

## ภูมิปัญญาเครื่องประดับเงิน : ปัญหาด้านรูปแบบในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์

### Silver Jewelry of wisdom : The Problem of the Shape in creative economy

รองศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตต์ อินทร์คง

สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Assoc. Prof. Dr.Panchat Inkong

Faculty of Fine Arts, Rajamangala University of Technology

E-mail panchat9994@gmail.com

#### บทคัดย่อ

บทความเรื่องภูมิปัญญาเครื่องประดับเงิน เป็นการนำเสนอถึงปัญหาที่พบทางด้านรูปแบบของเครื่องประดับเงินในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยได้กล่าวถึงความสำคัญของเครื่องประดับเงินในฐานะที่เป็นงานภูมิปัญญารากเหง้าของไทยที่ผลิตกันมากที่สุดในพื้นที่ภาคเหนือ ซึ่งพบว่าในปัจจุบันรูปแบบยังไม่มี ความแปลกใหม่ โดยในหลายพื้นที่ของไทยมีการผลิตที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งจากการศึกษาสำรวจ พบว่าเป็นผลที่เกิดจากการทำเลียนแบบรูปแบบที่ขายได้ดีจากที่ต่างๆ และกระจายการขายไปในพื้นที่อื่นๆ ร่วมกัน จึงทำให้ตลาดการขาย ซบเซาได้ง่าย จากปัญหาดังกล่าวผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องคิดหากลยุทธ์ทางการตลาด

เพื่อให้การผลิตเครื่องประดับเงินให้คงอยู่สืบทอดต่อไป โดยกลยุทธ์เริ่มแรกควรพิจารณาจากการผลิตรูปแบบเครื่องประดับให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมไทย เพื่อให้เกิดการบริโภคเพิ่มขึ้น และรูปแบบเครื่องประดับต้องได้รับการออกแบบจากแรงบันดาลใจที่เป็นสิ่งที่คุณบริโภคคุ้นเคยเพื่อให้เกิดการเข้าถึงและเข้าใจได้ง่าย นำมาสร้างสรรค์ร่วมกับความงามที่สามารถกระตุ้นอารมณ์ความต้องการในผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคได้

**คำสำคัญ** ภูมิปัญญาเครื่องประดับเงิน ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลยุทธ์ทางการตลาด



## Abstract

Article about silver jewelry is the presentation of the issues that were found in the form of silver jewelry in the creative economy. It was discussed about the importance of jewelry to many production in the Northern of Thailand areas. It was found that its current form in is not of exotic, In many areas of Thailand have produced similarly. The study found that the result of a mimic of good patterns was sold from different places. and distribution to other areas together. Therefore stagnant Marketing and sales slowdown. Such problems, stakeholders need marketing strategy for the production of silver jewelry to Persists in the future . first Strategy should create a silver jewelry to accordance with the needs of consumers. In social of Thailand. to increased consumption, and forms of silver jewelry have been designed from the inspiration In what consumers are familiar, Be creative with beauty products can stimulate emotional needs of the consumer.

**Keyword** Wisdom Silver Jewelry Creative Economy Marketing strategy

เครื่องเงิน เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทงานศิลปหัตถกรรมที่มีคุณค่าในตัวเอง โดยคุณค่ามาจากรูปแบบที่ผ่านการออกแบบและวัสดุที่เป็นโลหะเงิน นอกจากนี้เมื่อพิจารณาลักษณะรูปแบบยังแสดงถึงความชำนาญและความประณีตพิเศษจากช่างฝีมือที่มีความรู้ทั้งในด้านของรูปทรงและลวดลายที่ประดิษฐ์ขึ้น (ภาพที่ 1-2) เครื่องเงินที่ผลิตในประเทศไทยมักจะแสดงถึงวัฒนธรรมของชาติไทยอย่างชัดเจน ดังนั้นสินค้าที่เป็นเครื่องเงินไทยจึงเป็นที่นิยมทั้งในกลุ่มคนไทย และชาวต่างประเทศด้วย โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญในการเผยแพร่ชื่อเสียงเครื่องเงินไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2550 : 1) จึงทำให้ผู้ผลิตมีการปรับปรุงในด้านการออกแบบให้ทันสมัย เพื่อให้ตรงตามรสนิยมของชาวต่างประเทศมากขึ้น และยังเป็นการขยายโอกาสทางตลาดให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์เครื่องเงินในประเทศไทยพบ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ เครื่องใช้สอยและของตกแต่งบ้าน เช่น เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร แจกัน กรอบรูป ชัน พานรอง เชิงเทียน ของขวัญของชำร่วย ฯลฯ ในการผลิตเครื่องเงินนั้น ส่วนใหญ่ผู้ผลิตเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับวัสดุโลหะเงินที่ใช้ผลิตค่อนข้างมาก ตั้งแต่กระบวนการผลิต การออกแบบ เทคโนโลยีพื้นบ้านและอื่นๆ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาความรู้ที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ดังนั้นสินค้าเครื่องเงินจึงมักแฝงด้วยความหมาย การแสดงออกเชิงวัฒนธรรม และคุณค่าในงานฝีมืออื่นๆ เสมอ

