

การศึกษาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย

มกราคม 2559

การศึกษาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์



ปริญญาานิพนธ์
ของ
ดารินทร์ นันทวงศ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย

มกราคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาเครื่องประดับชนิด ศูนย์เจียระไนชนิด อนันตผลพลอยกาญจน์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย

มกราคม 2559

ดาโรนนท์ นันทวงศ์. (2559). การศึกษาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์.

ปริญญาานิพนธ์ ศศ.ด. (ศิลปวัฒนธรรมวิจัย). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม: รองศาสตราจารย์พทุทธิ ศุภเศรษฐศิริ, รองศาสตราจารย์อำนาจ เย็นสบาย, รองศาสตราจารย์วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ.

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ในประเด็นการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิล ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจงทั้งหมดจำนวน 45 แบบ เพื่อวิเคราะห์ประเด็นด้านการออกแบบ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ 2) ศึกษาทัศนคติความชอบและการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับนิลในกลุ่มสตรีจำนวน 200 คน โดยสำรวจในเขตพื้นที่บริเวณตลาดพลอย อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาเครื่องประดับนิลตามความชอบ การตัดสินใจซื้อเครื่องประดับนิลตามความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งเป็นพัฒนาคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความชอบสอดคล้องกับการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับนิล อีกทั้งมีความคาดหวังให้เครื่องประดับนิลประเภทแหวนมีการออกแบบจากโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิตมากที่สุด และ เครื่องประดับนิลประเภทจี้, สร้อยคอ, สร้อยข้อมือ, กำไล และต่างหู มีความคาดหวังให้มีการออกแบบจากโครงสร้างรูปทรงเลียนแบบจากธรรมชาติ ซึ่งมีความสอดคล้องกับคาดหวังให้มีการออกแบบเครื่องประดับนิลที่เลือกใช้วัสดุลายเลียนแบบธรรมชาติเช่นเดียวกัน ความคาดหวังด้านการเลือกใช้รูปทรงอัญมณีนิลสำหรับการออกแบบนั้น ผู้บริโภคคาดหวังให้มีการเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรง วงรีมากที่สุด

ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติที่เห็นด้วยมากที่สุดต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอัญมณีนิล ด้วยการส่งเสริมให้มีรูปแบบการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่งอัญมณีประกอบร่วมที่ส่งเสริมให้เกิดมูลค่าของเครื่องประดับนิลผู้บริโภคให้ความเห็นว่า ควรมีอัญมณีเพชรประกอบ และตัวเรือนควรผลิตจากวัสดุเงิน หรือทองคำขาว ซึ่งผู้บริโภครยังให้ความเห็นในด้านความเชื่ออีกว่า เครื่องประดับนิล คือเครื่องประดับที่สวมใส่แล้วสร้างให้เกิดบารมีที่ให้ความรู้สึกรักษาปกป้อง และปลอดภัย

ผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เป็นแนวทางในการสร้างคุณค่าให้กับเครื่องประดับนิลในยุคปัจจุบัน ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งการศึกษานี้จะส่งผลประโยชน์ในวงกว้างเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนในมิติสะท้อนถึงการสร้างความตระหนักในคุณค่า อัตลักษณ์ ความเป็นมาและความสำคัญของเครื่องประดับนิล ให้ชุมชนอื่นหรือกลุ่มผลิตภัณฑ์โอท็อปกลุ่มอื่นสามารถนำกระบวนการ และผลที่ได้จากการศึกษาไปต่อยอดพัฒนาเพิ่มคุณค่าให้เครื่องประดับนิลต่อไปได้อย่างยั่งยืน

A STUDY OF BLACK SPINEL JEWELRY AT ANANTAPOL PLOYKAN'S BLACK
SPINEL CUTTING CENTRE



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Doctor of Arts degree in Arts and culture research
at Srinakharinwirot University

January 2016

Darinun Nuntawong. (2016). *A Study of Black Spinel Jewelry at Anantapol Ploykan's Black Spinel Cutting Centre*. Dissertation, D.A. (Arts and culture research). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assoc.Prof. Prit Supasetsiri, Assoc.Prof. Aumnard Yensabai, Assoc.Prof. Wannarat Tungchareon.

The objectives of this mixed-method research are twofold. The first is to study the added value of black spinel jewelry as implemented by Anantapol Ploykan's Black Spinel Cutting Center. 45 designs of black spinel jewelry were selected to be analyzed descriptively in terms of intellectual transfer, product design, pattern, and gem shape. The second objective is to study the preferences and buying decisions of this jewelry among 200 women surveyed in the gem market in Kanchanaburi province. This step aims primarily at generating product development to reflect consumer preferences and buying decisions, as well as to add more value to the jewelry. The data were analyzed using descriptive statistics (mean values & standard deviation).

The results found that customer interest level accords with their decisions to purchase the product. Consumers mostly expected the design of Black Spinel rings to have a geometric structure. The Black Spinel pendants, necklaces, bracelets, bangles, and earrings are expected to be designed with a structure imitating nature. Most consumers expected that the design of the Spinel's figure would be an ellipse.

Most consumers agreed that making added value for the jewelry by enhancing its design would accord with the demand and expectations of consumers. Moreover, consumers thought that diamond will add most value to the jewelry, while the accessories' bodies should be made of silver and white gold. However, the consumers agreed that black spinel jewelry bring a sense of being protected and safe to those who wear it.

Black spinel jewelry from this centre has guided the value of black spinel jewelry and accessories which are in accord with consumer demand. This research may be widely useful for developing reflection in the communities and to trigger awareness of the value, identity, background, and importance of black spinel jewelry and accessories to other communities or OTOP groups, so they can learn from the process and the research results and bring what they have gained to apply in adding value to black spinel jewelry.

ปริญญาานิพนธ์
เรื่อง
การศึกษาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์
ของ
ดารินันท์ นันทวงศ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ดุษฎี โยเหลา)
วันที่.....เดือน มกราคม พ.ศ.2559

อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์ คณะกรรมการสอบปากเปล่า
.....ที่ปรึกษาหลักประธาน
(รองศาสตราจารย์พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ) (รองศาสตราจารย์ ดร.สาธิต ทิมวัฒนบรรเทิง)
.....ที่ปรึกษาร่วมกรรมการ
(รองศาสตราจารย์อำนาจ เย็นสบาย) (รองศาสตราจารย์พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ)
.....ที่ปรึกษาร่วมกรรมการ
(รองศาสตราจารย์วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ) (รองศาสตราจารย์อำนาจ เย็นสบาย)
.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ)
.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์กิติมา สุรสนธิ)

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถ ช่วยเหลือ แนะนำ และให้คำปรึกษาอย่างดียิ่ง จากรองศาสตราจารย์พฤทธิ ศุภเศรษฐศิริ ประธานที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์ กรรมการที่ปรึกษาร่วมวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ และ รองศาสตราจารย์อำนาจ เย็นสบาย รองศาสตราจารย์ ดร.สาทิติ ทิมวัฒนบรรเทิง รองศาสตราจารย์กิติมา สุรสนธิ กรรมการสอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาถ่ายทอดความรู้ แนวคิด วิธีการ คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ยิ่ง ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่กรุณาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และได้กรุณาปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่อง และให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือให้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งบุคคลที่ผู้วิจัยได้อ้างอิงทางวิชาการตามที่ปรากฏในบรรณานุกรม

ขอขอบพระคุณคุณกิมไฉ่ สิริพฤษา ประธานศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ที่ให้ความอนุเคราะห์และความสะดวกในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย ตลอดจนผู้ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลภาคสนามเป็นอย่างดี

เหนือสิ่งอื่นใดขอขอบพระคุณ นายสุนัย นันทวงศ์ นางดาณี นันทวงศ์ และญาติพี่น้องทุกท่านที่คอยช่วยเหลือสนับสนุนทั้งด้านกำลังใจและกำลังทรัพย์ด้วยดีตลอดมา

ขอขอบคุณเพื่อนนิสิตสาขาศิลปวัฒนธรรมวิจัยทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำและส่งเสริมกำลังใจตลอดมา นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลืออีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวชื่อนามในที่นี้ได้หมด จึงขอขอบคุณทุกท่านเหล่านั้นไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมเครื่องประดับรายย่อยและด้านการศึกษาด้านอัญมณีและเครื่องประดับไม่มากนัก

ดาวิพันธ์ นันทวงศ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี.....	8
ข้อมูลเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกาญจนบุรี.....	11
แนวคิดการผลิต การกลายเป็นสินค้าและการบริโภคเชิงสัญญา.....	19
แนวคิดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.....	22
แนวความคิดด้านการออกแบบเครื่องประดับ.....	23
ภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรม.....	31
ทฤษฎีความคาดหวัง.....	38
แนวคิดด้านการตลาด.....	42
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค.....	46
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	55
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	62
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	67
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	68
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	68
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	68
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	70

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
4 ผลการวิจัย.....	74
5 สรุปและอภิปรายผล.....	201
ผลการวิเคราะห์.....	202
การอภิปรายผล.....	211
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	216
บรรณานุกรม.....	217
ภาคผนวก.....	222
ภาคผนวก ก.....	222
ภาคผนวก ข.....	222
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	222

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ด้านโครงสร้าง ด้านลดตาย และการเลือกใช้รูปทรงของอัญมณีชนิด.....	104
2 เครื่องประดับจี้ 3 แบบ.....	159
3 เครื่องประดับสร้อยคอ 3 แบบ.....	160
4 เครื่องประดับสร้อยข้อมือ 3 แบบ.....	161
5 เครื่องประดับต่างหู 3 แบบ.....	162
6 จำนวนคน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะ ทางประชากรศาสตร์.....	164
7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความชอบ และความตั้งใจซื้อ เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ของผู้บริโภค ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทแหวน.....	166
8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความชอบ และความตั้งใจ ซื้อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ของผู้บริโภค ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทจี้.....	168
9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความชอบ และความตั้งใจ ซื้อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ของผู้บริโภค ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยคอ.....	170
10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความชอบ และความตั้งใจ ซื้อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ของผู้บริโภค ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไล.....	172
11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความชอบ และความตั้งใจ ซื้อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ของผู้บริโภค ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทต่างหู.....	174
12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านโครงสร้าง ที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทแหวน.....	177
13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านโครงสร้าง ที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทจี้สร้อย.....	179

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านโครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทสร้อยข้อมือและกำไล.....	181
15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านโครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทต่างหู.....	183
16 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านลวดลายใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทแหวน.....	184
17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทจี้สร้อย.....	186
18 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทสร้อยข้อมือและกำไล.....	188
19 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทต่างหู.....	189
20 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล.....	190
21 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล.....	192
22 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามอายุ.....	193
23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบ ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามอายุ.....	193
24 ผลการเปรียบเทียบด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามอายุระหว่างรายคู่.....	194
25 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามการศึกษา.....	194
26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบ ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามการศึกษา.....	194

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 คະແນນເຈລິຍະແລະສ່ວນເບິ່ງເບນມາຕຣູສານ ດ້ານຄວາມຄາດຫຼັງ ດ້ານການອອກແບບ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກຕາມອາຊີປີ.....	195
28 ຜົນການວິເຄາະທຳຄວາມແປປຽນເບິ່ງເບນ ດ້ານຄວາມຄາດຫຼັງດ້ານການອອກແບບ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກຕາມອາຊີປີ.....	195
29 ຄະແນນເຈລິຍະແລະສ່ວນເບິ່ງເບນມາຕຣູສານ ດ້ານຄວາມຄາດຫຼັງດ້ານການອອກແບບ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກຕາມຮາຍໄດ້.....	196
30 ຜົນການວິເຄາະທຳຄວາມແປປຽນເບິ່ງເບນ ດ້ານຄວາມຄາດຫຼັງດ້ານການອອກແບບ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກຕາມຮາຍໄດ້.....	196
31 ຜົນການເບິ່ງເບນດ້ານຄວາມຄາດຫຼັງດ້ານການອອກແບບເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກຕາມຮາຍໄດ້ຮ່ວງຮາຍຄູ່.....	196
32 ຄະແນນເຈລິຍະແລະສ່ວນເບິ່ງເບນມາຕຣູສານ ດ້ານທັດສະນະຄິດຜູ້ບໍລິໂກດທີ່ມີຕໍ່ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກອາຍຸ.....	197
33 ຜົນການວິເຄາະທຳຄວາມແປປຽນເບິ່ງເບນ ດ້ານທັດສະນະຄິດຜູ້ບໍລິໂກດທີ່ມີຕໍ່ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກອາຍຸ.....	197
34 ຄະແນນເຈລິຍະແລະສ່ວນເບິ່ງເບນມາຕຣູສານ ດ້ານທັດສະນະຄິດຜູ້ບໍລິໂກດທີ່ມີຕໍ່ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກຕາມການສຶກສາ.....	198
35 ຜົນການວິເຄາະທຳຄວາມແປປຽນເບິ່ງເບນ ດ້ານທັດສະນະຄິດຜູ້ບໍລິໂກດທີ່ມີຕໍ່ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກຕາມການສຶກສາ.....	198
36 ຄະແນນເຈລິຍະແລະສ່ວນເບິ່ງເບນມາຕຣູສານ ດ້ານທັດສະນະຄິດຜູ້ບໍລິໂກດທີ່ມີຕໍ່ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກຕາມອາຊີປີ.....	199
37 ຜົນການວິເຄາະທຳຄວາມແປປຽນເບິ່ງເບນ ດ້ານທັດສະນະຄິດຜູ້ບໍລິໂກດທີ່ມີຕໍ່ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກຕາມອາຊີປີ.....	199
38 ຄະແນນເຈລິຍະແລະສ່ວນເບິ່ງເບນມາຕຣູສານ ດ້ານທັດສະນະຄິດຜູ້ບໍລິໂກດທີ່ມີຕໍ່ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກຕາມຮາຍໄດ້.....	200
39 ຜົນການວິເຄາະທຳຄວາມແປປຽນເບິ່ງເບນດ້ານທັດສະນະຄິດຜູ້ບໍລິໂກດທີ່ມີຕໍ່ ເຄື່ອງປະດັບນິດ ຈຳແນກຕາມຮາຍໄດ້.....	200

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 สถิติข้อมูลสินค้าส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรกของประเทศไทย ปี 2557.....	1
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
3 สปีเนล.....	16
4 ผลึกสปีเนล (1) - (2) ทรงออกตะฮีดรอล หรือทรงแปดหน้า (3) สปีเนลสีดำที่มี ผลึกรูปร่างยาว.....	17
5 แสดงแบบจำลององค์ประกอบของทัศนคติ.....	48
6 แสดง Hierachy of Effect Model ของ Steiner G.....	50
7 แบบจำลองกระบวนการซื้อของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน.....	55
8 การทำเหมืองพลอยในอดีต จ.กาญจนบุรี.....	76
9 ความเป็นมาของเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอย.....	77
10 ผลงานศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจนบุรี ปี 2546-254.....	77
11 ภาพพระมหากษัตริย์องค์สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ.....	78
12 การเลือกหาพลอย-นิล ในอดีต อ.บ่อพลอย จ.กาญจนบุรี.....	79
13 การเปิดหน้าดิน และการขุดพลอย.....	80
14 การร่อนพลอย.....	81
15 ก้อนนิลที่ขุดพบก่อนการเจียระไน.....	81
16 การซื้อขายพลอยในอดีต.....	82
17 นิลก้อนก่อนการเจียระไน.....	83
18 การโกนพลอย และการเจียระไนพลอย.....	83
19 อัญมณีนิลที่มีการดัดแปลงการเจียระไนเป็นรูปเต้านำโชค.....	84
20 ยาวชนเรียนรู้พิพิธภัณฑน์.....	85
21 การอธิบายความหมายศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจนบุรี.....	86

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

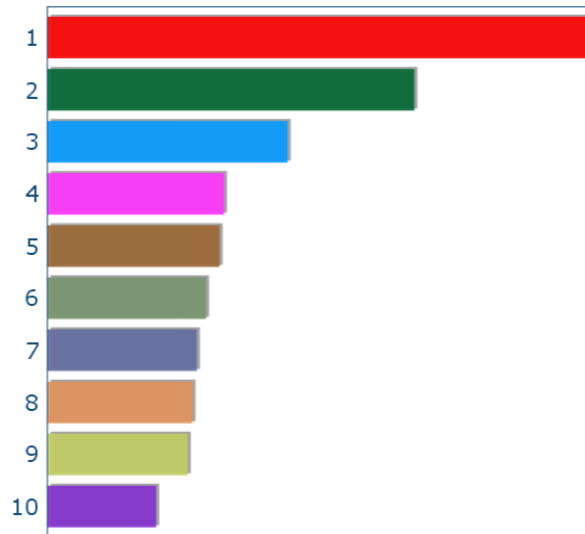
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยในปัจจุบันมีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่า โดยจัดเป็นหนึ่งในสิบอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทย ด้วยศักยภาพที่เป็นจุดเด่นในด้านฝีมือแรงงาน ความประณีตและการออกแบบที่สวยงาม ซึ่งมีผลมาจากการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทำให้สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยกลายเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศ โดยในปี.ศ. 2557 มีรายได้การส่งออกสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอันดับ 3 มีมูลค่าการส่งออกจำนวน 286,304.9 ล้านบาท ซึ่งสามารถเป็นดัชนีชี้วัดได้ว่า อุตสาหกรรมประเภทอัญมณีและเครื่องประดับมีความสำคัญต่อระบบโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย ดังภาพประกอบ 1

สินค้าออกสำคัญ 10 อันดับแรกของไทย

มูลค่า : ล้านบาท

VALUE : MILLION BAHT

รายการ	2558/2015
1 รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	635,699.0
2 เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	431,749.3
3 อัญมณีและเครื่องประดับ	286,304.9
4 เม็ดพลาสติก	209,381.3
5 น้ำมันสำเร็จรูป	205,737.1
6 แผงวงจรไฟฟ้า	189,931.6
7 ผลิตภัณฑ์ยาง	174,233.8
8 เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	171,825.3
9 เคมีภัณฑ์	163,492.2
10 เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	131,103.8



ภาพประกอบ 1 สถิติข้อมูลสินค้าส่งออกที่สำคัญ 10 อันดับแรกของประเทศไทย ปี 2557

ที่มา: รายงานข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของไทย (2558)

จากภาพประกอบ 1 จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าของไทยที่สำคัญและควรได้รับการส่งเสริมและผลักดันให้อุตสาหกรรมนี้เติบโตมากยิ่งขึ้นเพราะมีผลกระทบโดยตรงต่อระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจไทยซึ่งเมื่อมองภาพรวมระดับประเทศแล้วจะพบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับถูกแบ่งออกด้วยขนาดของโครงสร้างทางธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดย่อม และธุรกิจขนาดเล็กที่เรียกว่า ธุรกิจเครื่องประดับในระดับชุมชน ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มเพื่อสร้างสรรคผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องประดับที่เกิดจากการใช้ทุนทางรากฐานทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในนามสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งในประเทศไทยพบได้หลายภูมิภาค เช่น จังหวัดจันทบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดตาก และจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น โดยแต่ละพื้นที่จะมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและทรัพยากรที่น่าสนใจและแตกต่างกันไป

จากโครงสร้างทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อสังคม การสร้างแนวคิดให้อุตสาหกรรมอยู่ร่วมกับสังคมและชุมชนอย่างเป็นสุขได้นั้น มีความพยายามเริ่มต้นนับตั้งแต่อดีต โดยสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาในอดีตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับที่ผ่านมา และพบว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับมีการเติบโตมาอย่างต่อเนื่องในระยะแรกเริ่มก่อนปี พ.ศ. 2529 อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย มีจุดเริ่มต้นจากการรวมกลุ่มของชุมชนในระดับครัวเรือนของแต่ละภูมิภาค โดยมีความพยายามนำวัสดุ ที่ได้จากทรัพยากรธรรมชาติ หรืออัญมณีที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเจียรไนรังสรรค์ให้เกิดความสวยงาม ประกายแสงระยิบระยับ ซึ่งเป็นผลทำให้ประเทศไทยกลายเป็นแหล่งเจียรไนอัญมณีและผลิตเครื่องประดับส่งออกไปกับประเทศต่างๆ โดยเฉพาะในจังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดจันทบุรี จนสร้างชื่อเสียงทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับไปทั่วโลก ดังนั้น อุตสาหกรรมเครื่องประดับไทยจึงเป็นผลผลิตของการสร้างสรรค์จากทุนทางความคิดของมนุษย์ และวัตถุดิบในชุมชนซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545)

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีเป้าหมายให้ชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยที่รัฐบาลพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยใหม่ ด้วยกระบวนการบริหารจัดการที่เชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยได้กำหนดระเบียบว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้นโดยภายใต้สำนักนายกรัฐมนตรี กำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ซึ่งมีแนวคิดจะให้ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้ดีขึ้นโดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาด

ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล 2) พึ่งตนเอง และคิดอย่างสร้างสรรค์ 3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ อีกทั้งยังมีเป้าหมายในการสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และกลุ่มผู้สร้างสรรค์จากชุมชนนั้นๆ อีกด้วย และเพื่อให้กลไกของการพัฒนาประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุดิบที่สำคัญในท้องถิ่นของตนเอง ได้แก่ นิล หรือที่เรียกว่า Black Spinel มีการดำเนินธุรกิจในระดับชุมชนมาอย่างยาวนาน มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และความประณีต แต่ก็ยังประสบปัญหาในด้านของการพัฒนารูปแบบของเครื่องประดับ สร้างให้เกิดผลกระทบในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด ดังนั้น การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ จึงควรส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเป็นมิติแรก

นิล คือ พลอยชนิดหนึ่ง มีสีดำ ถ้าสีน้ำเงินแก่ เรียก นิลสีดอกผักตบ สีอย่างนिल มีอยู่ 2 ชนิด คือ นิลตัน และนिलเสี้ยน นิลที่นิยมเอามาทำเครื่องประดับคือ นิลตัน เชื่อว่า นิลสามารถทำให้เกิดความเข้มแข็งใจเย็น โชคลาภ มั่งมีต่างๆ และยังป้องกันอันตราย จากภูตผีวิญญูณ (เป็นความเชื่อมานาน) นิลยังช่วยบำบัดจิตใจของบุคคลที่เจ้าอารมณ์ให้เกิดความใจเย็นลงได้ นิลเป็นอัญมณีของคนที่เกิดวันเสาร์ ซึ่งควรประดับอัญมณีที่มีสีดำ เพื่อความเป็นสิริมงคลให้กับตัวเอง อัญมณีที่มีสีดำสนิท แต่โบราณกาลเรียกขานว่า "นิลกาฬ" หรือ "มณีนิล" จากความเชื่อที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษกลับมีเรื่องราวอยู่มากมาย ในประเทศไทยหรือสยามประเทศเองมีความเชื่อและคำบอกเล่าถึงพลังศักดิ์สิทธิ์ของมณีนิลเหล่านี้ อย่างมากมาย และครั้งหนึ่งบรรพบุรุษของเราเคยใช้ "นิลและโปงขาม" เป็นเครื่องรางในการออกศึก ถือเป็นผลึกอันศักดิ์สิทธิ์ที่ปกป้องให้พ้น ภัยอันตราย ในเวลาต่อมาเครื่องประดับนिलก็แปรเปลี่ยนบทบาทมาเป็นเครื่องบอกฐานะ ยศศักดิ์ จนในที่สุดก็นำมาใช้เป็นเครื่องประดับจวบจนปัจจุบัน โดยผู้ริเริ่มนำนิลมาพัฒนาให้เกิดเป็นมูลค่า และเป็นที่ยุ่จัดโดยทั่วไป คือ กิมไน้ สิริพฤกษา

กิมไน้ สิริพฤกษา ได้กล่าวไว้ว่า การค้นพบนิลในครั้งแรกนั้นเริ่มต้นจากความต้องการชุดพลอยสีต่างๆ ซึ่งในสมัยก่อนไม่มีเครื่องมือที่ทันสมัยปัจจุบัน ทำให้เมื่อชุดลงไป 10 – 20 เมตร สิ่งที่ได้ขึ้นมาส่วนมากจะเป็นหินสีดำ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากและไม่มีใครต้องการ ซึ่งในสมัยก่อนมีการนำหินสีดำ หรือ "นิล" ไปถมทำถนน จึงทำให้คุณกิมไน้ สิริพฤกษา หลังจากเสร็จสิ้นการฝึกเป็นช่างเจียรไนพลอย จึงได้นำหินสีดานั้นมาเจียรไนให้เหมือนกับพลอย ปรากฏว่า เหลี่ยมของอัญมณีนิลไม่ต่างจากอัญมณีหรือพลอยสีอื่นๆ ทั่วไป เพียงแต่นิลนั้นมีสีดำสนิทและทึบแสง ส่วนพลอยจะมีสีและมีความโปร่งใส จากนั้นจึงทำการออกแบบอัญมณีนิลเป็นรูปพรรณต่างๆ และได้ทดลองนำออกมาวางจำหน่ายและกลายเป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด กาญจนบุรี (ASTV ผู้จัดการออนไลน์. 2551)

ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เป็นผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีกระบวนการสร้างคุณค่าของเครื่องประดับนิลเป็นที่ยอมรับทั่วโลก ทั้งนี้ กิมไฉ่ สิริพุกษา ประธานศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ได้กล่าวว่า ในปี พ.ศ. 2546 ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ได้รับรางวัลคัดสรรค์เป็นสินค้าดีเด่นหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาวของประเทศไทยและส่งผลให้ในปี พ.ศ. 2547 ได้รับโอกาสคัดเลือกเป็น 1 ใน 15 ร้านทั่วประเทศให้นำสินค้าเข้าร่วมแสดงในงานการประชุมความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชียแปซิฟิก ณ ประเทศไทย จากการแสดงผลงานในครั้งนั้นทำให้มีโอกาสถูกกล่าวขวัญอัญมณีนิลและเครื่องประดับนิล เจียร์ไนในรูปแบบทรงต่างๆ แต่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระบรมราชินีนาถ ทำให้เครื่องประดับนิลเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป อีกทั้งพระองค์ท่านได้ตรัสไว้ว่า “นิลเป็นทรัพยากรที่สำคัญของประเทศไทย ต้องควรรักษาและอนุรักษ์ไว้” (กิมไฉ่ สิริพุกษา. 2557, 2 มีนาคม: สัมภาษณ์)

แต่หากกล่าวถึงจุดอ่อนในปัจจุบันของศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ กิมไฉ่ สิริพุกษา ได้กล่าวไว้ว่า ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ มีการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับนิลและบริหารจัดการธุรกิจโดยเจ้าของกิจการมาเป็นระยะเวลายาวนานกว่า 21 ปี ทำให้ประสบปัญหาการปรับเปลี่ยนรูปแบบเครื่องประดับที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทรูปแบบเครื่องประดับที่เข้ากับยุคสมัย หรือรสนิยมของผู้บริโภค จึงมีผลทำให้มียอดการจำหน่ายสินค้าเครื่องประดับนิลในรอบ 5 ปีที่ผ่านมาลดลงมาก จึงต้องการหาทิศทางเพื่อการพัฒนาเครื่องประดับนิลให้สอดคล้องกับทัศนคติความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคปัจจุบัน (กิมไฉ่ สิริพุกษา. 2557, 2 มีนาคม: สัมภาษณ์)

จากจุดแข็งและจุดอ่อนที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการสร้างคุณค่าสินค้าทางวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ให้องค์การนำไปผลิตและสร้างสรรค์เครื่องประดับนิลที่สอดคล้องกับทัศนคติความชอบของผู้บริโภคและนำไปสู่การได้เห็นคุณค่าต่อการอนุรักษ์และรักษาเครื่องประดับนิลให้กับศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ให้ยั่งยืนต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณค่าภูมิปัญญาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์
2. เพื่อศึกษาการออกแบบเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์
3. เพื่อศึกษาการให้คุณค่าจากความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับ

นิลของศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรีโดยทำการสำรวจในเขตพื้นที่ บริเวณตลาดพลอย อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ความคาดหวังและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ในกลุ่มสตรี แตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกัน ความคาดหวังและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ในกลุ่มสตรี แตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน ความคาดหวังและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ในกลุ่มสตรี แตกต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน ความคาดหวังและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ในกลุ่มสตรี แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีเป้าหมายในการศึกษาเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคุณค่าให้กับเครื่องประดับนิลในปัจจุบันให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยทำการสำรวจกับผู้บริโภคในกลุ่มสตรี บริเวณเขตพื้นที่ตลาดพลอย อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 200 คน ซึ่งมีกระบวนการวิจัยเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งศึกษาวิเคราะห์ได้แก่ 1.คุณค่าด้านภูมิปัญญา และ 2.คุณค่าด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากจำนวน 45 ตัวอย่าง ดังนี้

เครื่องประดับนิลประเภทแหวน	15	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิลประเภทจี้ และสร้อยคอ	12	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิลประเภทกำไลและสร้อยข้อมือ	10	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิล ประเภทต่างหู	8	ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2 คือ การวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งศึกษาการให้คุณค่าจากทัศนคติความชอบและการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิลของศูนย์ เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรีจำนวน 200 คน ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ประเด็นที่ศึกษาได้แก่ 1.ระดับความชอบ และ 2.การตัดสินใจของผู้บริโภค 3.ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล และ 4.ศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อเครื่องประดับนิล

นิยามศัพท์เฉพาะ

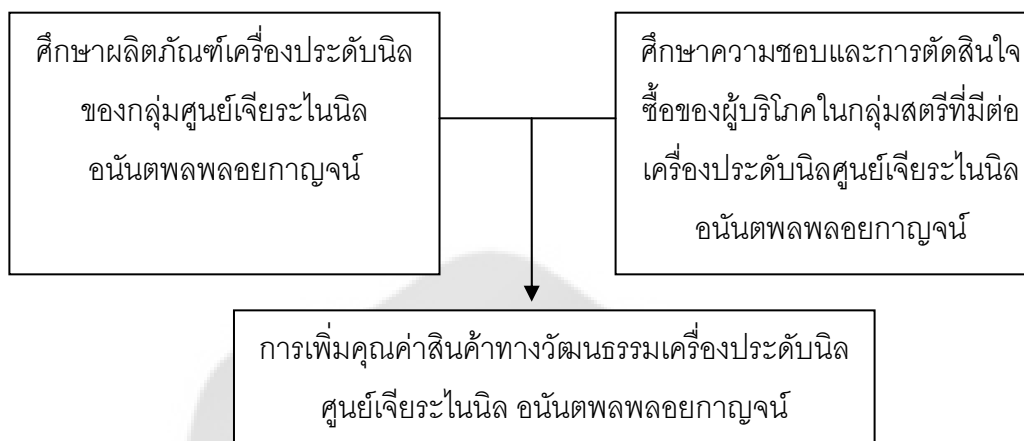
1. **คุณค่า** หมายถึง ลักษณะที่พึงปรารถนาให้เกิดความพอใจ ตอบสนองความต้องการ และมีประโยชน์หรือมีมูลค่าสูง
2. **ความต้องการ** หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวของผู้บริโภคเครื่องประดับนิล ที่มีความประสงค์หรือต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นความต้องการไม่มีวันสิ้นสุด โดยจะเริ่มจากระดับต่ำไประดับสูง
2. **ความคาดหวัง** หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคล ที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ หรือคาดหวังเอาไว้
3. **สินค้าโอท็อป** หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีกระบวนการคิดและการสร้างสรรค์ จากภูมิปัญญาของคนในชุมชน โดยเลือกวัสดุที่มีอยู่มาสร้างให้เกิดมูลค่าและรายได้ ซึ่งจะมุ่งเน้นการผลิตและการขายภายในชุมชนหรือเป็นสินค้าตัวแทนของท้องถิ่น
4. **เครื่องประดับนิล** หมายถึง เครื่องประดับที่ประกอบด้วยโลหะ ได้แก่ ทอง เงิน ทองแดง เป็นตัวเรือน โดยมีอัญมณีสีดำ (นิล) เป็นส่วนประกอบหลัก
5. **ผู้บริโภคเครื่องประดับนิล** หมายถึง ผู้ซื้อและผู้ใช้เครื่องประดับนิลที่เป็นสตรี (ประชาชน) ทั่วไป
6. **แนวทางการพัฒนาเครื่องประดับนิล** หมายถึง เสนอแนวทางการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงพัฒนารูปแบบเครื่องประดับนิล ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ชุมชนสามารถนำความรู้จากการศึกษาไปต่อยอดทางความคิด ผลิตและสร้างสรรค์สินค้าเครื่องประดับนิลให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มสตรีได้ ซึ่งเป็นผลให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืนต่อชุมชน
2. เป็นการเผยแพร่คุณค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลให้เป็นที่รู้จักในฐานะสินค้าทางวัฒนธรรมในระดับสากล และเพื่อการอนุรักษ์ให้เกิดการรักษาหวงแหนในสิ่งที่ชุมชนมีอยู่

3. เป็นข้อมูลให้กลุ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โอท็อปกลุ่มอื่นได้นำองค์ความรู้ไปพัฒนาต่อยอดในผลิตภัณฑ์เครื่องประดับของชุมชนตนเองได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาเครื่องประดับนิล วิสาหกิจชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อเพิ่มมูลค่าในเชิงพาณิชย์ โดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี
2. ข้อมูลเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกาญจนบุรี
3. แนวคิดการผลิต การกลายเป็นสินค้าและการบริโภคเชิงสัญลักษณ์
4. แนวคิดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
5. แนวความคิดด้านการออกแบบเครื่องประดับ
6. ภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรม
7. ทฤษฎีความคาดหวัง
8. แนวคิดด้านการตลาด
9. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค
10. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อของผู้บริโภค
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี

“แคว้นโบราณ ด่านเจดีย์ มณีเมืองกาญจน์ สะพานข้ามแม่น้ำแคว แหล่งแร่ น้ำตก” คำขวัญประจำจังหวัดกาญจนบุรีนี้ บ่งบอกถึงความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของจังหวัด ทั้งยังความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรแร่เศรษฐกิจของชาติ รวมไปถึงแหล่งแร่รัตนชาติที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกที่สำคัญ คือ ไพลินและนิล ซึ่งรู้จักกันทั่วไปว่า พลอยเมืองกาญจน์

ประวัติศาสตร์อันยาวนานของจังหวัด ซึ่งมีมาตั้งแต่ยุคโบราณ และบทบาทที่สำคัญในฐานะเมืองหน้าด่านที่สำคัญของประวัติศาสตร์ของชาติไทย ตราประจำจังหวัดจึงเป็นภาพของด่านเจดีย์สามองค์ ซึ่งเป็นกลุ่มเจดีย์ทรงป้าน เป็นศิลปะแบบมอญสูงประมาณ 6 เมตร ช่องห่างระหว่างเจดีย์ 5 – 6 เมตร สถานที่ตั้งของเจดีย์สามองค์นี้มีความสำคัญในฐานะเป็นด่านที่ใช้ในการป้องกันการเดินทัพของประเทศคู่ศึก จึงถือเป็นปูชนียสถานที่สำคัญของจังหวัด การนำภาพเจดีย์สามองค์มาใช้เป็นตราประจำจังหวัด เพื่อเป็นสิ่งเตือนใจ คนรุ่นหลังให้รำลึกถึงการเสียสละของบรรพชนในอันที่จะพิทักษ์ผืนแผ่นดินไว้ (2553)

1.1 ลักษณะพื้นที่ของเมืองกาญจนบุรี

จังหวัดกาญจนบุรีถูกจัดเป็นจังหวัดที่มีประชากรมากเป็นอันดับ 30 ของประเทศ มีประชากรประมาณ 833,000 คน (พ.ศ. 2552) แต่มีความหนาแน่นประชากรค่อนข้างต่ำ (42.78 คน/ตารางกิโลเมตร อันดับที่ 73) เนื่องจากขนาดจังหวัดที่กินพื้นที่ขนาดใหญ่ กาญจนบุรีตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางทิศตะวันตกประมาณ 129 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 19,483.148 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 12,176,968 ไร่ ถือเป็นจังหวัดที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ พื้นที่ส่วนมากของจังหวัดประมาณ 7.4 ล้านไร่ เป็นพื้นที่ป่าไม้ และเป็นพื้นที่ถือครองทางการเกษตรประมาณ 2.5 ล้านไร่

จังหวัดกาญจนบุรีมีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่

ทิศเหนือ	จรด	จังหวัดตากและจังหวัดอุทัยธานี
ทิศใต้	จรด	จังหวัดราชบุรี
ทิศตะวันออก	จรด	จังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดนครปฐม
ทิศตะวันตก	จรด	สหภาพเมียนมาร์

ปัจจุบันจังหวัดกาญจนบุรีแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 13 อำเภอ 95 ตำบล 943 หมู่บ้าน 206 ชุมชน 31 เทศบาล 90 อบต. โดยทั้ง 13 อำเภอ ดังภาพประกอบ ได้แก่

1. อำเภอเมืองกาญจนบุรี
2. อำเภอไทรโยค
3. อำเภอบ่อพลอย
4. อำเภอศรีสวัสดิ์
5. อำเภอท่ามะกา
6. อำเภอท่าม่วง
7. อำเภอทองผาภูมิ
8. อำเภอสังขละบุรี
9. อำเภอพนมทวน
10. อำเภอเลาขวัญ
11. อำเภอหนองปรือ
12. อำเภอห้วยกระเจา

1.2 ลักษณะทางธรณีวิทยาของจังหวัดกาญจนบุรี

ภูมิสังฐานจังหวัดกาญจนบุรีถูกจัดรวมอยู่ในภูมิสังฐานแบบภูเขาสูงภาคเหนือและตะวันตก ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำสำคัญหลายสายที่ไหลลงสู่ที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลางของประเทศ จังหวัดกาญจนบุรีถูกจัดอยู่ภูมิสังฐานบริเวณเขตทิวเขาตะนาวศรี โดยด้านตะวันตกติดประเทศสหภาพเมียนมาร์ ด้านตะวันออกติดที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา มีภูเขาสูงสลับซับซ้อนประกอบด้วยหุบเขาแคบๆ และเป็นหุบลึก การวางตัวของทิวเขาอยู่ในทิศเหนือ-ใต้ เป็นต้นกำเนิดแม่น้ำใหญ่ 3 สาย คือ แม่น้ำเนย แม่น้ำสะแก และแม่น้ำแควใหญ่ไหลลงสู่อ่าวไทย ลักษณะภูมิประเทศเช่นนี้ใกล้เคียงกับภูมิประเทศของภาคเหนือ ภาคตะวันตก และภาคใต้ของไทย ลักษณะภูมิประเทศจังหวัดกาญจนบุรี แบ่งออกได้ 3 ลักษณะ ดังนี้

1. เขตภูเขาและที่สูง ซึ่งมีความสูงจากระดับน้ำทะเลมากกว่า 400 เมตร ครอบคลุมพื้นที่ทางด้านทิศเหนือของจังหวัด ได้แก่ บริเวณอำเภอสังขละบุรี อำเภอทองผาภูมิ อำเภอศรีสวัสดิ์ และอำเภอไทรโยค พื้นที่บริเวณนี้อุดมสมบูรณ์ด้วยสัตว์ป่าและป่าไม้ มีลักษณะเป็นเทือกเขาสูง เนินเขา และร่องน้ำที่ต่อเนื่องมาจากเทือกเขาถนนธงชัยมาทางด้านตะวันตกของจังหวัด เทือกเขาที่สำคัญ คือ เทือกเขาตะนาวศรี ซึ่งกั้นพรมแดนระหว่างไทยกับสหภาพเมียนมาร์ ทอดยาวลงไปทางด้านใต้เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำที่สำคัญของจังหวัด คือ แม่น้ำแควใหญ่ และแควน้อย

2. เขตที่ราบลูกฟูก ครอบคลุมพื้นที่ด้านตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัด มีลักษณะเป็นที่ราบเชิงเขาสลับกับเนินเขาเตี้ยๆ ความสูงประมาณ 100 – 400 เมตร แต่อาจจะดูเหมือนชันเนื่องจากการสึกกร่อนของภูเขาหินปูนที่ปรากฏอยู่ในแถบนั้น ภูมิประเทศเช่นนี้พบบริเวณอำเภอเลาขวัญ อำเภอบ่อพลอย และบางส่วนของอำเภอพนมทวน

3. เขตที่ราบลุ่มน้ำ ซึ่งมีความสูงน้อยกว่า 100 เมตร ครอบคลุมพื้นที่แอ่งลำตะเพิน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแม่น้ำแม่กลอง และไหลไปเชื่อมต่อกับแม่น้ำเจ้าพระยา ที่ราบลุ่มเหนือแม่น้ำนี้มีความอุดมสมบูรณ์ จึงถูกใช้เป็นที่เพาะปลูกมาเป็นเวลานาน ลักษณะภูมิประเทศเช่นนี้พบทางด้านใต้ของจังหวัด บริเวณอำเภอท่ามะกา อำเภอท่าม่วง บางส่วนของอำเภอพนมทวน และอำเภอเมืองกาญจนบุรี

จังหวัดกาญจนบุรีประกอบด้วยลักษณะทางธรณีวิทยาหลายแบบ ตั้งแต่ชุดหินที่มีอายุเก่าแก่ที่สุด ซึ่งเป็นชุดหินฐานซับซ้อนในมหายุคพรีแคมเบรียน ซึ่งมีชื่อเรียกว่า หมวดหินไนส์ กาญจนบุรี ซึ่งสามารถพบได้ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของจังหวัด บริเวณลุ่มน้ำแม่กลอง หินในชุดนี้ประกอบด้วยหินไนส์ที่แปรสภาพมาจากหินอัคนี (Orthogneiss) ซึ่งเป็นหินต้นกำเนิดอัคนีหลายชนิด หินไนส์ที่แปรมาจากหินตะกอน (Paragneiss) หินชีสต์ หินแกรนิต-ไนส์ หินเพกมาไทต์ หินแคลด์-ซิลิเกต เป็นต้น

1.3 สินแร่ที่พบในจังหวัดกาญจนบุรี

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรแร่ธาตุที่หลากหลาย การผลิตสินแร่ที่พบในพื้นที่เป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญในอุตสาหกรรมหลายชนิด แร่ที่ขุดพบในพื้นที่ ได้แก่

กลุ่มแร่โลหะ เช่น แร่เงินซึ่งมักจะเกิดร่วมกับตะกั่วและสังกะสี ที่เหมืองสองทอง (ปัจจุบันหยุดผลิตแล้ว) และเหมืองบ่อใหญ่ อำเภอทองผาภูมิ แร่ตะกั่วและแร่สังกะสียังพบมากที่อำเภอสังขละบุรี อำเภอไทรโยค อำเภอศรีสวัสดิ์ แร่ทองคำพบใกล้กับแหล่งแร่ทองแดง และบริเวณสายน้ำร้อนของพื้นที่ที่เคยเป็นภูเขาไฟที่อำเภอสังขละบุรี อำเภอทองผาภูมิ และอำเภอไทรโยค นอกจากนี้ยังอาจพบแร่ทั้งสแตน แร่เหล็ก แร่ทองแดง และเพื่อนแร่อื่นๆ

กลุ่มแร่อโลหะ เช่น แร่ฟอสเฟต พบที่เขาคีตุ้ม บ้านกาญจน อำเภอเมือง แร่แบไรต์ แร่ฟลูออไรต์ และหินปูน

กลุ่มแร่รัตนชาติ เช่น ไพโรซิน นิลตะโก และพลอยอื่นๆ แหล่งสำคัญอยู่ที่อำเภอบ่อพลอย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2553)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องประดับในจังหวัดกาญจนบุรี

2.1 ธุรกิจค้าพลอยในจังหวัดกาญจนบุรี

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกาญจนบุรีนั้นมีประวัติมายาวนานมาก และครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ กล่าวคือ จังหวัดกาญจนบุรีถือเป็นแหล่งวัตถุดิบจำพวกพลอยต่างๆ ที่สำคัญแหล่งหนึ่งของประเทศไทยและของโลก แต่ในปัจจุบันปริมาณการผลิตลดลงไปอย่างมาก เป็นแหล่งเจียรไนพลอย ทั้งยังเป็นแหล่งจำหน่ายทั้งพลอยรวंगและเครื่องประดับที่มีอัญมณีประดับที่สำคัญ จากการส่งเสริมของทางภาครัฐและความร่วมมือจากภาคเอกชน ทำให้ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดกาญจนบุรี สามารถรวมเป็นกลุ่มผู้ประกอบการอัญมณีโดยมีชื่อกลุ่มว่า “พลอยไพโรซินิลเมืองกาญจนบุรี” ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการตั้งแต่ส่วนต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ได้แก่ ผู้ประกอบการเหมืองพลอยช่างเจียรไน โรงงานผลิตตัวเรือน นักออกแบบเครื่องประดับ และผู้จัดจำหน่าย การรวมกลุ่มนี้มีจุดประสงค์เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการ และมุ่งส่งเสริมให้นิลและผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลซึ่งเป็นอัญมณีที่ผลิตได้จากเหมืองพลอยต่างๆ ในจังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นที่รู้จักทั้งในตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศนอกเหนือจากไพโรซินและพลอยชนิดอื่นๆ ที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปอยู่แล้ว

ปัจจุบันพลอยดิบที่ซื้อขายภายในประเทศส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากแหล่งพลอยดิบภายในประเทศไม่สามารถผลิตพลอยได้เพียงพอต่อความต้องการ และบางแหล่งไม่สามารถทำในลักษณะของการทำเหมืองเชิงพาณิชย์ได้ (แม้ยังมีขุดอยู่บ้าง) ดังนั้น ในด้านการค้าพลอยดิบที่ขุดได้ในประเทศจะมีการขายอยู่ 2 ลักษณะ คือ

1. กรณี खुดเอง ผู้ खुดพลอยจะขายพลอยดิบที่ खुดได้ให้แก่พ่อค้าคนกลาง ทั้งพ่อค้าในท้องถิ่น และพ่อค้าคนกลางจากกรุงเทพฯ เพื่อไปขายให้แก่โรงงานเจียรระไน

2. กรณีที่เป็นการรับจ้าง खुด โดยพลอยที่ खुดได้เป็นของเจ้าของที่ดิน ซึ่งเจ้าของที่ดินจะนำไปขายให้กับพ่อค้าคนกลาง หรือโรงงานเจียรระไนอัญมณีโดยตรง และบางครั้งอาจจะนำไปปรับปรุงคุณภาพ โดยการเผา (หุง) ก่อนที่จะนำไปจำหน่าย โดยเฉพาะในกรณีที่เห็นว่าพลอยที่ได้ยังมีสีสนที่ ไม่สวยงาม ปัจจุบันไม่ค่อยพบการรับจ้าง खुดแล้ว เนื่องจากส่วนใหญ่เจ้าของที่ดินจะดำเนินการ खुดเอง

ทั้งพลอยที่ खुดได้ในประเทศและที่นำเข้ามาจากต่างประเทศซึ่งยังไม่ได้เจียรระไน จะมีการค้าผ่านตลาดอัญมณี หรือที่เรียกว่า ตลาดพลอย ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ตามสถานที่ที่มีการ खुดพบพลอย หรือตามชายแดนที่เป็นแหล่งอัญมณีของประเทศเพื่อนบ้าน โดยซื้อขายกันเป็นกิโลกรัม ซึ่งเป็นวิธีการจำหน่ายพลอยหรืออัญมณีที่ยังไม่ได้เจียรระไน ถ้าเจียรระไนแล้วมักมีขนาดเล็กและมีน้ำหนักน้อยกว่า 0.05 กะรัต (5 สตางค์) หรือเป็นอัญมณีที่มีขนาดไม่ได้มาตรฐานหรือคุณภาพต่ำ บางครั้งในตลาดพลอย อาจจะมีการจำหน่ายแบบยกเม็ดกรณีที่มีขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ มีคุณภาพดี (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2553)

2.2 พื้นที่ในการค้าพลอยและเครื่องประดับในจังหวัดกาญจนบุรี

2.2.1. ตลาดพลอยจังหวัดกาญจนบุรี ตลาดพลอยแห่งนี้ถือได้ว่าเป็นตลาดพลอยใหม่ ที่เป็นศูนย์รวมแหล่งผลิตและซื้อขายเครื่องประดับแห่งใหม่ของประเทศ มีทั้งผู้ค้าปลีก และค้าส่ง อีกทั้งเขตพื้นที่ตลาดพลอย ยังอยู่ใกล้พื้นที่ท่องเที่ยวอย่างเช่น สะพานแม่น้ำแคว ทำให้มีกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคที่หลากหลาย พลอยดิบที่ซื้อขายกันในตลาดพลอย พ่อค้าจะจำหน่ายให้กับโรงงานเจียรระไนเพื่อนำไปเจียรระไนต่อไป พลอยที่ผ่านการเจียรระไนแล้วจะถูกจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้ค้าต่างๆ ได้แก่

1. กลุ่มผู้ค้าพลอย ส่วนหนึ่งของพลอยร่วงจะจำหน่ายให้กับผู้ค้าพลอย ซึ่งผู้ค้าพลอยจะนำไปจำหน่ายให้กับร้านขายส่งอัญมณีหรือผู้ผลิตเครื่องประดับต่อไป

2. กลุ่มผู้ขายส่งอัญมณี ร้านขายส่งพลอยร่วง ซึ่งจะจำหน่ายต่อไปยังร้านขายปลีก ลักษณะเช่นนี้จะเป็นส่วนของตลาดภายในประเทศ ทั้งที่มีหน้าร้านและไม่มีหน้าร้าน ผู้ขายส่งอัญมณีส่วนใหญ่อยู่ที่กรุงเทพฯ และจังหวัดจันทบุรี

3. กลุ่มผู้ผลิตเครื่องประดับ เพื่อนำไปประกอบกับตัวเรือน เป็นเครื่องประดับประเภทต่างๆ

4. กลุ่มผู้ส่งออก ในส่วนนี้เป็นส่วนของตลาดต่างประเทศ โดยผู้นำเข้าในตลาดต่างประเทศจะนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้ขายส่งอัญมณีหรือผู้ผลิตเครื่องประดับในประเทศนำเข้าอีกต่อหนึ่ง

ผู้ประกอบการในจังหวัดกาญจนบุรีมีการจำหน่ายเครื่องประดับในรูปแบบของร้านค้าปลีก ซึ่งขายเป็นชิ้นให้แก่นักท่องเที่ยว หรือผู้ที่ซื้อไปใช้เอง หรือการจำหน่ายแบบค้าส่งให้แก่ผู้ที่ซื้อไปจำหน่ายต่อ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในปัจจุบันการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับเมืองกาญจน์สามารถผลักดันให้อุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับของจังหวัดมีศักยภาพเพิ่มขึ้น ทั้งในการพัฒนารูปแบบการเจียระไน รูปแบบและคุณภาพของเครื่องประดับไพลิน นิล และพลอยอื่นๆ ให้มีมาตรฐานสูงขึ้น ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในประเทศมากขึ้น ทั้งยังสามารถแข่งขันในตลาดระดับนานาชาติได้เพิ่มมากขึ้น โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ “BANGKOK GEMS AND JEWELRY FAIR” จัดโดยสมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับสมาคมเพชร พลอย เงิน ทอง ร่วมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งในงานนี้เป็นการสร้างโอกาสในการพบปะระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ค้า ทั้งภายในประเทศ และผู้แทนจากต่างประเทศ สร้างโอกาสในการขยายตลาดในระดับโลกมากขึ้น การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติเช่นนี้ เป็นการสร้างภาพลักษณ์อันดีให้แก่เครื่องประดับของเมืองกาญจน์ เพราะเป็นการแสดงถึงคุณภาพและมาตรฐานของอัญมณีและเครื่องประดับของกาญจนบุรีว่า มีการพัฒนาการเทียบเท่ามาตรฐานสากล (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2553)

2.3 อัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดกาญจนบุรี

ประเทศไทยเป็นแหล่งกำเนิดอัญมณีที่สำคัญหลายชนิด เช่น สปิเนล ควอตซ์ แคลซีไดน์ ไม้กลายเป็นหิน (Petrified wood) อะเมทิสต์ อะความารีน แต่ที่โดดเด่นทั้งในปริมาณและคุณภาพ คือ ทับทิม และแซฟไฟร์ ซึ่งกำเนิดมาจากหินภูเขาไฟเบสิก ยุคซีโนโซอิก (Genozoic basic volcanic) แหล่งสำคัญของทับทิมไทย พบที่ภาคตะวันออก คือ เขาพลอยแหวน เขาหัว เขาสมิง โป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี และที่บ่อไร่ จังหวัดตราด ในขณะที่ไพลิน (Blue sapphire) และ นิล หรือนิลตะโก (Black spinel) มักพบที่จังหวัดกาญจนบุรี อาจพบได้ที่จังหวัดเพชรบูรณ์และแพร่บ้างเล็กน้อย แต่คุณภาพไม่ค่อยดี จังหวัดศรีสะเกษ และอุบลราชธานี เป็นอีกแหล่งที่อาจจะทำเหมืองไพลินได้ในอนาคต

2.3.1 การกำเนิดพลอย

พลอยที่มีคุณสมบัติเหมาะในการใช้ทำเป็นเครื่องประดับ หมายถึง แร่มีค่าที่มีความงาม ความคงทนและหายาก โดยความงาม หมายถึง สี ประกาย ความวาว ที่เป็นที่พอใจของผู้ใช้ ความคงทน หมายถึง ทนต่อการขีด ขัด สี กะเทาะ แตก หัก กัดกร่อน ในระดับการใช้งานตามปกติ และความหายากเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้พลอยมีราคาสูง เนื่องจากไม่ได้พบกันได้ง่ายๆ ทั่วๆ ไป ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวเป็นผลมาจากการกำเนิดของพลอยที่ต้องประกอบไปด้วย องค์ประกอบเคมี อุณหภูมิ และความดันที่พอเหมาะพอดีในการตกผลึก เพื่อให้เกิดเป็นผลึกแร่พลอยที่สวยงาม

พลอยตามธรรมชาติอาจถือกำเนิดได้จากหินประเภทต่างๆ ได้แก่

1. หินอัคนี (Igneous rocks) เป็นหินที่เกิดจากหินหนืด (Magma) ภายในเปลือกโลก พลอยส่วนมากมักเกิดร่วมกับหินชนิดนี้ เช่น แก้วภูเขาไฟ (Obsidian) พลอยตระกูลเบริล (เช่น มรกต) คริสโซเบริล (ที่สำคัญ คือ พลอยตาแมว) พลอยตระกูลคอรัันดัม (ทับทิม ไพลิน บุษราคัม) ควอตซ์ ทัวร์มาลีน โกเมน สปิเนล เพทาย เป็นต้น

ไพลินที่พบแถบจังหวัดกาญจนบุรีนั้นมักพบร่วมกับหินบะซอลต์ ซึ่งเป็นหินภูเขาไฟที่ระเบิดออกมาจากภายในเปลือกโลก และนำพาพลอยหลายอย่างรวมทั้งทับทิม ไพลินขึ้นมาพร้อมกัน

2. หินแปร (Metamorphic rocks) เป็นหินที่องค์ประกอบทางเคมี และลักษณะภายนอกของหินถูกแปรสภาพไปจากเดิม เนื่องจากอุณหภูมิ ความดันในระหว่างที่อยู่ในเปลือกโลก พลอยที่เกิดจากหินชนิดนี้ เช่น พลอยตระกูลคอรัันดัม สปิเนล โกเมน พลอยตระกูลเบริล หยก ซอยไซต์ (ที่รู้จักกันดี คือ พลอยแทนซาไนต์ มีสีน้ำเงินอมม่วงคล้ายไพลิน)

3. หินชั้น (Sedimentary rocks) เกิดจากการสะสมตัวทับถมกันของหินแร่ ซากสิ่งมีชีวิต มีการประสานตัวกันทางเคมีและแรงอัด ทำให้เกิดเป็นหินแข็ง เช่น การเกิดของโอปอล

2.3.2 แหล่งพลอย (Gems deposit)

แหล่งพลอย (Gems deposit) หมายถึง แหล่งแร่ที่มีพลอยชนิดเดียวหรือหลายชนิดเกิดขึ้นร่วมกันในปริมาณมากพอที่จะขุดนำออกมาใช้ประโยชน์ได้โดยมีกำไร จำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1) แหล่งปฐมภูมิ (Primary deposit) หมายถึง แหล่งที่มีพลอยฝังตัวอยู่ในหินแม่ หรืออยู่ลึกลงไปเปลือกโลก การทำเหมืองในแหล่งแร่ชนิดนี้ต้องอาศัยเครื่องมือและเทคนิคที่ซับซ้อน และ 2) แหล่งทุติยภูมิ (Secondary deposit) เป็นแหล่งที่ไม่ได้พบพลอยอยู่ในหินแม่ที่ถือกำเนิด เนื่องจากการกัดเซาะตามธรรมชาติเมื่อพลอยขึ้นมาอยู่บนผิวโลกแล้ว ทำให้พลอยหลุดออกมาจากหินแม่ แล้วถูกพัดพาให้เคลื่อนไปด้วยแรงลม แรงแม่ จนไปสะสมตัวอยู่ในจุดที่ไกลออกไปที่เรียกว่า ลานแร่ (Placer) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปร่าง ขนาด และน้ำหนักของตัวพลอย แหล่งที่พลอยเหล่านี้เคลื่อนที่ไปสะสมตัวจำแนกได้เป็น

1. แหล่งแร่พัดไหลเขา (Eluvial deposits) อัญมณีที่พบในแหล่งนี้จะถูกกัดเซาะออกจากหินแม่ โดยลม น้ำ น้ำแข็ง หรือปฏิกิริยาเคมี แล้วสะสมตัวอยู่ ณ จุดนั้นเองไม่ได้ถูกพัดพาไปไกล จึงเหมือนกับเป็นซากผุพังของหินแม่ อาจพบแหล่งแร่ปฐมภูมิในบริเวณใกล้เคียง อัญมณีที่พบในบริเวณนี้มักมีขนาดใหญ่ มีเหลี่ยม มีคม

2. แหล่งตะกอนน้ำพา (Alluvial deposits) อัญมณีซึ่งถูกกัดเซาะออกจากหินแม่จะถูกน้ำพัดพาไปสะสมตัวอยู่ตามแหล่งน้ำต่างๆ เช่น แม่น้ำ ลำธาร ก้นทะเลสาบ เป็นต้น ยิ่งถูกพัดไปไกลเท่าไร พลอยที่พบในแหล่งประเภทนี้ก็จะมีความเล็ก และถูกขัดสีจนมีรูปร่างค่อนข้างกลมมน ดังที่ได้เห็นการทำเหมืองแร่แถบจังหวัดจันทบุรีหรือกาญจนบุรี ในประเทศไทย แหล่งที่มีการร่อนทอง เป็นต้น

2.3.3 พลอยที่พบในจังหวัดกาญจนบุรี

นิลตะโก (Black spinel)

สปิเนล เป็นแร่ในกลุ่มแมกนีเซียมอะลูมิเนียมออกไซด์ ซึ่งมักจะถูกใช้เป็นตัววงบอกละเอียดของพลอยคอร์นดัมมาช้านาน เนื่องจากสปิเนลเป็นเพื่อนแร่ที่มักเกิดในสายแร่เดียวกับพลอยคอร์นดัม เช่น เหมือนทับทิมที่จังหวัดบุรีรัมย์มักจะพบสปิเนลสีแดง ที่มักจะถูกเรียกเหมวว่าพลอยแดง สำหรับที่เมืองกาญจนบุรีมักจะพบสปิเนลสีดำเป็นเพื่อนแร่กับไพไรต์ ดังนั้นแหล่งที่พบสปิเนล จึงเป็นแหล่งชนิดตะกอนน้ำพาเช่นเดียวกับแหล่งของพลอยคอร์นดัม

สปิเนล เป็นแร่มีสีได้หลากหลายเช่นเดียวกับคอร์นดัม คือ ตั้งแต่ใสไม่มีสี แดง ชมพู ส้ม น้ำเงิน ม่วง น้ำตาล จนถึงดำ แต่สีที่มีค่าสูงที่สุด คือ สปิเนลสีแดง ถึงแดงอมม่วง สีแดงอมส้ม ยิ่งสีสด (High saturation) ยิ่งมองดูคล้ายกับทับทิม หายากและราคาแพง สปิเนลที่มีคุณภาพสูงหายากยิ่งกว่าทับทิมคุณภาพสูง แม้ว่าราคาจะต่ำกว่าก็ตาม สปิเนลสีชมพู ตั้งแต่อ่อนจนถึงชมพูสดเป็นอีกสีที่มีราคาสูง สปิเนล ในกลุ่มสีม่วงและสีน้ำเงินมักจะค่อนข้างหม่นเพราะการปนเปื้อนของฮีทา จึงทำให้สปิเนลสีนี้มีราคาต่ำกว่ากลุ่มสีแดง สีชมพู ส่วนสีที่มีราคาต่ำที่สุด คือ กลุ่มที่มีสีชมพูอมม่วงเข้มปานกลางขึ้นไป และสีม่วงอ่อนอมเทาปรากฏการณ์สตาร์ หรือการเปลี่ยนสี (Color change) หาได้ยากในสปิเนล ถ้าหากมีจะทำให้ราคาเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยทั่วไปจะไม่พบการปรับปรุงคุณภาพของสปิเนล

สปิเนลอาจจำแนกเป็นชนิด (Varieties) สปิเนลสีแดงเหมือนทับทิม

1. Ruby Spinel (หรือ Spinel ruby) สปิเนลสีแดงเหมือนทับทิม
2. Rubicelle (หรือ Flame Spinel) สปิเนลสีเหลืองถึงส้ม
3. Balas Ruby สปิเนลสีชมพูถึงแดงอ่อน (เป็นชื่อที่มาจากแหล่งกำเนิด)
4. Almandine Spinel สปิเนลสีม่วง
5. Blue Spinel (หรือ Sapphire Spinel) สปิเนลสีน้ำเงินอ่อนจนถึงน้ำเงินเข้ม
6. Pleonase (หรือ Pleonaste) สปิเนลสีดำ
7. Picotite (หรือ Piconite) สปิเนลสีน้ำตาล
8. Gahnite (หรือ Gahnospinel) สปิเนลที่มีสังกะสีปนเปื้อนจำนวนมาก สีส้มเขียว

หรืออมน้ำเงิน

9. Black spinel มีชื่อเรียกทางแร่วิทยาว่า Pleonast ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในชื่อไทยว่า “นิล” ซึ่งหมายถึง พลอยสีดำ หรือ “นิลตะโก” หรือ “นิลตัน” ซึ่งหมายถึง พลอยที่มีเนื้อแข็ง ปรากฏรอยขีด

การเรียกชื่อพลอยสีดำว่า “นิล” อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดว่านิลเมืองกาญจน์ คือ Onyx ซึ่งเป็นพลอยสีดำในตระกูลควอตซ์และมีชื่อว่า “นิล” เช่นกัน นอกจากนี้ การพบ สปิเนลสีดำร่วมกับไพไลนเสมอ บางครั้งทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่า เป็นแซฟไฟร์สีดำ

แหล่งกำเนิดของสปิเนลสีดำพบได้หลายที่ เช่น แหล่งพลอยในศรีลังกา แหล่งพลอยชนิดหินปูนในอัฟกานิสถานและที่โมกก ประเทศสหภาพเมียนมาร์ สปิเนลคุณภาพดี (สีแดง) มักเกิดร่วมกับหินอ่อน เช่นที่พบในเวียดนาม แทนซาเนีย เคนยา มาดากัสการ์ เป็นต้น สำหรับในประเทศไทยพบได้หลายที่ เช่น บริเวณอำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี อำเภอวังชิ้น จังหวัดแพร่ อำเภอศรีสังขาลย์ จังหวัดสุโขทัย เป็นต้น แหล่งที่มาของสปิเนลอาจส่งผลกระทบต่อราคาได้ เช่น สปิเนลที่มาจากประเทศสหภาพเมียนมาร์มักจะมีราคาสูงกว่าแหล่งอื่น

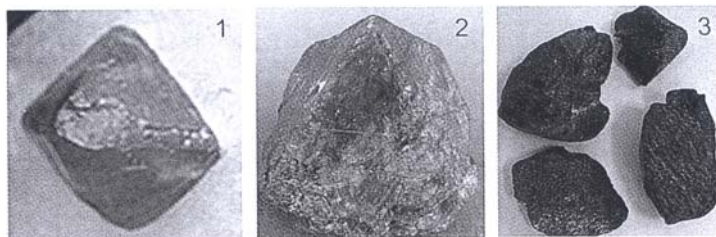
สปิเนลที่พบมักเป็นแร่ที่เกิดจากกระบวนการแปรสภาพในหินแปร อาจจะเป็นแร่ประกอบในหินอัคนี ซึ่งตกผลึกในสภาพแวดล้อมที่มีอะลูมิเนียมมาก จึงเป็นเหตุให้พบสปิเนลร่วมกับคอร์ันดัมเสมอ



