

Received: 27 March 2020

Revised: 21 August 2020

Accepted: 10 October 2020

ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่ออัตลักษณ์เครื่องประดับไทย
ร่วมสมัย: การพัฒนาอัตลักษณ์เครื่องประดับไทย เพื่อพัฒนารูปร่าง
ด้านเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น

THE INFLUENCE OF SOCIAL AND CULTURAL FACTORS ON THE
IDENTITY OF THAI CONTEMPORARY JEWELRY DESIGN:
THE DEVELOPMENT OF THAI DESIGN IDENTITY FOR BUSSINESS
DEVELOPMENT OF LOCAL CULTURAL JEWELRY DESIGN

ทวีศักดิ์ มุลสวัสดิ์¹Taweesak Molsawat¹

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้ศึกษาและพัฒนาารูปแบบเครื่องประดับร่วมสมัยเชิงวัฒนธรรมวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่น จังหวัดสุรินทร์และสุโขทัย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายช่องทางการตลาดให้เหมาะสมต่อบริบททางสังคมและวัฒนธรรมในปัจจุบัน โดยการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยกรอบความคิดและกระบวนการพัฒนาการออกแบบตามหลักและขั้นตอนของการวิจัยสร้างสรรค์ปัญหาของเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาค โดยเฉพาะจังหวัดสุรินทร์และสุโขทัย คือ การขาดความรู้ด้านการออกแบบและศักยภาพในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับบริบทสังคม วัฒนธรรม และศักยภาพของชุมชนปัจจุบันจึงประสบปัญหาในการจำหน่ายสินค้า

วิธีดำเนินการวิจัย ทบทวนวรรณกรรม และเก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็นด้วยการสัมภาษณ์และการสังเกต การอบรมและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างนำไปสู่การพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับตามหลักและขั้นตอนของการวิจัยสร้างสรรค์ ผลการวิจัยมีดังนี้

¹ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน), email: tmolsawat@hotmail.com

¹ The Gem and Jewelry Institute of Thailand (Public Organization), email: tmolsawat@hotmail.com

1. แนวทางค้นหาอัตลักษณ์ใหม่สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนทั้งจังหวัดสุรินทร์และสุโขทัย ได้แก่ “การทำให้เกิดลูกผสม” คือ การผสมผสานระหว่างปัจจัยเดิมกับปัจจัยใหม่
2. อัตลักษณ์ใหม่ ร้านลุงปวนเครื่องเงินลายโบราณ จังหวัดสุรินทร์ คือ “การเกาะเกี่ยวแห่งภูมิปัญญาท้องถิ่น” และอัตลักษณ์ใหม่ของร้านต่อเงินต่อทอง จังหวัดสุโขทัย คือ “สายใยแห่งรัก”
3. ผลงานการออกแบบใหม่ 2 คอลเล็กชัน ได้แก่ “นวรินทร์” ร้านลุงปวนเครื่องเงินลายโบราณ และ “สายใยแห่งรัก” ร้านต่อเงินต่อทอง

คำสำคัญ: อัตลักษณ์การออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรม; การผสมผสานปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม; ความยั่งยืนทางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม

Abstract

This research project aims to investigate the development of the cultural jewelry design for local jewelry community enterprises of Surin province and Sukhothai province in order to increase competitiveness of these local jewelry communities as well as to increase the appropriate marketing channels based on the current social and cultural contexts. The analysis of social and cultural factors and local wisdom is conducted through the conceptual framework, designing processes and creative research design. The problems of local jewelry entrepreneurs particularly in Surin and Sukhothai are the lack of knowledge of jewelry design, the lack of capability to develop the design of cultural jewelry that is appropriate for the current social and cultural contexts, and the inability to increase competitiveness and business opportunities.

The research methodology was literature reviews and the primary data were collected from observation and interviews from the participants chosen through the use of non-probability sampling technique. The workshop and subject selection lead to the development of the jewelry design and the process of creative research. The results are as follows:

1. The concepts of new design identity for local entrepreneurs in Surin and Sukhothai is “Hybridization”. It is the mixture of locally social and cultural factors (existing factors) and external social and cultural factors (new factors).
2. The new cultural design identity of Lung Puan Antique Silver Shop in Surin is “The continuation of local wisdom” and a new cultural design identity of Tor silver and Gold in Sukhothai is “The Bond of Love”.
3. There are two new cultural jewelry design collections, “Nawarin” of Lung Puan Antique Silver Shop and “The Bond of Love” of Tor silver and Gold.

Keywords: Cultural jewelry design identity; Social and cultural hybridization; Social, cultural and economic sustainability

1. บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องประดับไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ นอกเหนือจากผู้ผลิตสินค้าในระบบอุตสาหกรรมคุณภาพสูงในตลาดบนหรือส่งออกแล้ว ยังมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรายย่อยกระจายอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ เช่น จังหวัดสุโขทัย เพชรบุรี สุรินทร์ น่าน จันทบุรี กาญจนบุรี เป็นต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นเหล่านี้ไม่มีศักยภาพในการพัฒนาการออกแบบให้เหมาะสมกับปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมในปัจจุบัน จึงประสบปัญหาในการจำหน่ายสินค้าและการพัฒนาการออกแบบให้เหมาะสมต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะชุมชนหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์และชุมชนเครื่องประดับเงินและทองศรีสังขาลย์ จังหวัดสุโขทัย ซึ่งมีชื่อเสียงและอัตลักษณ์การออกแบบเครื่องประดับเชิงอนุรักษ์ที่เด่นชัดและเป็นประเพณีนิยม ขาดความรู้ด้านการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของสังคม วัฒนธรรม และศักยภาพของชุมชนปัจจุบัน