ในอดีตงานศิลปหัตถกรรมเครื่องเงินนิยมทำลวดลายต่างๆ เช่น ลายม่านเตี้ย ลายนูนนางรำ ลายแสพร้าว เป็นต้น เพื่อนำไปถวายแต่เจ้าเมืองหรือขุนนางในอาณาจักรล้านนา เพราะเครื่องเงินเปรียบเสมือนเครื่องบ่งบอกฐานะทางสังคม ซึ่งช่างเครื่องเงินแต่ละรุ่นได้นำความรู้ความชำนาญในการสร้างสรรค์ศิลปะมาถ่ายทอดไปสู่รุ่นลูกหลานในลักษณะรุ่นต่อรุ่น (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2550 : 1) เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 1 เครื่องเงินประเภทใช้สอย



ภาพที่ 2 เครื่องเงินประเภทกระเป่าถือสตรี ลักษณะลวดลายที่ประดิษฐ์ขึ้น  
แสดงความประณีตและความชำนาญของช่างผลิต

เครื่องประดับในแต่ละพื้นที่มักจะแสดงเอกลักษณ์และความเชื่อที่แตกต่างกันไป เช่น เครื่องประดับล้านนา โดยเฉพาะในกลุ่มเครื่องประดับชนเผ่า (เจียรชาย อักษรดิษฐ์, 2549 : 43) ได้แสดงเอกลักษณ์ความชัดเจนทางด้านรูปแบบได้ดีที่สุด หรือแม้แต่ในต่างประเทศโดยเฉพาะอียิปต์ซึ่งมีความเชื่อเกี่ยวกับการเกิดใหม่ของโลกหน้า (Egyptian Museum, 1989 : 1) จึงมีการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะที่เป็นสัญลักษณ์ในลักษณะของเครื่องรางหรือเครื่องประดับ

ปรากฏอยู่กับการฝังศพผู้ตาย (มัมมี่) โดยเชื่อว่าผู้ที่ได้สวมใส่เครื่องราง จะได้รับความคุ้มครองจากสิ่งชั่วร้ายและพบแต่ความโชคดี (วัชรินทร์ ฐิตอดิศัย, 2545 : 37) ดังนั้นเครื่องประดับนอกจากจะแสดงถึงการสื่อความหมายด้านความเชื่อต่างๆ แล้วยังต้องแสดงถึงความงามด้านรูปแบบด้วยเพื่อให้เกิดความต้องการในเชิงพาณิชย์ โดยในปัจจุบันมีการแบ่งกลุ่มเครื่องประดับเป็น 2 กลุ่ม คือ **กลุ่มเครื่องประดับเชิงพาณิชย์** ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่สอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภคมากที่สุด คือใช้ตกแต่งร่างกายให้เกิดความงาม เสริมบุคลิก เสริมฐานะ ฯลฯ และ **กลุ่มเครื่องประดับเชิงศิลปะ** ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผลิตจากวัสดุราคาต่ำ รูปร่างแปลก การสวมใส่ค่อนข้างลำบาก เป็นต้นและถือเป็นเครื่องประดับที่เป็นต้นกำเนิดของเครื่องประดับแนวร่วมสมัยในปัจจุบัน เป็นความชอบเฉพาะกลุ่ม ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการจำหน่าย ผลิตจากวัสดุราคาต่ำ รูปร่างแปลก การสวมใส่ค่อนข้างลำบาก ไม่เหมาะกับรสนิยมของสังคมไทย ส่วนใหญ่จะเป็นที่นิยมในต่างประเทศ (รสขง ไตรสุริยธรรมา, 2547 : 15) หากพิจารณาถึงค่านิยมในการบริโภคเครื่องประดับของคนในสังคมไทยยังคงยึดถือเครื่องประดับที่มีคุณค่าจากราคาของวัสดุ (กลุ่มเครื่องประดับเชิงพาณิชย์) เช่น ทองคำ ทองคำขาว ฯลฯ หรือหากจะให้ราคาต่ำลงก็อาจใช้โลหะเงิน หรือทองคำเกรดต่ำๆ เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคที่มีรสนิยมสูงแต่รายได้ต่ำ ซึ่งถือเป็นการทดแทนกันได้ เนื่องจากรูปแบบไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก (รสขง ไตรสุริยธรรมา, 2547 : 15) โดยเฉพาะวัสดุประเภทโลหะเงินถูกพัฒนาให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น เช่น การหล่อ การต้านความหมอง การทำให้มีความเงาวาว ฯลฯ (สมนึก วัฒนศรีกุล, 2547 : 1) ซึ่งเมื่อนำมาผลิตเป็นเครื่องประดับ ทำให้ได้รูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