ภาพประกอบ 3 สปิเนล

ลักษณะทั่วไปของนิล

1. องค์ประกอบทางเคมี แมกนีเซียมอะลูมิเนียมออกไซด์ ($MgAl_2O_4$)
2. โครงสร้างผลึก ระบบไอโซเมทริก หรือลูกบาศก์ (Isometric/Cubic) เป็นระบบที่มีแกนผลึก 3 แกน กล่าวคือ มีแกน 3 แกน ยาวเท่ากัน ตัดกัน 90° เมื่อมองภาพตัดขวางจะเป็นภาพสี่เหลี่ยมจัตุรัสทุกทิศทาง
3. รูปทรงผลึก ที่พบมามีลักษณะเป็นทรงแปดหน้า (Octahedron) เหมือนกับพีรามิด 2 อัน ที่มีฐานประกบกัน หรือทรงลูกบาศก์ รูปทรงผลึกแบบนี้จะพบเฉพาะกรณีของผลึกในระบบไอโซเมทริกเท่านั้น ซึ่งจะแตกต่างจากกรณีของรูปทรงผลึกคอร์ันดัม เราจึงอาจใช้รูปทรงผลึกเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการจำแนก ระหว่างไพไลนและนิลตะโกได้



ภาพประกอบ 4 ผลึกสปีเนล (1) - (2) ทรงแอกตะฮีดรอล หรือทรงแปดหน้า (3) สปีเนลสีดำที่มีผลึกรูปร่างยาว

4. **ความโปร่งใส** สปีเนลที่เป็นก้อนจากธรรมชาติ อาจจะมองเห็นความโปร่งใสไม่ชัดเจนมากนัก แต่เมื่อเจียรระโนแล้วจะเห็นว่า สปีเนล อาจมีระดับความโปร่งใสได้ ตั้งแต่โปร่งใส แสงส่องผ่านมองเห็นทะลุได้ จนถึงทึบแสงขึ้นอยู่กับเนื้อผลึกแร่ ตำหนิภายใน หรือรอยแตก ปฏิกิริยาทางแสง (ถ้ามี)

5. **สาเหตุการเกิดสี** สปีเนลที่พบในธรรมชาติ อาจจะมีสีได้หลากหลายเกือบทุกสี เช่น แดง น้ำเงิน เขียว เหลือง น้ำตาล ม่วง หรือดำ แต่สปีเนลบริสุทธิ์จะใสไม่มีสี สีในสปีเนล จึงเกิดเมื่อภายในโครงสร้างผลึกมีธาตุทรานสิชัน (ซึ่งเป็นธาตุให้สี) ปนเปื้อนเป็นธาตุมลทิน (Trace element) สีของสปีเนล จึงขึ้นอยู่กับชนิดของธาตุมลทินที่ปนอยู่ภายใน ธาตุทรานสิชันที่อาจพบเป็นสาเหตุของสีในสปีเนล ได้แก่ โครเมียม เหล็ก โคบอลต์ เนื่องจาก สปีเนล มีสมบัติหลายอย่างใกล้เคียงกับคอรัันดัม ดังนั้น สปีเนลที่มีสีแดงสวย หรือสีน้ำเงินเข้ม จึงอาจถูกนำมาเลียนแบบทับทิมหรือไพลินได้

6. **ความแข็ง** สปีเนลจัดอยู่ในกลุ่มพลอยเนื้ออ่อน มีค่าความแข็งตามโมห์สเกลประมาณ 7.5 – 8 ดังนั้น จึงทำให้เจียรระโนได้ง่าย การนำมาทำเป็นเครื่องประดับต้องระมัดระวังการถูกขูดขีด เป็นรอยจากการประกอบตัวเรือน หรือจากการใช้งานมากกว่ากรณีของคอรัันดัม

7. **ความถ่วงจำเพาะ** มีค่าประมาณ 3.6 – 4.1 อาจจะมีมากหรือน้อยกว่านี้เล็กน้อย เนื่องจากมลทินที่ปนเปื้อนภายใน เช่น พบผลึกแร่ภายในพลอย เป็นต้น สปีเนล มีความถ่วงจำเพาะน้อยกว่าคอรัันดัมเพียงเล็กน้อย

8. **ความวาว** สปีเนลที่ผ่านการเจียรระโนอย่างดีจะมีความวาวแบบแก้ว

9. **ค่าดัชนีหักเหแสง** เนื่องจากสปีเนลอยู่ในระบบไอโซเมทริก มีแกนผลึกยาวเท่ากันทุกแกน หมายถึง ด้านกว้าง ด้านยาว และด้านสูงเท่ากัน และทุกด้านตั้งฉากซึ่งกันและกัน ดังนั้น เมื่อแสงเดินทางผ่านสปีเนล ไม่ว่าจะเข้ามาจากทิศทางไหน จะมีค่าการหักเหเพียงค่าเดียว ซึ่งมีค่าประมาณ 1.719 สมบัติเช่นนี้ จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ใช้ในการจำแนกความแตกต่างระหว่างทับทิม หรือไพลิน ซึ่งมีค่าดัชนีหักเหแสง 2 ค่า และมีค่าสูงกว่ากรณีของสปีเนล

10. ความสะอาด สปิเนลถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มอัญมณีที่พบมลทินเสมอ ตัวอย่างตำหนิที่มักพบในสปิเนล เช่น ตำหนิของแข็งที่เป็นผลึกแร่ รอยแตก แถบสี ตำหนิลายนิ้วมือ เป็นต้น

ในปัจจุบันรัฐบาลพยายามจะสนับสนุนให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมนิล (Black spinel) โดยนำมาทำเป็นเครื่องประดับและผลิตเป็นของตกแต่ง โดยการนำมาบดแล้วอัดเป็นรูปทรงต่างๆ เช่น พระพุทธรูป เป็นต้น เนื่องจากสมบัติทางด้านความแข็ง สี และความวาว จึงสามารถที่จะนำมาเจียระไนเป็นรูปแบบต่างๆ ได้ เมื่อนำมาทำเครื่องประดับก็มีความทนทาน ไม่แตกหรือกะเทาะง่าย แต่ในการใช้งานก็ควรระมัดระวังสารเคมีและการขีดขีดเนื่องจากเก็บรักษาไม่ดี

นิลเสี้ยนหรือไพรอกซีนดำ (Black Pyroxene – Augite)

นอกจากนิลตะโก หรือสปิเนลสีดำแล้ว เพื่อนแร่ของพลอยคอรันดัมตามแหล่งต่างๆ ยังพบแร่สีดำชนิดอื่นอีก คือ ไพรอกซีนสีดำ (Black pyroxene) มีชื่อเรียกภาษาไทยว่า นิลเสี้ยน เนื่องจากพื้นผิวมีลายเป็นเส้นๆ ขนานกับทิศทางของรอยแยกแนวเรียบ และแร่แมกนีไทต์สีดำ (Black magnetite) มีชื่อเรียกภาษาไทยว่า นิลติดเหล็กทั้งสองชนิดไม่ได้ถูกนำมาใช้เป็นอัญมณี แต่ก็ยังเป็นเพื่อนแร่ที่สำคัญ

แหล่งที่พบ เช่น บริเวณที่อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี อำเภอบ่อไร่ จังหวัดตราด อำเภอวังชัน อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ อำเภอศรีสังขาลย์ จังหวัดสุโขทัย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. 2553)

2.3.4 ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิลอนันตพลพลอยกาญจนบุรี

นางกิมไฉ่ สิริพุกษา เป็นผู้ริเริ่มบุกเบิกนิลเป็นรูปแบบที่หลากหลายคนแรกของจังหวัดกาญจนบุรี ได้ดำเนินการจัดวิชาชีพในปัจจุบันส่วนหนึ่งคือจัดตั้งศูนย์ฝึกวิชาชีพเจียระไนนิล จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีแนวความคิดว่า ตนเองเป็นคนมีภูมิลำเนาอยู่ที่อำเภอบ่อพลอยจังหวัดกาญจนบุรี มีอัญมณี เช่น พลอยไพลิน บุษราคัมและที่มีอยู่มากคือ นิล ซึ่งมีคุณภาพดีและราคาไม่แพงจึงอยากส่งเสริมให้คนทั่วไปรู้จักใช้เครื่องประดับที่สวยงามราคาไม่แพงและทำด้วยฝีมือคนไทย ซึ่งปัญหาอุปสรรคที่ผ่านมามีหลายประการ เช่น คนทั่วไปไม่รู้จักนิล เห็นว่าเป็นของที่ไม่มีค่า จึงได้พัฒนารูปแบบต่างๆ และพยายามพัฒนานำเอาเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อพัฒนาสร้างสรรคผลงานให้สวยงาม

ในอดีตสามารถนำนิลซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีจำนวนมากและราคาถูกในท้องถิ่นมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ในราคาสูงขึ้น โดยมีการพัฒนารูปแบบที่หลากหลาย จนสามารถเปิดตลาดการค้าผลิตภัณฑ์นิลซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ศูนย์ฝึกวิชาชีพเจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจนบุรีอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ได้เปิดทำการเมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2532 ได้รับการสนับสนุนและผลักดันจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกาญจนบุรี ศูนย์ฝึกวิชาชีพเจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจนบุรี

ได้นำวัตถุดิบในท้องถิ่นจำนวนมาก (นิล) ซึ่งคนทั่วไป ไม่รู้จัก ไม่เคยเห็นไม่มีคุณค่า ไม่มีราคา ได้มาจัดตั้ง ศูนย์ฝึกวิชาชีพให้แก่ เยาวชนในท้องถิ่นผู้ด้อยโอกาสที่ยากจนไม่มีงานทำ มาเรียนเป็นช่างเจียรระไนนิลที่บ้าน โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น ผลงานต่างๆ ของผลิตภัณฑ์มีทั้งของที่ระลึกที่แปลกและเครื่องประดับสวยงาม จนทำให้คนไทยและคนต่างชาติได้รู้จักนิลจากของไม่มีคุณค่า มาเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย มีคุณค่า มีราคาในปัจจุบันอย่างกว้างขวางอีกทั้งยังสร้างอาชีพให้เยาวชนมีงานทำมีรายได้ช่วยเหลือครอบครัวได้อีกทางหนึ่งมีอาชีพอิสระ

นางกิมไฉ่ สิริพุกษา และครอบครัวยังนำผลิตภัณฑ์นิลรูปต่างๆ ถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ เนื่องในโอกาสสำคัญ ได้รับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ในจังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นหนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดีเด่นของจังหวัดกาญจนบุรี นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวเมืองกาญจน์ก็จะได้ของที่ระลึกของฝากที่เป็นของดีจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อเป็นของฝากให้คนทั่วไปทางศูนย์ฝึกวิชาชีพเจียรระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ได้จัดตั้งแหล่งเรียนรู้พิพิธภัณฑ์นิลขึ้นในปี พ.ศ. 2545

ความพยายามและผลักดันให้อัญมณีและเครื่องประดับนิล เป็นอัญมณีมีมูลค่าในเชิงพาณิชย์ของนางกิมไฉ่ สิริพุกษา ส่งผลให้เครื่องประดับนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับ ซึ่งกระบวนการการพัฒนาของผลิตภัณฑ์โอท็อปแห่งนี้ก็ไม่ได้หยุดเพียงเท่านั้น มีความพยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบ การดีไซน์ เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของกระแสนิยมอยู่เสมอ (กิมไฉ่ สิริพุกษา. 2557, 2 มีนาคม: สัมภาษณ์)

3. แนวคิดการผลิต การกลายเป็นสินค้าและการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

แนวคิดการผลิต การกลายเป็นสินค้า และการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ตามทฤษฎีของฌอง โบร์ดริยาร์ด (Jean Baudrillard) ได้ให้ความเห็นในระบบเศรษฐกิจศาสตร์ไว้ว่า สังคมปัจจุบันได้แปรเปลี่ยนเป็นสังคมแห่งการบริโภคซึ่งทำให้ประโยชน์ใช้สอยถูกทำให้หมดบทบาทลงอย่างสิ้นเชิง ด้วยเรื่องของความแตกต่างและการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งวัตถุจะถูกกำหนดในฐานะที่เป็นส่วนประกอบในการสร้างบรรยากาศของระบบคุณค่าในสังคมสมัยใหม่ ดังนั้นการบริโภคจะเป็นปรากฏการณ์ของมิติทางสังคมและวัฒนธรรม

โบร์ดริยาร์ด มีความเห็นว่าทฤษฎีเกี่ยวกับวัตถุและการบริโภคในสังคมปัจจุบันไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่าด้วยเรื่องของอรรถประโยชน์ (utility) หรือทฤษฎีแห่งความพึงพอใจ (pleasure) โดยทั่วไป แต่จะวางอยู่บนรากฐานของ”การสร้างคุณค่าและความหมายของวัตถุ”ที่ถูกสร้างขึ้นในสังคมซึ่งตั้งอยู่บนตรรกะแห่งความแตกต่าง (difference) และเป็นเงื่อนไขที่ทำให้มนุษย์ก้าวเข้าสู่การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (อติคม โกมลวิทยาธร. 2548: 16-29)

การศึกษาวัฒนธรรมการบริโภคของโบดริยาร์ด จึงมุ่งประเด็นหลักไปที่ “การบริโภค” เนื่องจาก “ความจริงเกี่ยวกับการบริโภคไม่ได้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับความจริง หากเป็นหน้าที่หนึ่งของการผลิต ดังนั้น มันจึงไม่ได้เป็นเรื่องของปัจเจก แต่เป็นเรื่องของส่วนรวมโดยตรงทั้งหมด เช่นเดียวกับการผลิตเชิงวัตถุ” กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เมื่อสินค้าชนิดหนึ่งถูกผลิตขึ้นมา มันย่อมต้องมีคุณค่าทางการใช้สอย ฉะนั้น มันย่อมถูกผลิตซ้ำเพื่อตอบสนองทั้งความต้องการและความจำเป็นตั้งใช้ของเรา ดังนั้นการบริโภค คือ ปัจจัยสำคัญที่อยู่ควบคู่กับการผลิตนั่นเอง

สุรเดช โชติอุดมพันธ์ (2550) ได้อ้างถึงทฤษฎีของโบดริยาร์ดได้นิยามการบริโภคว่า เป็นการกระทำอันเป็นระบบของการจัดการกับสัญญาณ (“a systematic act of the manipulation of signs”) กล่าวคือในระบบบริโภคนิยม สินค้าหรือวัตถุไม่ได้หมายถึงแต่ตัวของมันเองอีกต่อไป หากแต่เป็นสัญญาณสื่อไปถึงสถานภาพหรือวิถีชีวิตหนึ่ง นอกจากนั้นสินค้าและหน้าที่ในการเป็นสัญญาณ ยังเชื่อมโยงกันในสายสัมพันธ์ที่ไร้ซึ่งเหตุผลหรือกฎเกณฑ์ แต่ถูกทำให้ดูเป็นเรื่องธรรมชาติที่ใครต่อใครก็เห็นพ้องต้องกัน (สุรเดช โชติอุดมพันธ์. 2550: 168-169)

การผลิตเพื่อการบริโภคในปัจจุบันมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจนทำให้เกิดกระบวนการเรียกว่า การแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า ภายใต้แนวคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียม (Raymond Williams) ได้อธิบาย อุตสาหกรรมวัฒนธรรมไว้ว่า ไม่ใช่การผลิตเท่านั้นที่ต้องมีการผลิต วัฒนธรรม และจิตสำนึก หรือความนึกคิด ทัศนคติก็ย่อมต้องผ่านกระบวนการผลิตด้วยเช่นเดียวกัน การผลิตวัฒนธรรมนี้เป็นไปในลักษณะเดียวกับการผลิตวัตถุ กล่าวคือต้องมี วัตถุดิบ กรรมวิธีในการผลิต ผู้ผลิต ผลผลิต และผู้บริโภค (อ้างถึง กาญจนา แก้วเทพ; และสมสุข หินวิมาณ. 2551)

โบดริยาร์ดแจ้งความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันนี้ว่า จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเราเข้าใจถึงระบบตรรกของสินค้า ที่มูลค่าของคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนและคุณค่าทางการใช้สอยเป็นตัวบ่งชี้ว่าสินค้าเป็นสินค้าที่มีราคาเพียงใด ในขณะที่ระบบตรรกของสัญญาณบ่งบอกอุปลักษณะทางสัญญาณและความหมายทางสัญญาณเป็นตัวบ่งชี้ต่าง ๆ ที่ทำให้เราบริโภคสินค้า

โบดริยาร์ด (1981) กล่าวว่า มีตรรกวิทยาอยู่ 4 ชุดที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับตรรกแห่งการบริโภค (logic of consumption) อันได้แก่

1. ตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ของการใช้ (A functional logic of use value) ซึ่งเป็นตรรกวิทยาในเชิงปฏิบัติของวัตถุหรือเป็นตรรกวิทยาเชิงอรรถประโยชน์ (utility) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การมองวัตถุในฐานะเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ (tool/instrument)
2. ตรรกวิทยาเชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าการแลกเปลี่ยน (An economic logic of exchange value) ซึ่งเป็นตรรกวิทยาเชิงเปรียบเทียบค่า (equivalence) หรือถ้าพูดในเชิงตลาด คือ การมองวัตถุในฐานะสินค้า (commodity)

3. ตรรกวิทยาคุณค่าสัญญาณ (A logic of sign value) ซึ่งเป็นตรรกวิทยาแห่งความแตกต่างหรือตรรกวิทยาของสถานะ (status) โดยวัตถุจะถูกมองในฐานะที่เป็นสัญญาณ (sign) ที่บ่งบอกสถานภาพทางสังคม (standing) อัตลักษณ์ (identity) รูปแบบการใช้ชีวิต (style) เกียรติภูมิ (prestige) หรืออำนาจ (power) ของบุคคลหนึ่ง

4. ตรรกวิทยาการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (A logic of symbolic exchange) ซึ่งเป็นตรรกวิทยาหลายความหมาย (ambivalence) โดยวัตถุจะอยู่ในฐานะที่เป็นของขวัญ (gift) หรือเป็นสัญลักษณ์ แทนความสัมพันธ์

นอกจากนี้ พัฒนา กิติอาษา อธิบายแนวคิดของโบดริยาร์ดเพิ่มเติมว่า วัฒนธรรมของโลกยุคหลังสมัยใหม่มีเนื้อหาหลักอยู่ 3 ประการ ได้แก่

1. เศรษฐกิจที่เน้นเรื่องการผลิตกับวัฒนธรรมที่ครั้งหนึ่งเป็นเพียงแบบแผนหรือวิถีชีวิตกลายเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก เศรษฐกิจกับวัฒนธรรมไม่มีเส้นแบ่งแยกกันอีกต่อไป วัฒนธรรมสมัยใหม่กลายเป็นวัฒนธรรมของสัญญาณ (Culture of Sign) ที่สามารถนำมาผลิตเป็นสินค้า ซื้อขายแลกเปลี่ยนกันในห้องตลาด เศรษฐกิจที่มีมูลค่ามากที่สุดและมีความยั่งยืนมากที่สุดมีฐานมาจากวัฒนธรรมแทบทั้งสิ้น เช่น เครื่องประดับ แฟชั่นเสื้อผ้า และอื่นๆ

2. เศรษฐกิจเชิงวัฒนธรรมของโลกสมัยใหม่เดินทางมาถึงจุดเปลี่ยนที่สำคัญ กล่าวคือ สินค้าที่มีมูลค่าที่สุดในตลาดโลกไม่ใช่สินค้าและบริการในความหมายดั้งเดิม หากแต่เป็นข่าวสารข้อมูล โดยเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าและบริการที่มีฐานอยู่ที่การใช้ทรัพยากรธรรมชาติมาเป็นการผลิตความรู้และข่าวสารข้อมูล

3. ลักษณะที่โดดเด่นของวัฒนธรรมโลกยุคหลังทันสมัยอย่างหนึ่ง คือ การสร้างความจริงที่เหนือจริง (hyperreality) โดยผ่านกระบวนการผลิตซ้ำแบบจำลองหรือปลอมแปลงเลียนแบบ (simulation) โดยอาศัยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าซับซ้อนเข้าช่วย ความจริงไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่แล้ว ไม่ใช่สิ่งที่ไม่ตาย แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น และถูกสร้างขึ้นได้หลายรูปแบบ (พัฒนา กิติอาษา. 2546)

แนวความคิดการผลิต กลายเป็นสินค้าและการบริโภคเชิงสัญญาณ จะช่วยทำให้ผู้วิจัยสามารถนำไปวิเคราะห์กระบวนการแปรเปลี่ยนทรัพยากรทางธรรมชาติในห้องถื่นให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้วยกระบวนการตามแนวทาง ศูนย์เจียร์เรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์

4. แนวคิดผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

4.1 แนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

เป็นแนวคิดที่เป็นขบวนการสร้างรายได้จากการผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน เป็นแนวคิดที่สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีกิจกรรมการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางการตลาด ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับตามความต้องการของตลาดสากล โดยที่ท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self – Reliance) เป็นหลัก ผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึง ตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึง การบริการ ดูแล อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยน การเรียนรู้ เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขาย ที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก หลักการพื้นฐาน 3 ข้อ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local get Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance – Category) ทำตามฝันให้เป็นที่จริงด้วยระบบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พุ่มพักประชาชนให้รู้ด้วยความทำทหาย และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค

4.2 แนวคิดหลักการพื้นฐานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) ภายใต้ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง ยั่งยืน มีเสถียรภาพตลอดทั้งการแก้ไขปัญหาความยากจน ด้วยการบริหารจัดการที่ดีในส่วนคนไทยทุกระดับ ประกอบกับนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล ในเรื่องการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในกองทุน สร้างอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน พร้อมทั้งรัฐบาลจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า และรัฐบาลจะสนับสนุนช่วยเหลือด้านความรู้สมัยใหม่ การบริหารจัดการเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดสากลได้

4.3 ปรัชญาของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพมีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นสามารถจำหน่ายในตลาด ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล
2. ฟังตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์

ผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึง การบริการดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

4.4 วัตถุประสงค์ของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

จากนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อรัฐสภา และตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตามโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเองทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ นับเป็นการส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

5. แนวคิดด้านการออกแบบเครื่องประดับ

อุตสาหกรรมเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมอัญมณี ส่วนหนึ่งเพราะ เครื่องประดับอัญมณีที่เป็นเครื่องประดับแท้มีการเอาอัญมณีมีค่า (Precious Gems Stones) มาเข้าตัวเรือน โลหะมีค่า (Precious Metal) ก่อนที่จะนำออกจำหน่าย เครื่องจักรในการหล่อตัวเรือนพร้อมกับอัญมณี แทนการฝังได้ เครื่องประดับแท้อาจจะทำจากโลหะมีค่าล้วนๆ ก็ได้ เช่น สร้อยทอง สร้อยทองคำขาว หรือ เครื่องประดับเงิน โดยไม่มีอัญมณีเข้ามาเป็นส่วนประกอบ เครื่องประดับทองล้วนเช่น 24K ส่วนใหญ่จะ ได้รับความนิยมในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และจีน โดยเฉพาะในประเทศจีนมีการสะสมเครื่องประดับ ทองล้วนเพื่อเป็นหน้าที่ในการออม (Saving) อีกเหตุผลหนึ่งด้วย เครื่องประดับอัญมณีเทียมนั้น เป็นอีก รายการหนึ่งที่สำคัญ เพราะผู้มีรายได้น้อยสามารถเป็นเจ้าของได้และมีไว้ใช้ประดับ เพื่อความสวยงาม ในขณะที่เครื่องประดับทองที่มีทองผสมน้อยกว่า เช่น 14K จะได้รับความนิยมในประเทศตะวันตก เพราะ เป็นการซื้อรูปแบบของเครื่องประดับมากกว่ามูลค่าของโลหะ

อุตสาหกรรมเครื่องประดับนอกจากจะเน้นทางด้านฝีมือของแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญในการผลิต มูลค่าเพิ่มต่ออัตราชาติที่มีค่าและโลหะที่มีค่านั่นอยู่ที่เทคนิคในการออกแบบ และปกติแล้วในอุตสาหกรรมนี้ ผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากรูปแบบของสินค้าและแฟชั่นของสินค้า กล่าวคือ ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อเป็นองค์ประกอบหลักในการกำหนดทิศทางและรูปแบบของสินค้า ดังนั้นผู้ออกแบบส่วนใหญ่ มีความจำเป็น และต้องเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดมูลค่าตามความต้องการของตลาด

5.1 การออกแบบประเภทของเครื่องประดับ

เครื่องประดับมีอยู่ด้วยกันหลายชนิดโดยเฉพาะสตรี ได้แก่ แหวน ต่างหู สร้อยคอ กำไล ฯลฯ ในการออกแบบผู้ออกแบบจำเป็นต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของผู้สวมใส่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง อายุ เพศ ขนาดทางสรีระวิทยา ซึ่งมีผลต่อการออกแบบเพื่อให้ได้มาซึ่งความเหมาะสมต่อผู้สวมใส่ การเลือกวัสดุก็มีความสำคัญ จำเป็นต้องเลือกให้มีความเหมาะสมอีกด้วย โดยใช้เกณฑ์ทางความงามอันเป็นพื้นฐานของการออกแบบสร้างเป็นจุดเด่น และความสวยงามได้ โดยแบ่งการออกแบบประเภทต่างได้ดังนี้

1. การออกแบบแหวน

แหวนเป็นเครื่องประดับที่ใช้กับส่วนที่เป็นนิ้วมือ ฉะนั้นจึงต้องมีการออกแบบที่เหมาะสมกลมกลืนและค่อนข้างทนทาน เนื่องจากเป็นเครื่องประดับที่ต้องสัมผัสและกระทบสิ่งต่างๆ ได้โดยง่าย จึงควรออกแบบให้สัมพันธ์กับรูปลักษณะของนิ้ว มีความโค้งมนเพื่อลดแรงกระแทก สามารถสวมใส่ได้สบาย ส่งผลให้งานเครื่องประดับปัจจุบัน จึงต้องมีความเรียบง่าย สามารถใช้ได้ในทุกโอกาส แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความงาม โดยเฉพาะ งานออกแบบแหวนผู้หญิง รูปทรงโปร่งบาง มีความสวยงาม ลวดลายละเอียดอ่อน ควรแยกโอกาสในการสวมใส่ เช่น แหวนสำหรับกลางวัน และแหวนสำหรับกลางคืน เพราะแหวนที่ใช้ในเวลากลางคืนควรมีความโดดเด่นในเรื่องของสี สัน ลวดลาย สะดุดตา

2 การออกแบบตุ้มหู

ตุ้มหูหรือต่างหูเป็นเครื่องประดับที่ทำหน้าที่ส่งเสริมให้ใบหน้าสวยงามขึ้น เป็นเครื่องประดับที่อยู่ใกล้กับใบหน้ามากที่สุด นักออกแบบจึงต้องใส่ใจและพิถีพิถันในการออกแบบเป็นพิเศษ นักออกแบบจำเป็นต้องศึกษาโครงหน้าของผู้สวมใส่เพื่อความเหมาะสม ผู้ใช้ก็ควรเลือกต่างหูให้มีความเหมาะสมกับใบหน้าตนเอง รูปแบบที่นิยมนำมาใช้ในการทำตุ้มหูมีทั้งรูปแบบเรขาคณิต รูปแบบธรรมชาติและรูปทรงอิสระ โดยการเลือกวัสดุควรมีน้ำหนักเบา นักออกแบบควรออกแบบให้เข้าชุดกับเครื่องประดับชนิดอื่นๆ แต่ถ้าจะออกแบบให้มีเพียงต่างหูอย่างเดียวควรคำนึงถึงความสมดุล คือ มีความเหมือนกันในรูปทรง แต่สำหรับการออกแบบตุ้มหูในปัจจุบันอาจถูกออกแบบให้ไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง เพื่อสร้างความแปลกใหม่ แต่อาจใช้การแต่งหน้า แต่งผมเข้าช่วยแก้ปัญหาความสมดุล และทำให้ส่วนรวมทั้งหมดกลมกลืนกันได้

การออกแบบต่างหูในเชิงสร้างสรรค์ อาจมีการเพิ่มเติมของประโยชน์การสวมใส่ในรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น ต่างหูสามารถเปลี่ยนมาเป็นจี้ห้อยคอได้ เป็นต้น

3 การออกแบบสร้อยคอ

เส้นนิสระมักจะเป็นเส้นที่ถูกใช้ในการออกแบบสำหรับงานเครื่องประดับประเภทสร้อยคอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานเครื่องประดับที่เป็นงานสมัยใหม่ นักออกแบบจะคำนึงถึงความสัมพันธ์ของสร้อยคอและจี้ที่ห้อยแขวนลงมา เรื่องความสวยงามควรจะถูกจัดให้มีความสำคัญเป็นอันดับแรกของการออกแบบ ส่วนการใช้สอยจะมีความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นพิเศษคือ ความสะดวกสบายเวลาสวมใส่ ส่วนใหญ่การออกแบบสร้อยคอ มักจะมีลักษณะเรียบง่าย ใช้ได้กับจี้ห้อยคอที่มีหลายรูปแบบ และไม่ควรมีน้ำหนักมากเพื่อสบายเวลาใช้

ในชีวิตประจำวันควรเลือกสร้อยคอที่มีลักษณะที่เรียบง่าย ควรให้มีความมั่นคงระหว่างข้อต่อแต่ละข้อ การออกแบบอาจเน้นจุดสนใจเฉพาะด้านหน้า หรือตลอดทั้งเส้นก็ได้ แต่ถ้าเป็นสร้อยคอที่ใช้สำหรับงานกลางคืนจะต่างออกไป ซึ่งจะประกอบด้วยความหรูหราและการใช้วัสดุ แต่อย่างไรก็ตามควรมีรูปแบบเรียบง่ายสามารถใช้ได้หลายโอกาส และเหมาะที่จะใช้เป็นเครื่องประดับ

4 การออกแบบสร้อยข้อมือและกำไลมือ

สร้อยข้อมือและกำไลมือ มีความหมายใกล้เคียงกันมาก แม้แต่ด้านประโยชน์ใช้สอยก็เหมือนกัน คือ ใช้กับการตกแต่งข้อมือเช่นเดียวกัน แต่รูปร่างเครื่องประดับไม่เหมือนกัน คือ สร้อยข้อมือจะมีความอ่อนไหวทั้งตัว เช่นเดียวกับสร้อยคอ ส่วนกำไลข้อมือจะมีลักษณะแข็งไม่ทั้งตัว เวลาใส่จะสวมเข้าไป อาจมีทั้งที่เปิดปิดซึ่งเป็นตะขอและไม่มีตะขอ วิธีที่ใช้ในการทำกำไล มีทั้งวิธีหล่อ วิธีตีหุ้ม และวิธีฉลุลวด ส่วนสร้อยข้อมือ คงใช้วิธีทำเช่นเดียวกันกับสร้อยคอแต่จะเส้นสั้นกว่า (วิมลนะ จุฑะวิภาต. 2545)

5.2 สุนทรียะความงามของเครื่องประดับ

สุนทรียะ คือ ความงาม สุนทรียภาพ คือ ความรู้สึกในความงาม สุนทรียศาสตร์ คือ ศาสตร์ที่เกี่ยวกับความงาม “สุนทรียศาสตร์จึงก่อให้เกิด ศิลปะเครื่องประดับ”

ศิลปะเครื่องประดับก่อกำเนิดขึ้นตั้งแต่สมัยอียิปต์ กรีก โรมัน จวบจนถึงปัจจุบัน แต่เครื่องประดับในอดีตกาลนั้น การกำหนดความงามไม่ได้คงอยู่เพียงแต่การนำมาประดับตกแต่งร่างกายเท่านั้น เครื่องประดับยังทำหน้าที่สื่อถึงวัฒนธรรม สัญลักษณ์ และสุนทรียะทางความงามที่มีวิวัฒนาการสืบต่อกัน เครื่องประดับจึงทำหน้าที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ของความเลอค่า ความสวยงาม การแสดงชนชั้นและความร่ำรวย หลายชนชาติหลากหลายวัฒนธรรมนิยมใช้เครื่องประดับในพิธีต่างๆ อย่างแพร่หลาย เช่น ประเทศฝั่งตะวันตกใช้ในพิธีแต่งงาน เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความผูกพันระหว่างคนสองคน จึงนับได้ว่า เครื่องประดับเปรียบเสมือนชิ้นงานที่สามารถบันทึกวัฒนธรรมของคนในสังคมนั้นๆ ได้ จากวัสดุ ลวดลาย การออกแบบ และกรรมวิธีการผลิต หรือเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า ศิลปะการทำเครื่องประดับเป็นสิ่งที่สามารถบันทึกวัฒนธรรมและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้

สุภาวี่ ศิรินคราภรณ์ ได้อธิบาย สิ่งที่มีมนุษย์พยายามที่จะเข้าใจสิ่งแวดล้อมท่ามกลางวัตถุรอบตัว ด้วยการปั้นแต่งรูปแบบของสิ่งแวดล้อมเสียใหม่ด้วยมือของตนเองแล้ว ยังศึกษาถึงคุณสมบัติในส่วนลึกของความเป็นปัจเจกบุคคลและชุมชนอีกด้วย ความคิดข้างต้นปรากฏอยู่ในรูปแบบของความเชื่อซึ่งมนุษย์จะหลอมรวมตนเองเข้าไปผ่านพื้นฐานของขนบธรรมเนียมที่ตนบัญญัติ แทรกซึมเข้าไปในบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล จนก่อให้เกิด ‘แนวทางปฏิบัติ’ เฉพาะตนขึ้น เครื่องประดับหรือวัตถุที่เร้นลับจึงเป็นสัญลักษณ์ในการสักการะของการหลอมรวมนี้โดยปริยาย เพราะมันใกล้ชิดกับร่างกายและสะท้อนถึงการแสดงออกทางพฤติกรรมของมนุษย์ได้ดีที่สุด แม้ว่ามนุษย์ยังคงจัดสรรรูปแบบขนบธรรมเนียมของตนเองให้ใหม่อยู่เสมอ แต่ความเชื่อของมนุษย์ที่มีต่อพลังทางวัตถุ ซึ่งแสดงออกในเบื้องหลังยังคงไม่เปลี่ยนแปลง สังเกตได้จากการยืนยันที่จะสร้างสรรค์วัตถุในสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นวัตถุดิบอันเร้นลับสำหรับการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และชีวิตของตนเองต่อไป โดยแสดงขอบเขตที่เหมาะสมของความเชื่อนั้นด้วยพิธีกรรมทางศาสนาซึ่งได้รับการสนับสนุนในรูปแบบของวัตถุทางวัฒนธรรมภายนอกหรือเครื่องประดับนั่นเอง ความเชื่อนี้มักสืบต่อมาในรูปแบบของการเล่าเรื่อง เช่นเดียวกับภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ อานาจ และรูปแบบของโลก ความสำคัญทั้งหลายต่างถูกเข้ารหัสให้มนุษย์ได้เลือกให้เหมาะสมกับบริบทที่จะนำเสนอ อาทิเช่น วัตถุดิบ รูปแบบ สี สัญลักษณ์ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ พิธีกรรมดังกล่าวจะปราศจาก ‘ร่างกาย’ มิได้ เนื่องจากร่างกายเป็นด่านแรกที่มีปฏิสัมพันธ์และสัมผัสสนิทแนบไปกับเครื่องประดับ ขณะเดียวกันร่างกายก็เป็นตัวขับเคลื่อนบริบทภายในเครื่องประดับให้ออกมาแสดงความงามให้ปรากฏ (สุภาวี่ ศิรินคราภรณ์, 2549)

เครื่องประดับนอกจากจะทำหน้าที่เ็นตัวแทนของมนุษย์ในด้านความงามผ่านชนบประเพณีความเชื่อ แล้วเครื่องประดับยังแสดงความสัมพันธ์ให้มนุษย์เข้าใจในด้าน “คุณค่า” ของวัตถุอีกด้วย

5.3 คุณค่าทางสุนทรียะในงานเครื่องประดับ

คุณค่า (Value) ที่เป็นคุณค่าทางสุนทรียะ จะแตกต่างจากคุณค่าทางเศรษฐกิจ ที่เป็นราคาของวัตถุ แต่เป็นคุณค่าต่อจิตใจความงามเกิดขึ้นด้วยอารมณ์ มิใช่ด้วยเหตุผล ความคิด หรือข้อเท็จจริง คนที่เคร่งครัดต่อเหตุผลหรือเพ่งเล็งไปที่คุณค่าทางวัตถุจะไม่เห็นความงาม คนที่มีอารมณ์ละเอียดอ่อนไหวจะสัมผัสความงามได้ง่ายและรับได้มาก ความงามให้ความยินดี ให้ความพอใจได้ทันทีโดยไม่ต้องมีเหตุผล ความยินดีนั้นเกิดขึ้นเองโดยไม่มีการบังคับ ความงามนั้นเกี่ยวข้องกับวัตถุก็จริง แต่มิได้เริ่มที่วัตถุ มันเริ่มที่อารมณ์ของคน ดังนั้น ความงามจึงเป็นอารมณ์ เป็นอารมณ์ที่ก่อให้เกิด เนื่องจากความงามเป็นอารมณ์ เป็นสิ่งที่อยู่ในความรู้สึก นึกคิด ความงามจึงเป็นนามธรรม ดังนั้น การสร้างสรรค์งานศิลปะเครื่องประดับ ก็เป็นการถ่ายทอดความงามผ่าน สื่อวัสดุต่างๆ ออกมา เพื่อให้ผู้อื่นได้สัมผัส ได้พบเห็น ได้รับรู้ สื่อต่างๆ จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ทางความงามที่แตกต่างกันตามค่านิยมของแต่ละบุคคล เรียกว่า “การรับรู้ทางความงาม”

มนุษย์มีการรับรู้เรื่องราวจากสังคมแวดล้อมรอบตัว แต่การรับรู้ความงามในงานศิลปะเครื่องประดับ บางครั้งก็อาจมีความหมายเหนือจิตนาการ และบางครั้งก็ไม่มีความรู้สึกใดๆ ตลอดจนไม่ถามหาความหมาย นั้น หมายถึง การรับรู้ในสุนทรียศาสตร์ในด้านความงามย่อมแตกต่างกัน

ความงามจึงเปรียบได้กับภาวะที่ปรากฏขึ้นในความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ทำให้เกิดผลของการรับรู้สะท้อนออกมาเป็นอารมณ์ความรู้สึกเปลวเพลิงความพึงพอใจ ความปีติสุข ยินดี ซึ่งเกิดขึ้นในจิตใจของมนุษย์ ความงามเป็นภาวะหรือลักษณะพิเศษของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ปรากฏขึ้นเพื่อการรับรู้ทางประสาทสัมผัส อันจะนำไปสู่อารมณ์ความรู้สึกตามภาวะนั้นๆ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการรับรู้เชิงสุนทรียะ ดังนี้

มโน พิสุทธิรัตนานนท์ (2546) กล่าวถึง การรับรู้ทางสุนทรียะไว้ว่า เป็นการรับรู้ความจริงต่อโลกภายนอก รวมทั้งสุนทรียวัตถุ หรือผลงานทางศิลปะด้วย เมื่อเกิดความซาบซึ้งทางสุนทรียะ (Aesthetic Appreciation) และเป็นความรู้ทางอารมณ์รู้สึกความรู้ดังกล่าวไม่เกี่ยวข้องกับความเป็นจริงหรือไม่เป็นจริงแต่อย่างใดแม้ในการรับรู้ดังกล่าวจะมีความคล้ายจริงอยู่บ้าง แต่สิ่งที่มันเกี่ยวข้องกับโดยตรงก็คือ อารมณ์รู้สึกงาม (ปีติ เิบอิมใจ พอใจ ดีใจ เสียใจ สะใจ ประทับใจ สะเทือนใจ) ความรู้ดังกล่าวเป็นประสบการณ์สุนทรียะ คือ เป็นความคิดรวบยอด (Conception) เป็นจินตภาพ (Image) มนุษย์ส่วนใหญ่มองรับว่า ความรู้และประสบการณ์สุนทรียะมีส่วนเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับชีวิตจริงในด้านอารมณ์รู้สึกอยู่บ้าง ซึ่งเป็นความจริงด้านใน (อัตวิสัย) ของมนุษย์อยู่มาก แม้ว่ามันจะไม่เกี่ยวข้องกับความจริงด้านนอก (ภาววิสัย) ในโลกของสรรพสิ่งก็ตาม (มโน พิสุทธิรัตนานนท์. 2546)

5.4 การรับรู้สุนทรียภาพในงานเครื่องประดับ

การรับรู้สุนทรียภาพงานเครื่องประดับ เป็นการรับรู้คุณค่าของความงาม ความประณีตและเรื่องราวต่างๆ จากการมองเห็นโดยตรง คุณค่าที่รับรู้ คือ รูปทรง และเรื่องราวที่เกิดจากองค์ประกอบต่างๆ ที่มนุษย์พยายามสร้างสรรค์ อันได้แก่ เส้นสี แสงเงา พื้นผิว ความกลมกลืน ฯลฯ ซึ่งเป็นส่วนประกอบของความงามบนพื้นฐานทัศนศิลป์นั่นเอง การที่มนุษย์เกิดความรู้สึกซาบซึ้ง หรือรับรู้คุณค่าของสิ่งทีงาม ความประณีต และเรื่องราวต่างๆ ถือได้รับสุนทรียภาพของสิ่งนั้นแล้ว ดังนั้นศิลปะเครื่องประดับจึงเป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้น เพื่อให้สัมพันธ์กับการรับรู้ทางสายตาเป็นหลัก

ประสบการณ์ซึ่งสั่งสมจากการรับรู้ทางความงามจากศิลปะและธรรมชาติ นอกจากจะมีผลต่อรสนิยมของบุคคลในสังคมแล้วยังมีผลต่อทัศนคติที่ดี ในสังคมผลรวมของทัศนคติของแต่ละคน ก็คือความคิดที่มีอยู่และจะส่งผลดีเป็นประชาชาติที่คนในสังคมจะร่วมกันพัฒนาเปลี่ยนแปลงสิ่งดีๆ เกิดจิตวิทยาชุมชนมาอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขและเกิดสุขภาพจิตชุมชน มนุษย์สัมพันธ์ภายในชุมชนเท่ากับเป็นการพัฒนายกระดับสังคมลดปัญหาสังคมโดยตรงอีกด้วย จิตวิทยาของมนุษย์ในการตอบสนองของความรู้สึกการรับรู้ทาง

ความงาม ทั้งจากธรรมชาติและจากผลงานสร้างสรรค์ศิลปกรรม มีการพัฒนาการมาโดยตลอด จนอิทธิพลทางพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ การรู้สึก การรับรสสัมผัส การเรียนรู้อารมณ์ สภาวะร่างกายที่แสดงออก ประสบการณ์ต่างๆ ในโลก ทั้งจากการฟังท่วงทำนองอันไพเราะของดนตรี เนื้อหาจากเพลง รสสัมผัสจากการอ่านวรรณกรรมบทกวีที่ทรงคุณค่า จากกรอ้อยเรียงภาษาถ้อยคำที่ถ่ายทอดอารมณ์จากกวีผู้ประพันธ์ การดูผลงานศิลปะที่เราตาเราใจทั้งจากเนื้อหา รูปแบบของผลงานสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อการพัฒนาความรู้สึกจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดมากในกระบวนการพัฒนาวุฒิภาวะด้านอื่น ซึ่งทำให้มนุษย์เกิดความพร้อมของปัญญาจนสามารถปรับใช้ในการพัฒนาพฤติกรรม รสนิยม นิสัย ดังนั้นศิลปะความงามจึงเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นความรู้สึกให้เกิดขึ้นกับตัวบุคคลและนี่คือปัจจัยพื้นฐานความต้องการในด้านต่างๆ ของมนุษย์

5.5 องค์ประกอบของการรับรู้ทางความงามที่เกิดจากสุนทรียธาตุ (Aesthetics element) ในการออกแบบเครื่องประดับ

การออกแบบและวิเคราะห์ความงามของเครื่องประดับ จำเป็นต้องศึกษาการรับรู้ความงามที่เกิดจากสุนทรียธาตุ เพราะเป็นการกำหนดกฎเกณฑ์ความงามที่เป็นนามธรรมให้ปรากฏเด่นชัดเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

สุนทรียธาตุ หมายถึง ลักษณะเด่นแห่งคุณค่าทางความงามที่ปรากฏและแฝงอยู่ในงานศิลปะในธรรมชาติ และความละเอียดอ่อนในดวงจิตเป็นห้วงความรู้สึกทางความงาม (Sense of Beauty) ของมนุษย์ที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิดโดยไม่จำกัดเพศ วัย ความรู้ ความรู้ทางความงามที่เกิดจากสุนทรียธาตุก็คือแสดงลักษณะของการเห็นทั่วไปเพื่อนำไปสู่ความรู้สึกและความเข้าใจทางความงาม โดยอาศัยทัศนธาตุ (Visual Element) ที่มีอยู่ในผลงานศิลปะ และธรรมชาติผสมกับความรู้สึกการรับรู้ในตัวจิตใจของมนุษย์ ซึ่งจะเกิดขึ้นโดยมีผลมาจากองค์ประกอบจากลักษณะความเด่นชัดเหล่านี้คือ

1. ความเด่นชัดของเส้น

เส้น (Line) เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการสร้างงานศิลปะเกือบทุกแขนง เรียกว่าจะต้องใช้เส้นช่วยในการร่างภาพ แนวความคิดสร้างรูปร่างขึ้นเพื่อสื่อความหมายอย่างเรียบง่าย หรือสิ่งแสดงรายละเอียดชัดเจน คนในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ก็ได้พยายามใช้เส้นที่แสดงออกอย่างง่าย สื่อความหมายลงบนผนังถ้ำเพิงผา ฯลฯ เส้นที่ใช้เป็นเส้นพื้นฐานในวิชาการเขียนภาพ (Drawing) จิตรกรรม (Painting) ภาพพิมพ์ (Printing) ประติมากรรม (Sculpture) สถาปัตยกรรม (Architecture) การออกแบบ (Design) คุณสมบัติของเส้นที่แสดงทิศทางต่างกันหรือทิศทางที่ประสานเป็นแนวขนานเดียวกัน สามารถเรียกร่องความสนใจหรือสามารถกระตุ้นประสาทสัมผัสทางสายตาได้เป็นการสร้างความรู้สึกได้เป็นอย่างดี ลักษณะของเส้นที่แสดงความเด่นชัด แบ่งออกเป็นลักษณะใหญ่ดังนี้เส้นตั้ง เป็นเส้นที่ให้ความรู้สึก แสดงออกถึง

ความสูง สง่า ความมั่นคง แข็งแรง เส้นนอน เป็นเส้นที่ให้ความรู้สึก แสดงออกถึงความกว้าง ราบเรียบ สงบ นิ่ง พักผ่อน สบายใจ เส้นเฉียง เส้นเอียง ให้ความรู้สึกไม่มั่นคง แข็งแรง ไม่แน่นอน เคลื่อนไหว เคลื่อนที่ เส้นซิกแซก หยัก ให้ความรู้สึกแสดงถึงความเคลื่อนไหว แสดงถึงความรู้สึก อ่อนโยน นุ่มนวล ลื่นไหล เคลื่อนไหวอย่างอ่อนละไม

2. ความเด่นชัดของสี (Color)

สี (Color) หมายถึง ลักษณะของความเข้มของแสงสว่างปรากฏแก่ตาให้เห็นเป็นสีต่างๆ กัน สภาพสิ่งแวดล้อมที่ปรากฏอยู่รอบตัวเรานั้นมีสีส่นหลากหลายสวยงามหรือสีที่กลมกลืนผสมผสานกันอย่างสวยงาม หรือสีที่แสดงการตัดกันอย่างรุนแรง สร้างความงามที่แปลกออกไป ในผลงานศิลปะมีอยู่หลายแขนงที่ได้แสดงพลังความรู้สึกทางความงามโดยอาศัย สีออกจากสีซึ่งแสดงคุณสมบัติทางความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึกอันเป็นลักษณะเฉพาะตัว เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นตามคุณค่าของเนื้อสีที่เน้นให้ผลต่อความรู้สึกเกิดผลตอบสนองในทางสัมผัสภายใน โดยอาศัยตาเป็นสื่อสีแต่ละสีนั้นก็มีความหมาย ทำให้เกิดความรู้สึกแตกต่างกัน

3. ความเด่นชัดของแสง - เงา

ความเด่นชัดของแสง-เงา สามารถสร้างความงามขึ้นได้ในลักษณะที่ช่วยทำให้วัตถุหรือภาพที่ตามองเห็นเกิดเป็นภาพแสดงระยะใกล้-ไกล ออกมาให้เห็นภาพ 3 มิติ มีความลึกแสดงการตัดกันระหว่างความเข้มจัด ระหว่างน้ำหนักอ่อน-แก่ (Value) ความเด่นชัดของแสง-เงา ยังเป็นตัวกำหนด ในการสร้างบรรยากาศ ผลงานศิลปะหลายแขนงที่นำเอาคุณค่าของแสง-เงา ช่วยให้เกิดสรรค์ผลงานศิลปะให้มีพลังทางความงามมากขึ้นอีกด้านหนึ่ง

4. ความเด่นชัดของรูปร่าง-รูปทรง

รูปร่าง (Shape) หมายถึง พื้นที่ที่มีเส้นรอบนอก มีสภาพเป็น 2 มิติ มีพื้นที่ในขอบเขตที่เส้นแสดงหรือขอบเขตของพื้นที่สีรูปทรง (Form) หมายถึง พื้นที่ที่มีเส้นรอบนอกทุกด้านแสดงออกเป็น 3 มิติ คือ ความกว้าง ยาว สูง จากความเด่นชัดของรูปร่าง-รูปทรงนี้ ได้นำมาใช้ในงานประติมากรรม (Sculpture) ความงามของงานประติมากรรมที่เราสัมผัสได้นอกจากจะอาศัยคุณค่าของแสง-เงาแล้ว

5. ความเด่นชัดของโครงสร้าง

ความงามที่เกิดจากความเด่นชัดทางโครงสร้าง สามารถบ่งบอก สะท้อนถึงความ เป็นลักษณะเฉพาะตัวของเครื่องประดับ ความงดงามทั้งหมดเกิดขึ้นจากการประสานกันในการเลือกใช้วัสดุ และเทคนิคต่างๆ ในการออกแบบทางโครงสร้าง โครงสร้างที่เหมาะสมงดงามก็เป็นสิ่งซึ่งมนุษย์เราจะปฏิเสธ การสัมผัสไม่ได้ มันเป็นความงามที่ไม่สามารถปฏิเสธได้เลยหากมนุษย์เรายังต้องการที่อยู่อาศัย ที่สวยงาม สะท้อนรสนิยมส่วนบุคคล

ประเภทของรูปทรงโครงสร้างที่ใช้ในงานออกแบบเครื่องประดับ

- รูปทรงเรขาคณิต(geometric form) ได้แก่ รูปทรงที่มีลักษณะเป็นเรขาคณิต เช่นรูปกลม รูปสามเหลี่ยม รูปสี่เหลี่ยม ฯลฯ ในธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ต่างๆ จะมีรูปทรงแบบเรขาคณิต รูปทรงเหล่านี้เป็นรูปทรงที่ทำให้โครงสร้างหรือเป็นพื้นฐานของรูปทรงอื่นๆ ทุกประเภท

- รูปทรงธรรมชาติ หมายถึงรูปทรงของสิ่งมีชีวิต หรือมีลักษณะคล้ายสิ่งมีชีวิต รูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ มีโครงสร้างประกอบขึ้นด้วยการขยายตัวและผนังของเซลล์ต่างๆ ได้แก่ คน สัตว์ พืช เมื่อก้าวถึงอินทรีย์รูปในงานศิลปะมักจะหมายถึงทรงที่ให้ความรู้สึกว่ามีโครงสร้างของสิ่งมีชีวิตและเติบโตได้ เช่นรูปใบไม้ รูปเปลือกหอย รูปผีเสื้อ รูปผลไม้

- รูปทรงอิสระ (free form) หมายถึง รูปทรงที่ไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนของตัวเอง เป็นไปตามอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม เป็นรูปทรงสร้างสรรค์ มีลักษณะสั้นไหล รูปทรงเรขาคณิตให้ความรู้สึกเป็นกลาง รูปทรงอินทรีย์รูปให้ความมีชีวิต รูปทรงอิสระให้ความเคลื่อนไหว มีลักษณะขัดแย้งกับรูปทรงเรขาคณิตแต่กลมกลืนกับรูปทรงอินทรีย์รูป (นวลน้อย บุญวงศ์. 2539)

การออกแบบเครื่องประดับนั้น เกิดขึ้นตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ จวบกระทั่งถึงปัจจุบัน ไม่ได้ชี้เฉพาะว่าเครื่องประดับนั้น มีจุดประสงค์ในการผลิตวัตถุ เพื่อการประดับ ตกแต่งร่างกายเท่านั้น หากแต่มีการชุกช่อนเรื่องราวและความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ ทั้งในระดับวัฒนธรรม ระดับจิตวิทยา ระดับปรัชญา และอื่นๆ อีกสารพัดที่มีอยู่ในศิลปะเครื่องประดับ มนุษย์ได้รับการฝึกฝนจากการปฏิสัมพันธ์ร่วมกับเครื่องประดับอยู่เป็นนิจ ทำให้เกิดความคุ้นชินของผัสสะการรับรู้ และความหมายกับที่ต้องการสื่อสารเรื่องราวหรือความหมายอย่างละเอียดอ่อนอย่างละเอียดละไม

นอกจากนี้เครื่องประดับ ยังมีการรับรู้ใน 'มิติทางจิตวิญญาณ' หรือมิติทางการสร้างสรรค์ เพื่อสนองความพึงพอใจเป็นเฉพาะ ซึ่งการทำหน้าที่จะเป็นตัวกลางเชื่อมความสัมพันธ์ในการมอบคุณค่าแต่ตนเองและผู้อื่นด้วยหนทางที่เปี่ยมไปด้วยความหมาย และทำให้เกิดการเข้าใจในความสามารถแก่ตนเองที่จะชื่นชมพลังงานอันบริสุทธิ์แห่งบริบทภายในเครื่องประดับเหล่านี้ ราวกับว่ามนุษย์ผู้สัมผัสสามารถเป็นศิลปินแห่งชีวิตได้ด้วยตนเองเช่นกัน และที่แน่นอนที่สุดก็คือ เครื่องประดับนี้เติมเต็มชีวิตของมนุษย์ให้กลับสู่ความเป็นธรรมชาติและใกล้ชิดธรรมชาติด้วยเรื่องราวที่บอกผ่านอัตถ์มณีที่หลากหลายนอกจากธรรมชาตินั่นเอง (นวลน้อย บุญวงศ์. 2539)

6. ภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรม

องค์ความรู้เรื่องภูมิปัญญาและทุนวัฒนธรรมนั้นมีผู้รู้และนักวิชาการได้ให้ความหมายที่แตกต่างกันไว้มากพอสมควรที่น่าสนใจและได้นำมาเป็นแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ และคณะ (2543: 42) ได้ศึกษาสำรวจสภาพโดยทั่วไปของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในท้องถิ่นโดยการศึกษจากเอกสารและการสัมภาษณ์ สัมภาษณ์และลงไปพบต้นตอที่มาของแหล่งความรู้โดยตรง ค้นหาและเสนอแนวทางในการพัฒนาภูมิปัญญาวัฒนธรรม เหล่านั้น เป็นทุนจากการศึกษาพบว่า “ทุนวัฒนธรรม” ว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม มีความเป็นพลวัตสูงเนื่องจากโลกปัจจุบันมีการติดต่อถึงกันได้อย่างรวดเร็ว

เดล เออร์เนสต์ (Dale, Ernest. 1994: 90) นิยามความหมายของคำว่า ทุนวัฒนธรรม ว่าหมายถึง “ทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมมาในอดีต มีคุณค่าต่อมนุษย์และความต้องการของสังคม นอกเหนือจากการให้คุณค่าทางเศรษฐกิจ”

พินดา แอนเจล (Pineda, Angel. 1976: 76) กลับมองว่า ทุนวัฒนธรรมจะปรากฏตัวในสามรูปแบบ คือ 1) เป็นสิ่งที่ฝังอยู่ในตัวคนหรือกลุ่มคน เช่น ความคิด จินตนาการ ความคิดริเริ่มความเชื่อ 2) เป็นสิ่งที่เป็รูปปลั๊กและเป็นตัวตน เช่น ภาพวาด เครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งก่อสร้างสถานที่ที่เป็นมรดกโลก และ 3) ความเป็นสถาบัน เช่น กติกา การยอมรับที่หลายๆ คน เห็นร่วมกัน เช่น การยอมรับใน สถาบันกษัตริย์ วัด โรงเรียน ทำให้เกิดความสามัคคี ประเพณี หรือกิจกรรมร่วมกันของสังคม ทุนวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและให้คุณค่าต่อวิถีชีวิตของสังคมในทางใดทางหนึ่ง เช่น ทำให้สังคมอยู่กันอย่างสมานฉันท์ ช่วยจัดระเบียบสังคม ในทางเศรษฐศาสตร์เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ต่อสังคมและปัจเจก แต่ทุนวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ไม่จีรัง มันเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยี เช่น การทอผ้าที่เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนไทย เมื่อมีโรงงาน มีเครื่องจักรเข้ามา ซึ่งสามารถทอผ้าได้รวดเร็ว และราคาถูกกว่า หรือเมื่อการแพทย์แผนใหม่เข้ามาแทนที่การแพทย์แผนโบราณ ความต้องการของผู้คนก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไปวัฒนธรรมเป็นสินค้ามีคุณค่า (Merit Goods) ในความหมายเชิงเศรษฐศาสตร์ การผลิตและบริโภคสินค้าไม่เพียงเป็นความพอใจของผู้เสพและผู้แสดงวัฒนธรรม แต่ยังมีคุณประโยชน์ ต่อสังคมส่วนรวม หรือคนส่วนใหญ่ เช่น การศึกษา นอกจากประโยชน์ต่อผู้เรียน คือ ทำให้ได้มีค่าจ้างแรงงานตำแหน่งหน้าที่ที่ดีขึ้นแล้ว ยังเป็นผลดีต่อส่วนรวม คือ ช่วยลดภาระของสังคม นอกจากนั้นยังมีนักวิชาการและนักคิดหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน หรือภูมิปัญญาไทย ดังนี้

ธวัช ปุณโณทก (2531: 12) กล่าวว่า ภูมิปัญญา หมายถึง ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพในการศึกษาเล่าเรียน โดยยกตัวอย่างภูมิปัญญา เช่น การรู้จักการทำนา การไถนา การนวดข้าวของชาวบ้าน การนำวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ไผ่มาจักสานเป็นภาชนะใช้สอยต่างๆ

เสรี พงศ์พิศ (2529: 87) ได้กล่าวถึง ลักษณะของภูมิปัญญาพื้นบ้านที่สำคัญ มีดังนี้ คือ ลักษณะที่เป็นนามธรรมเป็นโลกทัศน์ ชีวทัศน์ เป็นปรัชญาในการดำเนินชีวิตเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเกิด แก่ เจ็บ ตาย คุณค่าและความหมายของทุกสิ่งในชีวิตประจำวัน และลักษณะที่เป็นรูปธรรม เป็นเรื่องเกี่ยวกับเฉพาะด้านต่างๆ เช่น การทำมาหากิน การเกษตร หัตถกรรม ศิลปะ ดนตรี และอื่นๆ

ประเวศ วะสี (2532: 67) ได้กล่าวถึง ลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาพื้นบ้าน ไว้ดังนี้ 1) มีวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานไม่ใช่วิทยาศาสตร์ 2) มีการบูรณาการสูง ทั้งในเรื่องของกาย ใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 3) มีความเชื่อมโยงไปสู่นามธรรมที่ลึกซึ้งสูงส่งและประการสุดท้าย คือ เน้นความสำคัญของจริยธรรมมากกว่าวัตถุ

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2533: 34) ได้กล่าวถึง ลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาพื้นบ้านไว้ดังนี้ 1) ภูมิปัญญาพื้นบ้านเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้ใดๆ หรือหน่วยสังคมใดๆ เป็นข้อมูล เป็นเนื้อหาสาระเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ เช่น ความรู้เกี่ยวกับเกษตร ความรู้เกี่ยวกับมนุษย์ เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน 2) ภูมิปัญญาพื้นบ้านเป็นความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องใดๆ หรือหน่วยสังคมใดๆ ความเชื่อดังกล่าว อาจยังไม่มีข้อพิสูจน์ยืนยันว่าถูกต้อง หากพิสูจน์แล้วความเชื่อก็จะเป็นความรู้ ความเชื่อบางอย่างพิสูจน์ไม่ได้ เช่น เรื่องนรกสวรรค์ ตายแล้วไปไหน ฝันจริงหรือไม่ 3) ภูมิปัญญาพื้นบ้านคือความสามารถ หรือแนวทางในการแก้ปัญหาหรือป้องกันปัญหา เช่น ความสามารถในการสร้างหรือดำรงความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว เป็นต้น

สามารถ จันทร์สุรย์ (2534: 13) ได้กล่าวถึง ภูมิปัญญาพื้นบ้านไว้ 2 ลักษณะที่เป็นนามธรรมเป็นโลกทัศน์ชีวทัศน์ เป็นปรัชญาในการดำเนินชีวิตเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเกิด แก่ เจ็บ ตาย คุณค่า และความหมายของทุกสิ่งในชีวิตประจำวัน ลักษณะที่เป็นรูปธรรม เป็นเรื่องเกี่ยวกับเฉพาะ ด้านต่างๆ เช่น การทำมาหากิน การเกษตร หัตถกรรม ศิลปศาสตร์ และอื่นๆ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เหล่านี้สะท้อนออกมาใน 3 ลักษณะที่สัมพันธ์ใกล้ชิดกัน คือ 1) ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด คือ ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับโลก สิ่งแวดล้อม สัตว์ พืช 2) ความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ที่ร่วมกันในสังคมหรือ ชุมชน และ 3) ความสัมพันธ์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สิ่งเหนือธรรมชาติ สิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้ทั้งหลาย

ลักษณา รอดสน (2540: 96) ภูมิปัญญาพื้นบ้าน หมายถึง ความรู้และประสบการณ์ของชาวบ้าน ได้รับการถ่ายทอดกันมาจากบรรพบุรุษ เพื่อใช้ในการดำเนินชีวิตให้เป็นสุขในแต่ละสภาพแวดล้อม โดยการประสมประสานความรู้ความคิดเข้าด้วยกันในการใช้แก้ปัญหาต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งที่มีความค่า โดยผ่านกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับกาลสมัย หากกล่าวโดยสรุปพบว่า ภูมิปัญญาหมายถึงองค์ความรู้ความสามารถ ทักษะและประสบการณ์ของชาวบ้านที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น มี 2 ลักษณะ คือ แบบที่เป็นรูปธรรมกับแบบนามธรรมทุนวัฒนธรรมหมายถึงทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมมาในอดีต ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งผู้วิจัยจะนำองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรม

ไปใช้ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับการศึกษาภูมิปัญญาในด้านกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์โลหะผสมสำริด และทองเหลือง โดยเฉพาะภูมิปัญญาในด้านการเลือกและการใช้วัสดุ ภูมิปัญญาในด้านขั้นตอนการผลิต การหล่อ การออกแบบและภูมิปัญญาในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์

