



การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโอ่งมังกร จังหวัดราชบุรี
THE DESIGN AND DEVELOPMENT OF JEWELLERY INSPIRED BY THE DRAGON JAR
OF RATCHABURI PROVINCE



วรวิทย์ กิตติธนะศักดิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2567

การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโอ่งมังกร จังหวัดราชบุรี



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE DESIGN AND DEVELOPMENT OF JEWELLERY INSPIRED BY THE DRAGON JAR
OF RATCHABURI PROVINCE



An Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(Master of Arts (Design for Business))

College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University

2024

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์
เรื่อง
การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโอ่งมังกร จังหวัดราชบุรี
ของ
วรวิทย์ กิตติธนะศักดิ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก	 ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล อินทร์จันทร์)	(รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)
	 กรรมการ
	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ พันธบุตร)

ชื่อเรื่อง	การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโอ่งมังกร จังหวัดราชบุรี
ผู้วิจัย	วรวิทย์ กิตติธนะศักดิ์
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2567
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นพดล อินทร์จันทร์

การวิจัยเรื่อง “การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโอ่งมังกร จังหวัดราชบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของโอ่งมังกรราชบุรีในด้านลวดลาย เทคนิค และคุณค่าทางวัฒนธรรม ควบคู่กับการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จในตลาดร่วมสมัย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเครื่องประดับต้นแบบที่สะท้อนรากทางวัฒนธรรมในรูปแบบที่เข้ากับบริบทของผู้บริโภคยุคใหม่ งานวิจัยนี้ใช้แนวทางการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านโอ่งมังกรจาก 3 โรงงานหลักในจังหวัดราชบุรี ได้แก่ โรงโอ่งเถาสูงใต้ โรงโอ่งเรืองศิลป์ 3 และโรงโอ่งรัตนโกสินทร์ เพื่อศึกษาลวดลาย การจัดวาง และอัตลักษณ์ในเชิงหัตถกรรม ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกับการศึกษากรณีตัวอย่างเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จในตลาด เพื่อสังเคราะห์แนวทางการออกแบบเครื่องประดับที่สามารถเชื่อมโยงกับคุณค่าทางวัฒนธรรมได้อย่างมีความหมาย ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายมังกร เช่น หัวมังกร ลำตัว และเกล็ด มีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ให้โอ่งมังกรราชบุรี ขณะที่ลวดลายรอง เช่น ลายน้ำ เมฆ ไฟ ลม และกุญแจเงิน มีความยืดหยุ่นในการนำไปตีความใหม่ในบริบทของการออกแบบเครื่องประดับ ผลการออกแบบที่ได้คือเครื่องประดับต้นแบบจำนวน 10 แบบ ในลักษณะจี้ ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของโอ่งมังกรผ่านการตีความเชิงสัญลักษณ์ โดยมีการจัดกลุ่มแรงบันดาลใจตาม “ธาตุทั้งห้า” ได้แก่ ดิน น้ำ ไฟ ลม และโลหะ ซึ่งเชื่อมโยงกับบุคลิกภาพหรือความหมายที่ผู้สวมใส่สามารถเลือกและปรับใช้ได้ตามความชอบ การออกแบบเครื่องประดับในครั้งนี้จึงเป็นความพยายามในการเชื่อมโยงระหว่างทุนทางวัฒนธรรมกับความคิดสร้างสรรค์ร่วมสมัย โดยคำนึงถึงความงาม ความหมาย และความยืดหยุ่นในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของผู้บริโภครุ่นใหม่ และเปิดโอกาสให้เกิดการต่อยอดคุณค่าทางวัฒนธรรมไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพทั้งในเชิงสุนทรียศาสตร์และเชิงพาณิชย์

คำสำคัญ : เครื่องประดับร่วมสมัย, ลวดลายโอ่งมังกร, ราชบุรี, การออกแบบเชิงสัญลักษณ์, ทุนทางวัฒนธรรม

Title	THE DESIGN AND DEVELOPMENT OF JEWELLERY INSPIRED BY THE DRAGON JAR OF RATCHABURI PROVINCE
Author	VOLAVEE KITTITHANASAK
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2024
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Noppadol Inchan

This research, titled *"The Design and Development of Jewellery Inspired by the Dragon Jar of Ratchaburi Province,"* aimed to study the identity of Ratchaburi's dragon jars, focusing on their motifs, decorative techniques, and cultural significance. The study also aimed to analyze successful contemporary jewellery design strategies in order to develop a collection of prototype pieces that meaningfully interpret traditional heritage in a way that suits modern consumers. The research used a Research and Development (R&D) methodology. Qualitative data were collected through in-depth interviews with experts from three leading dragon jar workshops in Ratchaburi: Tao Hong Tai, Ruang Silp 3, and Rattanakosin Jar Factory. These interviews explored motifs, composition, and artisanal identity within the local craft context. The findings were synthesized alongside case studies of successful jewellery brands to establish culturally resonant design approaches. The results revealed that key dragon jar motifs—such as the dragon's head, body, and scales—play a vital role in shaping its identity. Secondary motifs, including water, clouds, fire, wind, and Chinese key patterns, were found to be adaptable and meaningful when reinterpreted into jewellery designs. The outcome of the research was a series of ten jewellery prototypes, designed as pendants, that express these motifs through symbolic abstraction. The designs are grouped into five elemental themes—Earth, Water, Fire, Air, and Metal—each representing personality traits or values that wearers can select and personalize. This design initiative represents an effort to connect between cultural heritage with contemporary creativity. It emphasizes aesthetic appeal, symbolic depth, and adaptability in use—qualities that align with the preferences of modern consumers. Ultimately, the project reflects an effort to revitalize traditional cultural value through design, offering potential for future development in both artistic and commercial contexts.

Keyword : Contemporary jewellery, Dragon jar motifs, Ratchaburi, Symbolic design, Cultural heritage

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโอ่งมังกร จังหวัดราชบุรี” นี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความร่วมมือและความเมตตาจากหลายฝ่าย ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการศึกษาค้นคว้าและพัฒนาเนื้อหาตลอดกระบวนการได้อย่างมั่นใจและเต็มเปี่ยมด้วยแรงบันดาลใจ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อ ผศ. ดร.นพดล อินทร์จันทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ซึ่งกรุณาให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด ด้วยความเอาใจใส่ ละเอียดรอบคอบ และไม่เพียงให้ความรู้เชิงวิชาการเท่านั้น แต่ยังเป็นพลังใจสำคัญที่ช่วยให้ผู้วิจัยก้าวผ่านทุกช่วงเวลาในกระบวนการทำวิจัยครั้งนี้ได้อย่างมั่นคง

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ได้เมตตาให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ และมุมมองอันลึกซึ้ง ที่ช่วยส่งเสริมให้งานวิจัยนี้มีความรอบด้านและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอแสดงความขอบคุณอย่างจริงใจต่อเจ้าของกิจการและช่างฝีมือจากโรงงานโอ่งมังกรในจังหวัดราชบุรีทั้งสามแห่ง ได้แก่ เกาสงไถ่, โรงโอ่งรัตนโกสินทร์ และ โรงโอ่งเรืองศิลป์ 3 ที่ให้เกียรติและสละเวลาอันมีค่าร่วมให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเทคนิคการผลิต ลวดลาย และอัตลักษณ์เฉพาะของโอ่งมังกร รวมถึงให้กำลังใจและการต้อนรับอย่างอบอุ่น ซึ่งล้วนเป็นแรงผลักดันสำคัญต่อแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับในงานวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณจากใจต่อ ครอบครัวที่เป็นกำลังใจและแรงสนับสนุนที่มั่นคงในทุกช่วงจังหวะของชีวิต ไม่ว่าจะเป็นวันที่เหนื่อยล้าหรือในวันที่สำเร็จ ทุกคำพูดและการอยู่เคียงข้างล้วนเป็นพลังอันยิ่งใหญ่ที่เติมเต็มหัวใจผู้วิจัยเสมอมา

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ ตนเองที่ยังคงยืนหยัดในเส้นทางแห่งความฝัน แม้ในวันที่เต็มไปด้วยคำถาม ความไม่แน่ใจ และอุปสรรค ผู้วิจัยยังคงเลือกที่จะก้าวต่อไปด้วยความมุ่งมั่น ศรัทธา และหัวใจที่รักในการเรียนรู้เสมอ

วรวิทย์ กิตติธนะศักดิ์

สารบัญ

หน้า

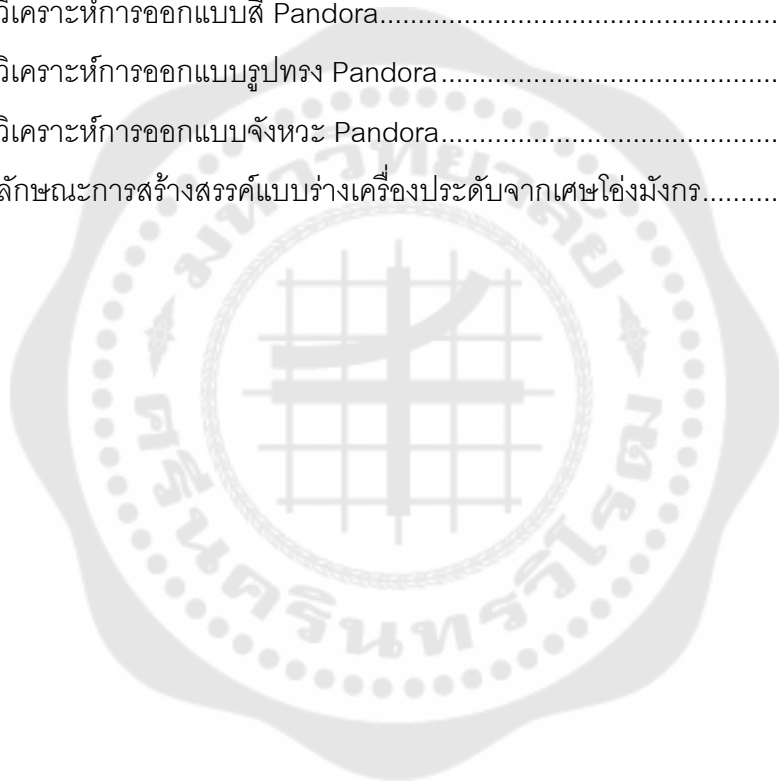
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย	3
ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา.....	3
ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล	3
ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย	3
ขอบเขตด้านเครื่องมือวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	6
อัตลักษณ์ของโองมังกรราชบุรี	6
ศึกษาประวัติศาสตร์และความสำคัญของโองมังกรราชบุรีที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของพื้นที่ ...	6
วิเคราะห์ลวดลายและการผลิตโองมังกรราชบุรี รวมถึงความหมายทางวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง.....	8

การออกแบบเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมแฟชั่น	15
การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค Generation Z	18
วิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	24
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
กลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึก	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews)	26
กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล	26
การเตรียมเครื่องมือ	26
การขออนุญาต	27
การติดต่อและนัดหมาย	27
การสัมภาษณ์	27
การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล	28
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)	28
การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (Comparative Analysis)	28
การสังเคราะห์และการอธิบายความหมาย (Synthesis and Interpretation)	28
การวิเคราะห์เพื่อการออกแบบเครื่องประดับ (Design Implication Analysis)	28
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
ขั้นตอนที่ 1: เพื่อศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของโอ่งมังกรที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรี ..	29
ส่วนที่ 1 ลวดลายหลักโอ่งมังกรจังหวัดราชบุรีในการนำมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับ	31
ส่วนที่ 2 ลวดลายรองของโอ่งมังกรจังหวัดราชบุรีในการนำมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับ ..	35
ส่วนที่ 3 เอกลักษณ์ของสีในโอ่งมังกรจังหวัดราชบุรีในการนำมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับ ...	39

ขั้นตอนที่ 2: เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จ	42
ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับจากเศษโองมั่งกรจังหวัดราชบุรี	53
การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบ	53
การวิเคราะห์กรณีศึกษาแบรนด์ Pandora และแนวโน้มที่เกี่ยวข้อง	55
การกำหนดแนวคิดในการออกแบบ	56
การเลือกใช้สีของเครื่องประดับเพื่อสอดคล้องกับบุคลิกภาพของผู้บริโภค Generation Z	57
การสร้างต้นแบบ	64
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	65
สรุปผลวิจัย	65
อภิปรายผลการวิจัย	69
ข้อเสนอแนะ	70
บรรณานุกรม	71
ประวัติผู้เขียน	74

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ลวดลายที่ใช้ตกแต่งบนโอ่งจังหวัดราชบุรี	14
ตาราง 2 SP (Shop Owner/Producer) AP (Artisan Painter)	30
ตาราง 3 คอลเลกชันเครื่องประดับของ Pandora ในปี 2023-2024 ที่มียอดขายสูงสุดและได้รับ ความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภค	44
ตาราง 4 วิเคราะห์การออกแบบสี Pandora	46
ตาราง 5 วิเคราะห์การออกแบบรูปทรง Pandora	47
ตาราง 6 วิเคราะห์การออกแบบจังหวะ Pandora	51
ตาราง 7 ลักษณะการสร้างสรรค์แบบร่างเครื่องประดับจากเศษโอ่งมังกร	61



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย	5
ภาพประกอบ 2 โฉ่งมังกรจังหวัดราชบุรี	7
ภาพประกอบ 3 หน้าเว็บไซต์ Pandora x Disney	16
ภาพประกอบ 4 สถิติของเพศที่มีความสนใจในโซเชียลมีเดียต่อผลิตภัณฑ์ Pandora.....	16
ภาพประกอบ 5 Positionig ของคนละเจนเนอเรชั่นในแต่ละประเทศ	20
ภาพประกอบ 6 โฉ่งมังกร ลายหัวมังกร	32
ภาพประกอบ 7 โฉ่งมังกร ลำตัวมังกร	33
ภาพประกอบ 8 โฉ่งมังกร ลายเกล็ด	33
ภาพประกอบ 9 โฉ่งมังกร ลายขามังกร	34
ภาพประกอบ 10 โฉ่งมังกร เกล็ดมังกร.....	34
ภาพประกอบ 11 ลายกัญแจเงิน	37
ภาพประกอบ 12 ลายเมฆ	37
ภาพประกอบ 13 ลายไฟ.....	38
ภาพประกอบ 14 ลายนํ้า	38
ภาพประกอบ 15 ลายเถาวัลย์.....	39
ภาพประกอบ 16 โฉ่งมังกร สีเขียว	41
ภาพประกอบ 17 โฉ่งมังกร สีน้ำตาล.....	41
ภาพประกอบ 18 Disney x Pandora	43
ภาพประกอบ 19 แบบร่างที่ 1 (Sketch Design)	59
ภาพประกอบ 20 แบบร่างที่ 2 (Sketch Design)	60
ภาพประกอบ 21 แบบร่างที่ 3 (Sketch Design)	64

บทที่ 1

บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาในจังหวัดราชบุรีนับเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานและมีบทบาทสำคัญในฐานะภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะการผลิตโอ่งมังกรซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ได้รับความนิยมแพร่หลายในอดีตทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลังมานี้ อุตสาหกรรมโอ่งมังกรกลับประสบปัญหาด้านความนิยมที่ลดลงอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีรสนิยมและพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ส่งผลให้ผู้ผลิตจำเป็นต้องมองหาแนวทางในการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของยุคสมัย (ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก, 2554)

นอกจากนี้ รายงานจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี (พงษ์พันธ์ ชมชื่น, 2562) ยังชี้ว่า ความนิยมในการใช้งานโอ่งมังกรมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากมีการเปลี่ยนไปใช้วัสดุอื่นที่สะดวกกว่า เช่น ถังพลาสติกหรือถังสแตนเลส ซึ่งมีขนาดเล็ก น้ำหนักเบา และเข้ากับรูปแบบการดำเนินชีวิตในเมืองมากกว่าในอดีต

พบว่าที่ผ่านมามีโรงงานเครื่องปั้นดินเผาทั้งหมดในจังหวัดราชบุรีมี 68 แห่ง แต่ในปี พ.ศ. 2567 จำนวนโรงงานได้ลดลงเหลือเพียง 20 แห่งเท่านั้น ซึ่งสะท้อนถึงการลดลงของความนิยมและความต้องการของผู้บริโภคที่มีน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด การเปลี่ยนแปลงนี้ชี้ให้เห็นถึงความท้าทายที่อุตสาหกรรมเซรามิกหรือการผลิตโอ่งมังกรที่ถือเป็นสัญลักษณ์หนึ่งในจังหวัดราชบุรีกำลังเผชิญ และอาจเป็นสัญญาณของความต้องการในการปรับตัวเพื่อเข้าถึงตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว แม้จะมีการปรับปรุงรูปแบบและสีสันทันของผลิตภัณฑ์โอ่งมังกรให้หลากหลายมากขึ้น แต่อัตลักษณ์แบบดั้งเดิมของโอ่งมังกรยังคงถูกมองว่าไม่ทันสมัย และไม่สอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับความเรียบง่าย ความร่วมสมัย และการแสดงออกถึงตัวตนผ่านการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ส่งผลให้อุตสาหกรรมโอ่งมังกรต้องเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวเพื่อรักษาอัตลักษณ์เดิมไว้ พร้อมกับสร้างความเชื่อมโยงกับผู้บริโภคยุคใหม่ให้ได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยจึงสนใจนำพลวัตของโอ่งมังกร ซึ่งอาจไม่เป็นที่นิยมในรูปแบบดั้งเดิมในการใช้งาน มาต่อยอดเชิงออกแบบในรูปแบบของเครื่องประดับร่วมสมัย โดยประยุกต์ใช้พลวัตและรูปทรงที่แตกต่างกันให้เกิดเป็นชิ้นงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เครื่องประดับเหล่านี้ไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อความต้องการด้านความงามหรือการแสดงสถานภาพทางสังคมเท่านั้น แต่ยังสามารถสื่อสารถึง

ตัวตน ความคิดสร้างสรรค์ และรสนิยมของผู้สวมใส่ได้อย่างชัดเจน กลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่ให้ความสำคัญกับการแสดงออกทางตัวตนและแฟชั่น พวกเขามองหาผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่สวยงาม แต่ยังต้องสะท้อนถึงเอกลักษณ์และความเป็นตัวของตัวเอง เครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกแบบดั้งเดิมที่มีขนาดใหญ่และเน้นการใช้สอยจึงไม่สามารถตอบโจทย์กลุ่มนี้ได้ จึงเกิดคำถามสำคัญว่า หากนำลวดลายของโอ่งมังกรมาสร้างสรรค์เป็นเครื่องประดับที่มีความทันสมัยและมีเอกลักษณ์ จะสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคได้หรือไม่ ความสนใจหรือนิยมของกลุ่มผู้บริโภคนั้นจึงมีความสำคัญในการทำงานในวิจัย

เครื่องประดับเป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้สวมใส่มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์มีหลากหลายประเภท แต่ที่นักวิจัยสนใจคือชาร์ม เครื่องประดับที่ใช้ได้หลากหลายรูปแบบ โดย “ชาร์ม” หรือ “จี้ประดับ” ในอดีตทำจากวัสดุธรรมชาติ เช่น เปลือกหอย กระดุกสัตว์ และต่อมาได้พัฒนาเป็นอัญมณีและแร่หิน ในหลายวัฒนธรรม ชาร์มถูกใช้เป็นสัญลักษณ์และเครื่องราง เช่น ในอียิปต์โบราณ และจักรวรรดิโรมัน สร้อยข้อมือชาร์มได้รับความนิยมมาตั้งแต่สมัยโบราณ และเริ่มเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในยุคเรอเนซองส์ (ค.ศ. 1500-1600) การพัฒนาของเครื่องประดับชาร์มยังคงต่อเนื่อง โดย “แพนดอร่า” แบรินด์เครื่องประดับจากเดนมาร์ก ได้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาตลาดชาร์ม และเครื่องประดับคุณภาพสูงทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งเป็นฐานการผลิตหลัก แพนดอร่าเป็นหนึ่งในแบรนด์เครื่องประดับที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยเน้นการออกแบบที่สามารถปรับแต่งได้ตามความชอบของผู้สวมใส่ ทำให้เครื่องประดับมีความเป็นเอกลักษณ์และสามารถสะท้อนบุคลิกของผู้สวมใส่ได้ชัดเจน ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อและความต้องการของผู้บริโภคเครื่องประดับแพนดอร่า เพื่อพัฒนาศักยภาพแบรนด์และสร้างความแข็งแกร่งในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

ดังนั้น การสร้างสรรค์เครื่องประดับจากลวดลายของโอ่งมังกรน่าจะเป็นการตอบสนองต่อปัญหาการลดลงของความนิยมในโอ่งมังกรดั้งเดิม และการเลียนหายไปของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของราชบุรี การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นที่จะนำทุนทางวัฒนธรรมมาปรับใช้ในงานออกแบบเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยการนำรากเหง้าและวัฒนธรรมของราชบุรีมาใช้ในการสร้างสรรค์นี้ถือเป็นการอนุรักษ์และส่งต่อวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์หัตถ์ลักษณะของโถ่งมังกรที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของเครื่องประดับที่เป็นที่ประสบความสำเร็จ
3. เพื่อพัฒนาเครื่องประดับจากเศษโถ่งมังกรของจังหวัดราชบุรีออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

ศึกษาภาคสนามในจังหวัดราชบุรี ณ โรงงานผลิตโถ่งมังกรที่มีชื่อเสียงและประสบการณ์ยาวนาน 3 แห่ง ได้แก่ เกาชงไถ่ เรืองศิลป์ 3 โรงโถ่งรัตนโกสินทร์

ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ หรือช่างฝีมือในแต่ละโรงงาน รวมจำนวนทั้งสิ้น 18 คน กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่

1. ผู้ประกอบการ: เจ้าของหรือผู้จัดการโรงงาน จำนวน 1 คนต่อโรงงาน (รวม 3 คน)
2. ช่างฝีมือ: ช่างเขียนลายประจำโรงงาน จำนวน 5 คนต่อโรงงาน (รวม 15 คน)

ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยอยู่ในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2568 รวมระยะเวลาทั้งสิ้นประมาณ 5 เดือน ซึ่งครอบคลุมกระบวนการเก็บข้อมูลภาคสนาม การออกแบบต้นแบบ และการประเมินต้นแบบเครื่องประดับ

ขอบเขตด้านเครื่องมือวิจัย

ใช้เครื่องมือเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาความเหมาะสมของต้นแบบเครื่องประดับ

นิยามศัพท์เฉพาะ

Generation Z (GEN Z) หมายถึง กลุ่มเป้าหมายคือผู้บริโภครุ่นที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2540-2555 (1997-2012) หรือในปัจจุบันมีอายุประมาณ 12-27 ปี ความสนใจหลักของกลุ่มนี้อยู่ที่ แฟชั่น เครื่องประดับ และวัฒนธรรมร่วมสมัย โดยเฉพาะสิ่งที่สะท้อนเอกลักษณ์และตัวตนของพวกเขา นอกจากนี้ กลุ่มนี้ยังให้ความสำคัญกับ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ

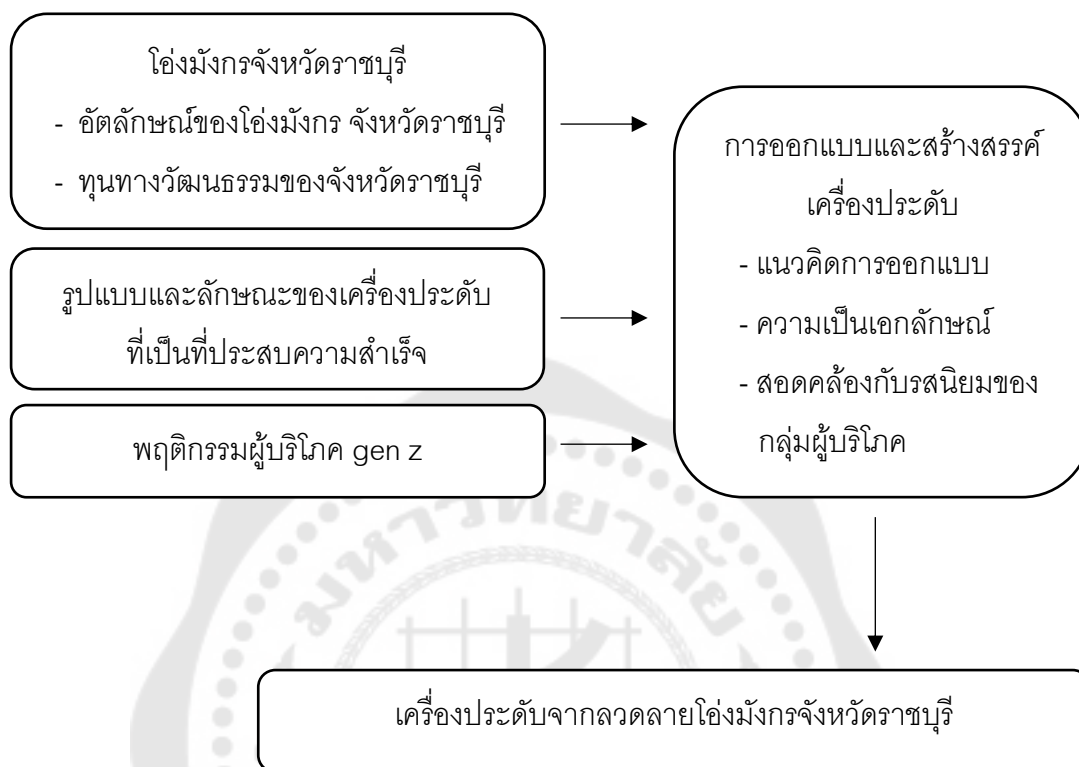
ลวดลายโอ่งมังกรจังหวัดราชบุรี หมายถึง ลวดลายที่ปรากฏบนโอ่งมังกรซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรมดินเผาท้องถิ่นของจังหวัดราชบุรี โดยออกแบบจากจินตนาการ ความเชื่อ และภูมิปัญญาช่างฝีมือที่ถ่ายทอดต่อกันมาอย่างยาวนาน

เครื่องประดับ หมายถึง เครื่องประดับที่สร้างสรรค์จากลวดลายโอ่งมังกรจังหวัดราชบุรีนี้จะเน้นเฉพาะ จี้ หรือ ชาร์ม โดยใช้เศษโอ่งมังกรเป็นวัสดุหลัก เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลที่ช่วยส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของโอ่งมังกรที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรี ทั้งในด้านลวดลาย เทคนิคการผลิต และความหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการอนุรักษ์หรือประยุกต์ในงานออกแบบร่วมสมัยได้อย่างเหมาะสม
2. ได้แนวทางและองค์ประกอบการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยจากการศึกษาเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จในตลาด ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความสนใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
3. ได้แบบต้นแบบเครื่องประดับที่พัฒนาขึ้นจากลวดลายของโอ่งมังกร ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในจังหวัด และส่งเสริมการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและพฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

แหล่งที่มาของภาพ: ผู้วิจัย

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยเรื่อง "การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโอ่งมังกร จังหวัดราชบุรี" ผู้วิจัยได้แบ่ง หัวข้อออกเป็นดังต่อไปนี้

1. อัตลักษณ์ของโอ่งมังกรราชบุรี

1.1 ศึกษาประวัติศาสตร์และความสำคัญของโอ่งมังกรราชบุรีที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของพื้นที่

1.2 วิเคราะห์ลวดลายและการผลิตโอ่งมังกรรวมถึงความหมายทางวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง

2. การออกแบบเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมแฟชั่น

3. การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค Generation Z

4. วิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัตลักษณ์ของโอ่งมังกรราชบุรี