เครื่องประดับเงินทั้งที่ผลิตในเชิงพาณิชย์และเชิงศิลปะคุณค่าที่พบจึงขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ที่สวมใส่หรือนำไปใช้สอยตามวัตถุประสงค์ของงานนั้นๆ ส่วนคุณค่าที่เกิดจากภูมิปัญญาเป็นการแสดงให้เห็นวิวัฒนาการของสังคมวัฒนธรรมด้านการบริโภคเครื่องประดับและรูปแบบลวดลายในแต่ละยุคสมัยที่แสดงออกทางเชิงช่างได้อย่างปราณีตและสวยงาม ซึ่งหากปล่อยให้ภูมิปัญญาดังกล่าวสูญหายไปอาจทำให้สูญเสียวัฒนธรรมรากเหง้าที่สำคัญอันมีคุณค่าอีกประการหนึ่งด้วย

ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีการคิดหาแนวทางจัดการหรือสร้างกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้การผลิตเครื่องประดับเงินคงอยู่สืบทอดต่อไป โดยกลยุทธ์เริ่มแรกน่าจะมาจากการสร้างรูปแบบเครื่องประดับให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมไทย เพื่อให้เกิดการบริโภคเพิ่มขึ้น และรูปแบบเครื่องประดับต้องได้รับการยอมรับของคนในชุมชนนั้นๆ ด้วย ดังนั้นรูปแบบเครื่องประดับจึงควรเป็นเครื่องประดับเชิงพาณิชย์ ที่ยึดถือความงามที่มาจากสุนทรียะทางศิลปะกับความต้องการทางการตลาดเป็นสำคัญ (รสนง ไตรสุริยธรรมา. 2547 :16) โดยมีการนำวัสดุที่มีราคาเข้ามาเป็นส่วนประกอบร่วมด้วยหรืออาจสร้างลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากที่เคยทำมาก่อน โดยอาจทำเป็นตัวเรือนหรือการนำมาใช้ประกอบในบางส่วน เพื่อให้เครื่องประดับมีมูลค่าเพิ่มขึ้นด้วยการออกแบบที่สอดคล้องกับสมัยนิยม หรือมีการผสมผสานวัสดุร่วมที่หลากหลาย เช่น พลอย หินสี พลาสติก ไม้ ฯลฯ ตามสัดส่วนที่เหมาะสม โดยเมื่อรูปแบบมีความสอดคล้องกับค่านิยมของคนในสังคมแล้วจะสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในเครื่องประดับมากขึ้นและนำมาสู่การซื้อขายทางการตลาดที่มีความต่อเนื่องได้

เครื่องเงินในตลาดภายในประเทศ จัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่มีราคา ตั้งแต่ปานกลางถึงราคาค่อนข้างสูง ขึ้นอยู่กับการออกแบบและความพอใจของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ลูกค้าภายในประเทศจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ ปานกลางขึ้นไป คือกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (โสภาวรรณวิภูษิต, สัมภาษณ์, 28 ธันวาคม 2553) เพราะเป็นกลุ่มที่มีอำนาจซื้อสูง รูปแบบของผลิตภัณฑ์เครื่องเงินขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยเฉพาะสินค้าเครื่องเงินที่เป็นเครื่องประดับจะมีรูปแบบที่หลากหลาย และมีแหล่งผลิตที่สำคัญกระจายอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ๆทั่วประเทศ เช่น แหล่งผลิตที่ถนนวัวลาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอป่อสร้าง และสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนสถานที่จำหน่ายพบตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป ตลาดนัดสวนจตุจักร สวนลุมไนท์พลาซ่า ศูนย์ศิลปะาชีพบางไทร ถนนข้าวสาร และย่านที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น สีลม สุรวงศ์ บางรัก และร้านขายเครื่องประดับในโรงแรม ฯลฯ

