

# ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกับการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ตระกูลพันธ์ พัชรเมธา<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

งานหัตถกรรมเป็นผลงานสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ที่มีคุณค่า ทำจากวัสดุธรรมชาติและใช้เครื่องมือพื้นฐานในการผลิตด้วยทักษะฝีมือและความชำนาญที่ได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดเป็นผลงานหัตถกรรมที่มีคุณค่า เพื่อนำมาใช้งานให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อม แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของงานหัตถกรรมในท้องถิ่นนั้น และนำมาซึ่งการพัฒนาสู่การเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชน

แนวทางการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้เกิดความยั่งยืน คือ การสร้างสรรค์ผลงานหัตถกรรมให้เกิดคุณค่า 4 ประการ ได้แก่ คุณค่าความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (identity values) คุณค่าของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต (material and process values) คุณค่าทางความงาม (aesthetic values) และคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย (functional values) ซึ่งองค์ประกอบพื้นฐานดังกล่าว จะเป็นกรอบในการสร้างสรรค์ผลงานหัตถกรรมในแต่ละชุมชน ซึ่งจะแฝงไว้ด้วยความเป็นอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น

**คำสำคัญ :** 1. คุณค่าของงานหัตถกรรม. 2. ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.

---

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบอุตสาหกรรม คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา อีเมล hounktp@gmail.com

## Handicraft Products and the Development into the OTOP Products

Tragoonphan Patcharametha<sup>2</sup>

### Abstract

Handicrafts are valuable artifacts made from natural materials, using folk instruments, the manufacturing skills and the expertise of local wisdom for use in accordance with lifestyle and environment. Handicrafts represent the identity and culture of the local communities which can be developed into the OTOP products to create new jobs and revenue to the community.

The sustainable development of OTOP products involves creating handicrafts which have 4 types of values: identity values, material and process values, aesthetic values and functional values. These are basic elements of the framework for creating handicrafts in each community that contain a unique identity, local wisdom, art and culture.

**Keywords:** 1. Value of craft. 2. OTOP.

---

<sup>1</sup> Assistant Professor, Ph.D., at Department of Industrial Design, Faculty of Arts and Architecture, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiangmai, Thailand. Email address: hounktp@gmail.com

## บทนำ

ภูมิปัญญาไทยในอดีตได้เรียนรู้ถึงการประดิษฐ์สิ่งของเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ โดยใช้วัสดุธรรมชาติ เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตการดำรงชีพของตนเองและชุมชน จนกลายมาเป็น เครื่องใช้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชนของตน การถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นพ่อสู่รุ่นลูก จนถึงปัจจุบันกลายเป็นงานหัตถกรรมอันงดงามที่ตอบสนองการใช้งานและแฝงด้วย ขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละชุมชน การสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจากเดิม ที่ผลิตไว้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน เมื่อมีการผลิตจำนวนมากขึ้นก็จะแบ่งปันหรือ จำหน่ายให้กับบ้านใกล้เคียง ต่อมาเมื่อสังคมขยายตัวมีการติดต่อไปมาหาสู่ระหว่าง ท้องถิ่นและชุมชนต่าง ๆ ทำให้ผลผลิตขยายไปในวงกว้างสู่ตลาดที่มีเป้าหมายชัดเจนขึ้น ตามลำดับ (Suksikarn, 2008) จนกระทั่งพัฒนาสินค้าหัตถกรรมของชุมชนมาเป็น ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของท้องถิ่นต่าง ๆ ในแต่ละภูมิภาคของ ประเทศ

ในปัจจุบันมีผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการ พัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทยมากกว่า 30,000 ราย และมีสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนไว้กว่า 85,173 รายการ การส่งเสริมผู้ประกอบการและการ พัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงไม่เพียงแต่จะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ คราวเรือนและสร้างการจ้างงานในชุมชนท้องถิ่นทั่วประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นการรักษา มรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาให้คงอยู่สืบต่อไป สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จึงต้อง เร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานนวัตกรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอ ความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่า ในตัวสินค้า ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ให้ชัดเจน ศึกษาสนิยม ความพึงพอใจและพฤติกรรมผู้บริโภค และผลิตสินค้า ให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญต้องศึกษา ข้อมูลและความรู้กับนักการตลาด และ นักออกแบบผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเอง จากผู้ผลิตในระดับท้องถิ่น ให้ยกระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ ของผู้บริโภคในระดับสากล (Supasom, 2012) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ต่อการขยายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรม เพราะผู้ซื้อมักจะไม่ชอบความจำเจ การพัฒนา คุณภาพสินค้าหัตถกรรมแต่ละชนิด ย่อมจะมีความแตกต่างกันไป ตามลักษณะเฉพาะตัว ของสินค้า เช่น สินค้าที่มีประโยชน์ทางการใช้สอย นอกจากจะต้องมีรูปแบบใหม่ สวยงามแล้ว จะต้องมีความคงทนด้วย ส่วนสินค้าที่เป็นของที่ระลึก ก็จะต้องเน้นถึงวัสดุ ใช้สอยในท้องถิ่นนั้นๆ แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสิ่งที่ขาดไม่ได้คือ ความประณีต

พิธีพืชน์ในการผลิต ส่วนสินค้าประเภทที่ใช้ในด้านการตกแต่งและเครื่องประดับชนิดต่าง ๆ จะต้องเน้นทั้งในด้านความงามของศิลปะและรูปแบบซึ่งจะต้องเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม นอกจากการพัฒนาารูปแบบให้มีความแปลกใหม่แล้ว สิ่งที่ต้องทำอย่างยิ่งคือการนำเอาเทคนิคการผลิตสมัยใหม่ รวมทั้งเครื่องมือสมัยใหม่เข้ามาช่วย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี และต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงจนเกินไป (Thai Junior Encyclopedia Project, 2014)

Karndee Leopairote (2013) ได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม พบว่า แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการนั้น สามารถแบ่งที่มาของแนวคิดได้ 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของการใช้มรดกทางวัฒนธรรม (cultural asset) และองค์ประกอบที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของการใช้ข้อมูลความต้องการจากกลุ่มผู้บริโภค (market oriented)

จากองค์ประกอบเหล่านี้สามารถจำแนกกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมได้เป็น 3 กลุ่มด้วยกัน ซึ่งแต่ละกลุ่มก็มีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่แตกต่างกัน

1) กลุ่มที่ 1 Cultural Intensive Product (CIP) คือ กลุ่มผู้ประกอบการที่เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของการใช้มรดกทางวัฒนธรรมปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับของผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ประกอบไปด้วย ความสามารถในการระบุและการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ชัดเจน การบริหารจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญา และการจัดการทักษะและฝีมือแรงงาน ผู้ประกอบการงานฝีมือและหัตถกรรมในบ้านเราส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มนี้ แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

2) กลุ่มที่ 2 Culture and Market Integrated Product (CMIP) คือ กลุ่มผู้ประกอบการที่ผสมผสานแนวคิดของการใช้พื้นฐานมรดกทางวัฒนธรรมร่วมกับข้อมูลความต้องการจากผู้บริโภค ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ประกอบไปด้วย การพัฒนาศักยภาพด้านการออกแบบ การวิจัยและพัฒนาเพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารการตลาด (marketing communication)

3) กลุ่มที่ 3 Market Oriented Product (MOP) คือ กลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้ข้อมูลความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นหลัก ซึ่งไม่จำเป็นที่ต้องมีลักษณะจำเพาะ ปัจจัยแห่งความสำเร็จสำหรับผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ประกอบไปด้วย การบริหารกระบวนการผลิตเพิ่มประสิทธิภาพและการจัดการต้นทุน การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า และการพัฒนาศักยภาพด้านการออกแบบ

สรุปได้ว่า งานหัตถกรรมเป็นการประดิษฐ์สิ่งของเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่มี