ศึกษาประวัติศาสตร์และความสำคัญของโอ่งมังกรราชบุรีที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของพื้นที่

โอ่งมังกรราชบุรี (Ratchaburi Dragon Jar) มีจุดกำเนิดจากการบุกเบิกของชาวจีนโพ้นทะเล นายจือเหม้ง แซ่ฮั้ง และนายซ่งฮง แซ่เตีย ซึ่งมีบ้านเดิมอยู่ที่หมู่บ้านบังโคยในประเทศจีน ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผา พวกเขาเดินทางมาประเทศไทยเมื่ออายุ 23 ปี และทำงานเป็นช่างวาดลวดลายที่โรงงานเครื่องปั้นดินเผาเอ็งเล้งในกรุงเทพฯ วันหนึ่งเมื่อนายจือเหม้งเดินทางมาเยี่ยมญาติที่จังหวัดราชบุรี เขาได้พบแหล่งดินที่มีสีส้มออกเหลืองที่เหมาะสมสำหรับทำเครื่องปั้นดินเผา จึงเก็บกลับไปยังโรงงานที่กรุงเทพฯ และทดลองปั้นเป็นภาชนะ ผลที่ออกมาคือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี มีสีส้มสวยงาม (สมาคมเครื่องเคลือบดินเผาราชบุรี, 2554, หน้า 28)

ในปี พ.ศ. 2477 พวกเขาได้ร่วมกันตั้งโรงงาน “เถ้าเซ่งหลี” เป็นโรงงานผลิตเครื่องปั้นดินเผาแห่งแรกของจังหวัดราชบุรี ในระยะแรกมีปัญหาในการทำงานเนื่องจากคนในท้องถิ่นไม่มีความรู้เรื่องเครื่องปั้นดินเผา นายจือเหม้งต้องทำทุกอย่างเอง รวมถึงการปั้น เเผา และนำไปขาย แม้จะเผชิญกับความยากลำบากในการผลิต แต่กิจการของโรงงานเครื่องปั้นดินเผาในจังหวัดราชบุรีก็เริ่มดีขึ้นหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยเฉพาะเมื่อสินค้าอุปโภคบริโภคขาด

แคลนและมีราคาแพง (สมาคมเครื่องเคลือบดินเผาราชบุรี, 2554, หน้า 28) ในช่วงแรก โถ่งมังกรที่ผลิตยังไม่มีลวดลาย แต่เนื่องจากคนซื้อต้องการลายใหม่ ๆ ช่างเขียนลายจึงต้องคิดลวดลายใหม่ ๆ มาติดบนโถ่งราชบุรี และในที่สุดลายมังกรก็กลายเป็นลายที่นิยมมากที่สุด ทำให้โรงโถ่งทุกแห่งในจังหวัดราชบุรีผลิตโถ่งที่มีลวดลายเป็นมังกร ซึ่งได้รับแนวคิดมาจากการเลียนแบบลวดลายบนโถ่งของจีน โดยมีความหมายที่เป็นมงคลและสอดคล้องกับความเชื่อของชาวจีน ราชบุรีและมังกรถือว่าอยู่คู่กันมาเสมอ (จริญญาพร, 2567) ในราชบุรีชาวจีนได้นำลวดลายมังกรมาประดับตกแต่งสิ่งของต่าง ๆ เช่น งานสถาปัตยกรรม ประติมากรรม และภาชนะดินเผา ซึ่งเป็นที่มาของ “โถ่งมังกรราชบุรี” ที่มีชื่อเสียง และถือเป็นภูมิปัญญาที่สำคัญของจังหวัด การประดับลายมังกรบนโถ่งไม่เพียงแต่เพิ่มความสวยงาม แต่ยังแฝงไปด้วยความหมายที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อและความเป็นสิริมงคล นอกจากนี้มังกรยังมีบทบาทสำคัญในพิธีกรรมและประเพณี เช่น ตรุษจีน สารทจีน เทศกาลกินเจ ซึ่งมักจะมีการใช้มังกรในการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อความเป็นสิริมงคล

นอกจากนี้ มังกรยังมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบัน เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมใน “เส้นทางมังกรราชบุรี” กิจกรรมเทศกาล และงานศิลปะร่วมสมัยในชุมชน โดยสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงพลวัตของมังกรในฐานะเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรีที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน



ภาพประกอบ 2 โถ่งมังกรจังหวัดราชบุรี

แหล่งที่มาของภาพ : <https://www.shutterstock.com>

วิเคราะห์ลวดลายและการผลิตโอ่งมังกร รวมถึงความหมายทางวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้อง

จังหวัดราชบุรีตั้งอยู่ในภูมิศาสตร์ที่มีความหลากหลาย โดยตั้งอยู่ที่ละติจูด 13 องศา 32 ลิปดา 44 ฟลิปดาเหนือ และลองจิจูด 99 องศา 46 ลิปดา 36 ฟลิปดาตะวันออก ติดกับประเทศเมียนมาร์โดยมีเทือกเขาตะนาวศรีเป็นแนวพรมแดน ซึ่งทำให้พื้นที่มีทั้งภูเขาสูงและที่ราบลุ่ม โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองราชบุรีและอำเภอโพธารามที่ตั้งอยู่สองฝั่งแม่น้ำแม่กลอง เป็นพื้นที่ที่มีดินอุดมสมบูรณ์ ลักษณะดินในพื้นที่นี้มีความหลากหลาย เช่น ดินร่วน ดินร่วนปนดินเหนียว และดินเหนียวละเอียด ซึ่งมีสีเฉพาะเช่นน้ำตาลแดงสลับจุดขาวหรือดินสีมันปู ดินเหล่านี้มีแร่เหล็กผสมอยู่ในปริมาณมาก ทำให้ดินมีคุณสมบัติพิเศษ คือสามารถเผาไฟด้วยความร้อนสูง และมีความแข็งแรงหลังการเผา จึงทำให้เมื่อใช้ดินนี้ในการผลิตโอ่งมังกรราชบุรี ผลิตภัณฑ์จะมีความแข็งแรงและสามารถเก็บน้ำได้ดี อีกทั้งยังมีลักษณะเฉพาะของโอ่งมังกรที่มีพื้นสีน้ำตาลและลวดลายสีเหลือง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรี (กรมทรัพยากรทางปัญญา, 2563; สถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร, 2555)

การศึกษาคุณสมบัติและองค์ประกอบของดินที่ใช้ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคตะวันตกของประเทศไทยนั้น ได้มีการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือเอกซเรย์ฟลูออเรสเซนซ์สเปกโตรมิเตอร์ (X-ray Fluorescence Spectrometer) เพื่อทำความเข้าใจคุณสมบัติพิเศษของดินในพื้นที่ โดยเฉพาะในจังหวัดราชบุรีที่มีชื่อเสียงด้านการผลิตโอ่งมังกรคุณภาพสูง ราชบุรีถือเป็นแหล่งผลิตที่เหมาะสม เนื่องจากมีองค์ประกอบทางธรณีวิทยาสำคัญ เช่น SiO_2 (ซิลิกา) และ Al_2O_3 (อลูมินา) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ จากการวิจัยพบว่า SiO_2 เป็นองค์ประกอบหลักที่ช่วยเพิ่มความทนทานต่อความร้อน เหมาะสำหรับกระบวนการเผาในอุณหภูมิสูง รวมถึงเป็นส่วนประกอบสำคัญในดินทราย ดินเหนียว คอนกรีต อิฐ และซีเมนต์ ส่วน Al_2O_3 มีคุณสมบัติในการเพิ่มความแข็งแรงและความทนทาน ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพสูงและทนทานมากยิ่งขึ้น ผลลัพธ์นี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้โอ่งมังกรจากจังหวัดราชบุรีมีความโดดเด่นและได้รับการยอมรับในระดับประเทศ (ศุภรัตน์ ทศน์เจริญ, เกศสุดา แซ่ตั้ง, สุมัจฉา เจียนแจ้ง, อังคณา แก้วประเสริฐ, จักรพงษ์ แก้วขาว, 2563) โอ่งราชบุรีในสมัยแรก ไม่ได้มีลวดลายจึงเรียกว่าโอ่งเลียน ในช่วงเวลาต่อมาช่างทำโอ่งได้คิดลวดลายตกแต่งลงบนผลงาน โดยแกะสลักไม้เป็นลายเส้นดอกไม้ ลายไทยแบบง่ายๆ ประทับลงบนโอ่ง เมื่อมีคนเริ่มทำ คู่แข่งทางการตลาดที่มีอยู่ก็เริ่มแข่งขัน โดยในแต่ละโรงงานก็พัฒนา คิดหาสัญลักษณ์ที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น แต่ก็ทำเป็นลายง่ายๆ ที่ป่าโอ่ง เช่นรูปหงส์ ปู สิงห์ เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละโรงงาน ต่อมาชาวจีนเข้ามา

มากขึ้น ได้มีการเลียนแบบการคิดสัญลักษณ์ โดยส่วนมากชาวจีนจะคิดตามคติความเชื่อของชาวจีน ลวดลายส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติ ได้แก่ นก สิงโต ม้า มังกร จึงได้ติดต่อชื่อดินขาวจากชาวจีนเพื่อใช้เขียนลาย เมื่อมีลวดลายจึงทำให้ลูกค้าสั่งซื้อโ่งมามากยิ่งขึ้น จึงเป็นจุดเริ่มต้นของโ่งที่มีลายมังกรเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น (ปรียาพร นุชบา, 2547)

ส่วนประกอบของโ่ง

1. ปากโ่ง (Rim): เป็นส่วนที่อยู่ด้านบนสุดของโ่ง มีลักษณะขอบโค้งหรือยื่นออกเล็กน้อย เพื่อสะดวกในการจับถือและเทน้ำ
2. คอ (Neck): ส่วนที่อยู่ถัดจากปากโ่งลงมา มีลักษณะแคบกว่าส่วนอื่น
3. บ่าหรือไหล่ (Shoulder): เป็นส่วนที่ขยายออกจากคอ มีลักษณะโค้งออกเล็กน้อย เป็นจุดที่เริ่มกว้างออกและทำหน้าที่เชื่อมต่อคอกับตัวโ่ง
4. ตัวโ่ง (Body): เป็นส่วนที่ใหญ่ที่สุดและทำหน้าที่เป็นภาชนะบรรจุ มักจะมีการตกแต่งลวดลายต่างๆ
5. ฐานหรือก้นโ่ง (Base): เป็นส่วนล่างสุดของโ่ง ช่วยให้โ่งสามารถตั้งได้มั่นคง

ประเภทของลวดลายของโ่งมังกร

ลวดลายที่ปรากฏบนโ่งมีหลายหลาย สามารถแบ่งกลุ่มลวดลายออกมาได้ 2 ลักษณะคือ

1. กรรมวิธีการตกแต่งและเขียนลวดลายบนโ่งสามารถแบ่งออกได้หลายวิธีการ คือ ลายกดประทับ ลายขูดขีด ลายเรียบ ลายพิมพ์ และลายฉลุ
 - 1.1 ลายกดประทับ คือ ลวดลายที่ใช้เครื่องมือแกะจากเนื้อไม้แข็งกดลงบนบ่อโ่ง เช่น ลายไม้ ลายไทย ลายนก ลายเรขาคณิต ในปัจจุบันไม่นิยมทำกันแล้ว
 - 1.2 ลายขูดขีด คือ การสร้างลวดลายโดยใช้เครื่องมือปั้นขูดบนผิวโ่งขณะที่ยังคงแข็งแรง ทั่ว ลวดลายที่ได้มักเป็นเส้นแบบง่าย ๆ เช่น เส้นเดียว เส้นคู่ หรือเส้นหลายเส้น โดยมีความแตกต่างกันทั้งเส้นเล็ก เส้นใหญ่ หรืออาจเป็นลายขรุขระ ลายไทย หรือดอกไม้ เพื่อสร้างเรื่องราวตามแบบที่ต้องการ การขูดขีดอาจทำให้เกิดร่องลึก ซึ่งเมื่อเคลือบแล้วจะทำให้ลวดลายดูชัดและสวยงามมากขึ้น
 - 1.3 ลายเรียบ คือ ลวดลายที่ใช้นิ้วในการขูดให้เป็นเส้น ทำให้เกิดลายต่างบนโ่ง เช่น ลายปลา ลายนกกระเรียน มังกรลายเรียบ เป็นต้น

1.4 ลายพิมพ์ คือ ลวดลายที่สร้างขึ้นโดยการใช้แม่พิมพ์ที่แกะจากแผ่นพลาสติก วางทาบบนตัวโอง จากนั้นปาดดินขาวลงบนแม่พิมพ์ เพื่อสร้างลวดลายตามที่ต้องการ บนผิวโอง ลวดลายที่ได้จะมีความคมชัดและสม่ำเสมอ

1.5 ลายนูน คือ ลวดลายที่นูนขึ้นจากผิวโอง โดยการปั้นดินเหนียวให้เป็นลวดลายตามที่ต้องการ ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งลายนูนต่ำ นูนสูง หรือแบบลอยตัว ลวดลายที่นิยมทำได้แก่ มังกร ลายดอกบัว และลายที่ออกแบบตามความต้องการของตลาด

2. แยกตามลักษณะรูปแบบของลวดลายที่ปรากฏบนโอง พบว่าลวดลายที่ใช้ อาจจำแนกได้ 6 ประเภทคือ

2.1 ลายรูปสัตว์ คือ ลวดลายที่เป็นรูปสัตว์ซึ่งตกแต่งบนโอง โดยส่วนมากลายสัตว์เหล่านี้จะไม่ปรากฏเดี่ยว ๆ มักมีลวดลายพันธุ์พฤกษามา ประกอบตกแต่งอยู่บริเวณบ่าโองและขาโอง ลายสัตว์ที่นิยมใช้ตกแต่ง ได้แก่ ลายมังกร ลายมังกรกับหงส์ เป็นต้น ลายรูปสัตว์สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ดังนี้

2.1.1 ลายมังกร เป็นลวดลายที่ได้รับความนิยมในการตกแต่งโอง โดยเลียนแบบมังกรจากโองมังกรของจีน ทั้งในรูปแบบมังกรที่เสมือนจริงตามแบบฉบับจีน และมังกรที่ดัดแปลงจนมีลักษณะเฉพาะ ลวดลายมักถูกเขียนรอบตัวโอง และมักมีลวดลายพันธุ์พฤกษาประกอบเสมอ หรือบางครั้งจะมีสัตว์อื่น ๆ ร่วมอยู่ในลวดลายด้วย เช่น

1) ลายมังกร 4 ตัว ตกแต่งบนโอง โดยมีมังกร 2 ตัวบนบ่าโอง และอีก 2 ตัวบนลำตัวโอง มังกรจะหันหน้าเข้าหากัน โดยตรงกลางจะมีมุกไฟและก้อนเมฆประดับตกแต่ง

2) ลายมังกร 2 ตัว ลักษณะมังกรทั้งสองตัวจะหันเข้าหากันตรงกลาง ละตรงกลางมีมุกไฟและก้อนเมฆอยู่ระหว่างมังกรทั้งสองเพื่อประกอบการตกแต่ง

3) ลายมังกร 1 ตัว ลายมังกรจะถูกเขียนให้ล้อมรอบตัวโองเพียงตัวเดียว มังกรจะโดดเด่นอยู่ตรงกลาง และมีมุกไฟหรือก้อนเมฆเป็นส่วนประกอบในการตกแต่ง

4) ลายมังกรหลายตัว มักถูกเขียนด้วยสีได้เคลือบ โดยมังกรแต่ละตัวจะมีลีลาท่าทางแตกต่างกัน ลวดลายมังกรจะล้อมรอบตัวโองทั้งหมด โดยสลับกันระหว่างมังกรขนาดเล็กและมังกรขนาดใหญ่ ใบหน้าของมังกรแต่ละตัวจะแตกต่างกันไปตามจินตนาการของช่างเขียน ลวดลายนี้ต้องใช้ความประณีตสูงในการเขียนเพื่อให้เกิดความสวยงามและละเอียดอ่อน

5) ลายมังกรกับสัตว์อื่น ๆ เช่น ลายหงส์และมังกร ซึ่งมีรูปแบบที่ มังกร 1 ตัวคู่กับหงส์บนตัวโอง หรือบางครั้งจะเป็นมังกรคู่กับลูกมังกรที่เขียนอยู่บนตัวโอง เช่นเดียวกัน โดยตรงกลางมักมีมุกไฟและก้อนเมฆเป็นส่วนประกอบตกแต่ง ส่วนป่าและชาโองจะ ตกแต่งด้วยลายเส้นประแจจีน ลายคลื่นน้ำ ลายก้อนเมฆ หรือลวดลายอื่น ๆ ที่เป็นศิลปะแบบจีน

2.2 ลายพันธุ์พฤกษา คือลวดลายที่มีลักษณะเป็นพรรณไม้และดอกไม้ มักถูกเขียนตกแต่งบนป่าและชาโองลวดลายเหล่านี้มีชื่อเรียกแตกต่างกันไป เช่น ลายเครือวัลย์ ลายถั่วอก ลายกิ่งไผ่ ลายดอกพุดตาล ลายดอกกุหลาบ เป็นต้น ลายพันธุ์พฤกษาสามารถแบ่ง ออกได้ดังนี้

2.2.1 ลายดอกไม้แบบเดี่ยว มักประกอบด้วยดอกไม้บานและใบ ประกอบข้างดอก ลวดลายเหล่านี้ เลียนแบบดอกไม้จากธรรมชาติและดอกไม้ประดิษฐ์ โดยส่วน ใหญ่จะถูกตกแต่งบริเวณป่าโองหรือชาโอง ลวดลายที่นิยม เช่น ดอกบัว ดอกกุหลาบ และดอก พุดตาล เป็นต้น

2.2.2 ลายพันธุ์ไม้ที่ต่อเนื่อง เป็นลวดลายที่ประกอบด้วยทั้งดอกไม้ และไม่มีดอกไม้ ตกแต่งบริเวณป่าโองและชาโอง ลักษณะของลายจะเป็นเครือเถาหรือลายที่ ต่อเนื่องกัน โดยมีจังหวะของดอกไม้และก้านที่เชื่อมต่อกันเป็นเครือ สร้างความสวยงามและลื่น ไหล

2.2.3 ลายกลีบบัว เป็นลวดลายที่มีลักษณะคล้ายกับกลีบบัวตาม ธรรมชาติและกลีบบัวประดิษฐ์ ซึ่งมีทั้งกลีบบัวในแบบศิลปะไทยและศิลปะจีน โดยลายกลีบบัวนี้ มักนิยมใช้ตกแต่งบริเวณขอบปากโอง เพิ่มความสวยงามให้กับตัวโอง

2.3 ลายศิลปะจีน คือ ลวดลายที่ใช้ตกแต่งบนเครื่องปั้นดินเผาของจีน โดยลวดลายที่นิยม ได้แก่ ลายประแจจีน ลายเถาวัลย์ ลายก้อนเมฆ ลายลูกไฟ ลายไข่มุก ลายรูป บุคคลจีน และลายเส้นต่าง ๆ ตามแบบศิลปะจีน

2.4 ลายศิลปะไทย หมายถึง ลวดลายที่ออกแบบตามแบบอย่างศิลปะ ไทย เช่น ลายกระจัง ลายประจำยามก้ามปู และลายกนก เป็นต้น ซึ่งมักถูกเขียนตกแต่งใน ตำแหน่งป่าโองและชาโอง

2.5 ลายช่องสี่เหลี่ยมหรือที่เรียกว่าลายลิ้นค เป็นลวดลายที่นำลาย ประเภทต่าง ๆ มาผสมผสาน โดยแบ่งโองออกเป็นช่องสี่เหลี่ยมที่เท่ากัน แล้วใส่ลวดลายต่าง ๆ ลง ในแต่ละช่อง ซึ่งอาจเป็นลวดลายเดียวกันหรือสลับกัน ลายที่นิยมพบคือการใส่ลวดลายสัตว์ต่าง ๆ สลับกับลายพฤกษา หรือลวดลายที่มีเรื่องราวหรือเน้นความเป็นศิลปะไทย

2.5.1 ลายช่องสี่เหลี่ยมใส่รูปสัตว์ มักเขียนลายสัตว์ต่าง ๆ ลงในแต่ ละช่องสลับกัน โดยมีหลายรูปแบบ เช่น

- ลายนกกกระเรียน ที่อาจมีทั้งนกยืนและนกบิน พร้อมกับการ ตกแต่งเพิ่มเติมด้วยก้อนเมฆและกิ่งไม้

- ลายกระต่ายมักถูกเขียนตกแต่งอยู่ในช่องสี่เหลี่ยมบนตัวโอ่ง โดยมีทั้งลายกระต่ายคู่หรือกระต่ายตัวเดียว ลวดลายเหล่านี้มักวาดให้กระต่ายอยู่ระหว่างต้นไม้ ก้อนหิน หรือลวดลายที่เลียนแบบจากโอง์เงิน

- ลายปลา มักเป็นภาพลูกปลาที่เลียนแบบจากธรรมชาติ วาดให้ ลอยอยู่ในน้ำ โดยมีทั้งปลาตัวเดียวและปลาคู่ ลวดลายเหล่านี้มักมีพันธุ์ไม้น้ำประกอบเพื่อเพิ่ม ความสมบูรณ์ของภาพ

- ลายนาคหรือพญานาค เป็นลวดลายสัตว์ในตำนานที่ปรากฏใน ศิลปะไทยและเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา ลายนี้มักพิมพ์ลงในช่องสี่เหลี่ยม โดยมีลักษณะเป็น หนานาคที่พ่นน้ำออกจากปาก ลำตัวมีเกล็ดคล้ายกับลายมังกร ทำให้ลายดูมีความละเอียดและ สวยงาม

- ลายกิเลน มักถูกเขียนในช่องสี่เหลี่ยมเช่นเดียวกัน โดยเป็น ลวดลายของสัตว์ในตำนานที่มีรูปลักษณะสง่างาม

- ลายนักษัตร คือ ลวดลายที่ประกอบด้วยสัตว์ประจำราศีทั้ง 12 เดือนตามปฏิทินป็นักขัตไทย เช่น ชวด ฉลู ขาล เถาะ มะเส็ง มะเมีย มะแม วอก ระกา จอ และกูด ลายเหล่านี้มักถูกเขียนอยู่ในช่องสี่เหลี่ยมบนตัวโอ่ง และเป็นลวดลายไทยประยุกต์ที่ตกแต่งรอบตัว โอ่งอย่างสวยงาม

2.5.2 ลายช่องสี่เหลี่ยมในรูปพันธุ์ไม้ มักเป็นลวดลายที่เขียนพันธุ์ไม้ หรือดอกไม้ โดยดอกไม้ที่นิยม ได้แก่ ดอกบัวหรือกอไผ่ ลวดลายเหล่านี้จะถูกเขียนสลับกันกับ รูปภาพอื่น ๆ ในแต่ละช่องบนตัวโอ่ง เพื่อเพิ่มความหลากหลายและความงดงามให้กับโอ่ง

2.5.3 ลายช่องสี่เหลี่ยมที่มีเรื่องราวหรือเน้นศิลปะไทย มักมีที่มาจาก วรรณคดี จิตรกรรม ประติมากรรม หรือสถาปัตยกรรมไทย ลวดลายเหล่านี้นิยมตกแต่งบนตัวโอ่ง โดยแบ่งเป็นช่องสี่เหลี่ยมแล้วใช้วิธีการพิมพ์ลายลงไป เช่น ลายนักษัตร ลายสุพรรณหงส์ ลาย ยุทธหัตถี ลายเมขลา ลายพญานาค ลายสัตว์ และลายรามเกียรติ์ รวมถึงลายวัดอรุณราชวราราม เป็นต้น

2.6 ลายเบ็ดเตล็ด เป็นลวดลายตกแต่งที่มีลักษณะแตกต่างจากลวดลายในกลุ่มอื่น ๆ โดยสามารถจัดเป็นอีกประเภทหนึ่ง ลวดลายเหล่านี้มักมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและไม่เข้ากับหมวดหมู่ลายทั่วไป ซึ่งรวมถึงลวดลายที่ออกแบบเฉพาะหรือมีความหลากหลาย

2.6.1 ลายเรขาคณิต เป็นลวดลายที่มักประกอบด้วยเส้นแบบง่าย ๆ เช่น เส้นโค้งหลากหลายรูปแบบ ทั้งเส้นโค้งคล้ายคลื่น เส้นโค้งครึ่งวงกลม เส้นโค้งวงกลม หรือเส้นโค้งอิสระ ลายเส้นตรงก็มีหลายแบบ เช่น เส้นตรงรูปทรงสามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม กากบาท หรือเป็นตาราง รวมถึงเส้นตรงขนานกันทั้งในแนวตั้งและแนวนอน หรือลายสีเหลี่ยม ลวดลายเหล่านี้มักเกิดจากการขูดขีดหรือรีดดินให้เป็นเส้นนูน ตกแต่งบนลำตัวโองในงานออกแบบสมัยใหม่ เช่น โองลายเกลียว โองลายคลื่น เป็นต้น

2.6.2 ลายสมัยนิยม เป็นลวดลายที่ออกแบบตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งมีทั้งลวดลายที่เหมือนจริงและลวดลายประดิษฐ์ ลวดลายเหล่านี้มักถูกออกแบบขึ้นใหม่ตามรูปแบบศิลปะสากล โดยใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การปั้นปูน การวาดด้วยมือ หรือการเขียนเคลือบสี ลายสมัยนิยมแบ่งออกเป็นหลายกลุ่มตามลักษณะและเทคนิคการสร้างสรรค์

1) ลายแบบศิลปะสากล เป็นลวดลายที่ออกแบบตามศิลปะตะวันตก เช่น ลายใบไม้ปูน ที่ปั้นเป็นรูปใบไม้ต่าง ๆ แล้วตกแต่งบริเวณบ่าโอง และคาดด้วยลายเส้นเชือก

2) ลายหัวสัตว์ เป็นลายปั้นปูนที่ออกแบบเป็นหัวสัตว์ตามแบบศิลปะตะวันตก

3) ลายเส้นเชือก เป็นลายปั้นปูนในรูปแบบเส้นเชือก ซึ่งอาจเป็นแบบเดี่ยวหรือคู่ขนาน มักนิยมตกแต่งจากบ่าโองไปจนถึงตัวโองเพื่อสร้างความต่อเนื่อง

จากการประมวลรูปแบบลวดลายที่ปรากฏ สามารถแบ่งกลุ่มลวดลายตามลักษณะของภาพได้ โดยในปัจจุบันยังคงมีการออกแบบและประยุกต์ลวดลายเก่าให้เกิดเป็นลวดลายใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง สรุปลวดลายตามลักษณะเป็นตารางได้ดังนี้

ตาราง 1 ลวดลายที่ใช้ตกแต่งบนโอ่งจังหวัดราชบุรี

ประเภทของลาย	ลายย่อย	ส่วนที่ใช้งาน
ลายสัตว์	- ลายมังกร	ตัว
ลายพันธุ์ไม้	- ลายดอกไม้เดี่ยว	บ่า
	- ดอกไม้ต่อเนื่อง	บ่า, ตัว
	- กลีบบัว	บ่า
ลายศิลปะจีน	- ลายศิลปะจีน	บ่า, ตัว
ลายศิลปะไทย	- ลายศิลปะไทย	บ่า, ขา
ลายช่องสี่เหลี่ยม	- ลายช่องสี่เหลี่ยมรูปสัตว์	ตัว
	- ลายช่องสี่เหลี่ยมรูปพันธุ์ไม้	ตัว
	- ลายช่องสี่เหลี่ยมใส่ภาพที่มีเรื่องราว	ตัว
ลายเบ็ดเตล็ด	- ลายเลขาคณิต	บ่า, ตัว, ขา
	- ลายสมัยนิยม	บ่า, ตัว, ขา