ดังนั้นโครงการวิจัยนี้จึงศึกษาปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อพัฒนารูปแบบเครื่องประดับและอัตลักษณ์การออกแบบใหม่ให้สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน เป็นการทำงานร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและหน่วยราชการท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดสุโขทัย ด้วยกรอบความคิด “วัฒนธรรมไม่มีการหยุดนิ่งเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่ใช่สิ่งคงที่ ตายตัว เนื่องจากวัฒนธรรมภายนอก (ปัจจัยใหม่) เข้ามามีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมภายในและวิถีชีวิตเดิม (ปัจจัยเดิม)” กล่าวคือ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ผสมผสานกับวิถีชีวิตและรสนิยมร่วมสมัยของกลุ่มเป้าหมายใหม่ คณะผู้วิจัยกำหนดแนวทางการพัฒนาการออกแบบภายใต้แนวคิด “การทำให้เกิดลูกผสม หรือ Hybridization” หมายถึง การคิดค้นให้เกิดสิ่งใหม่โดยการผสมผสานระหว่างสองสิ่งที่แตกต่างกันนั้น คือ ปัจจัยใหม่และปัจจัยเดิม โดยมีปัจจัยใหม่เป็นตัวนำ ผสมผสานกับปัจจัยเดิมอย่างบูรณาการและอย่างมีเอกภาพ ก่อให้เกิดรูปธรรมและนามธรรมใหม่ของการออกแบบที่มีอัตลักษณ์ โดยคณะผู้วิจัยพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการท้องถิ่นเข้าร่วมกับโครงการวิจัยนี้ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ กล่าวคือ มีการจัดอบรมการพัฒนาารูปแบบเครื่องประดับร่วมสมัยเชิงวัฒนธรรมและกำหนดกรอบการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีศักยภาพและคุณสมบัติเหมาะสมต่อการเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา พัฒนาและสนับสนุนสำหรับโครงการวิจัยนี้ ทั้งทางด้านทรัพยากรบุคคล ความพร้อมทางด้านสถานที่ อุปกรณ์ นำผลการวิจัยเชิงทฤษฎีไปสู่การปฏิบัติจริงในเชิงธุรกิจอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน โดยการนำผลงานจากโครงการวิจัยและผลงานที่ได้จากการพัฒนาต่อยอดจากโครงการวิจัยโดยผู้ประกอบการท้องถิ่นเอง เข้าร่วมจัดจำหน่ายและแสดงผลงานในงานแสดงเครื่องประดับในระดับนานาชาติ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 ศึกษาและพัฒนารูปแบบเครื่องประดับร่วมสมัยเชิงวัฒนธรรม ต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดอัตลักษณ์ใหม่และประโยชน์เชิงพาณิชย์สำหรับวิสาหกิจชุมชนเครื่องประดับ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดสุโขทัย

2.2 ศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้ประกอบการท้องถิ่นและปัจจัยใหม่ที่สัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมายและสังคมที่เปลี่ยนแปลง

2.3 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท้องถิ่นในการใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นผนวกกับองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาการออกแบบเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและโอกาสทางธุรกิจ

3. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดสุโขทัย และขอบเขตด้านประชากรศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการท้องถิ่นชุมชนหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ และชุมชนเครื่องประดับเงินและทองศรีสังขาลย์ จังหวัดสุโขทัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัย 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย

4.1 การทบทวนวรรณกรรม มีดังนี้

จังหวัดสุรินทร์ สันนิษฐานจากนักประวัติศาสตร์ว่า พื้นที่ตั้งเมืองสุรินทร์มีชุมชนอาศัยอยู่เมื่อประมาณ 2,000 ปีมาแล้ว พบหลักฐานการอยู่ของมนุษย์ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ จากสภาพภูมิศาสตร์ที่มีอาณาเขตต่อเนื่องกับพื้นที่ที่เคยเป็นอาณาจักรขอมโบราณ ทำให้ชุมชนในจังหวัดสุรินทร์ได้รับวัฒนธรรมขอมมาโดยตลอดตั้งแต่ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 12 เป็นต้นมา (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานจังหวัดสุรินทร์, 2554, ย่อหน้าที่ 2)

ปัจจุบันสุรินทร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวจำนวนมาก โดยเฉพาะกิตติศัพท์ชื่อเสียงความยิ่งใหญ่ น่ารัก และแสนรู้ของช้างจังหวัดสุรินทร์ กล่าวได้ว่าช้างเป็นสัตว์คู่บ้านคู่เมืองสุรินทร์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังคำขวัญของจังหวัดที่ว่า “สุรินทร์ถิ่นช้างใหญ่ ผ้าไหมงาม ปะคำสวย ร่ำรวยปราสาท ผักกาดหวาน ข้าวสารหอม งามพร้อมวัฒนธรรม” (กาญจนาภิเษก-วิทยาลัย ช่างทองหลวง, 2548, น. 3)

ประชาชนส่วนใหญ่ในจังหวัดสุรินทร์ประกอบอาชีพ 2 ประเภท คือ อาชีพเกษตรกรรม มีการทำนาข้าวเจ้า ทำสวน และเพาะปลูกพืชไร่ชนิดต่าง ๆ และหัตถกรรมมีชื่อเสียง ได้แก่ การทอผ้าไหม การทำเครื่องจักรสาน และการทำเครื่องประดับเงิน