คุณค่าจากภูมิปัญญาโดยใช้วัสดุธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชนของตนและพัฒนา มาเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของชุมชนต่าง ๆ ในแต่ละภูมิภาคของประเทศ การพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อผู้ผลิตในแต่ละท้องถิ่น ที่จะต้องแสดงออกถึงคุณค่าของงานหัตถกรรมเหล่านั้นอย่างชัดเจน แสดงถึงภูมิปัญญา ความเป็นอัตลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของงานหัตถกรรมในท้องถิ่นนั้นและตอบสนอง ต่อความต้องการความพึงพอใจของผู้บริโภค ดังนั้นการออกแบบและพัฒนาสินค้า หัตถกรรมแต่ละชนิดแต่ละท้องถิ่นย่อมจะมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะตัว ของงานหัตถกรรมในท้องถิ่นนั้น

แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการนั้นสามารถแบ่งที่มาของแนวคิด ได้ 2 องค์ประกอบ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของการใช้มรดกทางวัฒนธรรม (cultural asset) และการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของการใช้ข้อมูลความต้องการจาก กลุ่มผู้บริโภค (market oriented) ซึ่งจำแนกกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานฝีมือ และหัตถกรรมได้เป็น 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มผู้ประกอบการที่เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บนพื้นฐานของการใช้มรดกทางวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะที่เน้นเฉพาะความเป็น ภูมิปัญญา มรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นมีความเป็นอัตลักษณ์ของตน เช่น รูปแบบ ลวดลาย สี สัน วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต ที่มีลักษณะเฉพาะตัวของตนเอง (2) กลุ่มผู้ประกอบการ ที่ผสมผสานแนวคิดของการใช้พื้นฐานมรดกทางวัฒนธรรมร่วมกับข้อมูลความต้องการ จากผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะที่ผสมผสานความเป็นภูมิปัญญา มรดกทาง วัฒนธรรมของท้องถิ่นกับความต้องของกลุ่มผู้บริโภคในเรื่องของการใช้งาน รูปแบบ ลวดลาย วัสดุ คุณภาพ ที่มีการประยุกต์ร่วมสมัยให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้ โดยตัดทอน รายละเอียดลงให้ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้งานในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น (3) กลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้ข้อมูลความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นหลัก ผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะที่เน้นความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป็นหลัก ร่วมสมัย และเข้ากับสมัยนิยมในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการใช้งาน รูปแบบ ลวดลาย สี สัน วัสดุที่ใช้ในการผลิตและคุณภาพของสินค้า

### คุณค่าของงานหัตถกรรม

คำว่า คุณค่า ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (The Royal Institute, 2003: 253) หมายถึง สิ่งที่มีประโยชน์หรือมีคุณค่าสูง

ส่วนหัตถกรรม หมายถึง งานช่างที่ทำด้วยมือโดยถือประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก (The Royal Institute, 2003: 1280)

Viboon Leesuan (1993: 5) ได้ให้ความหมาย หัตถกรรม หมายถึง สิ่งสร้างขึ้น

ด้วยฝีมือมนุษย์ แสดงออกถึงความชำนาญของผู้ผลิต ในขั้นแรกสร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน ต่อมามีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบ การใช้วัสดุ และกรรมวิธีการผลิตมาโดยตลอดเป็นเวลานานนับพันปีจนเป็นงานศิลปะที่ตอบสนองประโยชน์ใช้สอยและมีคุณค่าความงาม

นอกจากนี้ Siriwat Nareelert (2014) ได้ให้ความหมายหัตถกรรมเพิ่มเติมว่า หมายถึง การทำด้วยฝีมือการช่างซึ่งเริ่มต้นทำกันในบ้าน หมู่บ้าน โดยที่ชาวบ้านใช้เวลา นอกเหนือจากอาชีพหลัก เป็นการทำงานอดิเรกเพื่อเพิ่มพูนรายได้ เพื่อการดำรงชีวิต ให้ดีขึ้นและทำขึ้นเพื่อใช้กันเองในครอบครัว โดยใช้วัสดุที่หาง่ายตามท้องถิ่นนั้น ๆ มีรูปแบบ เฉพาะตามลักษณะของวัสดุ สภาพการใช้งานและความพอใจของผู้ผลิตในแต่ละท้องถิ่น ทำให้เกิดรูปแบบเฉพาะของท้องถิ่น