องค์ประกอบของศิลปะในการจัดวางลวดลายบนโอ่งราชบุรี สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ๆ ดังนี้

1. ตอนบน ส่วนบ่าโอ่ง ลวดลายที่ตกแต่งบริเวณนี้มักเป็นลวดลายง่าย ๆ ที่ต่อเนื่องรอบบ่าโอ่ง เช่น ลายพันธุ์พฤกษา ลายไทย หรือลายจีน ลวดลายเหล่านี้ช่วยสร้างความสมดุลและความกลมกลืนให้กับตัวโอ่งโดยรวม

2. ตอนกลาง ส่วนตัวโอ่ง พื้นที่นี้ถือเป็นส่วนสำคัญในการตกแต่ง โดยมักเขียนลวดลายสัตว์ เช่น มังกรคู่กับมุกไฟ มังกรตัวเดียว หรือมังกรคู่กับหงส์ การจัดวางลวดลายบนตัวโอ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบ ดังนี้

2.1 ลายมังกร การเขียนลายมังกร (มังกรตัวเดียวหรือมังกรคู่) รอบตัวโอ่ง โดยให้มังกรเป็นจุดเด่นตรงกลาง ประทับด้วยมุกไฟและก้อนเมฆเพื่อสร้างจังหวะและความกลมกลืนให้กับลวดลายทั้งหมด

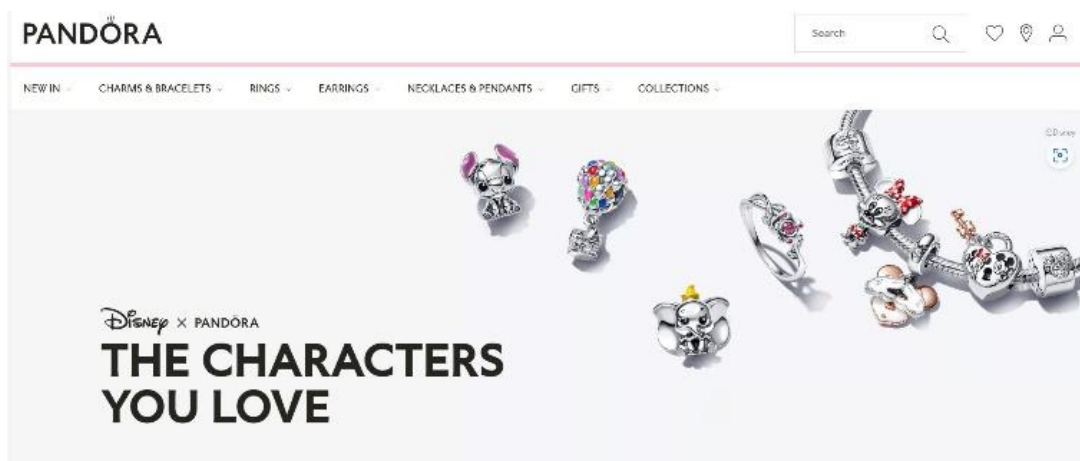
2.2 ลายเรขาคณิต โอ่งลายเรขาคณิตมักมีการแบ่งพื้นที่บ่าโอ่ง ตัวโอ่ง และขาโอ่งเหมือนกับโอ่งลายมังกร แต่ลายเส้นจะเติมพื้นที่ตัวโอ่ง เส้นโค้งที่อยู่บนตัวโอ่งจะสร้างความเคลื่อนไหว ทำให้ภาพมีจุดเด่นและความสวยงามที่น่าสนใจ

2.3 ลายช่องสี่เหลี่ยมในรูปสัณฐาน การแบ่งพื้นที่ตัวโองเป็นช่องสี่เหลี่ยม (2 ช่องหรือ 4 ช่อง) เพื่อเขียนลวดลายสัตว์ เช่น ลายกิลเลน ลายกวาง หรือลายปลา โดยการแบ่งพื้นที่ให้เท่ากันช่วยสร้างความสมดุล นอกจากนี้ การใช้เส้นตรงทั้งในแนวตั้งและแนวนอนรอบๆ และขาโอง อาจสร้างความขัดแย้งระหว่างเส้นตรงกับเส้นนอน แต่ยังคงความสมดุลกันได้ด้วยวิธีการออกแบบที่ละเอียดอ่อน

3. ตอนล่าง ส่วนขาโอง การเขียนลวดลายบริเวณขาโองมักเป็นลายซ้ำ หรือการเขียนลวดลายที่มีเรื่องราว จะช่วยให้ภาพลวดลายดูโดดเด่นและลดความแข็งกระด้างของโองที่มีรูปทรงหนาหนัก ทำให้ผู้อ่านคลายมากขึ้น (ปรียาพร บุชบา, 2547)

การออกแบบเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมแฟชั่น

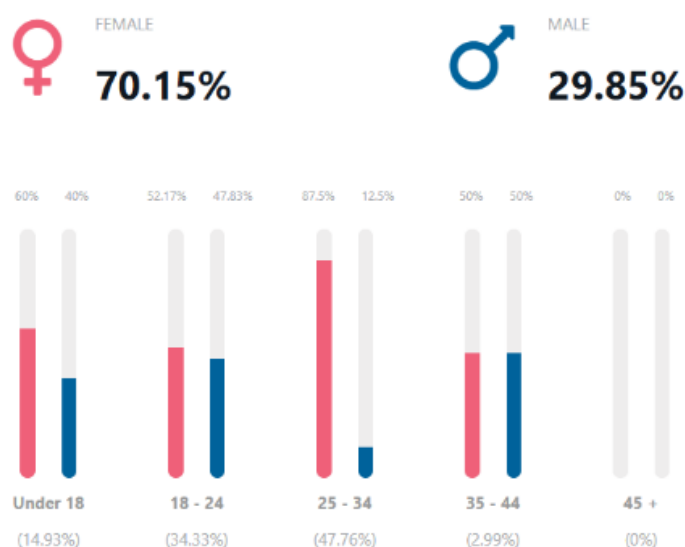
เครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จในตลาดมีหลากหลายรูปแบบ แพนดอว่าเป็นหนึ่งในแบรนด์เครื่องประดับที่ใหญ่ที่สุดในโลก อันดับ 3 มีชื่อเสียงในการผลิตเครื่องประดับคุณภาพสูงในราคาย่อมเยา โดยใช้วัสดุจากธรรมชาติ ปี พ.ศ. 2558 มีรายได้ 84,000 ล้านบาท กำไร 18,000 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2559 รายได้ 101,000 ล้านบาท กำไร 30,000 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2560 รายได้ 114,000 ล้านบาท กำไร 29,000 ล้านบาท อัตรากำไรสุทธิสูงถึง 21.4%-29.7% และรายได้เติบโตเฉลี่ย 13%-20% (ลงทุนแมน, 2561) จากภาพประกอบที่ 4 การค้นหาข้อมูลจากความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคในอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ ผู้หญิงมีความสนใจในเครื่องประดับแพนดอว่ามากกว่าผู้ชายถึง 70.15% และมีความสนใจในเครื่องประดับรูปแบบชาร์มมากกว่าสินค้ารูปแบบอื่น และการร่วมมือของแบรนด์ตัวละครที่เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มลูกค้า ยกตัวอย่างเช่น Disney เป็นการกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้ามีความสนใจและซื้อขายอย่างต่อเนื่อง (Pandora, 2022)



ภาพประกอบ 3 หน้าเว็บไซต์ Pandora x Disney

แหล่งที่มาของภาพ : <https://th.pandora.net/en/collections/collaborations/disney-x-pandora/#contentID=0d433b1a-1080-48ab-811e-37ad64634d66&item=1>

Demographics



ภาพประกอบ 4 สถิติของเพศที่มีความสนใจในโซเชียลมีเดียต่อผลิตภัณฑ์ Pandora

แหล่งที่มาของภาพ : <https://wisesight.com/zocialeye>

ประเทศไทยมียอดขายจำหน่ายเติบโตอย่างน่าประทับใจที่ 39% ซึ่งจัดเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการเติบโตสูงสุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รวมถึงญี่ปุ่นและออสเตรเลีย (Pandora, 2022) การจำหน่ายในประเทศไทยดำเนินการโดยบริษัท ธนจิรา รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทน

จำหน่ายเพียงรายเดียว โดยมีสาขาทั้งหมด 29 สาขาทั่วประเทศ แพนดอร่ามุ่งเน้นกลยุทธ์การวางตำแหน่งแบรนด์ให้เป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดสำหรับของขวัญในทุกโอกาส ในระดับโลก (The Nation Thailand, 2022) แพนดอร่ามีการเติบโตที่โดดเด่นจากการวางกลยุทธ์ “Luxury Affordable” หรือเครื่องประดับที่มีดีไซน์หรูหราในราคาจับต้องได้ ซึ่งเจาะกลุ่มชนชั้นกลาง คล้ายกับแบรนด์อย่าง Swarovski แต่แพนดอร่ามีราคาสูงกว่าเล็กน้อย และยังมีข้อดีคือสามารถนำมาขายต่อได้ราคาสินค้าขอยอดนิยมอันดับหนึ่งของแพนดอร่าคือสร้อยข้อมือและจี้ประดับ (Charms) คิดเป็น 75% ของยอดจำหน่ายทั้งหมด รองลงมาคือ แหวน 14% ต่างหู 6% และสร้อยคอและจี้ห้อยคอ 5% อย่างไรก็ตาม แนวโน้มตลาดเครื่องประดับโลกแตกต่างออกไป โดยสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือสร้อยคอ 30% แหวน 30% ต่างหู 18% และสร้อยข้อมือ 17% ซึ่งเป็นเหตุผลที่แพนดอร่าต้องขยายส่วนแบ่งตลาดในสินค้านอกเหนือจากสร้อยข้อมือและจี้ประดับเพื่อเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต (Bangkok Post, 2022) ในช่วงปี 2561-2565 แพนดอร่าได้กำหนดวิสัยทัศน์ใหม่ “แบรนด์ผู้ผลิตเครื่องประดับที่ส่งมอบประสบการณ์พิเศษให้แก่ผู้หญิงทุกคน” และมุ่งเน้นกลยุทธ์หลายประการเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตเฉลี่ย 7-10% ต่อปี หนึ่งในกลยุทธ์หลักคือการขยายสัดส่วนรายได้จากสินค้าประเภทแหวน ต่างหู สร้อยคอ และจี้ห้อยคอ จาก 25% เป็น 50% ภายในปี 2565 อีกทั้งแพนดอร่ายังมีการนำเสนอคอลเลกชันที่มีนวัตกรรมใหม่อย่างน้อยปีละหนึ่งคอลเลกชัน และเพิ่มคอลเลกชันปกติจาก 7 เป็น 10 คอลเลกชันต่อปี เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า (Business Wire, 2023b) นอกจากนี้ แพนดอร่ายังให้ความสำคัญกับการตลาดดิจิทัล โดยเพิ่มสัดส่วนการใช้สื่อออนไลน์จาก 30% เป็น 60% ภายในปี 2565 และมุ่งเน้นการขยายช่องทางออนไลน์ให้คิดเป็น 10-15% ของยอดจำหน่ายทั้งหมด อีกทั้งเพิ่มจำนวนร้านสาขาทั่วโลก 200 แห่งต่อปี โดยสองในสามของสาขาใหม่จะเป็นร้านค้าที่แพนดอร่าบริหารเอง ในด้านการผลิต แพนดอร่าตั้งเป้าผลิตเครื่องประดับ 200 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2565 และแม้ว่าแพนดอร่าจะเป็นแบรนด์จากเดนมาร์ก แต่ทุกชิ้นของแพนดอร่าที่จำหน่ายใน 100 ประเทศทั่วโลกนั้น ผลิตในประเทศไทย มาตลอดกว่า 30 ปี ด้วยฝีมือช่างไทยที่มีความประณีตสูง แพนดอร่าผลิตเครื่องประดับผ่านบริษัท แพนดอร่า โปรดักชั่น จำกัด โดยในช่วงปี 2558-2562 ได้ลงทุนด้านการผลิตกว่า 9 พันล้านบาทในประเทศไทย โดยมีการเปิดโรงงานแห่งที่สองในจังหวัดลำพูนในปี 2560 เพิ่มจากโรงงานหลักที่นิคมอุตสาหกรรมอู่ทองในกรุงเทพฯ ซึ่งมีการขยายพื้นที่รองรับแรงงานกว่า 5,000 คน (Marketeeronline, 2564)

ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้แพนดอร่าประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง คือการเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชัน โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Z ซึ่งมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า

โดยเน้น “การแสดงออกถึงตัวตน” (self-expression) และ “ความหมายส่วนตัว” (personal meaning) มากกว่าคุณสมบัติทางกายภาพของสินค้า (Francis & Hoefel, 2018) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบเครื่องประดับของแพนดอร่า ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถปรับแต่งองค์ประกอบให้ตรงกับบุคลิก ความทรงจำ หรือเรื่องราวของตนเองได้

นอกจากนี้ แพนดอร่ายังปรับกลยุทธ์ด้านดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งให้เหมาะสมกับ Gen Z โดยการเพิ่มสัดส่วนการใช้สื่อออนไลน์จาก 30% เป็น 60% ภายในปี 2565 พร้อมทั้งเน้นช่องทางการขายออนไลน์ให้ครอบคลุม 10–15% ของยอดขายทั้งหมด และตั้งเป้าเพิ่มสาขาทั่วโลก 200 สาขาต่อปี โดยสองในสามเป็นร้านค้าที่บริหารเอง (Business Wire, 2023a)

ด้วยการออกแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการสื่อสารแบรนด์ที่ทันสมัย แพนดอร่าจึงถือเป็นกรณีศึกษาที่สะท้อนให้เห็นถึงการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยที่ประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจ การตลาด และอารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Z ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น โฉมมังกร จังหวัดราชบุรี เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ

การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค Generation Z

ภายในปี 2025 เจเนอเรชันที่เกิดระหว่างปี 1996 ถึง 2012 จะมีสัดส่วนหนึ่งในสี่ของประชากรในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC) หรือหากจะเทียบให้เห็นภาพ ก็จะมีสัดส่วนเท่ากับมิลเลนเนียล (เกิดระหว่างปี 1980 ถึง 1995) และเมื่อ Gen Zers เติบโตขึ้น พวกเขาจะเริ่มสร้างและใช้จ่ายเงินมากขึ้น แม้ว่า Gen Z จะมีลักษณะคล้ายกับมิลเลนเนียลหลายประการ แต่คงเป็นการเข้าใจผิดหากคิดว่าพวกเขาคือแค่เวอร์ชันที่อายุน้อยกว่า Generation Z มีคุณลักษณะเฉพาะของตัวเอง ตัวอย่างหนึ่งคือ พวกเขา กำลังเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ท่ามกลางการระบาดใหญ่ของโลก อย่างไรก็ตาม ข้อมูลประชากรชัดเจนว่า ภายในปี 2025 กลุ่มเจเนอเรชันทั้งสองนี้จะรวมกันเป็นครึ่งหนึ่งของฐานผู้บริโภคในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

เพื่อทำความเข้าใจวิธีการเฉพาะที่ Gen Zers ค้นคว้า พิจารณา และซื้อสินค้า ในช่วงครึ่งหลังของปี 2019 McKinsey ได้ทำการสำรวจผู้บริโภคกว่า 16,000 คนใน 6 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย จีน อินเดีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไทย ผลการสำรวจถูกนำมาเปรียบเทียบกันระหว่างสามรุ่น ได้แก่ Gen Zers มิลเลนเนียล และ Gen Xers (เกิดระหว่างปี 1965 ถึง 1979) โดย

สอบถามถึงทัศนคติโดยรวมต่อแบรนด์ นิสัยการซื้อ การใช้สื่อดิจิทัล และมุมมองต่อโลก รวมถึงคำถามเฉพาะเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและความชื่นชอบในแบรนด์สำหรับหมวดหมู่ที่เลือก

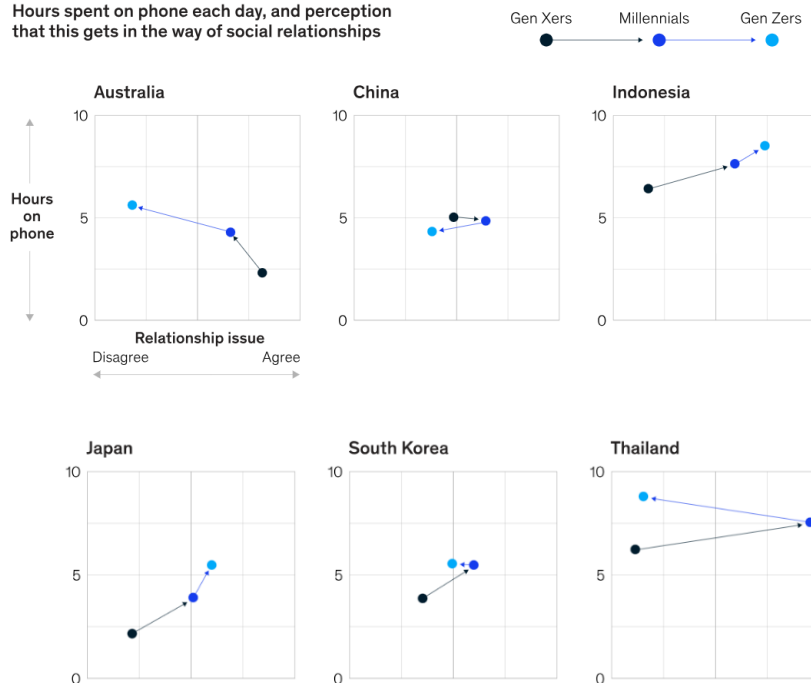
“พวกเขาใช้ชีวิตในโลกดิจิทัลทั้งหมด คนทั้งสามรุ่นต่างก็หาความสะดวกสบายจากโลกดิจิทัลและพึ่งพาโลกดิจิทัลในการเรียนรู้ การช้อปปิ้ง และความบันเทิง โดยเฉลี่ยแล้ว Gen Z โดดเด่นในเรื่องนี้ ซึ่งก็สมเหตุสมผล เพราะพวกเขาไม่เคยรู้จักโลกที่ไม่มีอินเทอร์เน็ตและเติบโตมากับโซเชียลมีเดีย เกือบหนึ่งในสามของคน Gen Z ทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกใช้เวลา 6 ชั่วโมงหรือมากกว่านั้นต่อวันกับโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าคนรุ่นมิลเลนเนียลที่ 22% และ Gen X ที่ 10% ชาวอินโดนีเซียโดดเด่นในเรื่องนี้ โดยเฉลี่ยแล้วคน Gen Z ที่นั่นใช้เวลาถึง 8.5 ชั่วโมงต่อวันกับโทรศัพท์ ในประเทศส่วนใหญ่ Gen Z ใช้โทรศัพท์มากกว่า Gen X ประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน และมากกว่าคนรุ่นมิลเลนเนียล 1 ชั่วโมง พวกเขายังใช้เวลาอยู่กับโซเชียลมีเดียมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งช่วยอธิบายได้ว่าทำไม 50 ถึง 60 เปอร์เซ็นต์ของอิทธิพลหลักในการตัดสินใจเลือกแบรนด์ของ Generation Z มาจากโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ออนไลน์ (Kim et al., 2023)

แต่ทว่า Gen Z ตระหนักถึงข้อเสียของการเชื่อมต่ออย่างต่อเนื่อง ใน 4 จาก 6 ประเทศที่ทำการสำรวจ พวกเขามีแนวโน้มที่จะบอกว่าผู้คนใช้เวลากับโทรศัพท์มากเกินไปและเชื่อว่าเทคโนโลยีรบกวนความสัมพันธ์ทางสังคม สิ่งที่น่าสนใจคือ Gen Z มักจะไว้วางใจครอบครัวและเพื่อนมากกว่าที่อื่น ๆ และมากกว่าคนรุ่นมิลเลนเนียลหรือ Gen X อย่างชัดเจน กว่าครึ่งของผู้ตอบแบบสำรวจ Gen Z รวมถึง 75% ของผู้ตอบแบบสอบถามชาวญี่ปุ่นรู้สึกว่าคุณคนแบ่งปันมากเกินไป และ 49% กังวลเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลส่วนตัวของพวกเขา”

เจนเนอเรชันที่มีความหลงใหลเชิงเอกลักษณ์ต่อแบรนด์ที่สามารถสะท้อนทั้งบุคลิกและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของพวกเขาได้ แต่ก็ต้องเป็นที่รู้จักดีพอที่จะได้รับความนิยม ในทำนองเดียวกัน Gen Z ก็ต้องการสิ่งนี้เช่นกัน พวกเขามีแนวโน้มมากกว่าคน Gen X ที่จะบอกว่าพวกเขาชอบแบรนด์ที่มีชีวิตชีวาและได้รับความนิยมจากผู้อื่น (40% ของ Gen Z ที่สำรวจเปรียบเทียบกับ 34% ของ Gen X ที่สำรวจจริง) ในญี่ปุ่น 51% ของ Gen Z (เทียบกับ 31% ของ Gen X) กล่าวว่าพวกเขาชอบแบรนด์ที่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้อื่น

Gen Zers tend to spend more time on their phones than other generations do—and many worry it may be too much.

Hours spent on phone each day, and perception that this gets in the way of social relationships



Source: McKinsey Asia-Pacific Generation Z Survey, November 2019, n = 16,000

McKinsey
& Company

ภาพประกอบ 5 Positionig ของคนละเจนเนอเรชันในแต่ละประเทศ

แหล่งที่มาของภาพ : <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/what-makes-asia-pacifics-generation-z-different#/>

อย่างไรก็ตาม Gen Z ก็มีแนวโน้มอย่างมากที่จะบอกว่าพวกเขาต้องการ 'แบรนด์ที่ทำให้พวกเขาโดดเด่น' บ่อยกว่าคน Gen X ถึงสองเท่า และบ่อยกว่าคนรุ่นมิลเลนเนียลในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกประมาณ 1.3 ถึง 1.5 เท่า การเข้าถึงกลุ่ม Gen Z นั้นไม่ง่ายเลย แบรนด์จะต้องสร้างสมดุลระหว่างการได้รับความนิยมในวงกว้าง และยังคงรักษาความรู้สึกที่เกี่ยวข้องและความแตกต่างที่โดนใจผู้บริโภคที่อายุน้อยกว่า

ส่วนสำคัญของ Gen Z ที่สำรวจมองว่าแบรนด์หลักเป็นแหล่งที่มาของความแข็งแกร่ง พวกเขาอาจเชื่อมโยงแบรนด์กับคุณภาพ (สำหรับนักช้อประดับพรีเมียม) หรือเพียงแค่มองว่าเป็นทางเลือกที่ง่าย (สำหรับผู้ที่ไม่ค่อยสนใจ) ทั่วทั้งภูมิภาค Gen Z มีแนวโน้มที่จะลองใช้แบรนด์และผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มากกว่าคนรุ่นมิลเลนเนียล 20 เปอร์เซ็นต์ และพวกเขาจะไม่ภักดีต่อแบรนด์ที่ไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังได้ Gen Z ต้องการให้แบรนด์ปรับแต่งและมีความโดดเด่นแบบ

รณรงค์ไม่สามารถหยุดนิ่งกับประวัติศาสตร์ได้ พวกเขาจำเป็นต้องใช้ประโยชน์จากมรดกของตน พร้อมกับลงทุนในนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง อาจผ่านการเป็นพันธมิตรและการทำงานร่วมกัน ซึ่งทำงานได้รวดเร็วเหมือนแบรนด์เล็กๆ และใหม่ๆ สมการคุณภาพและราคาต้องเหมาะสม ความรู้ด้านดิจิทัลของ Generation Z ทำให้พวกเขาสามารถเลือกและค้นคว้าเพื่อให้แน่ใจว่าพวกเขา กำลังใช้จ่ายเงินในสิ่งที่ต้องการจริงๆ แบรนด์ต้องแข่งขันทั้งด้านคุณภาพและราคาเพื่อให้ได้ความ รักดีจาก Gen Z การตลาดโซเชียลมีเดียต้องให้ความสำคัญกับวิดีโอมากขึ้น บทบาทของวิดีโอมีความสำคัญมาก: Gen Z ดูวิดีโอบนแพลตฟอร์มเช่น YouTube หรือ TikTok มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ซึ่งมีผลต่อการเลือกแบรนด์และผลิตภัณฑ์ การสร้างวิดีโอที่มีข้อมูล สนุก และสร้างแรงบันดาลใจมี โอกาสถูกแชร์มากกว่า แบรนด์ที่ชนะจะต้องสร้างเนื้อหาได้รวดเร็วและมีความคิดสร้างสรรค์

ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่เพียงพอแค่นั้น ราคาและคุณภาพก็สำคัญ ผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนจำเป็นต้องมีคุณภาพและคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม และควรสื่อสารสิ่งเหล่านี้ผ่านเรื่องราวที่น่าสนใจ แบรนด์ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพและความจริงใจในข้ออ้างด้านความยั่งยืน เพื่อ หลีกเลี่ยงการถูกมองว่าทำ 'Greenwashing' แบรนด์ต้องมีความเกี่ยวข้องกับท้องถิ่น แม้ว่าจะมีความ คล้ายคลึงกันในตลาดที่สำรวจ แต่แบรนด์จำเป็นต้องปรับให้เหมาะกับบริบทท้องถิ่น เช่น ใน ญี่ปุ่น Gen Z มีแนวโน้มต้องการปรับตัวมากกว่า ในจีน พวกเขาพึ่งพาแบรนด์เพื่อกำหนดตนเอง ในออสเตรเลีย พวกเขาเน้นเรื่องความยั่งยืนมากกว่า แบรนด์ต้องปรับการนำเสนอและข้อความให้ เข้ากับผู้บริโภคในแต่ละท้องถิ่น (Kim et al., 2023)

The Standard Wealth (2565) กล่าวว่า กลุ่ม Gen Z เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับเรื่อง บัณฑิต ความจริงแท้ และอัตลักษณ์ มากกว่าผู้บริโภคเจนเนอเรชันอื่นๆ และนอกจากจะเป็นกลุ่มที่ ให้ความสำคัญกับเรื่องเทคโนโลยีแล้ว ชาว Gen Z ยังมีส่วนร่วมในคอมมูนิตี้อัตลักษณ์สูง โดยมีการส่ง ข้อความถึงธุรกิจต่างๆ เฉลี่ยเดือนละ 8 ครั้ง และ 82% ของผู้ร่วมทำแบบสำรวจยังเผยว่า ตนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนออนไลน์ด้วย ขณะที่ชาว Gen Z เป็นกลุ่มหัวแถวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ใช้ชีวิตโดยการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เจเนอเรชันที่มาก่อนก็กำลังตามทันอย่าง รวดเร็วและค่อยๆ เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ แบบตามไปติดๆ ข้อเท็จจริงที่ว่าทุกเจเนอเรชันต่างใช้ เวลามากขึ้นบนโลกออนไลน์และเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ อย่าง AI (ปัญญาประดิษฐ์) และ VR (ความจริงเสมือน) หรือเทคโนโลยีด้านสุขภาพ จะส่งผลต่อธุรกิจเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ในอนาคตของเครื่องประดับสำหรับเจนเนอเรชัน Z ความสวยงามตามเทรนด์จะไม่ใช้ ปัจจัยหลักอีกต่อไป พวกเขาให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและการจัดหาอย่างมีจริยธรรม เจน Z

ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมจากการผลิตแฟชั่น โดยสนับสนุนแบรนด์ที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ความเป็นปัจเจกบุคคลและการแสดงออกผ่านการออกแบบที่สามารถปรับแต่งได้เป็นสิ่งสำคัญ พวกเขายังมองหาเครื่องประดับที่มีความเรียบง่ายและคุณภาพสูง รวมถึงชื่นชอบสินค้ามือสองมากขึ้น (Roi Sal, 2567)