6.1 แนวคิดวัฒนธรรมชุมชน

แนวคิดวัฒนธรรมชุมชนเป็นแนวคิดที่สำคัญกระแสหนึ่ง เป็นแนวคิดที่เน้นหนักกับเรื่องคุณค่าวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งทุนวัฒนธรรมเป็นทุนที่สำคัญในการพัฒนาชุมชน “วัฒนธรรม” ในภาษาไทยแปลมาจากคำว่า “Culture” ในภาษาอังกฤษ Williams (ยุคติ มุกดาวิจิตร, 2548: 89; อ้างอิงจาก Williams, 1985: 87 – 93) ศึกษาประวัติศาสตร์สังคมของคำ “Culture” ว่าเดิมคำนี้มีความหมายจำกัดเฉพาะแนวประเพณีปฏิบัติที่ดีงาม ส่วนความหมายที่นักสังคมศาสตร์มาใช้ให้หมายรวมถึงวิถีชีวิตด้านต่างๆ นั้น เป็นความหมายภายหลัง อย่างไรก็ตามในฐานะที่เป็นนักวิพากษ์สังคม วิลเลียม (ยุคติ มุกดาวิจิตร, 2548: 89; อ้างอิงจาก Williams, 1989: 3 – 18) เป็นผู้ผลักดันให้ “Culture” มีความหมายเป็นวิถีชีวิตพื้นๆ (Culture is Ordinary) แนวคิดว่าด้วยชุมชนโดยทั่วไปแล้ว คำว่า “ชุมชน” (Community) มักไม่ค่อยมีการกล่าวถึงหรือให้ความสำคัญกันนัก ชุมชนเคยเป็นชีวิตของชาวบ้าน เป็นศูนย์กลางของการดำรงอยู่ ชุมชนไม่อาจถูกแบ่งแยก นอกเสียจากว่าจะไปทำลายมัน และอันที่จริง มันก็ถูกทำลายไปโดยวิถีชีวิตแบบใหม่ ชุมชนไม่มีอยู่อีกต่อไปในเมือง (City) ต่างๆ หมู่บ้านเคยเป็นสถาบันหนึ่ง เป็นรากฐานที่สำคัญของชุมชน แต่ในปัจจุบันหมู่บ้านมีลักษณะเป็นเมือง (Town) มากยิ่งขึ้น ในชุมชนสมาชิกต่างมีความเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน พวกเขาเคยพึ่งตนเอง (Self – reliant) ได้ ทั้งนี้เพราะชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเอง พวกเขาไม่เคยต้องพึ่งพิงสังคม (Society) ดังเช่นในปัจจุบัน (Seri, 1986: 15) ในทัศนะนี้ ยุคติ มุกดาวิจิตร (2548: 19 – 20) เสนอว่า ชุมชนแสดงตนผ่านหมู่บ้าน หรือการดำเนินชีวิต การแสดงความเห็นความนึกคิดของชาวบ้าน ยิ่งกว่านั้นชุมชนเป็นองค์เอกภาพที่เกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้าน แต่ชุมชนก็มีตัวตนของตนเอง เป็นอิสระจากชุมชนอื่นๆ เป็นอิสระจากรัฐ เป็นอิสระจากชาวบ้านคนใดคนหนึ่ง ชุมชนจึงเป็นพลังอำนาจที่คอยกำกับดูแลให้ที่พักพิง ให้ชีวิต ควบคุม ลงโทษชาวบ้าน (ที่อาจจะประพฤติหรือคิดเห็นในทางเสื่อมต่อชุมชน) ในขณะเดียวกัน ชุมชนก็เป็นพลังต่อต้านการแทรกแซงครอบงำจากอำนาจภายนอก นอกเสียจากว่าชุมชนจะพ่ายแพ้ต่อพลังนั้น ตามทัศนะดังกล่าว วิถีชีวิตของหมู่บ้าน หรือของชาวบ้านในชุมชนมีลักษณะดังนี้ ด้านเศรษฐกิจการทำมาหากิน ชาวบ้านมีการผลิตแบบเกษตรกรรม หัตถกรรมพื้นบ้านเป็นการผลิตแบบพอยังชีพเป็นหลัก เมื่อเหลือจึงนำไปแลกเปลี่ยน ชาวบ้านจะใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า และเห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมว่าควรใช้อย่างพอประมาณ ชาวบ้านมีนิสัยการบริโภคอย่างพอดี ไม่ฟุ้งเฟ้อ และประหยัด ในแง่นี้ชุมชนจึงสามารถพึ่งตนเองได้ใน ทางเศรษฐกิจ ทางสังคม-การเมือง ชาวบ้านมีความสัมพันธ์กันผ่านระบบเครือญาติ และปกครองกันเองผ่านระบบอาวุโส ซึ่งเป็นผู้นำ ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านต่างๆ ที่ชาวบ้านให้ความเคารพยกย่องในชุมชน นอกจากระบบดังกล่าวแล้ว กล่าวได้ว่า ชาวบ้านใน

ชุมชนมีความเสมอภาคกัน ไม่มีชนชั้นและความขัดแย้งทางชนชั้น แม้จะมีการทะเลาะเบาะแว้งกันบ้างก็ไม่ถึงกับจะนำไปสู่ความขัดแย้งแตกแยกกันในชุมชน ในด้านความเชื่อ ก่อนที่พุทธศาสนาจะแทรกเข้าไปในหมู่บ้าน ชาวบ้านเชื่อในธรรมชาติแวดล้อม ให้ความเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์เสมือนมีพลังอำนาจวิเศษสิงสถิตอยู่ในสิ่งต่างๆ รอบตัว ในการที่จะมีกิจกรรมสัมพันธ์กับธรรมชาติแวดล้อมเหล่านั้น ชาวบ้านจึงต้องประกอบพิธีกรรมขอขมาลาโทษเพื่อแสดงความเคารพต่ออารักษ์สิ่งเหล่านั้น นอกจากนั้นแล้ว ชาวบ้านยังนับถือผีบรรพบุรุษ ในฐานะพลังที่คอยควบคุมระบบระเบียบสังคมในชุมชน กระนั้นก็ตาม หลังจากพุทธศาสนาเข้าไปในชุมชนแล้ว ชาวบ้านก็ผสมผสานความเชื่อดังกล่าวเข้ากับพุทธศาสนาโดยยังอาศัยสิ่งเหนือธรรมชาติเป็นพื้นฐานอยู่ในแง่รูปธรรมที่ชัดเจนยิ่งไปกว่านั้น องค์ประกอบสำคัญต่อการดำรงอยู่ของชุมชนที่มักจะถูกเน้นย้ำอยู่เสมอโดยนักคิดแนววัฒนธรรมชุมชน ได้แก่ ภูมิปัญญาชาวบ้านความเป็นมาของวัฒนธรรมชุมชนวัฒนธรรมชุมชน เป็นแนวคิดที่มีจุดเน้นอยู่ที่ความเชื่อมั่นและส่งเสริมศักยภาพของชาวบ้านผู้รับผลของการพัฒนาว่า สามารถที่จะฟื้นฟูดำรงอยู่และพัฒนาตัวเองได้ด้วยพื้นฐานทางความเชื่อ ความสัมพันธ์ในชุมชน และภูมิปัญญา หรือที่รวมเรียกว่า “วัฒนธรรม” ของตนเอง สำหรับการพัฒนาตามแนวคิดวัฒนธรรมชุมชน ด้วยวิธีนี้ชาวบ้านจึงจะสามารถตอบโต้และค้นหาทางเลือกให้กับปัญหาของตนเองได้ตรงกันข้าม “วัฒนธรรมชุมชน” วิจารณ์ว่า ที่ผ่านมานโยบายการพัฒนาที่ส่งเสริมโดยรัฐ โดยนักวิชาการที่ไม่รับรู้ถึงศักยภาพของชาวบ้าน กลับชักนำชาวบ้านให้เข้าสู่วงจรของความทุกข์ยากต่างๆ นานา ที่สำคัญคือการตกเป็นทาสของระบบทุนนิยมระบบเศรษฐกิจสังคมที่รัฐส่งเสริมมาเกือบ 4 ทศวรรษของการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การพัฒนาตามแนวทาง “วัฒนธรรมชุมชน” จึงต้องเริ่มต้นที่การศึกษาและค้นหาวัฒนธรรมของชาวชนบทเองเพื่ออาศัยเป็นพื้นฐานสำหรับการฟื้นฟูและพัฒนา

ยุกติ มุกดาวิจิตร (2548: 2) แนวคิดวัฒนธรรมชุมชน เป็นแนวคิดที่เสนอโดยนักพัฒนาเอกชนและนักวิชาการจำนวนหนึ่งที่ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิดเห็นผ่านการประชุมสัมมนา โดยเฉพาะเรื่องการพัฒนาประเทศ หากนับตามที่ฉัตรทิพย์ นาถสุภา นักคิดคนสำคัญในกระแสวัฒนธรรมชุมชนเสนอแนวคิดวัฒนธรรมชุมชนเกิดในสังคมไทยราว พ.ศ. 2520 และปรากฏเป็นระบบในราว พ.ศ. 2524 ปีที่มีการสัมมนาเรื่อง “วัฒนธรรมไทยกับงานพัฒนาชนบท” ภายใต้การอุปถัมภ์ของสมาคมทอลิกแห่งประเทศไทย เพื่อการพัฒนา โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. การชี้ให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมต่อการพัฒนาชนบท และ 2) การนำเสนอประสบการณ์ของการพัฒนาชนบทโดยอาศัยวัฒนธรรมของชาวชนบทเองเป็นเครื่องมือที่สำคัญ นอกเหนือจากการประชุมสัมมนาดังกล่าว จะช่วยให้แนวคิดว่าด้วยการรื้อฟื้นและพัฒนาวัฒนธรรมชาวชนบทกับการพัฒนาชนบท ยังนำไปสู่พัฒนาการที่ทำให้มีความชัดเจนและเป็นระบบมากขึ้นในระยะเวลาต่อมาจนนำไปสู่กระแสวัฒนธรรมชุมชนที่เสริมมิติทางประวัติศาสตร์กับบริบททางสังคม เศรษฐกิจและการเมืองให้กับการวิเคราะห์สังคมชนบททั้งนี้เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการแสวงหาแนวทางการพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชนได้มากยิ่งขึ้น

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2534: 205 – 206) สาระสำคัญของแนวคิดวัฒนธรรมชุมชน ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2534: 172 – 183) ได้สรุปสาระสำคัญของแนวคิดวัฒนธรรมชุมชน ออกเป็น 4 แนวทาง จากความคิดของปัญญาชนที่เป็นผู้นำทางความคิดตั้งแต่ในช่วงแรก ได้แก่ แนวคิดแรก ชุมชนมีวัฒนธรรมของตนเองอยู่แล้ว วัฒนธรรมนี้ให้คุณค่าแก่ความเป็นคนและชุมชนที่มีความผสมกลมกลืน และวัฒนธรรมชุมชนเป็นพลังผลักดันการพัฒนาชุมชนที่สำคัญที่สุด ซึ่งจะใช้เป็นประโยชน์ได้เมื่อมีการปลูกให้สมาชิกแห่งชุมชนมีจิตสำนึกรับรู้ในวัฒนธรรมของตน แนวคิดที่สอง การดำรงอยู่ของวัฒนธรรมสองกระแส คือ วัฒนธรรมชาวบ้านและวัฒนธรรมทุนนิยม โดยวัฒนธรรมของชาวบ้านมีความเป็นอิสระ เนื่องจากผู้พันอยู่กับความเป็นชุมชนหรือหมู่บ้านที่เป็นรูปแบบสังคมที่มีความคงทนยืนนาน จึงเสนอให้เปลี่ยนแนวทางในการพัฒนาไปเป็นการพึ่งตนเองอย่างในอดีต และเสนอบทบาทของชนชั้นกลางในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับชาวบ้าน นำทรัพยากรจากสังคมเมืองไปให้กับชนบทมากขึ้นและคัดค้านการบีบบังคับของรัฐต่อหมู่บ้าน แนวคิดที่สาม เน้นลักษณะคุณค่าทางจริยธรรมของวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เป็นอิสระ และยังคงดำรงอยู่ในปัจจุบันในสถาบันหมู่บ้านมาก มากกว่าการเสนอให้ต่อต้านวัฒนธรรมของรัฐและระบบทุนนิยม การพัฒนา คือ การสืบทอดวัฒนธรรมชุมชนอันดีงาม และการพึ่งตนเองที่เคยมีมาแต่ในอดีตแต่กำลังสูญหายไป แนวคิดที่สี่ เน้นการต่อต้านกระแสการพัฒนาของรัฐและส่งเสริมชุมชนให้เข้มแข็งบนพื้นฐานศาสนธรรมบาทหลวงนิพจน์ เทียนวิหาร

นิพจน์ เทียนวิหาร (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. 2541: 246 – 247; อ้างอิงจาก บาทหลวงนิพจน์ เทียนวิหาร. 2540: 12 – 13) หนึ่งในผู้นำความคิดแนววัฒนธรรมชุมชน สรุปสาระสำคัญได้ว่า ชุมชนมีวัฒนธรรมของตนเองอยู่แล้ว มีระบบคุณค่าที่รวบรวมมาจากประวัติศาสตร์เป็นบทสรุปของความคิดและการปฏิบัติของชุมชนนั้นๆ เป็นวิถีชีวิตและทิศทางของการพัฒนาชุมชนที่ชาวบ้านสรุปขึ้นมา แกนกลางของวัฒนธรรมชุมชน คือ การให้ความสำคัญแก่ความเป็นคน และแก่ความผสมกลมกลืน (Harmony) กันในชุมชน การที่ชุมชนหรือหมู่บ้านอยู่มาได้เป็นเวลายาวนาน เพราะมีความผสมกลมกลืนกันในชุมชนทั้งในขณะปัจจุบันระหว่างสมาชิกด้วยกันและหากนับย้อนขึ้นไปสมาชิกก็มีบรรพบุรุษร่วมกันด้วย การพัฒนาชุมชน จึงต้องเริ่มจากฐานวัฒนธรรมชุมชน ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่แข็งแกร่งที่สุดของชาวบ้าน ถ้ามีวัฒนธรรมชุมชนเข้มแข็งการรวมกลุ่มของชาวบ้านเพื่อทำกิจกรรมจะทำสำเร็จได้ไม่ยาก การต่อต้านการเอาเปรียบจากภายนอกจะทำได้

อภิชาติ พันธเสน (2544: 28) สรุปสาระสำคัญว่า วัฒนธรรมชุมชน (Folk Culture) คือ ระบบคุณค่า (Value System) ที่รวบรวมมาได้จากประวัติศาสตร์ เป็นคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง และแนวคิดที่สัมพันธ์กันเป็นโครงสร้างมีผลต่อพฤติกรรมของคนในฐานะปัจเจกชน และคนในชุมชน ในชีวิตทั้งหมด

บำรุง บุญปัญญา (2549: 20 – 25) ได้ประมวลเอาหลักสำคัญของแนวคิดวัฒนธรรมชุมชนสรุปได้ ดังนี้

1. ชุมชนมีวัฒนธรรมของตนอยู่แล้ว มีระบบคุณค่าที่รวบรวมมาได้จากประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานของชุมชน คือ การให้คุณค่าแก่ความเป็น “คน” และแก่ “ชุมชน” ที่มีความผสมกลมกลืน คุณค่าของธรรมชาติ การเชื่อถือสิ่งเหนือธรรมชาติและคุณธรรมจริยธรรมตามหลักศาสนา วัฒนธรรมชุมชนยังคงอยู่และมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของชาวบ้านเพราะชุมชนมีกลไกการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม แม้มีปัจจัยใหม่เข้ามา แต่สิ่งเดิมก็ยังคงอยู่ สำนักวัฒนธรรมชุมชนเห็นว่า วัฒนธรรมเป็นพลังผลักดันการพัฒนาที่สำคัญที่สุด จะใช้ประโยชน์ได้เมื่อมีการปลูกให้สมาชิกแห่งชุมชนมีจิตสำนึกรับรู้ในวัฒนธรรมของตน

2. ชุมชนมีสถานะเป็นสถาบันหนึ่ง ที่ดำรงอยู่อย่างต่อเนื่องในประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีโครงสร้าง กลไกภายในเป็นระบบๆ หนึ่งของตัวเอง เป็นรูปแบบสังคมที่มีอายุยืนนาน ไม่ว่าจะธรรมชาติข้างนอกจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ความเป็นหมู่บ้านหรือเป็นชุมชนก็คงทนมาเป็นเวลาหลายๆ ร้อยปี ลักษณะเช่นนี้คือ มีความเป็นสังคมในตัวของมันเอง แสดงถึง ความเป็นสังคมที่มีระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมที่เป็นอิสระ มีแบบแผนระบบการผลิต ระบบการจัดการทรัพยากร ระบบสุขภาพ ระบบความรู้ ระบบการเรียนรู้ศึกษา ระบบการปกครอง ระบบยุติธรรมของตนเอง วัฒนธรรมชุมชนไทยเป็นวัฒนธรรมที่มีอาณาเขตครอบคลุมกว้างขวาง เป็นวัฒนธรรมกลางที่ชุมชนต่างๆ ในเอเชียอาคเนย์ตอนบนมีส่วนร่วมกัน ถือเป็นวัฒนธรรมนานาชาติที่ชุมชนหมู่บ้านชาติต่างๆ ใช้ร่วมกันอย่างสมัครใจ ถือเป็นวัฒนธรรมร่วม

3. ชุมชนมีระบบเศรษฐกิจระบบหนึ่งของตัวเอง มีครอบครัวและชุมชนเป็นหน่วยการผลิต มีเป้าหมายของตัวเองคือมุ่งให้ครอบครัวพอเพียงที่จะดำรงชีพได้ และชุมชนอยู่รอดและผลิตซ้ำตัวเองได้ ผลิตเพื่อเลี้ยงตัวเอง แม้อาจผลิตเพื่อขายก็เพื่อให้ได้เงินมาเลี้ยงครอบครัวไม่ใช่ให้มีกำไรสูงสุดให้ร่ำรวยใช้แรงงานสมาชิกในครอบครัวตัวเองเป็นหลัก มีน้ำใจและความเอื้ออาทร ความเป็นญาติมิตรเป็นเครื่องร้อยรัดส่วนต่างๆ ของระบบ จัดสรรและแบ่งปันผลผลิตกรรมสิทธิ์เอกชนไม่มีความเด็ดขาด ในหลายกรณีชุมชนและเครือข่ายชุมชนมีส่วนในการตัดสินใจจัดสรรทรัพยากรและผลผลิต สำนักวัฒนธรรมชุมชน ยังพบอีกว่า ระบบเศรษฐกิจชุมชนดำรงอยู่คู่กับระบบทุนนิยมในปัจจุบัน เศรษฐกิจชุมชนเป็นชีวิตการทำมาหากินของชาวไทยจำนวนมากที่สุด คิดในแง่ของจำนวนชีวิตใหญ่กว่าระบบทุนสำหรับสังคมไทย ลักษณะการเปลี่ยนแปลงจากเศรษฐกิจชุมชนเป็นระบบทุนนิยมเป็นความเปลี่ยนแปลงที่ล่าช้า ด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ 1) ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในอดีต 2) ลักษณะชุมชนหมู่บ้านที่ให้ความมั่นคงและมีแรงยึดเหนี่ยวภายในสูง และ 3) ลักษณะพิเศษของรัฐและทุนนิยมไทยที่ไม่เข้าไปจัดการการเปลี่ยนแปลงแบบแผนการผลิตในชนบทเหมือนในประเทศยุโรป แต่เป็นลักษณะของการซูดริตส่วนเกิน

4. ทางด้านสังคมการเมือง ชาวบ้านมีความสัมพันธ์กันผ่านระบบเครือญาติ มีการปกครองและการจัดการความสงบเรียบร้อยภายใน โดยระบบอาวุโส มีผู้นำที่มีบารมีได้รับการยกย่องภายในชุมชน สมาชิกภายในชุมชนมีความผูกพันกลมเกลียวเพราะมีความเคารพนับถือในผีบรรพบุรุษเดียวกัน และเชื่อสิ่งเหนือธรรมชาติที่คอยเป็นสิ่งที่ควบคุมพฤติกรรมของคนก่อให้เกิดกฎเกณฑ์ข้อห้ามให้ความชอบธรรม แก่

การดำเนินชีวิตร่วมกันอย่างมีระเบียบแบบแผน รวมทั้งคติทางศาสนาพุทธพราหมณ์ที่เข้ามาผสมกลมกลืนในวิถีความเชื่อ พิธีกรรมและประเพณีของชุมชน สิ่งเหล่านี้หล่อหลอมให้สมาชิกชุมชน “เป็นคนบ้านเดียวกัน” อยู่ร่วมกันด้วยความเชื่อเพื่อเผ่าแม่ ช่วยเหลือเกื้อกูลและประนีประนอม เมื่อเกิดความแตกแยกขัดแย้งก็จะมีกลไกในการไกล่เกลี่ยตัดสิน คือ ระบบว่าความโดยผู้อาวุโสและเครือญาติ

5. ชุมชนกับสังคมภายนอก ชุมชนมิได้ตั้งอยู่อย่างโดดเดี่ยว มีการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนกับชุมชนอื่นในท้องถิ่นเดียวกันในลักษณะ “เครือข่าย” และมีปฏิสัมพันธ์กับรัฐและทุนมาทุกยุคทุกสมัย การรุกคืบเข้ามาของระบบทุนนิยมและอำนาจรัฐราชการนั้นได้เข้ามาในลักษณะครอบงำ บั่นทอนการดำรงอยู่ของชุมชน ทำลายระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง ดึงเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งพิงตลาด มีการทำลายล้างผลาญทรัพยากรธรรมชาติอันเป็นฐานการดำรงชีวิตของชาวชุมชนให้เสื่อมโทรมลง ทำลายโครงสร้างการปกครองดูแลตนเองของชุมชนให้ขึ้นต่อการปกครองของรัฐและระบบราชการ ทางด้านสังคมวัฒนธรรม เกิดวัฒนธรรมบริโภคนิยม คุณค่าทางวัฒนธรรมที่ดั่งงามในแบบแผนการดำเนินชีวิตถูกทำลายลง ถูกแทนที่ด้วยค่านิยมตัวใครตัวมันแก่งแย่งชิงดี เอารัดเอาเปรียบกอบโกยกำไร ความยกย่องนับถือคนดีถูกแทนที่ด้วยการนับถือเชื้อพืงคนรวย ฯลฯ สำนักวัฒนธรรมชุมชนเห็นว่าการใช้ “ความเจริญ” ตามแนวสังคมตะวันตกมาเป็นแบบแผนซึ่งนำการพัฒนาประเทศเป็นความผิดพลาดอย่างยิ่ง เพราะเป็นการทำลายชุมชน ทำลายความดีงามในอดีตมากกว่าจะเป็นการพัฒนาให้สิ่งดีงามในอดีตเจริญงอกงามยิ่งขึ้น

6. ทางเลือกการพัฒนาตามแนวคิดวัฒนธรรมชุมชน เชื่อว่า แม้ฐานเศรษฐกิจของชุมชนและทรัพยากรจะถูกทำลายเสียหายลงไปบ้าง แต่ “จิตสำนึก” หรือ “พลังทางวัฒนธรรม” นั้นยังคงอยู่สามารถสร้างความเข้มแข็งของชุมชนขึ้นมาใหม่ได้ เพียงแต่รูปแบบภายนอกอาจแตกต่างไปจากเดิม หลักสำคัญคือ เป็นการพัฒนาที่ไม่ทำลายล้างสถาบันชุมชนแต่มุ่งให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองและอยู่ร่วมกับภาคส่วนอื่นๆ ในสังคมได้อย่างศักดิ์ศรี ซึ่งมีการเสนอทางเลือก คือการพัฒนาต้องเริ่มจากฐานวัฒนธรรมชุมชน ต้องรื้อฟื้นคุณค่าดั้งเดิมที่ชุมชนมีมาประยุกต์สร้างสรรค์ทางเลือกขึ้นมาใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบัน ไม่ใช่การถอยหลังไปสู่สังคมเก่าในอดีตซึ่งเป็นไปไม่ได้ ต้องสร้างแบบแผนการผลิตและแบบแผนการดำรงชีวิตขึ้นมาใหม่ภายใต้คุณค่าที่ดั่งงามแบบดั้งเดิม เช่น การตั้งกองทุนหมู่บ้าน ธนาคารข้าว กลุ่มออมทรัพย์ เหล่านี้คือ คุณค่าแห่งการสร้างหลักประกันความมั่นคงร่วมกันหรือสวัสดิการของชุมชน นักพัฒนาและปัญญาชนของชุมชน ควรร่วมกับชาวบ้านวิเคราะห์ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของชุมชน ทำให้ชาวบ้านตื่นและตระหนักในเอกลักษณ์และคุณค่าของตัวเองค้นพบจิตสำนึกอิสระของชุมชน เห็นคุณค่าของการรวมตัวกันเป็นชุมชน เห็นภัยจากการครอบงำจากวัฒนธรรมภายนอกที่เอารัดเอาเปรียบ กระบวนการนี้จะทำให้เกิดอุดมการณ์ต่อสู้ที่มีพลัง

7. ทฤษฎีความคาดหวัง

7.1 ความหมายของความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นลักษณะทางจิตวิทยา ซึ่งมีได้จำเพาะเจาะจงที่การกระทำอย่างเดียว แต่รวมไปถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึกทัศนคติและค่านิยม จากการศึกษา พบว่า มีผู้ให้ความหมายความคาดหวังดังต่อไปนี้ ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการของความรู้สึก การคิด การคาดคะเน หรือการคาดการณ์ล่วงหน้าในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การคิดในสิ่งที่เป็นไปได้ถึงระดับผลงานที่งานที่บุคคลกำหนด หรือคาดหมายว่าจะทำได้ เป็นผลมาจากประสบการณ์เดิมของบุคคลที่มีความต้องการบางอย่างจากบางคน และความต้องการให้บางคนกระทำบางอย่างให้ตน และสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริงอาจไม่ตรงกันเสมอไป

สมัยศ นาวิกการ (2552: 391 – 392) ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจแบบกระบวนการแบบที่เรียกว่า ทฤษฎีความคาดหวังขึ้นมา ปัจจัยหลักของทฤษฎีของ วรูม (Vroom) คือ ความคาดหวังความพอใจ ผลลัพธ์และสื่อกลาง

สกาเวเดียน ปธนสมิทธิ (2540: 64) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า เป็นแนวคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด แล้วแสดงออกมาโดยการพูด การเขียน และการแสดงออกดังกล่าวนั้นขึ้นอยู่กับภูมิหลังทางสังคม ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ ซึ่งบุคคลอื่น อาจไม่เห็นด้วยก็ได้ หรืออีกกล่าวหนึ่ง ความคาดหวังคือ การแสดงออกทางทัศนคติอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ และเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก ทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออกโต้ตอบสิ่งต่างๆ ในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธ จึงควรพิจารณาในด้านองค์ประกอบของทัศนคติควบคู่ไปด้วย

สิริวรรค์ อิศวกุล (2528: 1) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคาดหวังของมนุษย์ เป็นการคิดล่วงหน้าไว้ก่อน ซึ่งอาจจะไม่เป็นไปตามที่คิดไว้ แต่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล

ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์วงศ์ (2530: 109) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อตนเองอย่างหนึ่งว่า ตนเองควรจะประพฤติปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์ต่างๆ หรือต่องานที่ตนเองรับผิดชอบอยู่ ความคิดดังกล่าวรวมไปถึงบุคคลอื่น

ชิษณุกร พรภาณูวิชัย (2540: 6) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึกความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่น ที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือคาดหวังเอาไว้

นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล (2540: 8) และ สมลักษณ์ เพชรช่วย (2540: 10) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความมุ่งหวัง หรือคาดคะเนของบุคคลที่มีต่อคนอื่นให้กระทำ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ตนปรารถนาให้เป็นไปในอนาคต

ฟินน์ (Finn. 1962: 390) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง การประเมินค่าบุคคลหรือตนเอง ด้านจิตใต้สำนึก และใช้ความคาดหวังนั้น มาเป็นแนวทางในการกำหนดตนเองด้านจิตใต้สำนึก และใช้ความคาดหวังนั้น มาเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมที่จะมีต่อบุคคลที่ตนคาดหวัง หรือต่อตนเอง ในลักษณะที่ตนคิดว่าถูกต้อง

ฟังก์ และ แวกนอลส์ (Funk; & Wagnalls. 1963: 239) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่า เป็นความเชื่อมั่นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าน่าจะมีน่าจะเป็นอย่างที่เราคิดไว้ เกทเซลส์ เจมส์ และ โรนอล (Getzels, James; & Ronall. 1964: 390 – 398) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคาดหวังของบุคคลย่อมแตกต่างกัน เพราะแต่ละคนมีความคิด และความต้องการต่างกัน อันทำให้พฤติกรรมทางสังคมที่ถูกกำหนดจากความคาดหวังของบุคคลอื่นและความต้องการส่วนตัวของตนเองต่างกันด้วย

รีดเดอร์ (Reeder. 1971: 157) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ท่าทีของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัว โดยความคาดหวังหรือความต้องการให้บุคคลนั้น ประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการสรุปว่า “ความคาดหวัง” หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่มีต่อคนอื่นให้กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ตนปรารถนา โดยใช้ความคาดหวังเป็นแนวทางกำหนดพฤติกรรมต่อบุคคลที่ตนคาดหวังในลักษณะที่ตนคิดว่า ถูกต้อง บุคคลากรให้ความสำคัญต่อความรู้สึกของนักเรียนที่ฝึกปฏิบัติงานที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ย่อมคาดหวังให้นักเรียนที่ฝึกปฏิบัติงานที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ทำดีที่สุดเพื่อตัวเองได้ ในเมื่อการแสดงออกที่ดีที่สุดต่อความรู้สึก คือ การกระทำที่ดีที่สุด การให้ลูกจู้จี้กับผิดชอบการกระทำของตนเอง

7.2 ประเภทของความคาดหวัง

ความคาดหวังที่บุคคลตั้งไว้ มีทั้งความคาดหวังในระยะสั้น และความคาดหวังในระยะยาว นอกจากนี้ยังมีความคาดหวังในทางบวกและความคาดหวังในทางลบ (Hurlock. 1973: 184 – 185) ความคาดหวังนี้ จะนำไปสู่พฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

ไพบูลย์ เทวรักษ์ และ สิริวรรณ อัสกุล (2527: 46 – 47) กล่าวถึง ความคาดหวังทางบวกว่า เมื่อบุคคลต้องอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องทำบางสิ่งให้สำเร็จ ความหวังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ในการทำงาน เป็นการยากที่จะกระตุ้นตนเองให้มีความพยายามและอดทน ในการกระทำสิ่งที่ตนเชื่อว่าจะประสบความสำเร็จ

โสริช โปธิแก้ว (2527: 79) กล่าวถึง ความคาดหวังทางลบว่า เป็นความคาดหวังทางร้าย เช่น ถ้าเราจะอยู่อย่างนี้ลูกเราจะเป็นอย่างไรหนอ ความคาดหวังในทางร้าย มักทำให้เกิดความกลัว ความวิตกกังวล ซึ่งทำให้ชีวิตขาดความสมดุลได้สรุปได้ว่า ความคาดหวังมีทั้งในทางบวกและทางลบ ในระยะสั้นและระยะยาว ความคาดหวังเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ความคาดหวังทางบวกเป็นไปในทางที่ดี มักทำให้เกิดความพยายาม ความคาดหวังด้านลบนั้นทำให้เกิดความวิตกกังวล ขาดความสมดุลชีวิต

7.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Vroom (1964: 91 – 103) บางทีเรียกว่า ทฤษฎี V.I.E. เนื่องจากมีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญ คือ V มาจากคำว่า Valence ซึ่งหมายถึง ความพึงพอใจ I มาจากคำว่า Instrumentality ซึ่งหมายถึง สื่อเครื่องมือ วิธีทางที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ บุคคล มีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนอง แล้วตามที่ตั้งความหวัง หรือคาดหวังเอาไว้ นั้น บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจ และขณะเดียวกัน ก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อยๆ แนวความคิดนี้ Vroom (Vroom) เป็นผู้เสนอ โดยมีความเห็นว่าบุคคลจะพิจารณาทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่โดยจะเลือกทางเลือกที่เชื่อว่า จะนำไปสู่ผลตอบแทน หรือรางวัลที่เขาต้องการมากที่สุดทฤษฎีนี้ทำนายว่า บุคคลแต่ละคนจะเลือกทางเลือกที่ตนเองต้องการสูงที่สุด หรืออาจสรุปได้ว่า การที่จะโน้มน้าวจิตใจให้คนตัดสินใจเรื่องหนึ่งเรื่องใด ขึ้นอยู่กับความคาดหวัง (Expectancy) ที่คนเชื่อว่าเขาต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือไม่ต้องการอะไรยอมขึ้นอยู่กับจิตภาพ และจะใช้กลยุทธ์อะไรในอันที่จะดำเนินการโน้มน้าวให้บรรลุเป้าหมายตามที่เขาเลือกทางเดินเอาไว้

ปัจจัยหลักทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom (Vroom) มี 4 ประการ คือ

1. ความคาดหวัง หรือความคาดหวัง คือ ความเชื่อเกี่ยวกับความน่าจะเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะความมากมายของความเชื่อ จะอยู่ในช่วงระหว่าง 0 (ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำ และผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งเลย) และ 1 (มีความแน่ใจว่าการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง จะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ)

2. ความพอใจ คือ ความรุนแรงของความต้องการสำหรับผลลัพธ์ อย่างใดอย่างหนึ่ง ความพอใจอาจจะเป็นบวกหรือลบได้ ภายในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งเราอาจจะคาดหมายได้ว่าผลลัพธ์ เช่น ผลตอบแทน การได้รับสิ่งของที่พึงพอใจ และการยกย่องทำให้เกิดความภาคภูมิใจ จะให้ความพอใจในทางบวกผลลัพธ์ เช่น ความขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน หรือการตำหนิจากผู้บังคับบัญชาจะให้ความพอใจในทางลบ ในทางทฤษฎีแล้วผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะต้องให้ความพอใจ เพราะว่า ผลลัพธ์ดังกล่าวนี้จะเกี่ยวพันกับความต้องการของบุคคล

3. ผลลัพธ์ คือ ผลที่ติดตามมาของพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งและอาจจะแยกประเภทเป็นผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองผลลัพธ์ระดับที่หนึ่งจะหมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่สืบเนื่องมาจากการใช้กำลังความพยายามของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เช่น การได้รับสิ่งหนึ่งสิ่งใดตามความต้องการที่คาดหมายไว้ เป็นต้น

4. สื่อกลาง หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และระดับที่สองตามทัศนนะของ วรูม (Vroom) นั้น สื่อกลางหรือความคาดหมายแบบที่สองจะอยู่ภายในช่วง +1.0 ถ้าหากว่าไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองแล้วสื่อกลางจะมีค่าเท่ากับ 0 วรูม (Vroom) ซึ่งให้เห็นว่า ความคาดหมาย และความพอใจ จะเป็นสิ่งที่กำหนดกำลังความพยายาม หรือแรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ถ้าหากว่าความพอใจ หรือความคาดหมายเท่ากับศูนย์แล้ว แรงจูงใจจะเท่ากับศูนย์ด้วย หากพนักงานคนหนึ่งต้องการเลื่อนตำแหน่งเป็นอย่างมาก (ความพอใจสูง) แต่ไม่มีความเชื่อว่า เขามีความสามารถหรือทักษะสำหรับการปฏิบัติงานที่มอบหมายให้ได้ (ความคาดหมายต่ำ) หรือถ้าหากว่า พนักงานมีความเชื่อว่า เขาสามารถปฏิบัติงานที่มอบหมายให้ได้ (ความคาดหมายสูง) แต่ผลที่ติดตามมาไม่มีคุณค่าสำหรับเขา (ความพอใจต่ำ) แรงจูงใจของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจะมีน้อยมากตามทัศนนะของ วรูม (Vroom) การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งย่อมจะขึ้นอยู่กับกระบวนการของความคิดดังต่อไปนี้ ซึ่งกระบวนการของความคิดดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นจิตสำนึกของจิตใต้สำนึกก็ได้

4.1 ผลลัพธ์ระดับที่สองที่แตกต่างกันมีความสำคัญมากน้อยแค่ไหน เช่น การเลื่อนตำแหน่ง การเพิ่มเงินเดือน (ความพอใจ)

4.2 ผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง (ผลการปฏิบัติงานที่ดี) จะนำไปสู่การเลื่อนตำแหน่งหรือการเพิ่มเงินเดือนหรือไม่ (สื่อกลาง)

4.3 การใช้กำลังความพยายาม จะประสบความสำเร็จทางด้านผลการปฏิบัติงานที่ดีหรือไม่ (ความคาดหมาย) ทฤษฎีความคาดหวังของ วรูม (Vroom) เป็นทฤษฎีที่ให้คำอธิบายอย่างละเอียดเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยกล่าวถึงประสิทธิภาพของความคาดหวังในความพยายามของแต่ละบุคคลว่าจะเป็นอย่างไบบ้าง และเกิดขึ้นด้วยองค์ประกอบใดเป็นตัวผลักดันสนับสนุน ผลงานของวรูม (Vroom) มีส่วนสำคัญที่จะชี้ให้บุคคลต่างๆ เห็นว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกของบุคคลถึงพฤติกรรมหรือตำแหน่งที่เหมาะสมของตนเอง หรือของผู้อื่นเป็นความคาดหวังที่แสดงออกมาในรูปความรู้สึกว่าควรจะทำอะไรปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์ต่างๆ หรือต่องานที่ตนรับผิดชอบอยู่ ทฤษฎีความคาดหวังนี้มีประโยชน์ในการอธิบาย พฤติกรรมของคนในการทำงาน ทั้งยังให้แนวคิดเกี่ยวกับความก้าวหน้าในอาชีพโดยการพิจารณาเลื่อนยศเลื่อนตำแหน่ง เลื่อนเงินเดือน เพื่อตอบแทนการทำงานของพนักงาน ควรจะเป็นไปในทางยุติธรรม โปร่งใส เหมาะสมตามความคาดหวังของลูกจ้าง หรือพนักงานที่ทำงานให้องค์กรสรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกของบุคคลถึงพฤติกรรม หรือตำแหน่งที่เหมาะสมของตนเอง หรืออาจเป็นความรู้สึกถึงความเหมาะสมในบทบาทของผู้อื่น หรืออีกนัยหนึ่งความคาดหวังของบุคคล เป็นความรู้สึกของบุคคลต่อตนเองอย่างหนึ่งว่าตนเองควรจะทำอะไรปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์ต่างๆ หรือต่องานที่ตนรับผิดชอบอยู่ ความคิดดังกล่าวนี้ยังรวมไปถึงการคิดถึงบุคคลอื่น เช่น ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงาน

4.4 ความสำคัญของความคาดหวัง

รัสเซลล์ (Russell. 1956: 156) กล่าวว่า “ความคาดหวังจัดเป็นทัศนคติอีกรูปแบบหนึ่งที่มีผลต่อการคิดของบุคคล” ประเทิน มหาพันธ์ (2521: 88) กล่าวว่า ความมุ่งหวังจัดเป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญ ซึ่งส่งผลถึงแนวคิดและการประพฤติปฏิบัติของเยาวชน ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา (2523: 5) กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นตัวแปรทางจิตวิทยาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมของมนุษย์

วัลลภ ปิยะมโนธรรม (2536: 41) กล่าวถึง ความมุ่งหวังตามทฤษฎีของ แอดเลอร์ ว่าความมุ่งหวังเป็นสิ่งที่อยากเป็นในอนาคตของแต่ละคนที่แตกต่างกันไปนั้น มีอิทธิพลต่อความประพฤติหรือบุคลิกภาพไม่น้อยไปกว่า “ความทรงจำ” หรือประสบการณ์จากอดีตตามที่ ฟรอยด์ เน้นและบุคคลจะประพฤติตัวตามที่คาดหวังไว้จนเป็นนิสัยของตัวเอง ตลอดจนถึงการกำหนดนิสัยคนอื่นว่า ต้องเป็นไปตามบทบาทที่คาดหวังไว้อีกด้วย

สรุปได้ว่า ความคาดหวังของคนเรามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของตนเอง และบุคคลอื่นเพราะแรงกระตุ้นจากความคาดหวังในจุดมุ่งหมายนั้น

8. แนวคิดด้านการตลาด

8.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

แมคคาร์ที และ เพอร์รัล (McCarthy; & Perreault. 1990: 153) ได้อธิบายความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 35 – 36) ได้กล่าวถึง ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix หรือ 4P's) 4 ด้าน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation)

1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนผสมผลิตภัณฑ์ (Product mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product line)

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือ P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจาก Product ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่นๆ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย 10 (Personal selling) อาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสานกัน (Integrate marketing communication (IMC)) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ ได้แก่

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การ และ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ต้องการมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้อง ดังนี้

3.1.1 กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative strategy) และกลยุทธ์วิธีการโฆษณา (Advertising tactics)

3.1.2 กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

3.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ

3.2.1 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy)

3.2.2 การจัดการหน่วยงานขาย (Sales force management)

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริม นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน และการให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถ กระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริม การขายมี 3 รูปแบบ คือ

3.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion)

3.3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)

3.3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Salesforce promotion)

3.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relations) การให้ ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

3.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ Direct response marketing) และการตลาดเชื่อมตรง (Online marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ โดยตรงกับผู้ซื้อ และ ทำให้เกิดการตอบสนองได้ทันที ประกอบด้วย

3.5.1 การขายทางโทรศัพท์

3.5.2 การขายโดยใช้จดหมายตรง

3.5.3 การขายโดยใช้แคตตาล็อก

3.5.4 การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งมุ่งใจให้ลูกค้ามี กิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คุปองแลกซื้อ

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบัน ที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าเข้าสู่ตลาด (Market logistics) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญต่อไปนี้

4.2.1 การขนส่ง (Transportation)

4.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)

4.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory management)

8.2 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics)

ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ คือ

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน บุคคลเรียนรู้วัฒนธรรมของเขาภายใต้กระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล วัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือชนบทรวมนิยม ประเพณีและชั้นสังคม

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะ

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอน วัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจการศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพและแนวความคิดส่วนบุคคล

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพล จากกระบวนการทางจิตวิทยา 6 อย่าง คือ การสนใจ ความเข้าใจ ความรับรู้ ความเชื่อ ทศนคติและการเรียนรู้

5. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

5.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice)

5.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice)

5.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice)

5.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing)

5.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) การใช้สอยผลิตภัณฑ์ (Disposing) และการบริการ (Service) ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึงการศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 124)

ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค แต่ละคนจะทำการเลือกซื้อสินค้าและบริการอย่างไร จึงจะเหมาะสมและสร้างความพอใจในการซื้อ ให้แก่ตนได้มากที่สุด ซึ่งกระบวนการนี้จะเกี่ยวข้องกับการรับรู้ การเสาะหาข่าวและการประเมินทางเลือกเกี่ยวกับสินค้า และบริการที่สนใจ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) นักการตลาด จำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาด และมีผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้
2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด ที่ว่าทำให้ลูกค้าพอใจ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

9. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค

ความหมายของทัศนคติ

ชิฟแมน และ คานุก (Shiffman; & Kanuk. 2000: 200) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ หมายถึงความโน้มเอียงอันเกิดจากความเรียนรู้ โดยความโน้มเอียงนี้ทำให้เกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับแนวทางที่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

สุบัญญัติ ไชยชาญ (กรมฝึกหัดครู. 2530: 194; อ้างอิงจาก สุบัญญัติ ไชยชาญ. 2543: 135) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า หมายถึง ความคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็น ความรู้สึกและทำที่ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของบุคคลนั้น โดยอาจแสดงออกในทางเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ หรือ อาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียงพอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 106) ทศนคติ(Attitudes) หมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง คำว่า Attitude ภาษาไทย มีคำหลายคำ เช่น ทศนคติ เจตคติ ท่าทีความรู้สึก แน่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกหรือทศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่เรามีท่าทีความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2543: 78-79) กล่าวว่าทศนคติเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทศนคติ ทศนคติเป็นปัจจัยภายในที่นักจิตวิทยาหลายคนเชื่อว่าจะเป็นตัวที่ทำให้บุคคลมีการตอบสนองที่แตกต่างกัน สำหรับการศึกษาระดับชั้นต้นนี้ เพื่อทำให้ง่ายขึ้นเราอาจให้คำสองคำนี้ทดแทนกันได้ในการศึกษาถึงพฤติกรรมหรือข้อ ทั้งนี้ เพราะคำทั้งสองคำนี้ต่างส่งผลสะท้อนถึงความรู้สึกทั้งในทางบวกและทางลบต่อสินค้าบริการหรือตราหือของสินค้าได้

คุณลักษณะของทศนคติ

ธงชัย สันติวงษ์ (2543: 161-162) ได้สรุปคุณลักษณะของทศนคติ ไว้ดังนี้

1. ทศนคติเป็นสิ่งที่อยู่ภายใน กล่าวคือ เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคน

2. ทศนคติจะมีใช้สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด ตรงกันข้ามทศนคติ จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ด้วยในภายนอก และทศนคติจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอกดังกล่าวแล้ว ทั้งหมดนี้ย่อมแสดงว่า ทศนคติที่มีอยู่จะเป็นผลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้

ปัจจัยที่มีผลในการกำกับเป็นทศนคตินั้น ส่วนสำคัญมักเกิดจากอิทธิพลของกลุ่มที่เกี่ยวข้องด้วย ที่บุคคลนั้นๆ ได้รับข่าวสารข้อมูลมา กลุ่มที่สำคัญก็คือ กลุ่มครอบครัว และเพื่อนร่วมงาน หรือกลุ่มทางสังคมที่ได้ไปเกี่ยวข้องด้วย นอกจากนี้ทศนคดียังขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะท่าทาง ซึ่งเป็นผลของการเรียนรู้ที่ได้จากการปฏิบัติต่อโลกภายนอกอีกด้วย

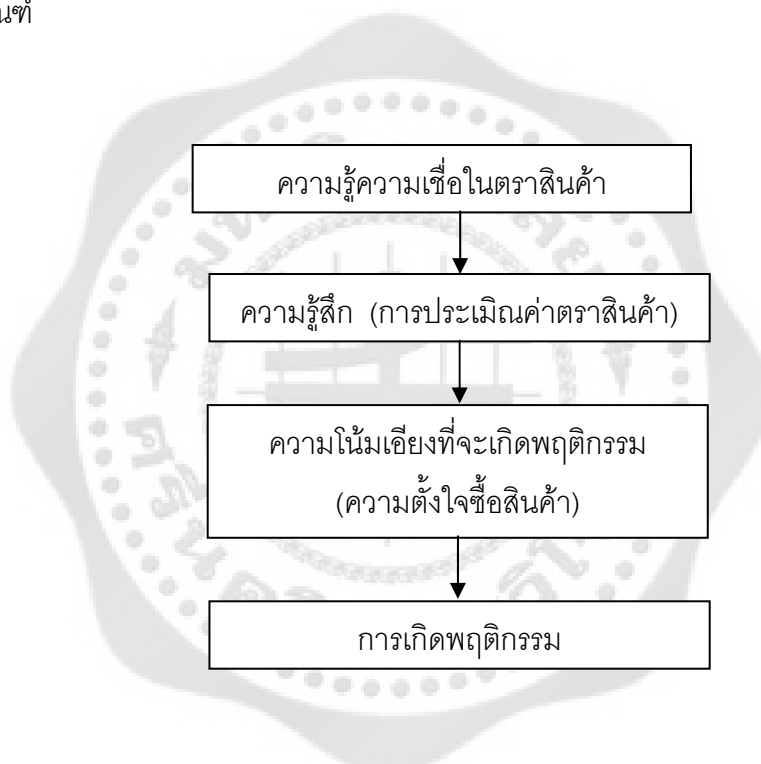
3. ทศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร กล่าวคือ ภายหลังจากที่ทศนคติได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ทศนคติดังกล่าวไม่เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเป็นการชั่วคราว หากแต่จะมีความมั่นคงถาวรตามสมควร และไม่เปลี่ยนแปลงในทันทีทันใดที่ได้รับตัวกระตุ้นที่แตกต่างไป ทั้งนี้เพราะทศนคติที่ก่อตัวขึ้นนั้น จะมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวด้วย

4. ทศนคติจะมีความอิงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ ความหมายในที่นี้ก็คือ ทศนคติจะมีใช้เกิดขึ้นมาได้ด้วยตัวเองจากภายใน หากแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้เอามาจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงถึงได้ สิ่งที่ใช้อ้างอิงเพื่อการสร้างทศนคติอาจเป็น ตัวบุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคมหรือแม้แต่ความนึกคิดต่างๆ

องค์ประกอบของทัศนคติ

แอลซีล (Assesl. 1995: 267) ได้เสนอแนวคิดที่ว่า ทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบทางความคิดหรือการรับรู้ เป็นความเชื่อ ความรู้หรือความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งใด เช่นตราสินค้า ซึ่งความเชื่อในวัตถุเดียวกันอาจแตกต่างกันได้ในแต่ละบุคคล
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก คือ ความรู้สึกโดยรวมในเรื่องของความชอบและอารมณ์ที่มีต่อวัตถุนั้นๆ เช่น อาจเกิดจากผลของการประเมินในคุณสมบัติหลายๆ คุณสมบัติของสินค้าก็ได้ เรื่องของความรู้สึกนั้นขึ้นอยู่กับบุคคลและสถานการณ์ด้วย
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม คือ แนวโน้มในการกระทำหรือการแสดงออก ความโน้มเอียงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์



ภาพประกอบ 5 แสดงแบบจำลององค์ประกอบของทัศนคติ

ที่มา: Assesl, Henry. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. p 267.

จากภาพประกอบ 5 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้หรือความเชื่อในตราสินค้านั้น ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้น

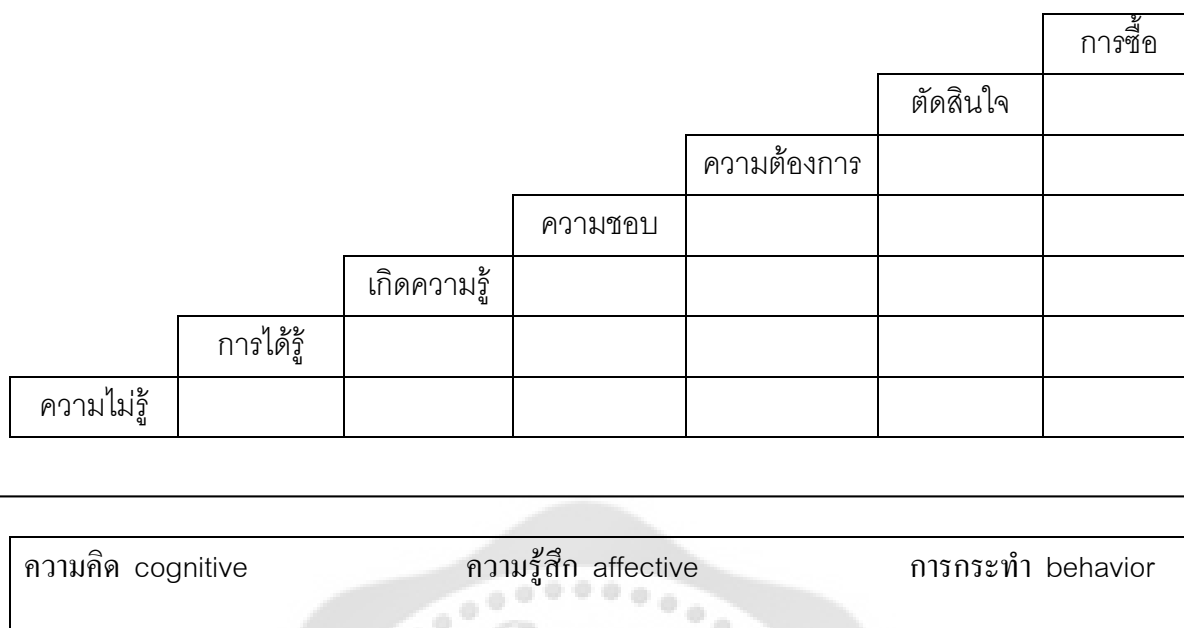
ชิฟฟ์แมนและคานุก (Schiffman; & Kanuk. 2000: 200) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่าเป็นความโน้มเอียง ที่เกิดจากการเรียนรู้ ทำให้พฤติกรรมลักษณะที่ชอบ หรือไม่ชอบ ที่มีต่อสิ่งหนึ่ง และได้กำหนดองค์ประกอบทัศนคติไว้ 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) หรือ (Thinking) หมายถึงส่วนประกอบซึ่งแสดงถึงความรู้ ความคิดหรือความเข้าใจ หรือเป็นความรู้และการรับรู้จากความเชื่อ หากมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดี ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้นไปด้วยเช่นกัน

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) หรือ (Feeling) หมายถึง ส่วนประกอบซึ่งแสดงถึงอารมณ์ หรือความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นตัวเร้าความคิดอีกทางหนึ่ง หากบุคคลมีความรู้สึกด้านบวกต่อสิ่งใดโดยอมแสดงถึงความชอบสิ่งนั้น หรือหากบุคคลมีความรู้สึกด้านลบต่อสิ่งใดแสดงว่าไม่ชอบสิ่งนั้น

3. ส่วนของพฤติกรรม (Behavior Component) หรือ (Action) หมายถึง ส่วนประกอบซึ่งเป็นผลมาจากความรู้ ความเข้าใจและความรู้สึก เกี่ยวข้องกับการกระทำหรือการปฏิบัติในด้านดีหรือไม่ดี เมื่อได้รับสิ่งเร้า แสดงถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งที่มีทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจซื้อ (Intention to Buy)

องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการนี้ ล้วนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยองค์ประกอบหนึ่งจะส่งผลให้เกิดองค์ประกอบอื่นๆ ตามมา เช่น องค์ประกอบด้านความรู้สึกนึกคิด จะแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมในที่สุด โดยพฤติกรรมในอดีตจะส่งผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภคในครั้งต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Hierachy of Effect Model ของ Ladvidge & Steiner (สิทธิโชค สวัสดิวัฒน์. 2541: 22) ที่ว่า เมื่อทัศนคติเกิดขึ้นในใจผู้บริโภค จะส่งผลให้เกิดการยอมรับและจบลงที่พฤติกรรมในการซื้อ โดยเริ่มจากความไม่รู้เป็นขั้นที่ผู้บริโภคยังไม่รู้จักสินค้า หรือพัฒนาสู่การได้รับ โดยที่ยังไม่เกิดความรู้สึกใดๆ ต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ เลย จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นการเกิดความรู้ และความชอบ ในขั้นนี้ผู้บริโภคเริ่มเกิดทัศนคติ เมื่อทัศนคติที่ดีต่อตัวสินค้าหรือบริการมีการสะสมมากขึ้นจนเกิดความต้องการ จึงเกิดการตัดสินใจโดยที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นใจว่าการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ เป็นการกระทำที่ฉลาด ถูกต้อง และมีคุณค่า ซึ่งจบลงด้วยการซื้อ ซึ่งเป็นขั้นสุดท้ายที่กระบวนการความคิดได้แปรเปลี่ยนเป็นการกระทำหรือพฤติกรรมการซื้อ ดังรายละเอียดในภาพประกอบด้านล่าง ซึ่งแสดงถึงองค์ประกอบของทัศนคติและลำดับขั้นตอนของการเกิดผลกระทบ



ภาพประกอบ 6 แสดง Hierachy of Effect Model ของ Steiner G.

ที่มา: สิทธิโชค สวัสดิวัฒน์. (2541). *จิตวิทยาการจัดการพฤติกรรมมนุษย์*. (อ้างอิงจาก Ladvidge; & Steiner. n.d.: 22)

9.2 การก่อตัวของทัศนคติ

ธงชัย สันติวงษ์ (2535: 166-167) ได้กล่าวว่าทัศนคติจะก่อตัวขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยหลายประการหลายทางด้วยกัน คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological motivations) ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งกำลังดำเนินการตอบสนองความต้องการ หรือแรงผลักดันพื้นฐานทางร่างกายอยู่ ตัวบุคคลดังกล่าวจะสร้าง ทัศนคติที่ดีต่อบุคคล หรือสิ่งของที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้ และในทางตรงกันข้ามจะสร้างทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งของหรือบุคคลหรือที่ขัดขวางมิให้เขาตอบสนองความต้องการได้

2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากชนิด และขนาดของข่าวสาร ข้อมูลที่แต่ละคนได้รับมา รวมทั้งขึ้นอยู่กับลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสารข้อมูลอีกด้วย ด้วยกลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็น และเข้าใจปัญหาต่างๆ (Selective perception) ข่าวสารข้อมูล บางส่วนที่เข้ามาสู่ตัวบุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group affiliation) ทักษะคติบางอย่างอาจจะมาจากกลุ่มต่างๆ ที่เขาเกี่ยวข้องกับอยู่ด้วย (เช่น ครอบครัว ในกลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา และกลุ่มสังคมต่างๆ) ทั้งโดยตรงและทางอ้อม ซึ่งกลุ่มต่างๆ เขาได้มีความหมายเฉพาะแต่เพียงเป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่างๆ เท่านั้นไม่ หากแต่ยังมีการถ่ายทอดข้อมูลให้แก่ตัวบุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้างทัศนคติขึ้นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มของครอบครัว และกลุ่มเพื่อนร่วมงาน ต่างก็เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary group) ที่จะสร้างทัศนคติให้แก่บุคคลที่อยู่ในกลุ่มดังกล่าวได้

4. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่างๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มานั้นจนกลายเป็นทัศนคติได้ เช่น ในกรณีของการซื้อสินค้า หากคนใดคนหนึ่งตั้งใจในรสอาหารของร้านใด เขาอาจมีทัศนคติที่ดีต่อร้านนั้นและจะกลับไปกินอีกเสมอ แต่ถ้าหากเกิดความไม่พอใจ หรือผิดหวังครั้งใดครั้งหนึ่ง ก็อาจทำให้ทัศนคติเปลี่ยนไปในทางที่ไม่ดี จนทำให้ไม่กลับไปกินอีกเลยก็ได้

5. ลักษณะท่าทาง (Personality) ถึงแม้ว่าลักษณะท่าทางจะเป็นเรื่องที่มีความหมายกว้างที่สุด แต่ลักษณะท่าทางหลายประการ ต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้างทัศนคติให้กับตัวบุคคลได้ด้วย

9.4 ประเภทของทัศนคติ

เอเซน และ ฟิชเบิน (Ajzen; & Fishbein. 1995: 125) กล่าวว่า นักจิตวิทยา และผู้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติเห็นพ้องต้องกันว่า ทัศนคติจะเป็นตัวแทนที่แสดงถึงการประเมินผลของบุคคล ซึ่งสะท้อนถึงความรู้สึก อารมณ์ ตามทฤษฎีทางทัศนคติเชื่อว่า ทัศนคติสามารถเรียนรู้ได้ ดังนั้นจึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ขณะเดียวกันก็สามารถคงอยู่ภายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทัศนคติเป็นสิ่งที่กระตุ้นพฤติกรรมของการปฏิบัติของบุคคล บุคคลปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งสืบเนื่อง ส่วนหนึ่งมาจากทัศนคติ และพฤติกรรมนั้นๆ จะสอดคล้องกับทัศนคติด้วย ทัศนคติที่บุคคลแสดงออกมีอยู่ 3 ประเภท คือ

1. ทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่จะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิบัติในด้านดีต่อบุคคลอื่นและสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมทั้งอาจจะมีส่วนทำให้คนหรือกลุ่มคน ตัดสินใจมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมด้วย

2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลมีความรู้สึกที่ไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลอื่น และสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งเป็นทิศทางตรงกันข้ามกับทัศนคติทางบวก ทัศนคติในทางลบมักจะทำให้เกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจ อันจะมีผลทำให้เกิดความไม่สงบขึ้นในองค์การหรือสังคมได้

3. ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) ผู้ที่มีทัศนคตินิ่งเฉย อาจเป็นเพราะว่าเขาไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคล เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ ดังนั้น จึงไม่มีความรู้สึกใดๆ เกิดขึ้นกับบุคคล เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ นั้นด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 106) ได้แสดงทัศนะ เกี่ยวกับทัศนคติว่า คือความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึก หรือ ทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ ทัศนคติจึงมีลักษณะ 2 ประการ คือ

1. ทัศนคติเชิงบวก ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางบวก
2. ทัศนคติเชิงลบ ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางลบ

จากข้อความเกี่ยวกับประเภทของทัศนคติ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าทัศนคติของบุคคลนั้นเป็นการสะท้อนถึงอารมณ์ และความรู้สึก อีกทั้งทัศนคดียังเป็นสิ่งที่กระตุ้นพฤติกรรม การปฏิบัติของบุคคลในทางบวก และทางลบ นั่นคือแสดงออกในทางที่ต้องการและไม่ต้องการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การตลาดที่จะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาให้ตรงกับทัศนคติของผู้บริโภค

9.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดทัศนคติ

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 108) กล่าวว่า การกำหนดทัศนคติต่อบุคคล สิ่งของ หรือความคิดใด ความคิดหนึ่งนั้น ได้รับอิทธิพลจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. ประสบการณ์โดยตรง และประสบการณ์ในอดีต (Direct and past experience) ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์จะได้รับอิทธิพลโดยตรงจากประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น เช่นการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นประสบการณ์ตรงของผู้บริโภค ดังนั้น แม้ว่านักการตลาดจะใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดชี้ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ยอดเยี่ยมเท่าใดก็ตาม แต่เมื่อผู้บริโภคได้ทดลองใช้แล้วพบว่าผลิตภัณฑ์มีปัญหา ผู้บริโภคก็จะไม่ซื้อสินค้าชิ้นนั้นอีก

2. อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน (Influence of family and friends) ครอบครัวและเพื่อน เป็นแหล่งสำคัญต่อการสร้างค่านิยมและความเชื่อถือของบุคคล ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ และการใช้สินค้าโดยเฉพาะในวัยเด็กและวัยรุ่น

3. การตลาดเจาะจงตรง (Direct marketing) เป็นวิธีการ ซึ่งนักการตลาดใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดเจาะกลุ่มเป้าหมายส่วนเล็กเพื่อให้เกิดการตอบสนองที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ เช่น ใช้จดหมาย ใช้โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เครื่องมือนี้จะช่วยให้นักการตลาด สามารถกำหนดกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละบุคคล และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเกิดผลกระทบ (Impact) ได้ดีกว่า การตลาดมวลชน

4. การเปิดรับต่อสื่อมวลชน (Exposure to mass media) สื่อมวลชนต่างๆ เช่นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สื่อเหล่านี้ เป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติ

จากแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคในด้านความหมาย องค์ประกอบ คุณลักษณะการ ก่อตัว ประเภท และปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดทัศนคติ สามารถนำมาพิจารณาในการกำหนด แบบสอบถามตอนที่ 2 ซึ่งเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค จะเห็นว่าทัศนคติเป็นเรื่องของความรู้สึกภายใน เกี่ยวกับความชอบ หรือไม่ชอบหรือไม่ชอบเครื่องประดับชนิด โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความชอบหรือไม่ ชอบนั้นมีปัจจัยและเป็นตัวกำหนดหรือกระตุ้นการตั้งใจหรือตัดสินใจซื้อ

ส่วนประสมทางการตลาดในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าความต่อเนื่องของการตัดสินใจซื้อนั้น จะมีความเกี่ยวข้องกับแบบสอบถามทั้งหมดเนื่องจากการแยกประชากรศาสตร์ ทัศนคติ ปัจจัย ความชอบที่มีตัวแปรตามหลักประชากรศาสตร์นั้นจะทำให้เกิดการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์และ ราคาอย่างมีเป้าหมาย

9.6 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเพื่อแสดงจุดเด่น และตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในจิตใจของผู้บริโภค การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณา ประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ลักษณะตลาดและการเลือกเป้าหมาย
2. วิธีการ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์
3. การทดสอบแนวความคิดเกี่ยวกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์
4. การกำหนดผังแสดงตำแหน่งและคู่แข่งในตลาด
5. การเปลี่ยนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่

ราคา (Price)

ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเงินตรา ซึ่งจะใช้เป็นสื่อกลาง ในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ราคาของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึงมูลค่าของสินค้า หรือบริการนั้นจำนวนหนึ่งหน่วย ในรูปแบบของตัวเงินสด ส่วนมูลค่า (Value) หมายถึงความสามารถใน การแลกเปลี่ยนของผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งในรูปแบบจำนวนหน่วย และอรรถประโยชน์ หมายถึง ความพึงพอใจ ที่รับจากการบริโภคในการเสนอผลิตภัณฑ์นั้นสามารถสร้างอรรถประโยชน์แก่ผู้บริโภคได้อย่างไร ซึ่งถ้า ได้โดยการสร้างมูลค่าของสินค้าให้สูงขึ้นในสายตาของผู้บริโภค สร้างประโยชน์แท้จริงของผลิตภัณฑ์ (Core Product) และสร้างผลิตภัณฑ์ส่วนที่มองเห็นได้ (Tangible Product) รวมทั้งผลิตภัณฑ์ควบ (Augment Product) สิ่งเหล่านี้จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้กับผลิตภัณฑ์อันจะเป็น ผลให้นักการตลาดสามารถตั้งราคาผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้นได้ และขณะเดียวกันผู้บริโภคก็พึงพอใจในระดับ ราคานั้น

9.7 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้าไปในความรู้สึกของผู้ซื้อ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง ดังนั้นแบบจำลองนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยแบ่งส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ได้ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจในข้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ข้อด้านจิตวิทยาหรืออารมณ์ก็ได้ สิ่งกระตุ้นประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) ปัจจัยส่วนบุคคล (personal Factors) และปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors)

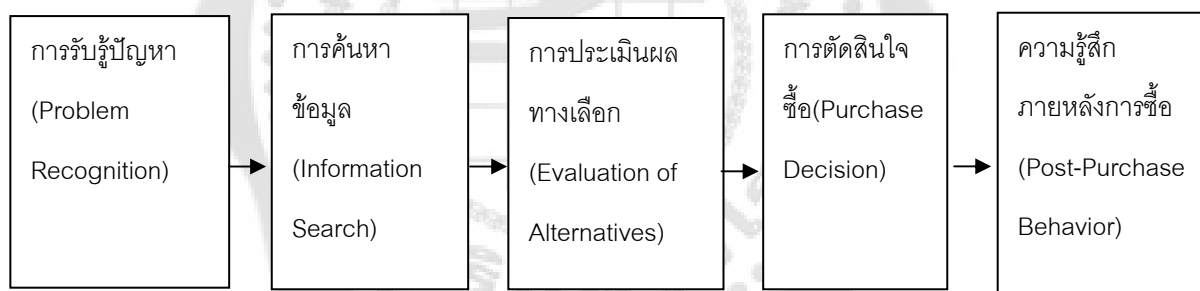
2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

2.2.1 การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ หมายถึง การรับรู้ความจำเป็นและความต้องการในสินค้า กระบวนการรับรู้ปัญหาประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ การเกิดสถานะที่อยากจะเป็น (Ideal State or Desired State) การทราบถึงสถานะที่เป็นอยู่ (Actual State) การเปรียบเทียบสถานะที่อยากให้เป็นกับสถานะที่เป็นอยู่ และการรับรู้หรือการตระหนักว่ามีปัญหาเกิดขึ้น (Problem Recognition)

2.2.2 การค้นหาข้อมูล เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหาหรือความจำเป็น ก็จะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่สามารถแก้ปัญหาหรือสนองต่อความต้องการจากแหล่งข้อมูลที่มีอยู่ทั้งภายในตัวผู้บริโภคเอง และหากไม่เพียงพอก็จะแสวงหาเพิ่มเติมจากแหล่งอื่นๆ

2.2.4 การตัดสินใจซื้อ เป็นขั้นตอนที่สำคัญในกระบวนการซื้อ เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคลงมือทำการซื้อ ภายหลังจากที่ได้ผ่านขั้นตอนอื่นๆ ก่อนหน้านี้นี้มาตามลำดับ การตัดสินใจซื้อเบื้องต้นประกอบที่สำคัญคือ การตั้งใจซื้อและการลงมือซื้อ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของสถานะแวดล้อม และความแตกต่างในตัวผู้บริโภค

2.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ หลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ความรู้สึกขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภค



ภาพประกอบ 7 แบบจำลองกระบวนการซื้อของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. หน้า 198; อ้างอิงจาก Kotler. (2003: 204).

10. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2546: 199-204)

นักวิชาการทั้งหลายได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้

ศรียา นิยมธรรม และประภัสสร นิยมธรรม (2519: 15) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกใดๆ ที่ผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้ หรือสังเกตได้จากเครื่องมือที่นักทดลองนำมาใช้

ไพบูลย์ เทวรักษ์ (2523: 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง อากัปกริยาทั้งหมดของบุคคลที่เราสามารถสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัสโดยตรงหรือโดยอ้อม ทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว ได้แก่ การนั่ง เดิน นอน อารมณ์โกรธ เกลียด รักและฝัน เป็นต้น

ชูดา จิตพิทักษ์ (2526: 6) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของบุคคล ไม่เฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้น แต่รวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคลสังเกตเห็นไม่ได้โดยตรง เช่น คุณค่า เจตคติ ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม เป็นต้น

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 15) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง ปฏิกริยาหรือกิจกรรมทุกชนิดที่มนุษย์กระทำไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การเกิดความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น

สิทธิโชค วนานุสันติกุล (2529: 9-11) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง ปฏิกริยาทุกชนิดที่มนุษย์แสดงออกมาภายนอก พฤติกรรมภายในอาจมีทั้งสิ่งที่เป็นรูปธรรม นามธรรม เช่น ปฏิกริยาของอวัยวะภายในร่างกาย ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ มักจะเป็นพฤติกรรมที่ไม่สามารถเห็นได้ชัด ส่วนพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้ผู้อื่นมองเห็นทั้งจากวาจาและการกระทำ

จากแนวความคิดของพฤติกรรมที่กล่าวมานั้น สรุปความหมายของพฤติกรรมไว้ว่า

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของบุคคล ที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในจิตใจและสิ่งเร้าภายนอก โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยไม่รู้ตัวหรือเป็นไปอย่างไม่รู้ตัว อาจเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ ถึงแม้บุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามแต่สามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้

องค์ประกอบของพฤติกรรม

สุชาติดา มะโนทัย ได้อธิบายพฤติกรรมมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการไว้ว่า

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เกิดขึ้น ความต้องการบางอย่างสามารถตอบสนองได้ทันที แต่บางอย่างต้องใช้เวลา จึงจะบรรลุนิยามความต้องการได้

2. ความพร้อม (Readiness) คือระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการ

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่จะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป มนุษย์จะพิจารณาสถานการณ์ก่อนแล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่เกิดความพึงพอใจมากที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการ

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการกระทำกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลการกระทำนั้นผลที่ได้รับอาจเป็นไปตามที่คาดคิดหรืออาจตรงข้ามก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) ในกรณีที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ มนุษย์ก็อาจย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์และเลือกวิธีการใหม่ (สุชาติ มะโนทัย, 2539: 9-10; อ้างอิงจาก Cronbach, 1972)

บลูม (Bloom, 1075: 65-197) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมว่า เป็นกิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำอาจเป็นสิ่งที่สังเกตได้ว่ากิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำอาจจะเป็นสิ่งที่สังเกตหรือไม่ได้ องค์ประกอบของพฤติกรรมทางด้านการศึกษ จัดแบ่งออกเป็น 3 ด้านดังนี้ พฤติกรรมด้านพุทธิพิสัย (Cognitive Domain) พฤติกรรมด้านนี้เป็นที่เข้าใจกัน โดยทั่วไปว่า เป็นด้านความรู้ หมายถึง การมีประสบการณ์เกี่ยวกับข้อเท็จจริง หรือหลักการต่างๆ ซึ่งเกิดจากการศึกษาหรือการตรวจสอบ ความรู้ที่จัดเป็นความสามารถด้านสติปัญญา จำแนกออกได้ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความสามารถที่จะจดจำและระลึกได้ถึงเรื่องราวที่ได้รับไปแล้ว

1.1 ความเข้าใจ (Comprehension) เป็นทักษะและความสามารถทางสติปัญญาในระดับแรก รู้ว่าผู้อื่นสื่อการมาอย่างไรและสามารถที่จะนำเอาข้อมูล หรือปัจจัยที่ได้รับมาใช้ให้เป็นประโยชน์ ความเข้าใจนี้จะแสดงออกมาในรูปของการแปลความ ตีความ และคาดคะเน

1.2 การนำไปประยุกต์ (Application) คือ ความสามารถที่จะนำความรู้ความเข้าใจจากกฎเกณฑ์และวิธีดำเนินการต่างๆ ของเรื่องนั้นไปใช้ในสถานการณ์ใหม่ที่ไม่เหมือนเดิมได้

1.3 การวิเคราะห์ (Analysis) หมายถึง ความสามารถในการแยกแยะเรื่องราวที่สมบูรณ์ใดๆ ให้กระจายออกเป็นส่วนย่อย และมองเห็นหลักการผสมผสานระหว่างส่วนที่ประกอบกันขึ้นเป็นปัญหาหรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง

1.4 การสังเคราะห์ (Synthesis) หมายถึง ความสามารถและทักษะที่จะนำองค์ประกอบหรือส่วนต่างๆ เข้ามารวมกันเพื่อเป็นภาพลักษณ์ที่สมบูรณ์ เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาส่วนย่อยแต่ละส่วนแล้วจัดรวมกันเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้เกิดความกระจ่างในสิ่งเหล่านั้น

1.5 การประเมินค่า (Evaluation) หมายถึง ความสามารถที่จะพิจารณาและตัดสินคุณค่าของเนื้อหาวัสดุ วิธีการ วิจัยตีราคาสิ่งของต่างๆ โดยมีกฎเกณฑ์และมาตรฐานเป็นเครื่องช่วยประกอบการวิจัย ซึ่งกฎเกณฑ์ที่ใช้ประเมินค่านี้อาจเป็นกฎเกณฑ์ที่บุคคลสร้างขึ้นหรือมีอยู่แล้วก็ได้

2. พฤติกรรมด้านเจตพิสัย (Affective Domain) หมายถึง ความสนใจ ความรู้สึกท่าที ความชอบในการให้คุณค่าหรือปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถืออยู่ เป็นพฤติกรรมที่ยากต่อการอธิบาย เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของตน การเกิดพฤติกรรมด้านเจตพิสัยแบ่งขั้นตอนได้ดังต่อไปนี้

2.1 การรับหรือการให้ความสนใจ (Receiving or Attending) เป็นขั้นที่บุคคลถูกกระตุ้นให้ทราบว่ามีเหตุการณ์หรือสิ่งเร้าบางอย่างเกิดขึ้น และบุคคลนั้นมีความยินดีหรือมีภาวะจิตใจพร้อมที่จะรับหรือให้ความพอใจต่อสิ่งเร้า นั้น ในการยอมรับนี้ประกอบด้วยความยินดีที่ควรรับและการเลือกรับ

2.2 การตอบสนอง (Responding) เป็นขั้นที่บุคคลถูกจูงใจให้เกิดความรู้สึกผูกมัดต่อสิ่งเร้า เป็นเหตุให้บุคคลพยายามทำให้เกิดการตอบสนอง พฤติกรรมขั้นนี้ประกอบด้วยความยินยอม ความพอใจ และพอใจที่จะตอบสนอง

2.3 การให้ค่านิยม (Valuing) เป็นขั้นที่บุคคลมีปฏิกิริยาซึ่งแสดงให้เห็นว่า บุคคลนั้นยอมรับว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าสำหรับตนเอง และนำไปพัฒนาให้เป็นของตนเองอย่างแท้จริง พฤติกรรมขั้นนี้ส่วนมากใช้คำว่า “ค่านิยม” ซึ่งการเกิดค่านิยมนี้ประกอบด้วย การยอมรับความชอบและผูกมัดค่านิยมเข้ากับตนเอง

2.4 การจัดกลุ่มค่านิยม (Organization) ขั้นที่บุคคลจัดระบบค่านิยมต่างๆ ให้เข้ากลุ่ม โดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมเหล่านี้ ในการจัดกลุ่มนี้ประกอบด้วย การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมและจัดระบบค่านิยม

2.5 การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (Characterization by a Value Complex) พฤติกรรมเช่นนี้ถือว่าคุณคนมีค่านิยมหลายชนิดและจัดอันดับของค่านิยมเหล่านั้นจากมากที่สุดไปถึน้อยที่สุด และพฤติกรรมเหล่านี้ จะเป็นตัวคอยควบคุมพฤติกรรมของบุคคล พฤติกรรมในขั้นนี้ประกอบด้วย การวางแนวทางของการปฏิบัติ และแสดงลักษณะที่จะปฏิบัติตามแนวทางที่เขากำหนด

3. พฤติกรรมด้านการทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) เป็นพฤติกรรมที่ใช้ความสามารถในการแสดงออกของร่างกาย ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติที่อาจแสดงออกในสถานการณ์หนึ่งๆ หรืออาจเป็นพฤติกรรมที่คาดคะเนว่าจะปฏิบัติในโอกาสต่อไป พฤติกรรมด้านนี้เป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้าย ซึ่งต้องอาศัยพฤติกรรมด้านพุทธิพิสัยและพฤติกรรมด้านเจตพิสัยเป็นส่วนประกอบ พฤติกรรมด้านนี้เมื่อแสดงออกมาจะสามารถประเมินผลได้ง่าย แต่กระบวนการในการจะก่อให้เกิดพฤติกรรมนี้ต้องอาศัยระยะเวลาและการตัดสินใจหลายขั้นตอน แต่นักวิชาการก็เชื่อว่า กระบวนการทางการศึกษาจะช่วยให้เกิดพฤติกรรมการปฏิบัติได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ได้กล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ มีบทบาทที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคที่เป็นผู้ริเริ่ม (Initiator) มักจะเป็นผู้เสนอความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก ผู้บริโภคที่เป็นผู้มีอิทธิพล (Influencer) จะเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่จะให้คำแนะนำว่าควรซื้อหรือไม่ ควรซื้อสินค้าและผู้บริโภคที่เป็นผู้ตัดสินใจ (Decider) จะเป็นผู้ที่ทำการตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า สำหรับผู้บริโภคที่เป็นผู้ซื้อ (Buyer) จะเป็นผู้ที่ไปทำการซื้อสินค้า และผู้บริโภคที่เป็นผู้ใช้ (User) จะเป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น ทั้งนี้ ในการตัดสินใจซื้อจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง เป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล แบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทย

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกันที่มีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน ประกอบไปด้วย กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality Groups) ได้แก่ ไทย จีน อังกฤษ อเมริกัน เป็นต้น กลุ่มศาสนา (Religious Groups) ได้แก่ ชาวคริสต์ ชาวพุทธ ชาวอิสลาม เป็นต้น กลุ่มสีผิว (Racial Groups) ได้แก่ ผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลือง เป็นต้น และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Areas) ซึ่งทำให้เกิดลักษณะการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน และมีอิทธิพลต่อการบริโภคที่แตกต่างกันด้วย

1.3 ชั้นชั้นของสังคม (Social Class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน และสมาชิกในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และรูปแบบนิสัยการซื้อที่แตกต่างกัน การแบ่งชนชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ ทรัพย์สิน อย่างไรก็ตามอาชีพชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยม และพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่างลักษณะชั้นของสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 3 ระดับ คือ ระดับสูง (Upper Class) ระดับกลาง (Middle Class) และระดับต่ำ (Lower Class)

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับ กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิทและเพื่อนบ้าน กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อของของครอบครัว

2.3 บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถานบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่างๆ ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคจึงต้องคำนึงถึงอายุเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำไปสู่พฤติกรรมในการซื้อที่แตกต่างกัน

3.2 ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรม การซื้อที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น ปรชชานกรรมการบริษัทและภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูงหรือตัวเครื่องบิน

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคล จะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน แนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้มีการศึกษาต่ำ

3.6 รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Cycle) แบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรม ชั้นของสังคมแต่ละกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับแบบการดำรงชีวิต

4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) การเลือกซื้อของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

4.2 การรับรู้ (perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับเลือกสรรจัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรืออาจหมายถึงกระบวนการของความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้นการรับรู้ จะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงการรับรู้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนอง ซึ่งก็คือทฤษฎีสิ่งกระตุ้นการตอบสนอง (Stimulus-Response Theory : SR Theory)

4.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ ทศนคติเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทศนคติ

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนด พฤติกรรมการตอบสนอง หรืออาจหมายถึงลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมีปฏิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self Concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

สำหรับปัจจัยที่จะทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านการเรียนรู้ โดยเลือกทำการศึกษาทศนคติที่เคยมีประสบการณ์การการได้เคยสัมผัสหรือสวมใส่ หรือประสบการณ์ร่วมและเกี่ยวข้องกับเครื่องประดับนิล ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะบุคคล ซึ่งอาจส่งผลต่อการแสดงทัศนคติในด้านความต้องการเครื่องประดับนิลในรูปแบบที่แตกต่างกัน หรือ เหมือนกัน ในกลุ่มประชากรศาสตร์เดียวกัน

ปัจจัยภายใน (ปัจจัยด้านจิตวิทยา) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

1. การจูงใจ (Motivation) หรือสิ่งจูงใจ (Motives) หมายถึง พลังแรงกระตุ้น (Drive) ภายในของแต่ละบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลให้เกิดการปฏิบัติ จากความหมายนี้พลังสิ่งกระตุ้นจะประกอบด้วย พลังความตึงเครียด ซึ่งเกิดจากผลของความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการของบุคคล ทั้งที่รู้สึกตัว และจิตใต้สำนึก จะพยายามลดความตึงเครียดโดยใช้พฤติกรรมที่คาดว่าจะสนองความต้องการของเขา และทำให้ผ่อนคลายความตึงเครียด

กระบวนการจูงใจผู้วิจัยเลือกใช้ในการวิเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้ได้แก่

1. ความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนาที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการจูงใจ

2. การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ สรุปการรับรู้ ตีความหมายการรับรู้ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมอง ให้เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน ปัจจัยภายในจึงส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคเครื่องประดับนิลที่แฝงความรู้สึกรู้สึกนึกคิดภายใต้การรับรู้และตีความหมายจากประสบการณ์เดิมๆ ที่มีภาพติดอยู่ในสมองของผู้บริโภค สรุปได้ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรม การชอบ การเลือกซื้อ และการตัดสินใจของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักออกแบบ และนักการตลาด มีแนวทางในการสร้างสรรค์ และนำเสนอสินค้าหรือบริการได้ตรงตามจุดประสงค์และความต้องการ โดยมีเป้าหมายคือผู้บริโภคตามลักษณะเฉพาะบุคคล กลุ่ม หรือตามหลักประชากรศาสตร์ได้อย่างเหมาะสม

11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

11.1 งานวิจัยในประเทศ

อาภรณ์ จงฤทธิพร (2548: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณี และเครื่องประดับของนักท่องเที่ยวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพสมรสแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขายหรือเจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับอันดับแรก คือ ราคา รองลงมา คือ คุณภาพ ด้านพฤติกรรมกรซื้อ ส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องประดับประเภทแหวน ตัวเรือนใช้ทองคำ และมีเพชรเป็นอัญมณีของเครื่องประดับ มูลค่าเฉลี่ยที่นักท่องเที่ยวซื้ออัญมณี และเครื่องประดับในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีมูลค่า น้อยกว่า 5,000 บาท เหตุผลที่ซื้ออัญมณี และเครื่องประดับ คือ ซื้อใช้เอง ความถี่ของการซื้อ คือ ไม่แน่นอนหรือกำหนดไม่ได้ บุคคลที่มีอิทธิพล ในการตัดสินใจซื้อ คือ เพื่อน

แหล่งข่าวสารส่วนใหญ่ คือ การบอกต่อจากบุคคลอื่น และเลือกซื้อ อัญมณีและเครื่องประดับจากร้านค้าอัญมณีและเครื่องประดับทั่วไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ ด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมพบว่า มีความสำคัญต่อ การตัดสินใจในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของร้าน ด้านราคา ในภาพรวมพบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยมี ปัจจัยย่อย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ และต่อรองราคากับผู้ชายได้ ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ในภาพรวมพบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ และการจัดแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมพบว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ ผู้ชายมีความรู้ ด้านอัญมณีและเครื่องประดับ และผู้ชายให้ความสนใจในขณะที่เลือกซื้อ ส่วนปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ ด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม พบว่า มีอิทธิพลในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ ปัญหาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ไม่ประณีต ปัญหาด้านราคาในภาพรวม พบว่า มีอิทธิพลในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ และไม่มีป้ายแสดงราคา ปัญหาด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ในภาพรวมพบว่า มีอิทธิพลในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ ไม่มีสถานที่จอร์นและสถานที่จำหน่ายไม่สะดวก ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวม พบว่า มีอิทธิพลในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ ผู้ชายไม่มีความรู้ด้านอัญมณี และเครื่องประดับ และผู้ชายไม่สนใจในขณะที่เลือกซื้อ

ภัทรพิมพ์ พิมพ์ภักทรยศ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ คุณภาพของเครื่องประดับ และผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์และจริงใจต่อลูกค้า

นิยม วงศ์พงษ์คำ (2551) การค้นพบโลหะครั้งแรกของมนุษย์เกิดขึ้นเมื่อใด ยังคงเป็นคำถามที่หาคำตอบยังไม่ชัดเจน กระทั่งปัจจุบัน แต่เชื่อว่า มนุษย์รู้จักและใช้โลหะมาตั้งแต่ช่วงแรกๆ แล้ว เช่น ทองคำ เงิน และทองแดง โดยเฉพาะทองแดงได้นำมาทำเป็นเครื่องประดับที่มีรูปแบบง่ายๆ จนกระทั่งมีการสังสมประสมการณด้านโลหกรรม จนสามารถแยกแยะคุณสมบัติของโลหะแต่ละชนิดได้ และมีความเข้าใจในงานโลหกรรมมากขึ้น

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาประวัติและพัฒนาการของผลิตภัณฑ์โลหะผสมสำริดและทองเหลือง ศึกษาภูมิปัญญา ผลิตภัณฑ์โลหะผสมสำริดและทองเหลืองและพัฒนาผลิตภัณฑ์โลหะผสมสำริดและทองเหลือง เพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์แก่ผู้ผลิตในท้องถิ่นภาคอีสาน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เป็นทางการและไม่เป็นทางการ แบบมีโครงสร้างและ

ไม่มีโครงสร้าง แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม และแบบบันทึกการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ โดยการทำงานร่วมกันกับช่างหล่อโลหะในท้องถิ่น การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ประวัติและพัฒนาการผลิตภัณฑ์โลหะผสมสำริดและทองเหลืองในภาคอีสานยุคก่อนประวัติศาสตร์ ยุคประวัติศาสตร์ และยุคร่วมสมัยในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันทั้งทางชาติพันธุ์ ความคิด ความเชื่อ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ แต่หากมีความสัมพันธ์กันอย่างหลวมๆ ในเรื่องกระบวนการผลิตโดยเฉพาะกระบวนการผลิตแบบแทนที่ขึ้นฝั่ง และสัมพันธ์กันในด้านประโยชน์ใช้สอยและรูปแบบผลิตภัณฑ์ ในด้านภูมิปัญญาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ภูมิปัญญาในการเลือกวัสดุตามธรรมชาติในท้องถิ่น
2. ภูมิปัญญาในกระบวนการผลิต
3. ภูมิปัญญาที่ปรากฏในรูปแบบของผลิตภัณฑ์

สำหรับแนวทางในการพัฒนาวัสดุใช้วิธีการทดลองทดสอบวัสดุใหม่เพื่อให้เกิดความหลากหลาย ของสีวัสดุตรวจสอบด้วยเครื่องมือ Spectrometer ทำให้ได้เฉดสีวัสดุใหม่ 24 สี ทั้งสำริดและทองเหลืองเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในด้านการพัฒนากระบวนการผลิต ได้นำเอากระบวนการผลิตแบบใหม่เรียกว่า การหล่อแบบแม่พิมพ์ทรายมาใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ แบบง่าย และใช้กระบวนการผลิตแบบแทนที่ขึ้นฝั่งด้วยวัสดุใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบยาก ซึ่งสามารถลดขั้นตอนในการผลิต และเพิ่มปริมาณการผลิตได้มากขึ้นกว่าเดิม ในด้านการพัฒนาการออกแบบแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มประติมากรรมนูนต่ำ ใช้กรอบแนวคิดจากภูมิปัญญาลายผ้าขิดอีสาน
2. กลุ่มประติมากรรมนูนสูง ใช้กรอบแนวคิดจากภูมิปัญญาฮีต 12 หรือประเพณี 12 เดือน ของคนอีสาน
3. กลุ่มประติมากรรมลอยตัว โดยใช้กรอบแนวคิดในการออกแบบจากภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เน้นประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันเป็นหลัก

โดยสรุป ปัจจัยแห่งความสำเร็จในด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์โลหะผสมสำริดและทองเหลืองเพื่อพัฒนามูลค่าเชิงพาณิชย์ในภาคอีสาน ยังคงตั้งอยู่บนฐานแนวความคิดและภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับแนวคิดใหม่ เพื่อบูรณาการแนวคิดดั้งเดิมเข้ากับแนวคิดใหม่ โดยเฉพาะการพัฒนาวัสดุกระบวนการผลิต และรูปแบบการผลิตเชิงพาณิชย์ขึ้นใหม่เพื่อเพิ่มทั้งคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและผู้บริโภคต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2542: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเศรษฐกิจสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ของไทย 5 รายการ กรณีศึกษา : อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า สินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย มีราคาค่อนข้างสูงและขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่ลูกค้าภายในประเทศจะเป็นกลุ่มที่มีระดับรายได้ปานกลางขึ้นไป กลุ่มลูกค้าที่ทำงานแล้ว และกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพราะเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อสูง ทั้งนี้ เครื่องประดับอัญมณีเป็นเครื่องประดับที่มีผู้นิยมมากที่สุด รองลงมาคือ เครื่องประดับทองและเงินตามลำดับ ส่วนเครื่องประดับทองคำขาว ตลาดค่อนข้างแคบ เพราะเป็นที่นิยมกันน้อย รูปแบบของเครื่องประดับขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ จึงทำให้รูปแบบของเครื่องประดับที่ขายภายในประเทศมีความหลากหลาย สำหรับรูปแบบของผู้จำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้า ซึ่งบรรดาผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับเหล่านี้ มักมีห้างร้านในบริเวณใกล้เคียงกัน ซึ่งเหตุผลที่มีการเกาะกลุ่มในบริเวณดังกล่าว เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีการจำหน่ายสินค้าน่าราคาสูง หรือใกล้เคียงบริเวณโรงแรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพัก ส่วนผู้ผลิตรายใหญ่ส่วนมากจะมีร้านค้าปลีกเป็นของตนเอง และตัวแทนจำหน่าย หรือร้านค้าทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งแหล่งการค้าที่สำคัญจะอยู่ตามห้างสรรพสินค้าและย่านที่มีนักท่องเที่ยวเดินผ่าน

สมพงษ์ จันทรพิมพ์ (2555) การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในครั้งนี้ เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายบริการ มหาวิทยาลัยพะเยา และเพื่อเปรียบเทียบความต้องการพัฒนาตนเอง ของบุคลากรสายบริการ มหาวิทยาลัยพะเยาตามส่วนงาน คือ ส่วนงานบริหาร และส่วนงานวิชาการกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรสายบริการ มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2554 ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 227 คน (Krejcie; & Morgan. n.d.) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายบริการ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติ Z-test กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตอนที่ 3 ถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายบริการมหาวิทยาลัย พะเยาในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$) เมื่อลำดับความต้องการจากมาก ไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการฝึกอบรม ($\bar{X} = 4.50$) ด้านการศึกษาต่อ ($\bar{X} = 4.51$) ด้านเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.49$) ด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง ($\bar{X} = 4.48$) และด้านการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 4.31$) และความต้องการพัฒนาตนเอง ด้านการพัฒนาทักษะการปฏิบัติงาน ด้านการฝึกอบรม และด้านเทคโนโลยี ระดับความต้องการของบุคลากรสองกลุ่มในด้านดังกล่าวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการศึกษาต่อ และด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง ระดับความต้องการของบุคลากรสองกลุ่มในด้านดังกล่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

11.2 งานวิจัยต่างประเทศ

มอร์ เซซิล ลอเรนซ์ ไวมี (Moor, Cecil Lawrence Wyme. 1999: 40) ได้ศึกษาการพัฒนาธุรกิจชุมชนที่มีต่อสังคมและเศรษฐกิจ กรณีการผลิตเครื่องหนังสำเร็จรูปในเมืองเล็ก ๆ ของรัฐเท็กซัส พบว่า การรวบรวมเงินทุนใช้เวลาถึง 2 ปี จึงสามารถติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และดำเนินการให้ชุมชนได้รับความพอใจ และทำให้ชุมชนเข้มแข็ง

แอนโดห์ นัท โกบิโน (Andoh, Nat Kobina. 1999: 40 – 42) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของการปรับโครงสร้างในเขตพื้นที่ Sub – Sahara ในแอฟริกา กรณีศึกษาเศรษฐกิจชุมชนของอเมริกา ตะวันตก และแอฟริกาใต้ในการพัฒนาชุมชน พบว่า การปรับโครงสร้างและรูปแบบแนวพัฒนาเศรษฐกิจแบบใหม่ คือ การสร้างความสัมพันธ์กันของชุมชนและการประสานกันของนโยบายเศรษฐกิจกับรัฐอื่น จะเสริมสร้างระบบการลงทุนระหว่างประเทศ และผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจมากมาย ในทวีปแอฟริกา

สมิท เบรินต์ ทาร์เบต (Smith, Brent Tarbet. 1988) ได้ศึกษาถึงการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ Bonaviata Headland, Newfoundland พบว่า การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยคนที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น จะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนสำเร็จ ซึ่งขึ้นกับขนาดและหน้าที่ของอุตสาหกรรมที่ทำด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีเป้าหมายในการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคุณค่าและคงเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิล ในปัจจุบันที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มสตรี ซึ่งมีความมุ่งหมายของการวิจัยของดังนี้

1. เพื่อศึกษาคุณค่าภูมิปัญญาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์
2. เพื่อศึกษาการออกแบบเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์
3. เพื่อศึกษาการให้คุณค่าจากความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับ

นิลของศูนย์เจียระไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรีโดยทำการสำรวจในเขตพื้นที่ บริเวณตลาดพลอย อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์คุณค่าเครื่องประดับนิลของกลุ่มศูนย์เจียระไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์ โดยมีประเด็นของการศึกษา 2 ด้าน ดังนี้

1. คุณค่าด้านภูมิปัญญาเครื่องประดับนิล
2. ด้านการออกแบบเครื่องประดับ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์การให้คุณค่าจากความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรีจำนวน 200 คนโดยทำการสำรวจในเขตพื้นที่ บริเวณตลาดพลอย อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

มีประเด็นของการศึกษา 4 ด้าน ดังนี้

1. ระดับความชอบ
2. การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
3. ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล
4. ศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ของผู้บริโภคเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์ โดยมีประเด็นของการศึกษา 2 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล
2. ด้านศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ เครื่องประดับนิลศูนย์เจียระไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ เครื่องประดับนิลของกลุ่มเจียระไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเลือกแบบเจาะจง(Purposive Sampling) จากเครื่องประดับนิลที่มียอดจำหน่ายที่ขายดีที่สุดของร้าน จำนวนทั้งหมด 45 ตัวอย่าง

โดยกำหนดการศึกษาตามกลุ่มประเภทของเครื่องประดับทั้งหมด 45 ตัวอย่าง ได้ดังนี้

เครื่องประดับนิลประเภทแหวน	15	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิลประเภทจี้ และสร้อยคอ	12	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิลประเภทกำไล และสร้อยข้อมือ	10	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิล ประเภทต่างหู	8	ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยคัดเลือกตัวอย่างจากเครื่องประดับนิลของศูนย์ เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ แบบเจาะจงจำนวน 45 แบบ

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการวิเคราะห์การออกแบบในขั้นตอนที่ 1 โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วนเพื่อสอบถามทัศนคติความต้องการผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรี จำนวน 200 คน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยกำหนดอายุ 25-34 ปี จำนวน 50 คน อายุ 35-44 ปี จำนวน 50 คน อายุ 45-54 ปี จำนวน 50 คน และอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน เพื่อจำแนกระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยคิดค่าเฉลี่ยเป็นร้อยละ

ส่วนที่ 2 ศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ โดยมีระดับความคิดเห็นดังนี้

5 หมายถึง	มีความชอบระดับมากที่สุด/มีความตั้งใจซื้อระดับมากที่สุด
4 หมายถึง	มีความชอบระดับมาก/มีความตั้งใจซื้อระดับมาก
3 หมายถึง	มีความชอบระดับปานกลาง/มีความตั้งใจซื้อระดับปานกลาง
2 หมายถึง	มีความชอบระดับน้อย/มีความตั้งใจซื้อระดับน้อย
1 หมายถึง	มีความชอบระดับน้อยที่สุด /มีความตั้งใจซื้อระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยแบ่งช่วงความถี่ของคะแนนเฉลี่ยโดยใช้สูตรคำนวณ อัตราภาคชั้น จำแนกเป็น 5 ช่วงคะแนนตามเกอท์ (บุญชม ศรีสะอาด. 2554) และอธิบายความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความคิดเห็นตามความหมายของค่าเฉลี่ย</u>
4.51 – 5.00	มีความชอบระดับมากที่สุด/มีความตั้งใจซื้อระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความชอบระดับมาก/มีความตั้งใจซื้อระดับมาก
2.51 – 3.50	มีความชอบระดับปานกลาง/มีความตั้งใจซื้อระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความชอบระดับน้อย/มีความตั้งใจซื้อระดับน้อย
1.00 – 1.50	มีความชอบระดับน้อยที่สุด /มีความตั้งใจซื้อระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 การคาดหวังในรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิล โดยมีระดับความคิดเห็น

ดังนี้

5 หมายถึง	มีความคาดหวังระดับมากที่สุด
4 หมายถึง	มีความคาดหวังระดับมาก
3 หมายถึง	มีความคาดหวังระดับปานกลาง
2 หมายถึง	มีความคาดหวังระดับน้อย
1 หมายถึง	มีความคาดหวังระดับน้อยที่สุด

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความคิดเห็นตามความหมายของค่าเฉลี่ย</u>
4.51 – 5.00	มีความคาดหวังระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	มีความคาดหวังระดับมาก
2.51 – 3.50	มีความคาดหวังระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	มีความคาดหวังระดับน้อย
1.00 – 1.50	มีความคาดหวังระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

5 หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
4 หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมาก
3 หมายถึง	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
2 หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อย
1 หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความคิดเห็นตามความหมายของค่าเฉลี่ย</u>
4.51 – 5.00	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	เห็นด้วยในระดับมาก
2.51 – 3.50	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	เห็นด้วยในระดับน้อย
1.00 – 1.50	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัยมีดังนี้

1. การสร้างแบบสอบถาม

1.1 ศึกษาจากเอกสาร ตำรา แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวัง ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องประดับนิล

1.2 ศึกษาวิธีสร้างแบบสอบถามจากหนังสือระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ แนวทางสู่การปฏิบัติ ของ สุวิมล ตีรพานันท์ (2548: 100 – 103) ประมวลข้อมูล ความรู้ กรอบแนวคิดที่ได้จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวคิดในการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง

1.3 นำแบบสอบถามฉบับร่าง เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไข เนื้อหา และสำนวนภาษาที่ใช้ ตลอดจนความถูกต้องเหมาะสมของแบบสอบถามแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข ตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ

1.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ และความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยหาค่า IOC ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.51 – 1.00

1.7 นำแบบสอบถามมาปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์แล้วจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ นำไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

2.1 ผู้วิจัยเดินทางเข้าไปสำรวจข้อมูลเบื้องต้นในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

2.2 วิจัยกำหนดวัน เวลา ที่จะแจกแบบสอบถาม

2.3 วิจัยแจกแบบสอบถาม แก่ผู้บริโภคในกลุ่มสตรี อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำนวนทั้งสิ้น 200 ฉบับ

2.4 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ฉบับมาวิเคราะห์ และสรุปผลการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาทำการวิเคราะห์ ทั้งในส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ และการตอบแบบสอบถามทัศนคติของผู้บริโภคทั้งปลายปิด และปลายเปิด โดยข้อมูลที่นำมาทำการวิเคราะห์ และแบบสร้างข้อสรุป ดังนี้

1. การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) ซึ่งพรรณนา คือ วิธีตีความสร้างข้อสรุปจากข้อมูลรูปธรรมหรือปรากฏการณ์ที่มองเห็นจากการศึกษาในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการออกแบบ ด้านกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาและการสร้างสรรค์ โดยใช้แนวทางในการวิเคราะห์ ด้วยแนวคิดและทฤษฎี ดังต่อไปนี้ แนวความคิดด้านการออกแบบเครื่องประดับ ภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรม แนวคิดวัฒนธรรมชุมชน ทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม

2. วิเคราะห์ทัศนคติความคิดเห็นของผู้บริโภคในเรื่องความชอบและการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ โดยหาเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way anova) และการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดที่แตกต่างใช้วิธีของ LSD โดยใช้แนวทางในการวิเคราะห์ ด้วยแนวคิดและทฤษฎี ดังต่อไปนี้ ทฤษฎีการตลาด ทฤษฎีความต้องการผู้บริโภค ทฤษฎีความคาดหวัง

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องของแบบสอบถาม การหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) มีสูตรการคำนวณดังนี้ (พิสุทธา อารีราษฎร์. 2550: 121 – 122)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับข้อแบบสอบถาม
	R	แทน	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
	$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2. ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ
	k	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือ
	S_i^2	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อ
	S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

3. ค่าร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{X \times 100}{N}$$

P	แทน	ค่าร้อยละ
X	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
N	แทน	จำนวนประชากร

4. ค่าเฉลี่ย

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ \bar{X}	แทน	คะแนนเฉลี่ย
$\sum X$	แทน	ผลรวมคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม
N	แทน	จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง

5. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ $S.D.$	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนในกลุ่ม
$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
N	แทน	จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง

6. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way.anova)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา.F-Distribution
MS_b	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MS_w	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

7. การเปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดที่แตกต่างกันโดยใช้วิธีของ LSD

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ แอลฟา = .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้วิธี (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่ม ตัวอย่างเพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{เมื่อ } \mu_i \neq \mu_j \text{ LSD} = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{\text{MSE} \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean Square Error (MS_w)

k แทน จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

α แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีเป้าหมายในการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียรไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคุณค่าและคงเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิล ในปัจจุบันที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มสตรี ซึ่งมีความมุ่งหมายของการวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาคุณค่าภูมิปัญญาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์
2. เพื่อศึกษาการออกแบบเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์
3. เพื่อศึกษาการให้คุณค่าจากความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ของศูนย์เจียรไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรีโดยทำการสำรวจในเขตพื้นที่ บริเวณตลาดพลอย อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยไว้ 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียรไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์ โดยมีประเด็นของการศึกษา 2 ด้าน ดังนี้

1. คุณค่าด้านภูมิปัญญาเครื่องประดับนิล
2. ด้านการออกแบบเครื่องประดับ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์การให้คุณค่าจากความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียรไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรีจำนวน 200 คนโดยทำการสำรวจในเขตพื้นที่ บริเวณตลาดพลอย อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

มีประเด็นของการศึกษา 4 ด้าน ดังนี้

1. ระดับความชอบ
2. การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
3. ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล
4. ศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ของผู้บริโภคเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนุรักษ์พลอยกาญจน์ โดยมีประเด็นของการศึกษา 2 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล
2. ด้านศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อเครื่องประดับนิล

การวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

1. คุณค่าด้านภูมิปัญญาเครื่องประดับนิล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ 3 ประเด็นดังนี้

- 1.1 ด้านทักษะการก่อตั้งศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์
- 1.2 การถ่ายทอดภูมิปัญญา และการถ่ายทอดความหมาย
- 1.3 การเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจที่มีส่วนร่วมต่อชุมชน และการบริโภคสินค้าเชิงวัฒนธรรม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ด้านทักษะการก่อตั้งศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีกระบวนการสร้างคุณค่าและถ่ายทอดภูมิปัญญา โดยการสร้างทรัพยากรมนุษย์เป็นหลักสำคัญ เริ่มต้นจากการใช้ต้นทุนความคิดสร้างสรรค์และการฝึกปฏิบัติให้ลงมือทำ โดยนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีในท้องถิ่นสร้างสรรค์ให้เกิดคุณค่าและมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ ตลอดระยะเวลากว่า 20 ปีที่ ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีพยายามสร้างคุณค่าให้กับการพัฒนาคน และพัฒนาเครื่องประดับนิลมาอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เดิมมีเป้าหมายในการจัดตั้งเป็นศูนย์ฝึกวิชาชีพเจียรไนนิล ของจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากจังหวัดกาญจนบุรีมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่เรียกว่า อัญมณีนิลที่พบมากที่สุด ซึ่งเมื่อนักขุดพลอยพบ มักจะแยกทิ้งไม่เห็นคุณค่าเมื่อเปรียบเทียบกับอัญมณีในกลุ่มประเภททับทิมและแซฟไฟร์ เมื่อมีการขุดพบในจำนวนมากขึ้น คุณกิมไฉ่ สิริพฤกษา ได้เห็นคุณค่าในนิลสีดำ หรือเป็นที่รู้จักกันในชื่อ นิลตะโก (BLACK SPINEL) และ นิลเสี้ยน จึงนำมาทดลองเจียรไน เหลี่ยมให้มีลักษณะเช่นเดียวกับอัญมณีหรือพลอยอื่นๆ ผลที่ได้คือ นิลที่ขุดพบในจังหวัดกาญจนบุรีนั้นมีคุณภาพดีมาก มีสีดำสนิท ผลึกเนียนมันวาว และมีน้ำหนักที่ดี ซึ่งเมื่อประกอบกับฝีมือการเจียรไนที่มีคุณภาพ ทำให้ได้นิลที่เจียรไนได้เหลี่ยมที่คมชัด เกิดความสวยงามและสร้างมูลค่าให้นิล

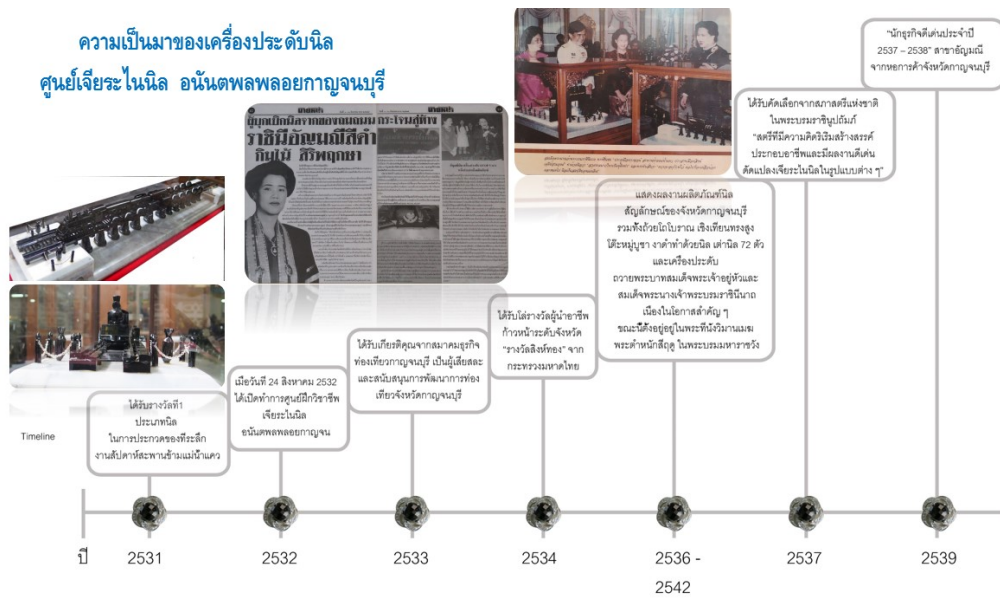
เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2532 คุณกิมไฉ่ สิริพฤกษา จึงได้เปิดทำการ ศูนย์ฝึกวิชาชีพเจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนและ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อจัดตั้งศูนย์ฝึกวิชาชีพให้แก่เยาวชนในท้องถิ่น ผู้ด้อยโอกาสที่ยากจนไม่มีงานทำ มาเรียนเป็นช่างเจียรไนนิลที่บ้านโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น อีกทั้งยังเป็นแหล่งพักผ่อนให้กับเด็กๆ ที่ไม่มีบ้านให้ได้ฝึกอาชีพ และสามารถหาเลี้ยงชีพตนเองได้ในอนาคต ซึ่งผลงานต่างๆ ของผลิตภัณฑ์มีทั้งของที่ระลึก เครื่องประดับสวยงามและแปลกใหม่ จนทำให้คนไทยและคนต่างชาติได้รู้จักนิลจากของไม่มีคุณค่า มาเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย เกิดมูลค่า และมีราคาในปัจจุบันอย่างกว้างขวาง



ภาพประกอบ 8 การทำเหมืองพลอยในอดีต จ.กาญจนบุรี

ที่มา: ศุภชัยเจียรไน นิล อนันตพล พลอยกาญจน์

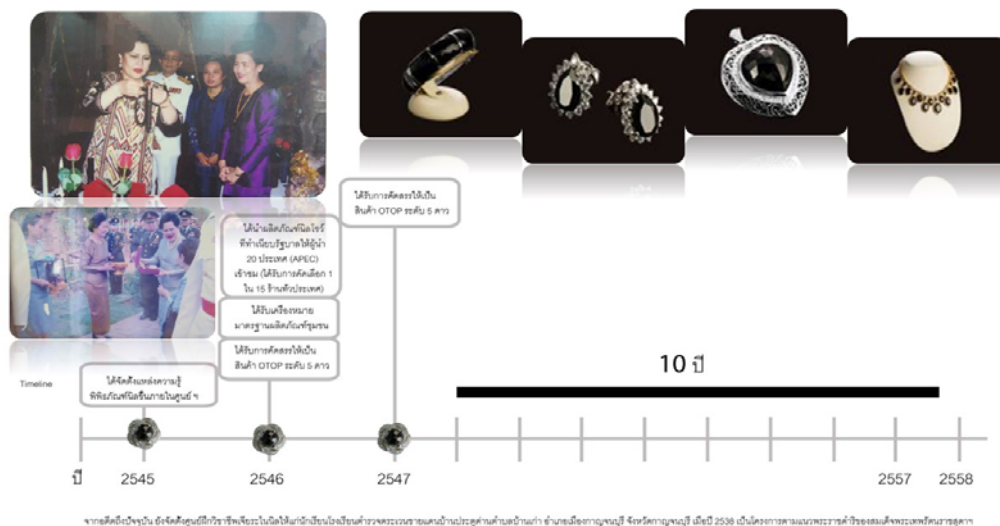
แนวคิดของการถ่ายทอดภูมิปัญญาของศูนย์ฝึกวิชาชีพเจียรไน นิล อนันตพลพลอยกาญจน์ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี มีเป้าหมายที่สอดคล้องกับตามแนวคิด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาผ่านกระบวนการคิด และสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดมูลค่าทางการตลาด ให้เป็นที่ยอมรับตามความต้องการของตลาดสากล โดยมีความพยายามผลิตสินค้าจากทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ด้วยการผลิตสินค้าจากผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบแปลกใหม่ และทันสมัย จนได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มผช. 30/2546



ภาพประกอบ 9 ความเป็นมาของเครื่องประดับเนนิล ศูนย์เจียรไนเนนิล อนันตพลพลอย

ที่มา: ผู้วิจัย

ช่วงระหว่างปี 2536-2542 ศูนย์ฝึกวิชาชีพเจียรไนเนนิล อนันตพลพลอยกาญจนบุรี ได้นำผลิตภัณฑ์เนนิลสัญลักษณ์ของจังหวัดกาญจนบุรี และถ้วยโถโบราณ เชียงเทียนทองสูง ใต้ห่มบูชา งานผ้าตัวถักเนนิล เตาเนนิล 72 ตัว แสดงโชว์ในพระที่นั่งวิมานเมฆ พระตำหนักสีสุคนธ์ ในพระบรมมหาราชวัง



ภาพประกอบ 10 ผลงานศูนย์เจียรไนเนนิล อนันตพลพลอยกาญจนบุรี ปี 2546-254

ที่มา: ผู้วิจัย

พ.ศ. 2546 ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ได้รับการคัดสรรให้เป็นสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว และในปี 2547 ได้รับคัดเลือกให้นำผลิตภัณฑ์ไนลโซว์ที่ทำเนียบรัฐบาลให้ผู้นำ 20 ประเทศ (APEC) เข้าชม ซึ่งเป็นการคัดเลือก 1 ใน 15 ร้านทั่วประเทศ ในการแสดงผลงานครั้งนั้นได้นำโอกาสที่ดีมาสู่ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ทำให้ได้มีโอกาสได้ทูลเกล้าถวายอัญมณีไนล เจียร์ไน ในรูปทรงต่างๆ ทั้งเครื่องประดับและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ แต่องค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และองค์สมเด็จพระบรมราชินีนาถ จนทำให้อัญมณีไนล ได้รับพระมหากรุณาธิคุณอันใหญ่หลวงยิ่งนัก พระองค์ท่านทรงพระราชทานตรัสว่า “นิลเป็นทรัพยากรที่สำคัญของประเทศไทย ต้องควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ นิลสีดามีความหมายว่าโชคดี” และ “รักแท้คือหัวใจสีดำไม่ใช่หัวใจสีแดง” (กิมไน้ สิริพฤกษา. 2558: สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 11 ภาพพระมหากรุณาธิคุณขององค์สมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ

ที่มา: ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์

ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เป็นแบบอย่างการพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self – Reliance – Category) มีกระบวนการคิดและลงมือทำด้วยการพึ่งพาตนเอง โดยเริ่มต้นจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ใกล้ตัวสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ สร้างให้เกิดการเล็งเห็นในคุณค่าของทรัพยากรนั้นๆ และพัฒนาผลิตภัณฑ์จนเกิดเป็นมูลค่าเพิ่มที่สามารถสร้างรายได้ซึ่งไม่เพียงแต่ไม่เพียงสร้างรายได้ให้ตนเองเท่านั้นยังสร้างรายได้ให้เกิดแก่ชุมชนด้วย อีกทั้งเปิดโอกาสให้เยาวชนในท้องถิ่นสามารถพึ่งตนเองได้ จนทำให้ในปี 2537 กิมไน้ สิริพฤกษา ได้รับคัดเลือกจากสภาสตรีแห่งชาติ ในพระบรมราชินูปถัมภ์ ให้รับเครื่องหมายที่ระลึก “สตรีที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ประกอบอาชีพและมีผลงานดีเด่นดัดแปลงเจียร์ไนนิลในรูปแบบต่าง ๆ” ตลอดระยะเวลาที่กิมไน้ สิริพฤกษา เป็นผู้บุกเบิกการพัฒนาคุณค่าของนิลคนแรกของจังหวัดกาญจนบุรี ได้กล่าวถึงแรงบันดาลใจในการสร้างศูนย์เจียร์ไนนิลแห่งนี้ไว้ว่า “นิลพบมากที่สุดในจังหวัดกาญจนบุรีและเป็นนิลที่มีคุณภาพดีที่สุด และ

จังหวัดกาญจนบุรีมีเด็กยากจน ไม่มีงานทำเป็นจำนวนมาก ที่อาศัยอยู่ตามท้องถิ่นต่างๆ จึงมีความตั้งใจให้เด็กที่ด้อยโอกาสเริ่มมีงานทำมาฝึกอาชีพเป็นช่างเจียระไนนิล เพราะนิลราคาไม่แพงสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับการฝึกหัดได้ เป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้เด็กในชุมชนจึงได้เปิดศูนย์ฝึกเจียระไนนิลขึ้น และต้องการให้คนทั่วไปเห็นคุณค่าของนิลเช่นเดียวกัน” (กิมไฉ่ สิริพฤกษา. 2558: สัมภาษณ์)

1.2 การถ่ายทอดภูมิปัญญา

กิมไฉ่ สิริพฤกษา มีกระบวนการสร้างคุณค่าและการถ่ายทอดภูมิปัญญาให้กับเครื่องประดับนิล จากอดีตสู่ปัจจุบัน ด้วยความพยายามสร้างพิพิธภัณฑ์เครื่องประดับนิล เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ ภูมิปัญญาของคนในอดีตที่ได้สั่งสมมาตลอดระยะเวลากว่า 20 ปี โดยภายในพิพิธภัณฑ์มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านภาพถ่าย และอริยาบถของหุ่นขี้ผึ้งที่จำลองสถานการณ์ต่างๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งผลงานที่สร้างสรรค์จากอัญมณีนิล

การขุดพลอย “อัญมณีนิล” ในอดีต



ภาพประกอบ 12 การเลือกหาพลอย-นิล ในสมัยอดีต ที่ อ.บ่อพลอย จ.กาญจนบุรี

ที่มา: ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจนบุรี

เมื่อกล่าวถึงจังหวัดกาญจนบุรีเป็นแหล่งที่มีชื่อเสียงในคุณภาพของพลอยในตระกูลคอร์นดัม หรือที่เรารู้จักกันในนาม ทับทิม และไพฑิณซึ่งมีจำนวนลดน้อยลงมากในปัจจุบัน ซึ่งสายแร่ในตระกูลคอร์นดัม มักจะพบนิล (Black spinel) อยู่ในสายแร่ควบคู่กับการเกิดคอร์นดัม จึงทำให้เมื่อขุดพบคอร์นดัม จึงมักพบนิล อยู่ด้วยเสมอ กิมไฉ่ สิริพุกษา ได้กล่าวไว้ว่า ตนเองนั้นเป็นคนอำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ในสมัยก่อน มีการขุดพลอย และมีการเจียระไนพลอยอื่นๆ แต่ว่า “นิล” จะไม่มีคนรู้จัก ไม่เห็นคุณค่า ทุกคนอยากได้ พลอยไพฑิณ นิลจึงไม่สนใจ ซึ่งนิลจะพบมากกว่าพลอย ซึ่งในสมัยก่อนนั้นเป็นการขุดพลอยด้วยมือ จึงทำให้ยังไม่พบพลอยมากเท่าไร แต่ในช่วงปี 2532 มีการใช้เครื่องมือทันสมัยในการขุดทำให้ได้นิล ขึ้นมาเยอะมาก ถึงขั้นกองทิ้ง และนำไปถมทำถนน จึงมีแนวคิดในการพัฒนาเรื่องนิล และเป็นผู้บุกเบิก เรื่องนิลโดยตลอดมา และเป็นคนแรกของจังหวัดกาญจนบุรีที่เห็นความสำคัญของนิล (กิมไฉ่ สิริพุกษา. 2557: สัมภาษณ์)

ภายในพิพิธภัณฑ์ได้แสดงอริยระบบจำลองการขุดพลอยในอดีตที่ยังไม่มีเครื่องจักรหนัก หรือ อุปกรณ์ขนาดใหญ่ที่สามารถเข้าไปทุ่นแรงมนุษย์ได้ ซึ่งจากเรื่องเล่าภายในพิพิธภัณฑ์นั้น ได้บ่งบอกถึง ขั้นตอนของการขุดพลอยไว้อย่างละเอียด ดังนี้



ภาพประกอบ 13 การเปิดหน้าดิน และการขุดพลอย

ที่มา: ผู้วิจัย

การทำเหมืองพลอยแต่เดิมทำกันแบบชาวบ้าน คือ ขุดหลุม หรือเจาะบ่อลึกประมาณ 10 – 20 เมตร จึงจะพบชั้นพลอย ชั้นที่พลอยสะสมตัวอยู่นี้เรียกว่า ชั้นกะสะ (Pay dirt) ซึ่งจะมีความหนาโดยเฉลี่ย ประมาณ 3 เมตร พบทั้งนิลและพลอยปนกัน พลอยที่ขุดได้จากเหมืองนี้ จึงถูกเรียกว่า พลอยบ่อ

การขุดพลอยในอดีตนั้นจะใช้มือขุดหลุมไม่ได้เครื่องมือที่ทันสมัยอย่างเช่นในปัจจุบัน เมื่อถึงในบริเวณที่คิดว่าเป็นสายแร่ คนที่ลงไปฝึกหาพลอย จะตักหินใส่กระป๋องแล้วดึงขึ้นมาปากบ่อ หลังจากนั้นจะนำหินดังกล่าวมาร่อนกับน้ำ เพื่อทำการคัดเลือกพลอย ซึ่งการขุดหาพลอยของชาวบ้าน ในแต่ละครั้งเต็มไปด้วยความยากลำบาก บางครั้งก็ไม่พบพลอย พบแต่หินสีดำเป็นส่วนใหญ่ ทำให้หินสีดำที่อำเภอบ่อพลอยเพิ่มมากขึ้น ชาวบ้านจึงได้นำหินสีดำที่ได้ไปถมถนนเพื่อทำเป็นทางเข้าหมู่บ้าน บางก็นำไปผสมปูนเพื่อทำทางเข้าหมู่บ้าน



ภาพประกอบ 14 การร่อนพลอย

ที่มา: ผู้วิจัย

กิมไน้ สิริพฤษภา ได้อธิบายการคัดเลือกชนิด ที่มีทั้งหมด 3 ชนิด ได้แก่ นิลตัน นิลเสี้ยนและนิตติดเหล็ก ไว้ว่า



ภาพประกอบ 15 ก้อนนิตที่ขุดพบก่อนการเจียรระไน

ที่มา: ผู้วิจัย

1. นิลตัน คือ นิลที่พบควบคู่กับพลอยตระกูลคอร์มดัม หรือ พลอยทับทิม ไพลิน ในอำเภอป้อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งแรในกลุ่มนิตตะโกหรือสปีเนลลักษณะที่พบโดยทั่วไป มีสีดำ เนื้อเนียนแน่น ทึบแสง ปรากฏคล้ายแก้ว ส่วนมากพบผลึกกึ่งสมบุรณ์ ซึ่งนิตตะโกคือสปีเนลสีดำ เหมาะสำหรับเจียรระไนแบบต่าง ๆ ทุกรูปแบบ เนื่องจากมีเนื้อผลึกตัน สีดำสนิทสม่ำเสมอ ซึ่งเมื่อนำมาเจียรระไนจะทำให้ได้เครื่องประดับสวยงามมาก

2. นิลเสี้ยนหรือไพรอซิน มีลักษณะพบได้โดยทั่วไป มีลักษณะเนื้อแน่น สีดำ ทึบแสง ผลึกไม่สมบูรณ์เท่าไรนัก เหมาะสำหรับเจียรไนแบบไม่มีเหลี่ยม หรือเหมาะสมกับการเจียรไนแบบหลังเบี้ย ที่ใช้การขัดเงา ขัดมัน ซึ่งมีความสวยงามและมันวาวเช่นกัน แต่จะสู้นิลตันไม่ได้

3. นิลติดเหล็กหรือแมกนีไทต์ มีลักษณะเนื้อแน่น สีเทาดำ มีความวาวแบบโลหะ โดยมากจะพบผลึกกึ่งสมบูรณ์ มีความสามารถในการดูดแม่เหล็ก หรือเรียกชื่อได้ทั้งสองแบบว่า นิลติดเหล็กคือแมกนีไทต์

โดยนिलทั้ง 3 ชนิดจะมีความแตกต่างกันคือ นิลตันจะมีความเหมาะสมกับการนำมาเจียรไนเหลี่ยม เพราะมีความแข็งมาก นิลเสี้ยนเหมาะกับการนำมาเจียรไนแบบไม่มีเหลี่ยม และนिलติดเหล็กเหมาะกับการนำมาทำเป็นวัตถุดิบที่มีความเชื่อว่า มีพลังงานสูง ซึ่งหาได้ยาก นิลติดเหล็ก คือ อัญมณีหายากที่สุดในประเภทของนिलทั้ง 3 ชนิด ซึ่งพบมากที่สุดจังหวัดกาญจนบุรี (กิมนั้ สิริพฤษษา. 2557: สัมภาษณ์)

การซื้อขายพลอยในอดีต

การซื้อขายพลอยในอดีต เมื่อขุดมาได้จะทำการซื้อขายกันในเหมืองพลอยนั้นเลย โดยที่ราคาของนिलในอดีตกับในปัจจุบันนั้นมีความแตกต่างกันมาก ในอดีตนั้นไม่มีคนสนใจ แต่สมัยนี้คนรู้จักนिलเยอะมากขึ้นจึงมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน (กิมนั้ สิริพฤษษา. 2557: สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 16 การซื้อขายพลอยในอดีต

ที่มา: ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจนบุรี

ขั้นตอนการเจียรไนนิล

1. คัดเลือกคุณภาพของนิลที่ขุดได้ทั้งหมดมาเลือกก่อนทำการเจียรไน จากที่รับซื้อทั้งหมดจะสามารถเลือกใช้ได้ประมาณร้อยละ 10 เพราะพลอยจะมีรอยแตกร้าวจำนวนมาก โดยจะต้องเลือกก่อนที่มีเนื้อดี โดยต้องเลือกรูปทรงที่เกิดตามธรรมชาตินั้นให้ใกล้เคียงกับรูปทรงที่เราจะนำมาทำการเจียรไน



ภาพประกอบ 17 นิลก่อนก่อนการเจียรระไน

ที่มา: ผู้วิจัย

2. ก่อนการเจียรระไนต้องทำการโกนพลอยให้ได้รูปทรงตามที่ต้องการก่อนจึงจะนำมาเจียรระไนเหลี่ยมได้ โดยมีเครื่องมือเรียกว่า ไต๊ะเจียรระไน

3. ทำการเจียรระไนเหลี่ยมตามที่ต้องการ โดยคุณสมบัติที่ดีของการเป็นนักเจียรระไนต้องอาศัยความอดทนมาก



ภาพประกอบ 18 การโกนพลอย และการเจียรระไนพลอย

ที่มา: ผู้วิจัย

4. หลังการเจียรระไนนิลเสร็จสมบูรณ์จึงนำมาขึ้นรูป เช่น สร้อยคอ ต่างหู แหวน โดยเลือกตามความเหมาะสมของรูปทรงของนิลที่เจียรระไนแล้ว

การถ่ายทอดความหมาย

การถ่ายทอดความหมาย คือ การสื่อสารอย่างหนึ่งที่ทำให้มนุษย์สามารถรับรู้ และเข้าใจระหว่างกันกันได้ โดยการถ่ายทอดความหมายที่ตื้นตื้นต้องขึ้นอยู่กับปัจเจกบุคคล และพื้นฐานของความเชื่อ

ความเชื่อเป็นการยอมรับสิ่งที่เกิดจากจิตสำนึกของคนและต่ออำนาจเหนือสิ่งที่เป็นธรรมชาติ ซึ่งมีผลกระทบต่อระบบกระบวนการคิด ถึงแม้ความเชื่อนั้นจะไม่สามารถพิสูจน์ได้แต่เมื่อเกิดทัศนคติความเชื่อใดเกิดขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งนั้นเช่นกัน

ความเชื่อในเรื่องอำนาจของสี สร้างความหมาย และส่งผลต่อชีวิตประจำวันเช่นเดียวกัน สมเกียรติ ตั้งนะโม (2538) ได้กล่าวไว้ว่า สีอาจจะสร้างความหมายในเชิงจิตวิทยา แต่บางครั้งก็ไม่เกี่ยวข้องและไม่สอดคล้องต่อการสร้างสัญลักษณ์ใดๆด้วยเช่นเดียวกัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สิ่งแวดล้อม และคติความเชื่อที่ถูกสั่งสมมา(สมเกียรติ ตั้งนะโม. 2538)

อัญมณีนิล เป็นอัญมณีสีดำ มีคุณสมบัติที่บดแสง แต่เมื่อเจียรระไนแล้วจะเกิดมิติประกายแวววาว แต่ด้วยความหมายในเชิงวัฒนธรรมที่สั่งสมกันมานั้น การให้ความหมายของสีดำมักปรากฏอยู่บนความโศกเศร้า ไร้ทุกข์ แต่อีกนัยยะความหมายหนึ่ง ก็แฝงความรู้สึกในเชิงจิตวิทยาที่แสดงออกถึงความเข้มแข็ง และ ปกป้องปลอดภัย

ดังนั้น ศูนย์เจียรระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ จึงพยายามสร้างสรรค์ และเปลี่ยนทัศนคติการถ่ายทอดความหมายของอัญมณีนิลสีดำ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ออกแบบและผลิต นิลเป็นรูปเต่าที่เชื่อมโยงความเชื่อว่า เต่านั้นมีอายุยืนนาน และเต่าก็ยังเป็นสัตว์นำโชค จึงทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ “เต่านิล สัญลักษณ์ของความมีอายุยืน”