สรุปได้ว่า คุณค่าของงานหัตถกรรม หมายถึง ผลงานสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ที่มีประโยชน์และมีคุณค่า ทำจากวัสดุธรรมชาติและใช้เครื่องมือพื้นบ้านในการผลิตด้วยทักษะฝีมือและความชำนาญที่ได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดเป็นผลงานหัตถกรรมที่มีคุณค่า เพื่อนำมาใช้งานให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อม แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรมของงานหัตถกรรมในท้องถิ่นนั้น

แนวทางในการพัฒนางานหัตถกรรมบนพื้นฐานความเป็นภูมิปัญญา มรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น และความต้องการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะต้องยึดหลักการ ออกแบบและพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้เกิดความยั่งยืน โดยการสร้างสรรค์ ผลงานหัตถกรรมที่ก่อให้เกิดคุณค่า 4 ประการ ดังนี้

1) คุณค่าความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (identity values) ประเพณีวัฒนธรรม และความเชื่อของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาแต่อดีตเปรียบเสมือนองค์ความรู้ และภูมิปัญญาของสังคมนั้นที่นำมาใช้ในการดำเนินชีวิตตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของอาหารการกิน เครื่องมือของใช้ เครื่องแต่งกายและที่อยู่อาศัย รวมถึงพืชสมุนไพรพื้นบ้านที่ใช้ในการรักษาโรค มีลักษณะเฉพาะตัวเป็นของตนเอง ซึ่งการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมสามารถนำภูมิปัญญาและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว น่าสนใจ และมีคุณค่า นำมาถ่ายทอดสู่งานหัตถกรรมสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แสดงออกถึงความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่นนั้น เพื่อสื่อสาร ให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงคุณค่าของงานหัตถกรรมที่มีลักษณะเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ของชุมชนนั้น

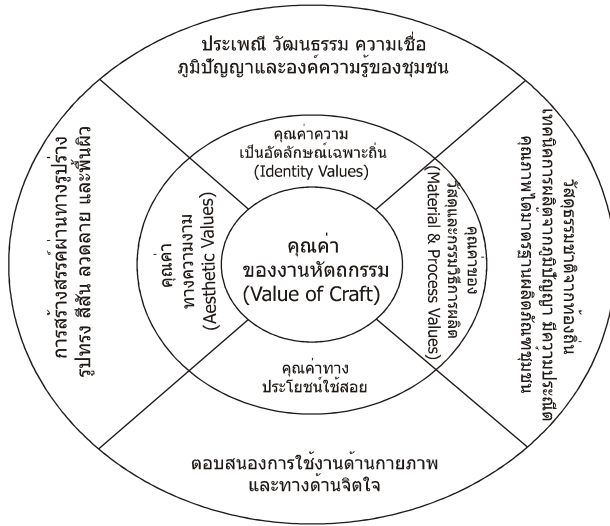
2) คุณค่าของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต (material and process values) คุณค่าของวัสดุธรรมชาติภายในท้องถิ่นที่เกิดขึ้นเฉพาะภายในแหล่งพื้นที่นั้น เจริญเติบโตได้ดี ในสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ มีคุณสมบัติพิเศษ มีสีสันทันและพื้นผิวเฉพาะตัว สามารถนำมา

เป็นวัตถุดิบในการผลิตเครื่องมือใช้สอยสูงงานหัตถกรรมซึ่งผลิตจากวัสดุธรรมชาติของท้องถิ่น รวมถึงกรรมวิธีการผลิต เทคนิคเฉพาะในการผลิตด้วยทักษะฝีมือและความชำนาญจากภูมิปัญญาที่มีการถ่ายทอดกันมารุ่นสู่รุ่น มีความประณีตและมีคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้กำหนดไว้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

