในการจัดอบรมมีความเหมาะสม					
6. รูปแบบการจัดอบรมมีความเหมาะสมกับโครงการและสถานการณ์					
7. การรับข้อมูลข่าวสารและการติดต่อ					
8. ความพึงพอใจต่อภาพรวมของการจัดโครงการฯ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข. รายนามผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัย

รายนามผู้ให้ข้อมูลด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดตราด

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1	นายวันชัย มุกมณี	เจ้าของร้านต้นพลอย
2	นางสาวศิริรัตน์ โชคศิริ	เจ้าของร้านหยกมณี
3	นายฐิติพันธ์ หูวง	ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์เมืองอัญมณี

รายนามผู้ให้ข้อมูลด้านอัตลักษณ์จังหวัดตราด

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1	รองศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์มาศ สุขสิริก	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
2	อาจารย์อัฐฉญา แพทย์ศาสตร์	คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
3	นายปราโมทย์ ดุละล้มพะ	นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเขาสมิง จังหวัดตราด
4	ดร.นภาพร เลียดประดม	นักวิชาการและช่างภาพอิสระ
5	อาจารย์สมโภชน์ วาสุกกรี	ผู้ทรงคุณวุฒิของจังหวัดตราด
6	นางสาวพัชรพร เต่าทอง	เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถานเมืองตราด
7	ดร.สุทรวัลย์ อิ่มอุไร	นักวิชาการอิสระ

รายนามผู้เชี่ยวชาญประเมินองค์ประกอบศิลป์และแบบร่างเครื่องประดับอัญมณีจันทบุรี

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1	รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา ชูครุวงศ์	อาจารย์ภาควิชาวัสดุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2	รองศาสตราจารย์ วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ	อาจารย์สาขาวิชาการออกแบบ คณะศิลปกรรม ศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมลักษณ์ วรรณกุล กิเยลาโรว่า	อาจารย์ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะ วิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
4	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทรา ศรีสุโข	อาจารย์สาขาวิชาอัญมณีศาสตร์ คณะเทคโนโลยี อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
5	คุณพ้อง พรสมิทธิกุล	เจ้าของบริษัท บริษัทสมิทธิจิวเวลรี่จำกัด

ภาคผนวก ค.

เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

MF-04-version-2.0

วันที่ 18 ต.ค. 61



หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและยินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย SWUEC- 033/2564E

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจาก คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและ ข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อโครงการวิจัยเรื่อง: การพัฒนาอัลกซ์ซันเครื่องประดับเงินวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด

ชื่อผู้วิจัยหลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนฤต ใจสุตา

สังกัด: คณะศิลปกรรมศาสตร์

เอกสารที่รับรอง:

1. แบบเสนอโครงการวิจัย
2. โครงการวิจัย
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย
4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

เอกสารที่พิจารณาทบทวน

1. แบบเสนอโครงการวิจัย	ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 27 เม.ย. 2564
2. โครงร่างการวิจัย	ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 27 เม.ย. 2564
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย	ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 27 เม.ย. 2564
4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย	ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 27 เม.ย. 2564

(ลงชื่อ).....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทันตแพทย์หญิงณปภา เอี่ยมจิตรกุล)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

(ลงชื่อ).....

(แพทย์หญิงสุรีพร ภัทรสุวรรณ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

หมายเลขรับรอง : SWUEC/E-033/2564

วันที่ให้การรับรอง : 27/04/2564

วันหมดอายุใบรับรอง : 27/04/2565

1461

ภาคผนวก ง. รายงานผลการจัดการจัดโครงการอบรมให้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่

**โครงการ การอบรมเชิงปฏิบัติการ
การพัฒนาเครื่องประดับอัตลักษณ์เชิงท้องถิ่นจังหวัดตราด**

วันที่ 20 พฤษภาคม 2564

เวลา 9:00 – 16:00 น.

.....

1. หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ใน 10 อันดับแรกของ สินค้าที่สร้างมูลค่าและรายได้ให้แก่ประเทศไทยมาตลอด ด้วยความสำคัญของอุตสาหกรรมนี้เองทางคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบตามหลักการและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับโลก” โดยมุ่งเน้นมาตรการสนับสนุน 3 มาตรการ คือ 1) มาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก 2) มาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และ 3) มาตรการส่งเสริมด้านการตลาด ซึ่งมาตรการดังกล่าวมีการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในมิติต่างๆ อย่างบูรณาการและครอบคลุมการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับก็เป็นหนึ่งในมาตรการการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ในปัจจุบันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดที่ถูกนำมากล่าวถึงและมีการใช้ประโยชน์ในวงกว้าง ในการพัฒนาสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมต่างๆ รวมไปถึงอุตสาหกรรมเครื่องประดับ พันธिता มิตรภักดี (2561) กล่าวว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และไอเดียใหม่ๆ ของปัจเจกบุคคล ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และมีความหมายครอบคลุมทุกกิจกรรมในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวอาจมีองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรมหรือไม่ก็ได้ ซึ่งจะกว้างกว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ที่มุ่งเน้นการผันศิลปะและวัฒนธรรมให้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรม และส่งออกผ่านเครื่องมือทางสื่อ ซึ่งหลายๆ ประเทศได้ใช้เป็นแนวทางในการส่งออกวัฒนธรรมของประเทศไปสู่สากล สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เรียกว่า 2nd Wave S-curve ที่ต้องได้รับการปรับปรุงและนำเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์มาใช้เพื่อให้อุตสาหกรรมสามารถเติบโตได้ต่อไป ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น (อุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ) และกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุ (อุตสาหกรรมโลหะ อโลหะ ไม้ แก้ว กระจก

ปูนซีเมนต์ และเซรามิก) (ฐานเศรษฐกิจ, 2016) ดังนั้น ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจึงต้องมีการปรับตัวและยกระดับสินค้าให้เกิดเอกลักษณ์ที่แสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ของตนเองให้มากขึ้น โดยใช้วัฒนธรรมไทยหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นฐานในการออกแบบและพัฒนา สร้างเรื่องราวและรูปแบบใหม่ ให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดย MICE Intelligence Center (2019) ได้กล่าวถึง แรงขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้วยความสร้างสรรค์ ไว้ว่า เอกลักษณ์ของสินค้าและการออกแบบของประเทศไทยคือความประณีตวิจิตรงดงามและความทุ่มเทร่างกายแรงใจของช่างฝีมือไทย ซึ่งจุดเด่นที่กล่าวมาข้างต้นนี้คือสิ่งที่เครื่องจักรในยุคปัจจุบันยังไม่สามารถทำได้ ฝีมือของช่างคนไทยเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่ามีความชำนาญในการเจียรไนเพชรพลอยด้วยเทคนิคดั้งเดิมตามท้องถิ่นที่ตกทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้สินค้าเครื่องประดับทำมือจากไทยเป็นที่ต้องการกันในหมู่นักซื้อขายเพชรและเครื่องประดับทั่วโลก งานหัตถศิลป์จึงถือเป็นปัจจัยหลักของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่ได้รับการยอมรับในด้านความละเอียดลออและการออกแบบสินค้าที่งดงาม อีกทั้งเครื่องประดับที่ผลิตในแต่ละภาคของประเทศ มีรูปแบบ เอกลักษณ์ และกระบวนการผลิตที่ต่างกันออกไป ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์และประวัติศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ออกมาบนตัวของเครื่องประดับนั้น ๆ

แหล่งผลิตอัญมณีของไทยที่สำคัญและเป็นที่รู้จักคือ จันทบุรี และตราด โดยจังหวัดตราดเป็นแหล่งผลิตพลอยสีแดงที่มีชื่อเสียงที่เรียกว่า “ทับทิมสยาม” จึงเกิดกิจกรรมการทำเหมืองแร่และการรวมกลุ่มกันในการทำกิจการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในเวลาต่อมา ผู้ประกอบการมีความสามารถที่โดดเด่นในด้านทักษะและความประณีตของฝีมือแรงงาน รวมถึงการมีภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเจียรไน โดยใช้อัญมณี (ทับทิม) ที่มีแหล่งกำเนิดภายในท้องถิ่นและต่างประเทศมาสร้างสรรค์เครื่องประดับ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกัน เกิดการขายตัดราคา ผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนางานออกแบบ ทำให้เครื่องประดับที่ขายมีรูปร่างจำเจ ไม่น่าสนใจ และขาดอัตลักษณ์หรือตัวตนของสินค้า

ทางสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ได้จัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” ขึ้นเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้และแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับที่ใช้เอกลักษณ์วัฒนธรรมของจังหวัดตราดเป็นแรงบันดาลใจ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดตราดและผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้เพิ่มพูนทักษะ และพัฒนาศักยภาพของตนเองในการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น และเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. รายละเอียดโครงการ

การพัฒนาเครื่องประดับอัตลักษณ์เชิงท้องถิ่นจังหวัดตราด เป็นโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับ โดยใช้อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดตราดเป็นแรงบันดาลใจ เพื่อให้เกิดเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ โดยเปิดรับสมัครผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และบุคคลทั่วไปที่สนใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเข้าร่วมอบรม ซึ่งการอบรมใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 2 วัน โดยผู้อบรมที่เข้าร่วมจะได้มีโอกาสในการพัฒนาแนวคิด นำเสนอไอเดียในการสร้างสรรค์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมอัตลักษณ์จังหวัดตราดร่วมกับอาจารย์และทีมนักวิจัยของโครงการ โดยผู้อบรมที่มีผลงานที่ผ่านการคัดเลือก จำนวน 2 ท่าน จะได้รับการผลิตเป็นผลงานจริง เพื่อจัดแสดงเผยแพร่ในนิทรรศการของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับ (องค์กรมหาชน) ในลำดับต่อไป

3. วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านการออกแบบเครื่องประดับและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นฐานในการพัฒนาให้แก่ผู้ประกอบการ
2. เพื่อคัดสรรผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับร่วมกับทีมนักวิจัย
3. เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทางด้านการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมให้เกิดการใช้ประโยชน์และการต่อยอดธุรกิจ

4. เป้าหมาย

ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในเขตพื้นที่ จังหวัดตราด จำนวน 20 ราย

5. การดำเนินโครงการ

การอบรมเชิงปฏิบัติการ จัดในรูปแบบออนไลน์ ผ่านระบบ Zoom และถ่ายทอดการอบรมผ่านช่องทาง Face book Live ที่ <https://www.facebook.com/tradjewelryproject>.

6. ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ

ระหว่างวันที่ 20 พฤษภาคม 2564

7. งบประมาณ

งบประมาณจากโครงการวิจัย การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด จำนวน 20,000 บาท (สองหมื่นบาทถ้วน) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ค่าจ้างจัดการประชุมรูปแบบออนไลน์	จำนวน 10,000 บาท
2. ค่าจ้างวิทยากรบรรยายและผู้ดำเนินรายการ	จำนวน 10,000 บาท
	รวม 20,000 บาท

หมายเหตุ วงเงินจากส่วนของค่าใช้จ่ายในงบวิจัย

8. วิทยากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกฤต ใจสุตา	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ดร. พรนารี ชัยดิเรก	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ สิริวิภา วิมุกตายน	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
อาจารย์ วิมลสิน สันตจิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้รับการฝึกอบรม ได้รับความรู้ แนวคิด แนวทาง ในการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมจังหวัดตราด
2. ผู้รับการฝึกอบรมสามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ ถ่ายทอดแนวคิด แรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมจังหวัดตราด ในมุมมองของตนเองที่สามารถผลิตได้จริงในเชิงพาณิชย์
3. ผู้รับการฝึกอบรม เกิดเครือข่ายที่ใช้แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องประดับ และการทำธุรกิจ

10. ผลผลิตของโครงการ

จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในเขตพื้นที่ จังหวัดตราด จำนวน 20 ราย ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบ และสามารถพัฒนาเครื่องประดับจากอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราดได้

11. ผลลัพธ์ของโครงการ

ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในเขตพื้นที่ จังหวัดตราด ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้และมีผลการประเมินโครงการในภาพรวมอยู่ระดับดี และผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 2 ราย ได้รับคัดเลือกให้พัฒนาและผลิตเครื่องประดับต้นแบบร่วมกับโครงการวิจัย

12. ผู้รับผิดชอบโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต ใจสุดา สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ ศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

13. ผู้ประสานงานโครงการ

นาย สิทธีชัย เทพรส โทรศัพท์ 095-1638877 อีเมล sittichait@swu.ac.th



แผนการดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ
การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด
อบรมผ่านระบบออนไลน์

-
- 9:00-10:00 น. ลงทะเบียน รับเอกสารการอบรมออนไลน์
- 10:00-10:30 น. - ประธานกล่าวเปิดงาน การดำเนินการอบรมออนไลน์ “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” เพื่ออนุรักษ์และพัฒนาเครื่องประดับไทยเชิงพาณิชย์
 - แนะนำโครงการวิจัย วิทยากร หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 10:30-12:30 น. - บรรยายเรื่อง แนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับปี 2022+
 โดย ดร. พรนารี ชัยดิเรก
 - บรรยายเรื่อง ธุรกิจออนไลน์กับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม
 โดย อาจารย์สิริวิภา วิมุกตายน
- 12:00-13:30 น. พักร่าง/รับประทานอาหาร
- 13:30-15:30 น. บรรยายเรื่อง การหยิบอัตลักษณ์มาสร้างเอกลักษณ์ให้เครื่องประดับ
 โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชนกฤต ใจสุดา
 บรรยายเรื่อง การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับ
 โดย อาจารย์ วิมลสิน สันตจิต
- 15:30-16:30 น. ปฏิบัติการค้นหาอัตลักษณ์ การสร้างผังความคิด “Mood board” ค้นคว้า เรียบเรียงข้อมูล สรุปข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบ ให้แนวคิดกับผู้ประกอบการ นำกลับไปพัฒนาแบบร่างเครื่องประดับ พร้อมส่งกลับมาให้ทางผู้ประสานงานโครงการ เพื่อดำเนินการให้ทีมวิจัยคัดเลือกผลงานและพัฒนาสู่ชิ้นงานจริงต่อไป

สรุปภาพรวมเนื้อหา

เมื่อวันพฤหัสบดี ที่ 20 พฤษภาคม 2564 คุณสุเมธ ประสงค์พงษ์ชัย ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นประธานเปิดการอบรมเชิงปฏิบัติการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกฤต ใจสุตา หัวหน้าโครงการ เป็นผู้กล่าวรายงาน วัตถุประสงค์ของการจัดอบรม คุณสิทธิชัย เทพรส เป็นผู้ดำเนินรายการ จัดการบรรยายในรูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ Zoom และถ่ายทอดการอบรมผ่านระบบ Facebook Live โดยแบ่งเนื้อหาสาระในการบรรยายสรุปได้ดังนี้

1. แนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับปี 2022+ (บรรยายโดย ดร. พรนาริ ชัยดิเรก) สาระสำคัญสรุปได้ว่า แนวโน้มของการเติบโตของการส่งออกเครื่องประดับในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2015 จนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มส่งออกไปยังยุโรป อเมริกา ละติน มักจะอ้างอิงกับความต้องการของตลาด นั้นเป็นเหตุผลว่าทำไมเราถึงต้องรับรู้ถึงเทรนด์ของเรื่องประดับในปีต่อ ๆ ไป เพื่อให้เรานั้นรับรู้รูปแบบสินค้าในตลาดโลก แนวทางการออกแบบใหม่ ๆ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ความนิยม สีสันทันและวัสดุ เพื่อเป็นข้อมูลในการลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสในการขาย โดยเทรนด์ในปี 2022 นั้นเทรนด์ที่โดดเด่นสรุปได้ว่า การออกแบบนั้นจะต้องคำนึงถึงเทคโนโลยีมากขึ้น ความแตกต่างของมนุษย์โลก ความหลายหลายทางอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมเกี่ยวกับเรื่องเพศ และทิศทางอนาคตความกลมกลืนของมนุษย์กับเครื่องจักรกล ลักษณะของเครื่องประดับที่ออกแบบในเทรนด์2022 จะมีลักษณะเด่นด้วยกัน 4 รูปแบบคือ 1.ความเป็นธรรมชาติ การอ้างอิงถึงธรรมชาติ 2. การออกแบบที่เรียบง่ายเน้นโทนสีขาว เรียบหรูมีเอกลักษณ์ 3. การออกแบบที่เรียบง่ายแต่ทรงพลัง ความเป็น unisex เน้นรูปทรงเรขาคณิต 4.สีสันทันและเอกลักษณ์เครื่องประดับที่หายาก วัสดุทางเลือกตลอดถึงการประยุกต์ใช้วัสดุที่แตกต่างกัน

2. ธุรกิจออนไลน์กับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (บรรยายโดย อาจารย์สิริวิภา วิมุกตายน) สาระสำคัญสรุปได้ว่า การทำการตลาดโดยการโปรโมทหรือบริการผ่านสื่อดิจิทัลสามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค เพื่อยอดขายโดยใช้กลยุทธ์ต่างๆโดยธุรกิจออนไลน์สามารถสื่อสาร ให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่เราขาย นำเสนอแบรนด์สินค้าของตัวเอง การโต้ตอบลูกค้า ศึกษาและสำรวจการตลาดตามทันเทคโนโลยี รวมถึงการนำเสนอที่ดีมีสไตล์ของตนเองและยังต้องสม่ำเสมอในการทำการตลาดบนออนไลน์ ซึ่งคือหัวใจสำคัญ อย่างแรกในโลกการขายออนไลน์เราต้องรู้จักสินค้าของตนเองว่าเป็นสินค้าประเภทไหน เน้นขายใคร จุดแข็งของสินค้าเราคืออะไร เราต้องหาความแตกต่างในสินค้าให้เจอ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบที่ดี สินค้าที่มาจากภูมิปัญญา การเล่าเรื่องราวของสินค้า การผลิตสินค้าที่แตกต่างจากร้านคู่แข่ง เหล่านี้เราสามารถมานำเสนอในการขายออนไลน์ได้ทั้งหมด ซึ่งถ้าต้องการประสบความสำเร็จในการขายออนไลน์ เราจำเป็นต้องมีคอนเทนต์ที่ดี ภาพถ่ายสินค้าที่มีคุณภาพ

3. การหยิบอัตลักษณ์มาสร้างเอกลักษณ์ให้เครื่องประดับ (บรรยายโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกฤต ใจสุตา) สาระสำคัญสรุปได้ว่า ทูนาทางวัฒนธรรมมีด้วยกัน 2 ประเภท คือ แบบจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ ทูนาทาง

วัฒนธรรมเป็นเสมือนสมบัติที่เราจะนำไปใช้ประโยชน์หรือเอกลักษณ์ที่ใส่ลงไปในการผลิตผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการ สถานที่ สภาพแวดล้อม การตกแต่งสถานที่ การสื่อสาร เป็นต้น การสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ด้วยวัฒนธรรม คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์แบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การแปรรูปทุนทางวัฒนธรรมเป็นสินค้า การใส่เรื่องราว ลวดลาย โทนสี ในส่วนของเครื่องประดับที่มีแรงบันดาลใจจากทุนทางวัฒนธรรมจะสะท้อนตัวตนผ่านรูปแบบและวัสดุ การออกแบบจากศิลปะ สถาปัตยกรรม งานหัตถกรรม การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ บวกกับโทนสี องค์ประกอบของเส้น ในการออกแบบ เพิ่มความคิดสร้างสรรค์ลงไปจากวัสดุ จากกระบวนการผลิต ลวดลายรูปทรง แนวคิดความเชื่อ ในเรื่องต่าง ๆ ของวัฒนธรรมนั้น ๆ ขั้นตอนในการออกแบบจากทุนทางวัฒนธรรมจะเริ่มต้นด้วยการศึกษาสืบค้น ข้อมูล การวิเคราะห์เอกลักษณ์ กำหนดแนวทางการออกแบบ การจัดองค์ประกอบ การเลือกใช้วัสดุ จนถึง การคัดเลือกแบบ พัฒนาแบบ และสุดท้ายการผลิตชิ้นงาน อัตลักษณ์ตราที่ผู้วิจัยนำมาออกแบบเริ่มจากการวิเคราะห์ คำขวัญของจังหวัด สอบถามผู้เชี่ยวชาญ ลงพื้นที่เก็บข้อมูล ซึ่งได้วิเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็น 4 บริบท 1.บริบท ธรรมชาติ 2.บริบทประวัติศาสตร์ 3.บริบทสังคมวิถีชีวิต 4.บริบทศิลปะวัฒนธรรม นำไปสู่การออกแบบ เครื่องประดับจากอัตลักษณ์ตรา ได้ทั้ง 3 รูปแบบ โดยมีแนวคิดที่โดดเด่นแตกต่างกันออกไป โดยแบบที่ 1 ได้นำ รูปทรงของหลังคาอุโบสถวัดบุปผารามและรูปทรงของออบผสมผสานกับลวดลายของน้ำที่สื่อถึงทะเลและพลอย หับทิมทิมที่สื่อถึงพระอาทิตย์ขึ้นในภาคตะวันออก รูปแบบที่ 2 การออกแบบจะเน้นโครงสร้างงานหัตถกรรมรอบ และ ลวดลายสะพานวัดใจชุมชนบ้านน้ำเขียว รวมถึงเพิ่มวัสดุไม้กฤษณาลงไปในงานออกแบบเครื่องประดับด้วย 3.รูปแบบที่ 3 เป็นการเน้นเรื่องราวของเกาะช้างและทะเล

4. การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับ (บรรยายโดย อาจารย์วิมลสิน สันตจิต) สารสำคัญสรุปได้ว่า Mood board เป็นเสมือนตัวรวบรวมความคิด ไอเดียสร้างสรรค์ต่าง ๆ มาอยู่ด้วยกันใน กระดานแผ่นเดียว เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบก่อนเริ่มต้นทำงานจริง การรวมรูปภาพ ข้อความ วัสดุ โทนสี กลุ่มเป้าหมาย อารมณ์ของงาน มีประโยชน์ช่วยรวบรวมแนวทางไอเดียของนักออกแบบ ช่วยในเรื่องการ นำเสนอ การจัดเรียงความคิด ช่วยอธิบายเรื่องราวในงานออกแบบ สิ่งนี้นักออกแบบต้องมีในการทำ Mood board คือ ภาพที่สามารถสื่อความหมายได้ดีให้อารมณ์ความรู้สึกที่สื่อความหมายไปสู่การออกแบบ ภาพแต่ละ ภาพต้องบอกถึงทิศทางการออกแบบ ให้ความหมายสื่อสารอารมณ์ได้ รวมถึงการหาโทนสีของงานที่อาจจะมาจาก ภาพที่เราหามาหรือโทนสีที่เราหนดเอง กลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าของเรา จากนั้นนำมาจัดเรียงเพื่อหาไอเดียใหม่ ๆ บนกระดาน Mood board และสามารถเพิ่มการใส่ตัวอักษรเพื่ออธิบายให้ Mood board มีความเข้าใจง่ายขึ้น สุดท้ายนำข้อมูลทั้งหมดเหล่านี้มาจัดองค์ประกอบให้อยู่ในหนึ่งหน้ากระดาษให้สวยงาม เพื่อเป็นทิศทางและ แนวทางในการออกแบบเครื่องประดับต่อไป

