

การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญานาครากสู่
เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน
จังหวัดกำแพงเพชร

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 5 ตุลาคม 2566
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 22 กุมภาพันธ์ 2567
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 4 มีนาคม 2567

ยุชิตา กันหาหมิง*

รัชนิวรรณ บุญอนันต์, ชลธิชา แสงงาม และ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์และความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญานาครากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ช่างทำเครื่องเงิน สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินชาวเขาบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานฝีมือเครื่องเงินจำนวน 28 คน ใช้การสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มและการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า อัตลักษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์การมีลวดลายดั้งเดิมที่เลียนแบบมาจากธรรมชาติ สิ่งที่อยู่รอบตัวสิ่ง ของที่ใช้ทำมาหากินในชีวิตประจำวัน โดยมีความต้องการจำเป็นในการพัฒนาเพื่อต้องการลวดลายใหม่ สร้างความหลากหลายให้กับสินค้าและสะท้อนความเป็นชนเผ่าในจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งความคิดเห็นต่อการยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญานาครากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสวยงาม รองลงมา คือ ด้านประโยชน์การนำไปใช้และด้านเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความคุ้มค่า

คำสำคัญ: มูลค่าเพิ่ม ธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงิน อัตลักษณ์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัญญานาคราก

วิธีการอ้างอิง:

ยุชิตา กันหาหมิง, รัชนิวรรณ บุญอนันต์, ชลธิชา แสงงาม และทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ. (2567). การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญานาครากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 6(3), 1-15.

*ผู้ประสานงานหลัก: loogtaw@hotmail.com

Upgrading and adding value to the silver handicraft businesses from local wisdom to a high-value creative economy of Ban Khlong Toei, Khlong Lan District, Kamphaeng Phet Province.

Received: October 5, 2023

Revised: February 22, 2024

Accepted: March 4, 2024

Yuchita Kunharming *

Ratchaneewan Boonanont, Cholticha Sangngam and

Tiphathai Thongthammachart

Faculty of Management Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University

Faculty of Management Science,

Kamphaeng Phet Rajabhat University Maesot

Abstract

This research aimed to analyze the identity and needs of product development and upgrade and add the value of the silver handicraft businesses from local wisdom to a high-value creative economy of Ban Khlong Toei, Khlong Lan District, Kamphaeng Phet Province. As for the quantitative research, a questionnaire was used to collect the data from 400 tourists. The data were analyzed by using percentages, means and standard deviations. In terms of the qualitative research, the 28 key informants were silversmiths, members of the Ban Khlong Toei, Khlong Lan District, Kamphaeng Phet Province, hilltribe silverware craft group and people involved in silverware craftsmanship. The data were collected by using an interview schedule and group discussions and analyzed by content analysis. The results showed that the identity of the product was the original patterns imitated from nature and surroundings used to make a living in everyday life. It was suggested that they need to develop new patterns and create a variety of products to reflect the ethnicity of Kamphaeng Phet Province. The opinions towards upgrading and adding the value to the silver handicraft business from local wisdom to a high-value creative economy were generally at a high level, with the highest mean on beauty, utility and uniqueness/identity, respectively. The aspect with the lowest mean was worthiness.

Keywords: Value Added, Silver Craft Business, Identity, Creative Economy, Grassroots Wisdom

Cite this article as:

Kunharming, Y., Boonanont, R., Sangngam, C., & Thongthammachart, T. (2024). Upgrading and adding value to the silver handicraft businesses from local wisdom to a high-value creative economy of Ban Khlong Toei, Khlong Lan District, Kamphaeng Phet Province. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 6(3), 1-15.

* Corresponding Author: loogtaw@hotmail.com

บทนำ

งานหัตถกรรม คือ เครื่องมือเครื่องใช้ที่สร้างขึ้นด้วยมือเป็นหลัก ใช้เป็นสิ่งของสนองความเชื่อถือทางด้านประเพณี ศาสนา เช่น เป็นเครื่องบูชา ใช้เพื่อความสวยงามสนองความสุขทางจิตใจและเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ เช่น การปั่น การแกะสลัก การจักสาน ซึ่งเกิดจากฝีมือช่างเพียงคนเดียวหรือมากกว่าหนึ่งคนโดยมีการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาประดิษฐ์เป็นเครื่องมือเครื่องใช้เพื่อ ประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน งานหัตถกรรมจะมีการพัฒนารูปแบบไปตามการพัฒนาฝีมือของช่าง ที่สั่งสมประสบการณ์ และสืบทอดความรู้ ความชำนาญ จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาและทักษะ ส่งผลให้งานหัตถกรรมมีความงามและมีคุณค่าทางศิลปะ งานหัตถกรรมจึงกลายเป็นงานศิลปหัตถกรรม ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันจนไม่อาจแยกออกจากกันได้ ซึ่งงานหัตถกรรมก็มีหลากหลายประเภท อาทิ เช่น ผลิตภัณฑ์จักสาน หมายถึงภาชนะ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่สร้างขึ้นจากวิธีการ จัก สาน ถัก ทอจากวัสดุที่มีอยู่ตามท้องถิ่นทั่วไป เช่น หวาย ไม้ไผ่ ใบลาน กก พาง ก้าน และใบมะพร้าว เป็นต้น เครื่องจักสานเป็นหัตถกรรมที่สันนิษฐานว่าเก่าแก่ที่สุดของมนุษย์ เพราะทำขึ้นจากวัสดุที่หาง่าย หลักฐานที่ขุดพบจากเครื่องมือ เครื่องใช้ของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์พอจะยืนยันได้ว่า มนุษย์รู้จักทำเครื่องจักสานมานานและเก่าแก่กว่าหัตถกรรมอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์จากไม้ งานไม้ฝีมือคนไทยมีความโดดเด่นในด้านการแกะสลัก ด้วยฝีมือที่ละเอียดอ่อน และความงดงามของลวดลายเนื้อไม้ประเภทต่าง ๆ ทั้งไม้เนื้ออ่อน ไม้เนื้อแข็ง รวมไปถึงไม้ไผ่ และวัสดุประเภทที่มีความแข็งเหมือนไม้ เช่น กะลามะพร้าว ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ผ้าและงานทอผ้า นับเป็นผลงานของความเจริญรุ่งเรืองทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของ ผู้คนในโลกนี้ ผลิตภัณฑ์โลหะ เป็นงานหัตถกรรมประเภทที่ใช้โลหะเป็นวัตถุดิบ ไม่ว่าจะเป็น ทอง เงิน สำริด ซึ่งมีทั้งเครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องประดับตกแต่ง เป็นต้น (กาญจนากร พันธุ์เลิศ, เอกวิรัตน์ มะสะกุล, เสาวลักษณ์ พลตงนอก และพิสุทธิ์ ปรีชาประภากร, 2566)

จังหวัดกำแพงเพชรตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่างลักษณะภูมิประเทศ จังหวัดกำแพงเพชรมีแม่น้ำปิงไหลผ่านเป็นระยะทางยาวประมาณ 104 กิโลเมตร มีลักษณะภูมิประเทศ แบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ ลักษณะที่ 1 เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำปิงตอนล่างแบบตะกอนพัด (Alluvial Terrace) มีระดับความสูงประมาณ 43-107 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง อยู่บริเวณทางด้านทิศตะวันออกและใต้ของจังหวัด ลักษณะที่ 2 เป็นเนินเขาเตี้ยสลับที่ราบ พบเห็นบริเวณด้านเหนือ และตอนกลางของจังหวัด ลักษณะที่ 3 เป็นภูเขาสลับซับซ้อนเป็นแหล่งแร่ธาตุ และต้นน้ำลำธารต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น คลองวังเจ้า คลองสวนหมาก คลองขลุง และคลองวังไทร ไหลลงสู่แม่น้ำปิง ลักษณะพื้นที่ของจังหวัดกำแพงเพชร ด้านตะวันตกเป็นภูเขาสูงลาดลงมา ทางด้านตะวันออก ลักษณะดินเป็นดินปนทรายเหมาะแก่การทำนา ปลูกพืชไร่ อีกทั้งยังประกอบไปด้วยชนเผ่าต่าง ๆ ที่อพยพมาตั้งบ้านเรือนทำให้เกิดความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม โดยมีความโดดเด่นด้านงานหัตถกรรมและงานฝีมือโดยเฉพาะอย่างยิ่งอำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งเป็นอำเภอที่มีความโดดเด่นทางด้านงานฝีมือทั้งในเรื่องเครื่องเงิน การทอผ้า จักสาน เป็นต้น เนื่องจากมีชนเผ่าอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและนิยมทำงานหัตถกรรมเพื่อใช้ในครัวเรือนเอง โดยเฉพาะเครื่องเงินซึ่งมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของตามแต่ละชนเผ่า โดยในปัจจุบันได้มีการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินชาวเขาบ้านคลองเตย อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งมีสมาชิกทั้งกลุ่มชาวไทยภูเขาและชาวไทยพื้นราบเพื่อเป็นการสร้างความเข้มแข็งและมั่นคงให้กับกลุ่ม แต่ยังมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้ไม่สามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้กับกลุ่มอย่างที่ควรจะเป็น เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดความหลากหลายไม่ตอบสนองและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคเท่าที่ควรต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างสูง บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ฉะนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการศึกษาวิจัยเรื่อง การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปญญาฐาน

การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญฐานรากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง บ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

.....
 รากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า การพัฒนาอาชีพให้มีความยั่งยืน ยกระดับผลิตภัณฑ์ ช่วยพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและเป็นต้นแบบให้กับชุมชนอื่นต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (เครื่องเงิน) จากปัญญฐานรากบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (เครื่องเงิน) บ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญฐานรากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่า

การเพิ่มมูลค่า (Added Value) เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากเดิม การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นเครื่องมือการตลาดที่จะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาดซึ่งมีผลทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น แต่การเพิ่มมูลค่าจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) คือ ความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของลูกค้ามากขึ้น (Tipphachartyothin, 2014) หรือเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยคุณภาพ บริการ และราคา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจในการซื้อ ครอบครองและใช้ประโยชน์ในด้านการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด และเกินความคาดหวังของผู้บริโภค อีกทั้งมูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งที้นอกเหนือจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ (Nilson, Solomon, Björck, & Akerström, 1992; Janchai, 2004)

นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นการเพิ่มหรือเสริมสิ่งใหม่ ๆ สู่ตัวผลิตภัณฑ์ควรมีความเกี่ยวข้องและเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (Chematony, Riley, & Harris, 1998) การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้นโดยมีขั้นตอนการผลิตหรือบริการที่ดีกว่า เพื่อการเป็นผู้นำในการผลิตผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นอกจากการสร้างแตกต่างในตลาดแล้ว มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่าซึ่งนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือผลิตภัณฑ์และบริการต่อไปการสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ คือ ทำให้ตอบสนองความต้องการและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น สร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภค เพราะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น และทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้และทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (สุภาพร วิชัยดิษฐ์, ศกวรรณ คงมานนท์ และพุทธรัตน์ บัวตะมะ, 2565)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา หรือ UNCTAD ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้เจริญเติบโตเป็นการพัฒนาความสามารถของมนุษย์ ทั้งทุนทางปัญญาและความคิดสร้างสรรค์ (ฐิติกร พูลภัทรชีวิน, 2556) และการพัฒนาเทคโนโลยีบนพื้นฐานกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีการใช้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และสอดคล้องสัมพันธ์กันกับมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยสามารถจัดประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ใช้ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ 16 ประเภท ดังต่อไปนี้ 1) โฆษณา 2) สถาปัตยกรรม 3) ศิลปหัตถกรรม 4) การออกแบบ 5) แฟชั่น 6) ภาพยนตร์ 7) วีดีโอ 8) กราฟิก 9) เพลง 10) ศิลปะการแสดง 11) การกระจายเสียง 12) การวิจัยและพัฒนา 13) ซอฟต์แวร์ 14) คอมพิวเตอร์เกม 15) การพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ และ 16) โทรศัพท์และวิทยุ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นความสำเร็จของเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ ที่มีการนำความคิดสร้างสรรค์มาผนวกกับทักษะและความสามารถของคนในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ทำให้สินค้าและบริการมีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัว และแสดงถึงสุนทรียภาพส่วนบุคคล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังครอบคลุมถึงกิจกรรมที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการอีกด้วย (Howkins, 2013)