วิจัยที่เกี่ยวข้อง

Gurung (2019) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “Sustainable Jewelry Design: A Material Culture Perspective” ซึ่งมุ่งศึกษาแนวคิดด้าน “วัฒนธรรมของวัสดุ” (material culture) ที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัย งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z ให้ความสำคัญกับอารมณ์ ความผูกพัน และคุณค่าทางจิตใจมากกว่าความหรูหราภายนอก เครื่องประดับที่ออกแบบจากวัสดุที่มีความหมายหรือมีรากทางวัฒนธรรมจะสามารถสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้ใช้ได้ดีกว่า ทั้งยังสนับสนุนแนวคิดการบริโภคอย่างมีจริยธรรม โดยเน้นการใช้วัสดุที่ยั่งยืนและสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้

Yin (2023) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “Jewelry Customization and Meaning-Making in the Era of Gen Z” โดยงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า Generation Z ให้ความสำคัญกับ “ความหมายเฉพาะบุคคล” และการแสดงออกถึงตัวตนผ่านเครื่องประดับที่สามารถปรับแต่งได้ (customizable jewelry) โดยผู้ใช้ต้องการมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างความหมายของสินค้า ไม่ใช่เพียงรับรู้จากแบรนด์อย่างเดียว เครื่องประดับจึงควรเปิดพื้นที่ให้ผู้บริโภคเลือก จัดเรียง หรือประกอบองค์ประกอบต่าง ๆ ได้เอง ทำให้เกิด emotional empowerment ซึ่งเพิ่มความรู้สึกเป็นเจ้าของและความผูกพันต่อผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

Freitas (2023) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “Cultural Jewelry in the Contemporary Design Practice” โดยงานวิจัยชี้ให้เห็นว่าการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยควรทำหน้าที่เป็น “ตัวกลางของการสื่อสารทางวัฒนธรรม” (cultural dialogue) ซึ่งไม่จำเป็นต้องยึดติดกับรูปแบบแบบดั้งเดิมโดยตรง แต่ควรแปลความในเชิงนามธรรม (symbolic abstraction) เพื่อให้ผู้บริโภครุ่นใหม่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและเกิดความเชื่อมโยงทางความรู้สึก เครื่องประดับจึงกลายเป็นพื้นที่ที่เปิดให้เกิดการตีความ สะท้อนรากวัฒนธรรมในแบบร่วมสมัย และแสดงอัตลักษณ์ส่วนบุคคลไปพร้อมกัน

Attori (2023) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “Jewelry Design in Sustainability: A Co-Creation Approach” ซึ่งเสนอแนวคิดการออกแบบเครื่องประดับแบบมีส่วนร่วม (co-creation)

ระหว่างนักออกแบบกับผู้ใช้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ที่ต้องการมีบทบาทในทุกขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าความยั่งยืนทางการออกแบบในยุคใหม่ไม่ใช่แค่เรื่องของวัสดุ แต่รวมถึง “ประสบการณ์ของผู้ใช้” ที่สามารถมีอิทธิพลต่อรูปแบบการใช้งาน การออกแบบแบบ modular, ถอดประกอบได้ และปรับเปลี่ยนฟังก์ชันได้จึงได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะสร้างความผูกพันกับผลิตภัณฑ์และลดการบริโภคซ้ำซ้อน

European Institute of Design (2020) ได้จัดทำคู่มือ “MaDe: Material Designers. A Guide to Creative Circular Design” ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบที่เน้นการใช้วัสดุหมุนเวียน เศษวัสดุ หรือของเหลือใช้ (residual materials) ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่ลดทอนคุณค่าในเชิงสุนทรียะและฟังก์ชัน งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าวัสดุเหลือทิ้งในชุมชน เช่น เศษเครื่องปั้นหรือวัสดุธรรมชาติ สามารถถูกออกแบบใหม่เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่มีคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม แนวทางนี้ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) และช่วยลดปริมาณขยะในระยะยาว

Tenuta et al. (2024) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ “Sustainable Materials for Jewelry: Scenarios from a Design Perspective” โดยงานวิจัยเสนอว่าการเลือกวัสดุอย่าง “ทอง” และ “เงิน” รีไซเคิล มีบทบาทสำคัญในการออกแบบเครื่องประดับยุคใหม่ เพราะเป็นวัสดุที่มีมูลค่าสูง ใช้งานได้นาน และนำกลับมาใช้ซ้ำได้หลายรอบ นอกจากนี้ยังตอบโจทย์ด้านจริยธรรมและความยั่งยืนที่ผู้บริโภค Gen Z ให้ความสำคัญ งานวิจัยยังชี้ว่าผู้บริโภคยุคใหม่มีแนวโน้มสนับสนุนแบรนด์ที่โปร่งใสเรื่องแหล่งที่มาของวัสดุ และเปิดเผยกระบวนการผลิตอย่างตรงไปตรงมา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเล่มนี้ใช้วิธีการดำเนินการที่ครอบคลุมหลายขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเน้นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) เพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค Generation Z ในการทำงานนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดแนวทาง พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการศึกษาเชิงลึกผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลสำหรับการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับโดยได้รับแรงบันดาลใจจากโอ่งมังกร จังหวัดราชบุรี การสัมภาษณ์เชิงลึกช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลเชิงคุณภาพจากกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการพูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตโอ่ง ข้อมูลที่ได้รับจะช่วยในการวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของโอ่งมังกร และนำองค์ประกอบที่โดดเด่นเหล่านี้มาใช้ในการออกแบบเครื่องประดับที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ศึกษาคอลเลกชันเครื่องประดับจากแบรนด์ Pandora ปี 2022-2023 ซึ่งได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่นิยม

ผู้วิจัยนำกระบวนการวิจัยและพัฒนามาใช้ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของโอ่งมังกรและตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ดังนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของโอ่งมังกรที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จ
3. เพื่อพัฒนาเครื่องประดับจากเศษโอ่งมังกรของจังหวัดราชบุรี

ขั้นตอนที่ 1: เพื่อศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของโอ่งมังกรที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรี

ในขั้นแรก ผู้วิจัยได้เลือกโรงงานเครื่องปั้นดินเผาในจังหวัดราชบุรี ที่มีประสบการณ์การผลิตโอ่งมังกรมากกว่า 40 ปี การสัมภาษณ์เชิงลึกนี้จัดทำกับเจ้าของหรือผู้จัดการโรงงาน รวมถึงช่างฝีมือที่ทำการตกแต่งลวดลายโอ่งมังกร ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ได้ครอบคลุมถึงกระบวนการผลิต พัฒนาการของลวดลาย เทคนิคการทำโอ่ง และความหมายที่ซ่อนอยู่ในลวดลายดังกล่าว ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงความเป็นเอกลักษณ์ของโอ่งมังกร ข้อมูลนี้จะถูกนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับที่มีความโดดเด่น

ขั้นตอนที่ 2: เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จ

หลังจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์คอลเลกชันชาร์มของแบรนด์ Pandora ในปี 2023-2024 โดยการเลือกคอลเลกชันอย่างเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากแบรนด์ Pandora เป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่ม Generation Z ในช่วงเวลานั้น การออกแบบของแบรนด์ Pandora เน้นการปรับแต่งเครื่องประดับเพื่อสะท้อนถึงตัวตนของผู้สวมใส่ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ข้อมูลจากการวิเคราะห์คอลเลกชันนี้จะช่วยเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องประดับจากเศษโองมังกกรให้มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของตลาด

ขั้นตอนที่ 3: การพัฒนาเครื่องประดับจากเศษโองมังกกรของจังหวัดราชบุรี

ขั้นตอนสุดท้ายคือการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับจี้ที่ใช้ลวดลายของโองมังกกรเป็นแรงบันดาลใจหลัก โองที่ถูกเลือกจะมีลวดลายมังกรและดอกไม้ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงประวัติศาสตร์ของจังหวัดราชบุรี โดยผู้วิจัยได้นำแนวทางจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค Generation Z มาใช้ในการวิเคราะห์ความชอบและแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับ การวิจัยดังกล่าวมักเน้นการเก็บข้อมูลผ่านการศึกษาเอกสาร การทบทวนวรรณกรรม และการวิเคราะห์งานวิจัยที่เคยมีมาก่อน เพื่อเข้าใจถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เช่น การให้ความสำคัญกับความยั่งยืน การออกแบบที่สามารถปรับแต่งได้ และความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับจี้ที่ออกแบบสามารถสวมใส่ร่วมกับกำไล โดยเน้นความเรียบง่าย ทันสมัย และเข้ากับไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวัน ตามแนวทางการออกแบบของ Pandora เพื่อเพิ่มความหรูหราและคุณค่าของเครื่องประดับ ยังมีการใช้โลหะมีค่า เช่น เงิน ทอง หรือทองคำขาว เป็นโครงสร้างจี้ นอกจากนี้ยังเสริมด้วยการฝังเพชรหรือพลอยเพื่อเพิ่มมูลค่าและความสวยงาม

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึก

ในการเลือกชุมชนที่จะศึกษา ผู้วิจัยได้ตัดสินใจเลือกโรงงานผลิตโองมังกกรที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี จากการค้นคว้าข้อมูลพบว่าปัจจุบันมีโรงงานผลิตเครื่องปั้นดินเผา ในจังหวัดราชบุรีมีจำนวน 20 แห่ง ผู้วิจัยจึงคัดเลือกเฉพาะโรงงานที่มีประสบการณ์มากกว่า 40 ปี เพื่อนำมาศึกษาและเก็บข้อมูล โดยโรงงานที่เลือกประกอบด้วย

1. โรงโม่แป้งสาลี
2. โรงโม่รัตนโกสินทร์
3. โรงโม่เรืองศิลป์ 3

เลือกกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็นสองกลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มช่างฝีมือ โดยกลุ่มผู้ประกอบการประกอบด้วยเจ้าของหรือผู้จัดการโรงงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตโม่แป้งโรงงานจำนวนละ 1 คน 3 โรงงาน ซึ่งจะใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินงานและกระบวนการผลิต ส่วนกลุ่มช่างฝีมือประกอบด้วยช่างเขียนลายประจำโรงงานจำนวนละ 5 คน 3 โรงงาน เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจขั้นตอนการออกแบบและการตกแต่งลวดลายของโม่แป้ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews)

ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) การสัมภาษณ์เชิงไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เพื่อให้มีความยืดหยุ่นในการสอบถามและเจาะลึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของโม่แป้ง โดยแบ่งเป็นหัวข้อหลัก ๆ เช่น กระบวนการผลิต ประวัติศาสตร์ลวดลาย เทคนิคการทำลวดลาย และความหมายที่ซ่อนอยู่ในลวดลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาความจริงจากกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและลวดลายของโม่แป้งในปัจจุบัน ซึ่งแบ่งออกเป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มช่างเขียนลายหรือช่างตีลาย ภายหลังจากการสัมภาษณ์ จะนำข้อมูลที่ได้รับมาสังเคราะห์และวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจถึงอัตลักษณ์ของลวดลายโม่แป้งในปัจจุบัน แบ่งหัวข้อหลักดังนี้:

1. กระบวนการผลิต
2. ประวัติศาสตร์ลวดลาย
3. เทคนิคการทำลวดลาย
4. ความหมายเชิงสัญลักษณ์ในลวดลาย

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเตรียมเครื่องมือ

ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดเตรียมคำถามที่ครอบคลุมในประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการผลิตโม่แป้งและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเริ่มจากการสอบถามเกี่ยวกับภูมิหลังของโรงงาน เช่น ประวัติการก่อตั้ง แนวคิดและแรงบันดาลใจที่ขับเคลื่อนธุรกิจ และการสืบ

ทอดงานฝีมือที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ถัดมาเป็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการผลิตโถ่งมังกร ซึ่งเน้นไปที่การเลือกใช้วัสดุและเทคนิคการทำลวดลายที่ทำให้โถ่งมีความพิเศษเฉพาะตัว นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้สอบถามเกี่ยวกับลวดลายมังกรที่เป็นสัญลักษณ์ของโถ่งในราชบุรี โดยเจาะลึกถึงความหมายและคุณค่าทางวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ รวมถึงแนวทางการจัดการเศษโถ่งหรือชิ้นส่วนที่เกิดความเสียหายระหว่างการผลิต เพื่อให้ทราบถึงวิธีการนำวัสดุเหลือใช้ไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้ และสุดท้ายมีการสอบถามถึงมุมมองของผู้ประกอบการต่อการนำเศษโถ่งไปใช้ในการออกแบบเครื่องประดับ ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณค่าและดึงดูดใจกลุ่มผู้บริโภค

การขออนุญาต

เริ่มต้นด้วยการขออนุญาตจากผู้ประกอบการหรือผู้จัดการโรงงานโถ่งมังกร ผู้วิจัยได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและประเด็นหลักที่จะสัมภาษณ์ รวมถึงวิธีการเก็บข้อมูล เช่น การบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ โดยได้ยืนยันว่าจะใช้ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้นและรักษาความเป็นส่วนตัวตามข้อตกลงที่กำหนด เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความเชื่อมั่นและยินดีให้ความร่วมมือ

การติดต่อและนัดหมาย

หลังจากได้รับอนุญาตแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อและนัดหมายผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ เพื่อกำหนดวันและเวลาที่เหมาะสม โดยแบ่งผู้เข้าร่วมออกเป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้บริหารหรือเจ้าของโรงงาน และกลุ่มช่างฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญในกระบวนการผลิตและลวดลายโถ่งมังกร การนัดหมายล่วงหน้าในครั้งนี้ช่วยให้ผู้เข้าร่วมสามารถเตรียมตัวและข้อมูลที่เกี่ยวข้องไว้ล่วงหน้า ทำให้การสัมภาษณ์เป็นไปอย่างราบรื่นและครอบคลุมทุกประเด็น

การสัมภาษณ์

ในวันสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้แนะนำตัวและแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์อีกครั้ง เพื่อสร้างความเข้าใจและความสบายใจให้กับผู้เข้าร่วม เริ่มต้นด้วยคำถามเบื้องต้นเพื่อสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลาย ก่อนจะค่อย ๆ เข้าไปในหัวข้อหลักที่จะประเด็น การสัมภาษณ์นี้ให้ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระและเปิดโอกาสให้พูดคุยเชิงลึกในแต่ละคำถาม ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์และครอบคลุมทั้งเรื่องกระบวนการผลิต เทคนิคที่ใช้ และความหมายของลวดลายมังกร

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ถอดเทปออกมาจะถูกจัดกลุ่มตามหัวข้อหลักที่กำหนดไว้ ในเรื่องกระบวนการผลิต ประวัติความเป็นมาของโรงงาน ลวดลายและเทคนิคการผลิต โอง การเลือกวัสดุ และการรับรู้คุณค่าของโองจากมุมมองของผู้ประกอบการและช่างฝีมือ การจัดกลุ่มเนื้อหานี้ช่วยให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่แฝงอยู่ในโองมังกร และเชื่อมโยงกับความหมายทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละโรงงาน

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (Comparative Analysis)

เปรียบเทียบข้อมูลระหว่างสามโรงงานที่ศึกษา ได้แก่ โรงโองเฝ้ายังได้ โรงโองรัตนโกสินทร์ และโรงโองเรื่องศิลป์ 3 หาความเหมือนและความแตกต่างในด้านการออกแบบ ลวดลาย เทคนิคการผลิต และการนำลวดลายของโองมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเปรียบเทียบนี้ช่วยเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดและความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละโรงงาน และสะท้อนถึงความหลากหลายที่เป็นเอกลักษณ์ของโองมังกรในแต่ละโรงงาน

การสังเคราะห์และการอธิบายความหมาย (Synthesis and Interpretation)

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และเอกสารจะถูกสังเคราะห์เพื่ออธิบายความหมายเชิงลึกของลวดลายโองมังกร องค์ประกอบ เช่น ความเชื่อและค่านิยมที่แฝงอยู่ การเลือกใช้วัสดุ และการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย การสังเคราะห์นี้ช่วยให้เห็นภาพรวมของอัตลักษณ์และการพัฒนาโองมังกรในเชิงวัฒนธรรมและศิลปะ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการรักษาและส่งเสริมคุณค่าของโองมังกรในสังคมร่วมสมัย

การวิเคราะห์เพื่อการออกแบบเครื่องประดับ (Design Implication Analysis)

ข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการสัมภาษณ์และการศึกษาแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับจะถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับจากลวดลายของโอง ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อเลือกในด้านลวดลาย สี สัน และความทนทาน เพื่อให้เครื่องประดับสวยงามและคงทน การออกแบบควรสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าและความพิเศษให้ชิ้นงาน และสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์อย่างเรียบง่าย นอกจากนี้ ควรทดสอบความคงทนและความปลอดภัย เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและตอบโจทย์ตลาด ทั้งนี้ การออกแบบควรมุ่งเน้นสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับผู้สวมใส่ และดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายด้วยความหมายเชิงวัฒนธรรม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทนี้นำเสนอผลการวิจัยที่ได้จากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครื่องประดับที่ได้แรงบันดาลใจจากลวดลายของโองม้งจังหวัดราชบุรี โดยอาศัยแนวทางการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ข้อมูลที่นำเสนอแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่

1. การศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของโองม้งจังหวัดราชบุรี ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการและช่างฝีมือในโรงงานผลิตโองม้งที่มีประสบการณ์มากกว่า 40 ปี
2. การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จ คอลเลกชันชาร์มของแบรนด์ Pandora ปี 2023-2024 เพื่อทำความเข้าใจแนวโน้มและความต้องการของผู้บริโภค Generation Z
3. การพัฒนาเครื่องประดับจากเศษโองม้ง ซึ่งนำผลการศึกษาทั้งสองส่วนแรกมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และตอบโจทย์ตลาด

ขั้นตอนที่ 1: เพื่อศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของโองม้งที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรี

ในขั้นแรก ผู้วิจัยได้เลือกโรงงานเครื่องปั้นดินเผาในจังหวัดราชบุรี ที่มีประสบการณ์การผลิตโองม้งมากกว่า 40 ปี การสัมภาษณ์เชิงลึกนี้จัดทำกับเจ้าของหรือผู้จัดการโรงงาน รวมถึงช่างฝีมือที่ทำการตกแต่งลวดลายโองม้ง ข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์ได้ครอบคลุมถึงกระบวนการผลิต พัฒนาการของลวดลาย เทคนิคการทำโอง และความหมายที่ซ่อนอยู่ในลวดลายดังกล่าว ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงความเป็นเอกลักษณ์ของโองม้ง ข้อมูลนี้จะถูกนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องประดับที่มีความโดดเด่น

ผลการวิจัยในบทนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้รับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) กับกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบด้วย ผู้ประกอบการโรงงานผลิตโองม้งจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ โรงโองเถาฮงไถ่ โรงโองรัตนโกสินทร์ และโรงโองเรืองศิลป์ 3 รวมถึงกลุ่มช่างฝีมือที่เกี่ยวข้องกับการผลิตโอง ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ได้รับการวิเคราะห์โดยใช้ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของโอ่งมังกร จังหวัดราชบุรี

อัตลักษณ์ของโอ่งมังกรราชบุรีประกอบด้วย สามองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ลวดลายหลัก ที่เป็นจุดเด่นของโอ่ง, ลวดลายรอง ที่ช่วยเสริมให้ลวดลายหลักสมบูรณ์ และ สีของโอ่ง ซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์ของดินในท้องถิ่น ทั้งสามส่วนนี้รวมกันทำให้โอ่งมังกรมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสามารถแยกแยะจากโอ่งที่ผลิตในภูมิภาคอื่นได้ ที่ได้มากจากสัมภาษณ์เชิงลึกจาก เจ้าของโรงงาน และช่างเขียนลายโอ่งมังกรที่อยู่ในโรงงานที่ประกอบกิจการมากไม่ต่ำกว่า 40 ปี

ตาราง 2 SP (Shop Owner/Producer) AP (Artisan Painter)

	ตำแหน่ง	วันที่สัมภาษณ์
SP 0001	ผู้จัดการฝ่ายขาย เกาชงไถ่	10 มกราคม 2568
AP 0001	ช่างเขียนลาย 1	10 มกราคม 2568
AP 0002	ช่างเขียนลาย 2	10 มกราคม 2568
AP 0003	ช่างเขียนลาย 3	10 มกราคม 2568
AP 0004	ช่างเขียนลาย 4	10 มกราคม 2568
AP 0005	ช่างเขียนลาย 5	10 มกราคม 2568
SP 0002	เจ้าของโรงโอ่งเรืองศิลป์ 3	13 มกราคม 2568
AP 0006	ช่างเขียนลาย 6	13 มกราคม 2568
AP 0007	ช่างเขียนลาย 7	13 มกราคม 2568
AP 0008	ช่างเขียนลาย 8	13 มกราคม 2568
AP 0009	ช่างเขียนลาย 9	13 มกราคม 2568
AP 0010	ช่างเขียนลาย 10	13 มกราคม 2568
SP 0003	ผู้จัดการฝ่ายขาย รัตนโกสินทร์	14 มกราคม 2568
AP 0011	ช่างเขียนลาย 11	14 มกราคม 2568
AP 0012	ช่างเขียนลาย 12	14 มกราคม 2568
AP 0013	ช่างเขียนลาย 13	14 มกราคม 2568
AP 0014	ช่างเขียนลาย 14	14 มกราคม 2568
AP 0015	ช่างเขียนลาย 15	14 มกราคม 2568

ส่วนที่ 1 ลวดลายหลักโองมั่งกรจังหวัดราชบุรีในการนำมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับ

ลวดลายหลักของโองมั่งกรราชบุรีเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเสริมเอกลักษณ์และความโดดเด่นให้กับโอง โดยลวดลายเหล่านี้มักถูกวาดลงบน ลำตัวของโอง ซึ่งเป็นบริเวณที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนและเป็น จุดนำสายตา ทำให้โองมีความโดดเด่นและสะดุดตายิ่งขึ้น

การเลือกวางลวดลายไว้ที่ลำตัวของโองไม่ได้เป็นเพียงแค่การตกแต่งเชิงศิลปะเท่านั้น แต่ยังมีจุดประสงค์เพื่อเน้นให้เห็นถึงความงามของลายเส้น และช่วยให้โองดูมีมิติและความสมดุลระหว่างรูปร่างและลวดลายที่ปรากฏอยู่บนพื้นผิว ลวดลายเหล่านี้ยังทำหน้าที่ สะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และ แนวคิดเชิงสัญลักษณ์ ที่แฝงอยู่ในงานศิลปะเครื่องปั้นดินเผาของราชบุรี ซึ่งได้รับอิทธิพลจากศิลปะจีนและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยลวดลายหลักที่นิยมใช้จะมีรูปแบบที่โดดเด่น ช่วยเสริมให้โองมีความสง่างามและน่าจดจำ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่ช่วยสร้างคุณค่าให้กับโองมั่งกรของจังหวัดราชบุรีทั้งในเชิงศิลปะและวัฒนธรรม

ลวดลายหลักของโองมั่งกรจังหวัดราชบุรีเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างอัตลักษณ์และความโดดเด่นให้กับโอง ลวดลายเหล่านี้มักถูกวาดลงบนลำตัวของโอง ซึ่งเป็นบริเวณที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนและเป็นจุดนำสายตา ส่งผลให้โองมั่งกรมีความโดดเด่นและสะดุดตายิ่งขึ้น นอกจากมิติด้านความสวยงามแล้ว ลวดลายหลักยังสะท้อนถึงแนวคิดเชิงสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและความเชื่อที่แฝงอยู่ในศิลปะเครื่องปั้นดินเผาของราชบุรี (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (SP 0001) การสัมภาษณ์วันที่ 10 มกราคม 2568)

หนึ่งในลวดลายหลักที่เป็นเอกลักษณ์ของโองมั่งกรราชบุรีคือ ลายมังกร ซึ่งเป็นลวดลายที่สามารถบ่งบอกถึงที่มาของโองได้อย่างชัดเจนและได้รับการยอมรับว่าเป็นสัญลักษณ์สำคัญของโองมั่งกรราชบุรี (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (SP 0002) การสัมภาษณ์วันที่ 13 มกราคม 2568) ลวดลายนี้ได้รับอิทธิพลจากศิลปะจีน ซึ่งมังกรเป็นสัตว์มงคลที่สื่อถึงอำนาจ บารมี และความเจริญรุ่งเรือง การใช้ลายมังกรเป็นองค์ประกอบหลักของโองจึงสะท้อนถึงแนวคิดของช่างฝีมือที่ต้องการให้โองมั่งกรราชบุรีเป็นเครื่องปั้นดินเผาที่มีคุณค่าทางศิลปะและความหมายเชิงมงคล

องค์ประกอบของลายมังกรที่ได้รับการกล่าวถึงจากผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่

1. หัวมังกร ซึ่งเป็นจุดเด่นของลวดลายและสามารถดึงดูดสายตาได้ดี (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (AP 0001) การสัมภาษณ์วันที่ 10 มกราคม 2568)

หัวมังกรเป็นจุดเด่นของลวดลาย และมักเป็นองค์ประกอบแรกที่ดึงดูดสายตา ลักษณะของหัวมังกรบนโองราชบุรีถูกออกแบบให้มีความคมชัด โดยมีลักษณะเด่น ได้แก่

1. ดวงตาโตและคมชัด
2. ปากที่อ้าออกและมีเขี้ยวแหลม
3. หนวดและเคราที่ทอดยาว
4. จมูกเขียดสูง

องค์ประกอบเหล่านี้ช่วยให้ห้วม้งกรดูมีชีวิตชีวาและสร้างความสมดุลให้กับ
ลวดลายทั้งหมด



ภาพประกอบ 6 โองม้งกร ลายห้วม้งกร

2. ลำตัวม้งกร ซึ่งถูกออกแบบให้มีความโค้งและพลิ้วไหว เพื่อสื่อถึงการเคลื่อนไหวของม้งกร (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (AP 0002) การสัมภาษณ์วันที่ 10 มกราคม 2568)

ลำตัวของม้งกรได้รับการออกแบบให้มีความโค้งและต่อเนื่อง เพื่อสร้างความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหว โดยทั่วไป ลำตัวม้งกรบนโองม้งกรจะมีลักษณะดังนี้

2.1 เส้นสายที่พลิ้วไหวและโค้งเว้า ทำให้ม้งกรดูเหมือนกำลังเคลื่อนไหวไปตามพื้นผิวของโอง

2.2 การออกแบบให้สอดคล้องกับรูปทรงของโอง ช่วยให้ลวดลายมีความสมดุลและต่อเนื่อง

2.3 บางส่วนของลำตัวถูกซ่อนไว้หลังเมฆหรือคลื่นน้ำ เพื่อสร้างมิติและความลึกให้กับลวดลาย

การออกแบบลำตัวม้งกรให้มีเส้นสายที่ลื่นไหลทำให้ลวดลายดูกลมกลืนไปกับพื้นผิวโอง และเสริมให้ม้งกรดูมีพลังมากยิ่งขึ้น



ภาพประกอบ 7 โอ่งมังกร ลำตัวมังกร

3. เกล็ดมังกร ซึ่งช่วยเพิ่มรายละเอียดให้ลายมังกรมีความสมจริงและเป็นเอกลักษณ์มากขึ้น (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (AP 0004) การสัมภาษณ์วันที่ 10 มกราคม 2568)

เกล็ดมังกรเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเพิ่มรายละเอียดและความสมจริงให้กับลวดลาย โดยลักษณะของเกล็ดมังกรบนโอ่งราชบุรีมักมีรูปแบบที่เรียงตัวเป็นชั้นอย่างเป็นระเบียบ