ผลการดำเนินงาน

1. ผลการดำเนินงานในภาพรวม

1) เชิงปริมาณ จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในเขตพื้นที่ จังหวัดตราด ที่คาดไว้จำนวน 20 ราย แต่มีผู้สนใจเข้าร่วมโครงการ จำนวน 40 ราย (จากผู้ลงทะเบียนในระบบ)

รายนามผู้เข้าร่วมโครงการ

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ลำดับ	ชื่อ - สกุล
1	สุทธธัญญา อัดแป	21	บุญสิตา จูมอญ
2	รัชมณีทิรา ธนัตถ์คุณาพงศ์	22	ศิริรัตน์ โชคศิริ
3	ศุภณัฐ จีระดิษฐ์	23	สุดารัตน์ ชันทอง
4	วรกานต์ ช่วงสูงเนิน	24	วีระญา พลอยนุช
5	สุติมา หัตถกรรม	25	พิชญา ประเสริฐกุล
6	สาธิตา นามผล	26	ปิยศรี แจ่มใส
7	ธนภรณ์ วัชฤทธิ์	27	ศดานันท์ โล่ห์อมรปักษิณ
8	อนัญญา โรจนภาณุกร	28	ปิยฉัตร เขาว์มานะเดช
9	มิกิ คาวาโน	29	ณัฐภัทร ภักดีวิทยากุล
10	ภัทริยา เจริญสุข	30	อัฐภิญญา เขตตะมี
11	วราพร สีสาวแห	31	เมธี ภักดีเจริญ
12	อารีรัตน์ มาสุข	32	ดิน ชัยตันติพงศ์
13	ฐิติพันธ์ หูวง	33	ปริญ อังศุเศรษฐี
14	รัชฎาภรณ์ วงศ์ชมภู	34	สุกัญญา เกี้ยวสุนทร
15	พิมพ์ิศา เลิศทัศนวงศ์	35	ชุตติกาญจน์ วรารักษ์พงศ์
16	รสริน วิริญโท	36	วิเชียร ตั้งปัญญาพินิจ
17	Phenphan keyoonraphan	37	สุภาวดี เสียงใส
18	สิริพิชญ์ แสงมณี	38	อริษา ชูชื่น
19	กษิติศ อุตตะมะ	39	pearwa pocharoen
20	วันชัย มุกมณี	40	Titapa Tungpowwattana

2) เชิงคุณภาพ ความพึงพอใจของผู้ร่วมกิจกรรมที่มีต่อการจัดโครงการฯในภาพรวมอยู่ในระดับดี
วิธีการประเมินผล

1. ทำการประเมินความพึงพอใจของผู้ร่วมโครงการ โดยใช้แบบประเมิน

2. ผลประเมินโครงการ

ผลการประเมินการจัดโครงการจากผู้เข้าร่วมโครงการ “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” ซึ่งจัดในรูปแบบออนไลน์ วันที่ 20 พฤษภาคม 2564 จากผู้เข้าร่วม 40 คน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 33 คน โดยการประเมินผลการจัดโครงการในภาพรวม มีผลการประเมินความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และมีผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจต่อการจัดโครงการฯด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. โครงการอบรมเป็นประโยชน์กับการพัฒนาธุรกิจของท่าน มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมากที่สุด
 2. หัวข้อการอบรมมีความน่าสนใจ สอดคล้องกับความต้องการของท่าน มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมาก
 3. วิทยากรบรรยายมีความรู้ความสามารถ มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมาก
 4. ความรู้ที่ได้สามารถนำไปต่อยอดได้ มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมากที่สุด
 5. ระยะเวลาในการจัดอบรมมีความเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมาก
 6. รูปแบบการจัดอบรมมีความเหมาะสมกับโครงการและสถานการณ์ มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจปานกลาง
 7. การรับข้อมูลข่าวสารและการติดต่อ มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมาก
 8. ความพึงพอใจต่อภาพรวมของการจัดโครงการฯ มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ พึงพอใจมาก
- จากการการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดโครงการฯมีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) อยากให้จัดในรูปแบบปกติ ไม่ใช่ออนไลน์ 2) อยากให้ช่วยเรื่องช่องทางการขาย 3) อยากให้มีความต่อเนื่อง และ 4) รู้สึกคล้ายๆกับที่เคยจัดไป

สรุปผลการดำเนินการ

โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด” จัดการอบรมในรูปแบบออนไลน์ ณ วันที่ 20 พฤษภาคม 2564 ซึ่งกิจกรรมการอบรมประกอบด้วย การเผยแพร่ความรู้แนวทางการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม และการนำเสนอแบบร่างเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม ตราด ซึ่งมีผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 40 ราย โดยผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการพัฒนาแบบร่างเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบเฉพาะตามแนวคิดของตนเอง ซึ่งผลจากการประเมินโครงการอบรม พบว่า

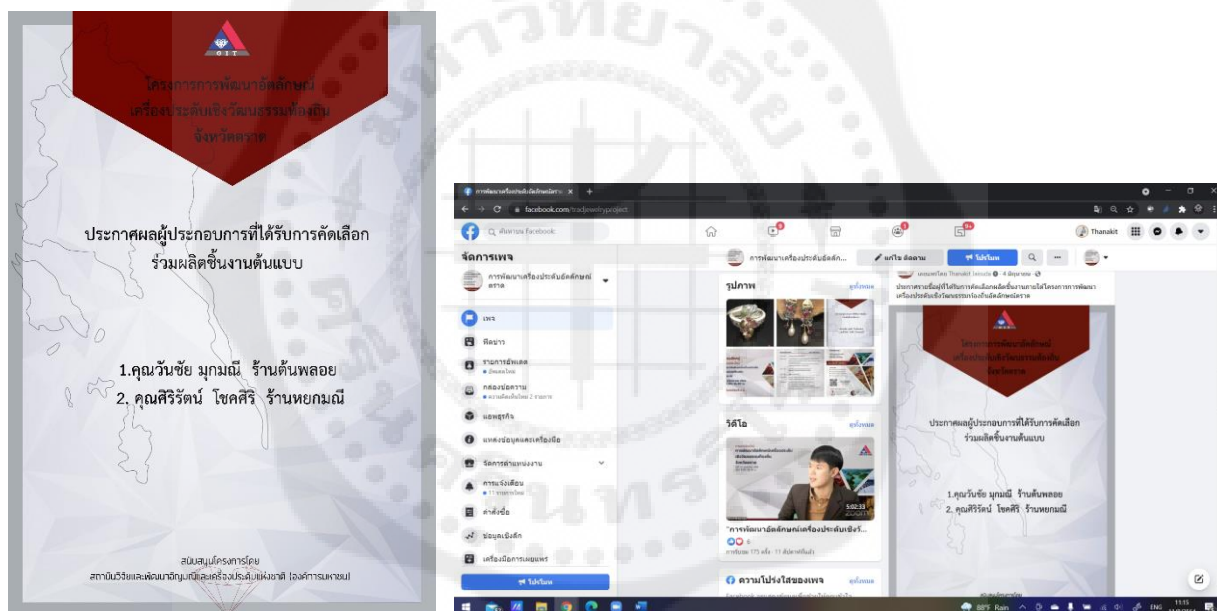
และมีการคัดเลือกแบบร่างจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อนำไปสู่การผลิตเป็นชิ้นงานจริง จำนวน 2 ราย ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วมการวิจัยและผลิตชิ้นงานเครื่องประดับต้นแบบ ดังนี้

1) ผู้ประกอบการจะต้องเข้าร่วมโครงการอบรมออนไลน์ตลอดระยะเวลาการอบรม ทั้ง 4 หัวเรื่อง
2) ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาแบบร่างภายใต้แนวคิดการพัฒนาเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม
อัตลักษณ์ตราตามแนวทางของการวิจัย

3) ผู้ประกอบการจะต้องส่งแบบร่างเครื่องประดับพร้อมแนวคิดในการออกแบบเข้าร่วมคัดเลือก
ภายในระยะเวลาที่กำหนด

4) ผู้ประกอบการต้องมีภูมิลำเนา หรือมีที่ตั้งสถานประกอบการในจังหวัดตราด

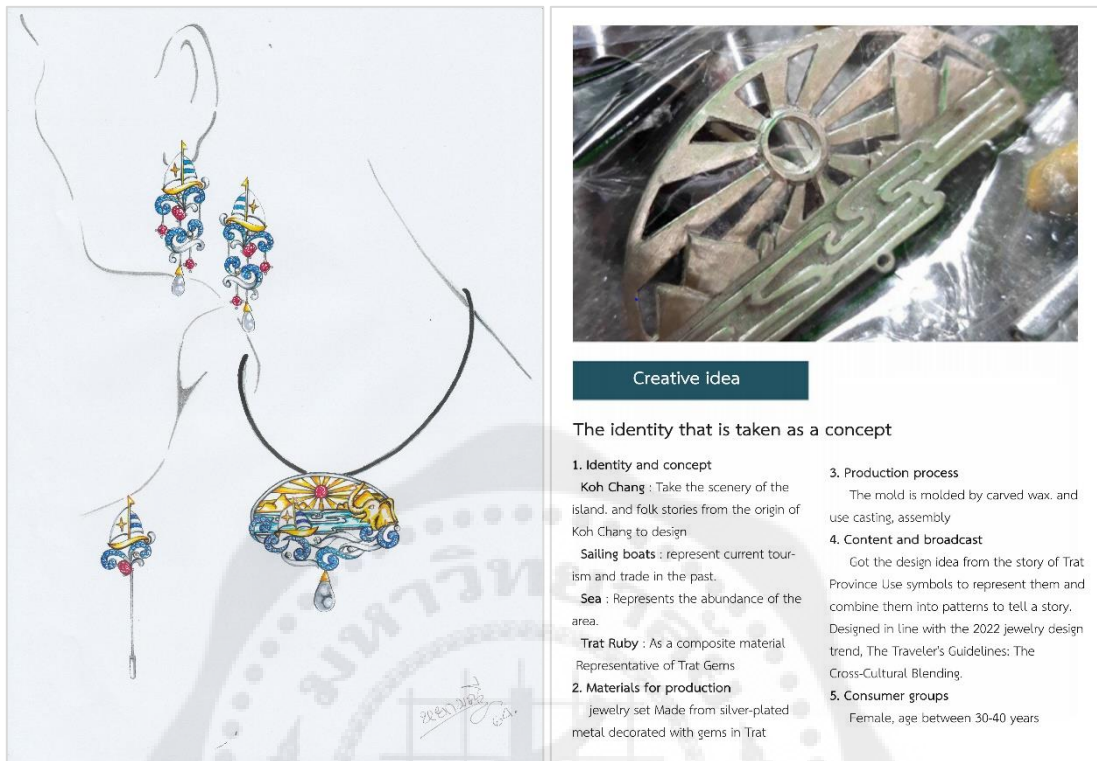
5) ผู้ประกอบการต้องยอมรับที่จะให้ผลงานตกเป็นลิขสิทธิ์ของผู้ให้ทุนและยินยอมให้นำผลงานไป
เผยแพร่



ภาพประกอบ การประกาศผลผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกร่วมผลิตชิ้นงานต้นแบบ

ผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือกให้ร่วมผลิตชิ้นงานเครื่องประดับ คือ

1) คุณศิริรัตน์ โชคศิริ (ร้านหยกมณี) ชื่อผลงาน Blend culture ได้แนวคิดการออกแบบจากเรื่องราวใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ของจังหวัดตราดเป็นตัวแทน นำมาผสมผสานเป็นลวดลาย ที่บอกเล่าเรื่องราว โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ กระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 แนวทาง The Traveler : The Cross-Cultural Blending



Creative idea

The identity that is taken as a concept

1. Identity and concept

Koh Chang : Take the scenery of the island, and folk stories from the origin of Koh Chang to design

Sailing boats : represent current tourism and trade in the past.