จากนิยามต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่านิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความหมายค่อนข้างกว้าง และสามารถตีความได้หลากหลาย เนื่องจากตัวความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นคำศัพท์ที่มีความหมายเชิงนามธรรม และไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน นอกจากนี้ ตัวเศรษฐกิจสร้างสรรค์เองก็ยังมีเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม ดังนั้น นิยามส่วนใหญ่จึงพยายามกำหนดคุณสมบัติของสินค้าและบริการสร้างสรรค์ไว้อย่างคร่าว ๆ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาานิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) สามารถสรุปแนวคิดในภาพรวมได้ว่า แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การสร้างมูลค่า (Value Creation) ทางเศรษฐกิจ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ตลอดจนนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2562)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ (Identity) มาจากภาษาบาลีว่า อตฺต รวมกับคำว่า ลักษณะ โดยที่ “อัตตะ” มีความหมายว่าตัวตน ของตน ส่วน “ลักษณะ” หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการให้คำนิยามและตีความหมายเชิงคุณค่า ซึ่งคุณค่าเหล่านั้นไม่จำเป็นต้องได้รับความเป็นสากล แต่เป็นความหลากหลายทางวัฒนธรรมหรือการสร้างตัวตนจากวัฒนธรรมย่อยก็ได้ ทำให้เกิดการยอมรับซึ่งพหุลักษณะทางสังคมซึ่งไม่เหมือนกับเอกลักษณ์ในคำนิยามสมัยแรกที่จะต้องสร้างเพื่อความเป็นปึกแผ่นของสังคมเท่านั้น แต่อัตลักษณ์เป็นเรื่องของการยอมรับในการมีอยู่ของปัจเจกอย่างจริงจังในสมัยก่อน เมื่อพูดถึงคนไทยในสายตาของชาวต่างประเทศ ก็คือการยืนยันจนได้รับสมญาว่าเป็น “Land of Smiles” หรือ “ดินแดนแห่งรอยยิ้ม” ถัดมาก็คือการเป็นมิตรกับชาวต่างชาติและความเอื้ออารี โดยปกติคนไทยมักจะเป็นคนที่สุภาพเรียบร้อยรักสนุก ชอบความสะอาดสบาย และเก็บความรู้สึก นอกจากรอยยิ้มแล้วคนไทยไม่ค่อยแสดงอะไรออกมาทางสีหน้าหรืออากัปกิริยา ไม่ว่าจะชอบหรือไม่ชอบ จะเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ดังนั้นจึงออกจะเป็นการยากที่จะคาดเดาความหมายจากรอยยิ้มของคนไทย (ประสิทธิ์ ลิขิธา, 2547)

อัตลักษณ์มีทั้งระดับปัจเจก (Individual) และอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม (Collective) ในระดับปัจเจกบุคคลหนึ่งอาจจะมีหลายอัตลักษณ์อยู่ในตัวเอง เช่น เพศสภาพ ชาติพันธุ์ ชวชนชั้นทาง สังคม อาชีพและศาสนา

เป็นต้น ในขณะที่อัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มชนชั้น ถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันของสมาชิกในกลุ่ม แต่ก็มีแตกต่างกับกลุ่มอื่นมาเป็นตัวกำหนดความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มตนด้วย

อัตลักษณ์สามารถแบ่งเป็น 2 ระดับ ได้แก่

1. อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (อัตลักษณ์ระดับปัจเจก) เป็นการมองตนเองในแง่มุมต่าง ๆ ของสังคมว่าเราเป็นใคร เช่น นางสาว ก มองตนเองว่าเป็นคนไทย เป็นคนใต้ เป็นผู้หญิง เป็นนักศึกษา เป็นพุทธศาสนิกชน ซึ่งการมองตนเองในแง่มุมต่าง ๆ ของนางสาว ก ก็คืออัตลักษณ์ในแง่มุมต่าง ๆ ของนางสาว ก นั้นเอง อัตลักษณ์ของบุคคลเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งในตัวบุคคลที่ทำให้บุคคลนั้นมีความเป็นตัวของตัวเองซึ่งแตกต่างจากผู้อื่น เห็นได้ว่าอัตลักษณ์เป็นคุณลักษณะประการหนึ่งในตัวบุคคล ซึ่งในทางสังคมวิทยามองว่า เมื่อบุคคลมาอยู่ร่วมกันในสังคมต้องมีการติดต่อสื่อสารกันหรือมีการกระทำทางสังคมระหว่างกัน โดยพฤติกรรมที่แต่ละบุคคลแสดงออกมาเป็นปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ ขึ้นอยู่กับปทัสถานทางสังคมตามโครงสร้างทางสังคมนั้น ๆ การกระทำระหว่างกันทางสังคมทำให้บุคคลมีบทบาทตามสถานการณ์ที่ตนสัมพันธ์อยู่

2. อัตลักษณ์ทางสังคม (อัตลักษณ์สังคมวัฒนธรรม) เป็นลักษณะอย่างหนึ่งในตัวบุคคลที่จะทำให้บุคคลนั้นมีความเป็นตัวของตัวเอง ซึ่งแตกต่างจากผู้อื่นเห็นได้ว่าอัตลักษณ์เป็นคุณลักษณะประการหนึ่งในตัวบุคคล ซึ่งในทางสังคมวิทยามองว่าเมื่อบุคคลมาอยู่ร่วมกันในสังคมก็มีการติดต่อสื่อสารกันหรือมีการกระทำทางสังคมระหว่างกัน (Social Interaction) โดยพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมาเป็นปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction) ขึ้นอยู่กับสังคม (Social Norms) ตามโครงสร้างทางสังคมนั้น ๆ การกระทำระหว่างกันทางสังคมทำให้บุคคลมีบทบาทตามสถานการณ์ที่ตนสัมพันธ์อยู่ เพื่อศึกษาความคาบเกี่ยวและปฏิสัมพันธ์ของทั้งสองระดับนี้ บุคลิกภาพไม่ได้หมายถึงการตอบสนองต่อสิ่งเร้าข้างนอกแต่เป็นความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะตอบสนอง (อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2561)

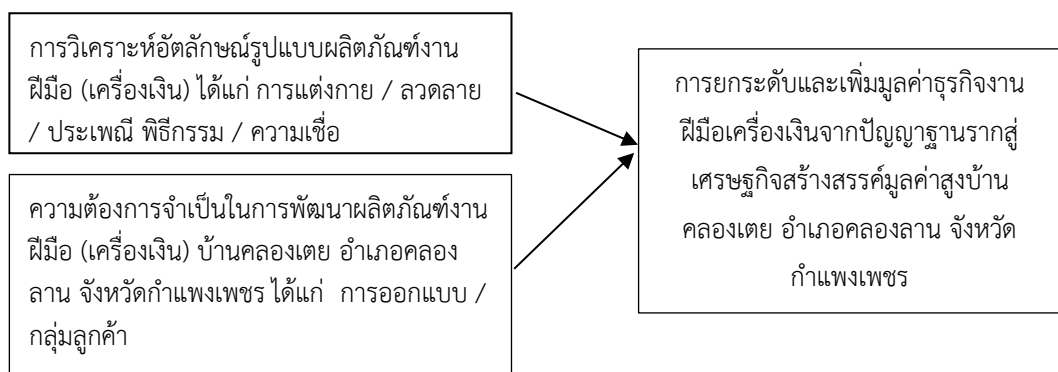
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องเงิน