## แหล่งผลิตและจำหน่ายเครื่องเงิน

### 1. เครื่องเงินในประเทศไทย

ในพื้นที่ภาคเหนือหรือล้านนา แหล่งที่ผลิตเครื่องเงินที่มีชื่อเสียงคือ ชุมชนวัวลาย (ภาพที่ 4-5) ซึ่งจัดเป็นแหล่งผลิตเครื่องเงินที่เป็นชุมชนวัฒนธรรม หรือย่านการค้าที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของเมืองเชียงใหม่ โดยเริ่มตั้งแต่เมื่อครั้งสร้างวัดหมื่นสารขึ้นเป็นศูนย์กลางชุมชน และสมัยพระเจ้ากาวิละได้ไปกวาดต้อนผู้คนจากชุมชนวัวลายบริเวณลุ่มแม่น้ำคาง ชาวเขินจากเมืองเชียงตุง และผู้คนจากเมืองยอง เมืองสาด เมืองมาง ฯลฯ ไปจนถึงแคว้น



สิบสองปันนาในจีน โดยอพยพผู้คนจากที่ต่างๆ มาตั้งรกรากอยู่ในเชียงใหม่ และให้บรรดาช่างฝีมือต่าง ๆ อาศัยอยู่บริเวณในและนอกกำแพงเมือง กลุ่มช่างเงินให้ตั้งรกรากอยู่ใกล้กับกลุ่มไทเขิน โดยมีวัดนันนทาราม วัดศรีสุพรรณ และวัดพวกเปี้ย เป็นศูนย์กลางชุมชนและเรียกชื่อหมู่บ้านใหม่ตามชื่อของหมู่บ้านเดิมว่า “จัวลาย หรือ วัวลาย” (วิลักษณ์ ศรีป่าซาง, 2547 : 10) ในยุคแรกการทำเครื่องเงินได้ทำขึ้นเพื่อใช้เป็นส่วยถวายแด่เจ้าเมือง แต่เมื่อเศรษฐกิจขยายตัวเมืองเชียงใหม่กลายเป็นศูนย์กลางทางการค้าของล้านนา มีการติดต่อซื้อขายกับดินแดนอื่นๆ มากขึ้น เครื่องเงินจึงเริ่มกลายเป็นสินค้าแลกเปลี่ยน ซื้อขายกับสินค้าชนิดอื่น สามารถชนทั่วไปสามารถสวมใส่เครื่องประดับเงินได้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งสินค้าและความรู้ทางภูมิปัญญา รูปแบบของเครื่องเงินจึงเริ่มหลากหลาย มีรูปแบบที่สวยงามมากขึ้น โดยมักทำเป็นของใช้มากกว่าเครื่องประดับ เช่น พาน สลุง ชั้นน้ำ ถาด และอุปกรณ์กินหมาก (วิลักษณ์ ศรีป่าซาง, 2547 : 11) ลักษณะเนื้อเงินย่านชุมชนวัวลายจะเป็นสีขาวมันวาว ส่วนลวดลายที่พบคือลายดอกฝ้าย ลายชนบท ลาย 12 ราศี หรือลายม่าน เช่น ลายรามเกียรติ์ และลายของพม่าที่สวยงามแปลกตา ฯลฯ ในการทำเครื่องเงินนั้นจัดเป็นวิชาเชิงช่างที่ถ่ายทอดจากรุ่นปู่สู่รุ่นพ่อ รุ่นลูกสู่รุ่นหลาน รุ่นแล้ว รุ่นเล่า และยังถือเป็นงานของผู้ชาย เนื่องจากเป็นงานที่หนัก โดยเริ่มตั้งแต่การนำก้อนเงินมาหลอมแล้วตี สลับกับการเผา เพื่อให้เงินอ่อนตัวเป็นแผ่นเรียบบาง จากนั้นจึงนำไปขึ้นรูปและแกะสลักลวดลายให้มีความสวยงาม และด้วยกระบวนการที่สลับซับซ้อน อาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ชุมชนวัวลายลดความนิยมในการทำเครื่องเงินลงในปัจจุบัน