ภาพประกอบ 19 อัญมณีนิลที่มีการดัดแปลงการเจียรระไนเป็นรูปเต่านำโชค

ที่มา: ศูนย์เจียรระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์

จากภาพประกอบ 12 การนำอุดมการณ์มาดัดแปลงการเจียระไนเป็นรูปเต่า นำโชค นั้นเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างให้เกิดทัศนคติใหม่ต่อผู้บริโภคเครื่องประดับนิลสีดำ อีกทั้งสมเด็จพระบรมราชินีนาถ พระองค์ท่านทรงพระราชทานตรัสถึงความหมายของนิลไว้ว่า “นิลสีดำมีความหมายว่าโชคดี” และ “รักแท้คือหัวใจสีดำไม่ใช่หัวใจสีแดง” (กิมไน้ สิริพฤษภา. 2558: สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่าการถ่ายทอดความหมายของเครื่องประดับนิลสีดำของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีกระบวนการทางความคิดที่เชื่อมโยงสู่การผลิตและสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดทัศนคติ ความเชื่อ และสื่อสารความหมายในเชิงบวกทั้งสิ้น

1.3 การเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจที่มีส่วนร่วมต่อชุมชน และการบริโภคสินค้าเชิงวัฒนธรรม

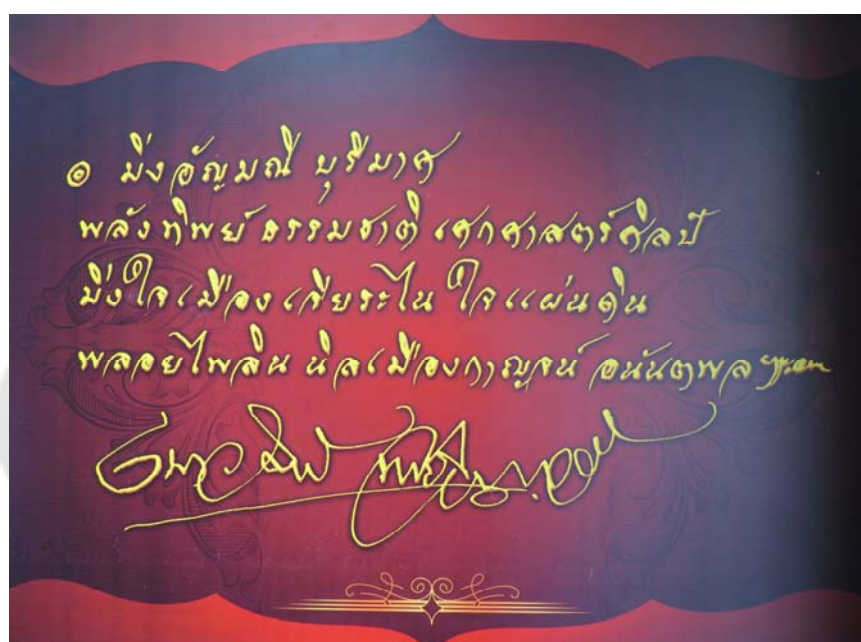


ภาพประกอบ 20 เยวชนเรียนรู้พิพิธภัณฑ

ที่มา: ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์

ศูนย์เจียระไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ ดำเนินธุรกิจที่เกิดจากการสร้างสรรค์ผลงานทางความคิด และมีความพยายามผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมต่อชุมชน และอยู่ร่วมกับชุมชน โดยจัดตั้งพิพิธภัณฑที่สามารถทำให้ผู้คนที่สนใจในอุดมการณ์ได้มีโอกาสเข้าไปศึกษาจนกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ดำเนินการควบคู่กับธุรกิจ และบอกเล่าเรื่องราวจนกลายเป็นกระบวนการตระหนักถึงคุณค่าในเชิงสัญลักษณ์ ความคิดของผู้บริโภค ตามทฤษฎีแนวคิดการผลิต การกลายเป็นสินค้าและการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของฌอง โบร์ดริยาร์ด (Jean Baudrillard)

ศุภญ์เจียรไนเนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีความพยายามสร้างสรรค์คุณค่าให้เครื่องประดับ
 นิลเกิดการแปรเปลี่ยนกระบวนการทางความคิดในการบริโภคของผู้บริโภค โดยลดบทบาทของประโยชน์
 ใช้สอยแต่มุ่งเน้นคุณค่าที่เกิดจากเรื่องราว และกระบวนการสร้างสรรค์และการผลิต ดังนั้นการอธิบาย
 การบริโภคโดยเศรษฐศาสตร์แบบเดิม จึงไม่ใช่การบริโภคเครื่องประดับนิลจากศุภญ์เจียรไนเนนิล อนันตพล
 พลอยกาญจน์ เพราะผู้บริโภคเริ่มมีกระบวนการทางความคิดในด้านคุณค่าที่เกิดจากการถ่ายทอดองค์
 ความรู้จากศุภญ์เจียรไนเนนิลไปสู่ผู้บริโภคอย่างเป็นขั้นตอน ทำให้เกิดเป็นปรากฏการณ์การบริโภคสินค้า
 เชิงวัฒนธรรมและมุ่งเน้นคุณค่าในเชิงความหมาย



ภาพประกอบ 21 การอธิบายความหมายศุภญ์เจียรไนเนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์

ที่มา: ศุภญ์เจียรไนเนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์

จะเห็นได้ว่า แนวทางการดำเนินกิจกรรม และการสร้างสรรค์สินค้าเชิงวัฒนธรรมในมิติของ
 ศุภญ์เจียรไนเนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ ไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่าด้วยเรื่องของอรรถประโยชน์ (utility)
 หรือทฤษฎีแห่งความพึงพอใจ (pleasure) โดยทั่วไป แต่วางอยู่บนรากฐานของ”การสร้างคุณค่าและ
 ความหมายของวัตถุ”ที่ถูกสร้างขึ้นมาในสังคม ซึ่งตั้งอยู่บนกระบวนการแห่งความแตกต่าง (difference)
 และเป็นเงื่อนไขที่ทำให้มนุษย์ก้าวเข้าสู่การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (อิทธิคม โกมลวิทยาธร. 2548: 16-29)

การศึกษาวิเคราะห์วัฒนธรรมการบริโภคเครื่องประดับนิลของผู้บริโภค ตามแนวทฤษฎีของ โบดริยาร์ด ซึ่งมุ่งประเด็นหลักไปที่ “การบริโภค” หรือพฤติกรรมในการเลือกบริโภคนั้นไม่ได้มีหน้าที่ เกี่ยวข้องกับความรุ่มรวย แต่เป็นหน้าที่หนึ่งของการผลิต คือ เมื่อสินค้าชนิดหนึ่งถูกผลิตขึ้นมา มันย่อม ต้องมีคุณค่าทางการใช้สอย แต่เมื่อเกิดการผลิตซ้ำเพื่อตอบสนองทั้งความต้องการและความจำเป็น ต้องได้ครอบครอง ดังนั้นการบริโภค จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่อยู่ควบคู่กับการผลิตนั่นเอง

1. วิเคราะห์ด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

ผู้วิจัยศึกษาด้านการสร้างคุณค่า การแปรเปลี่ยนเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมต่อเครื่องประดับ นิลศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ โดยมุ่งศึกษาวิเคราะห์รูปลักษณะของการออกแบบเครื่องประดับ นิลศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ จำนวน 45 ตัวอย่าง ซึ่งมีประเด็นขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. โครงสร้าง อันได้แก่ รูปร่าง และรูปทรงภายนอกของเครื่องประดับ
2. ลักษณะของลวดลายภายในที่ปรากฏในการออกแบบเครื่องประดับนิล
3. รูปทรงของอัญมณีนิล และอัญมณีประกอบ

ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ในขั้นตอนที่ 1 ในการศึกษาคุณค่าด้านภูมิปัญญาเครื่องประดับนิล และด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ เพื่อนำไปใช้ในการ ศึกษาวิจัยในขั้นตอนที่ 2 ของการวิจัย

ผลการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์รูปลักษณะของการออกแบบเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 45 ตัวอย่าง ดังนี้

เครื่องประดับนิลประเภทแหวน	15	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิลประเภทจี้ และสร้อยคอ	12	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิลประเภทกำไลและสร้อยข้อมือ	10	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิล ประเภทต่างหู	8	ตัวอย่าง

โดยผลการวิเคราะห์มีดังนี้

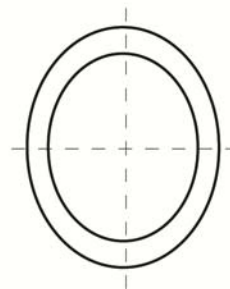
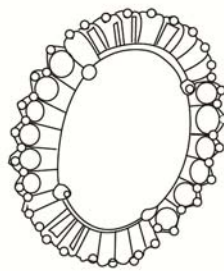
ภาพเครื่องประดับนิลประเภทแหวน จำนวน 15 ตัวอย่าง ต่อไปนี้

 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 1</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 2</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 3</p>
 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 4</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 5</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 6</p>
 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 7</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 8</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 9</p>
 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 10</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 11</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับประเภท แหวนที่ 12</p>



ผลการวิเคราะห์เครื่องประดับนิลประเภทแหวน จำนวน 12 ตัวอย่าง ต่อไปนี้

1. แหวนนิลรูปทรงวงรี 2 วงซ้อนกัน



การวิเคราะห์

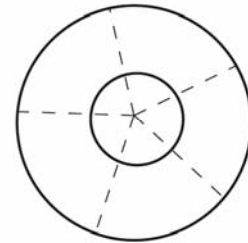
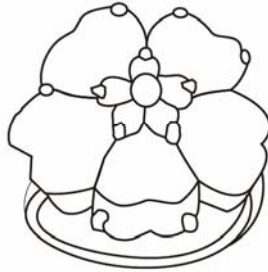
โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต วงรี 2 วงซ้อนกัน

ลวดลาย: ลวดลายเกิดขึ้นจากการจัดวางอัญมณี เรียงต่อกันในรูปทรงวงรีรอบ

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นเส้นตรงที่เกิดจากการจัดวางองค์ประกอบให้มีทิศทางไปจากจุดศูนย์กลางไปสู่เส้นรอบนอก
 2. การใช้สี: สีขาว ดำ
 3. การให้ความสมดุล: ตามแกน ซ้ายขวาเท่ากัน
 4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ
- รูปทรงของอัญมณี:** อัญมณีทรงกลม Round shape อัญมณีทรงรี Oval shape
อัญมณีสี่เหลี่ยม Emerald shape

2. แหวนนิล (รูปหัวใจแบบที่ 1)



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิตทรงกลม 2 วง
ซ้อนกัน

ลวดลาย: ลวดลายเกิดขึ้นจากการจัดวางอัญมณี ให้เกิดเป็นรูปดอกไม้

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือเส้นโค้งตามรูปร่างอัญมณีหัวใจที่เรียงต่อกันในโครงสร้างรูปร่างวงกลม โดยมีทิศทางของเส้นจากจุดศูนย์กลาง สร้างให้เกิดเป็นรูปร่างของดอกไม้

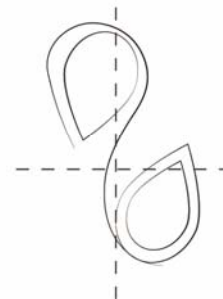
2. การใช้สี: สีขาว ดำ

3. การให้ความสมดุล: ตามแกน ซ้ายขวาเท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีทรงกลม Round shape อัญมณีทรงหัวใจ Heart shape

3. แหวนนิลทรงหยดน้ำดอกไม้ตูม



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างอิสระโดยมีเส้นการออกแบบของก้านแหวนที่ไขว้บิดทั้ง 2 ด้านอย่างอิสระ ให้อัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำ 2 สัมผัสกัน

ลวดลาย: ลวดลายเกิดขึ้นจากการจัดวางรูปทรงหยดน้ำซ้อนกัน 2 วง ลวดลายเกิดขึ้นคล้ายดอกไม้ตูม และใช้เพชรล้อมรอบอัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำ

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือเส้นโค้งที่มีความพริ้วไหวไปตามเส้นโค้งของรูปหยดน้ำ มีความอิสระของเส้นในทิศทางที่แตกต่างกัน 2 ข้าง แต่ยังคงน้ำหนักที่เท่ากันในการออกแบบ

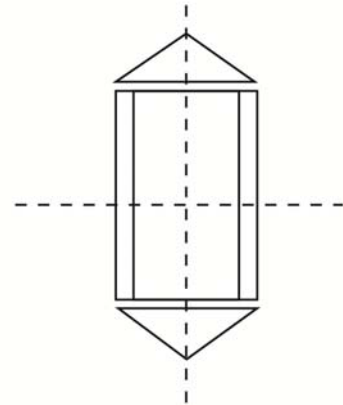
2. การใช้สี: สีขาว ดำ

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนบนล่าง และซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลทรงหยดน้ำสีดำ 2 ชิ้น แต่มีตำแหน่งที่เป็นอิสระของทิศทางตามเส้นโค้งที่พริ้วไหว ล้อมรอบด้วยเพชรทรงกลมสีขาว

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีทรง Round shape อัญมณีทรงหยดน้ำ Pear Shape

4. แหวนนิลรูปเหลี่ยม



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ประกอบด้วยสี่เหลี่ยม ผืนผ้า และสามเหลี่ยม 2 ชั้นประกบด้านบนและด้านล่างของหน้าแหวน

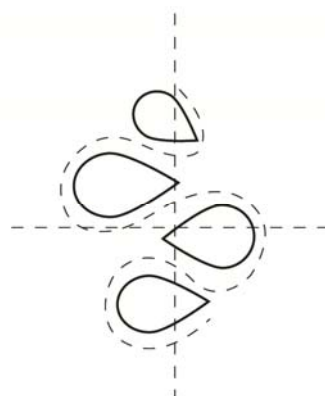
ลวดลาย: ลวดลายเกิดขึ้นจากการจัดวางอัญมณีตามพื้นที่ของรูปทรงเรขาคณิต

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นตรง และเส้นโค้งจากรูปทรงสามเหลี่ยม
2. การใช้สี: สีขาว ดำ
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนบนล่าง และซ้ายขวาที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำทรงสี่เหลี่ยม ผืนผ้าล้อมรอบด้วยเพชรสีขาว

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีทรง Round shape อัญมณีทรงผืนผ้า Radiant

5. แหวนนิลทรงหยดน้ำรูปทรงอิสระ



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตทรงหยดน้ำ โดยใช้เส้นโค้งเป็นการเชื่อมโยงโครงสร้างต่อกัน

ลวดลาย: ลวดลายเกิดขึ้นจากการจัดวางอัญมณีตามพื้นที่ของรูปเรขาคณิตทรงหยดน้ำ สร้างความพลิ้วไหวด้วยเส้นโค้ง ทำให้เกิดลวดลายที่คลี่คลายจากรูปทรงเรขาคณิต เกิดเป็นลวดลายเส้นอิสระ

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งจากรูปเรขาคณิตทรงหยดน้ำ

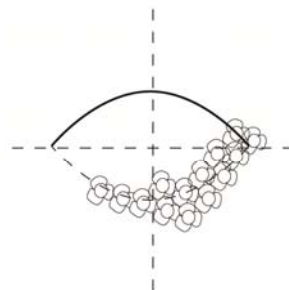
2. การใช้สี: สีขาว ดำ

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนบนล่าง และซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงหยดน้ำ ล้อมรอบด้วยเพชรสีขาว

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีทรง Round shape, อัญมณีทรงหยดน้ำ Pear Shape

6. แหวนนิลทรงมาตีประกอบลวดลายดอกไม้



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตทรงมาตี ประกอบด้วยรูปร่างดอกไม้ขนาดเล็ก

ลวดลาย: ลวดลายเกิดขึ้นจากการจัดวางอัญมณีรูปเรขาคณิตทรงมาตี ประกอบลายดอกไม้ขนาดเล็กบริเวณพื้นที่ด้านข้างอัญมณี 2 ด้าน

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งจากรูปเรขาคณิตทรงมาตี และเส้นโค้งอิสระสร้างรูปทรงดอกไม้ ให้สุนทรีย์ความรู้สึกถึงดอกไม้และธรรมชาติ ด้วยสีเส้นของอัญมณีที่หลากหลาย

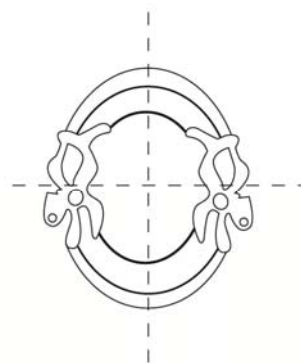
2. การใช้สี: สีขาว ดำ สีแดง สีเขียว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงมาตี ประกอบด้วยลวดลายดอกไม้ที่ฝั่งด้วยอัญมณี สีแดง และสีเขียว ทำให้จุดเด่นยังคงอยู่ที่กึ่งกลางแต่เพิ่มความน่าสนใจในลวดลายประกอบด้านข้าง

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีทรงมาตี Marquise อัญมณีทรงกลม Round shape

7. แหวนนิลรูปทรงวงรีเถาวัลย์ไม้



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตวงรี 2 วง ซ้อนกัน

ลวดลาย: ลวดลายเกิดขึ้นจากการจัดวางอัญมณีรูปเรขาคณิตวงรีซ้อนกัน 2 วง ประกอบกับลวดลายดอกไม้ ใบไม้

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งจากรูปเรขาคณิตวงรีซ้อนกัน มีลวดลายดอกไม้ ให้สุนทรีย์และความรู้สึกธรรมชาติ ด้วยสีสันของอัญมณีที่หลากหลาย การแทนสัญลักษณ์ของสีอัญมณีกับดอกไม้

2. การใช้สี: สีขาว ดำ สีแดง สีชมพู สีเขียว

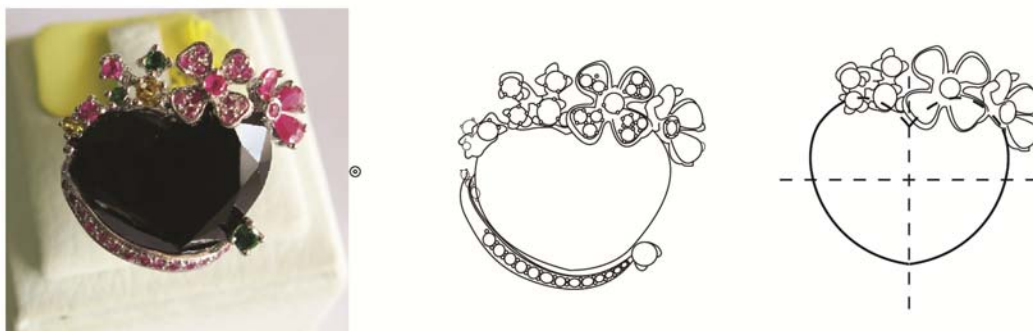
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตวงรี ซ้อนกัน ประกอบด้วยลวดลายดอกไม้ที่ฝังด้วยอัญมณี สีแดง สีชมพู และสีเขียว ทำให้เพิ่มความน่าสนใจในลวดลายประกอบบริเวณด้านข้างซ้ายขวาของก้านแหวน

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีทรงวงรี Oval อัญมณีทรงกลม Round shape อัญมณีมาคี

Marquise shape

8. แหวนนิล(รูปหัวใจแบบที่ 2)



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างเรขาคณิตรูปหัวใจ

ลวดลาย: ลวดลายเกิดขึ้นจากการจัดวางอัญมณีเรขาคณิตรูปหัวใจ ประกอบกับลวดลายดอกไม้ที่จัดวางตามรูปทรงของอัญมณี มีลวดลายดอกไม้ขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ไม่เท่ากัน จัดวางบนพื้นที่หน้าแหวน

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งจากเรขาคณิต รูปหัวใจ มีลวดลายดอกไม้ ให้สุนทรีย์ความรู้สึกถึงธรรมชาติ ด้วยสีส้มของอัญมณีที่หลากหลาย การแทนสัญลักษณ์ของสีอัญมณีกับดอกไม้

2. การใช้สี: สีขาว ดำ สีชมพู สีเขียว

3. การให้ความสมดุล: การจัดวางความสมดุลด้วยลวดลายทั้งสองด้านที่ไม่เหมือนกัน แต่ขนาด และน้ำหนักของพื้นที่ในการจัดวางที่สมดุล และเท่ากัน

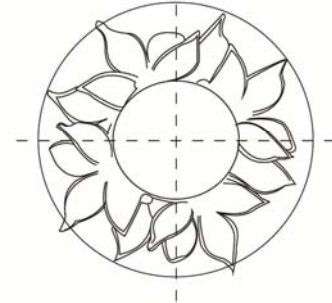
ด้านซ้าย: น้ำหนักของพื้นที่อยู่ที่เส้นโค้งจัดวางอัญมณีเป็นแถวเรียงต่อกัน และการจัดวางอัญมณีขนาดเล็ก แทนสัญลักษณ์ของดอกไม้ขนาดเล็ก

ด้านขวา: น้ำหนักของพื้นที่ด้านขวาอยู่ที่รูปทรงของดอกไม้ขนาดใหญ่ 2 ชิ้น ที่มีการเลือกใช้อัญมณี ด้วยรูปร่างแตกต่างกันบนพื้นที่ของรูปทรงดอกไม้

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำเรขาคณิตรูปหัวใจ ประกอบด้วยลวดลายดอกไม้ที่ฝังด้วยอัญมณี สีชมพู และสีเขียว ทำให้เพิ่มความน่าสนใจ ในลวดลายประกอบบริเวณด้านข้างซ้ายขวาของก้านแหวน

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีทรงหัวใจ (Heart shape) อัญมณีทรงกลม (Round shape) อัญมณีทรงเหลี่ยม Princess shape, อัญมณีทรงสี่เหลี่ยมคางหมู Tapered Baguette

9. แหวนนิลทรงกลมลวดลายอิสระคล้ายกลีบดอกไม้



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตวงกลม

ลวดลาย: ลวดลายเกิดขึ้นจากการจัดวางอัญมณีรูปเรขาคณิตวงกลม ประกอบด้วย ลวดลายอิสระคล้ายกลีบดอกไม้ และใบไม้

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งจากรูปเรขาคณิตวงกลม มีลวดลายอิสระคล้ายกลีบดอกไม้ และใบไม้ ให้สุนทรีย์และความรู้สึกธรรมชาติ ด้วยสีเส้นของอัญมณีที่หลากหลาย

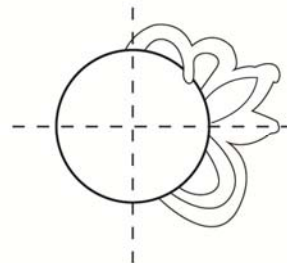
2. การใช้สี: ดำ สีแดง สีเหลือง สีเขียว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงวงกลม ประกอบด้วยลวดลายดอกไม้ที่ฝังด้วยอัญมณี สีแดง สีเหลือง และสีเขียว

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีทรงกลม Round shape

10. แหวนนิลทรงกลมคล้ายดอกไม้ตูม



การวิเคราะห์

โครงสร้าง โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตทรงกลม

ลวดลาย ลวดลายเกิดขึ้นจากการจัดวางอัญมณีรูปเรขาคณิตทรงกลม ประกอบกับลวดลายอิสระ

การออกแบบ

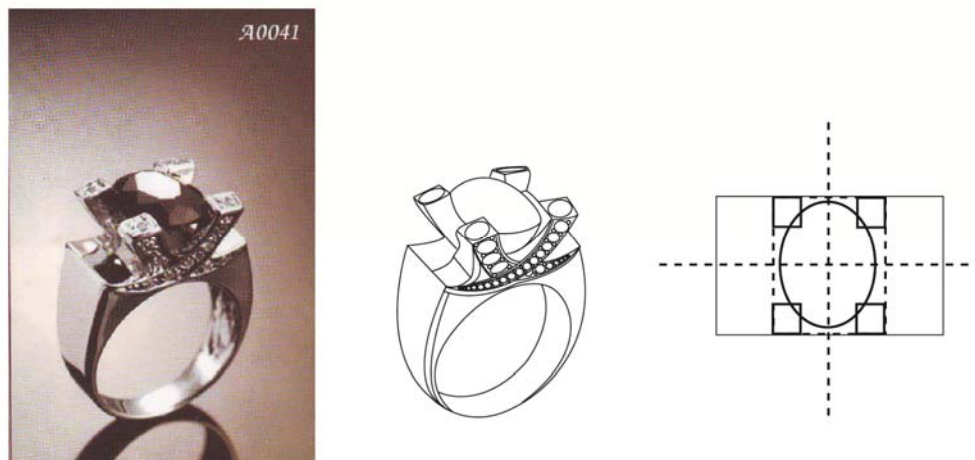
1. การใช้เส้น : เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งอิสระที่สร้างความพลิ้วไหวให้ลดความแข็งของอัญมณีทรงกลม มีลักษณะของการออกแบบเหมือนดอกไม้ตูมกำลังเบ่งบาน อีกทั้งยังใช้อัญมณีสีเพื่อสร้างสีสันให้กับชิ้นงาน

2. การใช้สี: สีดำ สีแดง สีเขียว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงกลม ล้อมรอบด้วยอัญมณีสีเหลืองใสที่มีขนาดเล็ก ยิ่งทำให้จุดเด่นมีความเด่นชัดมากยิ่งขึ้น
รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีทรงกลม (Round shape) อัญมณีมาคี (Marquise shape)

11. แหวนนิลทรงวงรีหน้าสี่เหลี่ยม



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ลวดลาย: ลวดลายด้านบนเกิดขึ้นจากการจัดวางอัญมณีรูปเรขาคณิตทรงกลม และทรงรีบนพื้นที่สี่เหลี่ยมผืนผ้า ลวดลายด้านข้างของแหวนเกิดจากเส้นโค้งลากไขว้ทับซ้อนกันทั้ง 2 ด้าน จัดวางเรียงแถวด้วยอัญมณีภายใน

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นตรงและเส้นโค้งที่มีความแข็งแรง สร้างเป็นเส้นขนานกันทำให้เกิดมวลรูปทรงขึ้น โดยออกแบบให้มีแกนหลักแบบเสายึดอัญมณีรูปวงรีไว้ 4 มุม ซึ่งการออกแบบในลักษณะนี้จะมีแรงบิดลาลงเพื่อแสดงออกถึงความงดงามของอัญมณีนิลที่สามารถมองเห็นได้ทุกด้าน แต่มีความมั่นคง แข็งแรง ไม่ต้องกังวลขณะสวมใส่

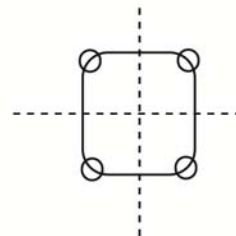
2. การใช้สี: สีดำ สีขาว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงรี โดยทำการยึดอัญมณีกับตัวเรือนไว้เพียง 4 มุม เพื่อสร้างจุดเด่นให้ชัดเจนที่กึ่งกลาง

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีทรงวงรี (Oval) อัญมณีทรงกลม (Round shape)

12. แหวนนิลสีเหลี่ยมจัตุรัส



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตสี่เหลี่ยมจัตุรัส

ลวดลาย: ลวดลายมีความเรียบง่าย โดยใช้เส้นอิสระ พริ้วไหวให้เกาะเกี่ยวพื้นที่มุมของอัญมณี บริเวณพื้นที่ก้านแหวนมีความเรียบ มั่นวาว

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นอิสระ พริ้วไหว ไปเกาะเกี่ยวพื้นที่มุมทั้ง 4 มุมของอัญมณี เพื่อสร้างความแข็งแรงระหว่างตัวเรือนและอัญมณี การออกแบบเรียบง่าย มุ่งเน้นพื้นที่ว่างของอัญมณี บนตัวเรือน

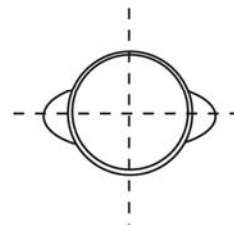
2. การใช้สี: สีดำ สีขาว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น : ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตสี่เหลี่ยมจัตุรัส โดยทำการยึดอัญมณีกับตัวเรือนไว้ 4 มุม

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีสี่เหลี่ยมจัตุรัส (Princess Cut)

13. แหวนนิลรูปโดมหลังเบี้ย



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างวงกลมรูปโดม

ลวดลาย: ลวดลายมีความเรียบง่าย เน้นพื้นที่ว่างของอัญมณี บนตัวเรือน

การออกแบบ:

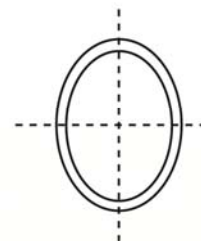
1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งตามโครงสร้างของตัวเรือนรูปทรงแหวน เส้นโค้งโดยรอบอัญมณี เพื่อการยึดเกาะระหว่างอัญมณี และตัวเรือน บริเวณพื้นที่ก้านแหวนทำการเจาะทะลุผ่านในรูปร่างมาคี่ คล้ายเม็ดข้าวสาร เพื่อไม่ให้พื้นที่เกิดความทึบตันมากเกินไป

2. การใช้สี: สีดำ สีขาว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงกลมเป็นโดมมนสูง รูปทรงของอัญมณี อัญมณีทรงกลมมนสูง มีชื่อเรียก การเจียระไน ว่า Round high Cabochon Cut

14. แหวนนิลทรงวงรีล้อมเพชร



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตวงรี

ลวดลาย: ลวดลายมีความเรียบง่าย เน้นพื้นที่ว่างของอัญมณี เป็นหลัก

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งตามโครงสร้างของอัญมณี เส้นโค้งโดยรอบอัญมณี เพื่อการยึดเกาะระหว่างอัญมณี และตัวเรือน ล้อมรอบด้วยเพชรสีขาว

2. การใช้สี: สีดำ สีขาว

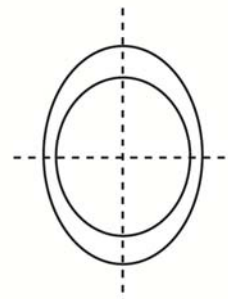
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงวงรี ตัดกับสีขาวด้วยเพชรที่จัดวางล้อมรอบนิลสีดำ ส่งเสริมให้จุดเด่นชัดเจนสวยงาม

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีวงรีนูน มีชื่อเรียก การเจียรไน ว่า Oval Common

Cabochon Cut

15. แหวนนิลทรงวงรีล้อมเพชรเรียงขนาด

**การวิเคราะห์**

โครงสร้าง โครงสร้างของหน้าแหวนเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตวงรี

ลวดลาย ลวดลายมีความเรียบง่าย เน้นพื้นที่ว่างของอัญมณี เป็นหลัก

การออกแบบ

1. การใช้เส้น : เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งตามโครงสร้างของอัญมณี เส้นโค้งโดยรอบอัญมณีเพื่อการยึดเกาะระหว่างอัญมณี และตัวเรือน ล้อมรอบด้วยเพชรสีขาวยที่เรียงต่อกันจากขนาดใหญ่ไปหาเพชรขนาดเล็กบรรจบชนกัน 2 ด้าน

2. การใช้สี: สีดำ สีขาว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงวงรี ตัดกับสีขาวด้วยเพชรที่จัดวางล้อมรอบนิลสีดำเรียงขนาด

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีรูปทรงวงรี (Oval shape) อัญมณีทรงกลม (Round shape)

สรุปการวิเคราะห์

ศูนย์เจียระไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทแหวน จำนวน 15 แบบ ตามประเด็นการวิเคราะห์ด้านการออกแบบ ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ด้านลวดลาย และการเลือกใช้รูปทรงของอัญมณีนิล สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 ด้านโครงสร้าง ด้านลวดลาย และการเลือกใช้รูปทรงของอัญมณีนิล

แบบที่	ภาพเครื่องประดับนิล	การออกแบบ		
		การวิเคราะห์โครงสร้าง	ลวดลาย	รูปทรงของอัญมณีที่ใช้
1.	เครื่องประดับประเภทแหวน			
1.1		โครงสร้าง เรขาคณิตรูปทรงวงรี	ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี
1.2		โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	ลวดลายจากธรรมชาติคล้ายดอกไม้	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหัวใจ
1.3		โครงสร้างเรขาคณิตรูปทรงวงรี	ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ
1.4		โครงสร้างเรขาคณิตรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า	ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม
1.5		โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ	ลวดลายแบบอิสระ	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ
1.6		โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	ลวดลายจากธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงมาคี้
1.7		โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	ลวดลายจากธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี

ตาราง 1 (ต่อ)

แบบ ที่	ภาพเครื่องประดับนิล		การออกแบบ		
			การวิเคราะห์ โครงสร้าง	ลวดลาย	รูปทรงของอัญ มณีที่ใช้
1.8			โครงสร้าง เลียนแบบ ธรรมชาติ	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงหัวใจ
1.9			โครงสร้างรูปทรง เลียนแบบ ธรรมชาติ	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงกลม
1.10			โครงสร้างรูปทรง เลียนแบบ ธรรมชาติ	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงกลม
1.11			โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงวงรี
1.12			โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรง สี่เหลี่ยม
1.13			โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงกลม หลังเบี้ย
1.14			โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงวงรี
1.15			โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงวงรี

สรุปผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล ด้านโครงสร้าง

แหวนเป็นเครื่องประดับที่ใช้กับส่วนที่เป็นนิ้วมือ การออกแบบแหวนของ ศูนย์เจียระไน อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิตเป็นรูปทรงที่มีพื้นฐานรูปแบบจากรูปทรงสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม ฯลฯ ซึ่งปรากฏว่ามีจำนวน 7 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 1.1 แหวนนิลรูปทรงวงรี 2 วงซ้อนกัน, 1.4 แหวนนิลรูปเหลี่ยม, 1.11 แหวนนิลทรงวงรีหน้าสี่เหลี่ยม, 1.12 แหวนนิลสี่เหลี่ยมจัตุรัส, 1.13 แหวนนิลรูปโดมหลังเบี้ย, 1.14 แหวนนิลทรงวงรีล้อมเพชร, 1.15 แหวนนิลทรงวงรีล้อมเพชรเรียงขนาด

เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ที่มีโครงสร้างจากรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ปรากฏว่ามีจำนวน 6 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 1.2 แหวนนิลรูปหัวใจเลียนแบบรูปทรงดอกไม้, 1.6 แหวนนิลทรงมาตีประกอบลวดลายดอกไม้, 1.7 แหวนนิลรูปทรงวงรีเกอวัลย์ไม้, 1.8 แหวนนิลรูปหัวใจลวดลายดอกไม้, 1.9 แหวนนิลทรงกลมลวดลายอิสระคล้ายกลีบดอกไม้, 1.10 แหวนนิลทรงกลมคล้ายดอกไม้ตูม

เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ที่มีโครงสร้างจากรูปทรงอิสระ ปรากฏว่ามีจำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 1.3 แหวนนิลทรงหยดน้ำไขว้อิสระ, และ 1.5 แหวนนิลทรงหยดน้ำเส้นโค้งอิสระ

จะเห็นได้ว่า เครื่องประดับนิล ประเภทแหวน ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบแหวนที่มีโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิตมากที่สุดเป็นอันดับ 1 โครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ เป็นอันดับ 2 และ โครงสร้างจากลวดลายอิสระเป็นอันดับ 3

เนื้อหาสาระในการออกแบบด้านโครงสร้างการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทแหวน

เครื่องประดับนิลศูนย์เจียระไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มุ่งเน้นการออกแบบแหวนที่มีโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิตเป็นสาระสำคัญ ทำให้เกิดรูปแบบแหวนที่สามารถสวมใส่ได้ทุกกาละเทศะ ซึ่งขนาดของแหวนที่พบโดยมากจะมีขนาดใหญ่ซึ่งมีสาเหตุมาจากกระบวนการคิดสร้างสรรค์ที่เริ่มจากการคัดสรรวัสดุและอัญมณีก่อนที่จะสร้างสรรค์ตัวเรือน จึงทำให้ตัวเรือนเครื่องประดับแหวนนั้นมีรูปทรงใหญ่ตามรูปทรงของอัญมณีนิล

ด้านลวดลาย

เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ที่มีลวดลายจากรูปทรงเลขาคณิต ซึ่งปรากฏว่ามีจำนวน 7 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 1.1 แหวนนิลรูปทรงวงรี 2 วงซ้อนกัน, 1.4 แหวนนิลรูปเหลี่ยม, 1.11 แหวนนิลทรงวงรีหน้าสีเหลี่ยม, 1.12 แหวนนิลสีเหลี่ยมจัตุรัส, 1.13 แหวนนิลรูปโดมหลังเบี้ย, 1.14 แหวนนิลทรงวงรีล้อมเพชร, 1.15 แหวนนิลทรงวงรีล้อมเพชรเรียงขนาด ซึ่งการออกแบบเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบลวดลายของเครื่องประดับจากรูปทรงเลขาคณิต มีความสอดคล้องกันกับการออกแบบที่มีโครงสร้างจากเรขาคณิต

เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ที่มีลวดลายจากรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ปรากฏว่ามีจำนวน 7 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 1.2 แหวนนิลรูปหัวใจเลียนแบบรูปทรงดอกไม้, 1.3 แหวนนิลทรงหยดน้ำไข้วอิสระ, 1.6 แหวนนิลทรงมาคิประกอบลวดลายดอกไม้, 1.7 แหวนนิลรูปทรงวงรีเกอวล์ยี่ไม้, 1.8 แหวนนิลรูปหัวใจลวดลายดอกไม้, 1.9 แหวนนิลทรงกลมลวดลายอิสระคล้ายกลีบดอกไม้, 1.10 แหวนนิลทรงกลมคล้ายดอกไม้ตูม

เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ที่มีลวดลายจากรูปทรงอิสระ ปรากฏว่ามีจำนวน 1 ชิ้น ได้แก่ และ 1.5 แหวนนิลทรงหยดน้ำเส้นโค้งอิสระ

มีความไม่สอดคล้องกันระหว่างจำนวนแหวนนิลที่มีการออกแบบด้วยโครงสร้างและลวดลายจากการเลียนแบบธรรมชาติ และ การออกแบบด้วยโครงสร้างและลวดลายจากรูปทรงอิสระ

เนื่องจากเครื่องประดับแหวนแบบที่ 1.3 แหวนนิลทรงหยดน้ำไข้วอิสระ นั้นมีลวดลายการออกแบบที่ใช้เพชรล้อมรอบอัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำที่มีความคล้ายดอกไม้ตูม ซึ่งโครงสร้างของก้านแหวนทั้ง 2 ด้านนั้นมีลักษณะของโครงสร้างที่ไข้วกันอย่างอิสระ ผู้วิจัยจึงจัดแยกให้ เครื่องประดับแหวน แบบที่ 1.3 นั้นมีการออกแบบด้วยโครงสร้างอิสระ แต่มีลวดลายคล้ายดอกไม้ตูมในธรรมชาติ

เนื้อหาสาระในการออกแบบด้านลวดลายการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทแหวน

เครื่องประดับนิลศูนย์เจียรระไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มุ่งเน้นการออกแบบแหวนที่มีลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต และลวดลายเลียนแบบธรรมชาติผสมผสานกัน ทำให้เกิดรูปแบบแหวนที่ให้ความรู้สึกแข็งแรงแต่อ่อนช้อยพิริ้วไหว การสร้างสรรค์ด้านลวดลาย ศูนย์เจียรระไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ พยายามลดทอนความแข็งแรงจากโครงสร้างที่เลือกใช้รูปทรงภายนอกจากรูปทรงเรขาคณิต โดยเลือกใช้ลวดลายจากธรรมชาติเข้ามาผสมผสานให้เกิดความงดงามและลงตัวมากยิ่งขึ้น

การเลือกใช้อัญมณีนิลในการออกแบบ

การเลือกใช้อัญมณีนิลในการออกแบบเครื่องประดับของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ นั้น เลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงวงรี จำนวน 5 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแหวนแบบที่ 1.1 แหวนนิลรูปทรงวงรี 2 วงซ้อนกัน, 1.7 แหวนนิลรูปทรงวงรีเถาวัลย์ไม้, 1.11 แหวนนิลทรงวงรีหน้าสีเหลี่ยม, 1.14 แหวนนิลทรงวงรีล้อมเพชร, 1.15 แหวนนิลทรงวงรีล้อมเพชรเรียงขนาด

การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงกลม จำนวน 3 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแหวนแบบที่ 1.9 แหวนนิลทรงกลมลวดลายอิสระคล้ายกลีบดอกไม้, 1.10 แหวนนิลทรงกลมคล้ายดอกไม้ตูม, 1.13 แหวนนิลรูปโดมหลังเบี้ย

การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำ จำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแหวนแบบที่ 1.3 แหวนนิลทรงหยดน้ำไขว้อิสระ และเครื่องประดับแหวนแบบที่ 1.5 แหวนนิลทรงหยดน้ำเส้นโค้งอิสระ

การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงหัวใจ จำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแหวนแบบที่ 1.2 แหวนนิลรูปหัวใจเลียนแบบรูปทรงดอกไม้ และเครื่องประดับแหวนแบบที่ 1.8 แหวนนิลรูปหัวใจลวดลายดอกไม้

การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 1 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแหวนแบบที่ 1.4 แหวนนิลรูปเหลี่ยม

การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส จำนวน 1 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแหวนแบบที่ 1.2 แหวนนิลสี่เหลี่ยมจัตุรัส

สรุปการเลือกใช้อัญมณีนิลในการออกแบบของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ มีการเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงวงรีมากที่สุด รองลงมาคือ การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงกลม และน้อยที่สุด คือ การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำ การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงหัวใจ

เนื้อหาสาระการเลือกใช้อัญมณีนิลในการออกแบบแหวน

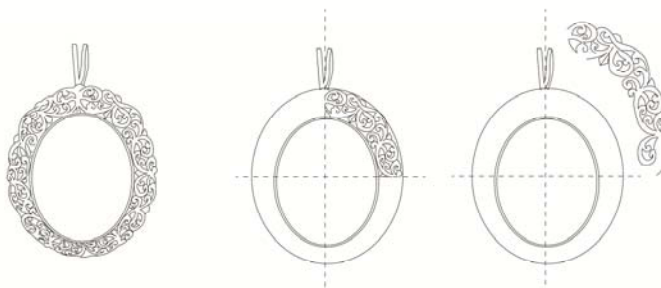
เครื่องประดับนิลที่เลือกใช้ในการออกแบบแหวนมากที่สุดได้แก่รูปทรงวงรี เนื่องจากรูปทรงวงรีจะมีรูปลักษณะที่ขนาดกับโครงสร้างของนิ้วมือ ซึ่งทำให้เกิดการผสมผสานการออกแบบที่สอดคล้องกับสรีระของมนุษย์ได้ง่ายยิ่งขึ้น

ภาพเครื่องประดับนิลประเภทจี้และสร้อยคอ จำนวน 12 ตัวอย่าง ต่อไปนี้

 <p>ภาพเครื่องประดับจี้ที่ 1</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับจี้ที่ 2</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับจี้ที่ 3</p>
 <p>ภาพเครื่องประดับจี้ที่ 4</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับจี้ที่ 5</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับจี้ที่ 6</p>
 <p>ภาพเครื่องประดับจี้ที่ 7</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับจี้ที่ 8</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยคอที่ 9</p>
 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยคอที่ 10</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยคอที่ 11</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยคอที่ 12</p>

ผลการวิเคราะห์เครื่องประดับนิลประเภทจี้และสร้อยคอ จำนวน 12 ตัวอย่าง ต่อไปนี้

1. จี้นิลวงรีลายฉลุ



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของหน้าจี้เป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตวงรี 2 ชั้นซ้อนกัน

ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากเส้นโค้งอิสระเลียนแบบลวดลายธรรมชาติ ต่อลายกันคล้ายเถาวัลย์ มีการดัดแปลงลวดลายมาจากลวดลายไทย

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งตามโครงสร้างของอัญมณี และเส้นอิสระสร้างลวดลายรอบล้อมอัญมณี ฉลุลวดลายให้มีความโปร่ง และสร้างความชัดเจนให้กับลวดลาย แสดงออกถึงความพลิ้วไหว และบางเบา จากพื้นที่โดยรอบอัญมณี

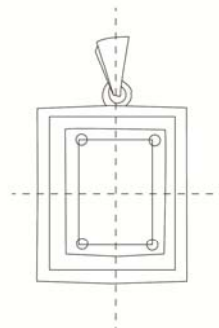
2. การใช้สี: สีดำ สีขาว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงวงรี ล้อมรอบด้วยลวดลายธรรมชาติฉลุที่ให้ความรู้สึกเบา พริ้วไหว เพื่อให้อัญมณีนิลสีดำ จุดเด่นตรงกลางไม่รู้สึกทึบตันจนเกินไป

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีรูปทรงวงรี (Oval shape)

2. จีนิลสีเหลี่ยมจัตุรัส



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของจีนิลเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตสี่เหลี่ยมจัตุรัส

ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากการจัดวางเส้นตรงของกรอบสี่เหลี่ยมจำนวน 4 เส้น ซ้อนกัน จัดวางอัญมณีในพื้นที่สี่เหลี่ยมให้เกิดลวดลาย โดยใช้อัญมณีรูปทรงมาคี่ วางสลับหัวท้ายชนกัน สร้างให้เกิดลวดลาย คล้ายกลีบดอกไม้จากธรรมชาติ

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นตรงตามพื้นที่สี่เหลี่ยมจัตุรัส จัดวางอัญมณีล้อมล้อม 3 ชั้น สลับรูปทรงของอัญมณีตามแถว โดยแถวที่ 1 เลือกใช้อัญมณีทรงกลม แถวที่ 2 เลือกใช้อัญมณีทรงมาคี่ จัดวางสลับหัวท้ายชนกัน แถวที่ 3 เลือกใช้อัญมณีทรงกลม

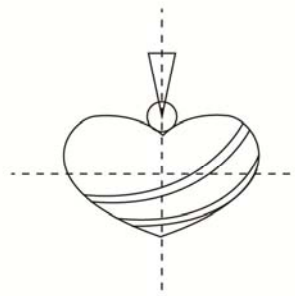
2. การใช้สี: สีดำ สีขาว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส ตัดด้วยเพชรสีขาวที่จัดวางล้อมรอบนิลสีดำ

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีรูปทรงอัญมณีสี่เหลี่ยม Princess Cut, อัญมณีทรงกลม (Round shape)

3. จีนิลรูปทรงหัวใจ



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของจีนิลเป็นโครงสร้างรูปทรงหัวใจ

ลวดลาย: ลวดลายมีความเรียบง่าย เน้นพื้นที่ว่างของอัญมณี โดยใช้เส้นโค้งคาดผ่านบนพื้นที่อัญมณีเพื่อสร้างให้เกิดลวดลายเส้นโค้ง 2 เส้นขนานกัน

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น : เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งตามโครงสร้างของอัญมณี จัดวางอัญมณีทรงกลมเรียงต่อกันเป็นแถวบนเส้นที่สร้างลวดลาย เพื่อให้เกิดการตัดกันของสีขาวและสีดำอย่างชัดเจน และสร้างให้เกิดจุดเด่นความน่าสนใจ

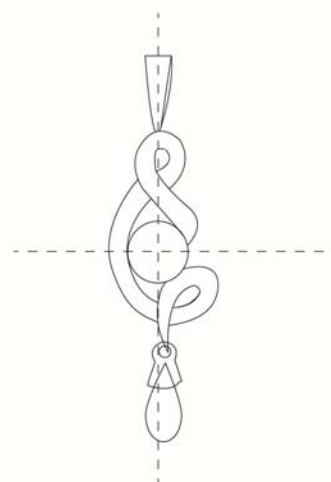
2. การใช้สี: สีดำ สีขาว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน แต่รูปแบบไม่เหมือนกัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางเส้นลวดลายที่มีเพชรสีขาวจัดเรียงเป็นแถวคาดผ่านด้านบนอัญมณีนิลสีดำ ทำให้จุดเด่นของลวดลายมีความชัดเจน

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีรูปทรงหัวใจ (Heart shape) อัญมณีทรงกลม (Round shape)

4. จี๋นิลรูปทรงอิสระ



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของจี๋เป็นโครงสร้างรูปทรงอิสระ

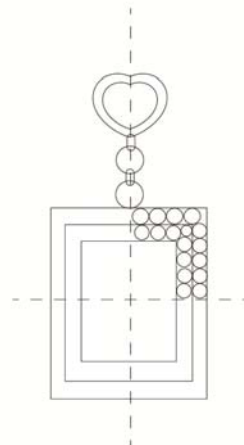
ลวดลาย: ลวดลายมีความเป็นอิสระที่เกิดจากเส้นโค้ง เกี่ยวพันกันทำให้เกิดรูปร่างที่มีจังหวะ จากเส้นที่มีความหนาไปสู่เส้นที่มีความเรียวบาง เพื่อให้เกิดความพลิ้วไหว

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นอิสระที่มีความพลิ้วไหวตามจังหวะของเส้น จากเส้นที่มีความหนาไปสู่เส้นที่มีความเรียวบาง เพื่อให้เกิดความพลิ้วไหว และรองรับด้วยอัญมณีทรงหยดน้ำ ตรงกลางประกอบด้วยอัญมณีนิลสีดำทรงกลม
2. การใช้สี: สีดำ สีขาว
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน ด้วยรูปแบบที่ไม่เหมือนกัน
4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับรูปร่างของเส้นอิสระ ที่มีความพลิ้วไหวบนเครื่องประดับ ประกอบกับอัญมณีนิลสีดำที่อยู่ในตำแหน่งตรงกลาง ทำให้ดึงจุดสายตาในจุดเด่น เมื่อสวมใส่เครื่องประดับชิ้นนี้

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีรูปทรงหยดน้ำ (Pear Shape) อัญมณีทรงกลม (Round shape)

5. จีนิลรูปสี่เหลี่ยมไขปลา



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของจีนิลเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากการวางเรียงอัญมณีทรงกลมต่อกันล้อมรอบ จำนวน 3 ชั้น ตามโครงสร้างของอัญมณีนิลสี่เหลี่ยมผืนผ้า

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นตรงตามโครงสร้างของอัญมณี ล้อมรอบด้วยเพชรสีขาวเรียงแถวซ้อนกัน 2 ชั้น อย่างเป็นระเบียบ ด้วยการฝังหนามเตย เพื่อเพิ่มความชัดเจนให้กับเพชร

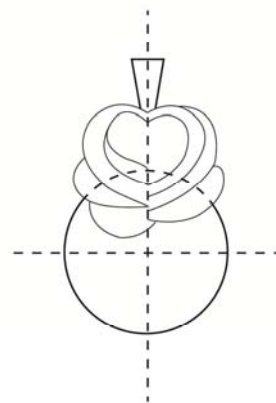
2. การใช้สี: สีดำ สีขาว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส ตัดกับเพชรที่จัดวางล้อมรอบนิลสีดำ ทำให้จุดเด่นของสีดำอัญมณีนิลที่อยู่ในตำแหน่งตรงกลางมีความเด่นชัด

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีรูปทรงสี่เหลี่ยม (Princess Cut) อัญมณีทรงกลม (Round shape)

6. จี้นิลทรงกลมลดลายดอกไม้



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของจี้นิลเป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตวงทรงลดลายประกอบ

ลดลาย: ลดลายเกิดจากเส้นโค้งเรียงต่อซ้อนกัน 4 ชั้น รูปทรงหัวใจ ด้วยจังหวะของการออกแบบที่ลดหลั่นระดับสูงต่ำ ไม่เท่ากัน

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้งเพื่อสร้างลดลายในการออกแบบให้เกิดรูปทรงคล้ายรูปหัวใจที่ซ้อนกัน 4 ชั้น และใช้อัญมณีเพชรสีขาวเรียงแถวต่อกันในพื้นที่ของลดลาย

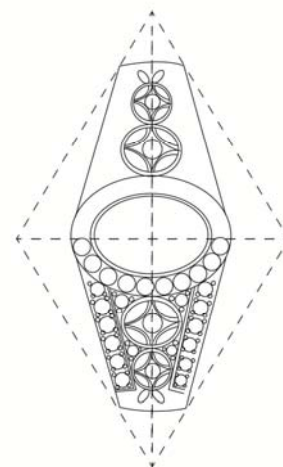
2. การใช้สี: สีดำ สีขาว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงกลมสีดำ ตัดกับเพชรสีขาวที่จัดวางเรียงบนลดลาย ทำให้จี้นิลมีจุดเด่นร่วมกัน

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีทรงกลม (Round shape)

7. จัณิฉรูปสามเหลี่ยมประกบ



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของจี้เป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิต 3 เหลี่ยมประกบเข้าหากัน

ลวดลาย: ลวดลายภายในพื้นที่ของจี้สามารถวิเคราะห์ส่วนประกอบของลวดลายได้ ดังนี้

1. การจัดวางรูปทรงเรขาคณิตทรงกลม ภายในใช้เส้นโค้งโยงเข้าหากัน เป็นลวดลายสี่เหลี่ยมซ้อนภายในอีกชั้น
2. จัดวางการซ้ำลวดลายในขนาดใหญ่ไปหาขนาดเล็ก
3. จัดวางอัญมณีเพชรสีขาวรอบบริเวณลวดลายตามโครงสร้างของจี้

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นตรงเพื่อสร้างรูปทรงเรขาคณิต 6 เหลี่ยม เพื่อกำหนดพื้นที่โครงสร้างของการออกแบบ ลวดลายภายในโครงสร้างใช้วิธีการซ้ำกันของลวดลาย และลดหลั่นขนาดจากใหญ่ไปขนาดเล็ก โดยใช้รูปทรงกลมเป็นโค้ง สร้างหลักของลวดลายภายในเพื่อลดความแข็งของพื้นที่จากโครงสร้างเรขาคณิตทรงเหลี่ยม

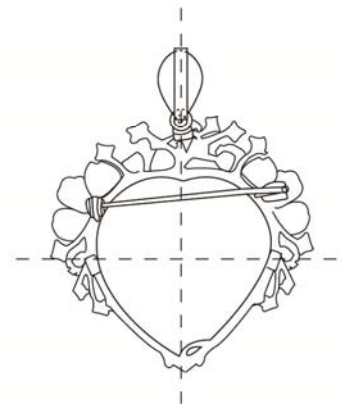
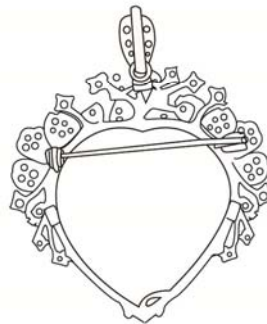
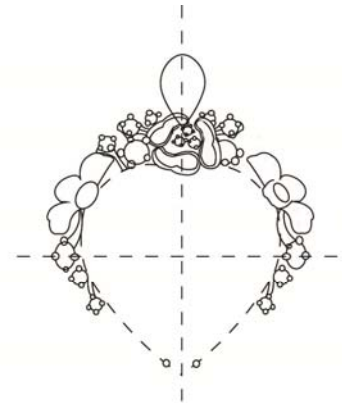
2. การใช้สี: สีดำ สีขาว

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวา บนล่าง ที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงวงรี ตัดกับสีขาวด้วยเพชรที่จัดวางล้อมรอบนิลสีดำ และเรียงแถวอย่างเป็นระเบียบตามโครงสร้างของรูปทรง 6 เหลี่ยม ทำให้จุดเด่นความสนใจอยู่ที่กึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ

รูปทรงของอัญมณี: อัญมณีรูปทรงวงรี (Oval shape) อัญมณีทรงกลม (Round shape)

8. จี๋นิลรูปหัวใจดอกไม้



การวิเคราะห์

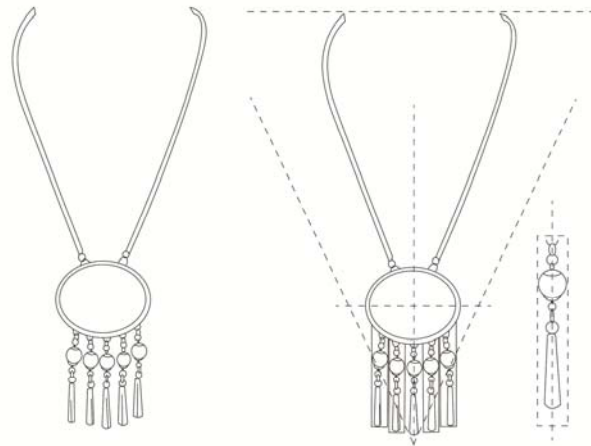
โครงสร้าง: โครงสร้างของจี๋เป็นโครงสร้างรูปเรขาคณิตรูปหัวใจ

ลวดลาย: ลวดลายใช้รูปแบบการการเลียนแบบธรรมชาติรูปทรงของกิ่งก้าน และดอกไม้ ล้อมรอบอัญมณีนิลรูปทรงเรขาคณิตรูปหัวใจ

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นอิสระที่สร้างให้เกิดรูปทรงที่เลียนแบบธรรมชาติ
 2. การใช้สี: สีดำ สีเหลือง สีเขียว
 3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน
 4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำรูปเรขาคณิตทรงหัวใจ ล้อมรอบด้วยอัญมณีทรงกลมขนาดเล็กในสีส้มที่เลียนแบบธรรมชาติของดอกไม้ ใบไม้
- รูปทรงของอัญมณี:** อัญมณีรูปทรงหัวใจ (Heart shape) อัญมณีทรงกลม (Round shape)

9. จี๋นิลรูปทรงวงรี



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของจี๋เป็นเรขาคณิตรูปทรงวงรี

ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากการจัดวางอัญมณีทรงกลมให้มีจังหวะบนโลหะโครงสร้าง

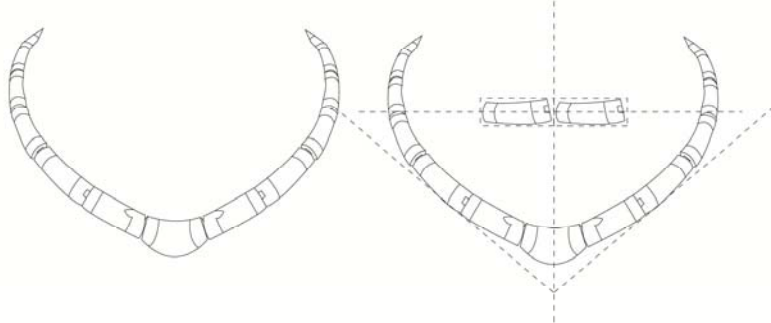
ของเส้นตรง

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นตรง และเส้นโค้ง
2. การใช้สี: สีดำ สีเงิน
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูป

เรขาคณิตทรงวงรี (Oval shape)

10. สร้อยนิลประดับคอรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของสร้อยคอจากรูปทรงเรขาคณิตทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าเรียงต่อกัน

ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากการใช้รูปทรงของอัญมณีทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าและโลหะเงิน ประกอบต่อกัน โดยมีพื้นที่ว่างระหว่างกันทำการเรียงต่อกัน และทำซ้ำจนเกิดเป็นลวดลาย

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นตรง และเส้นโค้ง
2. การใช้สี: สีดำ สีเงิน
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: สร้างจุดเด่นบริเวณพื้นที่กึ่งกลางของสร้อยคอ ด้วยอัญมณี

รูปสี่เหลี่ยมด้านหนึ่งโค้งมนให้รับกับพื้นที่ของคอผู้สวมใส่

11. สร้อยนิลประดับคอลอยตายกิ่งก้านต้นไม้ในธรรมชาติ



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของสร้อยคอเป็นการเรียงตัวกันของโครงสร้างอิสระที่มีความสมดุลของน้ำหนักที่เท่ากันทั้ง 2 ข้าง

ลวดลาย: ลวดลายใช้คือ รูปแบบการการเลียนแบบธรรมชาติของรูปร่างกิ่งก้านอิสระของต้นไม้ ซึ่งมีลักษณะของการซ้ำกันของลวดลายที่เรียงต่อกัน และเลียนแบบไปไม่ได้ด้วยรูปทรงรี

การออกแบบ:

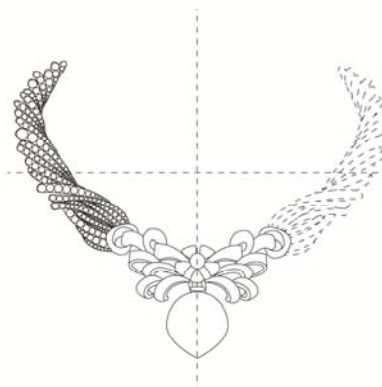
1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นอิสระที่สร้างให้เกิดรูปทรงที่เลียนแบบธรรมชาติ โดยออกแบบรูปทรงและจัดองค์ประกอบในรูปแบบเดียว แล้วนำมาเรียงต่อกันในรูปแบบซ้ำๆ น

2. การใช้สี: สีดำ สีเงิน

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: การสร้างจุดเด่น 1 จุด ที่พื้นที่กึ่งกลาง เป็นการจัดวางอัญมณีทรงกลม ให้อยู่เป็นกลุ่มโดยให้ความคล้ายคลึงรูปทรงของกลีบดอกไม้

12. สร้อยนิลประดับคอรูปโค้งเกลียวอิสระ



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของสร้อยคอ เป็นโค้งสร้างที่สามารถเคลื่อนไหวได้ ไม่ตายตัว เนื่องจากองค์ประกอบของโครงสร้างเกิดจากจากเรียงตัวของอัญมณีทรงกลมเรียงต่อกันเป็นเส้น จำนวนหลายเส้นรวมกันทำให้เกิดเป็นมวลโครงสร้างของสร้อยคอขนาดใหญ่

ลวดลาย: ลวดลายจากรูปทรงของดอกไม้ และใบไม้ในธรรมชาติตรงบริเวณ กึ่งกลางของสร้อย

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นอิสระที่สร้างให้เกิดรูปทรงที่เลียนแบบธรรมชาติ สามารถพริ้วไหวได้

2. การใช้สี: สีดำ สีเงิน

3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: ให้ความสำคัญกับจุดเด่นกึ่งกลางด้วยอัญมณีนิลสีดำ รูปเรขาคณิตทรงหยดน้ำ และออกแบบให้มีรูปทรงของใบไม้ด้านบนพื้นที่ของอัญมณีทรงหัวใจ เพื่อถ่ายทอดการเลียนแบบรูปทรงของธรรมชาติให้เกิดความเสมือนจริง

สรุปการวิเคราะห์

ศูนย์วิจัยระโนนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทจี้และสร้อยคอ จำนวน 12 แบบ ตามประเด็นการวิเคราะห์ด้านการออกแบบ ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ด้านลวดลาย และ การเลือกใช้รูปทรงของอัญมณีนิล สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

แบบที่	ภาพเครื่องประดับนิล	การออกแบบ		
		การวิเคราะห์ โครงสร้าง	ลวดลาย	รูปทรงของอัญมณีนิลที่ใช้
2. 2.1	เครื่องประดับประเภทจี้ 	โครงสร้าง เรขาคณิตวงรี	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงวงรี
2.2		โครงสร้าง เรขาคณิตทรง สี่เหลี่ยม	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรง สี่เหลี่ยม
2.3		โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ	ลวดลายแบบ อิสระ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงหัวใจ
2.4		โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ	ลวดลายแบบ อิสระ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงแฟนซี
2.5		โครงสร้าง เรขาคณิตทรง สี่เหลี่ยม	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรง สี่เหลี่ยม

แบบที่	ภาพเครื่องประดับชนิด	การออกแบบ		
		การวิเคราะห์ โครงสร้าง	ลวดลาย	รูปทรงของอัญ มณีที่ใช้
	เครื่องประดับประเภทจี้ (ต่อ)			
2.6		โครงสร้าง เรขาคณิตทรง กลม	ลวดลายแบบ อิสระ	อัญมณีชนิดที่ใช้ เป็นรูปทรงกลม
2.7		โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีชนิดที่ใช้ เป็นรูปทรงวงรี
2.8		โครงสร้างรูปทรง เลียนแบบ ธรรมชาติ	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีชนิดที่ใช้ เป็นรูปทรงหัวใจ
2.9		โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีชนิดที่ใช้ เป็นรูปทรงวงรี
2.10		โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีชนิดที่ใช้ เป็นรูปทรง สี่เหลี่ยมผืนผ้า และรูปทรง เจียระไนเฉพาะ บริเวณกึ่งกลาง

แบบที่	ภาพเครื่องประดับนิล	การออกแบบ		
		การวิเคราะห์ โครงสร้าง	ลวดลาย	รูปทรงของอัญ มณีที่ใช้
2.11	<p>เครื่องประดับประเภทสร้อยคอ (ต่อ)</p> 	โครงสร้างรูปทรง เลียนแบบ ธรรมชาติ	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงมาคิ
2.12		โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ	ลวดลายแบบ อิสระ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงหยด น้ำ

สรุปผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทจี้และสร้อยคอ จำนวน 12 แบบ

