

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเครื่องประดับอัญมณี กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนอัญมณี จังหวัดจันทบุรี (Product Development for Gems and Jewelry Community Enterprise in Chanthaburi)” นี้ ดำเนินการโดย คณะผู้วิจัยจากคณะอัญมณี มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี ได้รับทุนอุดหนุนภายใต้แผนงานพัฒนาและขยายตลาดสินค้า สนับสนุนโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการค้าเครื่องประดับเงินประกอบพลอยเนื้ออ่อนของวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวกับอัญมณีของจังหวัดจันทบุรี

คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัย วิทยานิพนธ์ โครงการวิจัย รายงานประชุมสัมมนา บทความ ข่าวสาร ตัวเลขเชิงสถิติจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและการค้นคว้าออนไลน์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาโครงการวิจัยนี้ นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ และทำ Focus Group กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอัญมณี จังหวัดจันทบุรี เพื่อทราบถึงจุดเด่นและข้อจำกัดในการพัฒนาเครื่องประดับอัญมณี จังหวัดจันทบุรี รวมไปถึงการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในจังหวัดจันทบุรีและกรุงเทพมหานคร โดยการใช้แบบสอบถาม ทำให้คณะผู้วิจัยสามารถได้ข้อมูลมาใช้ในการเพิ่มศักยภาพในการค้า ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การทำ Focus Group ร่วมกับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอัญมณีของดีเมืองจันท

จำนวน 8 ท่าน วันที่ 25 พฤษภาคม 2553 สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัญหาด้านการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ปัญหาด้านการสร้างความแตกต่างในรูปแบบของสินค้าและตราสินค้า (ระดับของปัญหา - รุนแรง) : เนื่องด้วยการผลิตเครื่องประดับพลอยเนื้ออ่อนส่วนใหญ่ของสมาชิกในกลุ่ม ใช้วิธีการลอกเลียนแบบเครื่องประดับจากสินค้าที่มีการวางจำหน่ายอยู่แล้ว หรือมีการปรับเปลี่ยนเล็กน้อยให้เหมาะสมกับวัตถุดิบอัญมณีที่มี ทำให้สินค้าที่ผลิตและจำหน่ายส่วนใหญ่มีรูปแบบที่คล้ายกันกับคู่แข่ง (ซึ่งปกติสินค้าทั่วไป จะเกิดปัญหาด้านการแข่งขันด้านราคา (Price War) ตามมา)

- ปัญหาในการรับรู้ข้อมูลพลอยเนื้ออ่อนของผู้บริโภค (ระดับของปัญหา - รุนแรง) : ผู้ประกอบการมักพบปัญหาด้านการรับรู้ด้านชนิดและคุณสมบัติของพลอยเนื้ออ่อนที่มีชนิด สี และคุณสมบัติที่หลากหลาย ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและการตัดสินใจซื้อ ผู้จำหน่ายต้องใช้เวลามากในการอธิบายและจูงใจลูกค้า และผู้จำหน่ายบางรายก็ไม่สามารถอธิบายความน่าสนใจของพลอยเนื้ออ่อนชนิดนั้นๆ ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากขาดความรู้ในพลอยเนื้ออ่อน เช่นเดียวกัน

- ปัญหาในการขยายกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (ระดับของปัญหา - ปานกลาง) : พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของสมาชิกที่จำหน่ายเครื่องประดับในตลาดจันทบุรี และตลาดต่างจังหวัด (Road Show) เป็นเพศ

หญิง และมีอายุระดับ 40 ปีขึ้นไป พร้อมให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ยิ่งลูกค้าอายุมากขึ้นจะชอบซื้อเครื่องประดับที่ฝังพลอย หลากชนิดและขนาดใหญ่ขึ้น ส่วนลูกค้าที่อายุอยู่ในช่วง 30 ปี จะชอบเครื่องประดับเพชร