3.1 เกล็ดมีขนาดสม่ำเสมอและได้ระดับตามส่วนของลำตัว ทำให้เกิดความเป็นธรรมชาติ

3.2 ลวดลายเกล็ดช่วยเพิ่มมิติให้กับมังกร และทำให้ดูมีโครงสร้างที่แข็งแกร่ง

3.3 การแกะสลักหรือการลงสีที่ช่วยเน้นเส้นขอบของเกล็ด ทำให้ลวดลายมีความชัดเจน

การเพิ่มรายละเอียดของเกล็ดมังกรช่วยให้ลวดลายดูสมจริงมากขึ้น และแสดงถึงฝีมือของช่างที่สามารถถ่ายทอดรายละเอียดได้อย่างประณีต



ภาพประกอบ 8 โอ่งมังกร ลายเกล็ด

4. กงเล็บมังกร ซึ่งแสดงถึงพลังและอำนาจของมังกร เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่ช่วยให้ลวดลายดูสมบูรณ์ (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (AP 0015) การสัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2568)

กงเล็บของมังกรเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมให้ลวดลายสมบูรณ์ โดยเฉพาะการแสดงถึงพลังและอำนาจของมังกร กงเล็บที่ปรากฏบนโถ้งมักมีลักษณะดังนี้

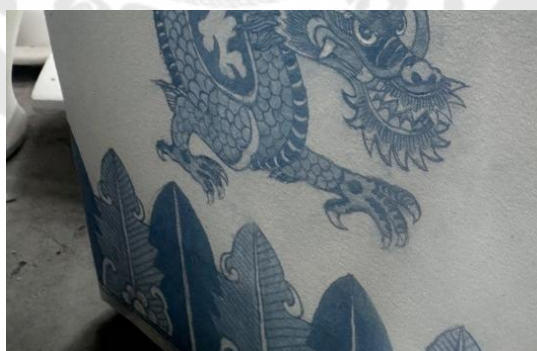
4.1 แหลมคมและโค้งงอ แสดงถึงความแข็งแกร่งและอำนาจ

4.2 จำนวนกงเล็บที่แตกต่างกัน โดยทั่วไป มังกรจีนที่มี 3, 4 หรือ 5 กงเล็บจะมีความหมายที่แตกต่างกัน มังกร 5 กงเล็บมักสื่อถึงจักรพรรดิและอำนาจสูงสุด โดยโถ้งมังกรของราชบุรุษจะนิยมลวดลายมังกรจีนที่มี 4 กงเล็บ

องค์ประกอบนี้ช่วยให้ลวดลายมังกรดูน่าเกรงขาม และทำให้การออกแบบมีความสมดุลมากขึ้น



ภาพประกอบ 9 โถ้งมังกร ลายขามังกร



ภาพประกอบ 10 โถ้งมังกร เกล็ดมังกร

การออกแบบลายมังกรไม่ได้มีเพียงเป้าหมายด้านความงามเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทในการถ่ายทอดความหมายทางวัฒนธรรม โดยลายมังกรช่วยเสริมให้โถ้งมีความสง่างาม และสามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (SP 0003) การสัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2568)

ส่วนที่ 2 ลวดลายรองของโองมั่งกรจังหวัดราชบุรีในการนำมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับ

ลวดลายรองของโองมั่งกรราชบุรีเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมให้ลวดลายหลักมีความสมบูรณ์มากขึ้น โดยมักถูกวาดไว้ที่ บริเวณขาและป่าโอง เพื่อลดความโล่งของพื้นผิว และเพิ่มรายละเอียดที่ช่วยให้โองดูมีมิติมากขึ้น ลวดลายรองเหล่านี้ไม่ได้เป็นจุดนำสายตาหลัก แต่ทำหน้าที่สร้างความต่อเนื่องให้กับลวดลายหลัก และช่วยเพิ่มความประณีตให้กับชิ้นงาน

ลวดลายรองของโองมั่งกรราชบุรีมักได้รับอิทธิพลจากศิลปะจีนและมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ นอกจากจะทำให้โองดูสมบูรณ์ขึ้น ยังช่วยสื่อถึงความเป็นสิริมงคล ความมั่นคง และความรุ่งเรือง ลวดลายเหล่านี้มีความละเอียดอ่อน และต้องอาศัยความชำนาญของช่างฝีมือในการวาดลงบนพื้นผิวโองให้เกิดความกลมกลืนกับลวดลายหลัก

ลวดลายรองของโองมั่งกรจังหวัดราชบุรีมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความสมบูรณ์ของลวดลายหลัก โดยเฉพาะลายมังกรซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของโองมั่งกรราชบุรีมาอย่างยาวนาน ลวดลายรองเหล่านี้มักถูกใช้เป็นองค์ประกอบตกแต่งบริเวณขอบ ป่า และพื้นผิวโดยรอบของโอง เพื่อลดความโล่งของพื้นที่ว่าง และเพิ่มรายละเอียดที่ช่วยให้ชิ้นงานมีมิติและความสมดุลทางสายตา แม้ว่าลวดลายรองจะไม่ได้เป็นจุดเด่นหลัก แต่กลับทำหน้าที่สำคัญในการสร้างความกลมกลืนให้กับภาพรวมของโองมั่งกร (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (SP 0001) การสัมภาษณ์วันที่ 10 มกราคม 2568)

หนึ่งในลวดลายรองที่มีความโดดเด่นและพบเห็นได้บ่อยคือ ลายกุญแจจีน ซึ่งมีความสำคัญทั้งในเชิงสัญลักษณ์และความสวยงาม ลวดลายดังกล่าวได้รับอิทธิพลจากศิลปะจีนและสะท้อนถึงบทบาทของชุมชนชาวจีนในจังหวัดราชบุรีตั้งแต่อดีต ลายกุญแจจีนมักถูกใช้เป็นองค์ประกอบตกแต่งขอบโอง หรือสร้างกรอบให้กับลวดลายมังกรเพื่อเพิ่มความโดดเด่นและสร้างความสมดุลให้กับการจัดองค์ประกอบ (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (AP 0005) การสัมภาษณ์วันที่ 10 มกราคม 2568)

อีกลวดลายที่มีความสัมพันธ์กับลายมังกรอย่างใกล้ชิดคือ ลายเมฆ เนื่องจากแนวคิดในศิลปะจีนมักแสดงภาพมังกรคู่กับก้อนเมฆ เพื่อสื่อถึงพลังอำนาจและความเป็นมงคล ลวดลายเมฆจึงถูกใช้เป็นองค์ประกอบเสริมให้กับลายมังกร โดยทำหน้าที่เติมเต็มพื้นที่ว่างรอบตัวมังกรให้สมบูรณ์ขึ้น หากไม่มีลายเมฆ โองมั่งกรอาจดูโล่งเกินไป และขาดความกลมกลืนทางศิลปะ (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (SP 0002) การสัมภาษณ์วันที่ 13 มกราคม 2568) นอกจากนี้ ลายเมฆยังสามารถถูกใช้เป็นองค์ประกอบที่ล้อมรอบตัวมังกร หรืออยู่บริเวณคอและขามังกร เพื่อช่วยเน้นการเคลื่อนไหวของลวดลายหลัก (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (AP 0010) การสัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2568)

ลายไฟ เป็นอีกลวดลายหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ควบคู่กับลายมังกร ลายไฟมีบทบาทในการสร้างความเคลื่อนไหวให้กับลวดลายโดยรวม โดยช่วยเสริมให้ภาพมังกรดูมีพลังและความสง่างามมากขึ้น (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (SP 0003) การสัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2568) ลวดลายนี้มักถูกวาดล้อมรอบตัวมังกร เพื่อให้เกิดความสมดุลและเติมเต็มพื้นที่ว่างบนโอง (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (AP 0012) การสัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2568)

นอกจากนี้ ลายน้ำ หรือ ลายคลื่นน้ำ ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างความต่อเนื่องให้กับลายมังกร โดยมักถูกวาดเป็นพื้นหลังเพื่อให้ลายมังกรดูสอดคล้องกับบริบทของโองมากขึ้น (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (AP 0013) การสัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2568) การใช้ลายน้ำช่วยให้ลายมังกรดูราวกับกำลังเคลื่อนไหวอยู่ท่ามกลางกระแสน้ำ ทำให้ภาพรวมของโองมีความสมดุลและมีชีวิตชีวา

ลวดลายหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มรายละเอียดให้กับโองคือ ลายใบไม้หรือเถาวัลย์ ลวดลายนี้มีบทบาทสำคัญในการเติมเต็มพื้นที่ว่างของโองให้ดูสมบูรณ์ และลดความโล่งของพื้นที่ว่าง (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (AP 0015) การสัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2568)

ลวดลายรองของโองมังกรจังหวัดราชบุรีเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมความสมบูรณ์ให้กับลวดลายหลัก โดยเฉพาะลายมังกรที่เป็นเอกลักษณ์ของโองมังกรมาอย่างยาวนาน ลวดลายรองเหล่านี้ทำหน้าที่เติมเต็มพื้นที่ว่าง สร้างความสมดุล และช่วยให้ภาพรวมของโองมีมิติมากขึ้น โดยลวดลายรองที่สำคัญประกอบด้วยลายกนกแจ่ม ลายเมฆ ลายไฟ ลายน้ำ และลายใบไม้หรือเถาวัลย์ ซึ่งแต่ละลายมีลักษณะเฉพาะและหน้าที่แตกต่างกัน

1. ลายกนกแจ่ม

ลายกนกแจ่มเป็นหนึ่งในลวดลายรองที่พบได้บ่อยบนโองมังกรราชบุรี ลวดลายนี้ได้รับอิทธิพลจากศิลปะจีน ซึ่งมีความหมายเกี่ยวข้องกับความมั่นคงและความต่อเนื่องของชีวิต ลักษณะของลายกนกแจ่มมีโครงสร้างเป็นเส้นเรขาคณิตที่เชื่อมต่อกันเป็นแนวยาว เส้นสายของลายกนกแจ่มมีลักษณะที่เป็นมุมฉากและสลับมุม ทำให้เกิดความสมดุลทางสายตา ลวดลายนี้มักถูกใช้เป็นเส้นขอบหรือกรอบของโองมังกร เพื่อช่วยขบเน้นลายมังกรให้โดดเด่นขึ้น และสร้างความเป็นระเบียบให้กับองค์ประกอบโดยรวม



ภาพประกอบ 11 ลายกุญแจจีน

2. ลายเมฆ

ลายเมฆเป็นลวดลายที่สัมพันธ์กับลายมังกรอย่างใกล้ชิด ตามความเชื่อทางศิลปะจีน มังกรมักถูกแสดงร่วมกับก้อนเมฆ เนื่องจากเชื่อว่ามังกรเป็นสัตว์แห่งสวรรค์ที่สามารถควบคุมฝนฟ้าได้ ลักษณะของลายเมฆบนโอ่งมังกรราชบุรีมักเป็นเส้นโค้งต่อเนื่องที่พลิ้วไหว คล้ายคลื่นหรือกลุ่มไอนหมอก ลวดลายนี้ช่วยสร้างความอ่อนช้อยและลดความแข็งแกร่งกระด้างของลายเส้นหลัก นอกจากนี้ ลายเมฆยังช่วยเติมเต็มพื้นที่ว่างรอบตัวมังกร ทำให้ลวดลายหลักดูสมบูรณ์ขึ้น



ภาพประกอบ 12 ลายเมฆ

3. ลายไฟ

ลายไฟเป็นลวดลายที่ช่วยเพิ่มพลังและความเคลื่อนไหวให้กับลวดลายมังกร โดยมักถูกออกแบบให้มีเส้นสายที่คดเคี้ยวและแผ่กระจายออกไปจากลำตัวมังกร ลวดลายไฟบนโอ่งมังกรราชบุรีมีลักษณะที่คมชัดและมีทิศทางที่พลิ้วไหว เส้นไฟที่แตกออกจากกัน



ภาพประกอบ 13 ลายไฟ

4. ลายนํ้า

ลายนํ้าเป็นอีกหนึ่งลวดลายที่นิยมใช้ร่วมกับลายมังกร เนื่องจากในวัฒนธรรมจีน มังกรเป็นสัญลักษณ์ของธาตุนํ้า และมักถูกวาดควบคู่กับคลื่นนํ้า ลายนํ้าบนโถงมังกรราชบุรีมีลักษณะเป็นเส้นโค้งที่ต่อเนื่องกันคล้ายกับระลอกคลื่น ลายนํ้ายังช่วยสร้างความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวของมังกร และเพิ่มความลึกให้กับองค์ประกอบภาพรวมของโถง



ภาพประกอบ 14 ลายนํ้า

5. ลายใบไม้หรือเถาวัลย์

ลายใบไม้หรือเถาวัลย์เป็นลวดลายรองที่มักใช้ในการเติมเต็มพื้นที่หลังของโถงมังกร เพื่อลดความโล่งของพื้นที่ว่าง ลวดลายนี้มักถูกออกแบบให้เป็นเส้นสายที่คดโค้งไปมา คล้ายกับเถาวัลย์หรือกิ่งไม้ที่ทอดตัวอย่างเป็นธรรมชาติ เส้นสายที่อ่อนช้อยของลายใบไม้ช่วยเสริมให้ลวดลายโดยรวมมีความสมดุล ลวดลายนี้ยังสามารถช่วยเชื่อมโยงองค์ประกอบต่าง ๆ ของลายมังกรให้ดูต่อเนื่องกันมาก



ภาพประกอบ 15 ลายเถาว์วัลย์

ลวดลายรองของโอ่งมังกรราชบุรีไม่ได้เป็นเพียงองค์ประกอบเสริมของลายมังกร แต่ยังเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างความสมดุลให้กับชิ้นงานและสะท้อนคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรม การนำลวดลายเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับจึงเป็นแนวทางที่สามารถช่วยคงอัตลักษณ์ของโอ่งมังกรราชบุรี พร้อมทั้งเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปะพื้นถิ่น

ส่วนที่ 3 เอกลักษณะของสีในโอ่งมังกรจังหวัดราชบุรีในการนำมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับ

โอ่งมังกรจังหวัดราชบุรีมีความโดดเด่นทั้งในด้านรูปทรง ลวดลาย และกระบวนการผลิต ซึ่งทำให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะตัว หนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเสริมความงดงามให้กับโอ่งคือ สีของโอ่งมังกร ซึ่งเกิดจากปัจจัยทางธรรมชาติและเทคนิคการผลิตแบบดั้งเดิม สีของโอ่งไม่ได้เป็นเพียงการตกแต่งพื้นผิว แต่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับ ดินที่ใช้ และ กรรมวิธีการเผาและเคลือบ ที่ช่างฝีมือสืบทอดกันมา

ดินที่ใช้ในการผลิตโอ่งมังกรเป็นดินเหนียวจากจังหวัดราชบุรี ซึ่งมีแร่ธาตุและองค์ประกอบเฉพาะตัว เมื่อผ่านกระบวนการเผาในอุณหภูมิสูง จะทำให้เกิดสีสันที่เป็นเอกลักษณ์ โดยทั่วไปสีของโอ่งมังกรจะเป็น สีน้ำตาลเข้มอมแดง หรือสีน้ำผึ้ง ซึ่งเกิดจากการเคลือบพื้นผิวและกระบวนการเผาที่ช่วยให้ได้สีที่มีความมันวาวและเปลี่ยนแปลงตามแสง

โอ่งมังกรจังหวัดราชบุรีมีความโดดเด่นไม่เพียงแค่นด้านลวดลายและรูปทรงที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของศิลปะจีนและภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ สีของโอ่งมังกร ก็เป็นอีกองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยบ่งบอกเอกลักษณ์ของโอ่งมังกรจากจังหวัดราชบุรีได้อย่างชัดเจน สีของโอ่งไม่ได้เกิดจากการตกแต่งภายนอกเท่านั้น แต่เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจาก กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม ซึ่งมี

ความสัมพันธ์โดยตรงกับ ดินที่ใช้, เทคนิคการเผา, และการเคลือบผิวโ่ง (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (SP 0001) การสัมภาษณ์วันที่ 10 มกราคม 2568)

ดินที่ใช้ในการผลิตโ่งมังกร เป็นดินเหนียวที่พบในจังหวัดราชบุรี ซึ่งมีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการปั้นโ่ง เนื่องจากมีความเหนียว ยืดหยุ่นดี และสามารถขึ้นรูปได้ง่าย หลังจากผ่านกระบวนการเผาที่อุณหภูมิสูง ดินชนิดนี้จะเปลี่ยนเป็นโ่งที่มีเนื้อแน่นและแข็งแกร่ง พร้อมกับเกิด สีสนเฉพาะตัว ที่เป็นเอกลักษณ์ของโ่งมังกรราชบุรี (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (SP 0003) การสัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2568)

สีที่พบมากที่สุดในโ่งมังกรราชบุรีคือ สีน้ำตาลและสีน้ำตาลแดง ซึ่งเป็นผลมาจากการเคลือบพื้นผิวด้วยน้ำเคลือบพิเศษและการเผาในอุณหภูมิสูง สีที่ได้จะมีความมันวาวและมีความลึกของเฉดสีแตกต่างกันไปในแต่ละชิ้นงาน โดยสีนี้ถือเป็นสีที่สามารถบ่งบอกถึงโ่งมังกรราชบุรีได้ชัดเจนที่สุด (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (SP 0002) การสัมภาษณ์วันที่ 13 มกราคม 2568) นอกจากนี้สีน้ำตาลแล้ว สีส้มและสีแดงส้ม ก็เป็นอีกหนึ่งเฉดสีที่สามารถพบได้ในโ่งมังกร โดยเฉพาะในโ่งที่ไม่ได้มีการตกแต่งลวดลายมากนัก สีเหล่านี้เกิดขึ้นจากอุณหภูมิในการเผาที่แตกต่างกัน รวมถึงปฏิกิริยาระหว่างส่วนผสมของดินเหนียวกับความร้อน ทำให้บางโ่งมีสีที่ออกไปทางส้มอมแดง ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งเอกลักษณ์ของโ่งมังกรแบบดั้งเดิม (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (AP 0014) การสัมภาษณ์วันที่ 14 มกราคม 2568)

แม้ว่าสีน้ำตาลและสีส้มแดงจะเป็นสีที่พบมากที่สุด แต่บางโ่งยังมี สีเหลืองและสีเขียวหยก ซึ่งเกิดจากกระบวนการเคลือบแบบพิเศษที่ทำให้เกิดความแตกต่างของเฉดสี แม้ว่าจะไม่ใช่สีหลักที่พบในโ่งมังกรมากนัก แต่สีเหล่านี้ก็ช่วยเพิ่มความหลากหลายให้กับโ่งและสะท้อนถึงเทคนิคการผลิตที่หลากหลายของช่างฝีมือราชบุรี (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (AP 0007) การสัมภาษณ์วันที่ 13 มกราคม 2568)

สีในโ่งแต่ละใบจะมีสีที่แตกต่างกัน เกิดจากหลายสาเหตุ ทั้งสีดิน และ กรรมวิธีการผลิต มีทั้งการเผาด้วยแก๊สและการเผาแบบดั้งเดิมคือการใช้ฟืนเผา การผลิตที่แตกต่างกันทำให้สีโ่งมังกรมีความแตกต่างตามไปด้วย

สีของโ่งมังกรราชบุรีเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของโ่ง โดยเฉพาะ สีน้ำตาลแดง, สีส้ม, และสีแดงส้ม ซึ่งเป็นสีหลักที่เกิดจากกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม สีเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยบ่งบอกถึงแหล่งที่มาและกรรมวิธีการผลิตของโ่ง แต่ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานออกแบบเครื่องประดับ เพื่อกองไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของโ่งมังกรราชบุรีในบริบทของ

ศิลปะและแฟชั่นร่วมสมัยได้อย่างลงตัว (ผู้ให้ข้อมูลหลัก (SP 0001) การสัมภาษณ์วันที่ 10 มกราคม 2568)

สีของโอ่งมังกรจังหวัดราชบุรีเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเสริมอัตลักษณ์และความโดดเด่นของโอ่ง สีเหล่านี้ไม่ได้เกิดจากการตกแต่งภายนอก แต่เป็นผลลัพธ์จากกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมที่สัมพันธ์กับชนิดของดิน เทคนิคการเผา และการเคลือบผิวโอ่ง สีที่พบมากที่สุดคือ สีน้ำตาลแดง, สีส้ม, และสีแดงส้ม ซึ่งเกิดจากการเผาดินเหนียวของราชบุรีที่มีแร่ธาตุเฉพาะตัว เมื่อผ่านการเผาที่อุณหภูมิสูง จะทำให้ได้สีที่มีความมันวาวและลึก นอกจากนี้ยังมี สีเหลืองและสีเขียวหายาก ที่พบได้ในบางชิ้นงาน ซึ่งเกิดจากเทคนิคการเคลือบแบบพิเศษ แม้ว่าจะไม่ใช่สีหลัก แต่ช่วยเพิ่มความหลากหลายให้กับโอ่งมังกร

ความแตกต่างของสีในแต่ละใบขึ้นอยู่กับกรรมวิธีการเผา ทั้งแบบดั้งเดิมที่ใช้ฟืนและแบบสมัยใหม่ที่ใช้แก๊ส ซึ่งมีผลต่อความเข้มและเฉดสี สีของโอ่งมังกรราชบุรีจึงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น และกรรมวิธีการผลิตที่ได้รับการสืบทอดมาอย่างยาวนาน



ภาพประกอบ 16 โอ่งมังกร สีเขียว



ภาพประกอบ 17 โอ่งมังกร สีน้ำตาล

ขั้นตอนที่ 2: เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์คอลเลกชันชาร์มของแบรนด์ Pandora ในปี 2023-2024 โดยการเลือกคอลเลกชันอย่างเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากแบรนด์ Pandora เป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่ม Generation Z ในช่วงเวลานั้น การออกแบบของแบรนด์ Pandora เน้นการปรับแต่งเครื่องประดับเพื่อสะท้อนถึงตัวตนของผู้สวมใส่ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ข้อมูลจากการวิเคราะห์คอลเลกชันนี้จะช่วยเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องประดับจากเศษโม่มังกรให้มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของตลาด

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จคอลเลกชันชาร์ม ของแบรนด์ Pandora ปี 2023-2024

การออกแบบเครื่องประดับให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องอาศัยหลายปัจจัย ตั้งแต่การสร้างสรรค์ดีไซน์ที่มีเอกลักษณ์ การเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสม ไปจนถึงกลยุทธ์การตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ แบรนด์ Pandora ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้นำด้านเครื่องประดับประเภทชาร์ม (Charms) สามารถสร้างชื่อเสียงและความนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงปี 2023-2024 ที่มีการออกคอลเลกชันใหม่ที่ได้รับคามนิยมสูงในหมู่ผู้บริโภค Generation Z ซึ่งให้ความสำคัญกับเครื่องประดับที่สามารถสะท้อนบุคลิกและคุณค่าทางอารมณ์ของพวกเขาได้

Pandora เป็นแบรนด์เครื่องประดับที่มีชื่อเสียงระดับโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเครื่องประดับประเภทชาร์ม (Charms) ที่สามารถปรับแต่งได้ตามความชอบของผู้สวมใส่ การออกแบบของ Pandora ในช่วงปี 2023-2024 สะท้อนถึงแนวโน้มใหม่ที่ตอบสนองต่อความต้องการของ Gen Z ดังต่อไปนี้

1. Pandora Moments: คอลเลกชันหลักของแบรนด์ที่เน้นการออกแบบเพื่อบันทึกความทรงจำของผู้สวมใส่ โดยมีลวดลายที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรม ป๊อปอาร์ต และธรรมชาติ
2. Pandora ME: คอลเลกชันที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองต่อแนวคิดการแสดงออกถึงความเป็นตัวเองของ Gen Z โดยมีดีไซน์ที่สามารถปรับแต่งและเชื่อมต่อกันได้
3. Collabs Collection: ความร่วมมือกับแบรนด์ดัง เช่น Disney, Marvel และ Netflix ที่ช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับตลาดวัยรุ่น (Pandora, 2024)



ภาพประกอบ 18 Disney x Pandora

แหล่งที่มาของภาพ: Disney100 x Pandora – The DIS

แนวโน้มการออกแบบที่ประสบความสำเร็จจากการศึกษาคอลเลกชันของ Pandora พบว่าแนวโน้มการออกแบบที่ได้รับความนิยมในกลุ่ม Gen Z

1. การออกแบบที่สามารถปรับแต่งได้ (Customization)

Gen Z เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการแสดงออกถึงตัวตนผ่านเครื่องประดับ คอลเลกชัน Pandora ME เป็นตัวอย่างที่ดีของการออกแบบที่สามารถปรับแต่งได้ ผู้บริโภคสามารถเลือกเชื่อมชาร์มต่างๆ และเปลี่ยนดีไซน์ได้อย่างอิสระ (Kim et al., 2023)

2. การออกแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมป๊อปและโซเชียลมีเดีย

การร่วมมือกับ Disney, Marvel และ Netflix ทำให้คอลเลกชัน Collabs Collection ได้รับความนิยมในหมู่ Gen Z เนื่องจากสะท้อนถึงความชื่นชอบในแฟรนไชส์ยอดนิยม นอกจากนี้ การใช้แฮชแท็กบน TikTok และ Instagram เช่น #PandoraME และ #PandoraCharms ยังช่วยกระตุ้นยอดขายและสร้างกระแสบนโลกออนไลน์ (Statista, 2024)

3. การออกแบบที่เน้นความหมายและอารมณ์ (Emotional Connection)

Pandora Moments ยังคงเป็นหัวใจสำคัญของแบรนด์ เนื่องจากผู้บริโภค Gen Z นิยมเลือกเครื่องประดับที่มีความหมายพิเศษ เช่น ชาร์มที่แสดงถึงความรัก มิตรภาพ และความทรงจำในโอกาสพิเศษ (Kim et al., 2023)

พฤติกรรมการบริโภคของ Gen Z ต่อคอลเลกชันชาร์ม Pandora การศึกษาพบว่า พฤติกรรมของ Gen Z ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ Pandora มีดังนี้:

1. ชอบเครื่องประดับที่สามารถปรับแต่งได้ และเลือกใช้ตามโอกาส (Schlissel, 2023)

2. ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน และเลือกซื้อจากแบรนด์ที่มีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม (Pandora, 2022)

3. มีแนวโน้มซื้อตามกระแสโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะจาก TikTok และ Instagram (Statista, 2024)

4. ชอบการสะสมและแลกเปลี่ยนเครื่องประดับ เพื่อแบ่งปันเรื่องราวของตัวเอง (Kim et al., 2023)

ตาราง 3 คอลเลกชันเครื่องประดับของ Pandora ในปี 2023-2024 ที่มียอดขายสูงสุดและได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภค

Collection	2023	2024
Valentine		
Spring		
Summer		
Mother Day		
Autumn		
Winter		

คอลเลกชันชาร์มของแบรนด์ Pandora ในช่วงปี 2023-2024 แสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของการออกแบบที่เปลี่ยนแปลงไปตามแนวโน้มของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะในกลุ่ม Generation Z ซึ่งให้ความสำคัญกับเครื่องประดับที่สามารถสะท้อนบุคลิกภาพและความหมายของตนเอง

แนวทางการออกแบบของ Pandora ในปี 2023 ยังคงเน้นไปที่ รายละเอียดที่ซับซ้อน, การใช้สีสดที่หลากหลาย, และการออกแบบที่มีลักษณะเป็นออร์แกนิก (Organic Form) และสัญลักษณ์เชิงแฟนตาซี ในขณะที่ในปี 2024 มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ การลดทอนรายละเอียด (Simplification), การใช้รูปทรงเรขาคณิต (Geometric Forms) และการนำสัญลักษณ์เชิงนามธรรม (Abstract Symbolism) มาใช้มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดมินิมอล (Minimalism) และการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของเครื่องประดับในยุคปัจจุบัน