จังหวัดสุรินทร์มีช่างฝีมือหัตถกรรมเครื่องเงินที่มีชื่อเสียงมาก เกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้านเป็นงานฝีมือที่งดงามและทรงคุณค่า ย้อนหลังไป 200 กว่าปีก่อน เมื่อชาวเขมรกลุ่มหนึ่งได้อพยพข้ามภูเขาบรรทัดเข้ามาตั้งภูมิลำเนาที่บ้านแงมุด อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ชาวเขมรกลุ่มนี้มีความเชี่ยวชาญในการทำทอง ทำทองเป็นวิชาติดตัว เมื่อเข้ามาอยู่ในประเทศไทยก็ได้อาศัยวิชาทำทองดังกล่าวหาเลี้ยงชีพ ต่อมาชาวเขมรกลุ่มนี้ก็แยกย้ายเข้าไปตั้งรกรากตามที่ต่าง ๆ ในภาคอีสานของไทย โดยส่วนหนึ่งไปตั้งภูมิลำเนาอยู่ที่บ้านเขวาสินรินทร์ อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ เมื่อยุคสมัยเปลี่ยน ทองคำเป็นของหายาก และราคาแพง ช่างจึงเปลี่ยนมาใช้เงินทำเครื่องประดับแทน โดยมีผู้นำคนสำคัญ คือ นายสวาช มุตะโสภานายเชียร ผจญกล้า นายป่วน เจียวทอง นายพลอน ผจญกล้า และนายทิน ชิงชัย ซึ่งได้ช่วยกันอนุรักษ์หัตถกรรมนี้ไว้และได้นำลูกหลานพื้นฟูหัตถกรรมนี้ขึ้นมาอีกครั้ง งานเครื่องเงินของจังหวัดสุรินทร์แพร่หลายเป็นที่รู้จักในหมู่ผู้ที่นิยมเครื่องประดับ ก็ด้วยฝีมือความละเอียดประณีตของชิ้นงานแต่ละชิ้นที่นายช่างพิถีพิถันประดิษฐ์ลายอย่างสุดฝีมือ โดยเฉพาะประเก้อมหรือประคำและเครื่องประดับตะเกา ที่มีความงดงามและอ่อนช้อยหมดจดเมื่อประกอบเป็นชิ้นงานเครื่องประดับ



ภาพที่ 1 ตัวอย่างเครื่องประดับเงินผลงานลุงป่วน เจียวทอง “ตะเกา” (ภาพซ้าย) และ “ประเก้อม (ภาพขวา) อุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินบ้านเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ (ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์, ประเทศไทย, 2562)

จังหวัดสุโขทัย เป็นอดีตราชธานีของไทยเมื่อราว 700 ปีก่อน สถานที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของสุโขทัยมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเป็นศูนย์กลางการค้าและการคมนาคมระหว่างภาคเหนือและภาคกลาง เป็นจุดเริ่มต้นแห่งอารยธรรมทั้งด้านศาสนา อักษรศาสตร์ สถาปัตยกรรม และศิลปวัฒนธรรม สัมผัสสืบทอดต่อเนื่องกันมาตราบเท่าถึงปัจจุบัน คำว่า “สุโขทัย” เป็นคำผสมของคำสองคำ คือ “สุข” และ “อุทัย” ซึ่งมีความหมายว่า “รุ่งอรุณแห่งความสุข”

ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางเกษตรกรรม รองลงมา คือ การค้าขาย การบริการ และการท่องเที่ยว หัตถกรรม การอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับการทำเกษตรกรรมเป็นหลัก รองลงมา คือ การค้าขาย และการบริการ รวมถึงการท่องเที่ยว

เครื่องประดับทองศรีษณาลัย ในยุคสุโขทัย ซึ่งหมายถึงรุ่งอรุณแห่งราชอาณาจักรสยามที่เปี่ยมไปด้วยความสุข สงบ สันติ ทำให้ผู้คนในยุคนั้น มีเวลาให้การสร้างสรรค์ศิลปกรรมงดงามมากมายหลายแขนง ซึ่งยังคงสืบสานตกทอดมาตราบเท่าถึงปัจจุบัน นอกเหนือจากศิลปกรรมด้านสถาปัตยกรรม ศาสนา และด้านอักษรศาสตร์แล้ว มรดกล้ำค่าอีกแขนงหนึ่ง คือ เครื่องประดับทองโบราณจากเมืองศรีษณาลัย เป็นงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านในจังหวัดสุโขทัยที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมมาก คือ งานทองโบราณหรือที่เรียกขานกันว่า “ทองสุโขทัย” การที่ทองโบราณ ได้มีบทบาทเฟื่องฟูขึ้นในยุคปัจจุบัน เกิดจากความคิดประดิษฐ์เลียนแบบของโบราณ โดยช่างทองตระกูลใหญ่ ชื่อ นายเชื้อ วงศ์ใหญ่ ร้านบ้านทองสมสมัย

งานช่างทองศรีษณาลัยโดยฝีมือช่างชาวศรีษณาลัย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวอย่างชัดเจน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. เครื่องทองสำหรับใช้สอย ไม่ได้ทำเป็นประจำ ต้องมีการสั่งทำพิเศษ เพื่อใช้ในโอกาสพิเศษต่าง ๆ อาทิ งานแสดงสินค้า งานประเพณีสำคัญ เนื่องจากทองมีราคาแพง เครื่องทองที่สร้างขึ้นในรูปแบบเครื่องใช้ ได้แก่ กระเป่า กรอบรูป ผอบ กล้องของขวัญ เขียนหมาก เสือถัก

2. เครื่องทองใช้ประดับ ได้รับความนิยมมากเป็นพิเศษ เนื่องจากมีลวดลาย งดงามอ่อนช้อย วิจิตรบรรจง (ชไมพร พรเพ็ญพิพัฒน์, 2546, น. 146-147)



ภาพที่ 2 ตัวอย่างเครื่องประดับบ้านทองสมสมัยประกอบด้วยลวดลายเครือวัลย์ การเดินลายด้วยลวดและการลงยาสี อัดลักษณะเดิมเครื่องประดับทองศรีษณาลัย จังหวัดสุโขทัย (ปรพันธ์ อโศกพรชัย, ประเทศไทย, 2555, ภาพถ่ายส่วนตัว)

4.2 การเก็บข้อมูลภาคสนามและศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เกี่ยวกับประชากรศึกษากลุ่มตัวอย่าง สังคมและวัฒนธรรม คณะนักวิจัยลงพื้นที่ทั้งจังหวัดสุรินทร์และสุโขทัย เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ รวมทั้งติดต่อประสานขอความร่วมมือในการจัดการอบรมและกำหนดกลุ่มประชากรศึกษา เข้าพบพัฒนาการและอุตสาหกรรมจังหวัด นายอำเภอ พัฒนาการอำเภอ และนายกเทศมนตรี

ทั้งจังหวัดสุรินทร์และสุโขทัย รวมทั้งเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการชุมชน วัด พิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ หอสมุดและมหาวิทยาลัยในท้องถิ่น