3) คุณค่าทางความงาม (aesthetic values) ผู้สร้างสรรค์งานหัตถกรรมจะพิจารณาความงาม จากการแสดงออกผ่านทางรูปร่าง รูปทรง สี สัน ลวดลาย พื้นผิวที่เกิดจากการประสานกลมกลืนกันขึ้นมา ซึ่งเป็นผลมาจากแรงบันดาลใจสิ่งที่ได้เรียนรู้จากธรรมชาติและสภาพแวดล้อมรวมถึงลักษณะการใช้งานที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต และนำมาออกแบบสร้างสรรค์ถ่ายทอดลงสู่ผลงาน ที่แสดงออกถึงคุณค่าทางความงามและคุณค่าทางศิลปะของตนเองในแต่ละสังคมชุมชนที่แตกต่างกัน เพื่อกระตุ้นอารมณ์ และความรู้สึกนึกคิดให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ มีความประทับใจและดึงดูดให้มาใช้สอย

4) คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย (functional values) ตอบสนองความต้องการเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งานทางด้านกายภาพทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ ได้แก่ ขนาดสัดส่วนของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการใช้งาน มีความปลอดภัย แข็งแรงตามอายุการใช้งาน และประโยชน์ใช้สอยทางด้านจิตใจสร้างให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของผู้บริโภคเมื่อแรกพบเห็น ได้แก่ มีความน่าสนใจเป็นเอกลักษณ์ ความมีคุณค่ามากกว่าราคาที่จำหน่าย ความน่าเชื่อถือในชิ้นงานหัตถกรรม และแสดงถึงภาพพจน์ความมีสถานะของผู้ใช้

การสร้างสรรค์ผลงานหัตถกรรมที่ก่อให้เกิดคุณค่า 4 ประการ ได้แก่ คุณค่าความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คุณค่าของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต คุณค่าทางความงาม และคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย ที่ได้กล่าวมานั้นจะต้องนำมาประสานบูรณาการอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้เกิดคุณค่า เกิดความยั่งยืน และสามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้กับผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 1 แสดงแผนภูมิคุณค่าของงานหัตถกรรม



ขันหมากหรือเขี่ยนหมาก  
(Patcharametha, 2009: 16)



หีบผ้า  
(Patcharametha, 2009: 16)



ขันโตก  
(Patcharametha, 2009: 16)



ขันตอก  
(Isaacs and Blurton, 2000: 81)



ขันชี่  
(Dansilp and Freeman, 2002: 71)



ปุง  
(Dansilp and Freeman, 2002: 108)

ภาพที่ 2 คุณค่าของงานหัตถกรรมเครื่องเซินโบราณที่เป็นอัตลักษณ์ของทางล้านนา ถนนหน้หนาทาราม ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่



จากภาพที่ 2 การทำเครื่องเงินของชาวล้านนาในสมัยโบราณนั้น ทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน และใช้ในพิธีกรรมทางศาสนา โดยใช้ช่วงเวลาว่างจากการทำไร่ทำนา ซึ่งมีรูปแบบเครื่องเงินโบราณที่เป็นเอกลักษณ์ของทางล้านนา คือ (1) ชั้นหมากหรือ เขียนหมาก เป็นภาชนะสำหรับใส่เครื่องกินหมาก (2) หีบผ้า เป็นของใช้สำหรับผู้ชายเอาไว้ใส่ผ้าเมื่อจะย้ายบ้านไปอยู่กับฝ่ายหญิง (3) ชั้นดอก เป็นเครื่องใช้รูปทรงคล้ายพานของทางภาคกลาง ใช้สำหรับใส่ดอกไม้ ข้าวดอก รูป เทียน ถวายพระ เป็นของที่ทำขึ้นใช้ในพิธีกรรมจึงถือกันว่าเป็นของสูง (4) ชั้นโตก เป็นที่วางสำหรับอาหารถวายพระหรือเจ้านาย และใช้เองภายในครัวเรือน (5) ปุง สำหรับเก็บเมล็ดพันธุ์พืช และของใช้ส่วนตัว (Phanichphant, 2001: 9-17)



ภาพที่ 3 การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์จากเส้นตอกด้วยวิธีการขดเส้นตอกต่อซ้อนกันจนได้รูปทรง หมูบ้านศรีป็นคร้ว ตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (Patcharametha, 2009: 31)