1. การวิเคราะห์ตามองค์ประกอบทางศิลปะ (Elements of Art)

1.1 สี (Color) – สีในคอลเลกชันชาร์ม Pandora ปี 2023-2024

สีเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญในการออกแบบเครื่องประดับของ Pandora เนื่องจากสามารถถ่ายทอดอารมณ์ ความหมาย และความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับแต่ละคอลเลกชันได้อย่างชัดเจน การเปลี่ยนแปลงของสีในปี 2023 และ 2024 แสดงให้เห็นถึง แนวโน้มที่เปลี่ยนไปจากการใช้สีที่สดใสและสะดุดตา ไปสู่การลดทอนโทนสีให้เรียบง่ายขึ้นและเป็นธรรมชาติมากขึ้น

1) สีในคอลเลกชัน Pandora ปี 2023

ในปี 2023 Pandora ยังคงเน้น การใช้สีที่สะท้อนถึงแนวคิดของแต่ละคอลเลกชัน โดยมีการใช้โทนสีที่สดใสและดึงดูดสายตา ซึ่งช่วยสร้างอารมณ์ที่ชัดเจนสำหรับแต่ละฤดูกาล

สีชาร์มในปี 2023 มีการใช้ สีพาสเทลและสีอัญมณี (Jewel Tones) เพื่อสร้างความสดใส สีของชาร์มแต่ละคอลเลกชันสะท้อนถึง ฤดูกาลและธีมของแต่ละเทศกาล มีการผสมผสานสีหลายเฉดเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและความมีชีวิตชีวา

2) สีในคอลเลกชัน Pandora ปี 2024

ในปี 2024 Pandora ได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการใช้สี โดยหันมาใช้ สีของวัสดุเป็นหลัก (Material-Based Colors) และลดทอนการใช้สีพาสเทลหรือสีสดใสที่เคยได้รับความนิยมในปี 2023 การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนถึงแนวคิด “Timeless Elegance” หรือความหรูหราแบบไร้กาลเวลา ซึ่งช่วยให้เครื่องประดับสามารถเข้ากับสไตล์การแต่งตัวได้ง่ายขึ้น

ตาราง 4 วิเคราะห์การออกแบบสี Pandora

Collection	2023	2024
Valentine Collection	สีแดงและชมพู เพื่อสื่อถึงความรักและความโรแมนติก	ใช้ สีเงินและขาว แทนสีแดงและชมพู เพื่อสร้างความรู้สึกหรูหราแบบ understated
Spring Collection	สีสดใส เช่น แดงและขาว สะท้อนถึงความสดชื่นและการเริ่มต้นใหม่	สีเงินและเฉดสีโลหะ แทนที่สีสดใส เพื่เน้นความเรียบง่ายและทันสมัย
Summer Collection	สีฟ้าและเขียว ให้ความรู้สึกของทะเล และท้องฟ้า สื่อถึงความสดใสของฤดูร้อน	สีเขียวและโทนธรรมชาติ ลดการใช้สีฟ้าสด เปลี่ยนเป็นสีที่อ่อนโยนขึ้น
Autumn Collection	สีขาวและสีอบอุ่น สีเรียบง่าย	สีขาวและสีเทา ใช้สีที่เรียบง่าย ลดการใช้โทนอ่อนหวาน
Mother's Day Collection	สีขาวประกายและเอฟเฟกต์มุก สื่อถึงความอ่อนโยนและหรูหรา	สีเงินล้วน ลดเอฟเฟกต์ประกาย เพื่อให้มีความเรียบง่ายและไร้กาลเวลา
Winter Collection	สีเงินและสีที่เกี่ยวกับเทศกาล เขียว และแดง ให้ความรู้สึกถึงความสนุก	การใช้สีทองเป็นหลักช่วยให้ชิ้นงานดูหรูหราและอบอุ่นผสมผสานกับอัญมณีสีแดงและเขียวที่สื่อถึงเทศกาลคริสต์มาส

จากปี 2023 ถึงปี 2024 จะมีการลดลงของการใช้สีพาสเทลและสีที่ดูฉูดฉาดลง แต่จะใช้ สีของวัสดุ เช่น เงิน ขาว และทอง เป็นตัวกำหนดโทนสีหลักของชาร์ม เปลี่ยนแนวทางจาก “สีที่บ่งบอกฤดูกาล” เป็น “สีที่สามารถสวมใส่ได้ตลอดเวลา” เน้น ความเรียบง่าย (Minimalism) และความหรูหราแบบธรรมชาติ (Natural Elegance) สรุปการเปลี่ยนแปลงของสีใน Pandora ปี 2023-2024

ปี 2023 แปรนด์ใช้ สีพาสเทล สีอัญมณี และสีที่สะท้อนฤดูกาล เพื่อเพิ่มความมีชีวิตชีวา

ปี 2024 แปรนด์ลดการใช้สีสดใสและพาสเทล หันมาเน้น สีของวัสดุจริง เช่น เงิน ขาว และทอง เพื่อให้ดูเรียบหรูและทันสมัย แนวโน้มของสีสะท้อนถึง การเปลี่ยนแปลงจาก

ความสดใส ไปสู่ความเรียบง่ายและหรูหรา ตามกระแสแฟชั่นที่เน้นความเรียบง่ายและความคลาสสิก

1.2 รูปทรง (Form) – รูปทรงในคอลเลกชันชาร์ม Pandora ปี 2023 และปี 2024

รูปทรงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีบทบาทในการออกแบบเครื่องประดับของ Pandora เนื่องจากสามารถสื่อสารอารมณ์ สไตล์ และความหมายของแต่ละคอลเลกชันได้อย่างชัดเจน การเปลี่ยนแปลงของรูปทรงในปี 2023 และปี 2024 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงจากดีไซน์ที่มีความซับซ้อน ไปสู่การออกแบบที่เรียบง่ายและมีความเป็นสัญลักษณ์มากขึ้น

รูปทรงในคอลเลกชัน Pandora ปี 2023 ในปีนี้ Pandora ยังคงเน้นการใช้รูปทรงที่มีความซับซ้อนและรายละเอียดสูง โดยมีลักษณะที่สะท้อนถึงธีมเฉพาะของแต่ละคอลเลกชัน

ชาร์มในปี 2023 มีการใช้ รูปทรงออร์แกนิกและแฟนตาซี ที่มีรายละเอียดสูง เช่น ดอกไม้ ฝีเสื้อ และสัตว์ รวมถึงการใช้ลวดลายแกะสลักเพื่อเพิ่มมิติให้กับดีไซน์

รูปทรงในคอลเลกชัน Pandora ปี 2024 ในปี 2024 Pandora ได้มีการเปลี่ยนแปลงแนวทางการออกแบบ โดยเน้นการใช้ รูปทรงที่เรียบง่ายและมีความเป็นเรขาคณิตมากขึ้น (Geometric and Abstract Forms) เพื่อลดรายละเอียดที่ไม่จำเป็นและเพิ่มความเป็นสากลของเครื่องประดับ ทำให้สามารถสวมใส่ได้ในหลายโอกาส ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงของรูปทรง

ตาราง 5 วิเคราะห์การออกแบบรูปทรง Pandora

Collection	2023	2024
Valentine Collection	รูปทรงหัวใจแบบ 3 มิติ มีชั้นเลเยอร์ซ้อนกัน ประดับคริสตัลตรงกลาง	รูปทรงหัวใจแบบเรียบง่าย หรือคำว่า LOVE ที่มีเส้นสายต่อเนื่อง ลดความซับซ้อน
Spring Collection	รูปทรงแมลงเต่าบินที่มีปีกโปร่งแสง ลวดลายบนปีกมีเส้นโค้งและมิติที่ซับซ้อน	รูปทรงเส้นสายหมุนวนแบบนามธรรม ลดทอนรายละเอียดขององค์ประกอบธรรมชาติ
Summer Collection	รูปทรงฝีเสื้อที่มีดีเทลโค้งเว้า ใช้การเปลี่ยนสีไล่เฉดเพื่อเพิ่มมิติ	รูปทรงกบที่มีเส้นสายแข็งแรงขึ้น รายละเอียดลดลง เน้นโครงสร้างที่ชัดเจน

ตาราง 5 (ต่อ)

Collection	2023	2024
Autumn Collection	ใช้ลายที่มีความละเอียดไม่มากนัก แต่รูปร่างชัดเจน แสดงถึงเทศกาลในช่วงนั้น	รูปทรงผีแบบการ์ตูนที่เรียบง่ายขึ้น เส้นขอบโค้งมน ไม่มีลวดลายแกะสลัก
Mother's Day Collection	ลูกบิดขาวที่มีลายแกะสลักและผิวสัมผัสละเอียด	รูปทรงอินฟินิตี้ที่เน้นเส้นสายลื่นไหล และความสมดุลทางเรขาคณิต
Winter Collection	มีลวดลายของรายละเอียดให้กับชิ้นงานที่มากขึ้น มีลักษณะท่าทาง	ออกแบบเป็นรูปสามเหลี่ยมของต้นคริสต์มาสที่มีฐานกว้างและปลายเรียว พร้อมดาวที่ด้านบนเพื่อเสริมมิติ

จากปี 2023 – 2024 มีแนวโน้มของการ ลดรายละเอียดของรูปทรงและเปลี่ยนไปใช้รูปทรงที่เป็นนามธรรมและเรียบง่ายขึ้น มีการใช้ ตัวอักษรและสัญลักษณ์แทนลวดลายที่ซับซ้อน ทำให้เครื่องประดับสามารถสื่อความหมายได้โดยไม่ต้องพึ่งพารายละเอียดที่มากเกินไป

1) ลดการใช้รูปทรงที่มีรายละเอียดสูง และเปลี่ยนเป็นการออกแบบที่เรียบง่าย

2) ใช้ตัวอักษรและสัญลักษณ์แทนการออกแบบที่ซับซ้อน

3) เน้นโครงสร้างที่ดูเรียบหรูและสามารถสวมใส่ได้ทุกวัน

4) สรุปการเปลี่ยนแปลงของรูปทรงใน Pandora ปี 2023 และปี 2024

5) ปี 2023 Pandora ใช้รูปทรงออร์แกนิกและแฟนตาซีที่มีรายละเอียดสูง

6) ปี 2024 Pandora ลดรายละเอียดและเน้นรูปทรงเรขาคณิตและนามธรรมมากขึ้น เพื่อให้ดูเรียบง่ายและทันสมัย

การเปลี่ยนแปลงของรูปทรงในคอลเลกชันชาร์ม Pandora ปี 2023 และปี 2024 สะท้อนถึงแนวโน้มการออกแบบที่เน้นความเรียบง่ายและความหรูหราทางสัญลักษณ์ แทนที่การใช้รายละเอียดที่ซับซ้อน รูปทรงในปี 2024 ได้รับการปรับให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการเครื่องประดับที่สามารถสื่อความหมายได้โดยไม่ต้องอาศัยการตกแต่งที่มากเกินไป ทำให้สามารถสวมใส่ได้ในหลายโอกาสและมีความทันสมัยมากขึ้น

1.3 พื้นผิว (Texture) – พื้นผิวในคอลเลกชันชาร์ม Pandora ปี 2023 และปี

2024

พื้นผิว (Texture) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อสัมผัสและรูปลักษณะของเครื่องประดับ เนื่องจากสามารถส่งผลต่อการรับรู้ถึงคุณค่า ความหรูหรา และความซับซ้อนของชิ้นงาน แนวโน้มของพื้นผิวที่ใช้ในปี 2023 และ 2024 แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงจากพื้นผิวที่มีรายละเอียดสูงไปสู่พื้นผิวที่เรียบง่ายขึ้น โดยเน้นการขัดเงาและลดองค์ประกอบตกแต่งที่ไม่จำเป็น

1) พื้นผิวในคอลเลกชัน Pandora ปี 2023

ในปี 2023 Pandora ยังคงให้ความสำคัญกับการสร้าง พื้นผิวที่มีรายละเอียดสูง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและความซับซ้อนให้กับเครื่องประดับ โดยการใช้เทคนิคที่ช่วยเพิ่มมิติให้กับพื้นผิว เช่น

- การใช้พื้นผิวแกะสลัก (Engraved Texture): เป็นเทคนิคที่ Pandora นิยมใช้ในการออกแบบชาร์ม โดยมีการแกะสลักลวดลายที่ประณีต เช่น ลายดอกไม้ ลายใบไม้ หรือเส้นโค้งที่ละเอียด เพื่อเพิ่มความลึกและสร้างลักษณะเฉพาะให้กับชิ้นงาน

- การใช้พื้นผิวเม็ดทราย (Matte or Brushed Texture): เทคนิคนี้ช่วยสร้างความแตกต่างระหว่างส่วนที่ขัดเงาและส่วนที่เป็นด้าน ทำให้เกิดความโดดเด่นของพื้นผิวในแต่ละชิ้นงาน

- การเพิ่มองค์ประกอบตกแต่ง (Decorative Elements): เช่น การฝังอัญมณีลงไปในพื้นที่ผิว หรือการใช้วัสดุผสมเพื่อเพิ่มมิติให้กับชาร์ม

สรุปแล้วลักษณะของพื้นผิวจะมีมิติสูง เช่น ลายแกะสลัก ลวดลายเซาะร่อง และการตกแต่งแบบแฟนตาซี การใช้ พื้นผิวด้าน (Matte) และขัดเงา (Polished) ผสมผสานกัน เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างความเรียบหรูกับรายละเอียดของชิ้นงาน

2) พื้นผิวในคอลเลกชัน Pandora ปี 2024

ในปี 2024 Pandora ได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการออกแบบโดย ลดรายละเอียดของพื้นผิว และเน้นความมินิมอลมากขึ้น โดยเปลี่ยนจากการใช้ลวดลายแกะสลักหรือพื้นผิวเม็ดทราย ไปสู่ พื้นผิวขัดเงาเรียบ (Polished Texture) และพื้นผิวมินิมอล (Minimal Texture) ซึ่งช่วยให้ชิ้นงานดูทันสมัยขึ้นและสามารถเข้ากับสไตล์ที่หลากหลายได้ง่ายขึ้น

- 1) การใช้พื้นผิวขัดเงาเรียบ (Smooth Polished Texture): แทนที่พื้นผิวที่มีลายแกะสลัก โดยเน้นการขัดเงาให้เกิดความเรียบง่าย และให้ความรู้สึกของเครื่องประดับที่ไร้กาลเวลา

2) การลดการใช้พื้นผิวแบบเม็ตทราเย (Less Matte/Brushed Texture): เพื่อลดความซับซ้อนของพื้นผิว ทำให้เครื่องประดับสามารถสะท้อนแสงได้มากขึ้น และดูทันสมัยยิ่งขึ้น

3) การเพิ่มความโปร่งใส (Transparency) และความมันวาว (Glossy Finish): เช่น การใช้เงินขัดเงาหรือวัสดุที่มีความมันวาวสูงเพื่อให้ชาาร์มดูมีความเรียบหรูและโมเดิร์น

4) ลดพื้นผิวที่มีรายละเอียดสูง เปลี่ยนไปใช้ พื้นผิวเรียบหรูและขัดเงา ลดการตกแต่งที่มากเกินไป เน้น ความเรียบง่ายและโมเดิร์น เพิ่มความโปร่งใสและการสะท้อนแสงของวัสดุ เพื่อให้เกิดเอฟเฟกต์ที่ดูหรูหราโดยไม่ต้องใช้ลวดลายที่ซับซ้อน

2. การวิเคราะห์ตามหลักการออกแบบ (Principles of Design)

2.1 จังหวะ (Rhythm) – จังหวะในคอลเลกชันชาาร์ม Pandora ปี 2023 และปี 2024

จังหวะ (Rhythm) เป็นองค์ประกอบสำคัญในงานออกแบบเครื่องประดับ เนื่องจากช่วยกำหนดวิธีที่สายตาของผู้ชมเคลื่อนที่ไปตามองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในชิ้นงาน จังหวะสามารถเกิดขึ้นได้จากการจัดเรียงองค์ประกอบในลักษณะที่เป็นระเบียบหรือมีความต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ชิ้นงานดูมีโครงสร้างที่แน่นอนและเป็นระบบ แนวโน้มของจังหวะในคอลเลกชันชาาร์ม Pandora ปี 2023-2024 แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงจากการใช้ ลวดลายซ้ำที่ซับซ้อน และมีรายละเอียดสูง ไปสู่ จังหวะที่เกิดจากโครงสร้างของรูปทรงและเส้นสายที่เรียบง่ายขึ้น

จังหวะในคอลเลกชัน Pandora ปี 2023 ในปี 2023 การออกแบบชาาร์มของ Pandora ยังคงใช้ จังหวะที่เกิดจากการซ้ำของลวดลายและองค์ประกอบที่มีรายละเอียดสูง เพื่อสร้างความรู้สึกของการเคลื่อนไหวภายในชิ้นงาน ตัวอย่างของการใช้จังหวะในแต่ละคอลเลกชัน

จังหวะในคอลเลกชัน Pandora ปี 2024 ในปี 2024 Pandora ได้เปลี่ยนแนวทางการออกแบบไปสู่ จังหวะที่เกิดจากรูปทรงและเส้นสายที่เป็นระเบียบและเรียบง่ายขึ้น แทนการใช้ลวดลายที่มีรายละเอียดสูง ตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลง

ตาราง 6 วิเคราะห์การออกแบบจิ้งหะ Pandora

Collection	2023	2024
Valentine Collection	รูปทรงหัวใจที่มีหลายชั้นและคริสตัลซ้อนกัน สร้างจิ้งหะด้วยองค์ประกอบที่แตกต่างกัน	รูปทรงหัวใจเรียบง่ายหรือคำว่า LOVE จิ้งหะเน้นเส้นสายต่อเนื่อง ไม่มีการซ้ำขององค์ประกอบย่อย
Spring Collection	ลวดลายปีกผีเสื้อที่มีเส้นโค้งซับซ้อน ทำให้เกิดจิ้งหะที่ดูเป็นธรรมชาติ	เส้นสายหมุนวนที่สมดุล ลดความซับซ้อนและทำให้ดูเป็นจิ้งหะที่สม่ำเสมอ
Summer Collection	จิ้งหะที่เกิดจากเส้นโค้งของปีกผีเสื้อและการไล่สี ทำให้ดูมีการเคลื่อนไหวต่อเนื่อง	ใช้เส้นสายที่มั่นคงขึ้น รูปทรงชัดเจน ไม่มีการไล่สีเยอะ ทำให้เกิดจิ้งหะที่นิ่งและดูมั่นคง
Autumn Collection	จิ้งหะที่เกิดจากลายแกะสลักบนลูกบิด มีความละเอียดและซับซ้อน	ลดลวดลายที่ซ้ำกัน เปลี่ยนเป็นรูปทรงเรียบง่ายแบบการ์ตูน ทำให้จิ้งหะโดยรวมดูนิ่งขึ้น
Mother's Day Collection	ลูกบิดขาที่มีการเล่นแสงสะท้อนและลายแกะสลักที่มีการซ้ำของเส้น	เส้นโค้งของสัญลักษณ์อินฟินิตี้ ทำให้เกิดจิ้งหะที่สมดุลต่อเนื่อง ไม่ซับซ้อนเกินไป
Winter Collection	จิ้งหะที่เกิดจากการซ้ำของลวดลายหิมะและรายละเอียดตกแต่งของรถเลื่อน มีลายละเอียด	การจัดวางอัญมณีสีแดงและเขียวเป็นจิ้งหะที่กระจายตัวทั่วทั้งชิ้น ทำให้เกิดความสมดุล

การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนถึงแนวโน้มของการออกแบบเครื่องประดับที่ต้องการให้เกิดความกลมกลืนมากขึ้น ลดองค์ประกอบที่ไม่จำเป็น และทำให้สามารถสวมใส่ได้ง่ายขึ้น

2.2 สัดส่วนและมาตราส่วน (Proportion & Scale) คอลเลกชันชาร์ม Pandora ปี 2023 และปี 2024

สัดส่วนและมาตราส่วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบเครื่องประดับ เพราะส่งผลต่อความสมดุลและการรับรู้ทางสายตา หากสัดส่วนของชิ้นงานมีความ

พอดี จะช่วยให้เครื่องประดับมีความลงตัว ไม่เล็กหรือใหญ่จนเกินไป และสามารถสวมใส่ได้อย่างเหมาะสมกับผู้ใช้

ในปี 2023 การออกแบบชาร์มของ Pandora ยังคงเน้นการเล่นกับขนาดที่แตกต่างกันขององค์ประกอบภายในชิ้นงาน เพื่อสร้างความโดดเด่น โดยอาจมีองค์ประกอบบางส่วนที่ใหญ่กว่าส่วนอื่นอย่างชัดเจน หรือมีการซ้อนทับกันขององค์ประกอบหลายระดับ เพื่อเพิ่มมิติให้กับชิ้นงาน อย่างไรก็ตาม การใช้มาตราส่วนที่มีความแตกต่างกันมากอาจทำให้บางชิ้นดูเทอะทะ หรืออาจเหมาะกับการใช้งานในโอกาสเฉพาะมากกว่าการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน

แต่ในปี 2024 Pandora ได้ปรับแนวทางการออกแบบให้เรียบง่ายขึ้น โดยมุ่งเน้นการใช้สัดส่วนที่สมดุลมากขึ้น ลดความแตกต่างที่มากเกินไปขององค์ประกอบในชิ้นเดียว และออกแบบให้ชาร์มแต่ละชิ้นมีขนาดที่พอดีและเข้ากับเครื่องประดับอื่นได้ง่ายขึ้น ทำให้สามารถนำไปมิกซ์แอนด์แมทช์ได้สะดวกขึ้น แนวทางนี้ทำให้เครื่องประดับ Pandora ในปี 2024 มีลักษณะที่ดูเรียบหรูและร่วมสมัยมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนถึงแนวโน้มของผู้บริโภคที่ต้องการเครื่องประดับที่ใช้งานได้ง่ายในชีวิตประจำวัน และสามารถเข้ากับไลฟ์สไตล์ที่หลากหลาย การออกแบบที่มีสัดส่วนที่สมดุล ช่วยให้เครื่องประดับสามารถคงความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ Pandora ได้ ในขณะเดียวกันก็มีความร่วมสมัยและตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่

2.3 ความขัดแย้ง (Contrast) – คอลเลกชันชาร์ม Pandora ปี 2023 และปี 2024

ความขัดแย้งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้เครื่องประดับดูโดดเด่น โดยสามารถเกิดขึ้นได้จากการใช้สี พื้นผิว รูปทรง หรือวัสดุที่แตกต่างกันเพื่อสร้างมิติให้กับชิ้นงาน ในปี 2023 Pandora ยังคงเน้นการใช้ความขัดแย้งที่ชัดเจน เช่น การใช้สีที่ตัดกัน หรือการใช้พื้นผิวที่แตกต่างกันระหว่างส่วนที่เป็นด้านและส่วนที่ขัดเงา การใช้เทคนิคเหล่านี้ช่วยให้เครื่องประดับมีลูกเล่นและความน่าสนใจ

อย่างไรก็ตาม ในปี 2024 Pandora ได้เปลี่ยนแนวทางการออกแบบไปสู่ความเปรียบต่างที่ subtle หรือซับซ้อนน้อยลง โดยลดการใช้สีที่มีความเปรียบต่างสูง และเน้นไปที่การใช้วัสดุที่มีคุณภาพแทนที่จะใช้สีฉูดฉาดเป็นตัวดึงดูดสายตา เช่น การใช้เงินหรือทองในโทนสีธรรมชาติ และสร้างความเปรียบต่างผ่านพื้นผิวที่แตกต่างกัน เช่น การขัดเงาบางส่วนเพื่อให้เกิดมิติ และปล่อยให้บางส่วนมีพื้นผิวแบบด้านเพื่อให้เกิดความลึก

การเปลี่ยนแปลงนี้สอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดเครื่องประดับที่ให้ความสำคัญกับความเรียบง่ายและความหรูหราแบบไร้กาลเวลา แทนที่จะเน้นสีสันที่ฉูดฉาดหรือ

ความเปรียบเทียบที่ชัดเจนเกินไป เครื่องประดับ Pandora ในปี 2024 จึงดูโมเดิร์นขึ้น และสามารถเข้ากับสไตล์การแต่งตัวที่หลากหลาย แนวทางนี้ยังช่วยให้เครื่องประดับสามารถใช้งานได้ในหลายโอกาสมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน หรือการนำไปจับคู่กับเครื่องประดับชิ้นอื่นเพื่อเสริมลุคที่เป็นทางการมากขึ้น การใช้ความเปรียบเทียบที่น้อยลง แต่เน้นไปที่คุณภาพของวัสดุและการออกแบบที่ประณีต เป็นการตอบสนองต่อแนวโน้มที่ผู้บริโภคมองหาเครื่องประดับที่สามารถใช้งานได้นาน และมีดีไซน์ที่ไม่ล้าสมัยง่าย การเปลี่ยนแปลงของ Pandora ในปี 2024 จึงสะท้อนถึงทิศทางของตลาดเครื่องประดับที่มุ่งไปสู่ความเรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยรายละเอียดที่ผู้บริโภคมีความสนใจและกระแสในช่วงนั้นซึ่งสะท้อนได้จากการที่รูปแบบของชาร์มแพนโดราที่เปลี่ยนไปอย่างชัดเจน ซึ่งเข้ากับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับจากเศษโองมั่งกรจังหวัดราชบุรี

ในการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับจากเศษโองมั่งกรจังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับโรงโอง และ การศึกษาคอลเลกชันเครื่องประดับของ Pandora มาสังเคราะห์เป็นแนวทางในการออกแบบ โดยกระบวนการออกแบบในขั้นตอนนี้มุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นทางอัตลักษณ์ของโองมั่งกรจังหวัดราชบุรี ให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาด และตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค Generation Z

การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบ

ผู้วิจัยตระหนักว่า “การออกแบบ” ไม่ได้เป็นเพียงแค่กระบวนการตกแต่งภายนอก แต่เป็นหัวใจในการสร้างคุณค่าใหม่ให้กับวัสดุเหลือใช้ ซึ่งไม่เพียงแต่ต้องสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม หากยังต้องสามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์และความรู้สึกของผู้บริโภครุ่นใหม่ได้อย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะในกลุ่ม Generation Z ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ความหมาย และความแตกต่าง

ดังนั้น การออกแบบจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเปลี่ยนเศษโองมั่งกรมาให้เป็นชิ้นงานเครื่องประดับร่วมสมัย ที่ทั้งมีเสน่ห์ น่าสวมใส่ และสามารถนำเสนอเรื่องราวของท้องถิ่นในรูปแบบใหม่ที่เข้าถึงได้ง่ายและร่วมสมัยมากขึ้น

ในการดำเนินงานขั้นตอนที่ 3 นักวิจัยได้ออกแบบจี้เครื่องประดับจำนวน 11 แบบโดยใช้เศษโองมั่งกรราชบุรีเป็นวัสดุหลัก กระบวนการออกแบบเป็นไปอย่างมีระบบตามข้อมูลพื้นฐานจากการวิจัย ทั้งการสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ การศึกษาแนวโน้มจากแบรนด์เครื่องประดับชั้นนำ ตลอดจนการพิจารณาความต้องการของผู้บริโภค Gen Z ด้านรูปลักษณ์ ความหมาย การปรับเปลี่ยนได้ และความยั่งยืน นอกจากนี้ยังประยุกต์ใช้หลักการออกแบบและ

องค์ประกอบศิลป์ การพัฒนาผลงานแต่ละชิ้น พร้อมเชื่อมโยงลวดลายเอกลักษณ์ของโอ่งมังกร (มังกร หัวมังกร เกล็ดมังกร ลายคลื่น ลายน้ำ ลายเมฆ ลายไฟ ลายกุญแจเงิน ลายเถาวัลย์ ฯลฯ) เข้ากับการตีความในเชิงเครื่องประดับร่วมสมัย