จากการเข้าพบเพื่อขอความร่วมมือประสานงานกับหน่วยงานท้องถิ่นดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น คณะนักวิจัยกำหนดกลุ่มประชากรศึกษาเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง สำหรับจังหวัดสุรินทร์ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจเครื่องเงิน เครื่องทองเหลือง และผ้าทอชุมชนเขวาสินรินทร์ในฐานะประชากรศึกษา เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ผลิตเครื่องประดับและผ้าทอมืออัตลักษณ์ที่ชัดเจนของชุมชนและจังหวัดสุรินทร์และความเป็นไปได้ในการต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าและขยายโอกาสทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้คณะนักวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิทั้งจากการสัมภาษณ์ นายป่วน เจียวทอง ปราชญ์ชาวบ้านผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องประดับเงินเขวาสินรินทร์และนักท่องเที่ยว/ลูกค้า รวบรวมข้อมูลภาคเอกสารจากหอสมุดท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ หอสมุดประจำจังหวัดสุรินทร์และมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ บันทึกภาพสถาปัตยกรรมท้องถิ่น เช่น ศาลหลักเมืองสุรินทร์และวัดบูรพาราม เป็นต้น เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ ทศนธาตุ อัตลักษณ์ท้องถิ่นและอิทธิพลทางวัฒนธรรม สังคมและการเมืองที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบเครื่องประดับจังหวัดสุรินทร์

สำหรับจังหวัดสุโขทัยผู้ประกอบการเครื่องประดับเงินและทองโบราณศรีสัชนาลัย คือ กลุ่มประชากรศึกษาสำหรับอบรมพัฒนาการออกแบบเพื่อให้ความรู้ เก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน และคัดเลือกในฐานะกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ผลิตเครื่องประดับมีอัตลักษณ์ชัดเจนของชุมชนและจังหวัดสุโขทัย นอกจากนี้คณะนักวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิทั้งจากการสัมภาษณ์คุณพิสมัย ผุยพรม ร้านไหมเงินไหมทอง ซึ่งเป็นครูช่างและหัวหน้ากลุ่มคลัสเตอร์เครื่องประดับเงินและทองศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ผู้ประกอบการชุมชนเครื่องประดับศรีสัชนาลัยและนักท่องเที่ยว/ลูกค้า รวบรวมเอกสารจากหอสมุดท้องถิ่นของจังหวัด นอกจากนี้แล้วยังเก็บข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของจังหวัดสุโขทัย ณ พิพิธภัณฑ์ สังคโลก พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติรามคำแหง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย เป็นต้น

4.3 อบรมด้านการออกแบบเครื่องประดับและเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับโครงการวิจัยฯ โดยจัดการอบรมการพัฒนาารูปแบบเครื่องประดับร่วมสมัยเชิงวัฒนธรรมและการสร้างแรงบันดาลใจต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ วันที่ 27-28 มิถุนายน พ.ศ. 2562 เวลา 9.30-16.00 น. ณ ห้องประชุมสำนักงานเทศบาลตำบลเขวาสินรินทร์ อำเภอเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ มีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 42 ราย และวันที่ 8-9 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 เวลา 9.00-16.00 น. ณ ห้องประชุมเทศบาลศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย มีผู้ประกอบการเข้าร่วม จำนวน 24 ราย โดยมีการคัดเลือกผู้ประกอบการจังหวัดละ 1 ราย เพื่อสนับสนุนการพัฒนาการออกแบบเชิงลึกตามขอบเขตของโครงการวิจัย โดยเกณฑ์การประเมินมีดังนี้

1. รากวัฒนธรรม (ปัจจัยเดิม)
2. ความคิดสร้างสรรค์และปัจจัยใหม่ และ
3. ความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ

ที่สอดคล้องต่อปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมปัจจุบัน จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ ร้านลุงป่วนเครื่องเงินลายโบราณ และจังหวัดสุโขทัย ได้แก่ ร้านต่อเงินต่อทอง

การออกแบบสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม เป็นการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยเชิงวัฒนธรรม ด้วยกรอบความคิด “วัฒนธรรมไม่มีการหยุดนิ่ง เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่ใช่สิ่งคงที่ตายตัว เนื่องจากวัฒนธรรมภายนอก (ปัจจัยใหม่) เข้ามามีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมภายในและวิถีชีวิตเดิม (ปัจจัยเดิม)” ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ผสมผสานกับวิถีชีวิตและรสนิยมร่วมสมัยของกลุ่มเป้าหมายใหม่ คณะผู้วิจัยกำหนดแนวทางการพัฒนาการออกแบบภายใต้แนวคิด “**การทำให้เกิดลูกผสม หรือ Hybridization**” หมายถึงการคิดค้นให้เกิดสิ่งใหม่โดยการผสมผสานระหว่างสองสิ่งที่แตกต่างกันนั้น คือ ปัจจัยใหม่และปัจจัยเดิม โดยมีปัจจัยใหม่เป็นตัวนำ ผสมผสานกับปัจจัยเดิมอย่างบูรณาการ และอย่างมีเอกภาพ ก่อให้เกิดรูปธรรมและนามธรรมใหม่ของการออกแบบที่มีอัตลักษณ์

ปัจจัยใหม่ คือ อิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตร่วมสมัยของคนในวงกว้าง ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต วัฒนธรรม สังคม ศิลปะ งานออกแบบ และงานหัตถกรรม เทคโนโลยี วัสดุ ที่ก้าวหน้า ฯลฯ เช่น วิถีชีวิตและการแต่งกาย รวมทั้งวิถีแห่งวัฒนธรรม การบริโภค (Commodity culture) โดยเฉพาะกระแสแฟชั่น การคาดการณ์กระแสนิยมสำหรับปี ค.ศ. 2020+ คือ การเชื่อมต่อ (Linkedin) ประกอบไปด้วยคำสำคัญย่อย ได้แก่ ความไหลลื่น (Sleek) การร่วมกัน ความสัมพันธ์กัน (Togetherness) คลาสสิกสมัยใหม่ (Updated classic) ความเป็นโลหะที่เข้มข้น (Metal intense) สายสร้อย (Chains) การเชื่อมต่อ เกาะเกี่ยว (Links) การเชื่อมต่อ ความสัมพันธ์ (Connections) การไม่มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด/อมตะ (Timeless) (Vicenza, 2019, p. 42) และพฤติกรรมและวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยผู้ประกอบการท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุรินทร์และสุโขทัยเป็นผู้กำหนดกลุ่มเป้าหมายใหม่ร่วมกับคณะวิจัย ปัจจัยใหม่เหล่านี้เป็นบริบทในการกำหนดรูปแบบของการออกแบบเครื่องประดับผู้ประกอบการท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุรินทร์และสุโขทัย เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยปัจจัยใหม่แบ่งออกได้เป็น 2 หมวดใหญ่ ๆ คือ 1. พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย และ 2. การคาดการณ์กระแสนิยมสำหรับปี ค.ศ. 2020+ (Trends prediction)