- ปัญหาในการรับรู้ข้อมูลพลอยเนื้ออ่อนของผู้บริโภค (ระดับของปัญหา - รุนแรง) : ผู้ประกอบการมักพบปัญหาด้านการรับรู้ด้านชนิดและคุณสมบัติของพลอยเนื้ออ่อน ที่มีชนิด สี และคุณสมบัติที่หลากหลาย ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและการตัดสินใจซื้อ ผู้จำหน่ายต้องใช้เวลามากในการอธิบายและจูงใจลูกค้า และผู้จำหน่ายบางรายก็ไม่สามารถอธิบายความน่าสนใจของพลอยเนื้ออ่อนชนิดนั้นๆ ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากขาดความรู้ในพลอยเนื้ออ่อน เช่นเดียวกัน

ปัญหาด้านวัตถุดิบ/วัสดุ

- ขาดเงินทุนซื้อพลอยก้อนคุณภาพ (ระดับของปัญหา - ปานกลาง): เนื่องจากสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนฯ เป็นผู้ประกอบการรายเล็ก ทำให้วัตถุดิบพลอยก้อนที่มีคุณภาพมักถูกนำเสนอขายให้กับผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งมีศักยภาพในการซื้อยกห่อ (พลอย lot) จากนั้นพลอยก้อนคุณภาพรองลงมา-คุณภาพต่ำ จะถูกนำมาเสนอขายให้กับสมาชิก เมื่อได้หางพลอยก้อนมา ก็จะมาทำการเพิ่มคุณภาพด้วยเทคนิคต่างๆ เช่น การเผาพลอย อันเป็นเทคนิคที่เป็นความลับเฉพาะ

- วัตถุดิบพลอยเนื้ออ่อนมีแนวโน้มขาดแคลน (ระดับของปัญหา - ปานกลาง): เนื่องจากสามารถนำออกจากประเทศได้ลำบากมากขึ้น (โดยเฉพาะพลอยจากแหล่ง Africa) ประกอบกับ หลายประเทศที่เป็นเจ้าของวัตถุดิบก็หันมาผลิต/เจียรระไน/ประกอบตัวเรือนอัญมณีกันเอง หรือ ส่งขายให้กับประเทศคู่แข่งที่มีการผลิตเครื่องประดับพลอยเนื้ออ่อนมากขึ้น

- ปัญหาราคาทองคำ (ระดับของปัญหา - ปานกลาง): ที่มีราคาสูง และความผันผวนของราคาในระยะที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้ประกอบการหันมาใช้วัสดุอื่นๆ ในการทำตัวเรือนมากขึ้น เช่น โลหะเงิน แต่บางรายก็ยังไม่มีความเชี่ยวชาญในการทำเครื่องประดับ (เช่น การหล่อ ขึ้นรูป การฝัง) และยังคงขาดความรู้ในการพัฒนากระบวนการผลิตเครื่องประดับเงินให้ดียิ่งขึ้น

ปัญหาด้านการออกแบบ/การพัฒนาสินค้า และการผลิต

- ขาดแนวทางในการส่งเสริมศักยภาพในการออกแบบ (ระดับของปัญหา - รุนแรง): การออกแบบยังเป็นลักษณะคิดแบบหรือปรับแบบตามประสบการณ์และความชอบของเจ้าของ ไม่มีช่างออกแบบมาช่วยเพราะมีค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือน ดังนั้น จึงนิยมใช้การซื้อแบบสำเร็จ/หรือลอกแบบขึ้นมา และใช้การขึ้นรูปด้วยกระบวนการหล่อเป็นหลัก เนื่องจากมีต้นทุนต่ำที่สุด ในด้านการขึ้นมือจะทำเมื่อมีงานจากลูกค้า ก็จะขึ้นมือเป็นชิ้นต่อชิ้น ส่วนการทำแบบชุด เช่น แหวน 30 วงขึ้นไป จะทำเมื่อลูกค้าสั่งเท่านั้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการบางรายให้ข้อสังเกตว่า แบบที่ตนคิดมักจำหน่ายไม่ได้เป็นส่วนใหญ่ หรือใช้เวลานานในการจำหน่าย