แนวคิดการออกแบบจากการสังเคราะห์ข้อมูลผู้สัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูล 18 คน ซึ่งประกอบด้วยช่างฝีมือผู้เชี่ยวชาญ การทำโอ่งมังกร เจ้าของโรงงานเครื่องปั้นดินเผา ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และนักออกแบบเครื่องประดับ ทีมวิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดการออกแบบหลักๆ ที่จะกำหนดทิศทางของผลงานดังนี้:

1. การอนุรักษ์และต่อยอดเอกลักษณ์ท้องถิ่น: ช่างฝีมือและเจ้าของโรงงาน เน้นย้ำความสำคัญของการรักษาเอกลักษณ์ลวดลายมังกรราชบุรี ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์มงคลตามความเชื่อดั้งเดิมของจีน ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ผลักดันให้นำ “เรื่องราว” และความหมายดั้งเดิมของโอ่งลายมังกรมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ เพื่อให้เครื่องประดับที่ได้ยังคงสะท้อนคุณค่าเชิงวัฒนธรรม ไม่สูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดราชบุรี

2. การผสมผสานฝีมือดั้งเดิมกับดีไซน์ร่วมสมัย: นักออกแบบและช่างฝีมือให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทำโอ่งมังกร ซึ่งลวดลายดั้งเดิมมักวาดหรือปั้นด้วยมืออย่างอิสระลงบนผิวโอ่ง คุณลักษณะนี้ชี้ให้เห็นถึงความงามในเชิงงานฝีมือ (craftsmanship) ที่เป็นเอกลักษณ์ จึงนำหลักการนี้มาประยุกต์ในงานออกแบบ โดยมุ่งเน้นให้เครื่องประดับแต่ละชิ้นมีลวดลายหรือรูปทรงที่ดูเป็นธรรมชาติ ไม่แข็งทื่อ และสะท้อนร่องรอยฝีมือดั้งเดิม ผสมผสานเข้ากับรูปแบบร่วมสมัยที่เรียบง่ายและทันสมัย เพื่อให้เหมาะกับรสนิยมของผู้ใช้รุ่นใหม่

3. ความต้องการและมุมมองของผู้บริโภค: การสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภค (โดยเฉพาะวัยรุ่น Gen Z) พบว่าพวกเขามองหาเครื่องประดับที่ไม่เพียงมีความงาม แต่ต้องมีความหมายบางอย่างสำหรับตนเอง และสามารถบอกตัวตนหรือเรื่องราวของผู้สวมใส่ได้ ผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้งานและความหลากหลายในการสวมใส่ กล่าวคือ ชิ้นงานหนึ่งควรมีความยืดหยุ่นพอที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือมิกซ์แอนด์แมทช์กับเครื่องประดับอื่นๆ ได้ง่าย เพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวันหลากหลายโอกาส ขณะเดียวกันก็คาดหวังว่าสินค้าจะผลิตอย่างใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม แนวคิดเหล่านี้จากผู้บริโภคได้ถูกนำมาสรุปเป็นข้อกำหนดในการออกแบบ (design requirements) ที่จะต้องตอบโจทย์ทั้งด้านฟังก์ชันและคุณค่าทางจิตใจไปพร้อมกัน

จากการสังเคราะห์ข้อมูลข้างต้น นักวิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการออกแบบ จี้ทั้ง 11 แบบหลัก ที่จะต้องออกมา ยังคงอัตลักษณ์และความหมายดั้งเดิมของโอ่งมังกรราชบุรี

ขณะเดียวกันก็ นำเสนอรูปแบบใหม่ที่ทันสมัย ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค Gen Z และ เพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจและส่งเสริมอัตลักษณ์ที่น่าสนใจของจังหวัดราชบุรี

การวิเคราะห์กรณีศึกษาแบรนด์ Pandora และแนวโน้มที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การออกแบบเครื่องประดับตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่อย่างรอบด้าน ได้ วิเคราะห์กรณีศึกษาของแบรนด์เครื่องประดับระดับสากลอย่าง Pandora ซึ่งประสบความสำเร็จใน การเข้าถึงกลุ่ม Gen Z แนวทางและข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ถูกนำมาปรับใช้ในการออกแบบ ดังนี้:

1. แนวคิดเครื่องประดับแบบปรับแต่งได้ (Personalization & Modular Design)

Pandora เป็นผู้นำด้านเครื่องประดับที่ให้ผู้ค้าสามารถเลือกปรับแต่งชิ้นงานได้ตามใจ ด้วย จุดเด่นคือสร้อยข้อมือและจี้ชาร์ม (charms) ที่ถอดเปลี่ยนจัดเรียงได้อย่างอิสระ ซึ่งถือเป็นการให้อำนาจในการสร้างสรรค์ ให้แก่ผู้บริโภคอย่างเต็มที่ ผู้บริโภค Gen Z สามารถมิกซ์แอนด์แมทช์จี้ต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์รูปแบบเฉพาะของตนเองโดยไม่มีเกณฑ์ตายตัว แนวคิด “ไร้กฎเกณฑ์ ▪ ไร้ขีดจำกัด” ที่ Pandora ใช้ดึงดูดใจวัยรุ่นยุคใหม่ ผ่านเครื่องประดับที่เปลี่ยนแปลงได้ตามอารมณ์หรือเครื่องแต่งกาย นักวิจัยจึงนำหลักการดังกล่าวมาพิจารณาในการออกแบบชุดจี้เศษโง่มังกร โดยวางแนวคิดให้จี้ทั้ง 11 แบบสามารถใช้ร่วมกันได้อย่างยืดหยุ่น ผู้สวมใส่อาจเลือกจี้หลายชิ้นมา ร้อยรวมบนสร้อยเดี่ยวแบบ mix-and-match หรือสลับเปลี่ยนจี้ตามโอกาส เพื่อเสริมประสบการณ์การปรับแต่งเครื่องประดับเฉพาะบุคคล (personalized jewelry) เช่นเดียวกับแนวทางของ Pandora ที่ถือว่าการปรับแต่งตามเอกลักษณ์ผู้สวมใส่คือหัวใจสำคัญของการออกแบบ

2. การสื่อสารตัวตนและเรื่องราวผ่านเครื่องประดับ: จากกรณีศึกษาพบว่า Pandora มุ่งเน้นการออกแบบเครื่องประดับที่ให้ผู้สวมใส่ “เล่าเรื่องราวของตนเอง” ได้ ไม่ว่าจะเป็นผ่านสัญลักษณ์ต่างๆ บนจี้ หรือการใช้สี และวัสดุที่สะท้อนถึงค่านิยมของผู้สวมใส่เอง ในคอลเลกชัน “Pandora ME” ซึ่งพัฒนาขึ้นสำหรับ Gen Z โดยเฉพาะ ทางแบรนด์ได้ใส่องค์ประกอบสื่อความหมายที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมดิจิทัลของคนรุ่นใหม่ เพื่อให้เครื่องประดับแต่ละชิ้นสะท้อนตัวตนและคุณค่าที่ผู้สวมใส่เชื่อถือ แนวทางนี้สอดคล้องกับความต้องการด้าน “ความหมาย” ของผู้บริโภค Gen Z ดังนั้นในการออกแบบจี้เศษโง่มังกร นักวิจัยจึงให้ความสำคัญกับการกำหนดความหมายให้กับจี้แต่ละแบบ เช่น จี้รูปมังกรที่สื่อถึงพลังและความสำเร็จ จี้ลายคลื่นที่สื่อถึงความต่อเนื่องและการปรับตัว เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสวมใส่จี้ที่ตรงกับบุคลิกหรือเรื่องราวที่ต้องการสื่อสาร

3. ในการทบทวน หาข้อมูลจากชาร์มในปี 2023-2024 เครื่องประดับ pandora มีความเรียบง่ายมากขึ้นไม่ซับซ้อนและเข้าใจในการออกแบบและการใช้สีที่มีน้อยลง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการเรื่องของรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ได้หลายโอกาสมากขึ้น ปรับแต่งให้เข้ากับการแต่งตัวได้หลากหลายโอกาส

จากการวิเคราะห์กรณีศึกษา Pandora สรุปได้ว่า การปรับเปลี่ยนได้ตามใจ (modularity) และ การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ (symbolic self-expression) เป็นแนวโน้มหลักที่ทีมวิจัยนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับจากเศษโม่มังกรสำหรับผู้บริโภค Gen Z

การกำหนดแนวคิดในการออกแบบ

แนวคิดในการออกแบบเครื่องประดับจากลวดลายโม่มังกรในงานวิจัยนี้ ถูกกำหนดขึ้นจากกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งจากผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และกลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่ (Generation Z) ควบคู่กับการศึกษาทิศทางทางการออกแบบร่วมสมัยที่เน้นเรื่องอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความยั่งยืน โดยใช้แนวโน้มด้านการออกแบบในระดับสากลเป็นแนวทางเสริมในการพัฒนารูปแบบ แนวคิดหลักในการออกแบบมุ่งเน้นไปที่ “ความงามในรายละเอียดของงานหัตถกรรมดั้งเดิม” โดยถ่ายทอดแรงบันดาลใจจากลวดลายโม่มังกรราชบุรีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งในด้านลวดลาย องค์ประกอบ และพื้นผิว ซึ่งสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีประวัติมายาวนาน การออกแบบเน้นการตีความลวดลายให้อยู่ในรูปแบบร่วมสมัย โดยยังคงเคารพต่อโครงสร้างและความหมายของลวดลายดั้งเดิม เพื่อให้ผู้สวมใส่สามารถรับรู้ถึงที่มาและเรื่องราวของแรงบันดาลใจที่ถูกถ่ายทอดผ่านเครื่องประดับได้อย่างมีความหมาย

นักวิจัยได้ออกแบบภายใต้ แนวคิดการออกแบบ **Symbolic Essence พลังความหมายจากสัญลักษณ์** การออกแบบเครื่องประดับจากเศษโม่มังกรราชบุรีในงานวิจัยฉบับนี้ ได้กำหนดกรอบแนวคิดภายใต้ชื่อว่า “Symbolic Essence” หรือ “พลังความหมายจากสัญลักษณ์” ซึ่งสะท้อนความตั้งใจของผู้วิจัยในการผสมผสานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นเข้ากับมุมมองและความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Z ที่มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับ การสื่อสารตัวตน (self-expression) ผ่านวัตถุที่เลือกใช้อย่างชัดเจน

แนวคิดนี้มุ่งเน้นให้เครื่องประดับทำหน้าที่มากกว่าการตกแต่ง แต่เป็น “สื่อกลาง” ที่สามารถบอกเล่าเรื่องราว ความเชื่อ หรือคุณค่าที่ผู้สวมใส่ต้องการแสดงออก จี๋แต่ละแบบจึงถูกออกแบบให้มีลักษณะเป็น “สัญลักษณ์ความหมาย” (symbolic motif) โดยอิงจากลวดลายที่ปรากฏบนโม่มังกรจังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นมรดกเชิงช่างที่สืบทอดมาอย่างยาวนาน พร้อมทั้งมีความหมายในเชิงวัฒนธรรมที่สามารถตีความใหม่ให้ร่วมสมัย

จีเครื่องประดับในชุดนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 10 แบบ ออกแบบโดยอ้างอิงจากลวดลายและองค์ประกอบต่าง ๆ ของโองม้งกร เช่น หัวมังกร ลำตัวมังกร เก็ดม้งกร ลายน้ำ ลายเมฆ ลายเปลวไฟ ลายกุญแจเงิน และลายเถาว์ลัย ซึ่งผู้วิจัยได้จัดกลุ่มลายเหล่านี้เข้ากับแนวคิด “พลังแห่งธาตุ” (elemental forces) ที่สะท้อนคุณลักษณะภายใน เช่น ความแข็งแกร่ง ความเยียวยา ความยืดหยุ่น หรือความกล้าหาญ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสวมใส่จีที่ตรงกับบุคลิก ความเชื่อ หรือคุณค่าที่ตนเองต้องการสะท้อน โดยให้ความหมายดังนี้

1. **พลังมังกร** สื่อถึงอำนาจ ความสำเร็จ และความเคลื่อนไหว (หัว ลำตัว และ เก็ดม้งกร)

2. **ธาตุน้ำ** แสดงถึงการปรับตัวและความนิ่งลึก (ลายน้ำ)

3. **ธาตุลม** แทนความคิดสร้างสรรค์และอิสระ (ลายเมฆ)

4. **ธาตุไฟ** สื่อถึงพลัง ความกล้า และการเริ่มต้นใหม่ (ลายไฟ)

5. **ธาตุไม้** แสดงถึงความอ่อนโยน การฟื้นคืน และความอุดมสมบูรณ์ (ลายเถาว์ลัย/ดอกไม้)

6. **ธาตุโลหะ** เชื่อมโยงกับความมั่นคง ปกป้อง และภูมิปัญญา (ลายกุญแจเงิน)

เครื่องประดับแต่ละชิ้นจึงเปรียบเสมือน “สัญลักษณ์ประจำตัว” ที่ผู้บริโภคสามารถเลือกสวมใส่เพื่อสื่อถึงสิ่งที่ตนเองยึดถือ เป็นอัตลักษณ์ที่จับต้องได้ ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ตามโอกาสและอารมณ์ สอดคล้องกับแนวโน้มของเครื่องประดับแบบปรับแต่งได้ (modular jewelry) ที่กลุ่มผู้บริโภค Gen Z ให้ความสนใจเป็นพิเศษ การออกแบบภายใต้แนวคิด “Symbolic Essence” จึงไม่เพียงสะท้อนการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมผ่านการใช้ลวดลายท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังเป็นการตีความใหม่ในเชิงร่วมสมัย ที่ให้ความสำคัญกับความหมายเฉพาะบุคคล ความยืดหยุ่น และความสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภครุ่นใหม่ในปัจจุบัน

เครื่องประดับที่ได้จึงมีรูปแบบเรียบง่าย มินิมอล สอดคล้องกับแนวคิดของกลุ่ม Gen Z ที่นิยมเครื่องประดับที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว สื่อสารเรื่องราว วัฒนธรรม และความยั่งยืนไปพร้อมกัน โดย Mood and Tone ของการออกแบบจะอยู่ในโทนสีเอิร์ธโทน สีของธรรมชาติ เช่น น้ำตาล ดิน แดงส้ม เขียวอ่อน และเขียวมะกอก ที่สอดคล้องกับเนื้อสีของโองม้งกรจริง และให้ความรู้สึกอบอุ่น มีมิติ เป็นมิตรและร่วมสมัย

การเลือกใช้สีของเครื่องประดับเพื่อสอดคล้องกับบุคลิกภาพของผู้บริโภค Generation Z

จากกระบวนการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับที่มีรากฐานจากลวดลายและอัตลักษณ์ของโองม้งกรจังหวัดราชบุรี นอกจากองค์ประกอบด้านรูปทรงและลวดลายแล้ว การเลือกใช้

“สีของตัวเรือนเครื่องประดับ” ถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมคุณค่าทางการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้บริโภค ที่มีแนวโน้มในการเลือกเครื่องประดับจากการพิจารณา “personal color” หรือโทนสีที่เหมาะสมกับตนเอง

แนวคิดนี้ไม่เพียงแสดงถึงความสนใจในความสวยงามเชิงความสวยงามเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการบริโภคยุคใหม่ที่เน้นการแสดงออกถึงตัวตน ความมั่นใจ และการเลือกใช้สินค้าที่ส่งเสริมอัตลักษณ์เฉพาะบุคคล การพัฒนาเครื่องประดับในงานวิจัยนี้จึงได้พิจารณาเรื่อง “โทนสี” ทั้งในกลุ่ม warm tone และ cool tone เพื่อออกแบบเครื่องประดับให้รองรับความหลากหลายของผู้บริโภครุ่นใหม่ได้อย่างเหมาะสม

ผู้บริโภคกลุ่มผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับการแสดงออกผ่านการเลือกใช้โทนสีที่สอดคล้องกับ Personal Color ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มแฟชั่นและเครื่องประดับ การแบ่งโทนสีออกเป็น Warm tone และ Cool tone ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเลือกเครื่องประดับได้ตรงกับบุคลิกและสีผิวของตนเอง

การเลือกใช้ สีทอง และ สีน้ำตาล สื่อถึงความอบอุ่น มั่นคง และมีความเป็นธรรมชาติ เหมาะกับกลุ่มที่มีลักษณะผิวในโทนอบอุ่น (Warm tone) ขณะที่ สีเงิน และ สีเขียวอมฟ้า สะท้อนความสงบ ความลึกซึ้ง และความทันสมัย ซึ่งเข้ากับบุคลิกของผู้บริโภคโทนเย็น (Cool tone)

จากรายงานของ The Wall Street Journal พบว่า ความนิยมใน “Personal Color Analysis” ได้รับความสนใจมากในกลุ่ม Gen Z และ Millennial โดยเฉพาะในโซเชียลมีเดียอย่าง TikTok และ YouTube ที่มักเน้นการเลือกเครื่องประดับหรือเสื้อผ้าให้เข้ากับโทนสีของแต่ละบุคคล (Schlissel, 2023) นอกจากนี้ เว็บไซต์ Byrdie ยังแนะนำว่าการเลือกเครื่องประดับตามสีผิวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมภาพลักษณ์และความมั่นใจให้กับผู้สวมใส่ (Kirkpatrick, 2023)

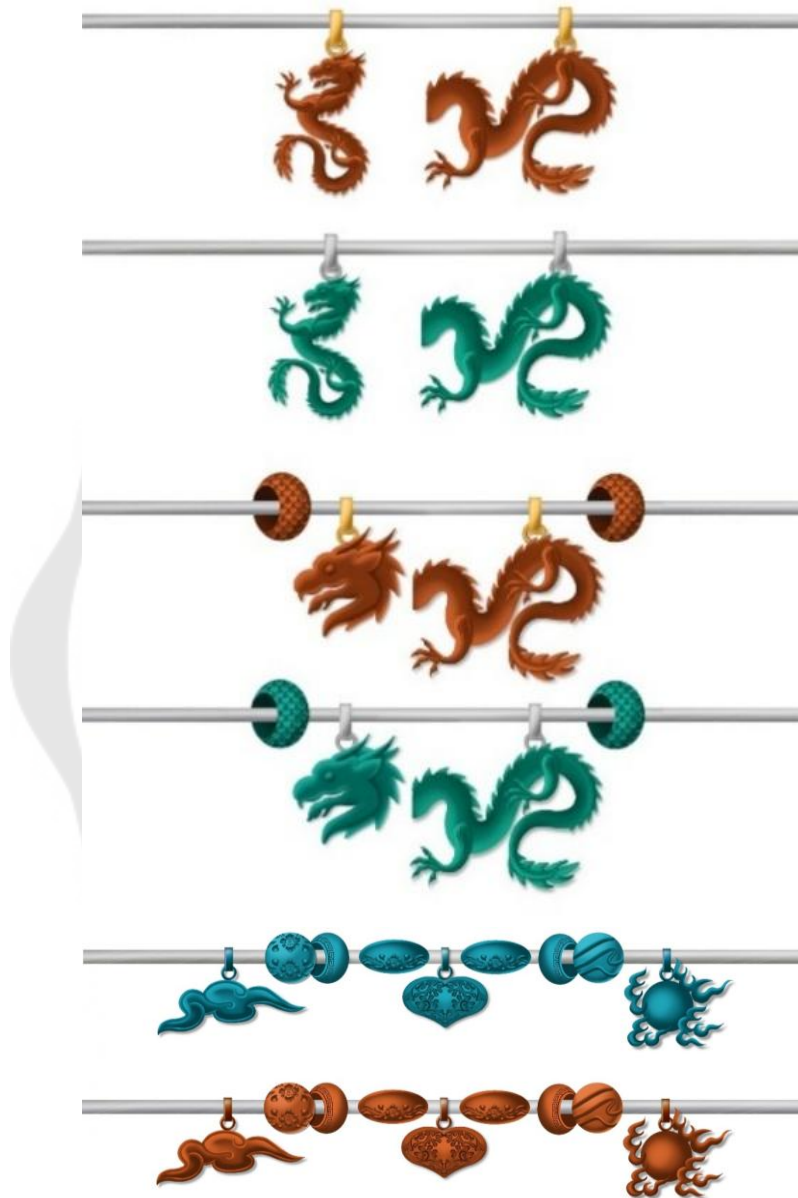
ผู้วิจัยทำการร่างแบบ (Sketch Design) และคัดเลือกแบบร่างที่เหมาะสมกับการนำมาพัฒนาเป็นแบบร่างเครื่องประดับจากเซตของมังกอร์ จำนวน 3 แบบร่าง ดังนี้

แบบร่าง 1 ลวดลายหลักและลวดลายรอง ถอดออกมาแบบยังไม่ได้ลดทอนลาย แสดงให้เห็นว่าออกแบบออกมาแล้วมีรายละเอียดที่มาก



ภาพประกอบ 19 แบบร่างที่ 1 (Sketch Design)

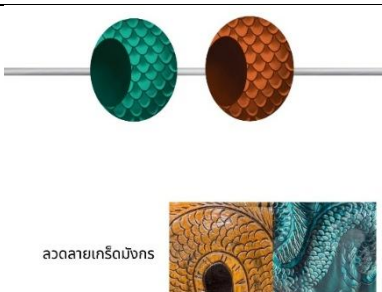
แบบร่างที่ 2 แบบร่างนี้นักวิจัยได้ออกแบบนำมารวมแต่คงยังไม่ได้ลดทอนใน ส่วนของลวดลายมาก แต่ทำให้ ไม่แยกชิ้นกันให้มองเห็นความเป็นมังกรมากขึ้น



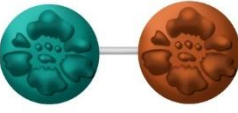
ภาพประกอบ 20 แบบร่างที่ 2 (Sketch Design)

ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบต้นแบบเครื่องประดับจำนวน 10 แบบ ซึ่งออกแบบโดยอ้างอิงจากลวดลายและอัตลักษณ์ของโองมั่งกรจังหวัดราชบุรี โดยนำแนวคิดเชิงสัญลักษณ์มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทร่วมสมัย

ตาราง 7 ลักษณะการสร้างสรรค์แบบร่างเครื่องประดับจากเศษโองมั่งกร

ภาพประกอบ	ด้านรูปทรงและลวดลาย	ด้านแนวคิดการออกแบบ
 ลวดลายหัวมังกร	นำรูปร่างของหัวมังกรจากลวดลายโองราชบุรี ซึ่งมีลักษณะเส้นโค้งของหนวดแผ่คอ และดวงตาชัดเจน มาวางลงบนพื้นผิววัสดุ แบบนูนต่ำ ลงบนจีทรงกลม เพื่อสร้างจุดเด่นในตำแหน่งศูนย์กลางของแบบจี้	สื่อความหมายถึงพลัง ปัญญา และการปกป้อง โดยมังกรเปรียบเสมือนผู้คุ้มครองในความเชื่อจีน
 ลวดลายลำตัวมังกร	ลวดลายลำตัวมังกรที่คดเคี้ยว ลำตัวมังกรแสดงถึงการไปมารอบโองมั่งกรนำมาดีไซน์ เคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องและเป็นเส้นโค้งต่อเนื่องล้อมรอบ พลังที่ไม่หยุดนิ่ง จี้ชิ้นนี้จึงสื่อศูนย์กลางของจี้ โดยเน้นความพลิ้วไหวและความสมดุลขององค์ประกอบ ทำให้เกิดรูปทรงคล้ายวงกลมหมุนวนที่มีชีวิต	ถึงการก้าวไปข้างหน้า ความยืดหยุ่น
 ลวดลายเกร็ดมังกร	ลวดลายเกล็ดมังกรแบบซ้ำ ต่อเนื่องถูกนำมาใช้ในการออกแบบจี้ทรงกลม โดย แทนการป้องกันภัย ความกล้าดัดแปลงให้มีจังหวะนุ่มนวล หาญ และพลังภายในที่มั่นคง และพื้นผิวที่มีความเคลื่อนไหวแบบธรรมชาติ	สื่อถึงแนวคิด “เกราะปกป้อง จากตำนาน” โดยเกล็ดมังกร ออกแบบจี้ทรงกลม โดย แทนการป้องกันภัย ความกล้า

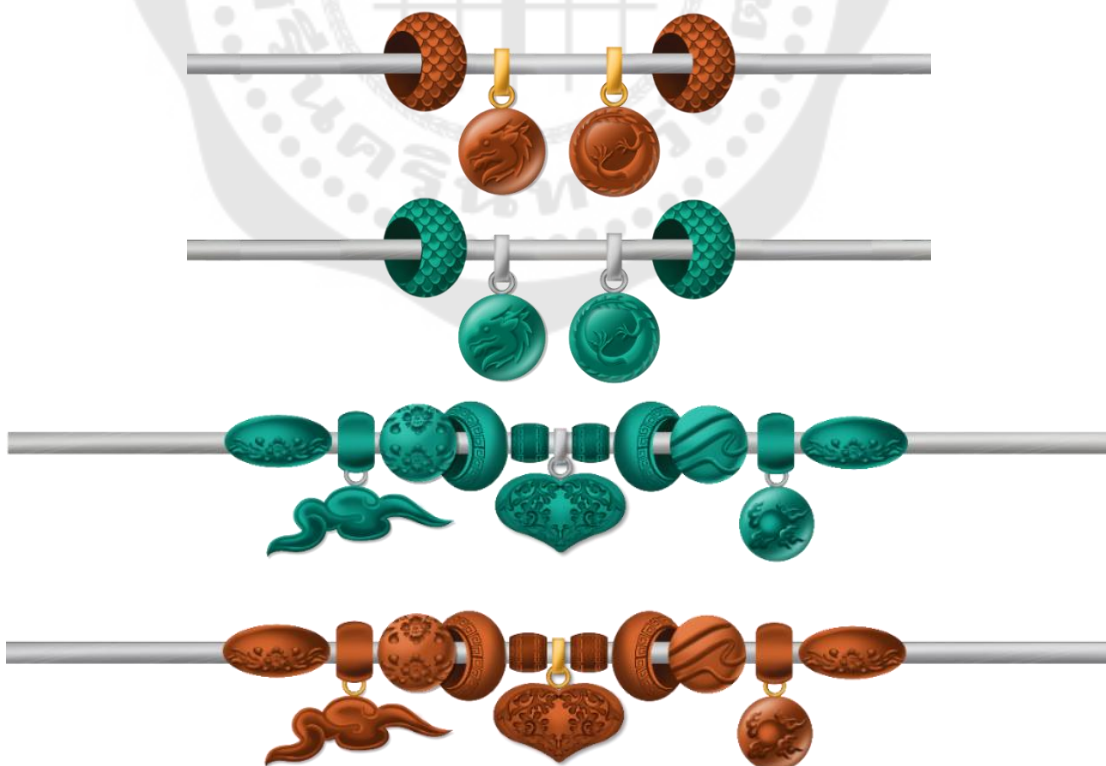
ตาราง 7 (ต่อ)