เครื่องเงินเป็นเครื่องประดับที่ง่ายต่อการขึ้นรูปเมื่อเทียบกับเครื่องประดับที่ทำจากโลหะชนิดอื่น ทำให้สามารถเลือกให้สอดคล้องกับบุคลิกและรสนิยมได้ง่าย เช่น สร้อยคอ แหวน สร้อยข้อมือ ฯลฯ และยังสามารถทำเป็นเข็มกลัดหรือเครื่องประดับชนิดอื่นได้หลากหลาย ซึ่งในบางครั้งมีการนำ อัญมณีต่าง ๆ มาประดับบนตัวเรือนเพื่อเพิ่มมูลค่าและความสวยงามให้มากขึ้น โดยมักเน้นในเรื่องของความเชื่อในเรื่องต่าง ๆ เช่น การงาน ความรักหรือการเงิน ฯลฯ โดยคำนึงถึงวันเกิดหรือเดือนเกิด เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องประดับที่แสดงถึงเอกลักษณ์ ทางเพศ เช่น ในเพศหญิงนั้นจะมีประเภทของเครื่องประดับเงินให้เลือกสรรมากกว่าเพศชาย เน้นความสวยงามและลวดลายทันสมัยบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของตนเองและรสนิยมของเจ้าของได้ดี ราคาไม่สูงมาก สามารถซื้อหาได้อย่างแพร่หลาย และในปัจจุบันยังมีการใช้เครื่องมือช่วยในการผลิตในระยะเวลาอันสั้น และได้ปริมาณมาก จึงทำให้เครื่องประดับนั้นมีให้เลือกหลายรูปแบบมากขึ้น สำหรับเพศชายในอดีตนั้นมักมีเครื่องประดับเงินไว้ประดับร่างกายด้วยเช่นกัน โดยอาจเป็นแหวนเกลี้ยงหรือสร้อยคอ แต่ในปัจจุบันมีความนิยมใช้เป็นของเสริมดวงเช่นเดียว กับเพศหญิง แต่มักสร้างให้มีลวดลายน้อยกว่าและทำให้ลักษณะของตัวแหวนมีรูปแบบใหญ่กว่าของเพศหญิง สำหรับอัญมณีนั้นมักขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคลโดยในสมัยปัจจุบันมักไม่ให้ความสนใจเกี่ยวกับสีของอัญมณีมากนัก แต่มักเป็นไปตามความชอบส่วนบุคคล เพราะฉะนั้นเครื่องประดับสำหรับเพศชายนั้นจึงมีรูปแบบให้เลือกสรรมากกว่าในสมัยอดีต (ภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ, 2564)

เครื่องเงินเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทงานศิลปหัตถกรรมที่มีคุณค่าในตัวเอง โดยคุณค่ามาจากรูปแบบที่ผ่านการออกแบบและวัสดุที่เป็นโลหะเงิน นอกจากนี้เมื่อพิจารณาลักษณะรูปแบบยังแสดงถึงความชำนาญและความประณีตพิเศษจากช่างฝีมือที่มีความรู้ทั้งในด้านของรูปทรงและลวดลายที่ประดิษฐ์ขึ้น เครื่องเงินที่ผลิตในประเทศไทยมักจะแสดงถึงวัฒนธรรมของชาติไทยอย่างชัดเจน ดังนั้นสินค้าที่เป็นเครื่องเงินไทยจึงเป็นที่นิยมทั้งในกลุ่มคนไทยและชาวต่างประเทศด้วย โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญในการเผยแพร่ชื่อเสียงเครื่องเงินไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (ปณิตรา แสนกุลศิริศักดิ์, 2563) จึงทำให้ผู้ผลิตมีการปรับปรุงในด้านการออกแบบให้ทันสมัย เพื่อให้ตรงตามรสนิยมของชาวต่างประเทศมากขึ้น และยังเป็น การขยายโอกาสทางตลาดให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์เครื่องเงินในประเทศไทยพบ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ เครื่องใช้สอยและของตกแต่งบ้าน เช่น เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร แจกัน กรอบ รูป ชัน พานรอง เชิงเทียน ของขวัญของชำร่วย ฯลฯ ในการผลิตเครื่องเงินนั้นส่วนใหญ่ผู้ผลิตเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับวัสดุ โลหะเงินที่ใช้ผลิตค่อนข้างมาก ตั้งแต่กระบวนการผลิต การออกแบบ เทคโนโลยีพื้นบ้านและอื่น ๆ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาความรู้ การแสดงออก และคุณค่า ดังนั้นสินค้าเครื่องเงินจึงมักแฝงด้วยความหมาย การแสดงออกเชิงวัฒนธรรม และคุณค่าในงานฝีมือชิ้น ๆ เสมอ

เครื่องเงินทั้งที่ผลิตในเชิงพาณิชย์และเชิงศิลปะคุณค่าที่พบจึงขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ที่สวมใส่ หรือนำไปใช้สอยตามวัตถุประสงค์ของงานนั้น ๆ ส่วนคุณค่าที่เกิดจากภูมิปัญญาเป็นการแสดงให้เห็น วิวัฒนาการของสังคม วัฒนธรรมด้านการบริโภคเครื่องประดับและรูปแบบลวดลายในแต่ละยุคสมัยที่แสดงออกทางเชิงช่างได้อย่างประณีตและสวยงาม ซึ่งหากปล่อยให้ภูมิปัญญาดังกล่าวสูญหายไปอาจทำให้สูญเสีย วัฒนธรรมรากเหง้าที่สำคัญอันมีคุณค่าอีกประการหนึ่งด้วย รูปแบบของผลิตภัณฑ์เครื่องเงินขึ้นอยู่กับ ความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยเฉพาะสินค้าเครื่องเงินที่เป็นเครื่องประดับจะมีรูปแบบที่หลากหลาย และมี แหล่งผลิตที่สำคัญกระจายอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ ๆ ทั่วประเทศ แหล่งผลิตที่ถนนวัวลาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอปอส้าง และอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ อำเภอ คลองลานจังหวัดกำแพงเพชร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนสถานที่จำหน่ายพบตาม ห้างสรรพสินค้าทั่วไป ตลาดนัดสวนจตุจักร สวนลุมไนท์ปลาซ่า ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร ถนนข้าวสาร และย่านที่ มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น สีลม สุรวงศ์ บางรัก และร้านขายเครื่องประดับในโรงแรม ฯลฯ (ปานฉัตร อินทร์คง, 2557)