- ปัญหาด้านช่างผลิตเครื่องประดับ (ระดับของปัญหา - ปานกลาง): ช่างเจียรระไนในจังหวัดจันทบุรียังมีอยู่พอควร เนื่องจากผู้ประกอบการมักจ้างไว้ใช้งานประจำในที่ประกอบการ ส่วนด้านช่างผลิตเครื่องประดับมักใช้วิธีให้รับงานไปทำ เนื่องจากกระบวนการผลิตมีหลายขั้นตอน หากต้องมีช่างด้านการผลิตครบจะเป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ประกอบกับช่างผลิตเครื่องประดับต้องปรับตัวอย่างมากหลัง เครื่องประดับที่ใช้ทองคำมีงานน้อยลง ต้องมาผลิตเครื่องประดับเงินที่มีอัตราค่าจ้างต่ำกว่า และต้องผลิตในจำนวนที่มากขึ้น มีผลให้ในบางครั้ง ผู้ประกอบการขาดแคลนช่างในการทำงานเครื่องประดับ

2. การทำสำรวจกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสอบถามในจังหวัดจันทบุรีจำนวน 30 คนและในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 120 คน ในวันที่ 7-14 กันยายน 2553 สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 เพศหญิง อายุ 21-30 ปี รายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัท การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีที่อยู่ปัจจุบันในพื้นที่กรุงเทพฯ เครื่องประดับที่นิยมซื้อมากที่สุดคือแหวน และต่างหู ตัวเรือนเครื่องประดับประกอบพลอยเนื้ออ่อนที่ท่านนิยมซื้อมากที่สุดคือ ทองคำ รองลงมาคือ เงิน การเจียรระไนที่ท่านชื่นชอบมากที่สุดคือ การเจียรเหลี่ยม รองลงมาคือ การเจียรแบบหลังเบี้ย ระดับราคาเฉลี่ยของพลอยเนื้ออ่อนที่ท่านตั้งใจจะซื้อมากที่สุดคือ ราคาไม่เกิน 5,000 บาท ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องประดับพลอยเนื้ออ่อนให้เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมากที่สุดคือ แหวนกล ซึ่งใกล้เคียงกับการใช้ลวดลายจักษสาน

กลุ่มที่ 2 เพศหญิง อายุ 41-50 ปี รายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท อาชีพธุรกิจส่วนตัว การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีที่อยู่ปัจจุบันในจังหวัดจันทบุรี รูปแบบการแต่งกายที่ท่านสวมใส่มากที่สุดคือ รูปแบบร่วมสมัย โทนี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบมากที่สุดคือ โทนี่แบบ Cool casual เครื่องประดับที่ท่านนิยมซื้อมากที่สุดคือ แหวน และสร้อยคอ ตัวเรือนเครื่องประดับประกอบพลอยเนื้ออ่อนที่ท่านนิยมซื้อมากที่สุดคือ ทองคำ รองลงมาคือ ทองคำขาว การเจียรระไนที่ท่านชื่นชอบมากที่สุดคือ การเจียรเหลี่ยม รองลงมาคือ การเจียรแบบหลังเบี้ย ระดับราคาเฉลี่ยของพลอยเนื้ออ่อนที่ท่านตั้งใจจะซื้อมากที่สุดคือ ช่วงระดับราคา 5,001-7,500 และ 7,501-10,000 บาท ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องประดับพลอยเนื้ออ่อนให้เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมากที่สุดคือ แหวนกล รองลงมาคือ เครื่องประดับรูปแท่งโกเมน