Sea : Represents the abundance of the area.

Trat Ruby : As a composite material Representative of Trat Gems

2. Materials for production

jewelry set Made from silver-plated metal decorated with gems in Trat

3. Production process

The mold is molded by carved wax, and use casting, assembly

4. Content and broadcast

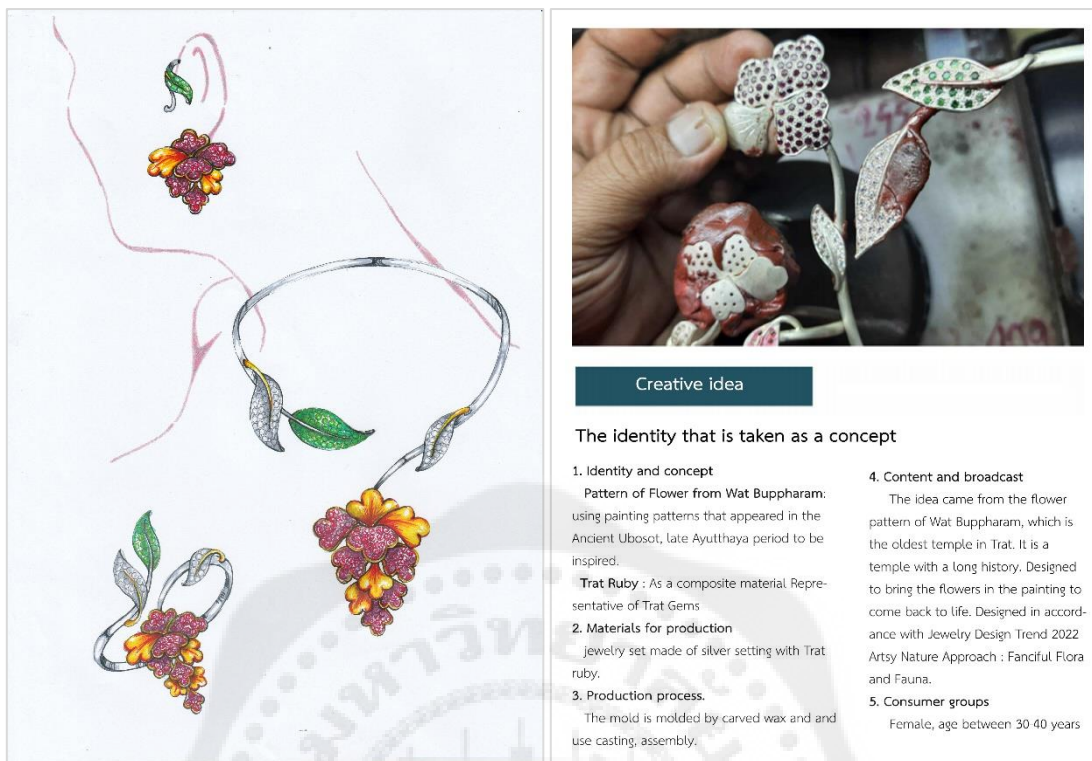
Got the design idea from the story of Trat Province Use symbols to represent them and combine them into patterns to tell a story. Designed in line with the 2022 jewelry design trend, The Traveler's Guidelines: The Cross-Cultural Blending.

5. Consumer groups

Female, age between 30-40 years

ภาพประกอบ แบบร่างเครื่องประดับและแนวคิดการออกแบบเครื่องประดับ ผลงานจากร้านหยกมณี

2) คุณวันชัย มุกมณี (ร้านต้นพลอย) ชื่อผลงาน Flower of trat ได้แนวคิดมาจากลายดอกไม้วัดบุปผารามซึ่งเป็นวัดที่เก่าแก่มากที่สุดในตราด เป็นวัดที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยสร้างสรรค์ให้ดอกไม้ในงานจิตรกรรมกลับมามีชีวิตอีกครั้ง โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ กระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 แนวทาง Artsy Nature : Fanciful Flora and Fauna



ภาพประกอบ แบบร่างเครื่องประดับและแนวคิดการออกแบบเครื่องประดับ ผลงานจากร้านต้นพลอย

ผลจากงานวิจัยแสดงให้เห็นถึงแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม จากการศึกษาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของจังหวัด นำไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์ เป็นตัวอย่างหนึ่งของการพัฒนาเครื่องประดับภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับนักออกแบบเครื่องประดับ และผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ ตลอดจนศิลปินที่สนใจ สามารถนำไปประยุกต์และพัฒนาสู่งานในแบบเฉพาะของแต่ละคนได้

3. เอกสารประชาสัมพันธ์

การอบรมออนไลน์
การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ
เชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น
จังหวัดตราด

วันที่ 20 พฤษภาคม 2564
เวลา 9.30-16.00 น.
ONLINE (ออนไลน์)

ลงทะเบียนฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย

คำอธิบาย
• แมกไวการออกแบบเครื่องประดับ 2022
• สู่ตลาดโลกผ่านช่องทางทางวัฒนธรรม
• การเชื่อมโยงสินค้าทางวัฒนธรรมไปยังเครื่องมือประดับ
• การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับ

แสกน QR เชื่อมต่อยืนยัน
สงวนลิขสิทธิ์
092-9406022

รายชื่อคณะวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ โชษิตา
ศาสตราจารย์สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์
ภาควิชาออกแบบและงานศิลปะ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- อาจารย์ ดร. สมพร ธีระศักดิ์
นางสาวณิชา น. Co-ops ของสถาบันเทคโนโลยี
อุตสาหกรรมแห่งชาติ สถาบันออกแบบท่า
นา ทวีป เอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- อาจารย์ศรีวิภา รัชชชานนท์
นางสาวณิชา น. Co-ops ของสถาบันเทคโนโลยี
อุตสาหกรรมแห่งชาติ สถาบันออกแบบท่า
นา ทวีป เอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- อาจารย์ณิชา น. สิมะสิริ
ศาสตราจารย์สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

สนับสนุนโครงการโดย สถาบันวิจัยและพัฒนาภาคพื้นและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

แผนการดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ
การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด
อบรมผ่านระบบออนไลน์

20 พฤษภาคม 2564 เวลา 9.30-16.00 น.

9.00-10.00 น. ลงทะเบียน รับเอกสารการอบรมออนไลน์

10.00-10.30 น. -ประธานกล่าวเปิดงาน การดำเนินการอบรมออนไลน์ "การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด" เพื่ออนุรักษ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับไทยเชิงพาณิชย์ และนำโครงการวิจัย วิทยากร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถาบันวิจัยและพัฒนา อัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

10.30-12.30 น. บรรยายเรื่อง แมกไวการออกแบบเครื่องประดับ 2022 บรรยายเรื่อง ธุรกิจออนไลน์กับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

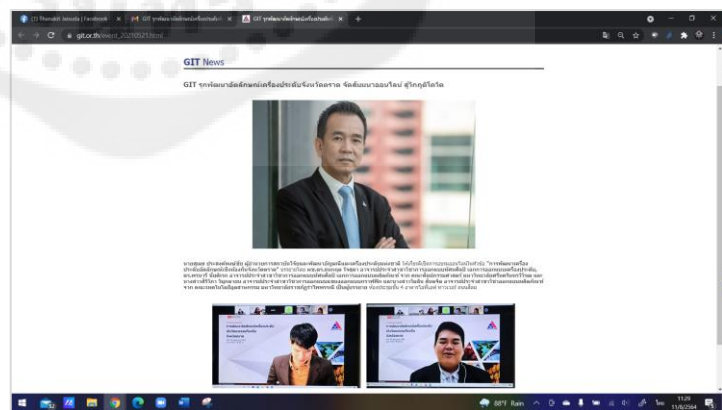
12.30-13.30 น. พักรับประทานอาหาร

13.30-15.30 น. บรรยายเรื่อง การเชื่อมโยงสินค้าทางวัฒนธรรมไปยังเครื่องมือประดับ บรรยายเรื่อง การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับ

15.30-16.00 น. ภูมิทัศน์การค้นคว้าผลิตภัณฑ์ การสร้างฟังก์ชันคิด "Mood Board" คิดค้นคว้า เรียบเรียงข้อมูล สรุปข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบ ฝึกแนวคิดกับผู้ประกอบการ นำกลุ่มไปพัฒนาแบบร่างเครื่องประดับ พร้อมส่งกลับมาให้ทางผู้ประสานงานโครงการ เพื่อดำเนินการให้ทีมวิจัยคัดเลือกผลงานและพัฒนาชิ้นมาจริงต่อไป

ผู้ประกอบการที่คิดค้นสิ่งจำนวน 2 ราย จะได้รับต่อไปพัฒนาและผลิตชิ้นงานจากผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นตราด

ภาพประกอบ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์โครงการฯ และกำหนดการ