ด้านโครงสร้าง

จี้และสร้อยคอเป็นเครื่องประดับที่ตกแต่งประดับคอ การออกแบบจี้และสร้อยคอของศูนย์เจียระไน อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต เป็นรูปทรงที่มีพื้นฐานรูปแบบจากรูปทรงสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม ฯลฯ ซึ่งปรากฏว่ามีจำนวน 7 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 2.1 จี้นิลวงรีลายฉลุ, 2.2 จี้นิลสี่เหลี่ยมจัตุรัส, 2.5 จี้นิลรูปสี่เหลี่ยมไขปลา, 2.6 จี้นิลทรงกลมลวดลายดอกไม้, 2.7 จี้นิลรูปสามเหลี่ยมประกบ, 2.9 จี้นิลรูปทรงวงรี, 2.10 สร้อยนิลประดับคอรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า

เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ประเภทจี้และสร้อยคอที่มีโครงสร้างจากรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ปรากฏว่ามีจำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 2.8 จี้นิลรูปหัวใจลายดอกไม้ และ 2.11 สร้อยนิลประดับคอลวดลายกิ่งก้านต้นไม้ในธรรมชาติ

เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ประเภทจี้และสร้อยคอที่มีโครงสร้างจากรูปทรงอิสระ ปรากฏว่ามีจำนวน 3 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 2.3 จี้นิลรูปทรงหัวใจ, 2.4 จี้นิลรูปทรงอิสระ และ 2.12 สร้อยนิลประดับคอรูปโค้งเกลียวอิสระ

จะเห็นได้ว่า เครื่องประดับนิล ประเภทจี้และสร้อยคอของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบแหวนที่มีโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิตมากที่สุดเป็นอันดับ 1 โครงสร้างจากรูปทรงอิสระเป็นอันดับ 2 และ โครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ เป็นอันดับ 3

เนื้อหาสาระในการออกแบบด้านโครงสร้างการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทจี้และสร้อยคอ

เครื่องประดับนิลศูนย์เจียระไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มุ่งเน้นการออกแบบจี้และสร้อยคอที่มีโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต เพื่อให้เกิดการสร้างสรรคที่สอดคล้องกับรูปทรงโครงสร้างของอัญมณีนิล ซึ่งมีกระบวนการออกแบบเริ่มจากการคัดเลือกวัสดุก่อนการออกแบบตัวเรือน จึงทำให้แนวคิดในการออกแบบที่เรียบง่าย แต่สามารถสวมใส่ได้ทุกกาลเทศะ

ด้านลวดลาย

เครื่องประดับนิล ประเภทจี้และสร้อยคอ ศูนย์เจียรระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ที่มีลวดลายจากรูปทรงเลขาคณิต ซึ่งปรากฏว่ามีจำนวน 4 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 2.2 จีนิลสี่เหลี่ยมจัตุรัส, 2.5 จีนิลรูปสี่เหลี่ยมไขปลา, 2.9 จีนิลรูปทรงวงรี, 2.10 สร้อยนิลประดับคอรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ซึ่งเครื่องประดับนิล ประเภทจี้และสร้อยคอ ทั้ง 4 ชิ้นนี้ มีการออกแบบลวดลายของเครื่องประดับนิลจากรูปทรงเลขาคณิต ที่มีความสอดคล้องกันกับการออกแบบที่มีโครงสร้างจากรูปทรงเลขาคณิต

เครื่องประดับนิล ประเภทจี้และสร้อยคอ ศูนย์เจียรระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ที่มีลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ ปรากฏว่ามีจำนวน 5 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 2.1 จีนิลวงรีลายฉลุ, 2.6 จีนิลทรงกลมลวดลายดอกไม้, 2.7 จีนิลรูปสามเหลี่ยมประกบ, 2.8 จีนิลรูปหัวใจลายดอกไม้, และ 2.11 สร้อยนิลประดับคอลวดลายกิ่งก้านต้นไม้ในธรรมชาติ

เครื่องประดับนิล ประเภทจี้และสร้อยคอ ศูนย์เจียรระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ที่มีลวดลายจากรูปทรงอิสระ ปรากฏว่ามีจำนวน 3 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 2.3 จีนิลรูปทรงหัวใจ, 2.4 จีนิลรูปทรงอิสระ, 2.12 สร้อยนิลประดับคอรูปโค้งเกลียวอิสระ

จะเห็นได้ว่าเครื่องประดับนิล ประเภทจี้และสร้อยคอ มีโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิตจำนวน 7 ชิ้น แต่มีเครื่องประดับในกลุ่มนี้ที่มีการใช้ลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิตให้มีความสอดคล้องกับโครงสร้างมีเพียง จำนวน 4 ชิ้น ซึ่ง เครื่องประดับแบบที่ 2.1 นิลวงรีลายฉลุ, 2.6 จีนิลทรงกลมลวดลายดอกไม้ และ 2.7 จีนิลรูปสามเหลี่ยมประกบ นั้นมีการออกแบบโดยใช้ลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ ส่วนของลวดลายจากรูปทรงอิสระมีความสอดคล้องกันระหว่างโครงสร้างและลวดลาย

เนื้อหาสาระในการออกแบบด้านลวดลายการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทจี้และสร้อยคอ

เครื่องประดับนิลศูนย์เจียรระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ มุ่งเน้นการเลือกใช้ลวดลายที่ปรากฏบนจี้และสร้อยคอจากแนวคิดลวดลายที่เลียนแบบธรรมชาติมากที่สุด เพื่อลดทอนโครงสร้างภายนอกจากรูปทรงเรขาคณิต สร้างให้เกิดเครื่องประดับนิลสีดำที่อ่อนช้อย บนความรู้สึกที่แข็งแรง

การเลือกใช้อัญมณีนิลในการออกแบบ

การเลือกใช้อัญมณีนิลในการออกแบบเครื่องประดับ ประเภทจี้และสร้อยคอ ของศูนย์วิจัยระโนนิต อนันตพลพลอยกาญจน์ นั้น เลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงวงรี จำนวน 3 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับประเภทจี้และสร้อยคอแบบที่ 2.1 จี้นิลวงรีลายฉลุ, 2.7 จี้นิลรูปสามเหลี่ยมประกบ, 2.9 จี้นิลรูปทรงวงรี

การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงกลม จำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับประเภทจี้และสร้อยคอแบบที่ 2.4 จี้นิลรูปทรงอิสระ และ 2.6 จี้นิลทรงกลมลวดลายดอกไม้

การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำ จำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับประเภทจี้และสร้อยคอแบบที่ 2.4 จี้นิลรูปทรงอิสระ และ 2.12 สร้อยนิลประดับคอรูปโค้งเกลียวอิสระ

การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงหัวใจ จำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับประเภทจี้และสร้อยคอแบบที่ 2.3 จี้นิลรูปทรงหัวใจ และ 2.8 จี้นิลรูปหัวใจลายดอกไม้

การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 3 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับประเภทจี้และสร้อยคอ แบบที่ 2.2 จี้นิลสี่เหลี่ยมจัตุรัส, 2.5 จี้นิลรูปสี่เหลี่ยมไขปลา, 2.10 สร้อยนิลประดับคอรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า

การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงมาคี จำนวน 1 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับประเภทจี้และสร้อยคอแบบที่ 2.11 สร้อยนิลประดับคอลวดลายกิ่งก้านต้นไม้ในธรรมชาติ

การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส ไม่มี

สรุปการเลือกใช้อัญมณีนิลในการออกแบบประเภทจี้และสร้อยคอของศูนย์วิจัยระโนนิต อนันตพลพลอยกาญจน์ มีการเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงวงรี และสี่เหลี่ยมผืนผ้า มากที่สุด รองลงมาคือ การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงกลม รูปทรงหยดน้ำ รูปทรงหัวใจ น้อยที่สุด คือ การเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงมาคี และการเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสไม่ใช้ในการออกแบบจี้และสร้อยคอ

เนื้อหาสาระการเลือกใช้อัญมณีนิลในการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทจี้และสร้อยคอ

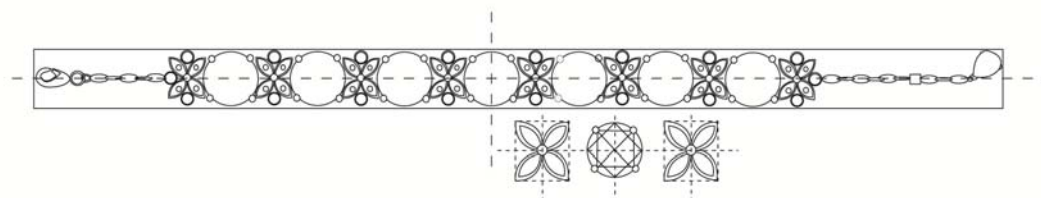
เครื่องประดับนิลที่เลือกใช้ในการออกแบบจี้และสร้อยคอมากที่สุดได้แก่รูปทรงวงรีและสี่เหลี่ยมผืนผ้าและเลือกใช้อัญมณีขนาดใหญ่ในการออกแบบ เพื่อสร้างจุดเด่นและการดึงดูดความน่าสนใจให้เครื่องประดับนิลในขณะสวมใส่ อีกทั้งอัญมณีนิลรูปทรงวงรี และรูปทรงสี่เหลี่ยมมีการเฉยระโนนิตที่ง่ายกว่ารูปทรงแบบอื่นๆ จึงทำให้พบรูปทรงของอัญมณีรูปทรงนี้ค่อนข้างมาก

เครื่องประดับนิลประเภทกำไลและสร้อยข้อมือ จำนวน 10 ตัวอย่าง

 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยข้อมือที่ 1</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยข้อมือที่ 2</p>
 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยข้อมือที่ 3</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยข้อมือที่ 4</p>
 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยข้อมือที่ 5</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยข้อมือที่ 6</p>
 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยข้อมือที่ 7</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยข้อมือที่ 8</p>
 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยข้อมือที่ 9</p>	 <p>ภาพเครื่องประดับสร้อยข้อมือที่ 10</p>

การวิเคราะห์เครื่องประดับนิลประเภทกำไลและสร้อยข้อมือ จำนวน 10 ตัวอย่าง

1. สร้อยข้อมือนิลทรงกลมสลัดอกไม้



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของสร้อยข้อมือ เป็นโครงสร้างอัญมณีทรงกลมเรียงตัวต่อกัน เป็นแนวยาวแบบรูปทรงเรขาคณิตสี่เหลี่ยมผืนผ้า

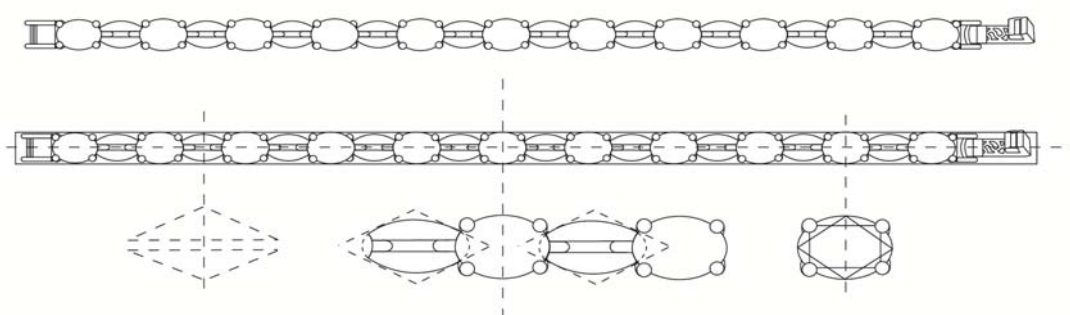
ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากรูปทรงของอัญมณีทรงกลมเรียงต่อสลัโลหะลวดลายดอกไม้เป็นจังหวะที่เท่ากันจนเกิดการซ้ำเป็นลวดลาย

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นที่ใช้ในการออกแบบเป็นหลักคือ เส้นโค้ง
2. การใช้สี: สีดำ สีเงิน สีเขียว สีแดง สีชมพู สีเหลือง
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: การสร้างจุดเด่นเกิดจากการทำซ้ำของอัญมณีทรงกลมตลอดแนว

ของสร้อยข้อมือ สลับด้วยโลหะลวดลายเลียนแบบธรรมชาติดอกไม้ โดยใช้อัญมณีทรงกลมขนาดเล็ก สีเขียว สีแดง สีชมพู สีเหลือง สีฟ้า สีม่วง ทำให้เกิดการตัดกันของอัญมณีสีดำ และอัญมณีสีอื่นๆ ส่งเสริมให้เกิดจุดเด่นจากองค์ประกอบร่วมกันได้

2. สร้อยข้อมือนิลรูปวงรีสลับลายโซ่



การวิเคราะห์

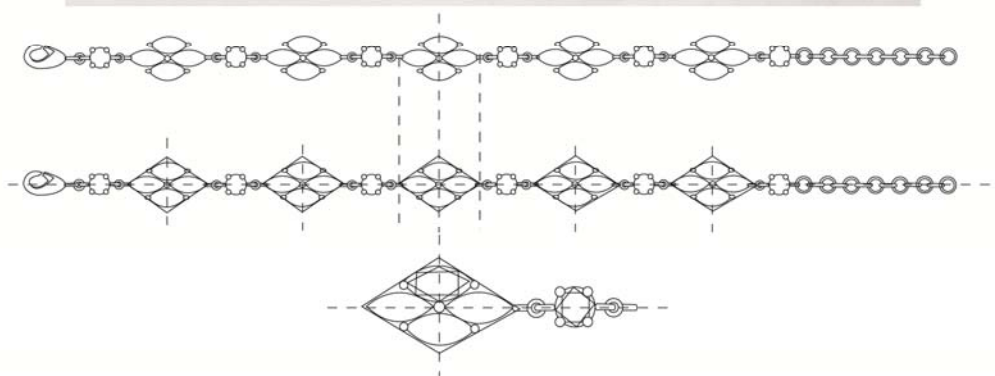
โครงสร้าง: โครงสร้างของสร้อยข้อมือเป็นเส้นตรง โดยใช้ัญมณีรูปทรงวงรีเรียงต่อกัน สลับระหว่างโลหะรูปทรงเรขาคณิตสามเหลี่ยมประกอบกัน

ลวดลาย: ลวดลายของสร้อยข้อมือเกิดจากการซ้ำกันของัญมณีรูปทรงเรขาคณิต เรียงต่อกัน

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นโค้ง และเส้นตรง
2. การใช้สี: สีเงิน และสีดำ
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนกลางด้านบนและด้านล่างที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: การสร้างจุดเด่น เกิดจากการทำซ้ำของัญมณีรูปทรงวงรี ตลอดแถวของสร้อยข้อมือ สลับด้วยโลหะสีเงิน ทำให้เกิดการตัดกันของัญมณีสีดำและสีโลหะเงิน ส่งเสริมให้เกิดจุดเด่นจากสีของัญมณีนิล ตลอดทั้งเส้นสร้อยข้อมือ

3. สร้อยข้อมือนิลมาศิรูปทรงดอกไม้



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของสร้อยข้อมือเป็นการเลียนแบบรูปทรงดอกไม้ในธรรมชาติ

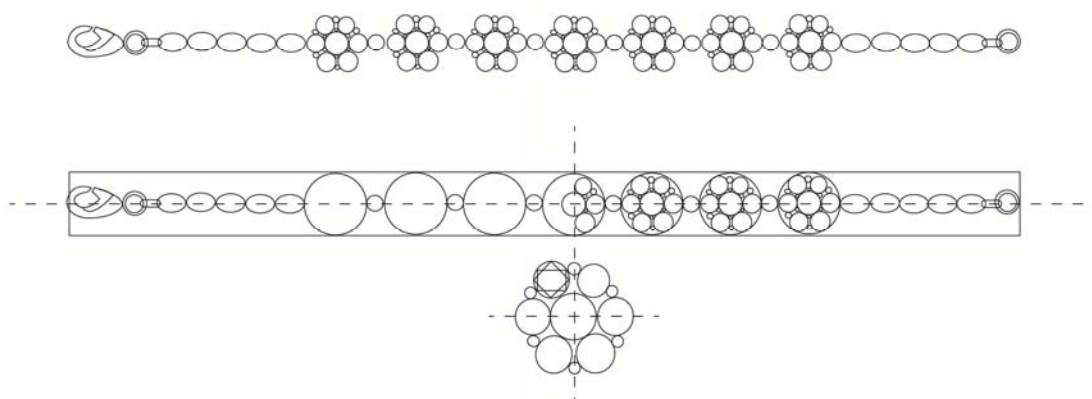
ลวดลาย: ลวดลายที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของโครงสร้างสี่เหลี่ยมข้าวหลามตัด เป็นลวดลายที่เกิดจากการเรียงตัวของอัญมณีรูปทรงมาคี จำนวน 4 เม็ด มีการจัดวางเพื่อให้เกิดลวดลายคล้ายคลึงกับดอกไม้ ซึ่งเป็นลวดลายที่มีการเลียนแบบธรรมชาติ

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นโค้ง และเส้นตรง
2. การใช้สี: สีเงิน และสีดำ
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: จุดเด่นจากลวดลายของสร้อยข้อมือที่เกิดจากการจัดวางอัญมณี

รูปทรงวงรี สีดำ โดยจัดเรียงตัวกันให้เกิดเป็นลวดลายของดอกไม้ สลับกับอัญมณีเพชรสีขาว รูปทรงกลม อย่างเป็นจังหวะที่เท่าๆ กัน เพื่อให้จุดเด่นของลวดลายดอกไม้สีดำเด่นชัดยิ่งขึ้น

4. สร้อยข้อมือนิลทรงกลมรูปดอกไม้



การวิเคราะห์

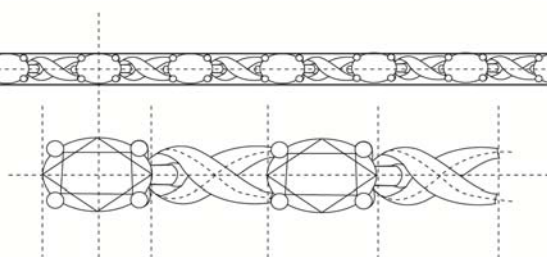
โครงสร้าง: โครงสร้างของสร้อยข้อมือมีโครงสร้างของแนวเส้นตรงและมีโครงสร้างรูปทรงดอกไม้เรียงต่อกันบนแนวเส้นตรง

ลวดลาย: ลวดลายที่เด่นชัดคือ การเรียงตัวของอัญมณี นิลสีดำรูปทรงกลม จัดวางองค์ประกอบเรียงต่อกันเป็นรูปดอกไม้ ซ้ำกันจำนวน 7 ดอก

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: การใช้เส้นตรงเป็นโครงสร้าง
2. การใช้สี: สีดำ และสีโลหะเงิน
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: จุดเด่นของสร้อยข้อมือเส้นนี้คือ การจัดวางองค์ประกอบของอัญมณีนิลทรงกลมเป็นรูปดอกไม้ สีดำ และสร้างจุดเด่นตรงกลางของดอกไม้ด้วยอัญมณี เพชร ทรงกลม สีขาวเป็นประกาย

5. สร้อยข้อมือนิลวงรีแนวลายเส้นอิสระ



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของสร้อยข้อมือเป็นแนวเส้นตรงมีอัญมณีวางเรียงกันตลอดแนว

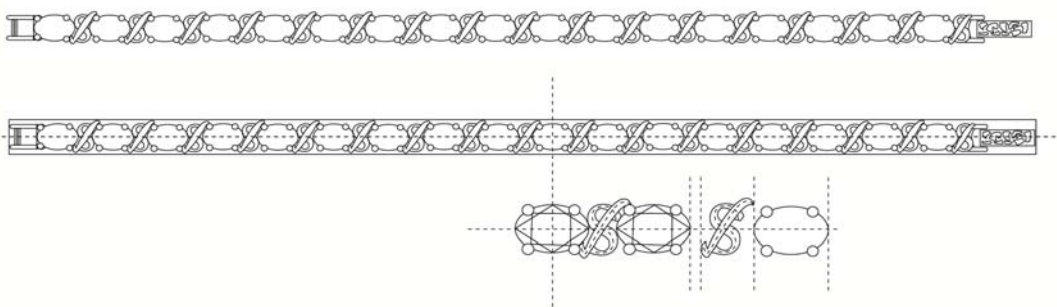
ลวดลาย: ลวดลายของสร้อยข้อมือเป็นลวดลายของการเรียงตัวของอัญมณีทรงวงรี
 อย่างเป็นจังหวะสลับกับโลหะรูปทรงเส้นตรงไขว้กันเป็นแนวเฉียงเพื่อทำให้เกิดลวดลายคล้ายเส้นกากบาท
 แต่มีความอ่อนช้อยของปลายเส้นลวดลาย

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นโค้งอิสระ
2. การใช้สี: สีดำ สีเงิน
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนบนล่างที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: การสร้างจุดเด่น เกิดจากการทำซ้ำของอัญมณีรูปทรงวงรี

ตลอดแถวของสร้อยข้อมือ สลับด้วยโลหะสีเงิน ทำให้เกิดการตัดกันของอัญมณีสีดำและสีโลหะเงิน ส่งเสริม
 ให้เกิดจุดเด่นจากสีของอัญมณีนิล ตลอดทั้งเส้นสร้อยข้อมือ

6. สร้อยข้อมือนิลรูปทรงวงรีสลับลายอิสระ



การวิเคราะห์

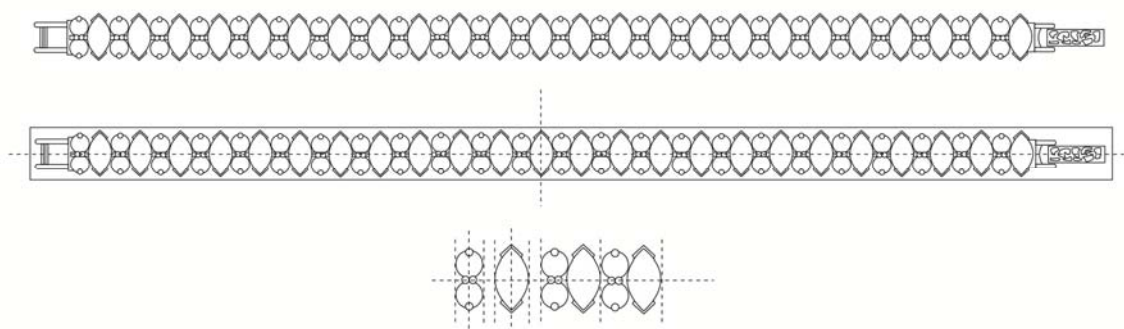
โครงสร้าง: เกิดจากจัดวางอัญมณีรูปทรงวงรีวางเรียงตัวต่อกันในโครงสร้างของแนวเส้นตรง

ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากการจัดวางอัญมณี โดยเรียงตัวเป็นแนวเส้นตรง โดยการออกแบบลวดลายโดยการจัดวางซ้ำของอัญมณีรูปทรงวงรี สลับด้วยโลหะเงินรูปทรงเรขาคณิตที่เกิดจากเส้นโค้งคล้ายรูปตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวเอส S และมีเส้นตรงเฉียงทำมุมด้านขวา 45 องศา เกิดเป็นลวดลาย

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นโค้ง และเส้นตรง
2. การใช้สี: สีดำ สีเงิน
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: การสร้างจุดเด่น เกิดจากการทำซ้ำของลวดลายอย่างมีจังหวะจากการจัดวางเส้นโค้ง และการตัดกันของเส้นตรงเฉียงทำมุม 45 องศา ด้วยการเรียงตัวซ้ำกันอย่างเป็นระเบียบ ทำให้ลวดลายเกิดความแปลกและดึงดูดสายตาจากสร้อยข้อมือเส้นอื่นที่ออกแบบให้เกิดความพิริ้วไหวคล้ายเกลียวคลื่นอย่างมีจังหวะในทิศทางเดียวกัน

7. สร้อยข้อมือนิลมาคิเรียงสลับเพชร



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: เกิดจากอัญมณีนิลรูปทรงมาคิจัดวางเรียงตัวต่อกันในโครงสร้างของ
แนวเส้นตรง

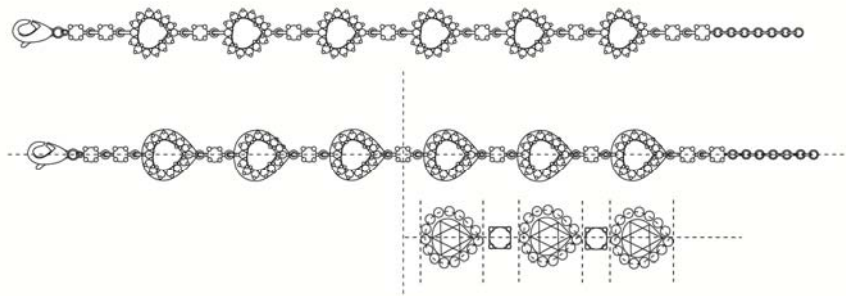
ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากการจัดวางอัญมณีโดยเรียงตัวเป็นแนวเส้นตรง โดย
ลวดลายที่เกิดขึ้นคือเกิดการซ้ำกันของอัญมณีรูปทรงมาคิ สลับกับอัญมณีทรงกลมตลอดทั้งแนวขนาน

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นโค้ง
2. การใช้สี: สีดำ สีเงิน
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนบนล่างที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: การสร้างจุดเด่นเกิดจากการทำซ้ำของอัญมณีนิลรูปทรงวงรี

ตลอดแถวของสร้อยข้อมือ สลับด้วยอัญมณีเพชรทรงกลม ทำให้เกิดการตัดกันของอัญมณีสีดำและอัญมณี
สีขาว จึงส่งเสริมให้เกิดจุดเด่นจากสีของอัญมณีนิล ตลอดทั้งเส้นสร้อยข้อมือ และเกิดลวดลายที่ชัดเจน

8. สร้อยข้อมือนิลรูปทรงหยดน้ำล้อมเพชร



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของสร้อยข้อมือเกิดจากการเรียงตัวของเรขาคณิตรูปทรงหยดน้ำในแนวเส้นตรงอย่างเป็นระเบียบ

ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากการจัดวางอัญมณีรูปทรงหยดน้ำล้อมรอบด้วยอัญมณีทรงกลมทำให้เกิดลวดลายคล้ายดอกไม้สลับกับอัญมณีรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส เป็นจังหวะที่เท่ากัน

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นโค้ง และเส้นตรง
2. การใช้สี: สีดำ สีเงิน
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนซ้ายขวาที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: จุดเด่นเกิดจากการสร้างลวดลายที่ใช้การจัดวางสีของอัญมณีตัดกัน ด้วยอัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำสีดำ ตัดกันกับเพชรสีขาวล้อมรอบ ส่งเสริมให้เกิดจุดเด่นของอัญมณีนิลอย่างชัดเจน ทำให้ลวดลายเกิดความเด่นชัดในรูปทรงที่เลียนแบบธรรมชาติรูปทรงดอกไม้

9. กำไลนิลทรงกลมลายผีเสื้อ



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: กำไลมือโครงสร้างเรขาคณิตทรงกลม

ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากการออกแบบที่มีการเลียนแบบธรรมชาติจากรูปร่างของตัวผีเสื้อเกาะเกี่ยวอยู่บนอัญมณีนิลที่มีการเจียรระโนรูปแบบหลังเบี้ย ยึดเกาะรอบพื้นที่อย่างเป็นจังหวะในระยะห่างที่เท่ากัน จำนวน 4 ที่ โดยสร้างลวดลายอิสระเลียนแบบธรรมชาติเป็นแผ่นรองลายอัญมณีด้านในของวงแหวนกำไล

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: การใช้เส้นโค้ง และเส้นอิสระ
2. การใช้สี: สีดำ สีทอง สีเขียว
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนกลางซ้ายขวาที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: การให้จุดเด่นเน้นความสำคัญกับพื้นที่ว่างของอัญมณีนิล

สีดำตลอดตัวเรือนด้วยการเจียรระโนขึ้นรูปเป็นกำไลทั้งชิ้นงาน สร้างความแข็งแรงและความน่าสนใจด้วยการใช้โลหะสีทองประกอบตัวเรือนด้วยลวดลายผีเสื้อจากธรรมชาติ ลดความแข็งแกร่งของงานออกแบบเครื่องประดับชิ้นนี้ให้มีความรู้สึกนุ่มนวลด้วยลวดลายประกอบที่เลียนแบบจากธรรมชาติ และสิ่งมีชีวิต

10. กำไลนิลทรงกลมลายใบไม้



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: กำไลมือโครงสร้างเรขาคณิตทรงกลม

ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากการออกแบบที่มีการเลียนแบบธรรมชาติจากรูปทรงและรูปร่างของใบไม้เกาะเกี่ยวอยู่บนอัญมณีนิลที่มีการเจียรระโนเหลี่ยม ยึดเกาะรอบพื้นที่อย่างเป็นจังหวะ ในระยะห่างที่เท่ากันตามแกนกึ่งกลาง จำนวน 4 จุด โดยสร้างลวดลายอิสระเลียนแบบธรรมชาติเป็นแผ่นรองลายอัญมณีนิลด้านในของวงแหวนกำไล

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: การใช้เส้นโค้ง และเส้นอิสระ
2. การใช้สี: สีดำ สีทอง สีชมพู
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนกลางซ้ายขวาที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: การให้จุดเด่นเน้นความสำคัญกับพื้นที่ว่างของอัญมณีนิล

สีดำตลอดตัวเรือนด้วยการเจียรระโนขึ้นรูปเป็นกำไลทั้งชิ้นงาน สร้างความแข็งแรงและความน่าสนใจด้วยการใช้โลหะสีทองประกอบตัวเรือนด้วยลวดลายเลียนแบบใบไม้จากธรรมชาติ ลดความแข็งแกร่งของงานออกแบบเครื่องประดับชิ้นนี้ให้มีความรู้สึกละมุนนวล และสร้างจุดเด่น ประกอบด้วยอัญมณีสีชมพูที่มีความตัดกันของสีอัญมณีนิลสีดำ

สรุปการวิเคราะห์

ศูนย์วิจัยระโนนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือ และกำไล จำนวน 10 แบบ ตามประเด็นการวิเคราะห์ด้านการออกแบบ ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ด้านลวดลาย และการเลือกใช้รูปทรงของอัญมณีนิล สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

แบบที่	ภาพเครื่องประดับนิล	การออกแบบ		
		การวิเคราะห์โครงสร้าง	ลวดลาย	รูปทรงของอัญมณีที่ใช้
3. 3.1		โครงสร้างรูปทรง เลียนแบบ ธรรมชาติ	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงกลม
3.2		โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงวงรี
3.3		โครงสร้างรูปทรง เลียนแบบ ธรรมชาติ	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงวงรี
3.4		โครงสร้างรูปทรง เลียนแบบ ธรรมชาติ	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงกลม
3.5		โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ อิสระ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงวงรี

แบบที่	ภาพเครื่องประดับนิล	การออกแบบ		
		การวิเคราะห์ โครงสร้าง	ลวดลาย	รูปทรงของอัญ มณีที่ใช้
3.6	เครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือ (ต่อ) 	โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงวงรี
3.7		โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงมาคิ
3.8		โครงสร้างรูปทรง เลียนแบบ ธรรมชาติ	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นรูปทรงหยด น้ำ
3.9	เครื่องประดับประเภทกำไลข้อมือ 	โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ อิสระลวดลาย จากธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นการเจียระไน ขึ้นรูปเป็นกำไล ทั้งชิ้น
3.10		โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ อิสระลวดลาย จากธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้ เป็นการเจียระไน ขึ้นรูปเป็นกำไล ทั้งชิ้น

สรุปผลการวิเคราะห์ จากการวิเคราะห์ด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทสร้อยข้อมือ และกำไล จำนวน 10 ตัวอย่าง

ด้านโครงสร้าง

สร้อยข้อมือ และกำไล เป็นเครื่องประดับที่ตกแต่งประดับข้อมือ การออกแบบสร้อยข้อมือ และกำไลนิล ของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต เป็นรูปทรงที่มีพื้นฐานรูปแบบจากรูปทรง สี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม ฯลฯ ซึ่งปรากฏว่ามีจำนวน 6 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับสร้อยข้อมือ และกำไลแบบที่ 3.2 สร้อยข้อมือนิลรูปวงรีสลับลายไข่มุก, 3.5 สร้อยข้อมือนิลวงรีแนวลายเส้นอิสระ, 3.6 สร้อยข้อมือนิลรูปทรงวงรีสลับลายอิสระ, 3.7 สร้อยข้อมือนิลมาคิเรียงสลับลายเพชร, 3.9 กำไลนิลทรงกลมลายผีเสื้อ, 3.10 กำไลนิลทรงกลมลายใบไม้

เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ประเภทสร้อยข้อมือ และกำไลที่มีโครงสร้างจากรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ปรากฏว่ามีจำนวน 4 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 3.1 สร้อยข้อมือนิลทรงกลมสลับลายดอกไม้, 3.3 สร้อยข้อมือนิลมาคิรูปทรงดอกไม้, 3.4 สร้อยข้อมือนิลทรงกลมรูปดอกไม้, 3.8 สร้อยข้อมือนิลรูปทรงหยดน้ำล้อมเพชร

เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ประเภทสร้อยข้อมือ และกำไลที่มีโครงสร้างจากรูปทรงอิสระ ไม่มีปรากฏ

จะเห็นได้ว่า เครื่องประดับนิล ประเภทสร้อยข้อมือและกำไลของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบแหวนที่มีโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิตมากที่สุดเป็นอันดับ 1 โครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ เป็นอันดับ 2 และไม่ปรากฏโครงสร้างจากลวดลายอิสระ

เนื้อหาสาระในการออกแบบด้านโครงสร้างการออกแบบเครื่องประดับนิลสร้อยข้อมือและกำไล

เครื่องประดับนิลศูนย์เจียรไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มุ่งเน้นการออกแบบสร้อยข้อมือ และกำไลที่มีโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต โดยให้โครงสร้างจะทำหน้าที่กำหนดพื้นที่สำหรับการออกแบบลวดลายภายในสร้อยข้อมือ อีกทั้งการออกแบบให้โครงสร้างเป็นเรขาคณิต จะช่วยในการผลิตซ้ำเพื่อต่อประกอบสร้อยข้อมือที่มีการเคลื่อนไหวไปตามสรีระของข้อมือ

ด้านลวดลาย

สร้อยข้อมือ และกำไล เป็นเครื่องประดับที่ตกแต่งประดับข้อมือ การออกแบบสร้อยข้อมือ และกำไลนิล ของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้ลวดลายคลาสสิก จากเรขาคณิต ปรากฏว่ามีจำนวน 3 ชั้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 3.2 สร้อยข้อมือนิลรูปวงรีสลับลายโซ่, 3.6 สร้อยข้อมือนิลรูปทรงวงรีสลับลายอิสระ, และ 3.7 สร้อยข้อมือนิลมาคีเรียงสลับลายเพชร

เครื่องประดับนิล สร้อยข้อมือ และกำไล ของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ที่มีลวดลายจากรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ปรากฏว่ามีจำนวน 6 ชั้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 3.1, 3.3 สร้อยข้อมือนิลมาคีรูปทรงดอกไม้, 3.4 สร้อยข้อมือนิลทรงกลมรูปดอกไม้, 3.8 สร้อยข้อมือนิลรูปทรงหยดน้ำล้อมเพชร, 3.9 กำไลนิลทรงกลมลายผีเสื้อ, 3.10 กำไลนิลทรงกลมลายใบไม้

เครื่องประดับนิล สร้อยข้อมือ และกำไล ของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ที่มีลวดลายจากรูปทรงอิสระ ปรากฏว่ามีจำนวน 1 ชั้น ได้แก่ เครื่องประดับแบบที่ 3.5 สร้อยข้อมือนิลวงรีแนวลายเส้นอิสระ

จะเห็นว่าเครื่องประดับนิล ประเภทสร้อยข้อมือและกำไล มีโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต จำนวน 6 ชั้น โดยมีความสอดคล้องกับเครื่องประดับที่มีการใช้ลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิตเพียงจำนวน 3 ชั้น ซึ่งเครื่องประดับที่ไม่มีความสอดคล้องได้แก่เครื่องประดับแบบที่ 3.5 สร้อยข้อมือนิลวงรีแนวลายเส้นอิสระ ที่มีรูปแบบลวดลายอิสระ และเครื่องประดับแบบที่ 3.9 กำไลนิลทรงกลมลายผีเสื้อ และ 3.10 กำไลนิลทรงกลมลายใบไม้ เป็นเครื่องประดับที่มีรูปแบบลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ

เนื้อหาสาระในการออกแบบด้านลวดลายการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไล

เครื่องประดับนิลศูนย์เจียรไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มุ่งเน้นการเลือกใช้ลวดลายที่ปรากฏบนสร้อยข้อมือและกำไล จากแนวคิดลวดลายที่เลียนแบบธรรมชาติมากที่สุด เพื่อลดทอนโครงสร้างภายนอกจากรูปทรงเรขาคณิต สร้างให้เกิดเครื่องประดับนิลสีดำที่อ่อนช้อย บนความมีผู้สึกที่แข็งแรง

การเลือกใช้วัสดุชนิดในการออกแบบ

การเลือกใช้วัสดุชนิดในการออกแบบเครื่องประดับ สร้อยข้อมือและกำไล ของศูนย์เจียรระโนนินด อนันตพลพลอยกาญจน์ นั้น เลือกใช้วัสดุชนิดรูปทรงวงรี จำนวน 3 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับประเภท สร้อยข้อมือและกำไลแบบที่ 3.2 สร้อยข้อมือชนิดรูปวงรีสลับลายโซ่ , 3.5 สร้อยข้อมือชนิดวงรีแนวลายเส้น อิศระ และ 3.6 สร้อยข้อมือชนิดรูปทรงวงรีสลับลายอิสระ

การเลือกใช้วัสดุชนิดรูปทรงกลม จำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือ และกำไลแบบที่ 3.1 สร้อยข้อมือชนิดทรงกลมสลับลายดอกไม้, 3.4 สร้อยข้อมือชนิดทรงกลมรูปดอกไม้

การเลือกใช้วัสดุชนิดรูปทรงหยดน้ำ จำนวน 1 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือ และกำไลแบบที่ 3.8 สร้อยข้อมือชนิดรูปทรงหยดน้ำล้อมเพชร

การเลือกใช้วัสดุชนิดรูปทรงมาคี จำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือและ กำไลแบบที่ แบบที่ 3.3 สร้อยข้อมือชนิดมาคีรูปทรงดอกไม้, 3.7 สร้อยข้อมือชนิดมาคีเรียงสลับลายเพชร

การเลือกใช้วัสดุชนิดรูปทรงหัวใจ รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า และรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสนั้นไม่มีการเลือกใช้ในการออกแบบเครื่องประดับชนิดประเภทสร้อยข้อมือ และกำไลของศูนย์เจียรระโนนินด อนันตพลพลอยกาญจน์ แต่มีรูปแบบการเจียรระโนนินดให้เข้ารูปทรงกับการออกแบบทั้งชิ้น ได้แก่ เครื่องประดับ ประเภทสร้อยข้อมือและกำไลแบบที่ 3.9 และ 3.10

สรุปการเลือกใช้วัสดุชนิดในการออกแบบเครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือและกำไลของ ศูนย์เจียรระโนนินด อนันตพลพลอยกาญจน์ มีการเลือกใช้วัสดุชนิดรูปทรงวงรีมากที่สุด รองลงมาเป็นการเลือกใช้วัสดุชนิดรูปทรงกลม รูปทรงมาคี และการเจียรระโนนินดเข้ารูปทรงตามที่ออกแบบ

การเลือกใช้วัสดุชนิดรูปทรงหยดน้ำ เป็นการเลือกใช้ใช้น้อยที่สุดในการออกแบบเครื่องประดับ สร้อยข้อมือและกำไล แต่วัสดุชนิดรูปทรงหัวใจ รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า และรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสนั้นไม่มีการเลือกใช้ในการออกแบบ

เนื้อหาสาระการเลือกใช้วัสดุชนิดในการออกแบบเครื่องประดับชนิดประเภทสร้อยข้อมือและกำไล

การเลือกใช้รูปทรงวัสดุชนิดในการออกแบบสร้อยข้อมือและกำไลมากที่สุดได้แก่รูปทรงวงรี ทรงกลม และมาคี โดยออกแบบให้วัสดุทั้ง 3 รูปทรงเรียงตัวในแนวระนาบต่อกันทั้งเส้น จึงต้องเลือกใช้รูปทรงของวัสดุที่มีความโค้งมน และอ่อนช้อยในรูปทรง เพื่อสร้างองค์ประกอบทางศิลปะที่ให้ความรู้สึกต่อเนื่องกันระหว่างข้อต่อ และเกิดความลงตัวในการออกแบบที่ดี

เครื่องประดับนิลประเภทต่างหู จำนวน 8 ตัวอย่าง ต่อไปนี้



ภาพประดับนิลประเภทต่างหูที่ 1



ภาพประดับนิลประเภทต่างหูที่ 2



ภาพประดับนิลประเภทต่างหูที่ 3



ภาพประดับนิลประเภทต่างหูที่ 4



ภาพประดับนิลประเภทต่างหูที่ 5



ภาพประดับนิลประเภทต่างหูที่ 6



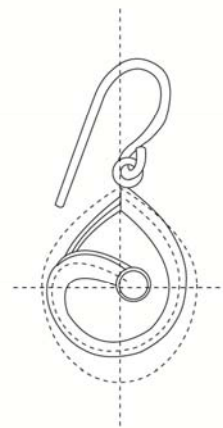
ภาพประดับนิลประเภทต่างหูที่ 7



ภาพประดับนิลประเภทต่างหูที่ 8

ผลการวิเคราะห์เครื่องประดับนิลประเภทต่างหู จำนวน 8 ตัวอย่าง ต่อไปนี้

1. ต่างหูรูปทรงหยดน้ำ



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: ต่างหูทั้ง 2 ข้าง มีโครงสร้างเรขาคณิตรูปทรงหยดน้ำ

ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากเส้นโค้งล้อมรอบเรขาคณิตรูปทรงหยดน้ำวงเข้าหา
กึ่งกลางของอัญมณี

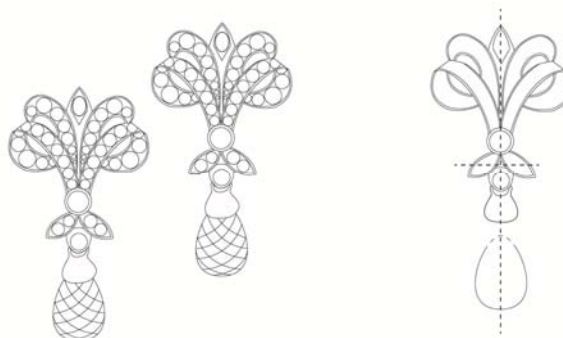
การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นโค้ง
2. การใช้สี: สีดำ และสีขาว
3. การให้ความสมดุล: ต่างหูทั้ง 2 ข้าง มีความสมดุลด้วยรูปทรงและน้ำหนัก

ที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: จุดเด่นเกิดจากการตัดกันของอัญมณีนิลสีดำ และเพชรสีขาว
ที่บริเวณพื้นที่กึ่งกลางของชิ้นงาน

2. ต่างหูรูปทรงเลียนแบบสับปะรด



การวิเคราะห์

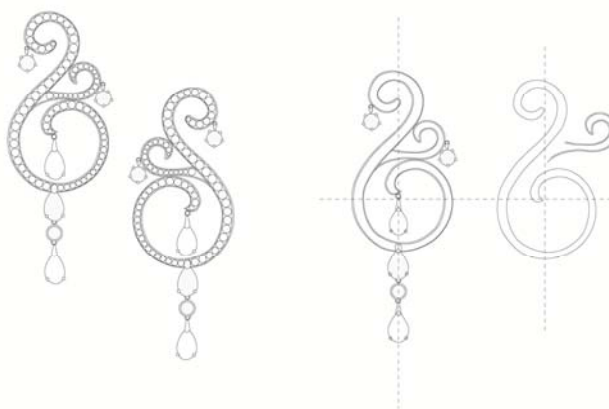
โครงสร้าง: ต่างหูมีโครงสร้างจากเส้นโค้งที่ทำให้เกิดโครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ
รูปทรงผลไม้

ลวดลาย: เกิดจากการเลียนแบบธรรมชาติลวดลายของผลไม้สับปะรดเพื่อให้เกิด
ลวดลายเสมือนบนชิ้นงานเครื่องประดับ

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นโค้ง
2. การใช้สี: สีขาว และสีดำ
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนกลางซ้ายขวาที่เท่ากัน และต่างหูทั้ง 2 ข้าง
มีความสมดุลด้วยรูปทรงและน้ำหนักที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: ตัวเรือนของเครื่องประดับเลือกใช้เพชรสีขาวตลอดตัวเรือน
โดยสร้างจุดเด่นด้วยการเลือกใช้อัญมณีนิลสีดำเจียระไนแบบแฟนซี ทำให้เกิดประกายระยิบระยับ และดึงดูด
ความสนใจด้วยสีขาวและสีดำที่ตัดกัน อีกทั้งอัญมณีนิลมีการประกอบเข้ากับตัวเรือนที่สามารถเคลื่อนไหวได้
สร้างให้เกิดความพลิ้วไหวบนชิ้นงาน

3. ต่างหูเส้นโค้งอิสระ



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: ต่างหูมีโครงสร้างอิสระจากเส้นโค้งพริ้วไหว

ลวดลาย: สร้างลวดลายจากเส้นโค้งที่มีความอิสระและพริ้วไหวเหมือนลวดลาย

ในธรรมชาติ

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นโค้ง
2. การใช้สี: สีขาว และสีดำ
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนกลางซ้ายขวาที่เท่ากัน และต่างหูทั้ง 2 ข้างมีความสมดุลด้วยรูปทรงและน้ำหนักที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: ตัวเรือนของเครื่องประดับเลือกใช้เพชรสีขาวตลอดตัวเรือน การสร้างจุดเด่นด้วยการเลือกใช้อัญมณีนิลสีดำเจียระไนเหลี่ยมเกสรรูปทรงหยดน้ำ ทำให้เกิดการตัดกันของสีอย่างเด่นชัด อีกทั้งอัญมณีนิล มีการประกอบเข้ากับตัวเรือนที่สามารถเคลื่อนไหวได้ สร้างให้เกิดความพริ้วไหวบนชิ้นงาน

4. ต่างหูรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสลายดอกไม้



การวิเคราะห์

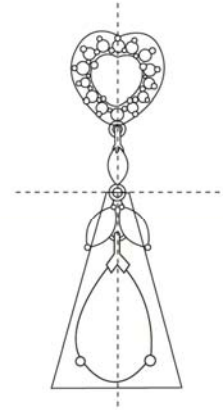
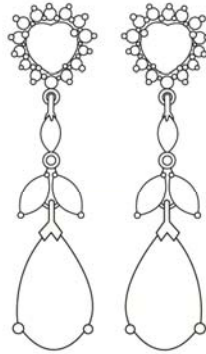
โครงสร้าง: ต่างหูมีโครงสร้างเรขาคณิตรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส

ลวดลาย: ลวดลายเกิดจากการจัดวางองค์ประกอบของอัญมณีทรงกลม สร้างให้เกิดลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นตรง และเส้นโค้ง
2. การใช้สี: สีดำ สีเขียว สีเหลือง สีชมพู
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนกลางซ้ายขวาที่เท่ากัน และต่างหูทั้ง 2 ข้างมีความสมดุลด้วยรูปทรงและน้ำหนักที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: จุดเด่นคืออัญมณีนิลสีดำทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสบริเวณกึ่งกลางขนาดใหญ่ ล้อมรอบด้วยอัญมณีที่มีสีสัน เลียนแบบดอกไม้ใน ให้ความรู้สึกลดทอนความแข็งแกร่งของสีดำลง และการตัดกันของสีอัญมณีนิลสีดำและสีอัญมณีนิลสีอื่นๆ

5. ต่างหูดอกไม้ตูม



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของต่างหูเป็นโครงสร้างรูปทรงสามเหลี่ยม

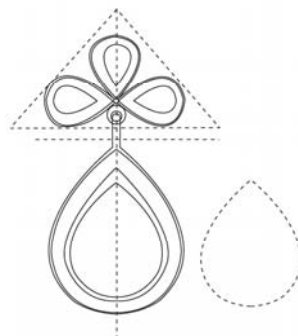
ลวดลาย: ลวดลายของต่างหูเกิดจากการจัดวางองค์ประกอบของอัญมณีให้มีลวดลายเรียงต่อกันจนเกิดเป็นลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ ได้แก่ ลวดลายของดอกไม้ และใบไม้

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: การใช้เส้นโค้ง
2. การใช้สี: การใช้สีดำและสีขาว
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนกลางซ้ายขวาที่เท่ากัน และต่างหูทั้ง 2 ข้างมีความสมดุลด้วยรูปทรงและน้ำหนักที่เท่ากัน

4. การให้จุดเด่น: จุดเด่นของต่างหูคู่นี้คือ พื้นที่ของอัญมณีชิ้นล่างสุดที่สร้างจุดเด่นของการดึงดูดสายตาจากการออกแบบ โดยมีการจัดวางองค์ประกอบของอัญมณีให้สามารถเคลื่อนไหวได้สร้างให้เกิดความรู้สึกพลิ้วไหวไปตามการออกแบบที่เลียนแบบธรรมชาติจริง

6. ต่างหูรูปทรงหยดน้ำ



การวิเคราะห์

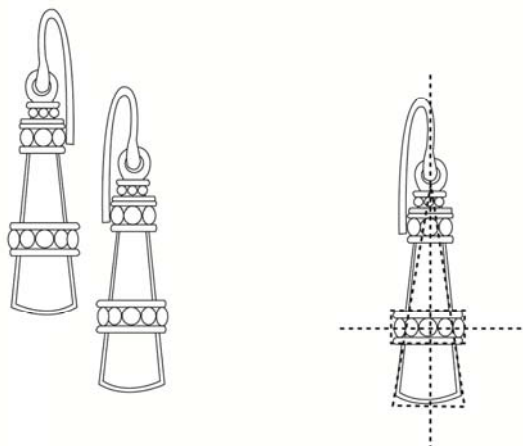
โครงสร้าง: โครงสร้างของต่างหูเป็นโครงสร้างเรขาคณิตรูปทรงหยดน้ำ

ลวดลาย: การจัดวางองค์ประกอบของอัญมณีที่เรียงต่อกันตามลวดลายที่สร้างให้เกิดการเลียนแบบธรรมชาติรูปทรงดอกไม้ในธรรมชาติ

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: เส้นโค้ง
2. การใช้สี: สีขาว และสีดำ
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนกลางซ้ายขวาที่เท่ากัน และต่างหูทั้ง 2 ข้างมีความสมดุลด้วยรูปทรงและน้ำหนักที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: จุดเด่นเกิดจากการตัดกันของสีอัญมณีที่เลือกใช้ในการออกแบบ คือ สีดำ และสีขาว ของอัญมณีนิล และเพชร โดยเลือกใช้อัญมณีนิลขนาดใหญ่รูปทรงหยดน้ำที่สร้างให้เกิดพื้นที่ของการดึงดูดสายตา และการประกอบตัวเรือนมีการออกแบบที่ทำให้อัญมณีสามารถเคลื่อนไหวได้อย่างพลิ้วไหวซึ่งส่งเสริมให้จุดเด่นมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

7. ต่างหูรูปทรงสามเหลี่ยม



การวิเคราะห์

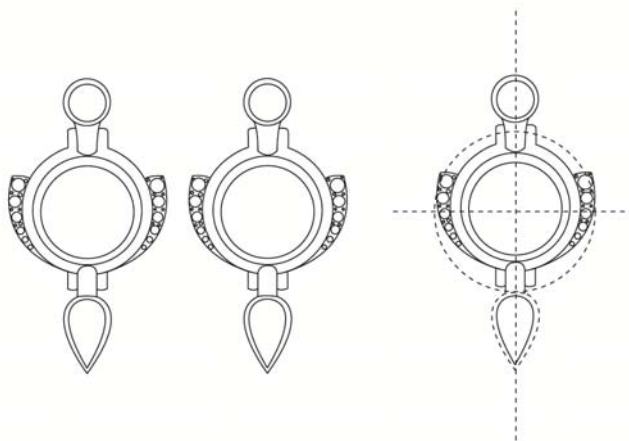
โครงสร้าง: โครงสร้างของต่างหูเป็นโครงสร้างเรขาคณิตรูปทรงสามเหลี่ยม

ลวดลาย: การจัดวางอัญมณีเรียงต่อกันในคาตผ่านกึ่งกลางตัวเรือนในแนวขวาง สร้างให้เกิดลวดลายรูปทรงเรขาคณิต

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: การใช้เส้นตรง
2. การใช้สี: สีดำและสีขาว
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนกลางซ้ายขวาที่เท่ากัน และต่างหูทั้ง 2 ข้าง มีความสมดุลด้วยรูปทรงและน้ำหนักที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: จุดเด่นการประกอบอัญมณีนิลสีดำเต็มพื้นที่ของตัวเรือนตัดกับลวดลายที่ประกอบด้วยเพชรสีขาวคาตผ่านเป็นแนวนอนตรงกึ่งกลางของตัวเรือน ทำให้เกิดการตัดกันของสีขาวและสีดำอย่างชัดเจน และส่งเสริมให้เพชรกลายเป็นจุดเด่นของตัวเรือน

8. ต่างหูรูปทรงเรขาคณิต



การวิเคราะห์

โครงสร้าง: โครงสร้างของต่างหูเป็นโครงสร้างเรขาคณิตรูปทรงมาคี่

ลวดลาย: การจัดวางอัญมณีโดยใช้เส้นแกนกึ่งกลางของรูปทรงเรขาคณิตเป็นแกนหลัก โดยแบ่งเป็น 3 ระยะเวลาที่เท่ากัน ในรูปทรงต่างกันเพื่อสร้างให้เกิดองค์ประกอบของลวดลายจากอัญมณีรูปทรงเรขาคณิต ทรงกลม และทรงหยดน้ำ

การออกแบบ:

1. การใช้เส้น: การใช้เส้นโค้ง
2. การใช้สี: สีดำและสีขาว
3. การให้ความสมดุล: ตามแกนกลางซ้ายขวาที่เท่ากัน และต่างหูทั้ง 2 ข้าง มีความสมดุลด้วยรูปทรงและน้ำหนักที่เท่ากัน
4. การให้จุดเด่น: จุดเด่นเกิดจากการเลือกใช้อัญมณีนิลสีดำขนาดใหญ่ตรงกลางตัวเรือน สร้างจุดเด่นให้กับสายตา

สรุปวิเคราะห์เครื่องประดับของกลุ่มศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ในประเด็นด้านการออกแบบได้แก่ ด้านโครงสร้าง ด้านลวดลาย และการเลือกใช้รูปทรงของอัญมณีนิล

4. ประเภทประเภทต่างหู จำนวน 8 ตัวอย่าง

แบบที่	ภาพเครื่องประดับ	การออกแบบ		
		การวิเคราะห์โครงสร้าง	ลวดลาย	รูปทรงของอัญมณีที่ใช้
4.1	 	โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ	ลวดลายแบบอิสระ	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ
4.2	 	โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	ลวดลายจากธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำเจียระไนแบบแฟนซี
4.3	 	โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ	ลวดลายแบบอิสระ	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ
4.4	 	โครงสร้างเรขาคณิตทรงสี่เหลี่ยม	ลวดลายจากธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม
4.5	 	โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	ลวดลายจากธรรมชาติ	อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงมาคี้และรูปทรงหยดน้ำ

แบบที่	ภาพเครื่องประดับ	การออกแบบ		
		การวิเคราะห์ โครงสร้าง	ลวดลาย	รูปทรงของอัญมณีที่ใช้
4.6	<p>ประเภทประเภทต่างหู (ต่อ)</p> 	โครงสร้างรูปทรง เลียนแบบ ธรรมชาติ	ลวดลายจาก ธรรมชาติ	อัญมณีชนิดที่ใช้ เป็นรูปทรงหยด น้ำ
4.7		โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีชนิดที่ใช้ เป็นการเจียระไน เข้ารูปสี่เหลี่ยม คางหมู
4.8		โครงสร้าง เรขาคณิต	ลวดลายแบบ คลาสสิกจาก เรขาคณิต	อัญมณีชนิดที่ใช้ เป็นรูปทรงกลม

**สรุปผลการวิเคราะห์ จากการวิเคราะห์ด้านการออกแบบเครื่องประดับ
ประเภทต่างหู จำนวน 8 ตัวอย่าง**

ด้านโครงสร้าง

ต่างหู เป็นเครื่องประดับที่ตกแต่งส่งเสริมบุคลิกบนใบหน้าให้เกิดความดึงดูด และความน่าสนใจที่ใบหน้า การออกแบบต่างหู ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ มีการเลือกออกแบบโดยใช้โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต เป็นรูปทรงที่มีพื้นฐานรูปแบบจากรูปทรงสี่เหลี่ยมสามเหลี่ยม ฯลฯ ซึ่งปรากฏว่ามีจำนวน 4 ชิ้น ได้แก่ ต่างหูชนิดแบบที่ 4.4 ต่างหูรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสลายดอกไม้, 4.6 ต่างหูรูปทรงหยดน้ำ, 4.7 ต่างหูรูปทรงสามเหลี่ยม, 4.8 ต่างหูรูปทรงเรขาคณิต

การออกแบบต่างหู ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์มีการเลือกออกแบบโดยใช้โครงสร้างจากการเลียนแบบธรรมชาติ จำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ ต่างหูชนิดแบบที่ 4.2 ต่างหูรูปทรงเลียนแบบสับปะรด, 4.5 ต่างหูดอกไม้ตุ้ม

การออกแบบต่างหู ของศูนย์เจียร์ะไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์มีการเลือกออกแบบโดยใช้ โครงสร้างอิสระ จำนวน 2 ชั้น ได้แก่ ต่างหูชนิดแบบที่ 4.1 ต่างหูรูปทรงหยดน้ำ และ 4.3 ต่างหูเส้นโค้งอิสระ จะเห็นได้ว่า เครื่องประดับชนิด ประเภทต่างหูของศูนย์เจียร์ะไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบที่มีโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิตมากที่สุด รองลงมาเป็นการออกแบบโครงสร้าง เลียนแบบธรรมชาติ และโครงสร้างอิสระ

เนื้อหาสาระในการออกแบบด้านโครงสร้างการออกแบบเครื่องประดับชนิดประเภทต่างหู

เครื่องประดับชนิดศูนย์เจียร์ะไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มุ่งเน้นการออกแบบต่างหูที่มี แนวคิดโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต โดยต่างหูรูปทรงเรขาคณิตจำเป็นจะต้องเลือกัญมณีชนิดที่มี การเจียร์ะไนทั้งสองข้างที่เท่ากัน ดังนั้นโครงสร้างการออกแบบต่างหูจึงมีความสอดคล้องกับการ เลือกใช้รูปแบบของัญมณีชนิด

ด้านลวดลาย

การออกแบบต่างหู ของศูนย์เจียร์ะไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้ ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิตปรากฏว่ามีจำนวน 2 ชั้น ได้แก่ ต่างหูแบบที่ 4.7 ต่างหูรูปทรง สามเหลี่ยม, และต่างหูแบบที่ 4.8 ต่างหูรูปทรงเรขาคณิต

การออกแบบต่างหู ของศูนย์เจียร์ะไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้ ลวดลายจากการเลียนแบบธรรมชาติ ปรากฏว่ามีจำนวน 4 ชั้น ได้แก่ ต่างหูแบบที่ 4.2 ต่างหูรูปทรง เลียนแบบสับปะรด, 4.4 ต่างหูรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสลายดอกไม้, 4.5 ต่างหูดอกไม้ตูม, และต่างหูแบบ ที่ 4.6 ต่างหูรูปทรงหยดน้ำ

การออกแบบต่างหู ของศูนย์เจียร์ะไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้ ลวดลายจากรูปทรงอิสระ ปรากฏว่ามีจำนวน 2 ชั้น ได้แก่ ต่างหูแบบที่ 4.1 ต่างหูรูปทรงหยดน้ำ และ ต่างหูแบบที่ 4.3 ต่างหูเส้นโค้งอิสระ

จะเห็นได้ว่าเครื่องประดับชนิด ประเภทต่างหู มีโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิตจำนวน 4 ชั้น โดยมีความสอดคล้องกับเครื่องประดับต่างหูที่มีการใช้ลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิตเพียง จำนวน 2 ชั้น ซึ่งเครื่องประดับต่างหูออกแบบโครงสร้างไม่มีความสอดคล้องกับลวดลายได้แก่ ต่างหูแบบที่ 4.4 ต่างหู รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสลายดอกไม้ และต่างหูแบบที่ 4.6 ต่างหูรูปทรงหยดน้ำ ซึ่งมีการออกแบบ โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิตแต่มีลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ ส่วนการออกแบบต่างหูจาก โครงสร้างอิสระนั้นมีความสอดคล้องกับการออกแบบด้วยลวดลายอิสระเช่นกัน

เนื้อหาสาระในการออกแบบด้านลวดลายการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไล

เครื่องประดับนิลศูนย์เจียรระโนนินลอนันตพล พลอยกาญจน์ มุ่งเน้นการเลือกใช้ลวดลายที่ปรากฏบนต่างหูจากแนวคิดลวดลายที่เลียนแบบธรรมชาติมากที่สุด เพื่อลดทอนโครงสร้างภายนอกจากรูปทรงเรขาคณิต สร้างให้เกิดเครื่องประดับต่างหูนิลที่ให้ความรู้สึกอ่อนช้อย พริ้วไหว ภายใต้พื้นที่โครงสร้างเรขาคณิต

การเลือกใช้ัญมณีนิลในการออกแบบ

การเลือกใช้ัญมณีนิลในการออกแบบเครื่องประดับ ประเภทต่างหูของศูนย์เจียรระโนนินลอนันตพลพลอยกาญจน์ นั้น เลือกใช้ัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำ จำนวน 6 ชิ้น ได้แก่ ต่างหูแบบที่ 4.1 ต่างหูรูปทรงหยดน้ำ, 4.2 ต่างหูรูปทรงเลียนแบบสับประรด, 4.3 ต่างหูเส้นโค้งอิสระ, 4.5 ต่างหูดอกไม้ตูม, 4.6 ต่างหูรูปทรงหยดน้ำ, 4.8 ต่างหูรูปทรงเรขาคณิต

การเลือกใช้ัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส จำนวน 1 ชิ้น ได้แก่ ต่างหูแบบที่ 4.4 ต่างหูรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสลายดอกไม้

การเลือกใช้ัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมคางหมู เจียรระโนนินลอนันตพล จำนวน 1 ชิ้น ได้แก่ ต่างหูแบบที่ 4.7 ต่างหูรูปทรงสามเหลี่ยม

การเลือกใช้ัญมณีนิลรูปทรงมาคี จำนวน 1 ชิ้น ได้แก่ ต่างหูแบบที่ 4.5 ต่างหูดอกไม้ตูม

จะพบว่าการออกแบบเครื่องประดับประเภทต่างหูของศูนย์เจียรระโนนินลอนันตพล พลอยกาญจน์ มีการเลือกัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำ ในการออกแบบมากที่สุด เลือกใช้ัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส และสี่เหลี่ยมคางหมูเจียรระโนนินลอนันตพลตามการออกแบบ รองลงมา และเลือกใช้ัญมณีนิลรูปทรงมาคี ประกอบการออกแบบกับัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำในต่างหูแบบที่ 4.5

เนื้อหาสาระการเลือกใช้ัญมณีนิลในการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทต่างหู

การออกแบบต่างหูของศูนย์เจียรระโนนินลอนันตพลพลอยกาญจน์ เลือกใช้รูปทรงหยดน้ำ เพราะทำให้ใบหน้าเรียวยาว ส่งเสริมบุคลิกบนใบหน้าให้ดีขึ้น

การวิเคราะห์กระบวนการสร้างสรรค์เครื่องประดับนิล

การวิเคราะห์กระบวนการสร้างสรรค์เครื่องประดับนิลในมิติด้านการออกแบบเพื่อให้เห็นถึงคุณค่าทางความคิดและการใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างสรรค์เครื่องประดับนิลโดยในขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 45 แบบ จากเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์คุณค่าจากกระบวนการทางความคิดที่ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับนิล จากการวิเคราะห์ผลงาน พบว่าการออกแบบของโครงสร้างและลวดลายใช้หลักและแนวคิดในการออกแบบทางศิลปะ 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 แนวคิดจากเรขาคณิต (Geometry Forms) ได้แก่ การออกแบบโดยประยุกต์ใช้ลักษณะของรูปร่าง รูปทรงเรขาคณิตมาจัดวางหรือผสมผสานให้เกิดลวดลายแบบต่างๆ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปหลายเหลี่ยม รูปเหลี่ยมเพชร รูปกลม เส้นตรง เส้นซิกแซ็ก และรูปแบบลวดตา เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 แนวคิดเลียนแบบธรรมชาติ (Natural Forms) ได้แก่ การออกแบบโดยประยุกต์ใช้กลุ่มลวดลายที่นำรูปร่าง หรือรูปทรงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติสามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน เช่น คน สัตว์ พืช