ปัจจัยเดิม คือ อัตลักษณ์ของตราสินค้าและรูปแบบเครื่องประดับของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นจังหวัดสุรินทร์และสุโขทัยที่เข้าร่วมโครงการ หมายถึงถึงรากเหง้าทางสังคม วัฒนธรรม ต้นกำเนิดของความเชื่อ ลวดลาย วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต รวมทั้งประเพณีปฏิบัติ ความคิดความอ่าน คุณค่าที่ยังมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตปัจจุบัน

4.4 การพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยเชิงวัฒนธรรมและการผลิตชิ้นงานต้นแบบ
คณะนักวิจัยทำงานร่วมกับผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือกจากการอบรมทั้ง 2 จังหวัด จังหวัดละ 1 ราย ได้แก่ ร้านลุงป่วนเครื่องเงินลายโบราณ จังหวัดสุรินทร์ และ ร้านต่อเงินต่อทอง จังหวัดสุโขทัย ดำเนินการตามกรอบความคิดและหลักการวิจัยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ศึกษาและกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target group) ลักษณะและพฤติกรรมทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย > วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมปัจจุบันและการตีความหมายใหม่เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยเชิงวัฒนธรรม > แนวคิดในการออกแบบ (Concept) > แรงบันดาลใจในการออกแบบ (Inspirations or keywords) > การระดมความคิด (Brain storming) > แบบร่าง (Sketched) และการออกแบบ > การวิเคราะห์แบบสเกต > การพัฒนาการออกแบบ/การพัฒนาคอลเล็กชัน (ดำเนินต่อจากการอบรมฯ) > วิเคราะห์เพื่อเลือกแบบ (Fix design) > ขั้นตอนการเขียนแบบการนำเสนอภาพ 3 มิติ (D-3 Rendering) > การทำและศึกษาหุ่นต้นแบบ 3 มิติ (Study model) รวมทั้งการศึกษาวัตถุ (Materials study) > กรรมวิธีการผลิต (Process) > สรุปผลการออกแบบจากการวิเคราะห์ในรอบของปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้ประกอบการท้องถิ่นแต่ละพื้นที่ ได้แก่

4.4.1 ร้านลุงปวนเครื่องเงินลายโบราณ จังหวัดสุรินทร์ มีรายละเอียด ดังนี้

1) การกำหนดแนวทางในการออกแบบใหม่ (Concept of design) ร้านลุงปวนเครื่องเงินลายโบราณ

พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายใหม่ เป็นกลุ่มคนที่ชื่นชอบในการแต่งตัว ชอบความเป็นไทยร่วมสมัยและมีความมั่นใจในตัวเองสูง กล้าแสดงออก ชื่นชอบความเป็นไทยในบริบทที่แตกต่างแต่ยังคงเป็นทางการ ประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้หญิง อายุ 20-40 ปี ระดับการศึกษา คือ ปริญญาตรีขึ้นไป มีความมั่นใจในตัวเองชื่นชอบและภูมิใจในความเป็นไทย และรายได้ต่อเดือน คือ 20,000-50,000 บาท

ปัจจัยใหม่ พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายทางสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต และการคาดการณ์กระแสนิยมสำหรับปี ค.ศ. 2020+ (Trends prediction) ทิศทางของเครื่องประดับ (Trendvision jewellery + Forecasting trend book 2020+)

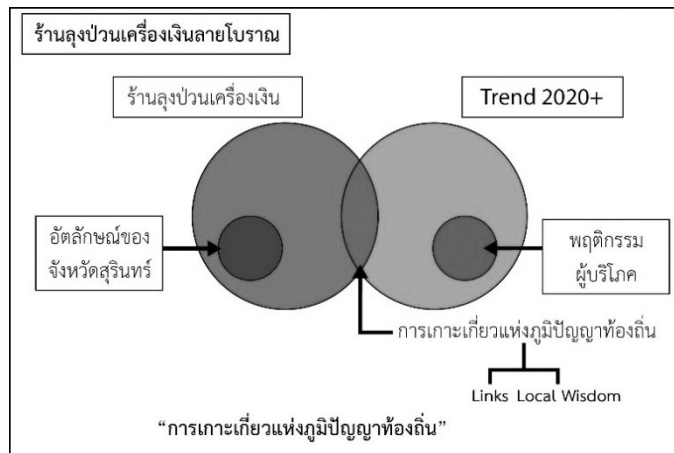
1.1) วัตถุธาตุ (Physical elements) วัสดุ คือ โลหะเงิน ความเป็นโลหะที่เข้มข้น (Metal intense) เทคนิค คือ การขึ้นมือ การสวมใส่ที่แปลกใหม่ คือ สายสร้อย (Chains) การเชื่อมต่อเกาะเกี่ยว (Links) ดัมพหูห้อย (Drop earrings) ลวดลาย คือ รูปแบบประเพณีนิยม (Traditional) คลาสสิกสมัยใหม่ (Updated classic) และรูปทรง คือ ธรรมชาติ/เรขาคณิต (Natural/geometric)