ภาพที่ 4 ร้านจำหน่ายเครื่องประดับเงินที่ชุมชนวัวลาย จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 5 การจำหน่ายเครื่องประดับเงินย่านถนนวัวลายทุกวันเสาร์

เครื่องเงินชาวเขา (ภาพที่ 6) ปรากฏให้เห็นในกลุ่ม 6 ชชาติพันธุ์ คือ กะเหรี่ยง ม้ง (แม้ว) เย้า (เมี่ยน) อาข่า (อีกอ้อ) ลีซู (ลีซอ) ล่าฮู่ (มูเซอ) และกลุ่มชาวลัวะ ซึ่งถือเป็นกลุ่มชนดั้งเดิมของล้านนา ปัจจุบันอาศัยอยู่บริเวณอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอแม่ลาน้อย จังหวัดแม่ฮ่องสอน (เถียรชาย อักษรดิษฐ์, 2549 : 2) และยังคงมีการทำเครื่องเงินที่แสดงเอกลักษณ์ของชาวลัวะได้อย่างชัดเจน ส่วนในจังหวัดลำานามีการผลิตเครื่องเงินในรูปแบบของศูนย์หัตถกรรมเครื่องเงินด้วยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและมูลนิธิต่างๆ เช่น ศูนย์หัตถกรรมเครื่องเงินภูคา ศูนย์หัตถกรรมเครื่องเงินวัดเขาน้อย จังหวัดน่าน ศูนย์หัตถกรรมเครื่องเงินวัดพระบาทห้วยต้ม จังหวัดลำพูน เป็นฝีมือชาวกะเหรี่ยงศูนย์หัตถกรรมเครื่องเงินวัดขนอม จังหวัดแพร่ เครื่องเงินชาวลัวะ จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นต้น



ภาพที่ 6 เครื่องเงินชาวเขา การสวมใส่เครื่องประดับเงินตกแต่งร่างกาย  
เป็นวัฒนธรรมชนเผ่าที่แสดงถึงทั้งความหมายและความงาม

ในปัจจุบันความต้องการบริโภคเครื่องเงินได้เปลี่ยนไป เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจ และความนิยมตามกระแสวัฒนธรรมของผู้บริโภคที่มักหันไปนิยมสินค้าจากต่างประเทศมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนไป คือ สามารถซื้อได้ทุกโอกาสตลอดทั้งปี จึงทำให้การซื้อเป็นลักษณะที่ซื้อมาเพื่อการใช้สอยในชีวิตประจำวัน ดังนั้นในการจำหน่ายเครื่องเงินจึงต้องกำหนดราคาที่ไม่สูงมากนักเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อได้ จึงทำให้ผู้ผลิตได้ประยุกต์วัสดุอื่นๆ ร่วมกับโลหะเงินด้วย เพื่อให้เกิดเป็นรูปแบบที่แปลกใหม่ ราคาต่ำ และสอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคในกระแสวัฒนธรรมปัจจุบันด้วย ส่วนผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับเงิน เช่น แหวน กำไลข้อมือ สายสร้อย ต่างหู จี้ห้อยคอ ฯลฯ (ภาพที่ 7) ถือเป็นประเภทที่สามารถโน้มน้าวความสนใจได้ดี และหากมีการพัฒนารูปแบบอยู่โดยตลอด ทั้งจากการพัฒนารูปแบบที่เป็นแบบเดิมๆ มาสู่การพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ด้วยกรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อให้ผลิตได้อย่างรวดเร็ว มีมาตรฐาน สามารถสนองความต้องการของตลาดที่เพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 7 กำไลเงินลวดลายหลากหลายแสดงถึงฝีมือที่ชำนาญในการผลิต