กลุ่มที่ 3 แนวคิดอิสระหรือนามธรรม (Abstraction Forms) ได้แก่ การออกแบบโดยประยุกต์ลวดลายอิสระที่นำรูปแบบธรรมชาติ เรขาคณิตหรือรูปแบบที่เป็นสัญลักษณ์ต่างๆ มีลักษณะรูปทรงที่ตัดทอนหรือคลี่คลายจากรูปแบบเดิม โดยมุ่งเน้นให้มีผลต่อความรู้สึกในการรับรู้ มากกว่าการแสดง ความหมายหรือถ่ายทอดรูปทรง ลวดลายเน้นการใช้รูปทรงและสีที่แตกต่างกัน เพื่อสื่อถึงสิ่งที่ต้องการแสดงออก มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ

ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์เครื่องประดับทั้ง 45 แบบทำการคัดเลือกเครื่องประดับนิลเพื่อศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ โดยผู้วิจัยให้ผู้ประกอบการคัดเลือกเครื่องประดับนิลเป็นครั้งที่ 2 ประเภทละจำนวน 3 แบบ โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้

1. เป็นเครื่องประดับที่มียอดจำหน่ายที่ดีที่สุดเป็นอันดับ 1 ใน 3 ของเครื่องประดับแต่ละประเภท
2. ราคาในการจำหน่ายมีความเท่ากันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อนำรูปแบบเครื่องประดับไปศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ในการวิจัยขั้นตอนที่ 2 ได้แก่

1. เครื่องประดับนิลประเภทแหวน 3 แบบจากทั้งหมด 15 แบบ
2. เครื่องประดับประเภทจี้และสร้อยคอ 3 แบบจากทั้งหมด 12 แบบ
3. เครื่องประดับประเภท สร้อยข้อมือและกำไล จำนวน 3 แบบ จากทั้งหมด 10 แบบ
4. เครื่องประดับประเภทต่างหู จำนวน 3 แบบ จากทั้งหมด 8 แบบ

ดังตาราง 1-5

ตาราง 1 เครื่องประดับแหวน 3 แบบ

1.เครื่องประดับแหวน 3 แบบ		รายละเอียดด้านการออกแบบ	
รูปแบบเครื่องประดับ			
1.1		การออกแบบ โครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง วงรี วัสดุ เงิน อัญมณีที่ใช้ เพชรCZ และ นิล ราคาประมาณ 7,500 บาท	
1.2		การออกแบบ โครงสร้าง (Free form) เป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง วงรี วัสดุ เงิน อัญมณีที่ใช้ เพชรCZ และ นิล ราคาประมาณ 7,500 บาท	
1.3		การออกแบบ โครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง หัวใจ วัสดุ เงิน อัญมณีที่ใช้ พลอย และ นิล ราคาประมาณ 7,500 บาท	

ตาราง 2 เครื่องประดับจี้ 3 แบบ

2.เครื่องประดับจี้ 3 แบบ		รายละเอียดด้านการออกแบบ
รูปแบบเครื่องประดับ		
2.1		การออกแบบ โครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีที่ใช้เป็นรูปทรง วงรี วัสดุ เงิน อัญมณีที่ใช้ เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 3,500 บาท
2.2		การออกแบบ โครงสร้าง (Free form) เป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีที่ใช้เป็นรูปทรง หยดน้ำ วัสดุ เงิน อัญมณีที่ใช้ เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 3,500 บาท
2.3		การออกแบบ โครงสร้างอิสระ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีที่ใช้เป็นรูปทรง หัวใจ วัสดุ เงิน อัญมณีที่ใช้ เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 3,500 บาท


ตาราง 3 เครื่องประดับสร้อยคอ 3 แบบ

3.เครื่องประดับสร้อยคอ 3 แบบ		รายละเอียดด้านการออกแบบ	
รูปแบบเครื่องประดับ			
3.1		การออกแบบ	
		โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ	
		อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง หยกน้ำ	
		วัสดุ	เงิน
		อัญมณีที่ใช้	นิล
		ราคาประมาณ	9500-10500 บาท
3.2		การออกแบบ	
		โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ	
		อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง หยกน้ำ	
		วัสดุ	เงิน
		อัญมณีที่ใช้	นิล
		ราคาประมาณ	9500-10500 บาท
3.3		การออกแบบ	
		โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	
		ลวดลายจากธรรมชาติ	
		อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง หัวใจ	
		วัสดุ	เงิน
		อัญมณีที่ใช้	นิล
		ราคาประมาณ	9500-10500 บาท

ตาราง 4 เครื่องประดับสร้อยข้อมือ 3 แบบ

4.เครื่องประดับสร้อยข้อมือ 3 แบบ		รายละเอียดด้านการออกแบบ
รูปแบบเครื่องประดับ		
4.1		<p>การออกแบบ</p> <p>โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายจากธรรมชาติ</p> <p>อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง กลม</p> <p>วัสดุ เงิน</p> <p>อัญมณีที่ใช้ นิล พลอยสี</p> <p>ราคาประมาณ 4,500 บาท</p>
4.2		<p>การออกแบบ</p> <p>โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต</p> <p>ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต</p> <p>อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง วงรี</p> <p>วัสดุ เงิน</p> <p>อัญมณีที่ใช้ นิล, พลอย</p> <p>ราคาประมาณ 4,500 บาท</p>
4.3		<p>การออกแบบ</p> <p>โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายจากธรรมชาติ</p> <p>อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง เจียระไนเข้ากับรูปทรงของการออกแบบ</p> <p>วัสดุ เงิน</p> <p>อัญมณีที่ใช้ นิล พลอย</p> <p>ราคาประมาณ 4,500 บาท</p>

ตาราง 5 เครื่องประดับต่างหู 3 แบบ

5.เครื่องประดับต่างหู 3 แบบ		รายละเอียดด้านการออกแบบ
รูปแบบเครื่องประดับ		
5.1		<p>การออกแบบ</p> <p>โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ</p> <p>ลวดลายจากธรรมชาติ</p> <p>อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง หยกน้ำ</p> <p>วัสดุ เงิน</p> <p>อัญมณีที่ใช้เพชร CZ และ นิล</p> <p>ราคาประมาณ 2,000 บาท</p>
5.2		<p>การออกแบบ</p> <p>โครงสร้างรูปทรงอิสระ</p> <p>ลวดลายแบบอิสระ</p> <p>อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : หยกน้ำ</p> <p>วัสดุ เงิน</p> <p>อัญมณีที่ใช้ เพชร CZ และ นิล</p> <p>ราคาประมาณ 2,000 บาท</p>
5.3		<p>การออกแบบ</p> <p>โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต</p> <p>ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต</p> <p>อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง เจียระไนเข้ากับรูปทรง</p> <p>ของการออกแบบ</p> <p>วัสดุ เงิน</p> <p>อัญมณีที่ใช้ เพชร CZ และ นิล</p> <p>ราคาประมาณ 2,000 บาท</p>

จากตาราง 2-5 ผู้วิจัยนำไปใช้ในการออกแบบแบบสอบถามเพื่อสอบถามระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียระไนนิล อนุวัตพลพลอยกาญจน์ โดยได้ภาพเครื่องประดับที่คัดเลือกแล้ว 15 แบบ จากทั้งหมด 45 แบบ เพื่อนำไปจัดทำแบบสอบถามในขั้นตอนที่ 2

ขั้นตอนที่ 2

การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการวิเคราะห์การออกแบบในขั้นตอนที่ 1 โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วนเพื่อสอบถามทัศนคติความต้องการผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลของศูนย์ เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรี จำนวน 200 คน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยกำหนด

อายุ 25-34 ปี จำนวน 50 คน อายุ 35-44 ปี จำนวน 50 คน อายุ 45-54 ปี จำนวน 50 คน และอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน เพื่อจำแนกระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยคิดเป็นร้อยละ

ส่วนที่ 2 ศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับ นิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ซึ่งผู้ประกอบการเป็นผู้เลือกกลุ่มตัวอย่างของเครื่องประดับ นิลที่มียอดจำหน่ายมากที่สุดในกลุ่มประเภทเครื่องประดับจากทั้งหมด 45 แบบ โดยมีเครื่องประดับ ประเภทแหวนจำนวน 3 แบบ, ประเภทจี้และสร้อยคอจำนวน 3 แบบ, ประเภทสร้อยข้อมือและกำไล จำนวน 3 แบบ, และประเภทต่างหูจำนวน 3 แบบ

ส่วนที่ 3 ศึกษาทัศนคติความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

- 3.1 ท่านมีความคาดหวังในด้านโครงสร้างของการออกแบบอย่างไร
- 3.2 ท่านมีความคาดหวังในด้านลวดลายของการออกแบบอย่างไร
- 3.3 ท่านมีความคาดหวังการเลือกรูปทรงของอัญมณีในการออกแบบอย่างไร

ส่วนที่ 4 ศึกษาทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล เพื่อสอบถามความคิดเห็นต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้อัญมณีนิล

ผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาประวัติและความเป็นมาและเครื่องประดับนิลจากศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์โดยเก็บข้อมูล และการบันทึกภาพถ่าย
2. ผู้วิจัยได้นำการศึกษาด้านการถ่ายทอดภูมิปัญญา และ แนวคิดด้านการออกแบบจากขั้นตอนที่ 1 มาสร้างแบบสอบถามระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ โดยผู้ประกอบการเป็นผู้เลือกกลุ่มตัวอย่างของเครื่องประดับนิลที่มียอดจำหน่ายมากที่สุดในราคาที่เท่ากันในกลุ่มประเภทเครื่องประดับจากทั้งหมด 45 แบบ โดยมีเครื่องประดับนิลประเภทแหวนจำนวน 3 แบบ ประเภทจี้จำนวน 3 แบบ สร้อยคอจำนวน 3 แบบ ประเภทสร้อยข้อมือและกำไลจำนวน 3 แบบ และประเภทต่างหูจำนวน 3 แบบ ได้เครื่องประดับเพื่อศึกษาความชอบและการตัดสินใจซื้อทั้งหมด 15 ตัวอย่าง

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยพิจารณาความเที่ยงตรงของเนื้อหา และโดยผลวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruence) ของเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.69 ถึง 1.00 ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้

4. ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อทำการสำรวจและสอบถามความคิดเห็นผู้บริโภคนในกลุ่มสตรีจำนวน 200 ชุด โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เป็นสตรีช่วงอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 50 คน ช่วงอายุ 35-44 ปี จำนวน 50 คน ช่วงอายุ 45-54 ปี จำนวน 50 คน และ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน

5. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 คน ซึ่งประกอบด้วยตัวแปร อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยกำหนดอายุ 25-34 ปี จำนวน 50 คน อายุ 35-44 ปี จำนวน 50 คน อายุ 45-54 ปี จำนวน 50 คน และอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน เพื่อจำแนกระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยคิดเป็นร้อยละปรากฏผลการวิเคราะห์ดังตาราง 6

ตาราง 6 จำนวนคน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
25 - 34 ปี	50	25
35 - 44 ปี	50	25
45 - 54 ปี	50	25
55 ปีขึ้นไป	50	25
รวม	200	100.0

ตาราง 6 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	22	11.0
ปริญญาตรี	116	58.0
สูงกว่าปริญญาตรี	62	31.0
รวม	200	100.0
3. อาชีพ		
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	19.5
พนักงานบริษัทเอกชน	69	34.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	82	41.0
อื่น ๆ	10	5.0
รวม	200	100.0
4. รายได้		
15,000-30,000	55	27.5
30,000-50,000	117	58.5
50,000-100,000	28	14
รวม	200	100

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 คน จำแนกตามตัวแปรได้ผลดังนี้

อายุ พบว่าผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 คน ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรด้านอายุ 25-34 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25 อายุ 35-44 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25 อายุ 45-54 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25

การศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.0 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.0

อาชีพ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประกอบประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาอีกคือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.5 และอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.0

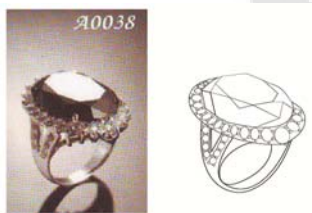
รายได้ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ 30,000-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ รายได้ 15,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.5 และรายได้ 50,000-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14

ส่วนที่ 2 ระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์


ผลการวิเคราะห์ระดับความชอบ และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ซึ่งมี 5 ประเภท ได้แก่ 1) เครื่องประดับนิลประเภทแหวน 2) เครื่องประดับนิลประเภทจี้ 3) เครื่องประดับนิลประเภทสร้อยคอ 4) เครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไล และ 5) เครื่องประดับนิลประเภทต่างหู ปรัชญาการวิเคราะห์ผลดังตาราง 7-11

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความชอบ และความตั้งใจซื้อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ของผู้บริโภค ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทแหวน

ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทแหวน	ระดับความชอบ			การตัดสินใจซื้อ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. แหวนนิลรูปทรงวงรี 2 วงซ้อนกัน โครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี วัสดุที่ใช้ได้แก่ เงิน อัญมณี เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 7,500 บาท	4.02	.94	มาก	3.74	1.04	มาก
2. แหวนนิลทรงหยดน้ำลวดลายอิสระ โครงสร้างเป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : วงรี วัสดุที่ใช้ได้แก่ เงิน อัญมณี เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 7,500 บาท	3.95	.94	มาก	3.63	1.04	มาก



ตาราง 7 (ต่อ)

ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทแหวน	ระดับความชอบ			การตัดสินใจซื้อ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
3.แหวนนิลรูปหัวใจลวดลายดอกไม้ โครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหัวใจ วัสดุที่ใช้ได้แก่ เงิน อัญมณีพลอยสี และนิล ราคาประมาณ 7,500 บาท	3.94	1.06	มาก	3.68	1.12	มาก
						
รวม	3.97	.73	มาก	3.68	.82	มาก

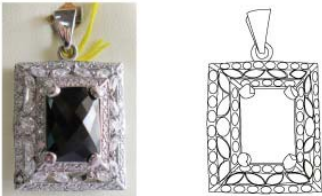

จากตาราง 7 โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับความชอบ และระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อเครื่องประดับนิลประเภทแหวนของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$ และ 3.68) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ด้านความชอบ ผู้บริโภคมีความชอบเครื่องประดับนิลประเภทแหวนมากที่สุด ได้แก่ เครื่องประดับแหวนนิลรูปทรงวงรี 2 วงซ้อนกันที่มีโครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี ผลิตจากวัสดุ เงิน โดยมีอัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และนิล มีราคาประมาณ 7,500 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมาคือแหวนนิลทรงหยดน้ำลวดลายอิสระ โครงสร้างอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี ผลิตจากวัสดุเงิน โดยมีอัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และนิล ราคาประมาณ 7,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) และแหวนนิลรูปหัวใจลวดลายดอกไม้ ที่มีโครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหัวใจ ผลิตจากวัสดุเงิน โดยมีอัญมณีประกอบได้แก่ พลอย และนิล ราคาประมาณ 7,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$)


ด้านการตัดสินใจซื้อ ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจซื้อ สูงสุดคือ ได้แก่ เครื่องประดับแหวนนิลรูปทรงวงรี 2 วงซ้อนกันที่มีโครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี ผลิตจากวัสดุ เงิน โดยมีอัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และนิล มีราคาประมาณ 7,500 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) รองลงมาคือแหวนนิลรูปหัวใจลวดลายดอกไม้

ที่มีโครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหัวใจ ผลิตจากวัสดุเงิน โดยมีอัญมณีประกอบได้แก่ พลอย และ นิล ,ราคาประมาณ 7,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) และแหวนนิลทรงหยดน้ำลวดลายอิสระ โครงสร้างอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี ผลิตจากวัสดุเงิน โดยมีอัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 7,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$)

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความชอบ และความตั้งใจซื้อ เครื่องประดับนิลของศูนย์วิจัยระโนนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ของผู้บริโภค ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทจี้

ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทจี้	ระดับความชอบ			การตัดสินใจซื้อ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. จี้นิลสี่เหลี่ยมจัตุรัส โครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี วัสดุที่ใช้ได้แก่ อัญมณีเพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 3,500 บาท	3.81	.98	มาก	3.58	1.09	มาก
						
2. จี้นิลรูปทรงอิสระ โครงสร้างอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ วัสดุที่ใช้ได้แก่ อัญมณีเพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 3,500 บาท	3.99	.95	มาก	3.82	1.00	มาก
						

ตาราง 8 (ต่อ)


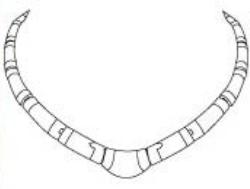


ประเภทเครื่องประดับประเภทจี้	ระดับความชอบ			การตัดสินใจซื้อ			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	
3. จี้นิลรูปหัวใจ ดอกไม้	3.90	.96	มาก	3.70	1.08	มาก	
โครงสร้างอิสระ ลวดลายจากธรรมชาติ							
อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหัวใจ							
วัสดุที่ใช้ได้แก่ เงิน อัญมณี เพชร CZ และ นิล							
ราคาประมาณ 3,500 บาท							
							
	รวม	3.90	.66	มาก	3.70	.79	มาก

จากตาราง 8 โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับความชอบ และระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อเครื่องประดับนิลประเภทจี้ ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$ และ 3.70) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า


ด้านความชอบ ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับความชอบสูงสุดคือ จี้นิลรูปทรงอิสระ ที่มีโครงสร้างเป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ ผลิตด้วยวัสดุเงิน อัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และนิล ราคาประมาณ 3,500 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมาคือ จี้นิลรูปหัวใจ ดอกไม้ ที่มีโครงสร้างอิสระ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหัวใจ วัสดุเงิน อัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 3,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) และจี้นิลสี่เหลี่ยมจัตุรัสที่มีโครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี ผลิตจากวัสดุเงิน อัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และนิล ราคาประมาณ 3,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$)

ด้านการตัดสินใจซื้อ ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจซื้อ สูงสุดคือ จั๊นรูปทรงอิสระ ที่มีโครงสร้าง เป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีชนิดที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ ผลิตด้วยวัสดุเงิน อัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และนิล ราคาประมาณ 3,500 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ จั๊นรูปหัวใจ ดอกไม้ ที่มีโครงสร้างอิสระ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีชนิดที่ใช้เป็นรูปทรงหัวใจ วัสดุเงิน อัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 3,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) และจันสี่เหลี่ยมจัตุรัสที่มีโครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีชนิดที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี ผลิตจากวัสดุเงิน อัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และนิล ราคาประมาณ 3,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$)

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความชอบ และความตั้งใจซื้อ เครื่องประดับนิลของศูนย์วิจัยระโนนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ของผู้บริโภค ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยคอ

ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยคอ	ระดับความชอบ			การตัดสินใจซื้อ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. สร้อยนิลประดับคอรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า โครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีชนิดที่ใช้เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า วัสดุที่ใช้ได้แก่ เงิน อัญมณีชนิด ราคาประมาณ 9500-10,500 บาท	3.88	1.02	มาก	3.62	1.06	มาก
 						
2. สร้อยนิลประดับคอรูปโค้งอิสระ โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีชนิดที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ วัสดุที่ใช้ได้แก่ เงิน อัญมณีชนิด ราคาประมาณ 9500-10,500 บาท	3.99	1.00	มาก	3.72	1.14	มาก
 						

ตาราง 9 (ต่อ)




ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยคอ	ระดับความชอบ			การตัดสินใจซื้อ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
3. สร้อยนิลระดับคอลวดลายธรรมชาติ	4.18	.82	มาก	3.92	.92	มาก
โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ						
ลวดลายจากธรรมชาติ						
อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงมารคีย์						
วัสดุที่ใช้ได้แก่ เงิน อัญมณีนิล						
ราคาประมาณ 9500-10,500 บาท						
						
รวม	4.01	.66	มาก	3.75	.77	มาก

จากตาราง 9 โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับความชอบ และระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยคอ ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$ และ 3.75) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ด้านความชอบ ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับความชอบสูงสุดในเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยคอ คือ สร้อยนิลระดับคอลวดลายธรรมชาติ ที่มีโครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงมาคีย์ วัสดุเงิน ราคาประมาณ 9500-10,500 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือสร้อยนิลระดับคอรูปโค้งอิสระ มีโครงสร้างเป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ วัสดุเงิน ราคาประมาณ 9500-10,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) และสร้อยนิลระดับคอรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีโครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า วัสดุเงิน ราคาประมาณ 9500-10,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$)

ด้านการตัดสินใจซื้อ ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจซื้อ สูงสุดคือ สร้อยนิลระดับคอลวดลายธรรมชาติ ที่มีโครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงมาคีย์ วัสดุเงิน ราคาประมาณ 9500-10,500 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมาคือสร้อยนิลระดับคอรูปโค้งอิสระ มีโครงสร้างเป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ วัสดุเงิน ราคาประมาณ 9500-10,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) และสร้อยนิลระดับคอรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีโครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า วัสดุเงิน ราคาประมาณ 9500-10,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความชอบ และความตั้งใจซื้อ
เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ของผู้บริโภค ประเภทเครื่อง
ประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไล





ประเภทเครื่องประดับนิลประเภท สร้อยข้อมือและกำไล	ระดับความชอบ			การตัดสินใจซื้อ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. สร้อยข้อมือนิลทรงกลมสลักดอกไม้ โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงกลม วัสดุเงิน อัญมณีประกอบ นิล, พลอยสี ราคาประมาณ 4,500 บาท	3.95	.98	มาก	3.66	1.07	มาก
						
2. สร้อยข้อมือนิลรูปทรงวงรีสลักลายโซ่ โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี วัสดุเงิน ราคาประมาณ 4,500 บาท	3.78	1.07	มาก	3.52	1.05	มาก
						
3. กำไลนิลทรงกลมลายผีเสื้อ โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงเจียระไนเข้ารูปตามโครงสร้าง วัสดุ เงิน อัญมณีที่ใช้ประกอบ นิล และพลอยสี ราคาประมาณ 4,500 บาท	3.99	1.07	มาก	3.77	1.15	มาก
						
รวม	3.91	.76	มาก	3.65	.85	มาก

จากตาราง 10 โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับความชอบ และระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อเครื่องประดับนิลประเภทข้อมือและกำไล ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$ และ 3.65) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า



ด้านความชอบ ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับความชอบสูงสุดในเครื่องประดับนิลประเภทข้อมือและกำไลคือกำไลนิลทรงกลมลายผีเสื้อ ที่มีโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงเจียระไนเข้ากับรูปทรงเจียระไนเข้ารูปตามโครงสร้าง วัสดุเงิน อัญมณีที่ใช้ประกอบคือนิลและพลอยสี ราคาประมาณ 4,500 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมาคือสร้อยข้อมือนิลทรงกลมสลักดอกไม้ ที่มีโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงกลม วัสดุเงิน อัญมณีประกอบคือนิลและพลอย ราคาประมาณ 4,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) และ สร้อยข้อมือนิลรูปทรงวงรีสลักลายโซ่ มีโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี วัสดุเงิน ราคาประมาณ 4,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$)

ด้านการตัดสินใจซื้อ ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจซื้อ สูงสุดในเครื่องประดับนิลประเภทข้อมือและกำไลคือ กำไลนิลทรงกลมลายผีเสื้อ ที่มีโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงเจียระไนเข้ากับรูปทรงเจียระไนเข้ารูปตามโครงสร้าง วัสดุเงิน อัญมณีที่ใช้ประกอบคือนิลและพลอยสี ราคาประมาณ 4,500 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาคือสร้อยข้อมือนิลทรงกลมสลักดอกไม้ ที่มีโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงกลม วัสดุเงิน อัญมณีประกอบคือนิลและพลอย ราคาประมาณ 4,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) และ สร้อยข้อมือนิลรูปทรงวงรีสลักลายโซ่ มีโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี วัสดุเงิน ราคาประมาณ 4,500 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$)

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความชอบ และความตั้งใจซื้อเครื่องประดับชนิดของศูนย์เจียระไนชนิด อนันตพลพลอยกาญจน์ของผู้บริโภค ประเภทเครื่องประดับชนิดประเภทต่างหู

ประเภทเครื่องประดับชนิดประเภทต่างหู	ระดับความชอบ			การตัดสินใจซื้อ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ต่างหูรูปทรงเลียนแบบสัตว์ประหลาด โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีชนิดที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ วัสดุ เงิน อัญมณีที่ใช้ประกอบได้แก่ เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 2,000 บาท	4.10	.86	มาก	3.88	1.06	มาก
 						
2. ต่างหูเส้นโค้งอิสระ โครงสร้างรูปทรงอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีชนิดที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ วัสดุ เงิน อัญมณีที่ใช้ประกอบได้แก่ เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 2,000 บาท	3.95	1.07	มาก	3.75	1.17	มาก
 						

ตาราง 11 (ต่อ)

ประเภทเครื่องประดับนิลประเภทต่างๆ	ระดับความชอบ			ความตั้งใจซื้อหรือ การตัดสินใจซื้อ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
3. ต่างหูรูปทรงสามเหลี่ยม	3.77	1.12	มาก	3.72	1.21	มาก
โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต						
ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต						
อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงเจียระไนเข้ากับโครงสร้าง						
วัสดุเงิน อัญมณีที่ใช้เพชร CZ และ นิล						
ราคาประมาณ 2,000 บาท						
						
						
รวม	3.94	.74	มาก	3.78	.91	มาก

จากตาราง 11 โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับความชอบ และระดับการตัดสินใจซื้อที่มีต่อเครื่องประดับนิลประเภทต่างๆ ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$ และ 3.78) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ด้านความชอบ ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับความชอบสูงสุดในเครื่องประดับประเภทต่างๆ ได้แก่ ต่างหูรูปทรงเลียนแบบสับปะรดที่มี โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ วัสดุเงิน อัญมณีที่ใช้เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 2,000 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมาคือต่างหูเส้นโค้งอิสระ ที่มีโครงสร้างรูปทรงอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ วัสดุเงิน อัญมณีที่ใช้ประกอบได้แก่เพชร CZ และนิล ราคาประมาณ 2,000 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) และต่างหูรูปทรงสามเหลี่ยมที่มี โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงเจียระไนเข้ากับรูปทรงของโครงสร้าง วัสดุเงิน อัญมณีที่ใช้ได้แก่เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 2,000 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$)

ด้านการตัดสินใจซื้อ ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจซื้อ เครื่องประดับนิล ประเภทต่างหู มากที่สุด ได้แก่ ต่างหูรูปทรงเลียนแบบสับปะรดที่มี โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ วัสดุเงิน อัญมณีที่ใช้เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 2,000 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) รองลงมาคือต่างหูเส้นโค้งอิสระ ที่มีโครงสร้างรูปทรงอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ วัสดุเงิน อัญมณีที่ใช้ประกอบได้แก่เพชร CZ และนิล ราคาประมาณ 2,000 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) และต่างหูรูปทรงสามเหลี่ยมที่มี โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงเจียระไนเข้ากับรูปทรงของโครงสร้าง วัสดุเงิน อัญมณีที่ใช้ได้แก่เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 2,000 บาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$)

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล



ผลการวิเคราะห์ระดับความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล ซึ่งมี 3 ด้าน ได้แก่

- 1) ความคาดหวังด้านโครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ซึ่งจำแนกเป็น 4 ประเภทได้แก่ 1.1) ประเภทแหวน 1.2) ประเภทสร้อยคอ 1.3) ประเภทสร้อยข้อมือและกำไล และ 1.4) ประเภทต่างหู ปรากฏการวิเคราะห์ผลดังตาราง 12-15

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านโครงสร้างที่ใช้ประกอบกรอกแบบเครื่องประดับชนิด ประเภทแหวน

โครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับชนิด ประเภทแหวน	ระดับความคาดหวังด้าน โครงสร้างที่ใช้ประกอบการ ออกแบบเครื่องประดับ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต	4.05	.85	มาก



ตาราง 12 (ต่อ)

โครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ ประเภทแหวน	ระดับความคาดหวังด้านโครงสร้างที่ ใช้ประกอบการออกแบบ เครื่องประดับ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
2. โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	3.99	.93	มาก
			
3. โครงสร้างจากรูปทรงอิสระ	3.52	.99	มาก
			
รวม	3.85	.62	มาก

จากตาราง 12 โดยภาพรวมผู้บริโภคมองมีความคาดหวังด้านโครงสร้างการออกแบบเครื่องประดับประเภทแหวน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมองมีความคาดหวังสูงสุดคือ เครื่องประดับประเภทแหวนที่มีการออกแบบโครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบจากธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) และโครงสร้างจากรูปทรงอิสระ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$)

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านโครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับชนิด ประเภทจี้สร้อย

โครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ ประเภทจี้สร้อย	ระดับความคาดหวังด้าน โครงสร้างที่ใช้ประกอบการ ออกแบบเครื่องประดับ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต	3.78	.90	มาก

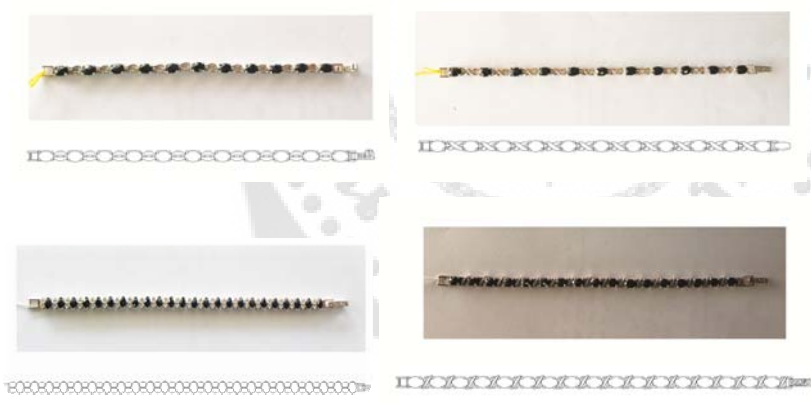




ตาราง 13 (ต่อ)


โครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ ประเภทจี้สร้อย	ระดับความคาดหวังด้านโครงสร้างที่ ใช้ประกอบการออกแบบ เครื่องประดับ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
2. โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ   	4.07	.87	มาก
3. โครงสร้างจากรูปทรงอิสระ     	3.98	.82	มาก
รวม	3.94	.53	มาก

จากตาราง 13 โดยภาพรวมผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านโครงสร้างการออกแบบเครื่องประดับประเภทจี้ และสร้อยคอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับความคาดหวังสูงสุดคือ เครื่องประดับประเภทจี้สร้อยที่มีการออกแบบโครงสร้างรูปทรงเลียนแบบจากธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ โครงสร้างรูปทรงอิสระ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) และโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$)

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านโครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ ประเภทสร้อยข้อมือและกำไล





โครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ ประเภท สร้อยข้อมือและกำไล	ระดับความคาดหวังด้าน โครงสร้างที่ใช้ประกอบการ ออกแบบเครื่องประดับ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต	3.89	.93	มาก
			
			

ตาราง 14 (ต่อ)

โครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ ประเภทสร้อยข้อมือและกำไล	ระดับความคาดหวังด้านโครงสร้างที่ ใช้ประกอบการออกแบบ เครื่องประดับ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
2. โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	4.00	.92	มาก
			
3. โครงสร้างจากรูปทรงอิสระ	3.92	1.05	มาก
<p>ท่านต้องการให้มีเครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือและกำไลที่มี โครงสร้างจากรูปทรงอิสระ (Free Form)</p>			
รวม	3.94	.62	มาก

จากตาราง 14 โดยภาพรวมผู้บริโภคมองมีความคาดหวังด้านโครงสร้างการออกแบบเครื่องประดับประเภทข้อมือและกำไล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมองระดับความคาดหวังสูงสุดคือ เครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือและกำไลที่มีการออกแบบโครงสร้างรูปทรงเลียนแบบจากธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาคือ โครงสร้างรูปทรงอิสระ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) และโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$)


ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านโครงสร้างที่ใช้ ประกอบการออกแบบเครื่องประดับชนิด ประเภทต่างหู

โครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับชนิด ประเภท เครื่องประดับประเภทต่างหู	ระดับความคาดหวังด้าน โครงสร้างที่ใช้ประกอบการ ออกแบบเครื่องประดับ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต	3.99	.91	มาก
			
			
2. โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	4.00	.84	มาก
			
3. โครงสร้างจากรูปทรงอิสระ	3.89	1.04	มาก
			
รวม	3.96	.61	มาก



จากตาราง 15 โดยภาพรวมผู้บริโภคมองมีความคาดหวังด้านโครงสร้างการออกแบบเครื่องประดับประเภทต่างหู อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมองระดับความคาดหวังสูงสุดคือ เครื่องประดับประเภทต่างหูที่มีการออกแบบโครงสร้างรูปทรงเลียนแบบจากธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาคือ โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) และ โครงสร้างรูปทรงอิสระ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$)

2) ความคาดหวังด้านลวดลายใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ ซึ่งจำแนกเป็น 4 ประเภทได้แก่ 2.1) ประเภทแหวน 2.2) ประเภทสร้อยคอ 2.3) ประเภทสร้อยข้อมือ และกำไล และ 2.4) ประเภทต่างหู ปรากฏผลการวิเคราะห์ดังตาราง 16-19

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านลวดลายใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ ประเภทแหวน

ลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ ประเภทแหวน	ระดับความคาดหวังด้านลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต	3.96	.80	มาก
			

ตาราง 16 (ต่อ)

ลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทแหวน	ระดับความคาดหวังด้านลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
2. ลวดลายรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	4.07	.89	มาก
			
3. ลวดลายจากรูปทรงอิสระ	3.79	1.00	มาก
			
รวม	3.94	.59	มาก

จากตาราง 16 โดยภาพรวมผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านลวดลายการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทแหวน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับความคาดหวังสูงสุดคือ เครื่องประดับนิลประเภทแหวนที่มีลวดลายรูปทรงเลียนแบบจากธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ ลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) และลวดลายจากรูปทรงอิสระ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$)

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับชนิด ประเภทจี้สร้อย




ลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับชนิด ประเภทจี้สร้อย	ระดับความคาดหวังด้าน ลวดลายที่ใช้ประกอบการ ออกแบบเครื่องประดับ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต	3.87	.90	มาก
			
2. ลวดลายรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	4.12	.88	มาก
			

ตาราง 17 (ต่อ)

ลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ ประเภทจี้สร้อย	ระดับความคาดหวังด้านลวดลายที่ ใช้ประกอบการออกแบบ เครื่องประดับ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
3. ลวดลายจากรูปทรงอิสระ	3.86	.91	มาก
 			
รวม	3.95	.61	มาก



จากตาราง 17 โดยภาพรวมผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านลวดลายการออกแบบเครื่องประดับประเภทจี้สร้อย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับความคาดหวังสูงสุดคือ เครื่องประดับประเภทจี้สร้อยที่มีลวดลายรูปทรงเลียนแบบจากธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ ลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) และลวดลายจากรูปทรงอิสระ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$)

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับชนิด ประเภทสร้อยข้อมือและกำไล

ลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับชนิด ประเภทสร้อยข้อมือและกำไล	ระดับความคาดหวังด้าน ลวดลายที่ใช้ประกอบการ ออกแบบเครื่องประดับชนิด		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต	3.72	1.02	มาก
			
2. ลวดลายรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	4.15	.81	มาก
			
3. ลวดลายจากรูปทรงอิสระ	3.95	1.06	มาก
			
รวม	3.94	.69	มาก

จากตาราง 18 โดยภาพรวมผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านลวดลายการออกแบบเครื่องประดับ
 นิลประเภทข้อมือและกำไล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้บริโภค
 มีระดับความคาดหวังสูงสุดคือ เครื่องประดับนิลประเภทข้อมือและกำไลที่มีลวดลายรูปทรงเลียนแบบ
 จากธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมาคือ ลวดลายจากรูปทรงอิสระ อยู่ในระดับมาก
 ($\bar{X} = 3.95$) และลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$)

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านลวดลายที่ใช้
 ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทต่างหู

ลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทต่างหู	ระดับความคาดหวังด้าน ลวดลายที่ใช้ประกอบการ ออกแบบเครื่องประดับนิล		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต 	3.90	.94	มาก
2. ลวดลายรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ 	4.19	.86	มาก


ตาราง 19 (ต่อ)

ลวดลายที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล ประเภทต่างหู	ระดับความคาดหวังด้าน ลวดลายที่ใช้ประกอบการ ออกแบบเครื่องประดับนิล		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
3. ลวดลายจากรูปทรงอิสระ 	3.91	.95	มาก
รวม	4.00	.68	มาก


จากตาราง 19 โดยภาพรวมผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านลวดลายการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทต่างหู อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมีระดับความคาดหวังสูงสุดคือ เครื่องประดับนิลประเภทต่างหูที่มีลวดลายรูปทรงเลียนแบบจากธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาคือ ลวดลายจากรูปทรงอิสระ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) และลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$)

3) ศึกษาความคาดหวังด้านรูปทรงของอัญมณีนิลที่ใช้ในการออกแบบ ซึ่งจำแนกเป็น 6 รูปแบบได้แก่ 1) อัญมณีนิลรูปทรงกลม 2) อัญมณีนิลรูปทรงวงรี 3) อัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า 4) อัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส 5) อัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำ และ 6) อัญมณีนิลรูปทรงหัวใจ ปรากฏการวิเคราะห์ผลดังตาราง 20

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคาดหวังด้านคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

รูปทรงของอัญมณีนิลในการออกแบบ	ระดับความคาดหวังด้านรูปทรง ของอัญมณีนิลที่ใช้ในการ ออกแบบ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. อัญมณีนิลรูปทรงกลม 	4.16	.85	มาก

ตาราง 20 (ต่อ)

รูปทรงของอัญมณีนิลในการออกแบบ	ระดับความคาดหวังด้านรูปทรง ของอัญมณีนิลที่ใช้ในการ ออกแบบ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
2. อัญมณีทรงรี	4.17	.87	มาก
			
3. อัญมณีทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า	3.59	.97	มาก
			
4. อัญมณีทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส	3.75	1.04	มาก
			
5. อัญมณีทรงหยดน้ำ	4.04	.85	มาก
			
6. อัญมณีทรงรูปหัวใจ	3.54	1.02	มาก
			

จากตาราง 20 โดยภาพรวมพบว่ารูปทรงของอัณมณีที่ใช้การออกแบบเครื่องประดับนิลที่ผู้บริโภคมีความคาดหวังสูงสุดคือ อัณมณีทรงรี ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาคือ อัณมณีทรงกลม ($\bar{X} = 4.16$) อัณมณีทรงหยดน้ำ ($\bar{X} = 4.04$) อัณมณีทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส ($\bar{X} = 3.75$) อัณมณีทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ($\bar{X} = 3.59$) และอัณมณีทรงรูปหัวใจ ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ทศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ผลการวิเคราะห์ทศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ปรากฏผลดังตาราง 21

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับทศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ทศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล	ระดับทศนคติ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้อัณมณีนิล	4.71	.62	มากที่สุด
2. ท่านเห็นด้วยหรือไม่การออกแบบเครื่องประดับนิลควรมีเพชรประกอบด้วย	3.99	.83	มาก
3. ท่านเห็นด้วยหรือไม่การออกแบบเครื่องประดับนิลควรมีพลอยสีประกอบด้วย	3.61	.92	มาก
4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่เครื่องประดับนิลควรประกอบด้วยเรือนทอง	3.47	1.04	ปานกลาง
5. ท่านเห็นด้วยหรือไม่เครื่องประดับนิลควรประกอบด้วยเรือนเงิน	4.25	.74	มาก
6. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่เครื่องประดับนิลเป็นการเสริมสร้างบารมี	3.98	.94	มาก
7. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่เครื่องประดับนิลสร้างให้เกิดความรู้สึกปกป้องและปลอดภัย	3.85	1.01	มาก
8. ท่านเชื่อว่าการสวมใส่เครื่องประดับนิลสร้างให้เกิดความโชคดี	3.52	.99	มาก
รวม	3.92	.53	มาก

จากตาราง 21 โดยภาพรวมผู้บริโภคมิทัศนคติต่อเครื่องประดับนิล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ผู้บริโภคมิทัศนคติสูงสุดคือ ควรสร้างมูลค่าเพิ่มให้อัญมณีนิล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$) รองลงมาคือ เครื่องประดับนิลควรประกอบด้วยตัวเรือนเงิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาอีกคือ การออกแบบเครื่องประดับนิลควรมีเพชรประกอบด้วย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) ส่วนข้อที่มีระดับทัศนคติต่ำที่สุดคือ เครื่องประดับนิลควรประกอบด้วยตัวเรือนทอง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$)

3. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ของผู้บริโภคเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอย

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ดังตารางต่อไปนี้

1. ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

ตาราง 22 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามอายุ

	จำนวน	\bar{X}	S.D.	S.E.	95% CI for Mean	
25-34 ปี	50	32.67	1.15	0.66	29.80	35.54
35-44 ปี	50	33.50	3.87	1.11	31.04	35.96
45-54 ปี	50	32.05	8.42	0.74	30.49	33.61
55 ปีขึ้นไป	50	32.33	3.47	1.03	30.13	34.54
รวม	200	32.86	3.34	0.47	31.9	33.81

ตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบ ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	25.711	8.57	2.16	0.03
ภายในกลุ่ม	196	182.709	3.97		
รวม	199	208.420			

*หมายเหตุมีนัยสำคัญที่ ($p < .05$)

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามอายุ
ระหว่างรายคู่

อายุ	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55 ปีขึ้นไป
25-34 ปี	-			
35-44 ปี	0.27	-		
45-54 ปี	0.34	0.07	-	
55 ปีขึ้นไป	0.45	0.73	0.80	-

จากตาราง 22 - 24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Different) พบว่า การสร้างคุณค่าสินค้าทางวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ด้านความคาดหวังการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 25 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามการศึกษา

	จำนวน	\bar{X}	S.D.	S.E.	95% CI for Mean	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	22	32.80	1.30	0.60	31.18	34.42
ปริญญาตรี	116	33.00	4.24	3.00	5.12	71.12
สูงกว่าปริญญาตรี	62	31.46	4.01	1.13	29.00	33.92
รวม	200	32.86	3.34	0.47	31.9	33.81

ตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบ ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	2	153.580	12.798	1.207	0.31
ภายในกลุ่ม	197	392.440	10.606		
รวม	199	546.020			

*หมายเหตุมีนัยสำคัญที่ ($p < .05$)

จากตาราง 25 และ 26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Different) พบว่า การสร้างคุณค่าสินค้าทางวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ความคาดหวังการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามการศึกษา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 27 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคาดหวัง ด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามอาชีพ

	จำนวน	\bar{X}	S.D.	S.E.	95% CI for Mean	
ข้าราชการ / พนักงาน						
รัฐวิสาหกิจ	14	34.50	2.12	1.50	15.44	53.56
พนักงานบริษัทเอกชน	26	36.00	1.41	1.00	23.29	48.71
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของ						
กิจการ	25	34.91	3.59	1.08	32.50	37.32
อื่น ๆ	84	33.50	0.70	0.50	27.15	39.85
รวม	220	32.86	3.34	0.47	31.9	33.81

ตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบ ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	1.88	0.63	0.28	0.37
ภายในกลุ่ม	196	102.62	2.23		
รวม	199	104.50			

*หมายเหตุมีนัยสำคัญที่ ($p < .05$)

จากตาราง 27 และ 28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Different) พบว่า การสร้างคุณค่าสินค้าทางวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามอาชีพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 29 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามรายได้

	จำนวน	\bar{X}	S.D.	S.E.	95% CI for Mean	
15,000-30,000	55	32.67	1.15	0.66	29.80	35.54
30,000-50,000	117	33.50	3.87	1.11	31.04	35.96
50,000-100,000	28	32.05	8.42	0.74	30.49	33.61
รวม	200	32.86	3.34	0.47	31.9	33.81

ตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบ ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามรายได้

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	11.039	5.520	0.485	0.01
ภายในกลุ่ม	196	534.981	11.383		
รวม	199	546.020			

*หมายเหตุมีนัยสำคัญที่ ($p < .05$)

ตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามรายได้ระหว่างรายคู่

รายได้	15,000-30,000	30,000-50,000	50,000-100,000
15,000-30,000	-		
30,000-50,000	0.37	-	
50,000-100,000	0.57	0.55	-

จากตาราง 29 - 31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Different) พบว่า การสร้างคุณค่าสินค้าทางวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ด้านความคาดหวังการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามรายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

2. ด้านทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ตาราง 32 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล จำแนกอายุ

	จำนวน	\bar{X}	S.D.	S.E.	95% CI for Mean	
25-34 ปี	50	19.50	3.54	2.50	-12.27	51.27
35-44 ปี	50	18.88	1.86	0.37	18.11	19.65
45-54 ปี	50	20.47	2.13	0.52	19.38	21.56
55 ปีขึ้นไป	50	19.67	1.75	0.72	17.83	21.50
รวม	200	19.54	2.06	0.29	18.95	20.13

ตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบ ด้านทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล จำแนกอายุ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	f	p
ระหว่างกลุ่ม	1	25.71	8.57	2.16	0.11
ภายในกลุ่ม	198	182.79	3.97		
รวม	199	208.42			

*หมายเหตุมีนัยสำคัญที่ ($p < .05$)

จากตาราง 32 และ 33 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Different) พบว่า การสร้างคุณค่าสินค้าทางวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ด้านทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล จำแนกอายุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 34 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.ด้านทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับ
จำแนกตามการศึกษา

	จำนวน	\bar{x}	S.D.	S.E.	95% CI for Mean	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	22	20.08	1.41	0.42	13.05	14.95.
ปริญญาตรี	116	19.11	1.69	0.56	12.81	15.41.
สูงกว่าปริญญาตรี	62	20.96	1.57	0.32	13.29	14.62.
รวม	200	19.54	2.06	0.29	18.95	20.13

ตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบ.ด้านทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับ
จำแนกตามการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	2	3.81	1.27	0.58	0.63
ภายในกลุ่ม	197	100.68	2.18		
รวม	199	104.50			

*หมายเหตุมีนัยสำคัญที่ ($p < .05$)

จากตาราง 34 และ 35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Different) พบว่า การสร้างคุณค่าสินค้าทางวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับ ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ด้านทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับ จำแนกตามการศึกษา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 36 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านทัศนคติผู้ประกอบการที่มีต่อเครื่องประดับ
จำแนกตามอาชีพ

	จำนวน	\bar{X}	S.D.	S.E.	95% CI for Mean	
ข้าราชการ / พนักงาน						
รัฐวิสาหกิจ	39	18.88	1.69	0.41	18.01	19.75
พนักงานบริษัทเอกชน	69	19.68	2.50	0.53	18.58	20.79
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของ						
กิจการ	82	20.44	1.24	0.41	19.49	21.39
อื่น ๆ	10	19.50	2.12	1.50	0.44	38.56
รวม	200	19.54	2.06	0.29	18.95	20.13

ตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบ ด้านทัศนคติผู้ประกอบการที่มีต่อเครื่องประดับ
จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	1.88	0.67	0.21	0.84
ภายในกลุ่ม	196	102.61	2.21		
รวม	199	104.50			

*หมายเหตุมีนัยสำคัญที่ ($p < .05$)

จากตาราง 36 และ 37 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Different) พบว่า การสร้างคุณค่าสินค้าทางวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ด้านทัศนคติผู้ประกอบการที่มีต่อเครื่องประดับ จำแนกตามอาชีพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตาราง 38 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน.ด้านทัศนคติผู้ประกอบการที่มีต่อเครื่องประดับ
จำแนกตามรายได้

	จำนวน	\bar{X}	S.D.	S.E.	95% CI for Mean	
15,000-30,000	55	18.88	1.69	0.41	18.01	19.75
30,000-50,000	117	19.68	2.50	0.53	18.58	20.79
50,000-100,000	28	20.44	1.24	0.41	19.49	21.39
รวม	200	19.54	2.06	0.29	18.95	20.13

ตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบด้านทัศนคติผู้ประกอบการที่มีต่อเครื่องประดับ
จำแนกตามรายได้

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	11.09	5.52	0.48	0.69
ภายในกลุ่ม	196	534.98	11.38		
รวม	199	546.02			

*หมายเหตุมีนัยสำคัญที่ ($p < .05$)

จากตาราง 38 และ 39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Different) พบว่า การสร้างคุณค่าสินค้าทางวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับ ศูนย์เจียระไนหิน อันทันตพลพลอยกาญจน์ ด้านทัศนคติผู้ประกอบการที่มีต่อเครื่องประดับ จำแนกตามรายได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีเป้าหมายในการศึกษาเครื่องประดับนิลของกลุ่มศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคุณค่าและคงเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลในปัจจุบันที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มสตรี ผู้วิจัยมีความมุ่งหมาย 3 ประการดังนี้

1. เพื่อศึกษาคุณค่าภูมิปัญญาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์
2. เพื่อศึกษาการออกแบบเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์
3. เพื่อศึกษาการให้คุณค่าจากความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรีโดยทำการสำรวจในเขตพื้นที่ บริเวณตลาดพลอย อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ความสำคัญของการวิจัย

1. ชุมชนสามารถนำความรู้จากการศึกษาไปต่อยอดทางความคิด ผลิตและสร้างสรรค์สินค้าเครื่องประดับนิลให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มสตรีได้ ซึ่งเป็นผลให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืนต่อชุมชน
2. เป็นการเผยแพร่คุณค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลให้เป็นที่รู้จักในระดับสากลเพื่อการอนุรักษ์ให้เกิดการรักษา และห่วงแหนในสิ่งที่ชุมชนมีอยู่
3. เป็นข้อมูลให้กลุ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โอทอปกลุ่มอื่นได้นำองค์ความรู้ไปพัฒนาต่อยอดในผลิตภัณฑ์เครื่องประดับของชุมชนตนเองได้

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีเป้าหมายในการศึกษาเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคุณค่าให้กับเครื่องประดับนิลในปัจจุบันให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยทำการสำรวจกับผู้บริโภคในกลุ่มสตรี บริเวณเขตพื้นที่ตลาดพลอย อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 200 คน ซึ่งมีกระบวนการวิจัยเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ มุ่งศึกษาวิเคราะห์ภูมิปัญญา และคุณค่าผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากจำนวน 45 ตัวอย่าง ดังนี้

เครื่องประดับนิลประเภทแหวน	15	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิลประเภทจี้ และสร้อยคอ	12	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิลประเภทกำไลและสร้อยข้อมือ	10	ตัวอย่าง
เครื่องประดับนิล ประเภทต่างหู	8	ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2 คือ การวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งศึกษาทัศนคติความชอบและการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรี จำนวน 200 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ประเด็นที่ศึกษาได้แก่ 1. ระดับความชอบ และ 2. การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 3. ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล และ 4. ศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ขั้นตอนที่ 3 คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ของผู้บริโภคเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ประเด็นที่ศึกษาได้แก่ 1. ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล และ 2. ด้านศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ผลการวิเคราะห์

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยศึกษาเครื่องประดับนิลศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ โดยมีประเด็นการวิเคราะห์ ได้แก่ 1. วิเคราะห์ภูมิปัญญาและคุณค่าของเครื่องประดับนิล กลุ่มเจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ผลการวิเคราะห์พบว่า

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างภูมิปัญญาเครื่องประดับนิลกับบริบทของชุมชน

ปรากฏการณ์ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิปัญญาเครื่องประดับนิลในบริบทของชุมชนนั้น เป็นปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาการผลิตเครื่องประดับนิลจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ เป็นผู้ริเริ่มและเห็นคุณค่าของอัญมณีนิล ในยุคเริ่มต้น และเริ่มถ่ายทอดความรู้สู่เรื่องราว จนกลายเป็นตำนานที่สร้างให้เกิดการจดจำ และสร้างคุณค่าให้กับสินค้าได้

กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ จากรุ่นสู่รุ่นทำให้ชุมชนเกิดการตระหนักรู้ในคุณค่าของนิล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ลักษณะ รอดสน (2540: 96) ได้ให้ความหมายของภูมิปัญญาไว้ว่า ภูมิปัญญา คือ ความรู้และประสบการณ์ของชาวบ้านที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาจากบรรพบุรุษ เพื่อใช้ในการดำเนินชีวิต ให้เป็นสุขในแต่ละสภาพแวดล้อม โดยการผสมผสานความรู้ และความคิดเข้าด้วยกันในการแก้ปัญหา ต่างๆ อีกทั้งเป็นการสร้างมูลค่า และทำให้สังคมเป็นสุขได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ในภาพรวมพบว่า ศูนย์ เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ใช้ “ทุนทางวัฒนธรรม” เป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างภูมิปัญญาเครื่องประดับนิล กับบริบทของชุมชนที่โดยแบ่งออกเป็น 3 มิติ ดังนี้

1. ทุนทางกายภาพ ได้แก่ ศักยภาพพื้นที่ของจังหวัดกาญจนบุรีมีทรัพยากรอันมีคุณค่าที่มีคุณภาพดีที่สุด และพบเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงเห็นประโยชน์และคุณค่าของทรัพยากรในท้องถิ่น และนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาจนสามารถสร้างมูลค่าได้

2. ทุนมนุษย์ ได้แก่ ผู้รู้และภูมิปัญญาที่เป็นองค์ความรู้ ซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมที่มี ทรัพยากรธรรมชาติเป็นจุดเริ่มต้นให้เกิดผู้เชี่ยวชาญ และการส่งเสริมประสบการณ์จากความจำเป็นที่ จะต้องแสวงหาทางออกในการดำรงชีวิต และถ่ายทอดภูมิความรู้เพื่อสร้างทุนมนุษย์จากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้ องค์ความรู้ยังคงอยู่กับชุมชนตลอดไป

3. ทุนทางสังคม ได้แก่ กลุ่มและเครือข่ายที่สนับสนุนให้เกิดการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ พิพิธภัณฑนิลขึ้น เพื่อต้องการเผยแพร่องค์ความรู้ และการตระหนักรู้ให้ชุมชนรู้จักการอนุรักษ์ และ พัฒนาระบบสร้างมูลค่าให้นิลจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้และ สืบทอดต่อไป สัมพันธ์กันเป็นโครงสร้างมีผลต่อพฤติกรรมของคนในฐานะปัจเจกชน และคนในชุมชน ซึ่งสะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตของคนของกลุ่มคนชุมชน

ด้านการออกแบบ

เนื้อหาสาระในการออกแบบ

ผลการศึกษการออกแบบผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ จำนวนทั้งหมด 45 ตัวอย่าง โดยมุ่งศึกษาประเด็นรูปแบบ โครงสร้าง ลวดลาย และการเลือกใช้วัสดุในการออกแบบ โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ผลงาน การออกแบบของเครื่องประดับนิล พบว่าการออกแบบของโครงสร้างและลวดลายใช้หลักและแนวคิด ในการออกแบบทางศิลปะ 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 แนวคิดจากเรขาคณิต (Geometry Forms) ได้แก่ การออกแบบโดยประยุกต์ใช้ ลักษณะของรูปร่าง รูปทรงเรขาคณิตมาจัดวางหรือผสมผสานให้เกิดลวดลายแบบต่างๆ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปหลายเหลี่ยม รูปเหลี่ยมเพชร รูปกลม เส้นตรง เส้นซิกแซ็ก และรูปแบบลวดตา เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 แนวคิดเลียนแบบธรรมชาติ (Natural Forms) ได้แก่ การออกแบบโดยประยุกต์ใช้กลุ่มลวดลายที่นำรูปร่าง หรือรูปทรงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติสามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน เช่น คน สัตว์ พืช

กลุ่มที่ 3 แนวคิดนามธรรม (Abstraction Forms) หรืออิสระ ได้แก่ การออกแบบโดยประยุกต์ลวดลายอิสระที่นำรูปแบบธรรมชาติ เรขาคณิตหรือรูปแบบที่เป็นสื่อสัญลักษณ์ต่างๆ มีลักษณะรูปทรงที่ตัดทอนหรือคลี่คลายจากรูปแบบเดิม โดยมุ่งเน้นให้มีผลต่อความรู้สึกในการรับรู้ มากกว่าการแสดง ความหมายหรือถ่ายทอดรูปทรง ลวดลายเน้นการใช้รูปทรงและสีที่แตกต่างกัน เพื่อสื่อถึงสิ่งที่ต้องการแสดงออก มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ

ซึ่งผลการวิเคราะห์เครื่องประดับนิลแยกประเด็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ด้านการออกแบบตามประเภทของเครื่องประดับได้ดังนี้

1. เครื่องประดับประเภทแหวน พบว่า การออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทแหวนของศูนย์เจียรไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้โครงสร้างจากเรขาคณิตมากที่สุด รองลงมาเป็นการออกแบบโดยใช้โครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ และโครงสร้างอิสระ

ด้านลวดลาย พบว่า ประดับนิลประเภทแหวนของศูนย์เจียรไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้ลวดลายจากเรขาคณิตมากที่สุด รองลงมาเป็นการออกแบบโดยใช้ลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ และลวดลายอิสระ

การเลือกใช้อัญมณีในการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทแหวนมากที่สุดคือ อัญมณีนิลรูปทรงวงรี รองลงมาคืออัญมณีนิลรูปทรงกลม

2. เครื่องประดับประเภทจี้และสร้อยคอ พบว่า การออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทจี้และสร้อยคอของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้โครงสร้างจากเรขาคณิตมากที่สุด รองลงมาเป็นการออกแบบโดยใช้โครงสร้างอิสระ และโครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ

ด้านลวดลาย พบว่า ประดับนิลประเภทจี้และสร้อยคอของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์มีการออกแบบโดยใช้ลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ รองลงมาเป็นการออกแบบโดยใช้ลวดลายเรขาคณิตมากที่สุด และลวดลายอิสระ

การเลือกใช้อัญมณีในการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทจี้และสร้อยคอมากที่สุดคือ อัญมณีนิลรูปทรงวงรี และสีเหลี่ยมผืนผ้า รองลงมาคืออัญมณีนิลรูปทรงกลม รูปทรงหยดน้ำ และรูปทรงหัวใจ

3. เครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือและกำไล พบว่า การออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไลของศูนย์เจียรไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้โครงสร้างจากเรขาคณิตมากที่สุด รองลงมาเป็นการออกแบบโดยใช้โครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ และโครงสร้างอิสระ

ด้านลวดลาย พบว่า ประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไล ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์มีการออกแบบโดยใช้ลวดลายเลียนแบบธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาเป็นการออกแบบโดยใช้ลวดลายเรขาคณิต และลวดลายอิสระ

การเลือกใช้อัญมณีในการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไล มากที่สุดคือ อัญมณีนิลรูปทรงวงรี รองลงมาคืออัญมณีนิลรูปทรงกลม รูปทรงมาศีย์ และการเจียระไนเข้ารูปทรงตามโครงสร้างที่ได้ออกแบบไว้

4. เครื่องประดับประเภทต่างหู พบว่า การออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทต่างหูของ ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้โครงสร้างจากเรขาคณิตมากที่สุด รองลงมาเป็นการออกแบบโดยใช้โครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ และ โครงสร้างอิสระ

ด้านลวดลาย พบว่า ประดับนิลประเภทต่างหู ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ มีการออกแบบโดยใช้ลวดลายเลียนแบบธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาเป็นการออกแบบโดยใช้ลวดลายเรขาคณิต และลวดลายอิสระ

การเลือกใช้อัญมณีในการออกแบบเครื่องประดับนิลประเภทต่างหู มากที่สุดคือ อัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำในการออกแบบมากที่สุด รองลงมาคืออัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส และรูปทรงเจียระไนเข้ารูปทรงตามโครงสร้างที่ได้ออกแบบไว้

สรุปการออกแบบเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ ดังนี้

1. ด้านการออกแบบโครงสร้าง พบว่า มีการเลือกใช้การออกแบบโครงสร้างจากแนวคิดรูปทรงเรขาคณิตมากที่สุด รองลงมาเป็นการเลือกใช้โครงสร้างจากแนวคิดเลียนแบบธรรมชาติ และการเลือกใช้แนวคิดรูปทรงนามธรรมหรือรูปทรงอิสระ

2. ด้านการออกแบบลวดลาย พบว่า มีการเลือกใช้การออกแบบโครงสร้างจากแนวคิดเลียนแบบธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาเป็นการเลือกใช้โครงสร้างจากแนวคิดเรขาคณิตและการเลือกใช้แนวคิดรูปทรงนามธรรมหรือรูปทรงอิสระ

3. การเลือกรูปทรงของอัญมณีนิลในการออกแบบ พบว่า เครื่องประดับประเภทแหวนจี้และสร้อยคอ มีการเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงวงรีมากที่สุด เครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือมีการเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงกลมมากที่สุด และเครื่องประดับประเภทต่างหูมีการเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำมากที่สุด

ด้านคุณค่าเครื่องประดับนิล

จากความได้เปรียบจากทรัพยากรธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น สร้างให้คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ ริเริ่มคิด หาทางผลิตต้นทุนทางวัฒนธรรมให้แปรสภาพกลายเป็นวัตถุที่สร้างคุณค่า และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างภูมิปัญญาทางความคิดและบริบทของชุมชนได้โดย ฌอง โบร์ดริยาร์ด ได้กล่าวถึงคุณค่าสื่ออย่างที่มีมนุษย์ค่านึงถึง และก่อให้เกิดกระบวนการสร้างสรรค์และการผลิตได้แก่

1. คุณค่าในแง่การใช้สอย กล่าวคือ วัตถุมีคุณค่าเพราะจำเป็นต้องใช้ ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เล็งเห็นคุณค่าและความสำคัญต่อการนำไปใช้ให้เกิดคุณค่าทางจิตใจ จึงมีกระบวนการสร้างความหมาย เผยแพร่องค์ความรู้ และถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ต่อวัตถุหรือสิ่งของนั้นให้เกิดเป็นคุณค่าภายในจิตใจของมนุษย์ ซึ่งเมื่อทำความเข้าใจกับเครื่องประดับนิลนั้น การสวมใส่เครื่องประดับเป็นเรื่องการให้ความสำคัญต่อคุณค่าทางจิตใจอย่างมาก หากเปรียบเทียบจากกรณีรูปแบบเครื่องประดับ 1 รูปแบบ ผู้สวมใส่ 2 คนอาจจะให้ความทัศนการรับรู้การให้คุณค่าต่อเครื่องประดับนั้นแตกต่างกันเพราะคุณค่าจากการใช้งานเครื่องประดับนั้นจะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของบุคลิกลักษณะเฉพาะบุคคล เวลา และสถานที่ ทำให้พบคุณค่าทางงามที่แตกต่างกันได้

จากในอดีตการขุดพบอัญมณีนิลควบคู่กับอัญมณีในตระกูลคอรันดัม ที่มีคุณค่าและมูลค่า ความต้องการของคนทั่วไปสูงกว่า ทำให้คุณค่าของอัญมณีนิลในเวลานั้นไม่มีคุณค่า เมื่อมีการขุดพบได้ในจำนวนมาก แต่ก็ไม่มีการนำมาใช้ประโยชน์จึงนำไปถมทำถนน ซึ่งอดีตจนปัจจุบัน กิมนั้ สิริพฤษภา ผู้บุกเบิก ริเริ่มกระบวนการสร้างคุณค่าให้เครื่องประดับนิล ได้ทำให้เห็นถึงคุณค่าของอัญมณีนิล ด้วยการนำมาผลิตและสร้างสรรค์ให้เกิดรูปทรงที่แตกต่างและทันสมัย จนก่อนนี้ให้เกิดการสร้างคุณค่าต่อการแลกเปลี่ยนและกลายเป็นสินค้า