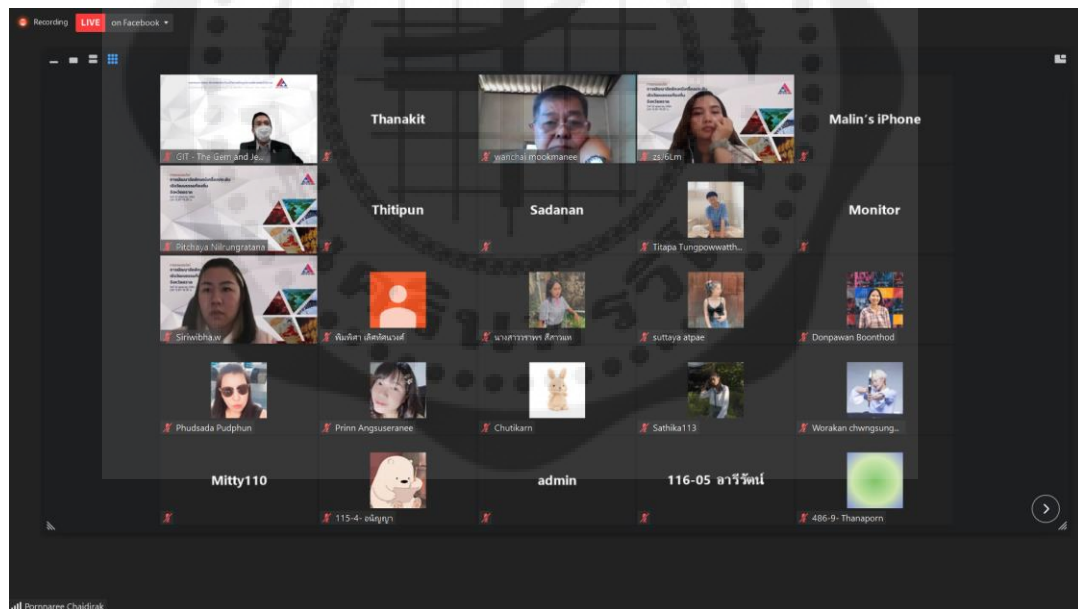


ภาพประกอบ การประชาสัมพันธ์โครงการโดย สวท.ตราด และข่าวการจัดกิจกรรม

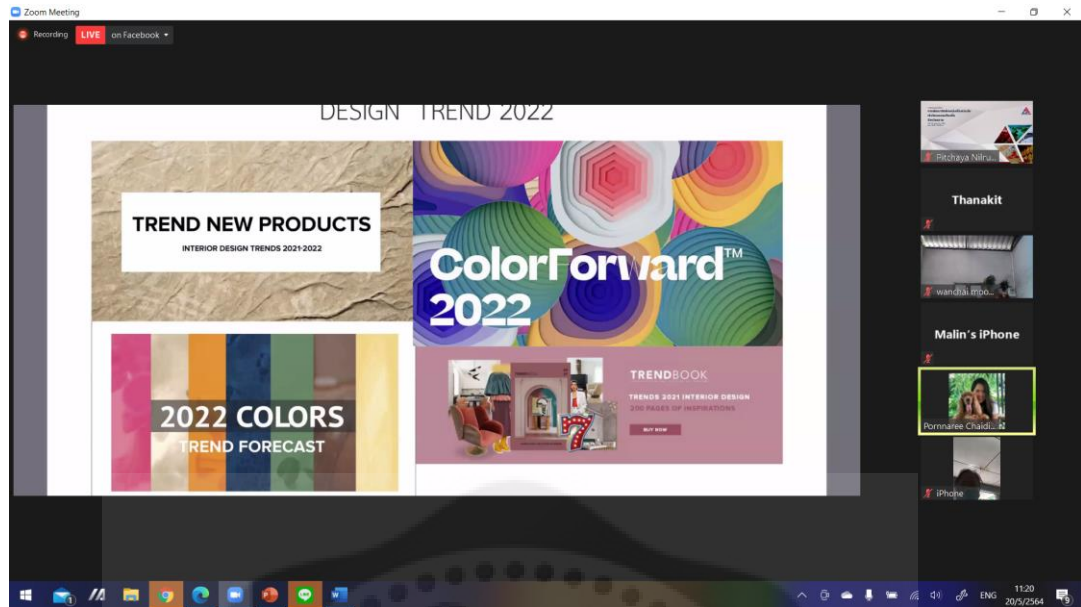
4. ประมวลภาพการจัดอบรม



ภาพประกอบ พิธีกรดำเนินรายการ



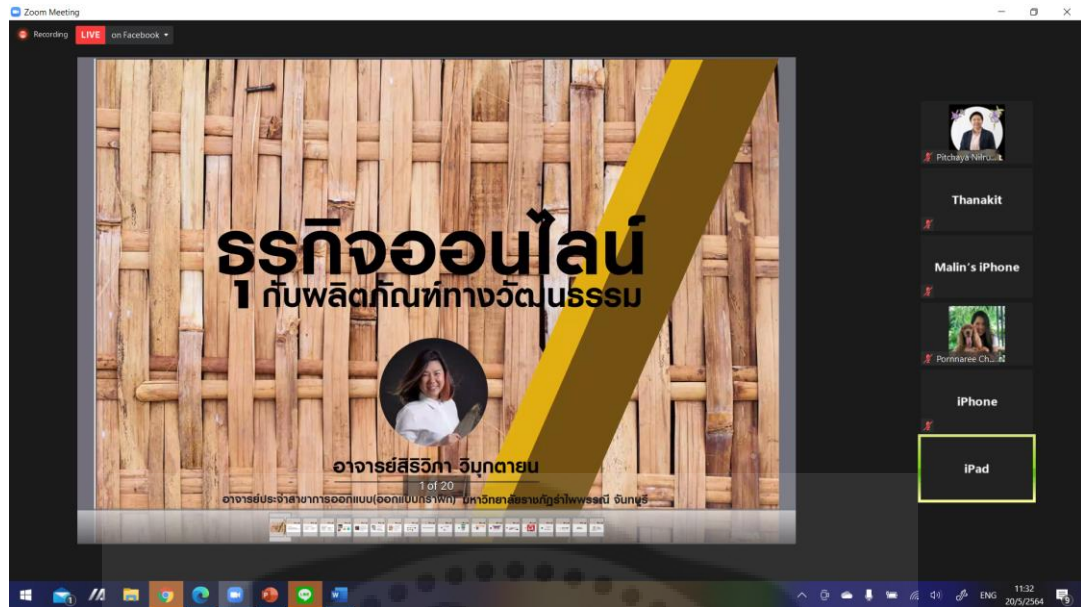
ภาพประกอบ ประธานกล่าวเปิดงานและผู้ร่วมโครงการ



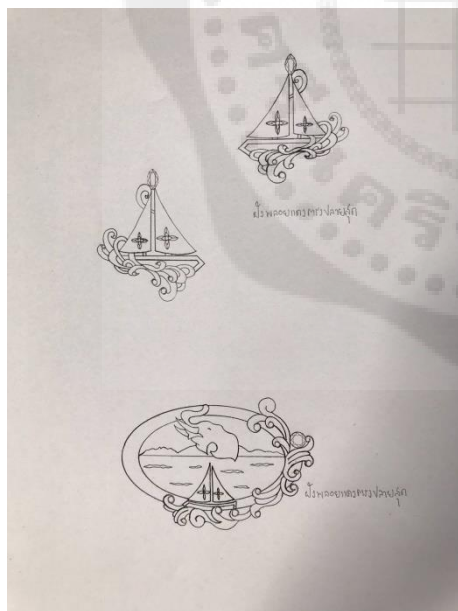
ภาพประกอบ การบรรยายหัวข้อ แนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022+ โดย ดร.พรนารี ชัยดิเรก



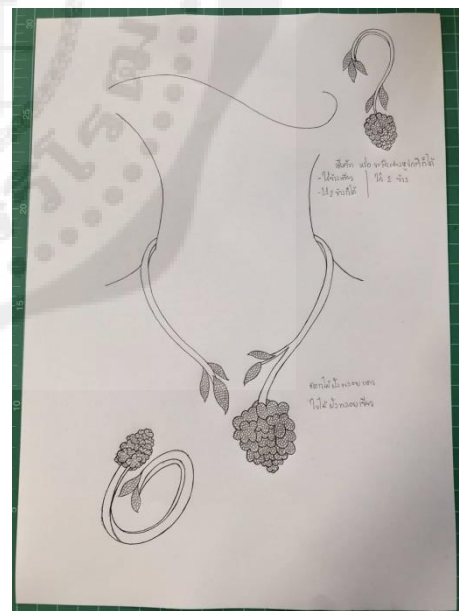
ภาพประกอบ การบรรยายหัวข้อ การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับ โดย อ.วิมลสิน สันตจิต



ภาพประกอบ การบรรยายหัวข้อ ธุรกิจออนไลน์กับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม โดย อ.สิริวิภา วิมุขตายน



ภาพประกอบ ผลงานของคุณ ศิริรัตน์ โชคศิริ



ภาพประกอบ ผลงานของคุณ วันชัย มุกมณี



ภาพประกอบ ผลงานของคุณ สุทธิญาณิ์ อัดแป




ภาพประกอบ ผลงานของคุณ ศดานันท์ โล่หอมร ปักซิณ



ภาพประกอบ ผลงานของคุณ วราพร สีสาวแห

โครงการวิจัย การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด

A FASCINATION of HALF A HUNDRED ISLAND CITY.



แรงบันดาลใจจากเมืองตราด

โครงการวิจัย

**การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับ
เชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด**

(The development of jewelry from the identity of local culture in Trat Province.)

ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณกฤต ใจสุตา
อาจารย์ วิมลสิน สันติจิต

ทุนสนับสนุนการวิจัยจากสถาบันวิจัยและพัฒนาอันชนบท
และเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประจำปีพ.ศ. 2564

แนวคิด "เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy" เป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจใหม่ ซึ่งหลายประเทศทั่วโลกนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจในปัจจุบัน ไปจนถึงแม้แต่อุตสาหกรรมอันชนบทและเครื่องประดับ ผู้ประกอบการธุรกิจอันชนบทและเครื่องประดับจึงต้องมีการปรับตัวและยกระดับสินค้าให้เกิดเอกลักษณ์ที่แสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ของตนเองให้มากขึ้น ซึ่งแนวทางก็คือการใช้มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบสินค้าและพัฒนาธุรกิจของตน เพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

ที่มา และความสำคัญ

ในปัจจุบันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดที่ถูกนำมากล่าวถึงและมีการใช้ประโยชน์ในวงกว้าง ในการพัฒนาสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมต่างๆ รวมไปถึงอุตสาหกรรมเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจึงต้องมีการปรับตัวและยกระดับสินค้าให้เกิดเอกลักษณ์ที่แสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ของตนเองให้มากขึ้น โดยใช้วัฒนธรรมไทยหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นฐานในการออกแบบและพัฒนาสร้างเรื่องราวและรูปแบบใหม่ให้กับมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ด้วยสถาบันวิจัยและพัฒนาอันชนบทและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในฐานะที่เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมอันชนบทและเครื่องประดับของไทย และเพื่อตอบโต้ภัยการพัฒนากายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และแนวนโยบายการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมที่เรียกว่า "2nd Wave S-curve" จึงนำไปสู่งานวิจัยเรื่อง "การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด" เพื่อค้นหาอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดตราดสำหรับการนำมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม อันจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องประดับที่เอกลักษณ์สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์





วัตถุประสงค์ของงานวิจัย



1. เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อดีลักษณะทางวัฒนธรรม จังหวัดตราด สู่การทำนิตยสารเกี่ยวกับงานออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด สอดคล้องกับความถี่ต้องการของตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์

2. เพื่อพัฒนางานออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมร่วมกับผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตราด นำไปสู่การสร้างสรรค์และผลิตผลงานเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม

แนวคิดงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยด้านการออกแบบเครื่องประดับ ที่ทำการศึกษาวิเคราะห์ และจำแนกอัตลักษณ์จังหวัดตราดเพื่อประยุกต์ใช้ในงานออกแบบเครื่องประดับ โดยมีการถ่ายทอดความรู้ไปสู่วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่ งานวิจัยแสดงให้เห็นแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมจากอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นที่ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับของตน อันจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์ และเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์



สถานการณ์ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับตราด

พื้นที่อำเภออรัญ มีการผลิตพบพลอยสีต่าง ๆ จำนวนมาก เช่น กับกับ ไพลิน เขียวส่อง เขียวคราม โทม และ เพทาย และที่สำคัญที่สุดคือ กับกับสยาม เป็นพลอยสีแดงเข้ม หรือสีแดงเลือดนก ที่ีราคาแพง ในต่างประเทศยกย่องว่าเป็นราชาแห่งอัญมณี ทำให้นักแสวงโชคอพยพเข้ามาขุดพลอยในอรัญเป็นจำนวนมาก เกิดเศรษฐกิจที่สร้างความเจริญแก่บริเวณอย่างมาก



ปัจจุบันเข้าสู่ยุคตกต่ำ เนื่องจากพลอยมีปริมาณลดน้อยลงอย่างมาก ผู้ประกอบการธุรกิจพลอยในอำเภออรัญบางส่วนก็ต้องออกนอกพื้นที่ไปแสวงหาแหล่งพลอยใหม่ในพื้นที่แถบชนบทและประเทศใกล้เคียง ส่วนที่ยังอยู่ในพื้นที่ก็ต้องพยายามปรับตัวเปลี่ยนจากอาชีพหลักมาเป็นอาชีพเสริมแทน เหมือนพลอยบ่อพลอย ถูกทดแทนด้วยสวนผลไม้ การหาพลอยเป็นเพียงอาชีพเสริมที่ทำกินในเวลาว่าง ราคาค่าพลอยต่ำลงก็เลยเลิกกิจการไปเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันเหลือเพียงไม่กี่ร้าน จากการลงพื้นที่สำรวจ พบว่าปัญหาหลัก ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของอำเภออรัญ จังหวัดตราด ปัญหาสำคัญก็คือ การขาดแคลนวัตถุดิบ ปัญหาการรับรู้ของผู้บริโภคที่มักจะเข้าใจว่า พลอยที่ได้อ หรือพลอยที่มีคุณภาพ จะต้องเป็นพลอยที่มาจากเมืองจันทบุรี ไม่ใช่เมืองตราด และปัญหาการขาดตลาดและการออกแบบ เนื่องจากเน้นการขายพลอย มากกว่าขายงานออกแบบ ทำให้มีการตัดราคากัน