2. เครื่องเงินในตลาดต่างประเทศ มีการซื้อขาย 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ ผู้ซื้อไปหาผู้ขาย เป็นลักษณะของการที่ผู้นำเข้าติดต่อสั่งซื้อสินค้าไปจำหน่ายภายในประเทศของตน โดยอาจเป็นการนำเข้าไปจำหน่ายต่อให้แก่ร้านค้าปลีกหรือจัดจำหน่ายเอง และผู้ขายไปหาผู้ซื้อ โดยผู้ขายจะดำเนินการติดต่อกับผู้ซื้อโดยตรง โดยผ่านงานแสดงนิทรรศการและงานแสดงสินค้าหรือวิธีการส่งคณะผู้แทนการค้าไปยังตลาดต่างประเทศ และจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายในตลาดต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ จากการวิเคราะห์ภาพรวมของการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องเงินและเครื่องประดับเงิน เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มตลาดพบว่า อยู่ในภาวะทรงตัว โดยดูจากสถิติตัวเลขมูลค่าการส่งออกเปรียบเทียบราย 3 ปีที่ผ่านมา มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน มีเพิ่มขึ้นบ้างเล็กน้อย ตั้งแต่ปี 2546 มูลค่าการส่งออก มีแนวโน้มจะขยายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลาดส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรก โดยตลาดหลักคือสหรัฐอเมริกา เป็นตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องเงินที่ใหญ่ที่สุดของไทย เนื่องจากมีจำนวนประชากรมาก และส่วนใหญ่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง ซึ่งแต่ละปีจะมีมูลค่าการนำเข้าเครื่องเงินไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สหราชอาณาจักร เป็นตลาดนำเข้าและส่งออกเครื่องเงินมากที่สุดในสหภาพยุโรป ส่วนใหญ่ เป็นสินค้าเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เครื่องครัว และเครื่องใช้ในบ้าน ญี่ปุ่น เป็นตลาดส่งออกสินค้าเครื่องเงินไทยที่ใหญ่เป็นอันดับสี่ และนับเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในแถบเอเชียที่มีมูลค่าการนำเข้าเครื่องเงินไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนอกจากตลาดส่งออกหลักที่สำคัญดังกล่าว ยังมีตลาดอื่นๆ อีก เช่น อิตาลี ฝรั่งเศส ฮองกง รัสเซีย อิสราเอล ออสเตรเลีย และประเทศแถบตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพเพียงพอ เศรษฐกิจดีและถือว่าเป็นลูกค้าประจำที่ไทยมีการส่งออกอย่างต่อเนื่อง และคาดว่า การส่งออกเครื่องเงินไทยไปยังตลาดดังกล่าว จะมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เครื่องเงินที่พบในต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศแถบเอเชีย ได้แก่ จีน ลาว พม่า เขมร อินเดีย มาเลเซีย และประเทศอื่นๆ มักจะมีรูปแบบที่มีทั้งคล้ายและแตกต่างกันตามวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละประเทศนั้นๆ โดยส่วนใหญ่จะแสดงให้เห็นที่ลวดลาย เช่น เครื่องเงินจากประเทศลาว จะเน้นที่การแกะสลักเป็นรูปช้างแบบนูนสูง เนื้อเงินจะมีสีชาวล้ำลายนิเกิล ซึ่งช่างผู้ผลิตให้ความเห็นว่ามีส่วนผสมของทองคำขาว มาเลเซีย อินโดนีเซีย บรูไน เน้นการแกะแบบเรขาคณิต พม่า จะเน้นลวดลายรูปตัวละครในวรรณคดี ส่วนในประเทศไทยนั้นจะเป็นลวดลายที่เลียนแบบธรรมชาติ (อัครเดช นาคบัลลังก์, 2549 : ออนไลน์) ปัจจุบันงานศิลปหัตถกรรมประเภทเครื่องเงินลดความนิยมลง เนื่องจากมีวัสดุใหม่ๆ ทดแทนมากขึ้น จึงทำให้ผู้ผลิตหันมาผลิตเครื่องประดับเงิน เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันเมื่อเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการสวมใส่เครื่องประดับ แล้วอาจกล่าวได้ว่า เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมของมนุษย์ โดยแสดงให้เห็นการพัฒนาการทางความคิดได้จากรูปแบบของเครื่องประดับ โดยในสมัยก่อนประวัติศาสตร์ ได้มีการค้นพบลูกปัดหินสีต่างๆ บนโครงกระดูกหญิง จากการขุดค้นที่บ้านเก่า จ.กาญจนบุรี ซึ่งเป็นเครื่องประดับที่ทำจากลูกปัดร่วมกับเปลือกหอยแครง หอยขม เจาะร้อยเป็นสายสร้อย (ณัฐภัทร จันทวิช, 2527 : 36-54.) นอกจากนี้ยังได้ค้นพบเครื่องประดับสมัยทวารวดี เช่น ตุ่มหู กำไลข้อมือ แหวน และลูกปัดต่างๆ โดยพบมากบริเวณเมืองโบราณ ต.พระประโทน จ.นครปฐม (ตราศิลป์ ศิลปบรรเลง, 2530 : 25) สิ่งเหล่านี้ได้ยืนยันถึงบทบาทของเครื่องประดับ ในการใช้ตกแต่งร่างกายที่แฝงด้วยความเชื่อที่แตกต่างกันของแต่ละยุคสมัย