2. การแลกเปลี่ยน กล่าวคือ คุณค่าที่สามารถนำไปแลกเปลี่ยนซื้อขายในตลาดได้ หรือที่เรียกว่า สินค้า เมื่ออัญมณีนิลเกิดการแปรเปลี่ยนและผลิตจนกลายเป็นวัตถุที่มีรูปแบบสร้างสรรค์หรือกลายเป็นเครื่องประดับนิลที่สามารถแลกเปลี่ยนและซื้อขายในตลาดได้ ซึ่งเรียกได้ว่า คุณค่าที่กลายเป็นมูลค่า

ศูนย์เจียระไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มีกระบวนการใช้ภูมิปัญญา และทุนทางวัฒนธรรมยกระดับคุณค่าอัญมณีนิลให้กลายเป็นสินค้าซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้อธิบายความหมายของ การยกระดับคุณค่า ไว้ว่า การเพิ่มคุณค่า ซึ่งได้มาจากทุนสร้างสรรค์ต่างๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เข้าไปในผลิตภัณฑ์หรือบริการ และทำให้เกิดความนิยม การยอมรับจากผู้บริโภคจนกลายเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

3. คุณค่าในแง่สัญลักษณ์ เป็นสิ่งที่มอบให้กันและกันเพื่อสื่อถึงคุณค่าบางประการ ซึ่งสินค้าประเภทเครื่องประดับนั้น จัดเป็นสินค้าที่มีคุณค่าในแง่สัญลักษณ์มากกว่าคุณค่าในแง่การใช้สอย เพราะเมื่อสินค้าเครื่องประดับนิลผ่านกระบวนการแปรเปลี่ยนจากคุณค่าก่อให้เกิดมูลค่า จึงกลายเป็นสินค้าที่มีความหมายในเชิงสัญลักษณ์เพื่อมอบให้เป็นของขวัญที่แสดงออกถึงความรัก และความห่วงใยผ่านวัตถุที่ให้แทนคุณค่าและแผ่ขยายของความสัมพันธ์การตีความในด้านมูลค่าผ่านวัตถุอีกด้วย

4. คุณค่าในแง่สัญญา คือการให้ความหมายกับเครื่องประดับที่มีสีดำ แทนสัญลักษณ์หรือการให้ความหมายเชิงนัยยะการตีความถึงพลังอำนาจ และการป้องกันภัย หรือ การมอบเครื่องประดับนิลให้แทนความรัก ดังที่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ได้ทรงพระราชทานตรัสถึงเครื่องประดับนิลไว้ว่า " รักแท้คือหัวใจสีดำไม่ใช่หัวใจสีแดง" (กิมไน้ สิริพฤกษา. 2558: สัมภาษณ์)

2. กระบวนการกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม

กระบวนการกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมนั้น ศูนย์เจียรไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ ใช้กระบวนการเปลี่ยนแปลงระบบค่านิยมในการสร้างคุณค่าให้เครื่องประดับนิล เป็นรายแรกของจังหวัดกาญจนบุรี กาญจนา แก้วเทพ ได้ให้ความหมายของระบบค่านิยมไว้ว่า "ค่านิยม" หมายถึง การให้คุณค่าแก่สิ่งต่างๆที่แต่ละกลุ่มแต่ละชุมชน แต่ละสังคมยอมรับ และระบบค่านิยมดังกล่าวกลายเป็นแกนกลางของวัฒนธรรม เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยในการกำหนดทิศทาง การรับรู้ การคิด และการแสดงออก (กาญจนา แก้วเทพ. 2557)

คุณลักษณะที่ดีของวัฒนธรรมเพื่อการดำรงอยู่ คือการสร้างความยั่งยืนให้กับชนชนตามบริบทค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา กิมไน้ สิริพฤกษา ได้กล่าวถึงสถานการณ์ของ ศูนย์เจียรไนนิลอนันตพลพลอยกาญจน์ ไว้ว่า ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ มีการดำเนินธุรกิจเครื่องประดับนิลและบริหารจัดการธุรกิจโดยเจ้าของกิจการมาเป็นระยะเวลายาวนานกว่า 21 ปี ทำให้ประสบปัญหาการพัฒนาในรูปแบบเครื่องประดับที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทรูปแบบเครื่องประดับที่เข้ากับยุคสมัยหรือค่านิยมของผู้บริโภค จึงต้องการหาทิศทางเพื่อการพัฒนาเครื่องประดับนิลให้สอดคล้องกับทัศนคติความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคปัจจุบัน (กิมไน้ สิริพฤกษา. 2557, 2 มีนาคม: สัมภาษณ์) ผู้วิจัยจึงได้มุ่งศึกษาทัศนคติความชอบและการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับนิลของศูนย์ เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรี จำนวน 200 คน ในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ผลจากการวิจัย ด้านประชากรศาสตร์พบว่า สตรีกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีรายได้ 15000-30000 บาทมีจำนวนร้อยละ 70 มีรายได้ 30000-50000 บาท จำนวนร้อยละ 28 และมีรายได้ 50000-100000 จำนวนร้อยละ 2

กลุ่มสตรีอายุ 35-44 ปี มีรายได้ 15000-30000 บาทมีจำนวนร้อยละ 16 มีรายได้ 30000-50000 บาท จำนวนร้อยละ 74 และมีรายได้ 50000-100000 จำนวนร้อยละ 10

กลุ่มสตรีอายุ 45-54 ปี มีรายได้ 15000-30000 บาทมีจำนวนร้อยละ 12 มีรายได้ 30000-50000 บาท จำนวนร้อยละ 72 และมีรายได้ 50000-100000 จำนวนร้อยละ 16

กลุ่มสตรีอายุ 55 ปีขึ้นไป มีรายได้ 15000-30000 บาทมีจำนวนร้อยละ 12 มีรายได้ 30000-50000 บาท จำนวนร้อยละ 60 และมีรายได้ 50000-100000 จำนวนร้อยละ 28

สรุปด้านประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มเป้าหมายที่เป็นสตรีที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี รายได้ระหว่าง 30000-50000 บาท เป็นกลุ่มอายุที่มีจำนวนมากที่สุดในการตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 74 ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อเครื่องประดับนิลมากที่สุด

ด้านความชอบและการตัดสินใจซื้อ

ด้านระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ในกลุ่มสตรี จำนวน 200 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกเครื่องประดับตั้งแต่ละประเภทจำนวน 3 แบบ ตามความนิยมและยอดจำหน่ายในสินค้าแต่ละประเภท และราคาที่ไม่ใกล้เคียงกัน ซึ่งสามารถสรุปการวิเคราะห์ตามประเภทเครื่องประดับนิลได้ดังนี้

เครื่องประดับนิลประเภทแหวน พบว่า ผู้บริโภคมีความชอบเครื่องประดับ ผู้บริโภคมีความชอบเครื่องประดับนิลประเภทแหวนมากที่สุด ได้แก่ เครื่องประดับแหวนนิลรูปทรงวงรี 2 วงซ้อนกันที่มีโครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงวงรี ผลิตจากวัสดุเงิน โดยมีอัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และ นิล มีราคาประมาณ 7,500 บาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (= 4.02) สอดคล้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (= 3.74)

เครื่องประดับนิลประเภทจี้พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความชอบสูงสุดคือ จี้นิลรูปทรงอิสระ ที่มีโครงสร้าง เป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ ผลิตด้วยวัสดุเงิน อัญมณีประกอบได้แก่ เพชร CZ และนิล ราคาประมาณ 3,500 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (= 3.99) สอดคล้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (= 3.82)

เครื่องประดับนิลประเภทสร้อยคอ พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความชอบสูงสุดในเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยคอ คือ สร้อยนิลประดับคอ ลวดลายธรรมชาติ ที่มีโครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงมาร์ควีย์ วัสดุเงิน ราคาประมาณ 9500-10,500 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (= 4.18) สอดคล้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (= 3.92)

เครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไล พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความชอบสูงสุดในเครื่องประดับนิลประเภทข้อมือและกำไลคือ กำไลนิลทรงกลมลายผีเสื้อ ที่มีโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงเจียระไนเข้ากับรูปทรงเจียระไนเข้ารูปตามโครงสร้าง วัสดุเงิน อัญมณีที่ใช้ประกอบคือ นิลและ พลอยสี ราคาประมาณ 4,500 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (= 3.99) สอดคล้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (= 3.77)

เครื่องประดับนิลประเภทต่างหู พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความชอบสูงสุดในเครื่องประดับประเภทต่างหู ได้แก่ ต่างหูรูปทรงเหลี่ยมแบบสับปะรดที่มี โครงสร้างรูปทรงเหลี่ยมแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรงหยดน้ำ วัสดุเงิน อัญมณีที่ใช้เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 2,000 บาท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 4.10$) สอดคล้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($= 3.88$)

จากการสรุปผลการวิเคราะห์ความชอบของผู้บริโภคที่มีความสอดคล้องในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ด้านการออกแบบ พบว่า เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ มีเอกลักษณ์ที่สวยงาม และแสดงออกถึงรสนิยมที่ดี มีความลงตัวในการออกแบบทำให้ผู้บริโภคเกิดความชอบและเกิดการให้คุณค่าในสุนทรียะความงามเครื่องประดับนิลซึ่งเป็นจุดแข็งของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

ด้านความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อแนวความคิดการสร้างสรรค์เครื่องประดับนิล

จากผลการวิเคราะห์ความคาดหวังการออกแบบเครื่องประดับนิลด้านโครงสร้าง ลวดลาย และการเลือกใช้อัญมณีนิลในการออกแบบได้ดังนี้

ด้านโครงสร้าง

ด้านโครงสร้าง พบว่า ผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านการออกแบบ เครื่องประดับนิลประเภทแหวน จากโครงสร้างรูปทรงเรขาคณิตมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($= 4.05$)

เครื่องประดับนิลประเภทจี้ สร้อยคอ พบว่า ผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านการออกแบบโครงสร้างจากรูปทรงเหลี่ยมแบบจากธรรมชาติมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($= 4.07$)

เครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไล พบว่า ผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านการออกแบบโครงสร้างจากรูปทรงเหลี่ยมแบบจากธรรมชาติมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($= 4.00$)

เครื่องประดับนิลประเภทต่างหู พบว่า ผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านการออกแบบโครงสร้างจากรูปทรงเหลี่ยมแบบจากธรรมชาติมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($= 4.00$)

ด้านลวดลาย

ด้านลวดลาย พบว่า ผู้บริโภคมีความคาดหวังด้านการออกแบบ เครื่องประดับนิลประเภทแหวน จี้และสร้อยคอ สร้อยข้อมือและกำไล และต่างหู จากลวดลายรูปทรงเหลี่ยมแบบจากธรรมชาติมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ($= 4.07$) ($= 4.12$) ($= 4.15$) และ ($= 4.19$) ตามลำดับ

ด้านการเลือกใช้อัญมณี

ผู้วิจัยศึกษาความคาดด้านรูปทรงของอัญมณีชนิดที่ใช้ในการออกแบบ ซึ่งจำแนกเป็น 6 รูปแบบ ได้แก่ 1) อัญมณีนิลรูปทรงกลม 2) อัญมณีนิลรูปทรงวงรี 3) อัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า 4) อัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส 5) อัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำ และ 6) อัญมณีนิลรูปทรงหัวใจ พบว่า รูปทรงของอัญมณีที่ใช้การออกแบบเครื่องประดับนิลที่ผู้บริโภคมีความคาดหวังสูงสุดคือ อัญมณีทรงรี (= 4.17) รองลงมาคือ อัญมณีทรงกลม (= 4.16) อัญมณีทรงหยดน้ำ (= 4.04) อัญมณีทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส (= 3.75) อัญมณีทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า (= 3.59) และอัญมณีทรงรูปหัวใจ (= 3.54) ตามลำดับ

ด้านการศึกษาทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิลจากประสบการณ์ การรับรู้เดิมของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตได้สร้างสรรค์ และสร้างการรับรู้ใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทตามสมัยนิยมและความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นจึงจำเป็นในการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิลตามความคิดเห็น ทัศนคติ และความเชื่อของผู้บริโภค ซึ่งจากการวิเคราะห์ด้านทัศนคติความคิดเห็น พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติความคิดเห็นต่อเครื่องประดับนิลสูงสุดคือ ควรมีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้อัญมณีนิล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.71) รองลงมาคือ เครื่องประดับนิลควรประกอบด้วยตัวเรือนเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (= 4.25) รองลงมาอีกคือ การออกแบบเครื่องประดับนิลควรมีเพชรประกอบด้วย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (= 3.99)

ด้านความเชื่อ พบว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อว่าการสวมใส่เครื่องประดับนิลสร้างให้เกิดการเสริมสร้างบารมี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (= 3.98) รองลงมาคือ ผู้บริโภคเชื่อว่าการสวมใส่เครื่องประดับนิลสร้างให้เกิดการปกป้อง และปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ (= 3.85) และผู้บริโภคเชื่อว่าการสวมใส่เครื่องประดับนิลสร้างให้เกิดความโชคดี ซึ่งมีทัศนคติต่อความเชื่อนี้น้อยที่สุด โดยมีความเฉลี่ยอยู่ในระดับ (= 3.52)

3. การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ของผู้บริโภคเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Different) พบว่า การสร้างคุณค่าสินค้าทางวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ด้านความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล จำแนกตามอายุ และรายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และจำแนกตามการศึกษา และอาชีพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ด้านทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Different) พบว่า การสร้างคุณค่าสินค้าทางวัฒนธรรมและแนวทางการพัฒนาธุรกิจเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ ด้านทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล จำแนกตามอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

การอภิปรายผล

ด้านการออกแบบ

การออกแบบเครื่องประดับนิลศูนย์เจียระไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มีความสวยงามแตกต่างจากเครื่องประดับนิลโดยทั่วไปด้วยกระบวนการถ่ายทอดและสร้างสรรค์จากวัสดุและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยมีแนวคิดของกระบวนการสร้างสรรค์จากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และการทดลองของผู้ประกอบการ ทำให้เกิดการออกแบบเครื่องประดับนิลที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ วัฒนธรรม จูฑะวิภาต (2545) ได้กล่าวไว้ว่า โครงสร้างและลวดลายของงานออกแบบที่รวมทั้งรูปร่างภายในและภายนอก เป็นโครงสร้างที่ก่อรูปขึ้นด้วยหน่วยเพียงหน่วยเดียวหรือหลายสิ่ง ซึ่งมีแนวคิด 3 กลุ่มคือ การออกแบบด้วยแนวคิดจากเรขาคณิต การออกแบบจากการเลียนแบบธรรมชาติ และการออกแบบด้วยแนวคิดนามธรรม หรือ แนวคิดอิสระ ซึ่งส่งผลให้เกิดเอกลักษณ์ที่ชัดเจนของเครื่องประดับ (วัฒนธรรม จูฑะวิภาต. 2545: 81)

เครื่องประดับนิลที่มีแนวคิดการออกแบบจากรูปทรงเรขาคณิตมากที่สุดในศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ คือเครื่องประดับนิลประเภทแหวน ต่างหู จี้ สร้อยข้อมือและกำไล เนื่องจากผู้บริโภคมีความนิยมเลือกซื้อเพราะสามารถสวมใส่ได้ในหลายโอกาสซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานการออกแบบเครื่องประดับของ วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ และคณะ (2545) ว่าการออกแบบเครื่องประดับที่ดีจะต้องมีความคิดของนักออกแบบ ร้อยละ 20 แนวคิดของลูกค้าหรือผู้บริโภค ร้อยละ 20 และแนวคิดรูปแบบตามสมัยนิยมตามกลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 60 ซึ่งความคิดของผู้บริโภคและความคิดรูปแบบตามสมัยนิยมตามกลุ่มเป้าหมายนั้นมีผลต่อการออกแบบและยอดจำหน่ายสินค้า ดังนั้นรูปแบบของการออกแบบเครื่องประดับประเภทแหวนของศูนย์เจียระไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ จึงมุ่งเน้นการออกแบบที่มีแนวคิดจากเรขาคณิต เพราะให้ความรู้สึกคลาสสิก เรียบง่าย และสวมใส่ได้ทุกสถานการณ์

เครื่องประดับที่มีแนวคิดการออกแบบจากการเลียนแบบธรรมชาติ และแนวคิดการออกแบบจากนามธรรม หรือเส้นอิสระ เป็นแนวคิดที่ถูกเลือกใช้ในการออกแบบรองลงมาจากแนวคิดการออกแบบจากเรขาคณิต โดยมีเครื่องประดับประเภทจี้และสร้อยคอจะเลือกใช้แนวคิดนี้มากที่สุด วัฒนธรรม จูฑะวิภาต (2545) ได้กล่าวถึงการออกแบบเครื่องประดับประเภทจี้และสร้อยคอไว้ว่า แนวคิดจากธรรมชาติ และเส้นอิสระมักจะเป็นเส้นที่ถูกใช้ในการออกแบบสำหรับงานเครื่องประดับประเภทจี้และสร้อยคอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานเครื่องประดับที่เป็นงานสมัยใหม่ นักออกแบบจะคำนึงถึงความสัมพันธ์ของ

สร้อยคอและจี้ที่ห้อยแขวนลงมาซึ่งมีความสัมพันธ์กับร่างกาย โดยคำนึงถึงความสวยงามเป็นอันดับแรก ส่วนการใช้สร้อยจะมีความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นพิเศษในขณะที่ใช้งานคือความสะดวกสบายเวลาสวมใส่ ส่วนใหญ่การออกแบบสร้อยคอ มักจะมีลักษณะเรียบง่าย ใช้ได้กับจี้ห้อยคอที่มีหลายรูปแบบและไม่ควรมีน้ำหนักมากเพื่อสบายเวลาใช้ (วัฒนนะ จุฑะวิภาต. 2545: 81)

เครื่องประดับนิลของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ มีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์สวยงาม และแสดงออกถึงรสนิยมที่ดี โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ วรณรัตน์ ตั้งเจริญ ที่ได้กล่าวไว้ในหนังสือการออกแบบว่า การออกแบบเครื่องประดับ คือการออกแบบที่มุ่งเน้นความงามและประโยชน์ใช้สอยร่วมกันแต่ให้น้ำหนักทางความงามมากกว่าประโยชน์ใช้สอย ทั้งนี้“เครื่องประดับคือสุนทรียศาสตร์ที่เกี่ยวกับรูปทรงที่มองเห็นแสงและประกายระยิบระยับความวาววาม” โดยสีของอัญมณีที่ได้รับการเจียรไนเหลี่ยมเป็นความงามที่ทำให้เกิดความรู้สึกตอบรับในทันที โดยถ่ายทอดคุณค่าการออกแบบในผลงานเครื่องประดับ อีกทั้งการออกแบบเครื่องประดับที่ดีจำเป็นต้องสอดคล้องกับความต้องการทางการตลาดในปัจจุบันที่ส่วนใหญ่นิยมสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว วรณรัตน์ ตั้งเจริญ และคณะ (2545) ทำให้สุนทรียะ คุณค่า และความงดงามของเครื่องประดับนิลเป็นจุดแข็งของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์

การสร้างคุณค่าเพื่อให้เกิดมูลค่านั้น การพัฒนาด้านรูปแบบของเครื่องประดับจึงจัดเป็นปัญหาหลักสำคัญของอุตสาหกรรมรายย่อยที่ดำเนินธุรกิจแบบครอบครัวมากที่สุดเนื่องจาก ผู้ประกอบการขาดองค์ความรู้ และการบูรณาการด้านการออกแบบเพื่อปรับปรุงรูปแบบของสินค้า แต่อย่างไรก็ตามในช่วงเวลาที่ผ่านมามีผู้ประกอบการมีความพยายามในการปรับปรุงการบริหารธุรกิจให้เป็นระบบ แต่ก็ยังขาดเป้าหมายและความสนใจที่จะพัฒนาธุรกิจของตนไปสู่ธุรกิจระดับสากลให้ได้ (คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2552: 16)

ด้านทัศนคติความชอบและการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ของเครื่องประดับทั้ง 45 ตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความชอบเครื่องประดับนิลอยู่ในระดับมาก ซึ่งระดับความชอบนั้นมีผลต่อเนื่องให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ ไพโรจน์ วิริยะจารี (2545) ได้กล่าวไว้ว่า การให้คะแนนความชอบเป็นวิธีการที่ใช้ในการทดสอบการยอมรับของผู้บริโภค โดยผลระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก จะสอดคล้องกับแนวโน้มการตัดสินใจซื้อที่มีความสัมพันธ์กับความชอบโดยรวมของผลิตภัณฑ์ และจากผลการประเมินเป็นรายชื่อพบว่า เครื่องประดับประเภทแหวนลูกคำมีความชอบและการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของฐิติมา ศรีบรรณสาร (2548) ว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับประเภทแหวนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเครื่องประดับที่มีรูปทรงเรียบง่าย และสามารถใช้งานได้ทุกโอกาส

ปัจจัยด้าน อายุ และรายได้ เป็นความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้บริโภคในระดับต่างๆที่แสดงให้เห็นถึงกลุ่มเป้าหมายและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เหมาะสมกับการออกแบแบบเครื่องประดับนิลศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ได้ ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคที่มีจำนวนมากที่สุดคือกลุ่มผู้มีอายุระหว่าง 35 - 44 ปี มีรายได้ระหว่าง 30,000-50,000 บาท เป็นผู้มีกำลังซื้อมากที่สุด และโดยมากเป็นสตรีที่อยู่ในพื้นที่จ.กาญจนบุรี เป็นที่รู้จักกันและมีความคุ้นเคยในชื่อเสียง คุณภาพเครื่องประดับนิลจากศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เป็นอย่างดีสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ที่อธิบายลักษณะการตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การเลือกผู้ขาย การเลือกตราสินค้าหรือร้านที่มีชื่อเสียงซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาเศรษฐกิจสินค้าอุตสาหกรรมกรณีศึกษา อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ(2552) พบว่า เครื่องประดับจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ที่มีราคาค่อนข้างสูงและขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ลูกค้าภายในประเทศจะเป็นกลุ่มที่มีระดับรายได้ปานกลางขึ้นไปอยู่ในกลุ่มลูกค้าที่ทำงานแล้ว และมีประสบการณ์ในการเลือกซื้อเครื่องประดับอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการทำนายสินค้าในระดับความนึกคิดของผู้บริโภคเครื่องประดับนิล คือ ทักษะการตัดสินใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคต้องเคยมีประสบการณ์จากการมองเห็นหรือได้สัมผัสกับสินค้า จึงจะเกิดความนึกคิดหรือความชอบในรูปแบบหรือการออกแบบที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ปริญญ์ ลักษิตานนท์ (2544) ที่ได้อธิบายความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติคือความคิดที่เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ หรือการได้สัมผัสกับสิ่งของนั้น นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งเป็นกระบวนการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์โดยผู้บริโภคจะประเมินและเลือกสินค้าตามความนึกคิดจนไปสู่การตัดสินใจซื้อ แนวคิดนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญ์ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2541) เช่นกันว่า ทัศนคติเป็นการประเมินความพอใจและความไม่พอใจของบุคคล ความรู้สึก และแนวโน้มของการปฏิบัติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมาก เพราะเป็นการสร้างให้เกิดความรู้สึกโดยตรงระหว่างสินค้าและผู้บริโภค ก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าภายในจิตใจของผู้บริโภคได้ ซึ่งกระบวนการสร้างคุณค่าให้กับสินค้านั้น ภาสิณี คณาเดิม (2554) ได้อธิบายไว้ว่า การสร้างคุณค่า (Value Creation) คือ การใช้ความได้เปรียบที่มีอยู่ในประเทศหรือจุดแข็งที่มีอยู่ในธรรมชาติมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม จะก่อให้เกิดสินค้าที่มีคุณค่าและสามารถสร้างให้เกิดมูลค่าสูงด้วยเช่นกัน

ความเชื่อเป็นเหตุและปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และการสร้างมูลค่าของสินค้าประเภทเครื่องประดับด้วย ตัวอย่างเช่น ความเชื่อของชาวจีนที่มีต่อการใช้เครื่องประดับหยกเพื่อนำโชค หรือการสวมใส่เครื่องประดับโดยมีอัญมณีประกอบชนิดต่างๆ เพื่อเสริมโชคชะตาตาม วันเดือนปีเกิด ทัศนคตินี้อาจส่งผลกระทบต่อเครื่องประดับชนิดที่มีสีดำเป็นสีของอัญมณี ซึ่งทั้งผู้บริโภคชาวไทย และชาวต่างชาติยังคงมีความเชื่อว่าสีดำเป็นสีที่ไม่ดี ไม่นำความโชคดีเข้ามาสู่ตนเอง ทัศนคติเช่นนี้มีผลต่อการขายสินค้าประเภทฟุ่มเฟือยเป็นอย่างมาก เพราะผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในกลุ่มนี้ด้วยความรู้สึกของความพึงพอใจส่วนตัวมากกว่าเหตุผลด้านอื่นๆ ถึงแม้ในการตัดสินใจซื้อจะเป็นเพื่อการให้ในวาระต่างๆ เช่น เป็นของขวัญวันเกิด ของขวัญ หรือของกำนัล ก็ตาม หรือแม้กระทั่งการเลือกซื้อเพื่อสวมใส่ด้วยตนเองก็เช่นเดียวกัน โดยปัจจัยด้านทัศนคตินี้เป็นกลไก และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และ ศุภร เสรีรัตน์ (2541: 160) ได้กล่าวถึงกลไกทางทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ เป็นการประเมินความพอใจและความไม่พอใจของบุคคล ความรู้สึก และแนวโน้มของการปฏิบัติที่มีต่อสิ่งของหรือความคิด สอดคล้องกับแนวคิดของ ปริญ ลักษิตานนท์ (2544: 220) ได้กล่าวไว้เช่นเดียวกันว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาพจิตที่เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม มีผลต่อความหมายทางการตลาด ซึ่งเป็นกระบวนการของการส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้ประเมินจะเลือกซื้อสินค้า ตามความนึกคิด และใช้ในการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542: 106) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของหรือความคิด ทัศนคติเป็นสิ่งที่จะชักนำบุคคล ให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกำหนดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ หรือชักนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์ซึ่งจะมีผลชักนำให้เกิด พฤติกรรมการซื้อสินค้า

จะเห็นได้ว่า ความเชื่อและทัศนคติในบริบทของเรื่องราว (Story) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมาก เพราะเป็นการสร้างให้เกิดภาพลักษณ์และความรู้สึกโดยตรงระหว่างสินค้า และผู้บริโภค ซึ่งเรื่องของความเชื่อนี้จะเป็นข้อควรนำมาพิจารณาในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับอัญมณี และเครื่องประดับชนิด ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยเช่นกัน เพราะจากที่กล่าวในข้างต้นจากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค ยังคงมีความเชื่อทางวัฒนธรรมต่อเรื่องสีดำ ที่แสดงถึงเรื่องราวของความโศกเศร้า ไม่เป็นมงคล จึงเป็นผลกระทบด้านสิ่งเร้า ตามตัวแบบของพฤติกรรมผู้บริโภค (Models of Consumer Behavior)

จึงเกิดปรากฏการณ์การสร้างคุณค่าให้เครื่องประดับชนิด ด้วยการให้ความหมายแต่อัญมณีชนิด ด้วยพระกรุณาธิคุณขององค์สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ ๑ ได้ทรงประทานความหมายไว้ว่า “นิลสีดำมีความหมายว่าโชคดี” และ “รักแท้คือหัวใจสีดำไม่ใช่หัวใจสีแดง” ด้วยกระแสพระตำราธิราชครั้งนั้นทำให้นิลกลายเป็นที่ยอมรับสำหรับคนในชนชั้นสูง และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายสู่ประชาชนคนทั่วไป

ซึ่งทำให้เห็นว่า การให้ความหมายต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีผลต่อตัวแบบพฤติกรรมการชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์ (พิบูล ทีปะปาล. 2545: 153; อ้างอิงจาก คอตเลอร์. ม.ป.ป.) ได้อธิบายพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค โดยอาศัยทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ที่ว่า พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิดพฤติกรรม ประกอบด้วยสิ่งเร้า 2 ส่วน ซึ่งเป็นสาเหตุก่อให้เกิดพฤติกรรมในการซื้อ โดยกลไกการป้อนเข้าของข้อมูล(Input) เข้าสู่กล่องดำ (Black Box) ผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อภายใต้อิทธิพลของ วัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา ที่บุคคลนั้นได้รับ และจะปรากฏผลออกมา (Output) อันเป็นการแสดง พฤติกรรมตอบสนอง (Response) ต่อสิ่งเร้าในรูปของการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ

ตัวแบบพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภคของคอตเลอร์ พบว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีความสำคัญต่อระบบโครงสร้างความคิดภายในสมอง ที่สามารถคิด จินตนาการ ในความต้องการของตนเองโดยมีส่วนของปัจจัยภายนอกเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดสิ่งเร้า ดังนั้น การให้ข้อมูล หรืออธิบายข้อมูล หรือบริบทของเครื่องประดับนิลจึงเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่ต้องทำความเข้าใจระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางความคิด และความสามารถในการตัดสินใจเลือกซื้อได้ตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

การสร้างคุณค่าและมูลค่าเครื่องประดับนิล

การออกแบบของศูนย์เจียร์ระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เป็นการแสดงออกในด้านคุณค่าของเครื่องประดับในเชิงสุนทรียะทางความงามที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ โดยผู้บริโภคจะรับรู้การวัดคุณค่า (Value) ที่มีต่อจิตใจเป็นอันดับแรก ซึ่งเป็นความงามที่เกิดขึ้นด้วยอารมณ์มิใช่ด้วยเหตุผล ความนึกคิดต่อความงามนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อและสร้างให้เกิดมูลค่าต่อเครื่องประดับนิลได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ มโน พิสุทธิรัตนานนท์ (2546) อีกทั้งผู้ประกอบการมีกระบวนการในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับนิลให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคด้วยประสบการณ์การเรียนรู้จากการสังเกตจากผู้บริโภคเมื่อเข้ามาเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน จึงทำให้การออกแบบเครื่องประดับของศูนย์เจียร์ระไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ ในภาพรวมมีรูปแบบที่มุ่งเน้นแนวคิดการนำเอา รูปแบบเรขาคณิต และรูปแบบเลียนแบบธรรมชาติมาใช้ เหตุผลเพราะแนวคิดทั้ง 2 รูปแบบนี้มีความใกล้ชิดและเข้าถึงประสบการณ์การรับรู้ของมนุษย์มาอย่างยาวนาน และการเลือกวัสดุประกอบรวมอย่างเช่น เพชร และ อัญมณีพลอยสี เข้ามาผสมผสานในการออกแบบจึงทำให้เครื่องประดับนิลศูนย์เจียร์ระไนนิลอนันตพล พลอยกาญจน์ มีคุณค่าและมูลค่าในความนึกคิดของผู้บริโภคได้ไม่ยาก

สรุปได้ว่าการศึกษาด้านความคาดหวังต่อเครื่องประดับนิล พบว่า มีความแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามอายุ และรายได้ และด้านทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล จำแนกตามอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งระดับทัศนคตินั้นมีผลต่อเนืองให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ แอลซีล (1995) ได้เสนอแนวคิดที่ว่าทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1.องค์ประกอบทางความคิดหรือการรับรู้ เป็นความเชื่อ ความรู้หรือความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งใด เช่นตราสินค้า ซึ่งความเชื่อในวัตถุเดียวกันอาจแตกต่างกันได้ในแต่ละบุคคล 2.องค์ประกอบด้านความรู้สึก คือ ความรู้สึกโดยรวมในเรื่องของความชอบและอารมณ์ที่มีต่อวัตถุนั้นๆ เช่น อาจเกิดจากผลของการประเมินในคุณสมบัติหลายๆ คุณสมบัติของสินค้าก็ได้ เรื่องของความรูสึกนั้นขึ้นอยู่กับคุณลักษณะและสถานการณ์ด้วย และ 3.องค์ประกอบด้านพฤติกรรม คือ แนวโน้มในการกระทำหรือการแสดงออก ความโน้มเอียงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์

ดังนั้น การบริโภคเครื่องประดับนิลในระดับความคิดของผู้บริโภค ที่ยังคงเลือกซื้อสินค้าจากศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ นั้นจึงเกิดจากความเชื่อถือของร้านที่มีมาอย่างยาวนานในพื้นที่ ด้านความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า และองค์ประกอบทัศนคติในด้านความเชื่อที่มีต่อเครื่องประดับนิล ซึ่งเป็นความเชื่อในระดับปัจเจกชน จึงทำให้ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ เป็นผู้ประกอบรายหนึ่งของกลุ่มหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีจุดแข็งในด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างคุณค่าและก่อให้เกิดมูลค่าต่อผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งจากการศึกษาของผู้วิจัยในครั้งนี้จะสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการพัฒนาเครื่องประดับนิล หรือสินค้าทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงตามบริบทของสังคมและยุคสมัย เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาและรายได้ที่ยั่งยืนต่อกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาด้านการส่งเสริมการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีโอกาสก้าวเข้าสู่ความเป็นสากลอย่างแท้จริง
2. ศึกษารูปแบบเครื่องประดับนิลที่ได้รับความนิยมหรือความต้องการของผู้บริโภคในระดับประเทศเพื่อสร้างเป้าหมายให้ผู้ประกอบการเข้าถึงผู้บริโภคอย่างสูงสุด
3. ศึกษาโอกาสทางการตลาดของเครื่องประดับนิลในตลาดอาเซียน เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับนิลเพื่อการส่งออกไปยังตลาดที่ผู้ประกอบการในระดับชุมชนสามารถก้าวเข้าสู่ระดับสากลได้



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงพาณิชย์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2553). คู่มือพัฒนาผู้ประกอบการด้านอัญมณีและเครื่องประดับไทยเชิงอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น : พลอย. นนทบุรี : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2554). แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2558, จาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry_plan/National_Industrial_Development_Master_Plan.pdf
- กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ. (2523). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาราชวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ; และสมสุข หินวิมาน. (2551). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองและสื่อการศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2552). ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ พ.ศ. 2557 – 2560. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2534). วัฒนธรรมไทยกับขนบการเปลี่ยนแปลงสังคม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2540). เศรษฐกิจหมู่บ้านไทยในอดีต. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์.
- (2541). บ้านกับเมือง. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2546). เศรษฐกิจหมู่บ้านไทยในอดีต. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี: สร้างสรรค์.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา; และคณะ. (2541). ทฤษฎีและแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนชาวนา. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา; และ พรพิไล เลิศวิชา. (2541). วัฒนธรรมหมู่บ้านไทย. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์.
- ชิษณุกร พรภาณูวิชญ์. (2540). ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารการบริการส่วนตำบล : กรณีศึกษาจังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ สส.ม. (สิ่งแวดลอม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ฐิติมา ศรีบรรณสาร. (2549). พฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับอัญมณีแท้ของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. ถ่ายเอกสาร.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ; และ พิทยา ว่องกุล. (2545). เศรษฐศาสตร์การเมือง วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2550). วิสาหกิจชุมชนกลไกเศรษฐกิจฐานราก. กรุงเทพฯ: เอดีสันเพรสโปรดัก.

- ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์; และคณะ. (2543). *วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ของคนไทย*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์. (2554). *รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบ เครื่องประดับพลอยเนื้ออ่อนของวิสาหกิจชุมชนกาญจนบุรี เพื่อขยายโอกาสในธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ
- ธวัช ปุณโณทก. (2532). *เที่ยวอีสาน*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ศ.
- นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล. (2540). *ความคาดหวังของผู้เรียนต่อโครงการยกระดับความรู้พื้นฐาน สำหรับคนผู้ใหญ่วัยและผู้นำท้องถิ่น ในจังหวัดสุพรรณบุรี*. ปรินูญานินพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาคณะผู้ใหญ่). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นวลน้อย บุญวงศ์. (2539). *หลักการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นียบพรรณ (ผลวัฒนธรรม) วรรณศิริ. (2540). *มานุษยวิทยาสังคมและวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- นิยม วงศ์พงษ์คำ. (2551). *การศึกษานโยบายพื้นฐานอีสานด้านการผลิตผลิตภัณฑ์โลหะผสมสำริด และทองเหลืองเพื่อพัฒนามูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์*. ปรินูญานินพนธ์ ปร.ด. (วัฒนธรรมศาสตร์). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- บำรุง บุญปัญญา. (2549). *3 ทศวรรษแนวคิดวัฒนธรรมชุมชน*. กรุงเทพฯ: ตุลา.
- ประยูร อุดมเสียง. (2541). *การพัฒนาและฝึกอบรมทรัพยากรมนุษย์ทางการเกษตร*. ขอนแก่น: คลังน่านาวิทยา.
- ประเวศ วะสี. (2532). *ทุนกับการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน*. กาญจนบุรี: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- ประสาท อิศรปริดา. (2547). *สารัตถะจิตวิทยาการศึกษา*. ขอนแก่น: คลังน่านาวิทยา.
- ปริญญา ลักษิตานนท์. (2544). *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- พัฒนา กิติอาษา. (2546). *ท้องถิ่นนิยม : การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- พรรณี ชูทัย. (2522). *จิตวิทยาการเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ: วรวิกรมการพิมพ์.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2544). *ทฤษฎีองค์การสาธารณสุข*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์นิภา บัวชุม. (2554). *การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพื้นฐานอีสานในการนวดแผนไทยและสปา เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์*. ปรินูญานินพนธ์ ปร.ด. (วัฒนธรรมศาสตร์). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- ไพฑูริย์ เจริญพันธุ์วงศ์. (2530). *พฤติกรรมองค์กรและการบริหาร*. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

- ไพโรจน์ วิริยจารี. (2545). *การประเมินทางประสาทสัมผัส*. เชียงใหม่: ภาควิชาเทคโนโลยีการพัฒน
ผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภัทราพิมพ์ พิมพ์ภัทรยศ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องประดับอัญมณี ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ภาสินี คณาเดิม. (2554, กรกฎาคม-สิงหาคม). กสอ. ดึงคลัสเตอร์เชื่อมโยงเครือข่ายภาคีเสริมแกร่ง
ด้วย Value creation ขับเคลื่อน SMEs ไทยสู่การค้าโลก. *อุตสาหกรรมสาร*. 54: 15-18.
- มโน พิสุทธิรัตนานนท์. (2546). *สุนทรียศาสตร์เบื้องต้น*. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ
- ยุคติ มุกดาวิจิตร. (2548). *อ่าน "วัฒนธรรมชุมชน" : วาทศิลป์และการเมืองของชาติพันธุ์นิพนธ์
แนววัฒนธรรมชุมชน*. กรุงเทพฯ: ฟ้ายเดียวกัน.
- ลักษณา รอดสน. (2540). *การสร้างหนังสืออ่านเพิ่มเติมเกี่ยวกับภูมิปัญญาชาวบ้าน เรื่อง "เรือ...
สายน้ำ...และ ชีวิตชาวปทุมธานี ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์
ศศ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วิจิตวงศ์ ณ ป้อมเพชร. (2549). *พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวกับปัญหาเศรษฐกิจของประเทศไทย.
พิมพ์ครั้งที่ 2*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ. (2539). *ศิลปะเครื่องประดับ*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส:พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ; กาญจนา ชูครูวงศ์; และ ธนรัตน์ แต้ววัฒนา. (2545). *รายงานฉบับสมบูรณ์
โครงการการวิจัยบูรณาการโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟฟิคส์สำหรับการออกแบบ
เครื่องประดับและกระบวนการผลิต*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วัฒน์ จูทะวิภาต. (2517). *หัตถกรรมพื้นบ้าน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา.
- . (2545). *การออกแบบเครื่องประดับ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัลลภ ปิยะมโนธรรม. (2536). *เทคนิควิชาโรคประสาทด้วยตนเอง*. กรุงเทพฯ: เขียวรึ้น.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2547). *ศิลปะหลังสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: อีแอนด์ไอคิว.
- ศิริพงศ์ พะยอมแย้ม. (2537). *เทคนิคงานกราฟิก*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญา ลักษิตานนท์; และ ศุภร เสรีรัตน์. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหาร
การตลาด*. กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2558). *สินค้าออก
สำคัญ 10 อันดับแรกของไทย ปี 2557*. สืบค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2558, จาก
<http://www2.ops3.moc.go.th/>

- ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2552). *ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนา
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ พ.ศ. 2557 – 2560*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและ
พัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ.
- สังเขต นาคไพจิตร. (2530). *หลักการออกแบบ*. มหาสารคาม: ปริดาการพิมพ์.
- สกวเดือน ปถนสมิทธิ. (2540). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการรื้อปรับระบบของพนักงาน ธนาคาร
วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. ถ่ายเอกสาร.
- สังเขต นาคไพจิตร. (2530). *หลักการออกแบบ*. มหาสารคาม: ปริดาการพิมพ์.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2547). *ทฤษฎีสังคมวิทยา เนื้อหาและแนวทางการใช้ประโยชน์เบื้องต้น*.
กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์.
- สามารถ จันทร์สุรย์. (2539). *ภูมิปัญญาชาวบ้านนครราชสีมา*. นครราชสีมา: ศูนย์ข้อมูลท้องถิ่นเพื่อ
การพัฒนาวิทยาลัยครูนครราชสีมา.
- สามารถ จันทร์สุรย์; และ ประทีป อ้นแสง. (2541). *ผลการวิจัยเรื่องการศึกษาศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย*.
กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2545). *โอกาสของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยใน
ตลาดโลก*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ประสานการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม
----- (2554). *กรอบทิศทางการพัฒนาตามแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ปี 2555 – 2574*.
กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
- สถาบันวิจัยสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2545). *โครงการแผนแม่บทอุตสาหกรรม รายสาขา
(สาขาอัญมณีและเครื่องประดับ)*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สด ภูมระโรหิต. (2519). *สหกรณ์ ทางรอดทางเดียวของไทย*. กรุงเทพฯ: เรื่องศิลป์.
- สมคิด พรหมจ้อย; และคณะ. (2546). *เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านอีสานได้ความอยู่รอดของชุมชนท่ามกลาง
กระแสการเปลี่ยนแปลงโครงการวิจัยเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
สร้างสรรค์.
- สมพงษ์ จันทร์พิมพ์. (2555). *การศึกษาความต้องการพัฒนาตนเองของบุคลากรสายบริการมหาวิทยาลัย
พะเยา*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. พะเยา: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยพะเยา. ถ่ายเอกสาร.
- สมยศ นาวิกการ. (2552). *แรงจูงใจ : การบริหารพฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: ตะวันออก.
- สมลักษณ์ เพชรช้อย. (2540). *ความคาดหวังในการเรียนการศึกษายาสามัญ วิธีเรียนทางไกลของ
ผู้ใช้งานในโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาผู้ใหญ่).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- สิริวรรณค์ อัครกุล. (2528). *ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถในการทำงานที่กำหนดของนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงและต่ำ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาวดี โหมกลาง. (2554). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาจากภูมิปัญญาพื้นบ้านของชุมชนลุ่มน้ำมูลเพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์*. ปรินทิพปริทัศน์ ปร.ด. (วัฒนธรรมศาสตร์). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- สุภาวี ศิรินคราภรณ์. (2549). *ศิลปะเครื่องประดับกายสัมผัสกับการสักการะทางจิตวิญญาณ*. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2555, จาก http://www.supavee.com/academics_objective_t.php
- สุรางค์ จันทน์เอม. (2529). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุรียา สมุทคุปต์. (2535). *หนังสือพิมพ์ของอีสานการแพร่กระจายและการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในหมู่บ้านอีสาน*. ขอนแก่น: สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสรี พงศ์พิศ. (2529). *สุรากเหง้า : ทางเลือกและทัศนวิจารณ์ว่าด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน*. กรุงเทพฯ: เทียนวรรณ.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2548). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2546). *แผนชีวิตเศรษฐกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญา.
- . (2550). *เศรษฐกิจพอเพียง : เกิดได้ถ้าใจปรารถนา*. กรุงเทพฯ: พลังปัญญา.
- โสภา ชูพิกุลชัย. (2528). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา.
- อภิชัย พันธเสน. (2544). *พุทธเศรษฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- อติคม โกมลวิยาธร. (2548). "ทฤษฎีว่าด้วยการศึกษาเรื่องสังคม บริโภคนิยม" ใน *วัฒนธรรมการบริโภคแนวคิดและการวิเคราะห์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก
- อัจฉรา หลาวทอง; อรรณพ แสงภู; และ สนิท พาราษฎร์. (2550). *การศึกษาแนวทางการจัดการทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้*. บุรีรัมย์: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- อารี สุทธิพันธุ์. (2528). *ศิลปนิยม*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: กระดาษสา.
- ไฮเซ่ คาลอน มาเรียเตกี. (ม.ป.ป.). *แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนในลาตินอเมริกา*. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2555, จาก <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Alternative/01-02-02.html>.
- Bonollo, E.; & Lewis, W.P. (1995). The Industrial Design Profession and Models of the Design Process. *Design and Education Journal*. 6(2): 4 – 19.

- Finn; & Jeremy, D. (1962). Expectation and Educational Environment. *Journal of Teacher Education*. 42(3): 390.
- Funk and Wagnalls. (1963, December). Functional and Conflict theories of Educational Stratification. *American Sociological Review*. 36: 239.
- Golsty, S. Somsak. (1968). *Design*. Retrieved 2009, March, from <http://rbu.qru.ac.th/~somsak/design/lesson3>.
- Good, Carter. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw – Hill book.
- Hurlock, E. B. (1973). *Adolescence Development*. 4th ed. U.S.A.: McGraw Hill.
- Reeeder, William W. (1971). *Partial Theory from the 25 Years Research Program on Oirective Factor is Belives and Social Action*. New York: Minigraph. p. 157.
- Russell, B. (1956). *Logic and Knowledge : Essays*. p. 156.
- Seymour-Smith, Charlotte. (1986). *Macmillian Dictionary of Anthropology*. London: The Macmillian Press.
- Vroom, V. H. (1990). *Manage People not Personnel : Motivation and Performance Appraisal*. Boston: Harvard Business School Press.
- William, R. Keywords. (1985). *A Vocabulary of Culture and Society*. 2th ed. New York: Oxford University Press.



ภาคผนวก



แบบสอบถามความคิดเห็น

เพื่อศึกษาทัศนคติความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มสตรีที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ศุภญ์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นข้อมูลในการทำปริญญาโท ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรศิลปวัฒนธรรมวิจัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อศึกษาทัศนคติความต้องการความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มสตรี จำนวน 200 คน ที่มีต่อเครื่องประดับนิลของศุภญ์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ โดยมีแบบสอบถาม 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ของศุภญ์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

ตอนที่ 3 ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

1. ความคาดหวังในด้านโครงสร้างของการออกแบบ
2. ความคาดหวังในด้านลวดลายของการออกแบบ
3. ความคาดหวังการเลือกรูปทรงของอัญมณีในการออกแบบ

ตอนที่ 4 ศึกษาทัศนคติผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

คำแนะนำวิธีการตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 1 อ่านข้อความแบบสอบถามแต่ละประโยคให้เข้าใจและตอบแบบสอบถามที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาภาพให้ละเอียด และเลือกคำตอบที่ตรงตามทัศนคติของคุณ

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในหน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. อายุ

1. 25 – 34 ปี	2. 35 – 44 ปี
3. 45 – 54 ปี	4. 55 ปี ขึ้นไป
2. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี	
3. อาชีพ

1. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2. พนักงานบริษัทเอกชน
3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	4. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)
4. รายได้

1. รายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 15000-30000	
2. รายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 30000-50000	
3. รายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 50000-100000	
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)	

ตอนที่ 2 ศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

คำแนะนำวิธีการตอบแบบสอบถาม

ศึกษาระดับความชอบของเครื่องประดับนิลศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามโปรดศึกษาภาพและรายละเอียดเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ และโปรดแสดงทัศนนะความคิดเห็นของท่าน โดยเขียนเครื่องหมาย ✓ ซึ่งมีระดับคะแนนตามความหมายดังนี้

- 5 หมายถึง มีความชอบระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความชอบระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความชอบระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความชอบระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความชอบระดับน้อยที่สุด

ศึกษาระดับความตั้งใจซื้อเครื่องประดับนิลศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามโปรด ศึกษาภาพและรายละเอียดเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ และโปรดแสดงทัศนนะความคิดเห็นของท่าน โดยเขียนเครื่องหมาย ✓ ซึ่งมีระดับคะแนนตามความหมายดังนี้

- 5 หมายถึง มีความตั้งใจซื้อระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความตั้งใจซื้อระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความตั้งใจซื้อระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความตั้งใจซื้อระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความตั้งใจซื้อระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการเลือกกลุ่มประชากรด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยตัวเรือนทุกชิ้นมีวัสดุประกอบคือ เงิน อัญมณีได้แก่ เพชร cz พลอย และนิล

ศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

2.1 เครื่องประดับนิลประเภทแหวน จำนวน 3 รายการ

ลำดับ ที่	ภาพ/รายละเอียดการวิเคราะห์เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์	ระดับความชอบ	ความตั้งใจซื้อ หรือ การ ตัดสินใจซื้อ
2.1.1	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : วงรี วัสดุ เงิน อัญมณี เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 7,500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)
2.1.2	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : วงรี วัสดุ เงิน อัญมณี เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 7,500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)
2.1.3	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : หัวใจ วัสดุ เงิน อัญมณี พลอย และ นิล ราคาประมาณ 7,500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)

ศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียรไนนิล
อนันตพลพลอยกาญจน์

2.2 เครื่องประดับนิลประเภทจี้ จำนวน 3 รายการ

ลำดับ ที่	ภาพ/รายละเอียดการวิเคราะห์เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์	ระดับความชอบ	ความตั้งใจซื้อ หรือ การ ตัดสินใจซื้อ
2.2.1	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : วงรี วัสดุ เงิน, อัญมณี เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 3,500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)
2.2.2	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : หยดน้ำ วัสดุ เงิน, อัญมณี เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 3,500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)
2.2.3	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างอิสระ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : หัวใจ วัสดุ เงิน, อัญมณี เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 3,500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)

ศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียระไนนิล
อนันตพลพลอยกาญจน์

2.3 เครื่องประดับนิลประเภทสร้อยคอ จำนวน 3 รายการ

ลำดับ ที่	ภาพ/รายละเอียดการวิเคราะห์เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียระไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์	ระดับความชอบ	ความตั้งใจซื้อ หรือ การ ตัดสินใจซื้อ
2.3.1	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างเรขาคณิต ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : สีเหลี่ยมผืนผ้า วัสดุ เงิน, อัญมณี นิล ราคาประมาณ 9500-10500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)
2.3.2	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้าง (Free from) เป็นอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : หยกน้ำ วัสดุเงิน อัญมณีนิล ราคาประมาณ 9500-10500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)
2.3.3	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : หัวใจ วัสดุเงิน อัญมณีนิล ราคาประมาณ 9500-10500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)

ศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียรไนนิล
อนันตพลพลอยกาญจน์

2.4.เครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไล จำนวน 3 รายการ

ลำดับ ที่	ภาพ/รายละเอียดการวิเคราะห์เครื่องประดับ ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์	ระดับความชอบ	ความตั้งใจซื้อ หรือ การ ตัดสินใจซื้อ
2.4.1	  <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : กลม วัสดุ เงิน, อัญมณี นิล, พลอย ราคาประมาณ 4,500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)
2.4.2	  <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : วงรี วัสดุ เงิน, อัญมณี นิล, พลอย ราคาประมาณ 4,500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)
2.4.3	  <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายจากธรรมชาติ และลวดลายอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : เจียรไนเข้ากับรูปทรง ของการออกแบบ วัสดุ เงิน, อัญมณีที่ใช้ นิล, พลอย ราคาประมาณ 4,500 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)

ศึกษาระดับความชอบและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล ของศูนย์เจียรไนนิล
อนันตพลพลอยกาญจน์




2.5 เครื่องประดับนิลประเภทต่างหู จำนวน 3 รายการ

ลำดับ ที่	ภาพ/รายละเอียดการวิเคราะห์เครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์	ระดับความชอบ	ความตั้งใจซื้อ หรือ การ ตัดสินใจซื้อ
2.5.1	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ ลวดลายจากธรรมชาติ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : หยดน้ำ วัสดุ เงิน, อัญมณีที่ใช้ เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 2,000 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)
2.5.2	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างรูปทรงอิสระ ลวดลายแบบอิสระ อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : หยดน้ำ วัสดุ เงิน, อัญมณีที่ใช้ เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 2,000 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)
2.5.3	 <p>รายละเอียดด้านการออกแบบ : โครงสร้างรูปทรงเรขาคณิต ลวดลายแบบคลาสสิกจากเรขาคณิต อัญมณีนิลที่ใช้เป็นรูปทรง : เจียรไนเข้ากับรูปทรงของ การออกแบบ วัสดุ เงิน อัญมณีที่ใช้ เพชร CZ และ นิล ราคาประมาณ 2,000 บาท</p>	(5) (4) (3) (2) (1)	(5) (4) (3) (2) (1)

ตอนที่ 3 ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องขวามือที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

3.1 ศึกษาความคาดหวังด้านโครงสร้างที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ

ศึกษาความคาดหวัง ด้านโครงสร้าง ที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ	ระดับความ คาดหวัง
ท่านมีความต้องการให้เครื่องประดับในความคิดของท่านมีโครงสร้างอย่างไร	
3.1.1 ประเภทแหวน	
3.1.1.1 โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.1.1.2 โครงสร้างรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.1.1.3 โครงสร้างจากรูปทรงอิสระ	
	(5) (4) (3) (2) (1)

ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

ศึกษาความคาดหวัง ด้านโครงสร้าง ที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล	ระดับความ คาดหวัง
ท่านมีความต้องการให้เครื่องประดับนิลในความคิดของท่านมีโครงสร้างอย่างไร	
3.1.2 ประเภที้และสร้อยคอ	
3.1.2.1 โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.1.2.2 โครงสร้างจากรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.1.2.3 โครงสร้างจากรูปทรงอิสระ	
	(5) (4) (3) (2) (1)


ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

ศึกษาความคาดหวัง ด้านโครงสร้าง ที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล	ระดับความ คาดหวัง
ท่านมีความต้องการให้เครื่องประดับนิลในความคิดของท่านมีโครงสร้างอย่างไร	
3.1.3 ประเภทสร้อยข้อมือและกำไล	
3.1.3.1 โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.1.3.2 โครงสร้างจากรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.1.3.3 โครงสร้างจากรูปทรงอิสระ	
ท่านต้องการให้มีเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไลที่มีโครงสร้างจากรูปทรงอิสระ (Free Form)	(5) (4) (3) (2) (1)

ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับ

ศึกษาความคาดหวัง ด้านโครงสร้าง ที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับ	ระดับความ คาดหวัง
ท่านมีความต้องการให้เครื่องประดับในความคิดของท่านมีโครงสร้างอย่างไร	
3.1.4 ประเภทต่างหู	
3.1.4.1 โครงสร้างจากรูปทรงเรขาคณิต	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.1.4.2 โครงสร้างจากรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.1.4.3 โครงสร้างจากรูปทรงอิสระ	
	(5) (4) (3) (2) (1)

3.2 ศึกษาความคาดหวังด้านลวดลายใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล
ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

ศึกษาความคาดหวัง ด้านลวดลาย ที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล	ระดับความ คาดหวัง
ท่านมีความต้องการให้เครื่องประดับนิลในความคิดของท่านมีลวดลายอย่างไร	
3.2.1 ประเภทแหวน	
3.2.1.1 ลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.2.1.2 ลวดลายจากรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.2.1.3 ลวดลายจากรูปทรงอิสระ	
	(5) (4) (3) (2) (1)

ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

ศึกษาความคาดหวัง ด้านลวดลาย ที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล	ระดับความ คาดหวัง
ท่านมีความต้องการให้เครื่องประดับนิลในความคิดของท่านมีลวดลายอย่างไร	
3.2.2 ประเภทีและสร้อยคอ	
3.2.2.1 ลวดลายจากรูปทรงเรขาคณิต	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.2.2.2 ลวดลายจากรูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.2.2.3 ลวดลายจากรูปทรงอิสระ	
	(5) (4) (3) (2) (1)

ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

ศึกษาความคาดหวัง ด้านลวดลาย ที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล	ระดับความ คาดหวัง
ท่านมีความต้องการให้เครื่องประดับนิลในความคิดของท่านมีลวดลายอย่างไร	
3.2.3 ประเภทสร้อยข้อมือและกำไล	
3.2.3.1 ลวดลายจากเรขาคณิต	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.2.3.2 ลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.2.3.3 ลวดลายจากรูปทรงอิสระ	
ท่านต้องการให้มีเครื่องประดับนิลประเภทสร้อยข้อมือและกำไลที่มีลวดลายจากรูปทรงอิสระ (Free Form)	(5) (4) (3) (2) (1)
	

ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

ศึกษาความคาดหวัง ด้านลวดลาย ที่ใช้ประกอบการออกแบบเครื่องประดับนิล	ระดับความ คาดหวัง
ท่านมีความต้องการให้เครื่องประดับนิลในความคิดของท่านมีลวดลายอย่างไร	
3.2.4 ประเภทต่างหู	
3.2.4.1 ลวดลายจากคลาสสิกเรขาคณิต	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.2.4.2 ลวดลายจากเลียนแบบธรรมชาติ	
	(5) (4) (3) (2) (1)
3.2.4.3 ลวดลายจากรูปทรงอิสระ	
	(5) (4) (3) (2) (1)

3.3 ศึกษาความคาดหวังด้านการออกแบบเครื่องประดับนิล

ศึกษาความคาดหวัง ด้านการเลือกใช้รูปทรงของอัญมณีนิล ในการออกแบบ	ระดับความ คาดหวัง
ท่านมีความคาดหวังต่อการเลือกใช้อัญมณีนิลรูปทรงใดที่มีความเหมาะสมมากที่สุด สำหรับรูปแบบเครื่องประดับนิล	
3.3.1 อัญมณีนิลรูปทรงกลม 	(5) (4) (3) (2) (1)
3.3.2.อัญมณีนิลรูปทรงวงรี 	(5) (4) (3) (2) (1)
3.3.3.อัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า 	(5) (4) (3) (2) (1)
3.3.4 อัญมณีนิลรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส 	(5) (4) (3) (2) (1)
3.3.5.อัญมณีนิลรูปทรงหยดน้ำ 	5) (4) (3) (2) (1)
3.3.6 อัญมณีนิลรูปทรงหัวใจ 	(5) (4) (3) (2) (1)

ตอนที่ 4 ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประดับนิล

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อคะแนนที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดโดยเรียงลำดับความคิดเห็นที่ตรงกับท่านมากที่สุดไปน้อยที่สุด

4.1 ท่านเห็นด้วยหรือไม่ต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้อัญมณีนิล

(5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด

4.2 ท่านเห็นด้วยหรือไม่การออกแบบเครื่องประดับนิลควรมีเพชรประกอบด้วย

(5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด

4.3 ท่านเห็นด้วยหรือไม่การออกแบบเครื่องประดับนิลควรมีพลอยสีประกอบด้วย

(5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด

4.4 ท่านเห็นด้วยหรือไม่เครื่องประดับนิลควรประกอบด้วยเรือนทอง

(5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด

4.5 ท่านเห็นด้วยหรือไม่เครื่องประดับนิลควรประกอบด้วยเรือนเงิน

(5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด

4.6 ท่านเชื่อว่าการสวมใส่เครื่องประดับนิลเป็นการเสริมสร้างบารมี

(5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด

4.7 ท่านเชื่อว่าการสวมใส่เครื่องประดับนิลสร้างให้เกิดความรู้สึกปกป้อง และปลอดภัย

(5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด

4.8 ท่านเชื่อว่าการสวมใส่เครื่องประดับนิลสร้างให้เกิดความโชคดี

(5) เห็นด้วยมากที่สุด (4) เห็นด้วยมาก (3) เห็นด้วยปานกลาง (2) เห็นด้วยน้อย (1) เห็นด้วยน้อยที่สุด



ภาคผนวก ข

เอกสารขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

ที่ ศธ 0519.12/ 4๖๖๑



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๘ ตุลาคม 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการศูนย์เจียร์ระโนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์

เนื่องด้วย นางสาวดาริรินทร์ นันทวงศ์ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาโท เรื่อง “การศึกษาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียร์ระโนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์” โดยมี รองศาสตราจารย์พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ รองศาสตราจารย์วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ และ รองศาสตราจารย์อำนาจ เย็นสบาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท

ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอใช้สถานที่ร้านเครื่องประดับนิลของศูนย์เจียร์ระโนนิล อนันตพลพลอยกาญจน์ เพื่อศึกษาข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนิล และสัมภาษณ์ผู้จัดการร้าน เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์)

รักษาราชการแทนผู้อำนวยการสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 090-969-1608

ที่ ศธ 0519.12/ 4848



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๑๒ ตุลาคม 2558

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์

เนื่องด้วย นางสาวดาริณห์ นันทวงศ์ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจิตร
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาเครื่องประดับนิล
ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์” โดยมี รองศาสตราจารย์พทุทธ์ ศุภเศรษฐศิริ รองศาสตราจารย์
วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ และ รองศาสตราจารย์ อำนาจ เย็นสบาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ในการนี้
บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวดาริณห์ นันทวงศ์ และ
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
รักษาราชการแทนรองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 090-969-1608



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 15664

ที่ ศธ 0519.12/ 4 849 วันที่ 10 ตุลาคม 2558

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ

เนื่องด้วย นางสาวดาริณห์ นันทวงศ์ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาโท เรื่อง “การศึกษาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์” โดยมี รองศาสตราจารย์พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ รองศาสตราจารย์วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ และ รองศาสตราจารย์ อำนาง เย็นสบาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวดาริณห์ นันทวงศ์ และ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

รักษาราชการแทนรองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 090-969-1608

ที่ ศธ 0519.12/ 4850



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๐ ตุลาคม 2558

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณไตรรัตน์ ปีกเคเต

เนื่องด้วย นางสาวดารินันท์ นันทวงศ์ นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาโท เรื่อง “การศึกษาเครื่องประดับนิล ศูนย์เจียร์โนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์” โดยมี รองศาสตราจารย์พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ รองศาสตราจารย์วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ และ รองศาสตราจารย์ อำนาจ เ็นสบาย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวดารินันท์ นันทวงศ์ และ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
รักษาราชการแทนรองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 090-969-1608



ภาคผนวก ค

ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์



ภาพถ่ายการเก็บข้อมูลภาคสนามของผู้วิจัย
ผลงานผลิตภัณฑ์นิล ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์



แบบจำลองรถไฟวิ่งบนสะพานข้ามแม่น้ำแคว สัญลักษณ์ประจำจังหวัด



โล่เชิดชูเกียรติยศและรางวัล
ศูนย์เจียร์ไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์ ได้รับ

ผลงานผลิตภัณฑ์นิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์



ภาพถ่ายการเก็บข้อมูลภาคสนามของผู้วิจัย
แหล่งเรียนรู้ พิพิธภัณฑน์นิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์



การเปิดหน้าดินชุดพลอย



การขุดบ่อพลอย



การขุดหาแร่พลอย



การร่อนพลอย

แหล่งเรียนรู้ เผยแพร่ และสร้างจิตสำนึกด้านคุณค่า
ด้วยการเปิดให้สถานศึกษาได้มีโอกาสเข้ามาเรียนรู้ภายใน
พิพิธภัณฑ์นิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์



คุณกิมไฉ่ สิริพฤษา ได้อธิบายเรื่องราว และองค์ความรู้อันมีคุณค่าไปสู่เยาวชนในอนาคต

ภาพถ่ายการเก็บข้อมูลภาคสนามของผู้วิจัย
แหล่งเรียนรู้ พิพิธภัณฑน์นิล ศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์



คุณกิมไฉ่ สิริพฤษา เจ้าของศูนย์เจียรไนนิล อนันตพล พลอยกาญจน์



คุณกิมไฉ่ สิริพฤษา ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์แก่ผู้วิจัย



ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวดารินันท์ นันทวงศ์
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 12 พฤษภาคม พ.ศ.2525
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 281/1 หมู่6 ต.สามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2547	ระดับปริญญาตรี ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (ศป.บ.) สาขาการออกแบบทัศนศิลป์ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2552	ระดับปริญญาโท ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (ศป.ม.) สาขาานวัตกรรมการออกแบบ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2559	ระดับปริญญาเอก ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต (ศศ.ด.) สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