1.2) มโนทัศน์ธาตุ (Conceptual elements) โหยหาความเป็นไทยร่วมสมัย การเชื่อมต่อทางภูมิปัญญาการเชื่อมต่อ (Links)

ปัจจัยเดิม ได้แก่

1.1) วัตถุธาตุ (Physical elements) วัสดุ คือ โลหะเงิน เทคนิค คือ การขึ้นมือ เทคนิคการทำตะเกา และลวดลาย คือ ลายดอกกลาดวน ลายไข่มงดา

1.2) มโนทัศน์ธาตุ (Conceptual elements) ภูมิปัญญาอันดีงาม อัตลักษณ์ของท้องถิ่น ความละเอียดละไม



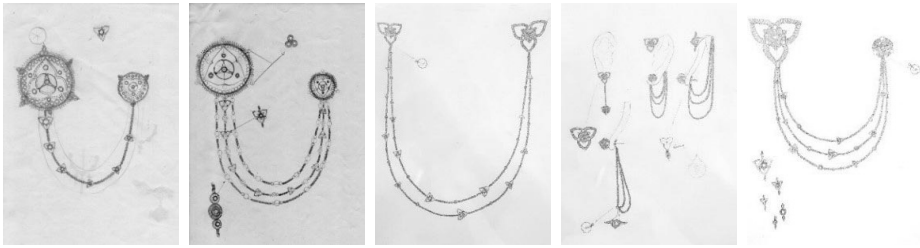
ภาพที่ 3 แผนภูมิสรุปคำสำคัญในการออกแบบของร้านลุงปวนเครื่องเงินลายโบราณ
(ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์, ประเทศไทย, 2563)

สามารถสรุปได้ว่า ร้านลุงปวนเครื่องเงินลายโบราณจากการวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบ คือ “การเกาะเกี่ยวแห่งภูมิปัญญาท้องถิ่น” โดยมีคำสำคัญย่อยในการออกแบบในเชิงศิลปะ ด้วยคำว่า การเกาะเกี่ยว (Links) (รูปแบบ) และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom) (เรื่องราว)

2) การพัฒนาการออกแบบ (Design development)



ภาพที่ 4 ภาพอัตลักษณ์เดิม กลุ่มเป้าหมายใหม่ แรงบันดาลใจ ผลงานแบบร่างด้วยมือ (ภาพซ้าย)
ผลงานการออกแบบครั้งแรก (Initial design) (ภาพขวา) ร้านลุงปวนเครื่องเงินลายโบราณ
(ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์, ประเทศไทย, 2562)



ภาพที่ 5 การพัฒนาการออกแบบครั้งที่ 1 และ 2 (ภาพจากซ้ายไปขวา)
ร้านลุงปวนเครื่องเงินลายโบราณ ได้แก่ สร้อยคอ/เข็มกลัด ต่างหู เข็มกลัดปกเสื้อ
(ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์, ประเทศไทย, 2562)



ภาพที่ 6 ภาพ 3 มิติ การออกแบบสุดท้ายร้านลุงปวนเครื่องเงินลายโบราณ คือ สร้อยคอ/เข็มกลัด
ต่างหูและเข็มกลัด (ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์, ประเทศไทย, 2562)

3) ชิ้นงานสำเร็จ เครื่องประดับและบรรจุภัณฑ์ ร้านลุงปวนเครื่องเงินลายโบราณ
บ้านเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์



ภาพที่ 7 ผลงานสำเร็จเครื่องประดับผู้หญิง คอลเล็กชัน “นารินทร์” วัสดุ เงิน
ร้านลุงปวนเครื่องเงินลายโบราณ บ้านเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
(ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์, ประเทศไทย, 2562)

4.4.2 ร้านต่อเงินต่อทอง จังหวัดสุโขทัย

1) การกำหนดแนวทางในการออกแบบใหม่ (Concept of design) ร้านต่อเงินต่อทอง จังหวัดสุโขทัย

พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายใหม่ กลุ่มคนที่ชื่นชอบในการแต่งตัวที่ทันสมัย มั่นใจ เก๋ไก๋ ทะมัดทะแมง เป็นตัวของตัวเอง มีฐานะปานกลาง รักความโดดเด่น แปลกใหม่ ในฐานะสาวยุคใหม่ที่มั่นใจ และมีความสามารถ นิยมความเป็นไทยในแบบที่จับต้องได้ และนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างลงตัว กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้หญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษา คือ ปริญญาตรีขึ้นไป วัฒนธรรม คือ มีความมั่นใจในตัวเอง ชื่นชอบความเป็นไทยแบบร่วมสมัย และมีรายได้เดือนละ 20,000-40,000 บาท

ปัจจัยใหม่ พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายทางสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต และการคาดการณ์กระแสนิยมสำหรับปี ค.ศ. 2020+ (Trends prediction) ทิศทางของเครื่องประดับ (Trendvision jewellery + Forecasting trend book 2020+)

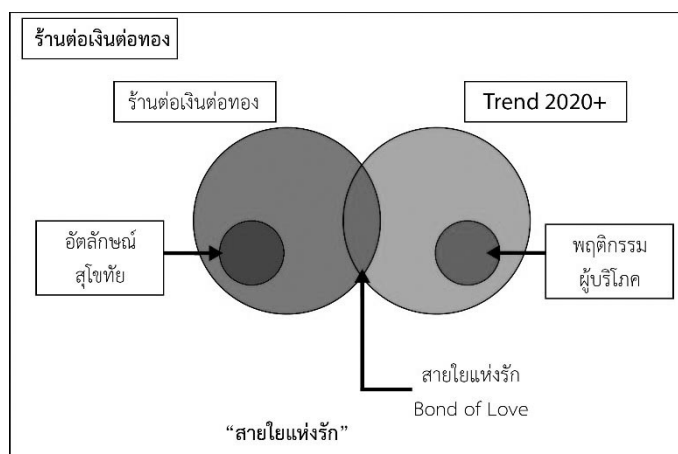
1.1) วัตถุธาตุ (Physical elements) วัสดุ คือ โลหะเงิน รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) เทคนิค คือ การถัก เส้นสาย การเชื่อมโยง และรูปร่างรูปทรง คือ อิสระ (Freeform)