เมื่อคณะผู้วิจัยได้ข้อมูลเบื้องต้นแล้ว ทำให้ทราบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนอัญมณีจังหวัดจันทบุรีต้องทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านการออกแบบเพื่อให้เป็นอัตลักษณ์ของตนเองเพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับธุรกิจนี้ได้ ทำให้คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ทำ Focus Group และแบบสอบถามข้างต้นมาเป็นข้อมูลในการออกแบบ (Design Brief) และเทคนิคในการผลิตเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ดังนี้

การแปลงข้อมูลเพื่อการออกแบบเป็นข้อมูลภาพ (Mood & Tone Chart)

กลุ่มเป้าหมายผู้หญิงทำงาน อายุ 21-30 ปี ข้อสรุปที่ได้จากแบบสอบถาม คือ กลุ่มเป้าหมายมีความชอบรูปแบบเครื่องประดับรูปแบบคลาสสิกจำนวนมากที่สุด โดยรูปแบบของงานคือ มีลักษณะเรียบง่าย สวมใส่ได้ทุกวันแต่มีความหรูหรา กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการรูปแบบเรียบง่ายแต่มีความโดดเด่น โดยที่ชนิดของเครื่องประดับนั้นคือ แหวน ต่างหู และจี้

กลุ่มเป้าหมายผู้หญิง อายุ 41-50 ปี ข้อสรุปที่ได้จากแบบสอบถาม คือ ข้อมูลรูปแบบของการแต่งกายเป็นแบบร่วมสมัย (fashionable) ซึ่งมีลักษณะการใช้ชีวิตระหว่างสังคมค่านิยมรูปแบบเดิมกับรูปแบบใหม่ทำให้มีรสนิยมและความต้องการเปลี่ยนแปลงไป มีความร่วมสมัย

หลักเกณฑ์ทางการออกแบบ (Design Criteria)

นอกจากข้อมูลของผู้บริโภคสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือ หลักเกณฑ์ทางการออกแบบ (Design Criteria) ซึ่งหมายถึงเงื่อนไขที่มีผลต่อการออกแบบ ข้อสรุปจากการสำรวจหลักเกณฑ์ทางการออกแบบหรือเงื่อนไขที่มีผลต่อการออกแบบของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรี ทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน คือ

เงื่อนไขความพร้อมของวัสดุด้านอัญมณี

จุดแข็ง คือ ธุรกิจการเจียรไนอัญมณีเป็นแบบธุรกิจขนาดเล็ก โดยผู้ประกอบการในกลุ่มมีทักษะความชำนาญในการทำงานสูง และมีช่างที่มีทักษะความชำนาญสูงประจำร้านหรือโรงงาน

จุดอ่อน คือ ลักษณะของเหลี่ยมเจียรไนมีรูปแบบพื้นฐานพบเห็นได้ทั่วไป

ขาดความรู้ในการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขาดระบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของอัญมณี เดิมมุ่งแต่การผลิตในเชิงปริมาณ

จากข้อมูลจุดแข็งและจุดอ่อน เรื่องเงื่อนไขความพร้อมของวัสดุด้านอัญมณีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรี สามารถสรุปได้ว่าการเลือกใช้อัญมณีที่มีเหลี่ยมเจียรไน และรูปทรงแบบมาตรฐานตามท้องตลาดจะสามารถหาได้ง่าย และมีราคาถูกกว่าการเลือกใช้อัญมณีที่มีเหลี่ยมเจียรไนและรูปทรงแบบพิเศษ หากแต่จุดแข็งของธุรกิจการเจียรไนอัญมณี ผู้ประกอบการและช่างในกลุ่มมีทักษะความชำนาญในการทำงานสูงประจำร้านและโรงงาน แต่ขาดระบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของอัญมณี โดยมักมุ่งแต่การผลิตในเชิงปริมาณในรูปแบบมาตรฐานตามท้องตลาด จากปัญหาดังกล่าวที่อัญมณีพลอยเนื้ออ่อนมีราคาไม่สูงนัก ซึ่งมีความต้องการในการเพิ่มมูลค่า จึงสมควรเลือกใช้อัญมณีที่ออกแบบเหลี่ยมเจียรไน และรูปทรงแบบพิเศษเพื่อศึกษาความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการเพิ่มมูลค่าพลอยเนื้ออ่อนดังกล่าว