ภาพประกอบ	ด้านรูปทรงและลวดลาย	ด้านแนวคิดการออกแบบ
  ลวดลายเมฆ	ลวดลายเมฆจีนที่โค้งมน ชาติตุลุม - เมฆในงานศิลปะจีน ต่อเนื่อง ถูกดัดแปลงเป็น หมายถึงความสงบ ความอุดม รูปทรงจี๋แบบ ลอยตัว สมบูรณ์ และการเคลื่อนไหว (freeform) โดยยังคง อย่างอิสระ จี๋เมฆจึงสะท้อน เอกลักษณ์ของเส้นโค้งนุ่ม แนวคิด “สมดุลและความเบา สอดคล้องกับความพริ้วของ สายา” ซึ่งเหมาะกับกลุ่ม Gen เมฆที่พบได้ในลวดลายรองบน Z ที่มองหาเครื่องประดับที่ โอ่งมังกร	สร้างความสงบภายในและ ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน
  ลวดลายเถาวัลย์	ลายดอกไม้ที่ได้แรงบันดาลใจ ชาติตุ ไม้ - สื่อถึง ความ จากดอกบัวและลวดลาย เจริญเติบโต การฟื้นคืน และ ประดับบนโอ่งมังกร ถูก พลังแห่งการเยียวยา เหมาะ ออกแบบให้มีรูปทรงกลม กับผู้ที่มีหัวใจอ่อนโยน ให้ สมมาตร พร้อมการวางกลีบ คุณค่ากับความสัมพันธ์ชุมชน ดอกแบบเรขาคณิตรอบจุด และธรรมชาติ เชื่อมโยงกับ ศูนย์กลาง	พลังงานของการฟื้นฟูและ ความอุดมสมบูรณ์
  ลวดลายกนกจีน	ลวดลาย “กนกจีน” หรือที่ ชาติตุ โลหะ - จี๋ลายกนกจีน เรียกว่า “Meander pattern” แสดงถึงความมั่นคง ความ ซึ่งมักปรากฏบริเวณปากหรือ เป็นระเบียบ และพลังปกป้อง ฐานโอ่งมังกรราชบุรี ถูก สะท้อนถึงภูมิปัญญาโบราณ ประยุกต์เป็นเส้นเรขาคณิต ความเชื่อที่ฝังรากลึก เหมาะ ต่อเนื่องรอบตัวเรือนจี๋ทั้งทรง กับผู้ที่ยึดมั่นในหลักการ เชื่อ กลมและทรงกระบอก	ในความหมาย และแสวงหา ความมั่นคงในใจ

ตาราง 7 (ต่อ)

ภาพประกอบ	ด้านรูปทรงและลวดลาย	ด้านแนวความคิดการออกแบบ
  ลวดลายไฉ่เม้งกร	จี๋เครื่องประดับชิ้นนี้นำเสนอ ในรูปทรงไฉ่เม้งกรขนาด ออกแบบขึ้นภายใต้แนวคิด ย่อส่วน อ้างอิงจากภาชนะดิน “ความทรงจำที่พกพาได้” ซึ่ง เผาตั้งเดิมของจังหวัดราชบุรี สื่อถึงการบรรจุเรื่องราว ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ทาง วัฒนธรรม และความ วัฒนธรรมที่ชัดเจนที่สุดของ ภาคภูมิใจในท้องถิ่นลงใน ทองถิ่น	จี๋รูปไฉ่เม้งกรขนาดเล็กถูก ออกแบบขึ้นภายใต้แนวคิด ชื่นงานเครื่องประดับ ภาชนะ ไฉ่เม้งกรที่เคยใช้เก็บน้ำหล่อ เลี้ยงชีวิตในอดีต ถูกย่อขนาด และปรับรูปลักษณะ

การสร้างต้นแบบ



ภาพประกอบ 21 แบบร่างที่ 3 (Sketch Design)

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ปัญหาของงานวิจัยนี้เกิดจากความสนใจในการรักษาและต่อยอดอัตลักษณ์ของโถ่งมังกร ซึ่งเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดราชบุรี ให้สามารถเชื่อมโยงกับบริบทของผู้นับถือในยุคปัจจุบันได้อย่างมีความหมาย แม้โถ่งมังกรจะมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และช่างฝีมือดั้งเดิมที่สืบทอดต่อกันมา แต่รูปแบบการใช้งานและการรับรู้ในสังคมร่วมสมัยกลับเริ่มห่างไกลจากวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะในบริบทของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ด้านความงาม ความหมาย และการแสดงออกทางตัวตน

จากบริบทดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการนำแรงบันดาลใจจากลวดลายของโถ่งมังกรมาพัฒนาเป็นเครื่องประดับร่วมสมัย โดยเน้นการออกแบบที่สามารถสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ที่เข้าถึงง่าย สะท้อนตัวตน และสามารถปรับใช้ได้หลากหลายโอกาส อันเป็นการสร้างพื้นที่กลางระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

สรุปผลวิจัย

การดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) การศึกษาและวิเคราะห์อัตลักษณ์ของโถ่งมังกรราชบุรี 2) การศึกษาแนวทางการออกแบบเครื่องประดับที่ประสบความสำเร็จในตลาดโลก และการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับจากเศษโถ่งมังกร จังหวัดราชบุรี โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก 18 คน และการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกรณีศึกษาแบรนด์ Pandora ในช่วงปี 2023–2024 เพื่อนำมาสังเคราะห์แนวคิดสำหรับการออกแบบเครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งสรุปผลวิจัยได้ดังนี้

1. การศึกษาวิจัยนี้อาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับโรงโถ่งมังกรในจังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นโรงโถ่งที่มีประสบการณ์มากกว่า 40 ปี เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับ กระบวนการผลิต เทคนิคการตกแต่ง และความหมายเชิงสัญลักษณ์ของโถ่งมังกร หนึ่งในประเด็นหลักที่ปรากฏเด่นชัดจากการสัมภาษณ์คือความสำคัญของการอนุรักษ์ลวดลายมังกรราชบุรี ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นสิริมงคลตามคติความเชื่อแบบจีน และเป็นเอกลักษณ์สำคัญที่ทำให้โถ่งมังกรของราชบุรีแตกต่างจากโถ่งในพื้นที่อื่น ผู้ให้ข้อมูลโดยเฉพาะกลุ่มช่างฝีมือและเจ้าของโรงงาน ย้ำว่าสิ่งที่ทำให้คน “จำได้ทันทีว่าเป็นของราชบุรี” คือภาพของมังกรที่ปรากฏบนโถ่ง

นักวิจัยจึงเห็นความสำคัญในการนำลวดลายเหล่านี้มาเล่าเรื่องในเชิงสัญลักษณ์ผ่านเครื่องประดับที่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน โดยไม่ลดทอนคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ต้นทางวัสดุนั้นเคยมี

ในอีกมิติหนึ่ง การออกแบบครั้งนี้ยังตั้งอยู่บนแนวคิดของการรักษาหรือส่งต่ออัตลักษณ์ความเป็นราชบุรี โดยเฉพาะการเพิ่มคุณค่าให้กับโอง ที่เป็นสินค้าที่ไม่สามารถเข้าถึงกับผู้บริโภคกลุ่มใหม่ในปัจจุบัน กระบวนการผลิต การนำลวดลายเหล่านี้มาใช้ใหม่ ยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการ “เล่าเรื่องใหม่” ของสิ่งที่เคยถูกมองว่าไม่มีค่า ซึ่งสอดคล้องกับวิถีคิดของผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับแนวทางการความชอบในเรื่องของแฟชั่น และเทรนด์โลก นอกจากนี้ งานฝีมือดั้งเดิมของราชบุรีก็เป็นแรงบันดาลใจที่สำคัญ ลวดลายของโองมังกรที่มักเขียนด้วยมือ ทำให้มีความเป็นธรรมชาติ ไม่สมบูรณ์แบบอย่างจงใจ ซึ่งกลายเป็นความงามเฉพาะตัว นักออกแบบในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเสนอว่าเครื่องประดับที่ดีไม่จำเป็นต้องมีความประณีตจนไร้ที่ติ แต่ควรแสดงออกถึงความเป็นมนุษย์และเรื่องราวบางอย่างที่ซ่อนอยู่ภายใน นักวิจัยจึงเลือกใช้เส้นสาย รูปร่าง และองค์ประกอบที่สะท้อนความเป็น organic form ผสานเข้ากับรูปทรงที่เรียบง่ายร่วมสมัย ให้ชิ้นงานยังคงความเข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้บริโภค

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาของจังหวัดราชบุรี ไม่ว่าจะเป็นช่างฝีมือ เจ้าของโรงงานผลิตโองมังกร และนักออกแบบเครื่องประดับ รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย พบว่า “อัตลักษณ์ของโองมังกร” ซึ่งถือเป็นหัวใจของการสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่ ลวดลายหลัก ลวดลายรอง และสีของโองมังกรราชบุรี โดยแต่ละองค์ประกอบต่างมีบทบาทในการสร้างความโดดเด่น ความหมาย และคุณค่าทางศิลปะที่สื่อถึงรากวัฒนธรรมของท้องถิ่นได้อย่างลึกซึ้ง

1.1 ลวดลายหลัก

องค์ประกอบหลักของโองมังกรราชบุรีคือลวดลายมังกรที่มักถูกวาดลงบนลำตัวของโอง เพื่อให้เป็นจุดนำสายตาและสร้างความโดดเด่นทางสายตาสวยงามอย่างชัดเจน ลายมังกรนี้ประกอบด้วยรายละเอียดที่มีเอกลักษณ์ ได้แก่ หัวมังกร ที่ตั้งดูดยาวตา ลำตัวมังกร ที่โค้งพลิ้วอย่างมีจังหวะ เกล็ดมังกร ที่เรียงตัวประณีต และ กงเล็บมังกร ที่แสดงถึงพลังและอำนาจ ลวดลายเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างความงามในเชิงทัศนศิลป์ แต่ยังสะท้อนแนวคิดเชิงสัญลักษณ์จากวัฒนธรรมจีน เช่น ความมั่งคั่ง ความกล้าหาญ และความเป็นสิริมงคล ซึ่งล้วนถูกถ่ายทอดผ่านฝีมือและภูมิปัญญาท้องถิ่นของช่างราชบุรี

1.2 ลวดลายรอง

แม้จะไม่ได้เป็นจุดเด่น แต่ลวดลายรองก็มีบทบาทในการเติมเต็มองค์ประกอบภาพรวมของโถงมังกรให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ลวดลายเหล่านี้มักปรากฏบริเวณปากหรือขาโถง สร้างสมดุล ลดความว่างเปล่าบนพื้นผิว และเชื่อมโยงลวดลายหลักให้มีความกลมกลืนกัน ลวดลายรองที่พบได้บ่อยได้แก่ ลายกนกแจ่ม ซึ่งสื่อถึงความมั่นคงและความต่อเนื่อง ลายเมฆที่แสดงถึงความเชื่อมโยงกับการเคลื่อนไหวของมังกร ลายไฟ ที่เพิ่มความเคลื่อนไหวให้กับลวดลายลายน้ำ ที่แสดงถึงการเคลื่อนไหวในบริบทของธรรมชาติ และ ลายใบไม้หรือเถาวัลย์ ที่เสริมความอ่อนโยนและเป็นธรรมชาติให้กับองค์ประกอบโดยรวม ทั้งหมดนี้ช่วยเสริมให้โถงมังกรราชบุรีมีมิติทางสายตา และเชื่อมโยงเรื่องราวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างแนบเนียน เสริมให้ลวดลายโถงมีความสมดุลกันทั้งใบ

1.3 สีของโถงมังกร

อีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างอัตลักษณ์ให้โถงมังกรราชบุรีคือสีของโถง ซึ่งไม่ได้เกิดจากการลงสีตกแต่งในภายหลัง แต่เกิดจากลักษณะของดินเหนียวท้องถิ่น กระบวนการเผา และการเคลือบที่เป็นเทคนิคเฉพาะตัว สีที่พบได้มาก ได้แก่ สีน้ำตาลเข้ม สีน้ำตาลแดง สีแดงส้ม และในบางกรณีจะมี สีเขียวหยก หรือ สีเหลืองอ่อน ที่เกิดจากการเคลือบพิเศษที่เป็นที่นิยมรองลงมา สีเหล่านี้ไม่เพียงแต่แสดงถึงภูมิปัญญาทางช่างเท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปสื่อสารในกลามผู้บริโภคมองเห็นความเป็นราชบุรีได้อย่างชัดเจน รักษาอัตลักษณ์ของโถงมังกรในรูปแบบใหม่ที่ร่วมสมัย

ทั้งสามองค์ประกอบนี้ ลวดลายหลัก ลวดลายรอง และสีโถงมังกร ล้วนเป็นรากฐานของการขึ้นงานที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น พร้อมทั้งสามารถสื่อสารเรื่องราวเชิงวัฒนธรรมออกมาในสินค้าที่มีอยู่มาอย่างยาวนานจนเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด

2. การวิเคราะห์กรณีศึกษาแบรนด์ Pandora และแนวโน้มที่เกี่ยวข้อง

แบรนด์ Pandora ถือเป็นกรณีศึกษาที่มีความน่าสนใจอย่างยิ่งในด้านการออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งมีความหลากหลายทางรสนิยมและค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา Pandora สามารถปรับตัวและสร้างความนิยมในกลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่ได้อย่างโดดเด่น ผ่านแนวทางการออกแบบที่เน้นความยืดหยุ่น ความหมายเฉพาะบุคคล และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการสร้างสรรค์

หนึ่งในจุดแข็งของแบรนด์ Pandora คือการนำเสนอแนวคิด “เครื่องประดับแบบปรับแต่งได้” หรือ Modular Jewelry Design โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์ สร้อยข้อมือและจี้ชาร์ม

(charms) ที่ผู้สวมใส่สามารถถอด เปลี่ยน จัดเรียง และประกอบใหม่ได้อย่างอิสระ แนวทางนี้เปิดโอกาสให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นผู้ออกแบบเครื่องประดับร่วมกับแบรนด์ ช่วยเสริมประสบการณ์ส่วนตัว และสร้างความผูกพันกับสินค้าที่เลือกใช้มากยิ่งขึ้น อีกหนึ่งแนวโน้มสำคัญที่ Pandora ให้ความสำคัญคือ การสื่อสารตัวตนและเรื่องราวผ่านเครื่องประดับ โดยเฉพาะในคอลเลกชัน “Pandora ME” ที่พัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง เครื่องประดับในคอลเลกชันนี้ไม่ได้มีเพียงแค่ความงามในเชิงรูปทรง แต่ยังแฝงความหมายที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความเชื่อ วัฒนธรรมดิจิทัล หรือแรงบันดาลใจส่วนบุคคล เช่น จี้ที่แทนความหวัง พลังใจ หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกใช้เพื่อสื่อถึงสิ่งที่ตนเองให้คุณค่าหรือเชื่อถือ

ในด้านรูปแบบการออกแบบในช่วงปี 2023–2024 Pandora แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มความเรียบง่ายอย่างเด่นชัด เครื่องประดับถูกออกแบบให้เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ทั้งในแง่ของเส้นสาย รูปทรง และการใช้สีซึ่งลดลงอย่างมีนัยสำคัญ รูปแบบดังกล่าวสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ให้ความสำคัญกับความเรียบง่ายที่มีความหมาย (Meaningful Simplicity) และความยืดหยุ่นในการใช้งาน (Versatility) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการใช้เครื่องประดับเพื่อการใช้งานในชีวิตประจำวัน ไม่จำกัดอยู่เพียงโอกาสเฉพาะ

ในปี 2023 แนวทางการออกแบบยังคงเน้นความซับซ้อน รายละเอียดสูง สีสันสดใส และรูปทรงแฟนตาซีหรือออร์แกนิก แต่ในปี 2024 มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด โดยลดรายละเอียดที่ไม่จำเป็น และหันมาใช้ โทนสีวัสดุจริง เช่น เงิน ทอง ขาว, รูปทรงเรขาคณิตหรือนามธรรม, พื้นผิวขัดเงาเรียบ, และ การลดทอนองค์ประกอบซ้ำซ้อน เพื่อเน้นความเรียบง่าย หูหยาบแบบไร้กาลเวลา (Timeless & Minimal Elegance) การใช้จังหวะ (Rhythm) รูปทรง (Form) และพื้นผิว (Texture) ที่มีความนิ่ง เรียบ และต่อเนื่องในปี 2024 ทำให้ชาร์มแต่ละชิ้นมีความสง่างามและใช้งานได้หลากหลายโอกาส ขณะเดียวกันยังคงความหมายผ่านสัญลักษณ์เชิงนามธรรม เช่น อินฟินิตี้ หัวใจ เส้นโค้งธรรมชาติ ฯลฯ ซึ่งสามารถ “เล่าเรื่อง” ได้โดยไม่ต้องพึ่งพารายละเอียดจำนวนมาก

กล่าวโดยสรุป แนวทางการออกแบบของ Pandora มุ่งเน้นความสามารถในการ “ปรับเปลี่ยนได้” (Modularity) และ “การแสดงออกของตัวตน” (Symbolic Self-Expression) ซึ่งกลายเป็นแกนสำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่ม Gen Z ที่ให้ความสำคัญกับความหลากหลาย ความหมายเฉพาะบุคคล และประสบการณ์ที่สามารถปรับแต่งได้อย่างอิสระและมีความเรียบง่ายขึ้น

3. การออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับจากเศษโองม้งกร จังหวัดราชบุรี

ในการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโองม้งกร จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้พัฒนาคอนเซ็ปต์ “Symbolic Essence” ซึ่งมุ่งเน้นการแปรเปลี่ยนสัญลักษณ์จากลวดลายและโครงสร้างของโองม้งกร ให้กลายเป็นเครื่องประดับที่สื่อความหมายเฉพาะบุคคล เหมาะสมกับค่านิยมของผู้บริโภคกลุ่มผู้บริโภค ที่ให้ความสำคัญกับ “การแสดงตัวตน” และ “การเลือกของที่มีความหมาย” มากกว่าความงามในเชิงตกแต่งเพียงอย่างเดียว

แรงบันดาลใจหลักมาจากองค์ประกอบของโองม้งกร ได้แก่ ลายม้งกร หัวม้งกร ลำตัวม้งกร เกล็ดม้งกร และลวดลายรองอย่างลายน้ำ เมฆ ไฟ เถาวัลย์ และกุญแจเงิน ซึ่งถูกนำมาตีความเชิงสัญลักษณ์โดยเชื่อมโยงกับคุณลักษณะของ “ธาตุ” ตามความเชื่อจีน เช่น น้ำแทนความยืดหยุ่น ไฟแทนพลัง ลมแทนอิสรภาพ โลหะแทนความมั่นคง และไม้แทนการเติบโต พร้อมทั้งเสริมด้วยพลังจากองค์ประกอบของม้งกรซึ่งสื่อถึงความสำเร็จและการเคลื่อนไหว

เครื่องประดับแต่ละชิ้นจึงเปรียบเสมือน “สัญลักษณ์แห่งพลัง” ที่ผู้บริโภคสามารถเลือกสวมใส่เพื่อสะท้อนบุคลิก ความเชื่อ หรืออารมณ์ของตนเอง การออกแบบเน้นความเรียบง่ายร่วมสมัย และสามารถปรับเปลี่ยนผสมผสานกันได้ (customizable) ตามรูปแบบที่ผู้ใช้งานต้องการ จึงเป็นการออกแบบที่เปิดพื้นที่ให้การสวมใส่กลายเป็นการเล่าเรื่องส่วนตัวของแต่ละคนอย่างแท้จริง

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการออกแบบและพัฒนาเครื่องประดับร่วมสมัย โดยหยิบยกแรงบันดาลใจจากลวดลายบนโองม้งกร จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและมีคุณค่าทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน การนำลวดลายเหล่านี้มาสร้างสรรค์เป็นเครื่องประดับ ถือเป็นแนวทางหนึ่งในการต่อยอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้สามารถสื่อสารกับผู้คนในปัจจุบันได้มากขึ้น

ผลการออกแบบที่เกิดขึ้นสะท้อนให้เห็นว่า “ลวดลาย” ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเป็นองค์ประกอบตกแต่ง แต่ยังสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางที่เชื่อมโยงเรื่องราว ความเชื่อ และความหมายส่วนตัวของผู้สวมใส่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gurung (2019) ซึ่งเน้นว่าเครื่องประดับในยุคปัจจุบันควรสร้าง emotional connection ระหว่างผู้ใส่กับวัตถุ โดยเฉพาะในแง่มุมมองของอัตลักษณ์และความหมายทางจิตวิญญาณ

ในมิติทางวัฒนธรรม ลวดลายม้งกร เช่น หัวม้งกร ลำตัว และเกล็ด ถูกเลือกมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องประดับ เนื่องจากมีคุณค่าทั้งในเชิงความเชื่อและงานฝีมือ การ

ตีความลวดลายเหล่านี้ในรูปแบบ symbolic abstraction ทำให้สามารถส่งผ่านคุณค่าทางวัฒนธรรมในภาษาทางศิลปะร่วมสมัยได้ โดย Freitas (2023) เสนอว่าเครื่องประดับที่มีรากทางวัฒนธรรมควรเปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้ “ตีความ” แทนที่จะสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา ซึ่งช่วยให้เครื่องประดับกลายเป็นสื่อกลางในการสื่อสารเรื่องราวเฉพาะบุคคล

นอกจากนี้ การเชื่อมโยงลวดลายรอง เช่น ลายเมฆ ลายน้ำ ลายไฟ และลายกนกแจ๋น เข้ากับ “ธาตุทั้งห้า” ยังสะท้อนแนวทางของ Yin (2023) ที่มองการออกแบบเครื่องประดับเป็น narrative device ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนเชิงสัญลักษณ์ของบุคลิก เช่น ลายน้ำแทนการปรับตัว ลายลมแทนอิสรภาพ ลายไฟแทนพลังความกล้า แนวคิด “Symbolic Essence” ที่พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยนี้จึงเป็นการหลอมรวมแนวคิดทางวัฒนธรรมกับความยืดหยุ่นเชิงรูปแบบ โดยออกแบบให้สามารถปรับเปลี่ยน จัดเรียง หรือประกอบใหม่ได้ตามความต้องการของผู้ใช้ ซึ่ง Attori (2023) ระบุว่าหัวใจสำคัญของ co-creation jewelry design สำหรับผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะ Gen Z ที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์

สรุปได้ว่า การนำแรงบันดาลใจจากโองมังกามาสู่การออกแบบเครื่องประดับในครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของการเชื่อมโยงวัฒนธรรมดั้งเดิมเข้ากับการออกแบบร่วมสมัย ทั้งในมิติของความหมาย ความงาม และการใช้งาน โดยยังคงเคารพรากของวัฒนธรรมเดิมไว้ พร้อมเปิดทางให้ผู้สวมใส่สามารถเลือก ตีความ และสร้างความหมายใหม่ให้กับชิ้นงานได้ด้วยตนเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการนำแบบเครื่องประดับต้นแบบไปเผยแพร่หรือจัดแสดงให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองพิจารณาและแสดงความคิดเห็น เพื่อให้ได้ข้อมูลสะท้อนความเหมาะสมของรูปแบบและแนวคิดการออกแบบ ซึ่งจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาผลงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานจริงมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการขยายผลการออกแบบในรูปแบบของกิจกรรมฝึกอบรมหรืออบรมเชิงปฏิบัติการในชุมชน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะด้านการออกแบบเครื่องประดับจากวัสดุในท้องถิ่น อันอาจนำไปสู่การสร้างรายได้และต่อยอดภูมิปัญญาในระดับชุมชนได้ในระยะยาว

บรรณานุกรม

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2563). รายงานทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศไทย. <https://www.ipthailand.go.th/th/รายงานประจำปี/item/รายงานประจำปี-2563.html>
- คมชัดลึก. (2560). เรื่องราวของ ชาร์ม หรือ จี๊ประดับ เครื่องประดับคู่พระวรกายสมเด็จพระราชินี
วิกตอเรียแห่งอังกฤษ. https://www.komchadluek.net/news/260246#google_vignette
- ปรียาพร นุชบา. (2547). การศึกษาพัฒนาการของรูปแบบและลวดลายของโอ่งมังกร จังหวัดราชบุรี.
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- พงษ์พันธ์ ชมชื่น. (2562). ภูมิปัญญาโอ่งมังกรกับการสร้างสรรค์งานออกแบบร่วมสมัยเพื่อการ
พัฒนาท้องถิ่น. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, 11(1), 87-99.
- ลงทุนแมน. (2561). แพนดอร่า. <https://www.longtunman.com>
- ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก. (2554). รายงานการสำรวจโรงงานเครื่องปั้นดินเผาในจังหวัด
ราชบุรี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- สถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร. (2555). ข้อมูลทรัพยากรดินในประเทศไทย.
<https://www.hii.or.th/>
- สมาคมเครื่องเคลือบดินเผาราชบุรี. (2554). โอ่งมังกรราชบุรี ภูมิปัญญาสามแผ่นดิน. ธรรมรักษ์.
- Attori, S. (2023). *Jewelry Design in Sustainability: A Co-Creation Approach*.
<https://www.politesi.polimi.it/bitstream/10589/231001/3/Jewelry>
- Bangkok Post. (2022). *Thailand manufacturing at the heart of Pandora's global supply chain*. https://www.bangkokpost.com/thailand/pr/2739426/time-for-thailand-to-embrace-shifting-global-supply-chain-opportunity#google_vignette
- Business Wire. (2023a). *Pandora Strategy Report 2023*. <https://www.businesswire.com/news/home/20230202005892/en/Pandora-Sets-Growth-Target-Driven-by-Innovation-and-Omni-Channel>
- Business Wire. (2023b). *Pandora's strategic growth in Asia-Pacific*. <https://www.businesswire.com/>
- European Institute of Design. (2020). *MaDe: Material Designers - A Guide to Creative Circular Design*. MaDe Project EU.

- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Freitas, F. A. (2023). *Cultural Jewelry in the Contemporary Design Practice* [Doctoral dissertation, University of Porto]. Portugal.
- Gurung, P. (2019). *Sustainable Jewelry Design: A Material Culture Perspective* [Master's Thesis, Ontario College of Art and Design University]. Toronto.
- Kim, A., McInerney, P., Smith, T. R., & Yamakawa, N. (2023). *What makes Asia —Pacific's Generation Z different*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/what-makes-asia-pacifics-generation-z-different>
- Kirkpatrick, E. (2023). *What Color Jewelry Should I Wear?* <https://www.byrdie.com/what-color-jewelry-should-i-wear-7554652>
- Marketeeronline. (2564). ทำไมแพนดอร่าถึงได้ชื่อว่าเป็นแบรนด์เครื่องประดับที่ขายดีที่สุดในโลก. <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.169.1.0.html>
- Pandora. (2022). *Pandora continues its journey towards a sustainable future*. Pandora A/S Annual Report. <https://www.pandoragroup.com/>
- Royi Sal. (2567). *Gen Z และอนาคตของเครื่องประดับ: ทำความเข้าใจกับความชอบและค่านิยมที่เปลี่ยนไป*. <https://royisal.com/th/gen-z-future-jewelry-understanding-shifting-preferences-values/>
- Schlissel, L. (2023). *Why Millennials and Gen Z Are Dressing for their "Season"*. The Wall Street Journal. <https://www.wsj.com/articles/seasonal-color-analysis-why-millennials-gen-zers-dressing-for-seasons-540c84b3>
- Tenuta, L., Testa, S., Antinarelli Freitas, F., & Cappellieri, A. (2024). Sustainable Materials for Jewelry: Scenarios from a Design Perspective. *Sustainability*, 16(3), 1309.
- The Nation Thailand. (2022). *Pandora aims for higher market share with affordable luxury strategy*. <https://www.nationthailand.com/>
- The Standard Wealth. (2565). *จับตา Gen Z และกลุ่มผู้ที่อยู่อาศัยคนเดียว จะเป็นแรงขับเคลื่อน*

เศรษฐกิจของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงเวลาต่อจากนี้. <https://thestandard.co/gen-z-and-living-alone-drive-asia-economy/>

Vogue Thailand. (2564). *Pipatchara: การผสมผสานความยั่งยืนและงานฝีมือท้องถิ่น*.
<https://www.vogue.co.th/fashion/article/pipatchara>

Yin, Z. M. (2023). *Jewelry Customization and Meaning-Making in the Era of Gen Z*
[Master's thesis, Toronto Metropolitan University]. Toronto.



ประวัติผู้เขียน