อัตลักษณ์ตรา



ตราเป็นจังหวัดชายแดนสุดฝั่งทะเลตะวันออก มีรูปร่างลักษณะคล้ายหัวช้าง ลักษณะภูมิประเทศ ประกอบด้วยเทือกเขาสูง อุณหภูมิปานกลางอากาศอบอุ่น และพื้นน้ำ หมู่เกาะต่าง ๆ ภูมิอากาศได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมที่พัดผ่านประจำแล้ว และอิทธิพลจากลมทะเล ทำให้ภูมิอากาศเป็นแบบร้อนชื้น

อัตลักษณ์ : "ประตูฝั่งตะวันออก" ตราเป็นจังหวัดที่อยู่ปลายสุดของภาคตะวันออก เป็นเมืองท่าการค้าที่สำคัญมาตั้งแต่อดีตและเป็นเมืองท่องเที่ยวทางชายทะเลที่สำคัญของฝั่งตะวันออกของประเทศไทย มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรทางทะเล ส่วนสังคมประกอบด้วยผู้คนหลากหลายเชื้อชาติ ที่เข้ามาอาศัยตั้งรกรากตั้งแต่สมัยอยุธยา ผู้คนอยู่กับแบบเกอูล เรียบง่าย สมถะ และซื่อสัตย์จริงใจ

ภาพลักษณ์ : "มนต์เสน่ห์ทะเลตะวันออก" ตราประกอบด้วยพื้นที่หลากหลายและอุดมสมบูรณ์ซึ่งมีส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิต และเศรษฐกิจของจังหวัด ตราซึ่งเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออก และเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงเชิงเกษตรและวิถีชุมชน โดยชุมชนแต่ละชุมชนมีความโดดเด่น ที่เป็นเอกลักษณ์ แสดงออกที่ความเป็นชุมชนพหุสังคม ที่มีหลากหลายเชื้อชาติ อยู่ร่วมกัน นอกจากนี้ ตรายังเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่เหตุการณ์สำคัญในประวัติศาสตร์หลายต่อหลายครั้งที่ส่งผลต่อประวัติศาสตร์ของชาติ และความภาคภูมิใจของคนตรา



บริบททางด้านธรรมชาติ

อัตลักษณ์ : จังหวัดตราดเป็นเมืองที่อยู่บนธรรมชาติที่สวยงามประกอบด้วยพื้นที่ชายฝั่งทะเล แม่น้ำ และภูเขา มีสภาพอากาศแบบมรสุมเขตร้อน ปริมาณฝนค่อนข้างมาก โดยมีแม่น้ำตราดเป็นแม่น้ำสายสำคัญ อีกทั้งยังมีพื้นที่ป่าอนุรักษ์ วนอุทยาน น้ำตก ป่าชายเลน และชายหาด ความอุดมสมบูรณ์นี้ทำให้จังหวัดตราดเต็มไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติต่าง ๆ มากมาย

ภาพลักษณ์ : เมืองร้อยเกาะ เมืองท่องเที่ยวทางทะเลของภาคตะวันออกด้วยจังหวัดตราด มีภูมิประเทศเป็นอ่าวประกอบด้วยเกาะมากมาย จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และการท่องเที่ยวถือเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัด ประกอบกับเป็นเมืองที่ไม่มีเขตอุตสาหกรรมจึงมีอากาศบริสุทธิ์ ใส อากาศดี งามของประเทศ นอกจากนี้ภาพลักษณ์เรื่องการท่องเที่ยวแล้วจังหวัดตราดยังขึ้นชื่อเรื่องของอาหาร ที่อาหารทะเล และผลไม้ ส่วนเป็นสามารถหาซื้อได้ในราคาถูกและสด สดอา

การคัดเลือกเอกลักษณ์จังหวัดตราดในบริบทด้านธรรมชาติ พบว่า เอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด 3 อันดับ คือ เกาะช้าง แหลมจอบ และป่าชายเลน



อันดับ 1 เกาะช้าง



อันดับ 2 แหลมจอบ



อันดับ 3 ป่าชายเลน

บริบททางด้านประวัติศาสตร์

อัตลักษณ์ : จังหวัดตราดมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน ประวัติศาสตร์ของตราดที่มั่นคงตราดให้มีความสำคัญ และระลึกถึง 3 ช่วง ที่คือ ช่วงที่ 1 สมเด็จพระเจ้าตากได้รวบรวมไพร่พลและเสบียงอาหารเพื่อยึดกรุงศรีอยุธยาคืนจากพม่า ช่วงที่ 2 เหตุการณ์ รศ. 112 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และครั้งที่ 3 เหตุการณ์สงครามอินโดจีน ยุทธนาวีเกาะช้าง ทั้ง 3 ช่วงเหตุการณ์ก่อให้เกิดแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และอนุสาวรีย์ที่คนตราดให้ความเคารพบูชา

ภาพลักษณ์ : เมืองประวัติศาสตร์สัญลักษณ์ของการแลกเปลี่ยนและอิสรภาพ จากเหตุการณ์ที่สมเด็จพระจุลจอมเกล้าได้ทรงยอมยกดินแดนพระตะบอง เสียมราฐ ศรีโสภณ ให้กับฝรั่งเศส เพื่อแลกเอาเมืองตราดและเกาะต่าง ๆ กับเมืองด่านด้านชายฝั่งขวาของแม่น้ำโขงคืนมา ในสมัย รศ. 112 ทำให้คนตราดรู้สึกปราบปลื้ม และระลึกถึงความดีของรัชกาลที่ 5 ที่คืนตราดอย่างมากมาย

การคัดเลือกเอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดตราด พบว่า เอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด 3 อันดับ คือ อันดับ 1 ศาลหลักเมือง อันดับ 2 อนุสาวรีย์ยุทธนาวีเกาะช้าง และอันดับ 3 ราชานุสาวรีย์ ร. 5 หน้าศาลากลาง



อันดับ 1 ศาลหลักเมืองจังหวัดตราด



อันดับ 2 อาคารและอนุสาวรีย์ยุทธนาวีเกาะช้าง



อันดับ 3 ราชานุสาวรีย์ รัชกาลที่ 5 หน้าศาลากลาง



◈ บริบททางด้านสังคมวิถีชีวิต ◈

อัตลักษณ์ : สังคพหุวัฒนธรรม การหลอมรวมของหลากหลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทยดั้งเดิม ชาวจีน ชาวมุสลิม ชาวขอม ชาวทมิฬ ชาวอินเดีย จึงทำให้สังคมเป็นแบบพหุสังคม ยอมรับความแตกต่างซึ่งกันและกันและปรับจนเข้าหากันจนเกิดเป็นสังคมที่มีความเป็นเอกลักษณะ ยึดถือจารีต ประเพณี ความเชื่อตามหลักศาสนาและเชื้อชาติของตน แต่ก็เปิดใจที่จะยอมรับศาสนาและประเพณี วัฒนธรรมอื่น วิถีชีวิตจึงผูกพันกับชุมชนและธรรมชาติรอบตัว

ภาพลักษณ์ : เมืองท่องเที่ยว ชุมชนและวิถีเกษตร สืบเนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของผืนดินและน้ำส่งผลให้เกิดอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะการทำสวนผลไม้ และการทำประมง ตลอดจนการหลอมรวมของเชื้อชาติต่าง ๆ ทำให้เกิดเอกลักษณ์ที่โดดเด่นหลายชุมชนสามารถนำเอกลักษณ์มาเป็นจุดขายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้คนภายนอกได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ ไปพร้อมกับการเรียนรู้และเข้าใจในวิถีของชุมชน

การคัดเลือกเอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดตราด พบว่า เอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด 3 อันดับ คือ อันดับ 1 ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว อันดับ 2 ชุมชนคลองใหญ่ และ อันดับ 3 ชุมชนบ่อไร่



อันดับ 1 ชุมชนน้ำเชี่ยว



อันดับ 2 ชุมชนคลองใหญ่



อันดับ 3 ชุมชนบ่อไร่



◈ บริบททางด้านศิลปวัฒนธรรม ◈

อัตลักษณ์ : ความโดดเด่นที่ไม่โดดเด่น จังหวัดตราดเป็นจังหวัดชายแดน ผู้คนเก่งทำมาหากิน ทำให้เอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมไม่โดดเด่นมากนัก เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ ศิลปวัฒนธรรมของตราดเกิดจากชาติพันธุ์และกลุ่มคนที่เข้ามาอาศัยอยู่ในจังหวัด และจากเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ในยุคนั้นต่างกัน ระดับถึงสมัยอยุธยา เรื่อยมาจนถึงรัตนโกสินทร์ ทำให้พบโบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่มีเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา

ภาพลักษณ์ : ศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ความหลากหลายของชาติพันธุ์และประวัติศาสตร์อันยาวนานประกอบกับลักษณะสังคมแบบพหุวัฒนธรรม ทำให้จังหวัดตราด มีศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้คนและสังคม ยุคสมัยทำให้บางอย่างสูญหายไป บางอย่างถูกรื้อฟื้นกลับคืนมา

การคัดเลือกเอกลักษณ์ทางด้านศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดตราด พบว่า อัตลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด 3 อันดับ คือ อันดับ 1 การทำจอบ หมวกใบจาก อันดับ 2 ภาษาพูดถิ่นตราด และอันดับ 3 อาหารถิ่นตราด



อันดับ 1 หัตถกรรมจักสานจอบ



อันดับ 2 ภาษาถิ่นตราด



อันดับ 3 อาหารพื้นถิ่นตราด



การออกแบบเครื่องประดับ อัตลักษณ์จันทบุรี



แนวทางในการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราด ใช้แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับเชิงสร้างสรรค์ มีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไข (Design Criteria) โดยการผสมผสานเอกลักษณ์ในแต่ละบริบทของจังหวัดตราด เข้าไว้ด้วยกัน และมีความสอดคล้องกับกระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 โดยแนวทางในการออกแบบประกอบด้วย



กรอบแนวคิดการออกแบบ เครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราด

1) การสร้างสรรค์ที่เกิดจากการใช้วัสดุ : ใช้สัญลักษณ์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดตราด คือ ตับทิม ควบคู่ไปกับอุปกรณ์ที่คุ้นเคย เช่น โถแม่เพขาย เขี้ยวสอ หรือนาฬิกาทางเสื่ออื่น ๆ มาประยุกต์ร่วมกัน เช่น โถ แม่ พาย จักสาน เป็นต้น

2) การสร้างสรรค์ที่เกิดจากเทคนิคการผลิต : การนำเอากระบวนการหัตถกรรม การขึ้นรูปต่าง ๆ หรือผลของกระบวนการหัตถกรรมมาทำซ้ำ รอบไปทั่วเทคนิคในการผลิตชิ้นงานต่าง ๆ เช่น ครอบงา การพัน การฉลุ การต่อประกอบ เป็นต้น

3) การสร้างสรรค์จากลวดลาย และรูปทรงเชิงวัฒนธรรม : เกิดจากการนำลวดลาย ที่ปรากฏในงานสถาปัตยกรรม จิตรกรรม ภาพถ่ายของเครื่องใช้ และอื่น ๆ และรูปทรงที่เกิดจากค่านิยมของเชิงวัฒนธรรมนำมาเสียแบบ ตัดทอน จัดวางใหม่ หรือแก้ไขความเชิงสัญลักษณ์ใช้รูปทรง