1.2) มโนทัศน์ธาตุ (Conceptual elements) การอยู่ร่วมกัน เส้นสาย มีความทันสมัย (Modern) และเรียบง่าย

ปัจจัยเดิม

1.1) วัตถุธาตุ (Physical elements) วัสดุ คือ โลหะเงิน เทคนิค คือ การเดินลาย ด้วยลวด การถักลวด พิกุล ไขปลา วางลาย ลงยาสี มีลวดลาย คือ ลวดลายเครือวัลย์ และรูปทรง คือ รูปทรงอิสระ

1.2) มโนทัศน์ธาตุ (Conceptual elements) วัฒนธรรมการถักทอของภูมิปัญญา ความเป็นพื้นบ้าน และเรียบง่าย



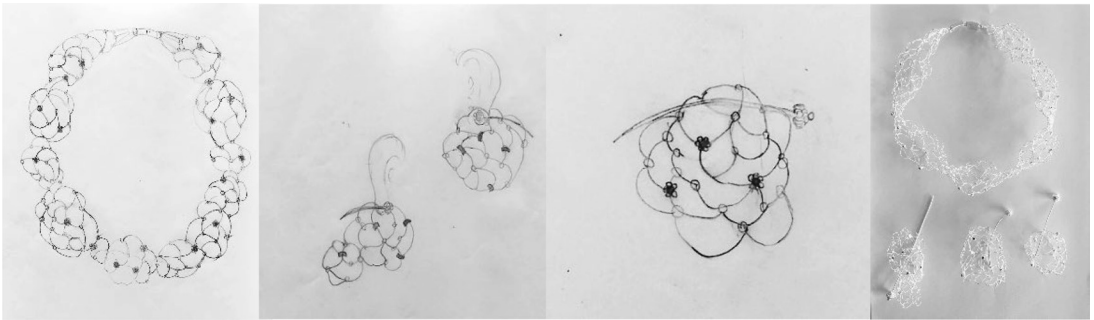
ภาพที่ 8 แผนภูมิสรุปคำสำคัญในการออกแบบของร้านต่อเงินต่อทอง
(ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์, ประเทศไทย, 2563)

สามารถสรุปได้ว่า ร้านต่อเงินต่อทอง แนวคิดในการออกแบบ คือ “สายใยแห่งรัก” โดยมีคำสำคัญย่อยในการออกแบบในเชิงศิลปะด้วยคำว่า สายใย (Bond) (รูปแบบ) และ แห่งรัก (of Love) (เรื่องราว)

2) การพัฒนาการออกแบบ (Design development)



ภาพที่ 9 ภาพอัตลักษณ์เดิม กลุ่มเป้าหมายใหม่ แรงบันดาลใจ ผลงานแบบร่างด้วยมือ (ภาพซ้าย)
ผลงานการออกแบบครั้งแรก (Initial design) (ภาพขวา) ร้านต่อเงินต่อทอง
(ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์, ประเทศไทย, 2562)



ภาพที่ 10 การพัฒนาการออกแบบครั้งที่ 1 และ 2 (ภาพจากซ้ายไปขวา)
ร้านต่อเงินต่อทอง: สร้อย, ต่างหู, เข็มกลัด (ทวิศักดิ์ มูลสวัสดิ์, ประเทศไทย, 2562)



ภาพที่ 11 ภาพ 3 มิติ การออกแบบสุดท้ายร้านต่อเงินต่อทอง: สร้อยคอ ต่างหูและเข็มกลัด
(ทวิศักดิ์ มูลสวัสดิ์, ประเทศไทย, 2562)

3) ชิ้นงานสำเร็จ เครื่องประดับและบรรจุภัณฑ์ ร้านต่อเงินต่อทอง อำเภอศรีษะนาถ

จังหวัดสุโขทัย



ภาพที่ 12 ผลงานสำเร็จเครื่องประดับผู้หญิง คอลเล็กชัน “สายใยแห่งรัก” วัสดุ เงินและยาสี
ร้านต่อเงินต่อทอง อำเภอสรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย (ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์, ประเทศไทย, 2562)

5. ประโยชน์ของการวิจัย

5.1 แนวทางการค้นหาอัตลักษณ์ใหม่ของการออกแบบเครื่องประดับสำหรับผู้ประกอบการ
วิสาหกิจชุมชนทั้งจังหวัดสุรินทร์และสุโขทัย ได้แก่ “การทำให้เกิดลูกผสม” คือการผสมผสานทางสังคม
วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างวัฒนธรรมเดิม (ปัจจัยเดิม) กับอิทธิพลวัฒนธรรมภายนอก (ปัจจัยใหม่)

5.2 ต้นแบบในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัย ผลงานวิจัยที่ได้
สามารถนำไปปรับเป็นต้นแบบในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัย (การพัฒนา)
สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นในภูมิภาคอื่นได้

6. ผลการวิจัย

6.1 แนวทางค้นหาอัตลักษณ์ของงานออกแบบเครื่องประดับ สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจ
ชุมชนทั้งจังหวัดสุรินทร์และสุโขทัย ได้แก่ “การทำให้เกิดลูกผสม” คือ การผสมผสานปัจจัยทางสังคม
และวัฒนธรรมระหว่างปัจจัยเดิม ได้แก่ เรื่องราวประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของเมืองสุรินทร์และสุโขทัย
รวมทั้งอัตลักษณ์ของแต่ละร้านกับปัจจัยใหม่ (อิทธิพลวัฒนธรรมภายนอก) ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรม
และรสนิยมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (ใหม่) และการคาดการณ์กระแสนิยมเครื่องประดับสำหรับปี ค.ศ. 2020+

6.2 อัตลักษณ์ใหม่ของเครื่องประดับ สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสุรินทร์ ร้านลุงปวน
เครื่องเงินลายโบราณ ในโครงการวิจัยฯ คือ “การเกาะเกี่ยวแห่งภูมิปัญญาท้องถิ่น” โดยมีคำสำคัญย่อย
ในการออกแบบในเชิงศิลปะด้วยคำว่า การเกาะเกี่ยว (Links) (รูปแบบ) และภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local
wisdom) (เรื่องราว) เกิดจากแนวคิดของการนำเรื่องราวและสัญลักษณ์ทางประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์ของ
ชุมชนเป็นแกนสำคัญในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับ ในขณะที่อัตลักษณ์ใหม่ของผู้ประกอบการ