เงื่อนไขความสามารถทางการผลิต

จุดแข็ง คือ ผู้ประกอบการมีหน้าร้านและแหล่งการผลิตเป็นของตนเอง วิธีการทำต้นแบบจึงใช้ลักษณะการผลิตเครื่องประดับโดยการขึ้นรูปโลหะด้วยมือเป็นหลัก เป็นการขึ้นรูปชิ้นงานด้วยโลหะทองและเงิน ขึ้นต่อขึ้นเพื่อจำหน่ายหน้าร้านของตน

จุดอ่อน คือ รูปแบบการผลิตหลักที่ใช้วิธีการทำต้นแบบเครื่องประดับโดยการขึ้นรูปโลหะด้วยมือมีข้อเสีย เมื่อขึ้นงานออกแบบเครื่องประดับ ต้องการความสมมาตรสูงจำเป็นต้องขึ้นรูปต้นแบบด้วยเทคโนโลยี CAD และ CAM ที่ขึ้นรูปต้นแบบจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3 มิติ และใช้เครื่องจักรทำต้นแบบที่เป็นเทียน/ขี้ผึ้ง (wax) ก่อนจึงนำไปหล่อเป็นโลหะ และจากการที่ช่างขึ้นรูปต้นแบบด้วยโลหะทำให้ขึ้นงานออกแบบเครื่องประดับที่ต้องการความพลิ้วไหวและอ่อนช้อยไม่สามารถทำได้ รวมถึงการขาดความสามารถในกระบวนการผลิตชิ้นงานจำนวนมาก ที่ผู้ประกอบการต้องนำไปจ้างผลิตในกรุงเทพฯ เป็นส่วนใหญ่

จากข้อมูลจุดแข็งและจุดอ่อน เรื่องเงื่อนไขความสามารถทางการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรี สามารถสรุปได้ว่าแบบที่ออกแบบนั้นจะต้องเอื้อกับรายการผลิตต้นแบบด้วยการขึ้นรูปโลหะด้วยมือเป็นหลัก การออกแบบชิ้นงานเครื่องประดับที่มีความพลิ้วไหวและอ่อนช้อย หรือการออกแบบเครื่องประดับที่มีรายละเอียดมาก และต้องการความสมมาตรสูงนั้นทำได้ยาก และต้องนำไปจ้างผลิตในแหล่งอื่น

กระบวนการผลิตที่ขึ้นต้นแบบด้วยเทียนนั้นจะมีความแตกต่างเรื่องขั้นตอนการผลิตที่เพิ่มขึ้นทำให้ระยะเวลาในการทำงานเพิ่มขึ้นไปด้วย เมื่อขึ้นต้นแบบด้วยเทียนแล้ว ต้องนำไปหล่อเป็นชิ้นงานโลหะอีกครั้ง ก่อนจะนำมาขัด แต่ง ฟังประกอบเป็นชิ้นงานจริง โดยการขึ้นรูปต้นแบบด้วยเทียนที่มีความแข็งแรงน้อย มีความยืดหยุ่นสูงนั้นทำให้สามารถปรับแต่งโครงสร้างได้ง่ายและอ่อนช้อยมากกว่าการขึ้นรูปด้วยโลหะ จากปัญหาดังกล่าวที่พลอยเนื้ออ่อนมีราคาไม่สูงนัก แต่มีความต้องการในการเพิ่มมูลค่า สามารถเพิ่มมูลค่าได้ด้วยการออกแบบตัวเรือนเครื่องประดับประกอบให้อัญมณีมีความน่าสนใจมากขึ้น ในงานวิจัยนี้จึงเลือกใช้เทคนิควิธีการขึ้นรูปต้นแบบให้เหมาะสมกับรูปแบบการออกแบบ คือ ทั้งการขึ้นรูปต้นแบบด้วยโลหะแบบเดิมและการขึ้นรูปต้นแบบด้วยเทียน เพื่อศึกษาความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการเพิ่มมูลค่าพลอยเนื้ออ่อนดังกล่าว