จากภาพที่ 3 การใช้ไม้ไผ่เฮี้ยะนำมาจักรตอก และขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีการขดขึ้นรูป คือ ช่างสานจะขดตอกไม้ไผ่ที่เตรียมไว้จากด้านนอกสุดมาด้านในของชิ้นงาน เป็นลักษณะการตัดตอกเป็นวงกลม ซึ่งตอกแต่ละชั้นที่ขดเป็นวงกลมซ้อนกัน (เหลื่อมกัน) ไปเรื่อย ๆ ทำให้เกิดรูปทรงที่ต้องการโดยอาศัยการติดตัวออกของตอกที่ขดต่อกันแต่ละเส้นจะเป็นตัวดันให้รูปทรงของชิ้นงานคงรูปอยู่ได้



ภาพที่ 4 งานหัตถกรรมย่านลือเลาะที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช (Nakhonsithammarat, 2009)

จากภาพที่ 4 เครื่องจักสานย่านลิเภา จัดว่าเป็นงานฝีมือชั้นเยี่ยมของชาวภาคใต้ โดยเฉพาะที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ถือเป็นแหล่งที่มีชื่อเสียงในงานหัตถกรรมชนิดนี้มากที่สุด มีกำเนิดจากการจักสานย่านลิเภา เป็นข้าวของเครื่องใช้พื้นบ้าน ที่มีเอกลักษณ์ สืบทอดจากบรรพบุรุษหลายร้อยปี จนกระทั่งเป็นที่รู้จักของคนเมืองหลวง เมื่อเจ้านาย จากหัวเมืองได้นำขึ้นมถวายในราชสำนักและเผยแพร่ในหมู่เจ้านาย มาตั้งแต่ สมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ จนในปี พ.ศ. 2513 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระราชดำริให้สอนการสานย่านลิเภาในโครงการศิลปาชีพมีการพัฒนารูปแบบ ได้อย่างสวยงามประณีตเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางทั้งระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และทั่วประเทศ ด้วยคุณสมบัติเฉพาะตัวของย่านลิเภา คือ จะมีความเหนียว ทนทานอายุใช้งานมากเป็นร้อย ๆ ปี (Public Relations Office Region 1 Khonkaen, 2013)



(Sasiri, 2007)



(Downong, 2011)

ภาพที่ 5 งานหัตถกรรมผ้าไหมแพรวาที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์

จากภาพที่ 5 ผ้าแพรวา เป็นชื่อเฉพาะใช้สำหรับคลุมไหล่หรือห่มสไบเฉียง ของชาวภูไท ซึ่งใช้ในงานเทศกาล บุญประเพณีหรืองานสำคัญอื่น ๆ เป็นผ้าที่ทอด้วยมือ แพร หมายถึง ผ้า าว หมายถึงความยาวของผ้า 1 วา คำว่า แพรวา จึงมีความหมายว่า ผ้าที่มีความยาวประมาณ 1 วา ชาวภูไท เป็นกลุ่มชนที่อพยพมาจากประเทศจีนตอนใต้ ข้ามแม่น้ำโขงเข้ามาตั้งหลักแหล่งอยู่แถบเทือกเขาภูพาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของ ไทยเป็นส่วนใหญ่ โดยยังรักษาวินัยประเพณีความเชื่อ การแต่งกายและการทอผ้าไหม ผู้หญิงจะถูกฝึกทอผ้าแพรวาตั้งแต่อายุ 9 - 15 ปี ชาวภูไทที่ทอผ้าแพรวาส่วนใหญ่จะอยู่ที่บ้านโพน อำเภอดำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มีภูมิปัญญาในการทอผ้าไหมด้วยการเก็บสาย หรือเก็บขิดแบบจกที่มีลวดลายโดดเด่นที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษและพัฒนา มาอย่างต่อเนื่อง ประกอบการเลือกใช้เส้นไหมน้อย หรือไหมยอดที่มีความนุ่มมัน

ผ้าไหมแพรวาถือว่าเป็นของล้ำค่าและมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวภูไท จังหวัดกาฬสินธุ์อย่างแท้จริง (Taveesak Srisiri, 2014)