## ปัญหาที่เกิดขึ้นกับเครื่องประดับเงิน

จากการสำรวจเครื่องประดับเงินในย่านถนนวิวัลาย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นแหล่งที่ยังคงมีการผลิตเครื่องประดับเงินอยู่จำนวนมากกว่าที่อื่นๆ พบปัญหาหลายประการ คือ รูปแบบขาดเอกลักษณ์ของการเป็นเครื่องประดับล้ำนา เนื่องจากรูปแบบจะทำตามใจช่างผู้ผลิต (ธีรพล วรณวิภูษิต, สัมภาษณ์, 5 กันยายน 2551) รูปแบบมีการทำสืบทอดกันมาในรูปแบบเดิม ทำให้ไม่เกิดการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆ ส่งผลกระทบต่อรสนิยมของผู้บริโภคที่ไม่เห็นความแปลกใหม่ในเครื่องประดับนั้นๆ จึงทำให้มีการผลิตตามกันในรูปแบบเดิมๆ และทำให้การตลาดขาดความต่อเนื่อง ฯลฯ ราคาวัสดุสูงขึ้น ทำให้เครื่องประดับมีราคาสูงขึ้นด้วย ซึ่งมีผลกระทบต่อยอดขายที่ลดลง ดังนั้นบทบาทของการออกแบบจึงต้องพิจารณาถึงการใช้วัสดุอื่นมาเป็นส่วนประกอบเพื่อให้เกิดรูปแบบใหม่ๆ ในการเพิ่มมูลค่าที่ทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ และส่งผลต่อการตลาดในระยะยาวได้ และเมื่อพิจารณาจากสภาพวัฒนธรรมของสังคมไทยพบว่า ค่านิยมของคนไทยยังยึดถือวัสดุที่มีราคาเป็นหลักเพื่อให้สามารถขายต่อได้หรือการแสดงฐานะจากราคาของวัสดุ

นอกจากนี้ ยังพบในส่วนของ ปริมาณการซื้อและการผลิตไม่สัมพันธ์กัน คือ มีปริมาณการสั่งซื้อในแต่ละครั้งน้อยกว่าปริมาณการผลิต ผู้ผลิตเลียนแบบของลูกค้านำมาผลิต การพัฒนาด้านการออกแบบน้อยกว่าประเทศคู่แข่งร้านที่ผลิตและจำหน่ายทยอยปิดกิจการลง ทำให้เกิดผลกระทบด้านการสืบทอดงานวัฒนธรรม ประเภทศิลปหัตถกรรมด้านเครื่องประดับเงินรวมถึงเครื่องเงินประเภทใช้สอยจากเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลที่ต้องการสร้างเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น ดังนั้นการนำภูมิปัญญาที่มีในแต่ละพื้นที่ เช่น ลวดลายประดับสถาปัตยกรรมทั่วไป รูปแบบการแต่งกายล้ำนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์จากการประกอบอาชีพต่างๆ ฯลฯ (ภาพที่ 8-9)



ภาพที่ 8 ผลิตภัณฑ์เครื่องเงินที่ออกแบบจากแนวคิดเครื่องจักสาน  
ภาชนะใส่ข้าว (กระต๊อบข้าวเหนียว) ซึ่งเป็นภูมิปัญญาไทยในพื้นที่ภาคอีสาน

โดยเฉพาะการสร้างแรงบันดาลใจในรูปแบบต่างๆ สามารถที่จะนำมาสร้างเป็นลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะให้มีจุดเด่นในผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย (ภาพที่10) ในขณะเดียวกันลวดลายต่างๆ เหล่านี้ มักจะมีความหมายที่แฝงนัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมร่วมด้วย โดยเฉพาะความเป็นสิริมงคลที่ส่งเสริมให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ในชีวิต ซึ่งมักจะเป็นสิ่งที่โน้มน้าวตัวผลิตภัณฑ์ให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย เนื่องจากเป็นสิ่งที่แสดงคุณค่าเพิ่มทางใจที่ผู้บริโภคสัมผัสได้ และนำมาสู่การสัมผัสถึงความงามของรูปแบบเครื่องประดับเงินจากการรับรู้ถึงความหมายที่แฝงในเครื่องประดับ