วิสาหกิจชุมชนสุขโขทัย ร้านต่อเงินต่อทอง ในโครงการวิจัยฯ คือ “สายใยแห่งรัก” โดยมีคำสำคัญย่อยในการออกแบบในเชิงศิลปะด้วยคำว่า สายใย (Bond) (รูปแบบ) และแห่งรัก (of Love) (เรื่องราว) เกิดจากแนวคิดการนำเรื่องราวและวิถีชีวิตรวมทั้งอัตลักษณ์เชิงช่างของชุมชนเป็นแก่นสำคัญในการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับ

6.3 ผลงานการออกแบบใหม่ 2 คอลเล็กชัน ได้แก่ คอลเล็กชัน “นวรินทร์” ร้านลุงป่วนเครื่องเงินลายโบราณ และคอลเล็กชัน “สายใยแห่งรัก” ร้านต่อเงินต่อทอง

6.4 ความสามารถแข่งขันและขยายช่องทางการตลาดของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดออกแบบ ก่อให้เกิดสังคมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีพื้นฐานอยู่บนการพัฒนาการตลาดทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืน จากการผสมผสานปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมส่งผลให้เกิดอัตลักษณ์ใหม่ของเครื่องประดับวิสาหกิจชุมชนสุรินทร์และสุขโขทัยและเกิดนวัตกรรมทางวัฒนธรรม (การพัฒนา)

7. การสรุปผลและการอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ด้านการออกแบบ (Design analysis) ผลงานการพัฒนาการออกแบบที่ได้ทั้ง 2 คอลเล็กชัน มีผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของโครงการ หากแต่รูปทรงของคอลเล็กชัน “สายใยแห่งรัก” ร้านต่อเงินต่อทอง จังหวัดสุโขทัย มีความบอบบางและขนาดใหญ่ ต้องมีการพัฒนาและทดลองเพิ่มเติมด้านโครงสร้างและเทคนิคในการผลิตต่อไป การวิเคราะห์ด้านการออกแบบนี้พิจารณาในรอบของปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมในหัวข้อ 1. การวิเคราะห์รูปแบบภายนอก ได้แก่ การตอบสนองของมนุษย์ในด้านรูปทรง คือ การแสดงความรู้สึกและการแสดงคุณลักษณะอ้างอิง การตอบสนองของผู้พบเห็น การตอบสนองของผู้พบเห็นในเชิงบริบท: บริบทของวัตถุธาตุและบริบททางสังคมวัฒนธรรม 2. การวิเคราะห์หน้าที่การใช้งาน ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอยและประโยชน์ทางสังคมและวัฒนธรรม และ 3. การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการผลิต ได้แก่ รูปแบบและข้อจำกัดในการผลิต วิเคราะห์เป้าหมายผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ความสามารถ และศักยภาพในการผลิต

นอกจากอัตลักษณ์ใหม่และผลการพัฒนาการออกแบบเครื่องประดับเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ได้แล้วยังมีปัจจัยอื่นที่สำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการท้องถิ่นให้สามารถแข่งขันและขยายช่องทางการตลาดได้ เช่น นโยบายของภาครัฐทั้งส่วนกลางและท้องถิ่นต้องดำเนินการอย่างบูรณาการต่อเนื่องและส่งเสริมซึ่งกันและกันในแต่ละกระทรวง ทบวง กรม ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ วิถีชีวิต เทคโนโลยีสารสนเทศของประชากรศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งศักยภาพของประชากรศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง ในการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

8. ข้อเสนอแนะ

รัฐบาลจะต้องกำหนดเป็นนโยบายแห่งชาติในการที่จะสร้าง “สังคมแห่งการสร้างสรรค์ (Creative society)” เพื่อให้เกิดสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืนในสังคม โดยการดำเนินนโยบายเชิงรุกในหลาย ๆ มิติและเป็นการดำเนินการอย่างบูรณาการที่ต่อเนื่องและส่งเสริมซึ่งกันและกันในแต่ละกระทรวง ทบวง กรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาค “เอกชนและชุมชน” เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเป็นรูปธรรมต่อผู้คนในชุมชนและสังคม ส่งเสริมพัฒนาคนในชุมชนและสังคมให้มีความคิดสร้างสรรค์ทั้งในวิชาชีพและการดำเนินชีวิต ก่อให้เกิดการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบวิถีชีวิต โดยให้ความสำคัญต่อ “ประสบการณ์เป็นหลักและมีผลิตภัณฑ์เป็นตัวบันทึกประสบการณ์และความทรงจำนั้น” รวมทั้งการสนับสนุนและส่งเสริมให้เห็นคุณค่าของความคิดและการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ต่อสมาชิกในสังคม

9. รายการอ้างอิง

- กาญจนาภิเษกวิทยาลัย ช่างทองหลวง. (2548). *โครงการศึกษาและรวบรวมภูมิปัญญาดั้งเดิมของช่างเครื่องเงิน กลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินบ้านโชค หมู่บ้านเขวาสินรินทร์ จังหวัดสุรินทร์*. กรุงเทพมหานคร: กาญจนาภิเษกวิทยาลัย ช่างทองหลวง.
- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสุรินทร์. (2554). *ประวัติจังหวัดสุรินทร์*. สืบค้นเมื่อ 8 เมษายน 2563 จาก <http://www.surin.go.th>
- ขไมพร พรเพ็ญพิพัฒน์. (2546). *ทองศรีสุโขทัย ล้ำค่ามรดกแห่งแผ่นดิน*. กรุงเทพมหานคร: ทีเจเจ.
- Vicenza, F.D. (2019). *Trend book forecast 2020+*. Vicenza: Italian Exhibition Group.