ภาพที่ 6 งานหัตถกรรมจักสานที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดอ่างทอง (OTOP Today, 2014)

จากภาพที่ 6 เครื่องจักสานเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดอ่างทอง จนนำมาตั้งเป็น คำขวัญของจังหวัดที่ว่า “ พระสมเด็จเกษไชโย หลวงพ่อโตองค์ใหญ่ วีระไทยใจกล้า ตุ๊กตาชาววัง โด่งดังจักสาน ถิ่นฐานทำกลอง เมืองสองพระนอน” เครื่องจักสานของจังหวัดอ่างทองเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงอดีต กับปัจจุบันทำให้เยาวชนคนรุ่นใหม่สามารถเรียนรู้อดีตได้โดยผ่านเครื่องจักสานเหล่านี้เนื่อง โดยได้มีการรวบรวมผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานรวมทั้งเครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ที่ใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน ที่มีอยู่ตั้งแต่อดีต จนพัฒนาการมาจนถึงปัจจุบัน เก็บไว้ในพิพิธภัณฑ์เครื่องจักสานในตำบลบางเจ้าฉ่า ซึ่งนับเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ที่สำคัญในด้านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในภาคกลางได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ชุมชนได้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านการจักสานไม้ไผ่และหวายไปสู่คนรุ่นต่อๆ มา ปัจจุบันมีประชาชนยึดอาชีพจักสานเป็นอาชีพหลักสร้างรายได้เพื่อเลี้ยงครอบครัวเป็นจำนวนมาก (Angthon, 2014)

คุณค่าของงานหัตถกรรมที่ได้นำมาเป็นตัวอย่างเป็นเพียงส่วนหนึ่งของงานหัตถกรรมไทยที่ทรงคุณค่าซึ่งแสดงถึงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ได้ถ่ายทอดมาเป็นมรดกให้กับลูกหลานแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของงานหัตถกรรมที่มีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์รักษาไว้เป็นสมบัติของชาติต่อไป

### บทสรุป

งานหัตถกรรมเป็นการประดิดประดอยสิ่งของเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีคุณค่าจากภูมิปัญญาโดยใช้วัสดุธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชนของตนและพัฒนามาเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของชุมชนต่าง ๆ ในแต่ละภูมิภาคของประเทศ การพัฒนา

สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อผู้ผลิตในแต่ละท้องถิ่นที่จะต้องแสดงออกถึงคุณค่าของงานหัตถกรรมเหล่านั้นอย่างชัดเจน แสดงถึงภูมิปัญญาความเป็นอัตลักษณ์ และศิลปวัฒนธรรมของงานหัตถกรรมในท้องถิ่นนั้นและตอบสนองต่อความต้องการความพึงพอใจของผู้บริโภค

แนวทางการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้เกิดความยั่งยืนและยังคงอยู่ต่อไปได้นั้น จำเป็นที่จะต้องสร้างสรรค์ผลงานหัตถกรรมให้เกิดคุณค่าพื้นฐาน 4 ประการ ได้แก่ คุณค่าของความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (identity values) คุณค่าของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต (material and process values) คุณค่าทางความงาม (aesthetic values) และคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย (functional values) ซึ่งองค์ประกอบพื้นฐานดังกล่าว จะเป็นกรอบในการสร้างสรรค์ผลงานหัตถกรรมในแต่ละชุมชน ซึ่งจะแฝงไว้ด้วยความเป็นอัตลักษณ์ภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และสามารถนำไปประยุกต์ต่อยอดในการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงในอนาคตต่อไป