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญฐานรากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เป็นแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยขั้นที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาอัตลักษณ์ ความต้องการจำเป็นและการยกระดับและเพิ่มมูลค่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (เครื่องเงิน) บ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา ได้แก่ ช่างทำเครื่องเงินและสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินชาวเขาบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 20 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการงานฝีมือเครื่องเงิน จำนวน 4 ฝ่ายประกอบด้วย ช่างทำเครื่องเงิน นักออกแบบ ผู้จำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินชาวเขายบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชรฝ่ายละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน รวมเป็น 28 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้เครื่องมือ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ส่วนขั้นตอนที่ 2 นั้นเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับและการเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีทั้งหมด 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินบ้านคลองเตยอำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาอัตลักษณ์ ความต้องการจำเป็นและการยกระดับและเพิ่มมูลค่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (เครื่องเงิน) บ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. อัตลักษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (เครื่องเงิน)

“การใช้เม็ดเงินบริสุทธิ์เพื่อให้ได้งานที่ละเอียด ลวดลายสวยงาม อีกทั้งเครื่องเงินของกลุ่มที่ผลิตออกมาส่วนมากจะเป็นเครื่องประดับ เครื่องใช้สอยในชีวิตประจำวันที่ทำมาจากเงินล้วนและได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษซึ่งเป็นงานฝีมือที่มีความประณีตสวยงาม มีลวดลายดั้งเดิม ซึ่งเลียนแบบมาจากธรรมชาติ สิ่งที่อยู่รอบตัวหรืออาจจะเป็นสิ่งของที่ใช้ทำมาหากินในชีวิตประจำวันก็ได้”

“การใช้ลายยันเบี่ยง (ดอกไม้เงิน) ที่ได้มาจากการประกอบพิธีแต่งงานในสมัยโบราณของชาวเมี่ยนที่นิยมนำเงินมาตีเป็นรูปดอกไม้เพื่อนำมาใส่ในภาชนะคล้ายชามให้กับคู่บ่าวสาวได้ยกมอบให้กับผู้ใหญ่ในงานพิธี ซึ่งหลังจากนั้นผู้ใหญ่ก็จะนำเงินทองใส่ลงมาในชามมอบกลับให้ลูกหลาน ฉะนั้นดอกไม้เงินจึงถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของสิ่งที่เป็นสิริมงคล”

2. ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (เครื่องเงิน)

“การต้องการลวดลายใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้า”

“การทำลวดลายใหม่ ๆ ที่ไม่เหมือนกับที่อื่นเพราะเดี๋ยวนี้เครื่องเงินมีหาซื้อได้ง่ายใครมีของแปลกตาก็สามารถดึงดูดใจให้ลูกค้าซื้อได้มากขึ้น”

“ความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย”

“ความต้องการงานที่แตกต่างจากที่อื่นเพื่อส่งเสริมการขายให้ดีขึ้น”

“ความต้องการที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชนเผ่าในจังหวัดกำแพงเพชร หากต้องการเครื่องเงินชนิดนี้ ลวดลายนี้ต้องมาสั่งที่กลุ่มเท่านั้น”

3. การยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญารากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง บ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จากการสนทนากลุ่ม ผลของการยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญารากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 การยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญารากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ผ่านกระบวนการสนทนากลุ่มระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการงานฝีมือเครื่องเงิน ซึ่งประกอบไปด้วย ช่างทำเครื่องเงิน นักออกแบบ ผู้จำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินชาวเขาบ้านคลองเตย ฝ่ายละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน ซึ่งผลจากการสนทนากลุ่มทำให้ได้อัตลักษณ์ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาเครื่องเงิน ซึ่งก็คือการนำเอาลายย่านเปียงมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน และได้พัฒนาร่างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเงินร่วมกันจำนวน 4 ชิ้นงาน ได้แก่ แหวน สร้อยคอ เข็มกลัดและกำไลข้อมือ หลังจากนั้นจึงนำมาขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์จริง ซึ่งผลจากการยกระดับในครั้งนี้ได้ผลงานที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มที่ชัดเจนมากขึ้น ผลงานเรียบง่ายเป็นที่ถูกตาต้องใจกลุ่มนักท่องเที่ยววัยเรียน

ช่วงที่ 2 ของการยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญารากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ยังคงกระบวนการสนทนากลุ่มระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการงานฝีมือเครื่องเงิน ซึ่งประกอบไปด้วย ช่างทำเครื่องเงิน นักออกแบบ ผู้จำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินชาวเขาบ้านคลองเตย ฝ่ายละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน โดยผลจากการสนทนากลุ่มยังคงใช้อัตลักษณ์ลวดลายย่านเปียงเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน มีการเพิ่มการลงยาบนลวดลายของเครื่องประดับต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นมากขึ้น โดยได้พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการลงยา จำนวน 3 ชิ้นงาน ได้แก่ สร้อยคอ เข็มกลัดและกำไลข้อมือ ผลตอบรับจากการพัฒนาในขั้นนี้เป็นที่ถูกอกถูกใจกลุ่มนักท่องเที่ยววัยทำงานโดยเฉพาะกลุ่มข้าราชการที่ใช้เครื่องในการออกงานตามเทศกาลต่าง ๆ

ช่วงที่ 3 ของการยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญารากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ยังคงใช้กระบวนการสนทนากลุ่มระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการงานฝีมือเครื่องเงิน ซึ่งประกอบไปด้วย ช่างทำเครื่องเงิน นักออกแบบ ผู้จำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินชาวเขาบ้านคลองเตย ฝ่ายละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน โดยผลจากการสนทนากลุ่มและผลงานของการยกระดับทั้ง 2 ช่วงที่ผ่านมาซึ่งในครั้งนี้จะใช้ศิลปะที่โดดเด่นของจังหวัดกำแพงเพชรเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานอันได้แก่ ช้างทรงเครื่องวัดช้างรอบ เจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ ลวดลายบนประติมากรรมพระอิศวร และลวดลายบนประติมากรรมเทวรูปสตรีและการนำเอาดอกพิกุลซึ่งเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดกำแพงเพชร โดยได้ร่างต้นแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ชิ้นงาน ได้แก่ กำไลช้างทรงเครื่องโอบเจดีย์ สร้อยคอช้างเกี่ยว และเข็มกลัดช้างชูช่อพิกุล ซึ่งผลของการยกระดับในครั้งนี้จะใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเงินที่สะท้อนถึงความเป็นกำแพงเพชรต่อไป

ตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับและการเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินบ้านคลองเตย อำเภอกลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 67.30 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.20 รองลงมา คือ อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.80 และอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ อนุปริญญาตรี/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 39.0 และมีธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25 และรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.50 รองลงมาคือ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22 และ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.70 และจะเลือกซื้อเครื่องเงินในรูปแบบกำไล คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงคือ สร้อยคอ คิดเป็นร้อยละ 32.5 และแหวน คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับและการเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินบ้านคลองเตย อำเภอกลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบเครื่องเงินที่พัฒนาขึ้นใหม่

ด้านรูปแบบที่พัฒนาขึ้นใหม่	ระดับความคิดเห็น		
	($\bar{X}$)	(S.D.)	ความหมาย
ด้านความสวยงาม	4.39	0.78	มาก
ด้านเอกลักษณ์/อัตลักษณ์	4.13	0.75	มาก
ด้านประโยชน์การนำไปใช้	4.36	0.79	มาก
ด้านความคุ้มค่า	3.83	0.92	มาก

จากตารางที่ 1 สามารถอธิบายความคิดเห็นต่อรูปแบบเครื่องเงินที่พัฒนาขึ้นใหม่ของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

2.1 ความคิดเห็นต่อรูปแบบเครื่องเงินที่พัฒนาขึ้นใหม่ของบ้านคลองเตย อำเภอกลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ด้านความสวยงามอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.39, S.D.=0.78) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รูปแบบมีความสวยงาม ($\bar{X}$ =4.48, S.D.=0.77) รองลงมา คือ ภาพโดยรวมของลวดลาย รูปทรง สี สัน มีความสวยงาม กลมกลืนกัน ($\bar{X}$ =4.44, S.D.=0.78) และสี สัน มีความสวยงาม ($\bar{X}$ =4.39, S.D.=0.71) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ลวดลายมีความสวยงามและรูปแบบเครื่องเงินดูมีคุณค่า มีราคาให้ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อได้ ($\bar{X}$ =4.35, S.D.=0.81)

2.2 ความคิดเห็นต่อรูปแบบเครื่องเงินที่พัฒนาขึ้นใหม่ของบ้านคลองเตย อำเภอกลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ด้านเอกลักษณ์/อัตลักษณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.13, S.D.=0.75) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การออกแบบเครื่องเงินสื่อถึงความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X}$ =4.29, S.D.=0.85) รองลงมา คือ การออกแบบเครื่องเงินสื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร ($\bar{X}$ =4.23, S.D.=0.96) ตามลำดับ

ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การออกแบบเครื่องเงินสื่อถึงอัตลักษณ์ของบ้านคลองเตย ($\bar{X}=3.90$, $S.D.=1.17$)

2.3 ความคิดเห็นต่อรูปแบบเครื่องเงินที่พัฒนาขึ้นใหม่ของบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ด้านประโยชน์การนำไปใช้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.36$, $S.D.=0.79$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถนำไปสวมใส่ได้ในทุกโอกาส เช่น สวมใส่ไปทำงาน สวมใส่ไปงานเลี้ยง เป็นต้น ($\bar{X}=4.37$, $S.D.=0.82$) รองลงมา คือ สามารถนำไปสวมใส่ประกอบการแต่งกายในชีวิตประจำวันได้ ($\bar{X}=4.35$, $S.D.=0.77$)

2.4 ความคิดเห็นต่อรูปแบบเครื่องเงินที่พัฒนาขึ้นใหม่ของบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ด้านความคุ้มค่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$, $S.D.=0.92$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การทำมีความประณีต ($\bar{X}=4.22$, $S.D.=0.99$) รองลงมา คือ เครื่องเงินมีความสวยงาม เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น ($\bar{X}=4.16$, $S.D.=0.96$) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เสริมความมั่นใจแก่ผู้สวมใส่ ($\bar{X}=3.13$, $S.D.=1.58$)

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์อัตลักษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (เครื่องเงิน) จากปัญฐานรากบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จากการสนทนากลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยเป็นช่างทำเครื่องเงิน และสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องเงินชาวเขาบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เกี่ยวกับอัตลักษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (เครื่องเงิน) พบว่า เครื่องเงินส่วนใหญ่ที่ผลิตออกมาส่วนมากจะเป็นเครื่องประดับเครื่องใช้สอยในชีวิตประจำวัน ซึ่งได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษเป็นงานฝีมือที่มีความประณีตสวยงาม มีลวดลายดั้งเดิม เลียนแบบมาจากธรรมชาติ สิ่งที่อยู่รอบตัวสิ่งของที่ใช้ทำมาหากินในชีวิตประจำวันก็ได้ มักใช้การใช้ลายย่านเปี้ยว ซึ่งก็คือ ดอกไม้เงิน โดยมีที่มาจากการประกอบพิธีแต่งงานในสมัยโบราณของชาวเมียนมา นิยมนำเงินมาตีเป็นรูปดอกไม้เพื่อนำมาใส่ในภาชนะคล้ายขามให้กับคู่บ่าวสาวได้ยกมอบให้กับผู้ใหญ่ในงานพิธี ซึ่งหลังจากนั้นผู้ใหญ่จะนำเงินทองใส่ลงมาในขามมอบให้กับลูกหลาน ฉะนั้นดอกไม้เงินจึงถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของสิ่งที่เป็นสิริมงคล

2. การศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (เครื่องเงิน) บ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า กลุ่มต้องการลวดลายใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้าสามารถดึงดูดใจให้ลูกค้าซื้อได้มากขึ้นและความต้องการที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชนเผ่าในจังหวัดกำแพงเพชร

3. การยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญฐานรากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า การยกระดับและเพิ่มมูลค่าแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือช่วงที่ 1 การยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือโดยใช้อัตลักษณ์ลวดลายย่านเปี้ยวเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องเงินจำนวน 4 ชิ้นงาน ได้แก่ แหวน สร้อยคอ เข็มกลัด และกำไลข้อมือ ช่วงที่ 2 ยังคงใช้อัตลักษณ์ลวดลายย่านเปี้ยวเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยมีการเพิ่มการลงยาบนลวดลายของเครื่องประดับต่าง ๆ โดยได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ลงยา จำนวน 3 ชิ้นงาน ได้แก่ สร้อยคอ เข็มกลัดและกำไลข้อมือและช่วงที่ 3 ใช้ศิลปะที่โดดเด่นของจังหวัดกำแพงเพชรเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานอันได้แก่ ช่างทรงเครื่องวัดช้างรอบ เจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ ลวดลายบนประติมากรรมพระอิศวร และลวดลายบนประติมากรรมเทวรูปสตรีและการนำเอาดอกพิกุลซึ่งเป็นดอกไม้

การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญาฐานรากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง บ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

ประจำจังหวัดกำแพงเพชร โดยได้ร่างต้นแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ชิ้นงาน ได้แก่ กำไลข้างทรงเครื่องโอปเจดีย์ สร้อยคอข้างเกี้ยว และเข็มกลัดข้างชูช่อพิรุณ

หลังจากนั้นได้มีการนำเอาผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปเก็บข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์งานฝีมือจากปัญญาฐานรากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ที่ยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นมาใหม่กับนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี รองลงมา คือ อายุ 41-50 ปี และอายุ 20-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ อนุปริญญาตรี/ปวส. และมีมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รองลงมาคือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท รองลงมาคือ 15,001-20,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท และจะเลือกซื้อเครื่องเงินในรูปแบบกำไล รองลงมาคือ สร้อยคอและแหวน

ส่วนความคิดเห็นต่อรูปแบบเครื่องเงินที่พัฒนาขึ้นใหม่ของบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสวยงาม รองลงมา คือ ด้านประโยชน์การนำไปใช้และด้านเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความคุ้มค่า

และหากพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้าน พบว่า ด้านความสวยงามอยู่ในระดับมากโดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รูปแบบมีความสวยงาม รองลงมา คือ ภาพโดยรวมของลวดลาย รูปทรง สี สัน มีความสวยงาม กลมกลืนกันและสีสันมีความสวยงาม ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ลวดลายมีความสวยงามความสวยงามและรูปแบบเครื่องเงินมีคุณค่า มีราคาให้ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อได้

ด้านเอกลักษณ์/อัตลักษณ์อยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การออกแบบเครื่องเงินสื่อถึงความคิดสร้างสรรค์ รองลงมา คือ การออกแบบเครื่องเงินสื่อถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดกำแพงเพชร ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การออกแบบเครื่องเงินสื่อถึงอัตลักษณ์ของบ้านคลองเตย

ด้านประโยชน์การนำไปใช้อยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถนำไปสวมใส่ได้ในทุกโอกาส เช่น สวมใส่ไปทำงาน สวมใส่ไปงานเลี้ยง เป็นต้น รองลงมา คือ สามารถนำไปสวมใส่ประกอบการแต่งกายในชีวิตประจำวัน

ด้านความคุ้มค่าอยู่ในระดับ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การทำมีความประณีต รองลงมา คือ เครื่องเงินมีความสวยงามเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็น ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เสริมความมั่นใจแก่ผู้สวมใส่

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาสามารถนำอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. อัตลักษณ์รูปแบบผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (เครื่องเงิน) จากปัญญาฐานรากบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า เครื่องเงินส่วนใหญ่ที่ผลิตออกมาส่วนมากจะเป็นเครื่องประดับเครื่องใช้สอยในชีวิตประจำวัน ซึ่งได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษเป็นงานฝีมือที่มีความประณีตสวยงามมีลวดลายดั้งเดิม เลียนแบบมาจากธรรมชาติ สิ่งที่อยู่รอบตัวสิ่งของที่ใช้ทำมาหากินในชีวิตประจำวันก็ได้ มักใช้การไ้ลายย่านเบี่ยง ซึ่งก็คือ ดอกไม้เงิน โดยมีที่มาจากการประกอบพิธีแต่งงานในสมัยโบราณของชาวเมียนมาที่นิยมนำเงินมาตีเป็นรูปดอกไม้เพื่อนำมาใส่ในภาชนะคล้ายขันให้กับคู่บ่าวสาวได้ยกมอบให้กับผู้ใหญ่ในงาน

พิธี ซึ่งหลังจากนั้นผู้ใหญ่ก็นำเงินทองใส่ลงมาในขามมอกลับให้ลูกหลาน ฉะนั้นดอกไม้เงินจึงถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของสิ่งที่เป็นสิริมงคล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ์ (2564) เรื่อง การออกแบบเครื่องประดับเงินเชิงสร้างสรรค์: แรบบันดาลใจจากความสวยงามของอัตลักษณ์ล้านนา โดยนำเสนอการออกแบบเครื่องประดับเงินเชิงสร้างสรรค์ โดยได้รับแรงบันดาลใจหรือแนวคิดจากอัตลักษณ์ล้านนาผ่านรูปแบบของ เครื่องประดับเงิน โดยหลักการศิลปะและการออกแบบเพื่อให้เกิดเป็นความคิดสร้างสรรค์เป็นแนวคิด แนวทาง หรือ ต้นแบบของความคิดในการออกแบบเครื่องประดับเงินที่สามารถประยุกต์ใช้ในเชิง พาณิชัยได้ กระบวนการของการผลิตผลงานสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ล้านนา 2) การกำหนดกรอบแนวคิด 3) การออกแบบร่างเบื้องต้น 4) การกลั่นกรองการออกแบบ 5) การวิเคราะห์งานออกแบบ 6) การตกลงใจในการออกแบบ และ 7) การทำให้เป็นผลสำเร็จ

2. ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์งานฝีมือ (เครื่องเงิน) บ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า กลุ่มต้องการลวดลายใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายให้กับสินค้าสามารถดึงดูดใจให้ลูกค้าซื้อได้มากขึ้นและความต้องการที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชนเผ่าในจังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของภาวิณี ศิริโรจน์ และขวัญรัตน์ จินดา (2564) เรื่องการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ลักษณะเด่นของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหารสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ดีที่สุด โดยผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แสดงคุณค่าดั้งเดิมที่พัฒนารูปแบบใหม่ ๆ เพื่อใช้ตกแต่งบ้านเรือน รูปแบบของประดับตกแต่งบ้านทุกรูปแบบโดยที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของนครศรีธรรมราชที่ปรากฏในตัวผลิตภัณฑ์ การแสดงตัวตนบ่งบอกหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ชัดเจน ความโดดเด่น น่าดึงดูดใจ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูงทุกรูปแบบ

3. การยกระดับและเพิ่มมูลค่าธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญานาครสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ความคิดเห็นต่อรูปแบบเครื่องเงินที่พัฒนาขึ้นใหม่ของบ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ อุษา อินทร์ประสิทธิ์ (2561) เรื่องความพึงพอใจการพัฒนาแบบเครื่องประดับเงินโบราณ อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาพบว่า ช่วงอายุที่สำเร็จการศึกษาและเข้าสู่การทำงานอย่างเต็มตัว มีความต้องการแต่งกายให้เหมาะสมตามแฟชั่น มีความพึงพอใจ ด้านความสวยงามด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านรูปแบบดำรงลักษณะเฉพาะ อยู่ในระดับมาก ดังนั้นการพัฒนาแบบเครื่องประดับเงินโบราณที่มีการผสมผสานอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น และปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความร่วมสมัยทำให้มีความน่าสนใจ สามารถเพิ่มโอกาส เพิ่มรายได้ สร้างกลุ่มผู้ซื้อรายใหม่ให้กับผู้ประกอบการและส่งเสริมให้ช่างฝีมือสร้างสรรค์เครื่องประดับเงินลวดลายใหม่ ๆ ให้เป็นที่ต้องการและพึงพอใจได้และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ สุทัน อนุรักษ และอาศิรา ราชเวียง (2563) เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา อุบลชาติศรัทธาพิทย์ โดยทำการศึกษาแนวทางในการพัฒนาเครื่องประดับเงินเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา อุบลชาติ ศรัทธาพิทย์ และความต้องการของผู้ใช้งานเครื่องประดับเงินเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา อุบลชาติศรัทธาพิทย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ พัฒนาและสร้างเครื่องประดับเงินเชิงวัฒนธรรมที่มาจากพื้นฐานด้านความเป็นไทย พบว่า เครื่องประดับเงินเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา อุบลชาติศรัทธาพิทย์นั้นเป็นเครื่องประดับที่ทรงคุณค่าเป็นการพัฒนาโดยการออกแบบบัวให้มีความสวยงาม จำนวน 9 สี โดยสีของกลีบบัว คือ ตัวแทนความต่างของอัญมณีทั้ง 9 ด้วยการผสมผสานที่ลงตัวระหว่างลวดลายเครื่องเงินและสีของอัญมณีก่อให้เกิดคุณค่าในเครื่องประดับเงินเชิงวัฒนธรรมที่ได้สร้างขึ้น ซึ่งมีระดับความคิดเห็นต่อ

การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจงานฝีมือเครื่องเงินจากปัญญาฐานรากสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง บ้านคลองเตย อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

เครื่องประดับเงินเชิงวัฒนธรรม อุตสาหกรรมศิลปหัตถกรรม ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาขึ้นโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการถ่ายทอดวิธีการทำรูปแบบเครื่องเงินรูปแบบใหม่ให้สมาชิกในกลุ่มสามารถทำได้ทุกคน
2. พัฒนาแพ็คเกจให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเพียงแค่กลุ่มชนเผ่าเดียวในครั้งต่อไปควรมีการศึกษางานเครื่องเงินของชนเผ่ากลุ่มอื่น ๆ ในจังหวัดกำแพงเพชร
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์เครื่องเงินกับพื้นที่อื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการตลาด

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนกร พันธุ์เลิศ, เอกวัฒน์ มะสะกล, เสาวลักษณ์ พลตงนอก และพิสุทธิ ปรีชาประภากร. (2566). *หัตถกรรมไทย ภูมิปัญญาไทย สู่อุตสาหกรรมไทย*. สืบค้น 1 พฤษภาคม 2566, จาก [https://thailandhandmadebuu.wordpress.com/category/คุณค่าของงานหัตถกรรมไทย/จิตกร พูลภัทรชีวิน. \(2556\). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ \(Creative Economy\). สืบค้น 1 พฤษภาคม 2566, จาก https://thitikornblog.wordpress.com/2012/07/26/151/](https://thailandhandmadebuu.wordpress.com/category/คุณค่าของงานหัตถกรรมไทย/จิตกร พูลภัทรชีวิน. (2556). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy). สืบค้น 1 พฤษภาคม 2566, จาก https://thitikornblog.wordpress.com/2012/07/26/151/)
- ปณิตรา แสนกุลศิริศักดิ์. (2563). *เครื่องประดับเงินไทย เจิดจรัสในตลาดโลก*. สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://infocenter.git.or.th/business-info/business-info-20200717>
- ประสิทธิ์ ลิขิตา. (2547). *วาทกรรมอัตลักษณ์*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์.
- ปานฉัตร อินทร์คง. (2557). ภูมิปัญญาเครื่องประดับเงิน: ปัญหาด้านรูปแบบในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์*, 1(1), 41-61.
- ภาณุพงศ์ จงขานสิทธิ. (2564). การออกแบบเครื่องประดับเงินเชิงสร้างสรรค์ : แรงบันดาลใจจากความสวยงามของอัตลักษณ์ล้านนา. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 13(1), 308-329.
- ภาวิณี ศิริโรจน์ และขวัญรัตน์ จินดา. (2564). การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของประดับตกแต่งบ้าน. *วารสารศิลปกรรมบูรพา*, 24(2), 11-23.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2562). *รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขางานฝีมือและหัตถกรรม โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์: สาขางานฝีมือและหัตถกรรม*. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- สุทัน อนุรักษ์ และอาศิรา ราชเวียง. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับเงินเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา อุตสาหกรรมศิลปหัตถกรรม. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 24(1), 35-46.
- สุภาพร วิชัยดิษฐ์, ศกลวรรณ คงมานนท์และพุทธรัตน์ บัวตะมะ. (2565). การเพิ่มมูลค่าภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. *Journal of Modern Learning Development*, 7(3), 347-364.

-
- อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2561). *อัตลักษณ์ การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อุษา อินทร์ประสิทธิ์. (2561). ความพึงพอใจการพัฒนารูปแบบเครื่องประดับเงินโบราณ อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย. *วารสารปาริชาติ*, 31(3), 225-236.
- Chematony, L.D., Riley, F. D.O., & Harris, F. (1998). Criteria to assess brand success. *Journal of Marketing Management*, 14(7), 765-781.
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
- Janchai, D. (2004). *Marketing Strategy: Big fish eat small fish*. Bangkok: SE-Educations.
- Nilson, B.H., Solomon, A., Björck, L., & Akerström, B. (1992). Protein L from *Peptostreptococcus magnus* binds to the kappa light chain variable domain. *Journal of Biological Chemistry*, 267(4), 2234-2239.
- Tippachartyothin, P. (2014). Quality Control: The importance of consistency. *Journal of Productivity world*, 19(110), 91-96.