สรุป งานภูมิปัญญาเครื่องประดับเงินจะคงอยู่สืบทอดต่อไปได้นั้น ขึ้นอยู่กับการที่ผู้ผลิตสามารถสร้างสรรค์รูปแบบจากแรงบันดาลใจที่มีเอกลักษณ์ และผู้บริโภคมีความคุ้นเคย จะทำให้เกิดความสนใจได้ง่ายและปัจจัยด้านความงามยังเป็นอีกประการหนึ่ง ที่ใช้เป็นส่วนร่วมในการโน้มน้าวอารมณ์ของผู้บริโภคให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ดังกล่าว





ภาพที่ 9 ผลิตภัณฑ์เครื่องเงินที่ออกแบบจากแนวคิดภาชนะใช้สอย  
กระบุง ตะกร้า ชันน้ำ



ภาพที่ 10 ผลิตภัณฑ์เครื่องเงินที่ออกแบบจากแนวคิดผลไม้ไทย

ดังนั้นจึงต้องพิจารณาในการนำมาร่วมในการออกแบบเครื่องประดับเงินให้สามารถแสดงเอกลักษณ์ของพื้นที่ต่างๆให้เป็นที่รู้จักต่อสาธารณชนทั่วไปได้ เช่น การออกแบบเครื่องประดับล้านนาจากแรงบันดาลใจของลวดลายประดับสถาปัตยกรรมล้านนา (ภาพที่ 11-12) ซึ่งนอกจากให้ความสวยงามแล้วยังสามารถสร้างประโยชน์เชิงเศรษฐกิจให้กับคนในท้องถิ่นได้อีกด้วย



ภาพที่ 11 ตัวอย่างการออกแบบเครื่องประดับจากแรงบันดาลใจจากลวดลายกนกล้านนา



ภาพที่ 12 การออกแบบเครื่องประดับจากลวดลายปูนปั้นประดับสถาปัตยกรรมล้านนาเป็นการออกแบบที่ใช้แรงบันดาลใจจากลวดลายปูนปั้นประดับสถาปัตยกรรมล้านนาในส่วนที่เป็นลายกนกม้วนหัววงโค้งใหญ่

## เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2550) **ผลิตภัณฑ์เครื่องเงินและเครื่องประดับเงิน**. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.,
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2544). **รูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทย**. กรุงเทพฯ. ม.ป.ส.
- ณัฐภัทร จันทวิช. (2527). “ลูกปัดโบราณ,” ศิลปากร. 28 (กันยายน) 36-54.
- ตราศิลป์ ศิลปบรรเลง. (2530). **การศึกษาเครื่องประดับทวารวดีภาคกลาง**. วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เจียรชาย อักษรดิษฐ์. (2548). **การศึกษาศิลปกรรมล้านนา : รูปแบบและพัฒนาการของเครื่องประดับล้านนาในเขตจังหวัดเชียงใหม่**. โครงการศึกษาศิลปกรรมเพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับอัญมณี สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีระพล วรณวิภูษิต (2551). **เจ้าของศูนย์หัตถกรรมเครื่องเงินภูคา จังหวัดน่าน**. สัมภาษณ์ 5 กันยายน 2551.
- ரசขง ไตรสุริยธรรมา. (2547). **Jewelry Art & Design Journal**. กรุงเทพฯ : ออฟเซ็ท ครีเอชั่น.
- วัชรินทร์ ฐิตอดิตัย. (2545). “สัญลักษณ์เครื่องรางในศิลปะอียิปต์” **Design Education**, กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลักษณ์ ศรีป่าซาง. (2547). **ครัวหย่อง ของงาม แม่หญิงล้านนา**. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- โสภา วรรณวิภูษิต. (2553). เจ้าของศูนย์หัตถกรรมเครื่องเงินภูคา จังหวัดน่าน. สัมภาษณ์ 28 ธันวาคม 2553.
- สมนึก วัฒนศรียกุล. (2547). การศึกษาและพัฒนาคุณสมบัติของโลหะเงินเจือ สำหรับการผลิตตัวเรือน เครื่องประดับ. สำนักงานสนับสนุนการวิจัย.
- อัครเดช นาคบัลลังก์. (2549). สืบสานตำนานเครื่องเงิน. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2549. จาก <<http://www.ZuZaa.com>>
- Egyptian Museum. (1989). **Jewellery of Ancient Egypt**. Cairo : Farid Atiya Press.