## References

- Angthon. (2014). **Bamboo and Rattan Wicker (ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่/หวาย)**. [Online]. Retrieved September 1, 2014 from <http://www.thaitambon.com/ProvincialStarOTOP/PSO-LP7/Angthong PSO2L.htm>.
- Dansilp, T. and Freeman, M. (2002). **Thing Thai: Craft and Collectibles**. Bangkok: Asia Books.
- Downong, P. (2011). **A Kalasin Prae Wa Sink (ความเป็นมาของผ้าไหมแพรวา ภาพสีน้ำ)**. [Online]. Retrieved August 30, 2014 from [http://www.nomkaw.blogspot.com/p/blog-page\\_8959.html](http://www.nomkaw.blogspot.com/p/blog-page_8959.html).
- Isaacs, R. and Blurton, R. (2000). **Burma and the Art of Lacquer**. Bangkok: River Books.
- Leesuan, V. (1993). **Arts and Crafts (ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน)**. Bangkok: Tonor.
- Leopairote, K. (2013). **Handicrafts Identity of Thailand (อัตลักษณ์หัตถกรรมไทย)**. [Online]. Retrieved March 20, 2014 from <http://www.eureka.bangkokbiznews.com/detail/484496>.
- Nakhonsithammarat. (2009). **Lygodium Wicker (งานจักสานย่านลิเภา)**. [Online]. Retrieved August 27, 2014 from [http://www.nakhonsithammarat.go.th/web\\_52/otop/view.php?No=1](http://www.nakhonsithammarat.go.th/web_52/otop/view.php?No=1).
- Nareelert, S. (2014). **Thailand Evolution of Art (วิวัฒนาการของศิลปะไทย)**. [Online]. Retrieved August 5, 2014 from [http://www.baanjomjut.com/library\\_2/extension-3/evolution\\_of\\_thai\\_art/16.html](http://www.baanjomjut.com/library_2/extension-3/evolution_of_thai_art/16.html).
- OTOP Today. (2014). **Wickerwork (กลุ่มอาชีพจักสาน)**. [Online]. Retrieved September 3, 2014 from <http://www.otoptoday.com/shop/150414-01/กลุ่มอาชีพจักสาน>.
- Patcharametha, T. (2009). **A Product Development Through The Application of Lacquer Ware Production Process (การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยกรรมวิธีประยุกต์จากการทำเครื่องเขิน)**. Doctor of Philosophy's dissertation, Ubon Ratchathani University, Ubonratchathani, Thailand.
- Phanichphant, V. (2001). **Lanna Lacquerware (ศิลปะเครื่องเขินล้านนา)**. Chiangmai: Mingmuangnawarat.
- Public Relations Office Region 1 Khonkaen. (2013). **Lygodium Wicker (เครื่องจักสานย่านลิเภา)**. [Online]. Retrieved August 27, 2014 from <http://>

- www.region1.prd.go.th/ewt\_news.php?nid=2864&filename=indexProvincialStarOTOP.
- Sasiri, A. (2007). **Dancing of Phu Tai Kalasin (ฟ้อนภูไทกาฬสินธุ์)**. [Online]. Retrieved September 1, 2014 from <http://www.isan.clubs.chula.ac.th/folkdance/?transaction=kalsin01.php>.
- Srisiri, T. (2014). **A Kalasin Prae Wa Sink (ความเป็นมาผ้าไหมแพรวากาฬสินธุ์)**. [Online]. Retrieved August 27, 2014 from <http://www.livekalasin.com/ความเป็นมาผ้าไหมแพรวากาฬสินธุ์>.
- Suksikarn, R. (2008). **The Unity in Diversity : Craft, Material and Design (ความเหมือนในความต่าง : หัตถกรรม วัสดุและการออกแบบ)**. [Online]. Retrieved Mach 11, 2014 from <http://www.1.finearts.cmu.ac.th/artarticle/article51002.php>.
- Supasorn, Y. (2012). **Opportunity and Impact of OTOP with The AEC (โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC))**. [Online]. Retrieved November 20, 2014 from <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb-bf2e-464e-97e5-440321040570&ID=1760>.
- Thai Junior Encyclopedia Project. (2014). **Product Selection and Production for Export (การเลือกสินค้าและการผลิตเพื่อการส่งออก)**. [Online]. Retrieved Mach 20, 2014 from <http://www.kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=21&chap=6&page=t21-6-infodetail07.html>.
- The Royal Institute. (2003). **Dictionary of The Royal Academy, 1999 (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542)**. Bangkok: Siriwanntanainterprint.