การสร้างเอกลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรีในการออกแบบ (Concept Design)

การสร้างเอกลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรีในการออกแบบ (Concept Design) เพื่อเพิ่มมูลค่าพลอยเนื้ออ่อนและเครื่องประดับพลอยเนื้ออ่อน สามารถสร้างได้จากเทคนิคในการคิดเชิงสร้างสรรค์ที่มีหลายวิธี ซึ่งงานวิจัยนี้ได้เลือกใช้วิธี “Mind Mapping” ร่วมกับผู้ร่วมวิจัยในโครงการหรือที่เรียกอีกอย่างว่า “แผนที่ความคิด” เป็นวิธีการบันทึกความคิดให้เห็นภาพความคิดที่หลากหลายมุมมอง กว้าง และที่ชัดเจน เป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ในการบันทึกความคิดของการอภิปรายกลุ่ม หรือการระดมความคิด โดยให้สมาชิกทุกคนเสนอความคิดเห็น และจดบันทึกให้ทุกคนมองเห็น พร้อมทั้งโยงเข้าหากันที่เกี่ยวของกัน เพื่อรวบรวมความคิดที่หลากหลายของทุกคน ไว้ในแผ่นกระดาษแผ่นเดียว ทำให้ทุกคนได้เห็นภาพความคิด

ของผู้อื่นได้ชัดเจน และเกิดความคิดใหม่ต่อไป เพื่อใช้สร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี

ผลจากการทำแผนภาพ Mind Mapping ผู้ร่วมวิจัยในโครงการมีความเห็นตรงกันว่าจะเลือก concept design ที่สื่อถึงจังหวัดจันทบุรีเพื่อใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้หญิงทำงาน อายุ 21-30 ปี 3 หัวข้อ ได้แก่

1. แหวนกล

concept design: ภูมิปัญญาการออกแบบ/แนวคิดการออกแบบ เช่น การประกอบกันของชิ้นงานแล้วทำให้เกิดหน้างานแบบที่แตกต่างจากชิ้นงานเดิม

2. การจักสาน

concept design: ภูมิปัญญาการออกแบบ/แนวคิดการออกแบบ เช่น ลวดลายที่เกิดจากการขัดกัน ลวดลายที่แสดงมิติ

3. ลักษณะงาน โคมินรูปแท่งที่นิยมใช้ในจังหวัดจันทบุรี

concept design: ภูมิปัญญาการออกแบบ/แนวคิดการออกแบบ เช่น ลักษณะทรงกระบอก ลวดลายเหลี่ยมเจียรระโน

ผลจากการทำแผนภาพ Mind Mapping ผู้ร่วมวิจัยในโครงการมีความเห็นตรงกันว่าจะเลือก concept design ที่สื่อถึงจังหวัดจันทบุรีเพื่อใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้หญิง อายุ 41-50 ปี 1 หัวข้อ คือ

ลวดลายฉลุขมมปังขิง

concept design: นำลวดลายฉลุขมมปังขิง ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมเมืองเก่าริมน้ำจันทบูร มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับ

ข้อสรุปแนวทางการออกแบบใน Design Brief ที่กลุ่มเป้าหมายผู้หญิงทำงาน อายุ 21-30 ปี

Customer :

Demographic	Psychographic
ผู้หญิงทำงาน อายุ 21-30 ปี	ทันสมัย ชื่นชอบความเรียบง่ายแต่โดดเด่น
รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท	คำนึงถึงคุณภาพ ความคุ้มค่าของราคา
การศึกษาระดับปริญญาตรี	เปรียบเทียบ รอบคอบ
อาศัยอยู่ในเขตเมือง (ของทั้งประเทศ)	มั่นใจในตัวเอง