4) การสร้างสรรค์จากเรื่องราว ความเชื่อ พิธีกรรม และสิ่งสมมุติเชิงวัฒนธรรม : เป็นการตีความสิ่งที่มีชีวิตไม่ได้ หรือบางธรรมที่ออกมาเป็นรูปธรรม โดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ

Materials
- วัสดุพื้นถิ่น
- โลหะ
- วัสดุพื้นถิ่น



Process
- ผลิต
- การผลิต
- เทคนิค



Cultural
- อัตลักษณ์
- เอกลักษณ์
- สัญลักษณ์





ข้อกำหนดและแนวคิดในการออกแบบ

ออกแบบเพื่อกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง อายุระหว่าง 46-55 ปี เป็นเครื่องประดับกลุ่มตลาดที่มีกำลังซื้อปานกลาง โดยแรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากความสวยงามของท้องทะเลตราด พวยแดงปอไร่ ดินภูเขา หินงาช้างสาบงอบ และอื่นๆ นำมาออกแบบให้สอดคล้องกับกระแสการออกแบบเครื่องประดับปี 2022 (Jewelry Trend Design 2022) แนวทางที่ 4 Soulful Crust : The raw Eco Influence เป็นการออกแบบที่ใส่ใจใช้วัสดุที่ไม่คาดคิดได้กลายมาเป็นเครื่องประดับธรรมชาติที่อิสระ เกิดขึ้นโดยการเปิดรับต่อความเป็นไปได้ของวัสดุและงานฝีมือ ความงามแบบธรรมชาติในโลกร่วมสมัยได้เกิดคความหมายใหม่

Theme ◆ Fabulous Journey

Key - Word

- 1.Traveler (การท่องเที่ยว)
- 2.Blend (การผสมผสาน)
- 3.Memories (ความทรงจำ)
- 4.Modernity (ความทันสมัย)

Support Theme

การท่องเที่ยวไปเรียนรู้ยังดินแดนต่างๆ เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์และความทรงจำ ผ่านรูปทรง ลวดลาย สีสัน วัสดุ ตลอดจนความหมาย เพื่อสื่อสารถึงจุดเริ่มต้นและที่มา

◆ **MoodBoard**

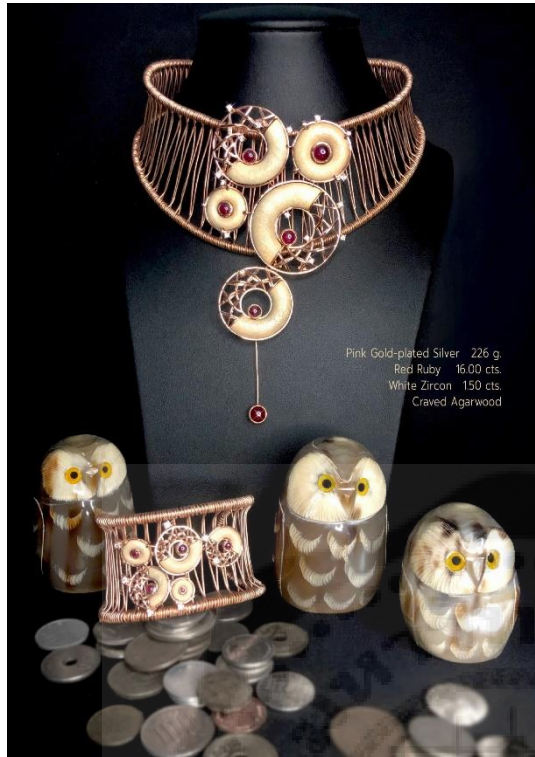


ชื่อผลงาน : Amazing Tart
ประเภท : สร้อยคอ กำไล

ลักษณะการสร้างสรรค์

1. อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นแนวคิด
 - งานหัตถกรรมจอบ : นำรูปทรงของโครงสร้างจอบ และรูปแบบเส้นสานในงานหัตถกรรมออกแบบ
 - สะพานวัดไผ่ ชุมชนน้ำเชี่ยว : ใช้เส้นโครงสร้างของสะพานที่เป็นสะพานเหล็กโค้งมาออกแบบ
 - ไม้ทฤษณ : เป็นวัสดุประกอบ ตัวแทนของต้นไม้ประจำจังหวัดตราด
 - พวยแดงตราด : เป็นวัสดุประกอบ ตัวแทนของอัญมณีตราด
2. วัสดุที่ใช้ผลิต
 - เครื่องประดับชุดนี้ ผลิตจากโลหะเงินประดับอัญมณี ไม้ทฤษณ
3. กระบวนการในการผลิต
 - ใช้การหล่อประกอบ แต่พิมพ์ขึ้นรูปด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ การดัดลวดโลหะเลียนแบบงานจักสาน
4. เนื้อหาและการถ่ายทอด
 - แสดงให้เห็นถึงความงามของงานฝีมือ งานหัตถกรรม โดยการใช้เส้นและการตัดทอน สร้างรูปทรงเลียนแบบรูปทรงของจอบ ผสมผสานกับเส้นโครงสร้างของงานสถาปัตยกรรมอันมีชื่อเสียงของชุมชนน้ำเชี่ยว สะพานวัดไผ่ และวัสดุไม้ทฤษณ โดดเด่นด้วยทึบกับสีแสด





Pink Gold-plated Silver 226 g.
Red Ruby 16.00 cts.
White Zircon 150 cts.
Carved Agarwood

การส่งเสริมและการพัฒนาเครื่องประดับร่วมกับผู้ประกอบการ

การวิจัยนี้มีการขยายผลการศึกษาไปสู่ผู้ประกอบการวิสาหกิจและเครื่องประดับจังหวัดตราด โดยการจัดอบรมเผยแพร่แนวทางการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด ในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งได้ดำเนินการจัดโครงการอบรม ในวันที่ 20 พฤษภาคม 2564 ซึ่งมีหัวข้อในการอบรม 4 หัวข้อ ดังนี้ 1) แนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับปี 2022 2) ธุรกิจออนไลน์กับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม 3) การหยิบอัตลักษณ์มาสร้างเอกลักษณ์ให้เครื่องประดับ และ 4) การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับ



การอบรมออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการ ในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมตราด

การจัดโครงการอบรมออนไลน์จากทางจัดบรรยายในหัวข้อต่างๆ แล้ว ยังมีการให้ผู้ประกอบการส่งผลงานการออกแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดเข้าคัดเลือกเพื่อผลิตเป็นชิ้นงานจริง จำนวน 2 ราย ซึ่งมีผลงานที่ผ่านการคัดเลือกดังนี้

คุณวันชัย มุกมณี (ร้านต้นพลอย) ชื่อผลงาน Flower of trat ได้แนวคิดมาจากลายดอกไม้บริเวณพารานซึ่งเป็นวัดที่เก่าแก่ที่สุดในตราด เป็นวัดที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยสร้างสรรค์ให้ดอกไม้ในงานจิตรกรรมกลับมามีชีวิตอีกครั้ง โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ กระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 แนวทาง Artsy Nature : Fanciful Flora and Fauna

คุณศิริรัตน์ โชคศรี (ร้านหยกมณี) ชื่อผลงาน Blend culture ได้แนวคิดการออกแบบจากเรื่องราว ใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ของจังหวัดตราดเป็นตัวแทน นำมาผสมผสานเป็นลวดลาย ที่บอกเล่าเรื่องราว โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ กระแสการออกแบบเครื่องประดับ ปี 2022 แนวทาง The Traveller : The Cross-Cultural Blending



ผลงานที่ 1



Silver 60 g.
Red Ruby 12.00 cts.
Blue Sapphire 4.00 cts.
Pearl 5 pcs.
Colors Frame

ชื่อผลงาน : Blend culture
ผู้สร้างสรรค์ : ศิริรัตน์ โชคศรี (ร้านหยกมณี)



ลักษณะการสร้างสรรค

1. อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นแนวคิด
 - เกาะช้าง : นำทัศนียภาพของเกาะ และเรืองราวพื้นบ้าน กำเนิดเกาะช้าง มาออกแบบ
 - เรือใบ : เป็นเสมือนตัวแทนของการท่องเที่ยวในปัจจุบันและการติดต่อค้าขายในอดีต
 - ทะเล : แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่
 - พลายแดงตราด : เป็นวัสดุประกอบ ตัวแทนของอันชนนตราด
2. วัสดุที่ใช้ผลิต
 - เครื่องประดับชุดนี้ ผลิตจากโลหะเงินประดับอันชนนตราด
3. กระบวนการในการผลิต
 - ใช้การหล่อประกอบ แม่พิมพ์ขึ้นรูปด้วยการแกะเว้า
4. เนื้อหาและการถ่ายทอด
 - ได้แนวคิดการออกแบบจากสัญลักษณ์ของจังหวัดตราดเป็นการผสมผสาน จุดเด่นของจังหวัดมาใช้ในการออกแบบเครื่องประดับ
5. กลุ่มผู้บริโภค
 - เพศหญิง อายุระหว่าง 30-40 ปี



ผลงานที่ 2

Gold-plated silver 101 g.
Red Ruby 20.00 cts.
Tsavorite Garnet 4.00 cts.
White Zircon 150 cts.

ชื่อผลงาน : Flower of Trat
ผู้สร้างสรรค : วันชัย มุกธน (ร้านต้นพวย)




ลักษณะการสร้างสรรค

1. อัตลักษณ์ที่นำมาเป็นแนวคิด
 - ลวดลายวัดบูรพาธาราม : นำลวดลายจิตรกรรมที่ปรากฏภายในอุโบสถโบราณ สืบปลายอยุธยามาเป็นแรงบันดาลใจ
 - พลายแดงตราด : เป็นวัสดุประกอบ ตัวแทนของอันชนนตราด
2. วัสดุที่ใช้ผลิต
 - ตัวเรือนเป็นงานเงิน ผึงด้วยพลายสีแดงตราด
3. กระบวนการในการผลิต
 - ใช้การหล่อประกอบ แม่พิมพ์ขึ้นรูปด้วยการแกะเว้า
4. เนื้อหาและการถ่ายทอด
 - ได้แนวคิดมาจากลายดอกไม้วัดบูรพาธารามซึ่งเป็นวัดที่เก่าแก่ที่สุดในตราด เป็นวัดที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ลวดลายบนผนังวัดมีความสวยงาม
5. กลุ่มผู้บริโภค
 - เพศหญิง อายุระหว่าง 25-40 ปี

บทสรุปงานวิจัย

ผลจากงานวิจัยแสดงให้เห็นถึงแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมจังหวัดตราดจากการศึกษาอัตลักษณ์เอกลักษณ์ของจังหวัด นำไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์ เป็นตัวอย่างหนึ่งของการพัฒนาเครื่องประดับภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับนักออกแบบเครื่องประดับ และผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับ ตลอดจนศิลปินที่สนใจ สามารถนำไปประยุกต์และพัฒนาสู่งานในแบบเฉพาะของแต่ละคนได้