Jewelry Type : แหวน ต่างหู จี้

Materials :

Metal : เงิน (เงินชุบโลหะมีค่า เช่น White gold, Yellow Gold)

Gems : พลอยเนื้ออ่อน

Prices : ต่ำกว่า 5,000 บาท

Theme : Clear & Chic

Key - Word : เก๋ ทันสมัย ชัดเจน กระจ่าง โปร่ง เข้าใจง่าย

Support Theme : กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตเมืองทำให้ บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ทันสมัย ชื่นชอบความเรียบง่ายแต่โดดเด่น ดังนั้นแนวความคิดที่สอดคล้องกับ Lifestyle ดังกล่าวคือ ลักษณะที่ดูชัดเจน สวมใส่ได้ทุกโอกาสแต่มีความโดดเด่นและทันสมัย

Concept Design :

แหวนกล ได้แก่นำภูมิปัญญาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ เช่น เครื่องประดับที่ถอดประกอบได้ เครื่องประดับที่ปรับใส่ได้หลายรูปแบบ หรือเครื่องประดับที่ปรับใส่เป็นเครื่องประดับชนิดอื่นได้ เป็นต้น

การออกแบบตัวเรือนเครื่องประดับขั้นต้นของกลุ่มเป้าหมายผู้หญิง อายุ 41-50 ปี

ข้อสรุปแนวทางการออกแบบใน Design Brief ที่กลุ่มเป้าหมายผู้หญิง อายุ 41-50 ปี

Customer :

Demographic	Psychographic
ผู้หญิง อายุ 41-50 ปี	ชื่นชอบความโดดเด่น หรุษราแต่เรียบง่าย
รายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท	คำนึงถึงคุณภาพ ความคุ้มค่าของราคา
Lifestyle	กลุ่มคนมีอายุ แต่เป็นคนรุ่นใหม่ มีรสนิยมเปลี่ยนแปลงไป เป็นกลุ่มที่กล้าใช้เงิน มี Purchasing Power สูง
อาศัยอยู่ในเขตเมือง (ของทั้งประเทศ)	มั่นใจในตัวเอง

Jewelry Type : แหวน และสร้อยคอ

Materials :

Metal : เงิน (เงินชุบโลหะมีค่า เช่น White gold, Yellow Gold)

Gems : พลอยเนื้ออ่อน

Prices : 5,000 – 10,000 บาท

ทำให้นักออกแบบทราบว่ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มคนมีอายุ แต่เป็นคนรุ่นใหม่ มีรสนิยมเปลี่ยนแปลงไป เป็นกลุ่มที่กล้าใช้เงิน มี Purchasing Power สูง มีความต้องการเครื่องประดับที่มีลักษณะโดดเด่น หรุษราแต่เรียบง่าย โดยผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนั้นต้องมีคุณภาพ เหมาะสมกับราคา โดยชนิดเครื่องประดับที่ออกแบบคือ

“แหวน และสร้อยคอ จี้ ต่างหู และสร้อยแขน” ซึ่งเครื่องประดับนี้ผลิตด้วยโลหะเงิน ชุบโลหะมีค่า เช่น White gold, Yellow Gold โดยใช้พลอยเนื้ออ่อน และมีราคาตั้งแต่ 5,000 – 10,000 บาท

Theme : Fashionable

Key - Word : ตามสมัยนิยม ตามแฟชั่น และทันสมัย

Support Theme : กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้หญิงที่มีอายุแต่เป็นคนรุ่นใหม่ มีรสนิยมเปลี่ยนแปลงไป เป็นกลุ่มที่กล้าใช้เงิน การอาศัยอยู่ในเขตเมืองทำให้บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ตามสมัยนิยม ตามแฟชั่น และทันสมัย ชื่นชอบความโดดเด่น หูหระแต่เรียบง่าย ดังนั้นแนวความคิดที่สอดคล้องกับ Lifestyle ดังกล่าวคือ ลักษณะที่มีความโดดเด่น แสดงภาพลักษณ์ที่ดูหูหระแต่เรียบง่าย

จากภาพแรงบันดาลใจดังกล่าวนักออกแบบสามารถนำมาสร้างสรรค์ด้วยวิธีต่างๆ ตามแนวทางดังต่อไปนี้ เช่น

1. การนำรูปแบบลวดลายฉลุขมบึงขิง ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมเมืองเก่าริมน้ำจันทบูร มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับ
2. การนำรูปแบบลวดลายฉลุขมบึงขิงที่มีลักษณะมุมมอง 2 มิติ มาสร้างสรรค์เป็นโครงสร้าง หรือลักษณะมุมมอง 3 มิติ
3. การนำรูปแบบลวดลายฉลุขมบึงขิงมาผสมผสานระหว่างแฟชั่น

จากกระบวนการออกแบบตัวเรือนเครื่องประดับขั้นต้น (Design Selection) ทำให้ได้ผลงานออกแบบหลากหลายรูปแบบ ตามแนวความคิด และแรงบันดาลใจที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงต้องทำการคัดเลือกผลงานออกแบบเพื่อใช้ในการผลิตเป็นต้นแบบ (Prototype) ในงานวิจัย ซึ่งการคัดกรองผลงานนั้นทำได้โดยการนำวัตถุประสงคในการวิจัยส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบมาแตกเป็นประเด็นสำคัญในการคัดกรอง ได้แก่

1. รูปแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี
2. รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค
3. สร้างมูลค่าเพิ่มให้พลอยเนื้ออ่อนได้ด้วยรูปแบบของงานออกแบบ
4. รูปแบบมีความน่าสนใจ และมีความแตกต่างจากรูปแบบเครื่องประดับที่ทำอยู่เดิม
5. ชิ้นงานสามารถผลิตได้ในรายการผลิตจำนวนมาก

จากกระบวนการศึกษา เก็บข้อมูลที่จำเป็นนำมาประมวลผลสู่กระบวนการออกแบบ คัดเลือกแบบในการผลิตเปรียบเสมือนการจำลองกระบวนการสร้างเครื่องประดับตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้าย คณะผู้วิจัยได้ผลิตเครื่องประดับต้นแบบ (Prototype) จากผลงานวิจัยดังต่อไปนี้

เครื่องประดับต้นแบบสำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้หญิงอายุ 41-50 ปี

แรงบันดาลใจจากลวดลายฉลุขมปังขิง

การพัฒนาเครื่องประดับชิ้นใหม่
กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนชัยภูมิจังหวัดจันทบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี



สถาบันวิจัยและพัฒนาชัยภูมิและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และคณะชัยภูมิ มหาวิทยาลัยบูรพา

การพัฒนาเครื่องประดับชิ้นใหม่
กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนชัยภูมิจังหวัดจันทบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี



สถาบันวิจัยและพัฒนาชัยภูมิและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และคณะชัยภูมิ มหาวิทยาลัยบูรพา

การพัฒนาเครื่องประดับชิ้นใหม่
กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนชัยภูมิจังหวัดจันทบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี



สถาบันวิจัยและพัฒนาชัยภูมิและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และคณะชัยภูมิ มหาวิทยาลัยบูรพา

การพัฒนาเครื่องประดับชิ้นใหม่
กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนชัยภูมิจังหวัดจันทบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี



สถาบันวิจัยและพัฒนาชัยภูมิและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และคณะชัยภูมิ มหาวิทยาลัยบูรพา

การพัฒนาเครื่องประดับชิ้นใหม่
กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนชัยภูมิจังหวัดจันทบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี



สถาบันวิจัยและพัฒนาชัยภูมิและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และคณะชัยภูมิ มหาวิทยาลัยบูรพา

เครื่องประดับต้นแบบสำหรับกลุ่มเป้าหมายผู้หญิงอายุ 21-30 ปี