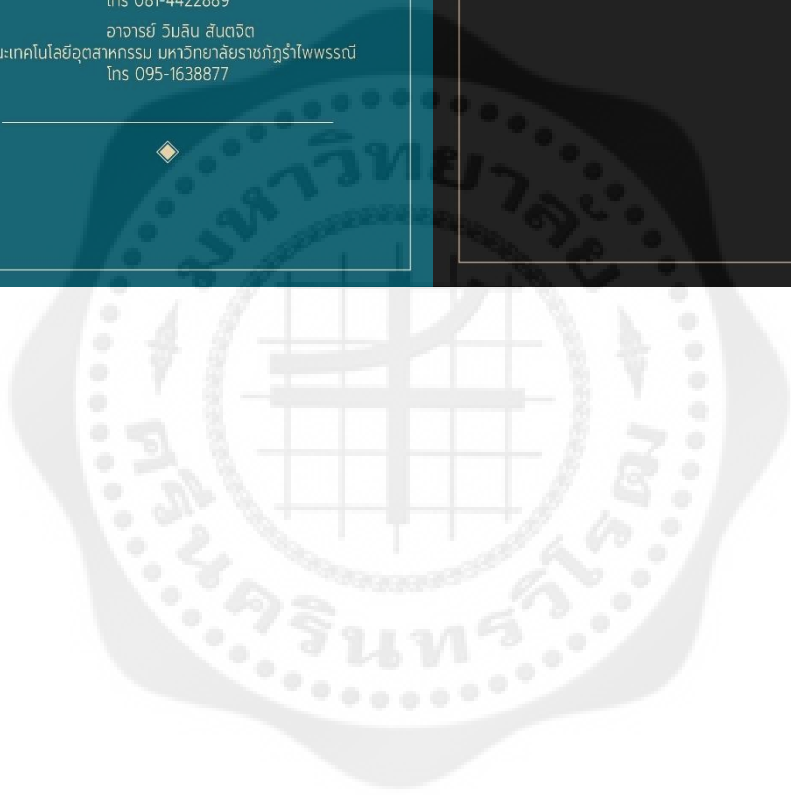
ขอขอบคุณ

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ
(องค์การมหาชน)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมกฤต ใจสุตา
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
โทร 081-4422889

อาจารย์ วิมลสิน สันตจิต
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
โทร 095-1638877

ภาคผนวก ฉ. แบบร่างและภาพชิ้นงานเครื่องประดับต้นแบบ



ผลงานเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด ชื่อผลงาน Amazing Trat



แบบร่างเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด ชื่อผลงาน Amazing Trat



ผลงานเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด ชื่อผลงาน Blead culture โดยร้าน หยกมณี



แบบร่างเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด ชื่อผลงาน Blead culture โดยร้าน หยกมณี



ผลงานเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด ชื่อผลงาน Flower of Trat โดยร้าน ต้นพลอย


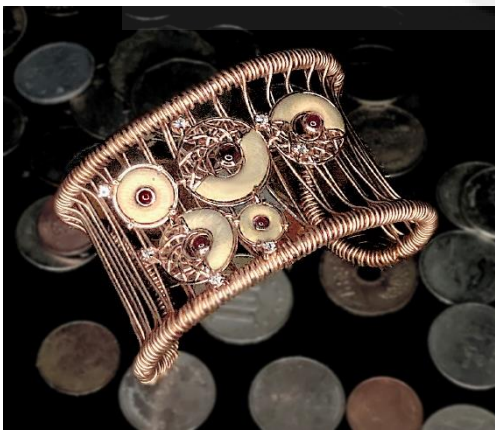


แบบร่างเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นจังหวัดตราด ชื่อผลงาน Flower of Trat โดยร้าน ต้นพลอย

ภาคผนวก ข. การคำนวณต้นทุนการผลิตต้นแบบ

งานวิจัยนี้ได้สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเครื่องประดับอัตลักษณ์จังหวัดตราด จำนวน 3 เซต ประกอบไปด้วยเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดที่ออกแบบโดยทีมวิจัย จำนวน 1 เซต เครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดที่ออกแบบโดยร้านหยกมณี จำนวน 1 เซต และเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดที่ออกแบบโดยร้านต้นพลอย จำนวน 1 เซต ซึ่งค่าใช้จ่ายในการผลิตหรือที่เรียกว่า “ต้นทุน” ดังนี้

1) ต้นทุนการผลิตชิ้นงานเครื่องประดับอัตลักษณ์ตราดที่ออกแบบโดยทีมวิจัย

ชิ้นงานสร้อยคอ	รายละเอียดการผลิต	หน่วย	ราคา
	1. ค่าขึ้นต้นแบบด้วยคอมพิวเตอร์	1	1,500
	2. ค่าทำพิมพ์	1	1,500
	3. ค่าหล่อโลหะ	1	700
	4. ค่าโลหะ (เนื้อเงิน)	160 g	4,000
	4. ค่าประกอบ	1	600
	5. ค่าฝัง	1	300
	6. ค่าขัดชุบ	1	2,200
	7. ค่าอัญมณี	10 cts	5,500
	8. ค่าวัสดุ(ไม้กฤษณา)	5 ชิ้น	1,800
	9. ค่าขึ้นรูปสร้อยคอด้วยกระบวนการถัก/สาน	1	7,000
	รวม		22,100
ชิ้นงานกำไลข้อมือ	รายละเอียดการผลิต	หน่วย	ราคา
	1. ค่าขึ้นต้นแบบด้วยคอมพิวเตอร์	1	800
	2. ค่าทำพิมพ์	1	800
	3. ค่าหล่อโลหะ	1	500
	4. ค่าโลหะ (เนื้อเงิน)	66 g	1,650
	4. ค่าประกอบ	1	300
	5. ค่าฝัง	1	150
	6. ค่าขัดชุบ	1	800
	7. ค่าอัญมณี	7.5 cts	3,750
8. ค่าวัสดุ(ไม้กฤษณา)	5 ชิ้น	800	

	9. ค่าขึ้นรูปกำไรด้วยกระบวนการถัก/ สาน	1	3,000
		รวม	12,550

ชุดเครื่องประดับ	รายละเอียด	หน่วย	ราคา
	1. ค่าผลิตสร้อยคอ	1	22,100
	2. ค่าผลิตกำไร	1	12,550
	3. ค่าดำเนินการ	1	700
		รวม	




2) ต้นทุนการผลิตชิ้นงานเครื่องประดับอัญมณีตราดที่ออกแบบโดยร้านหยกมณี

ชิ้นงานจี้	รายละเอียดการผลิต	หน่วย	ราคา
	1. ค่าขึ้นต้นแบบด้วยมือ	1	5,500
	2. ค่าทำพิมพ์	1	3,500
	3. ค่าหล่อโลหะ	1	700
	4. ค่าโลหะ (เนื้อเงิน)	30 g	750
	4. ค่าประกอบ	1	1,500
	5. ค่าฝัง	1	850
	6. ค่าขัดชุบ	1	1,200
	7. ค่าอัญมณี	6 cts	4,500
	8. ค่าลงยา	1	300
	9. ค่าไข่มุก	1	500
	รวม		19,300
ชิ้นงานต่างหู (2ชิ้น)	รายละเอียดการผลิต	หน่วย	ราคา
	1. ค่าขึ้นต้นแบบด้วยมือ	1	1,500
	2. ค่าทำพิมพ์	1	1,000
	3. ค่าหล่อโลหะ	1	700
	4. ค่าโลหะ (เนื้อเงิน)	22 g	550
	5. ค่าประกอบ	1	1,000
	6. ค่าฝัง	1	850
	7. ค่าขัดชุบ	1	1,200
	8. ค่าอัญมณี	6.5 cts	4,500
	9. ค่าลงยา	2	300
	10. ค่าไข่มุก	2	600
	รวม		12,200
ชิ้นงานเข็มกลัด	รายละเอียดการผลิต	หน่วย	ราคา
	1. ค่าหล่อโลหะ	1	200
	2. ค่าโลหะ (เนื้อเงิน)	8 g	200
	3. ค่าประกอบ	1	200
	4. ค่าฝัง	1	300
	5. ค่าขัดชุบ	1	350
	6. ค่าอัญมณี	3.5 cts	1,200
	7. ค่าลงยา	1	100

	8. ค่าไข่มุก	1	300
		รวม	2,950

ชุดเครื่องประดับ	รายละเอียด	หน่วย	ราคา
	1. ค่าผลิตจี้	1	19,300
	2. ค่าผลิตต่างหู	1	12,200
	3. ค่าผลิตเข็มกลัด	1	2,950
	4. ค่าดำเนินการ	1	700
		รวม	

3) ต้นทุนการผลิตชิ้นงานเครื่องประดับอัญมณีตราดที่ออกแบบโดยร้านต้นพลอย

ชิ้นงานจี้	รายละเอียดการผลิต	หน่วย	ราคา
	1. ค่าขึ้นต้นแบบด้วยมือ	1	7,500
	2. ค่าทำพิมพ์	1	3,500
	3. ค่าหล่อโลหะ	1	700
	4. ค่าโลหะ (เนื้อเงิน)	57 g	1,450
	5. ค่าประกอบ	1	2,500
	6. ค่าฝัง	1	3,500
	7. ค่าขัดชุบ	1	1,700
	8. ค่าอัญมณี	12.5 cts	5,300
	รวม		
ชิ้นงานต่างหู (1ชิ้น)	รายละเอียดการผลิต	หน่วย	ราคา
	1. ค่าขึ้นต้นแบบด้วยมือ	1	1,800
	2. ค่าหล่อโลหะ	1	700
	3. ค่าโลหะ (เนื้อเงิน)	10 g	250
	4. ค่าประกอบ	1	1,000
	5. ค่าฝัง	1	1,200
	6. ค่าขัดชุบ	1	1,000
	7. ค่าอัญมณี	5 cts	2,100
	รวม		
ชิ้นงานกำไล	รายละเอียดการผลิต	หน่วย	ราคา
	1. ค่าขึ้นต้นแบบด้วยมือ	1	2,500
	2. ค่าหล่อโลหะ	1	700
	3. ค่าโลหะ (เนื้อเงิน)	34 g	850
	4. ค่าประกอบ	1	1,500
	5. ค่าฝัง	1	2,000
	6. ค่าขัดชุบ	1	1,200
	7. ค่าอัญมณี	8 cts	2,250
	รวม		

ชุดเครื่องประดับ	รายละเอียด	หน่วย	ราคา
	1. ค่าผลิตสร้อย	1	25,850
	2. ค่าผลิตต่างหู	1	8,050
	3. ค่าผลิตกำไล	1	11,000
	4. ค่าดำเนินการ	1	700
	รวมต้นทุน		46,100

กล่องบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

ลักษณะบรรจุภัณฑ์	รายละเอียด	หน่วย	ราคา
	<p>กล่องเครื่องประดับบุผ้าไหม ขนาด 24x34 cm. พร้อมฐานยึด ชิ้นงาน ที่สามารถปรับเป็นฐาน สำหรับตั้งโชว์ได้</p>	3	700
		รวม	2,100

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายธนภฤต ใจสุดา
ตำแหน่ง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สถานที่ติดต่อ	คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 114 สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2556	นักออกแบบเครื่องประดับ บริษัท เจ.วี. คอนโทร จำกัด จังหวัด กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2557	อาจารย์ประจำหลักสูตรการออกแบบ คณะอัญมณีศาสตร์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี
พ.ศ. 2561-ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2550	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (ศิลปะเครื่องประดับ) เกียรตินิยมอันดับ1 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2556	ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการออกแบบ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2562	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ทัศนศิลป์และการออกแบบ) มหาวิทยาลัยบูรพา

ประวัติย่อของผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาววิมลลิน สันตจิต
ตำแหน่ง	อาจารย์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 41 หมู่ 5 ถนนสุขุมวิท อำเภอเมืองจันทบุรี จันทบุรี 22000
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2562 - 2563	Harmonique Jewelry
พ.ศ. 2563 - ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะเทคโนโลยี อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2554	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (ศิลปะเครื่องประดับ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2562	ครุศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีการออกแบบอุตสาหกรรม) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง