

รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๑ เรื่อง

การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ
ในจังหวัดแพร่

Knowledge management and the creative process in Community products of
the livelihood community in Phrae Province

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

Learning Center : องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธ
เชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

Learning Center: Technical Knowledge and Learning Enhancement Process
through Creative Buddhist Way to Increase Value of Right Occupation
Communities' Products of Phrae Province

โดย

พระมหาสิทธิชัย ปัญญาไวย,ดร.

นายอภิชา สุขจีน

พระอนุสรณ์ เรืองปัญญารัตน์,ดร.

ดร.ธาดา เจริญกุล

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 800765028



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๑ เรื่อง

การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ
ในจังหวัดแพร่

Knowledge management and the creative process in Community products of
the livelihood community in Phrae Province

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

Learning Center : องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธ
เชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

Learning Center: Technical Knowledge and Learning Enhancement Process
through Creative Buddhist Way to Increase Value of Right Occupation
Communities' Products of Phrae Province

โดย

พระมหาสิทธิชัย ปัญญาไวย,ดร.

นายอภิชา สุขจีน

พระอนุสรณ์ เรืองปัญญารัตน์,ดร.

ดร.ธาดา เจริญกุล

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 800765028

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Research sub-project 1

Knowledge management and the creative process in Community products of
the livelihood community in Phrae Province

Under Research plan

Learning Center: Technical Knowledge and Learning Enhancement Process
through Creative Buddhist Way to Increase Value of Right Occupation
Communities' Products of Phrae Province

BY

Phramaha Sitdhijai Pannawai, Dr.

Mr. Aphicha Sukjeen

Phra Anusorn Ruengpannarat, Dr.

Dr.Thada Chareankusol

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Phrae Campus

B.E. 2565

Research Project Funded by Mahachulalongkornrajavidyalaya University

MCU RS 800765028

(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานการวิจัย:	การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่
ผู้วิจัย:	พระมหาสิทธิชัย ปัญญาไวย,ดร., นายอภิชา สุขจีน, พระอนุสรณ์ เรืองปัญญารัตน์,ดร., ดร.ธาดา เจริญกุล
ส่วนงาน:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่
ปีงบประมาณ:	๒๕๖๕
ทุนอุดหนุนการวิจัย:	สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ ๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ๒) เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ๓) เพื่อนำเสนอองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การศึกษาจากหนังสือ เอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการจำนวน ๓๒ คน สรุปผลการวิจัย ดังนี้

การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ทั้ง ๔ พื้นที่ คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของชุมชนทุ่งโฮ้ง ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม และผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโก่ง ในชั้นกำหนดองค์ความรู้ที่ถือเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ อาศัยประสบการณ์และความชำนาญในการปฏิบัติ โดยมีการถ่ายทอดผ่านครอบครัวเป็นสำคัญ องค์ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ นั้น เป็นองค์ความรู้ที่อยู่ในวิถีชีวิตของประชาชนและมีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี ขั้นการแสวงหาองค์ความรู้ เกิดจากการลงมือลองผิดลองถูก และอาศัยประสบการณ์ตรงในการปฏิบัติ ขั้นการจัดเก็บองค์ความรู้ เป็นการจัดเก็บไว้ในตัวบุคคลเป็นสำคัญ อาศัยการถ่ายทอดผ่านตัวบุคคลในระดับครอบครัวและชุมชน ขั้นการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เริ่มจากการแบ่งปันเรียนรู้ในครอบครัว ชุมชน จนพัฒนามาเป็นศูนย์การเรียนรู้ตลอดจนถึงการแบ่งปันเรียนรู้ผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และขั้นการนำไปใช้ประโยชน์ คือ การนำเอาผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่มาเพิ่มมูลค่าในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น

รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ มีทั้งหมด ๕ กระบวนการ ประกอบไปด้วย กระบวนการสร้างสรรค์ คือ การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่นำมาใช้ และขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท กระบวนการออกแบบ คือ การออกแบบ

ผลิตภัณฑ์โดยการสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่โดยไม่ทิ้งอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เดิม กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ การมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนวิทยากรให้คำแนะนำในด้านการผลิต การออกแบบ เทคนิคพิเศษ และช่องทางการตลาดสำหรับจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ การบวนการเรียนรู้ คือ การถ่ายทอดทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และการถ่ายทอดผ่านศูนย์การเรียนรู้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่ และกระบวนการสร้างเครือข่าย คือ การสร้างเครือข่ายทั้งในระดับต้นน้ำ หรือการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต กลางน้ำ คือ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย และระดับปลายน้ำ คือ การประชาสัมพันธ์จัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง

การนำเสนอองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ เป็นการนำเสนอองค์ความรู้ด้านประวัติความเป็นมา และพัฒนาการของผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ผลิตภัณฑ์ไม้สัก และผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของทั้ง ๔ พื้นที่ เพื่อให้เห็นถึงพัฒนาการของผลิตภัณฑ์ในอดีตและการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน ที่มีความหลากหลาย ประณีต มีสีสัน และตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า เป็นการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านเศรษฐกิจมากกว่าเป็นการผลิตเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวันเท่านั้น ในขณะเดียวกัน ในด้านรูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ก็มีการพัฒนาไปพร้อมกับความเจริญทางสังคมที่มีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนก็จำเป็นต้องมีการพัฒนาไปพร้อมๆ กับการอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์เดิม ที่มีผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลักและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดียิ่งขึ้นไป

Research Title: Knowledge management and the creative process in Community products of the livelihood community in Phrae Province

Researcher: Phramaha Sitdhijai Pannawai, Dr., Mr. Aphicha Sukjeen, Phra Anusorn Ruengpannarat, Dr., Dr. Thada Chareankusol.

Department: Mahachulalongkornrajavidyalaya University Phrae Campus

Fiscal Year : 2022

Research Scholarship Sponsor: Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Abstract

This study was conducted with 3 main objectives: 1 . To investigate the body of knowledge concerning right occupation communities' products of Phrae province; 2 . To study the model and processes of product creation of the right occupation communities of Phrae province; and 3 . To present the body of knowledge and product creation processes of the right occupation communities of Phrae province. Applying qualitative research, the data were gathered from related books, documents, textbooks, and research. The 32 key informants were specifically drawn from community leaders and entrepreneurs.

The findings indicated that knowledge management of right occupation communities of Phrae province consisted of 4 areas: Moh Hom products of Tung Hong community, teak products of Don Moon community, wickerwork of Kah Ngam community, and teak products of Bouk Pong community. In the process of knowledge identification, the body of knowledge of right occupation communities was transferred from ancestors and family members, applying experiences and skills. The body of knowledge of 4 products was basically in people's way of living; the majority of them were aware of it. In the process of knowledge creation and acquisition, the body of knowledge came from trial and error, using personal direct experiences. Next, in the process of knowledge organization, the knowledge was kept in an individual and transferred to family members and people in community. In knowledge exchange and sharing process, the knowledge was generally exchanged, shared in family and community, and finally developed in form of a learning center.

The body of knowledge was also shared and learned through community enterprise. In knowledge utilization process, the products, representing identities of each area, were increased value, leading to the development of the quality of life of people living in communities.

The model of product creation consisted of 5 processes: creation process in which materials and instruments were provided in order to produce the products, designing process in which the products were redesigned based on identities of the former products, product development process which was the participation of government organizations in a form of supporting the lecturers specialized in the production, design, special skills, and marketing techniques of local product, learning process in which knowledge and skills were transferred to family members and people in communities through learning centers of each area, and network creation process concerning network creation in upstream, midstream, and downstream levels consisting of providing materials to produce the products, designing products, and selling products.

The presentation of the body of knowledge and production processes of right occupation communities' products of Phrae province was based on the history, background, and development of Moh Hom products, teak products, and wickerwork in 4 areas. Aiming to meet customer needs, product development in past and present times was illustrated in terms of its diversity and delicacy. It was mostly seen as a rise in economic worth rather than practical usage. Although the form and production processes of community products have been changed according to different time periods, the knowledge and creation processes of community products need to be improved and maintained simultaneously based on community benefits, leading to the enhancement of the quality of life of people living in communities.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง Learning Center : องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงเพราะได้รับคำชี้แนะจากพระสุธีรัตนบัณฑิต,รศ.ดร. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ที่ได้ชี้แนะแนวทางในการศึกษาวิจัย จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะผู้บริหาร คณาจารย์และบุคลากร มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่ที่ได้ให้คำปรึกษาตลอดระยะเวลาการดำเนินการวิจัยจนแล้วเสร็จ ตลอดจนถึงกลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูลประกอบไปด้วยกลุ่มผู้นำชุมชนทั้ง และกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมมาชีพทั้ง ๔ พื้นที่ ได้แก่ ชุมชนสัมมาชีบบ้านทุ่งไ้ย้ง ชุมชนสัมมาชีบบ้านค่างาม ชุมชนสัมมาชีพดอนมูล และชุมชนสัมมาชีพบวกโป่ง ที่ได้อนุเคราะห์ข้อมูล รวมถึงให้สัมภาษณ์จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหาร และคณาจารย์สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่ให้การสนับสนุนทุนในการทำวิจัย และให้คำชี้แนะอันเป็นแนวทางให้การดำเนินการวิจัยจนแล้วเสร็จ

พระมหาสิทธิชัย ปัญญาไวย,ดร. และคณะ

กันยายน ๒๕๖๕

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	จ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๔
๑.๓ ปัญหาการวิจัย.....	๔
๑.๔ ขอบเขตของการวิจัย.....	๔
๑.๕ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	๕
๑.๖ กรอบแนวคิดการวิจัย.....	๖
๑.๗ ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย.....	๗
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๘
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้.....	๘
๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์.....	๓๒
๒.๓ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสัมมาชีพในพระพุทธศาสนา.....	๔๐
๒.๔ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสัมมาชีพชุมชน.....	๕๓
๒.๕ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สัก.....	๕๙
๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๖๓
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย.....	๗๐
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๗๐
๓.๒ ขอบเขตการวิจัย.....	๗๑

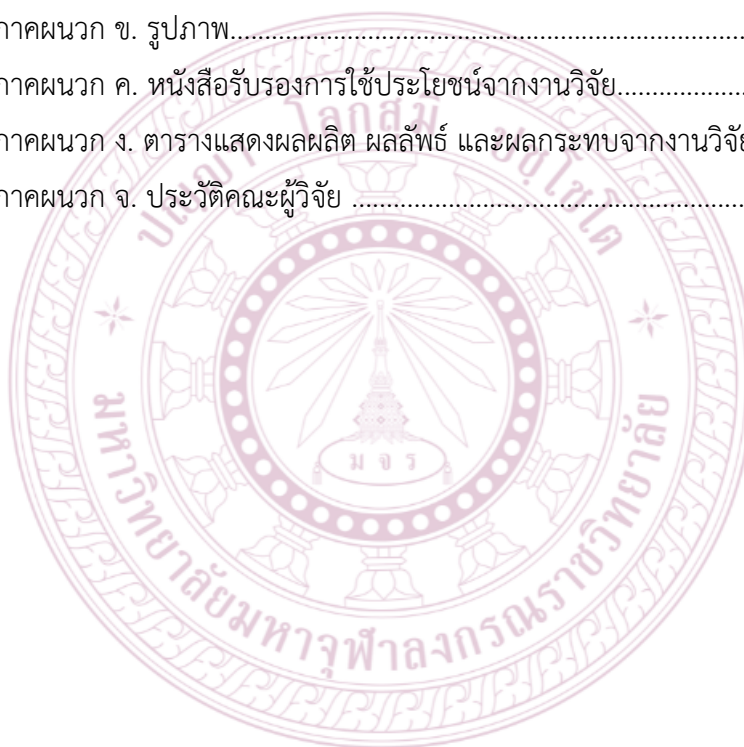
สารบัญ (ต่อ)

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๗๒
๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	๗๓
๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๗๕
๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย.....	๗๖
บทที่ ๔ ผลการวิจัย.....	๗๗
๔.๑ ข้อมูลบริบทพื้นที่	๗๗
๔.๑.๑ ข้อมูลบริบทพื้นที่ชุมชนทุ่งไธ้ง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่	๗๗
๔.๑.๒ ข้อมูลบริบทพื้นที่ชุมชนค่างาม อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่	๗๘
๔.๑.๓ ข้อมูลบริบทชุมชนดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่	๗๙
๔.๑.๔ ข้อมูลบริบทชุมชนบวโกโป่ง ตำบลน้ำคำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่	๘๐
๔.๒ การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่.....	๘๒
๔.๒.๑ การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม.....	๘๒
๔.๒.๒ การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบ้านดอนมูล.....	๘๙
๔.๒.๓ การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนบ้านค่างาม.....	๙๔
๔.๒.๔ การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักชุมชนบ้านบวโกโป่ง.....	๑๐๓
๔.๓ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่.....	๑๐๙
๔.๓.๑ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม.....	๑๐๕
๔.๓.๒ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักดอนมูล.....	๑๒๕
๔.๓.๓ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานค่างาม.....	๑๓๓
๔.๓.๔ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักบวโกโป่ง.....	๑๔๐
๔.๔ นำเสนอองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชน สัมมาชีพในจังหวัดแพร่.....	๑๔๗
๔.๔.๑ องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม	๑๔๗
๔.๔.๒ องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก.....	๑๔๙
๔.๔.๓ องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน.....	๑๕๑
๔.๔.๔ องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก.....	๑๕๓
๔.๕ องค์ความรู้จากการวิจัย.....	๑๕๖

บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	๑๕๙
๕.๑ สรุปผลการวิจัย.....	๑๕๙
๕.๒ อภิปรายผล.....	๑๗๔
๕.๓ ข้อเสนอแนะ.....	๑๗๗
บรรณานุกรม.....	๑๗๘

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๑๘๓
ภาคผนวก ข. รูปภาพ.....	๑๘๖
ภาคผนวก ค. หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย.....	๑๙๑
ภาคผนวก ง. ตารางแสดงผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย.....	๑๙๖
ภาคผนวก จ. ประวัติคณะผู้วิจัย	๑๙๘



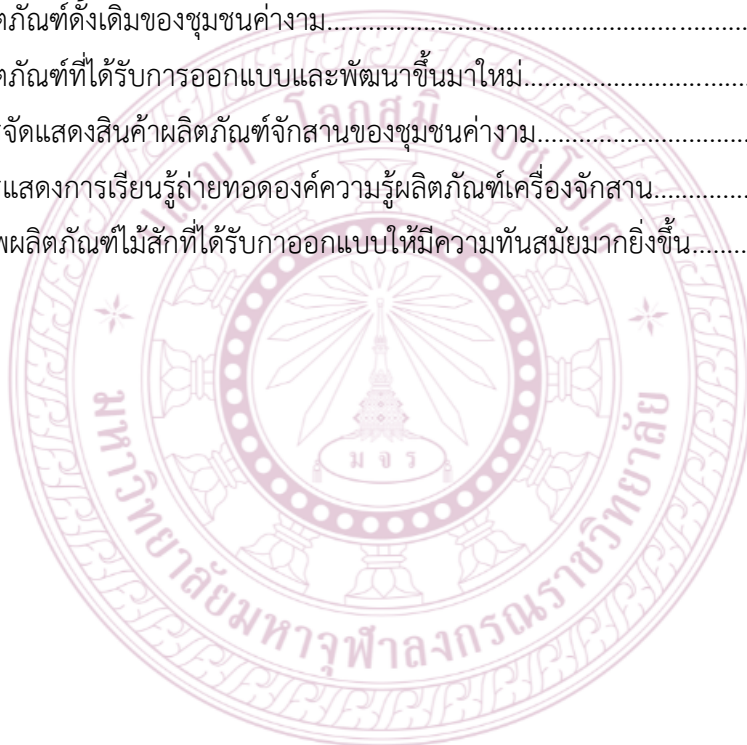
สารบัญภาพ

ภาพที่

๑. รูปต้นหอม และ ต้นคราม วัสดุในการย้อมผ้าหม้อห้อม.....	๘๓
๒. รูปขั้นตอนการย้อมห้อม.....	๘๕
๓. รูปศูนย์การเรียนรู้ผ้าหม้อห้อมบ้านทุ่งโฮ้ง.....	๘๗
๔. รูปการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม.....	๘๘
๕. รูปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงงานไม้สักพื้นที่ตำบลดอนมูล.....	๘๙
๖. รูปบ้านไม้สักในสมัยอดีตและสมัยปัจจุบัน.....	๙๑
๗. รูปผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักของชุมชนดอนมูลปัจจุบัน.....	๙๒
๘. รูปสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล.....	๙๒
๙. รูปผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาของชุมชนดอนมูล.....	๙๔
๑๐. รูปศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักตำบลดอนมูล.....	๙๔
๑๑. รูปผลิตภัณฑ์จักสานแบบดั้งเดิมของชุมชนคำงาม.....	๙๖
๑๒. รูปการเริ่มต้นจักสานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านคำงาม.....	๙๗
๑๓. รูปการใช้เครื่องมือจักตอก หรือชุดเส้นไม้ไผ่ให้ได้ขนาดตามต้องการ.....	๙๘
๑๔. รูปไม้ไผ่ที่นำมาผลิตเครื่องจักสาน.....	๑๐๐
๑๕. รูปรางวัลที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคำงามได้รับ.....	๑๐๑
๑๖. รูปการแปรรูปไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง.....	๑๐๔
๑๗. รูปประตูไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง.....	๑๐๔
๑๘. รูปทักษะการแปรรูปไม้สัก.....	๑๐๕
๑๙. รูปการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำและผู้ประกอบการในชุมชนบวโกโป่งเพื่อถอดองค์ความรู้.....	๑๐๖
๒๐. รูปผู้ประกอบการอธิบายกระบวนการแปรรูปและการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก.....	๑๐๗
๒๑. รูปผลิตภัณฑ์ไม้สักร่วมสมัย.....	๑๐๘
๒๒. รูปกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หม้อห้อม.....	๑๐๘
๒๓. รูปสัมภาษณ์กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์หม้อห้อม.....	๑๑๑
๒๔. รูปผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมที่ได้รับการพัฒนา.....	๑๑๖
๒๕. รูปร้านค้าผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในชุมชนทุ่งโฮ้ง จังหวัดแพร่.....	๑๑๗
๒๖. รูปผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมที่ได้รับการพัฒนา.....	๑๑๘

สารบัญภาพ (ต่อ)

๒๗. รูปการเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของเยาวชนและผู้สูงอายุ.....	๑๒๑
๒๘. รูปศูนย์การเรียนรู้ผ้าหม้อห้อมป่าเหียง.....	๑๒๒
๒๙. รูปผลงานผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมนำไปจัดแสดงในงาน OTOP CITY.....	๑๒๕
๓๐. รูปโรงอบไม้และรีดไม้ของชุมชนดอนมูล.....	๑๒๗
๓๑. รูปผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบใหม่ของชุมชนดอนมูล.....	๑๒๙
๓๒. รูปกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักเฟอร์นิเจอร์.....	๑๓๓
๓๓. รูปผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชุมชนค่างาม.....	๑๓๔
๓๔. รูปผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาขึ้นมาใหม่.....	๑๓๕
๓๕. รูปการจัดแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชนค่างาม.....	๑๓๗
๓๖. รูปการแสดงผลการเรียนรู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน.....	๑๓๘
๓๗. รูปภาพผลิตภัณฑ์ไม้สักที่ได้รับการออกแบบให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น.....	๑๔๒



บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การจัดการความรู้ (Knowledge management) เป็นกระบวนการที่จะช่วยให้เกิดพัฒนาการของความรู้ หรือการจัดการความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กรหรือชุมชน และการรักษาความรู้ไว้ไม่ให้สูญหายความรู้ของชุมชน นอกจากความรู้ที่เป็นแบบแผนที่ชัดเจนแล้ว ความรู้ความชำนาญของบุคคลที่ในองค์กรหรือชุมชน ถือเป็นทรัพยากรความรู้เช่นกัน กระบวนการจัดการความรู้จึงต้องเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาการดำเนินการให้อยู่ในรูปแบบที่เชื่อถือได้ เป็นต้นแบบเดียวกัน เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันสามารถที่จะถ่ายทอดได้และที่สำคัญต้องมีความน่าเชื่อถือ^๑ ในปัจจุบันการจัดการความรู้มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถใช้งานง่าย และการตอบสนองของผู้ใช้งาน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยให้ผู้ใช้งานง่าย มีความสะดวก รวดเร็ว สามารถนำความรู้ไปใช้ได้ทันที^๒ การจัดการความรู้ถือเป็นกลยุทธ์สู่ความเติบโตในอนาคต โดยแนวคิดนี้ได้รับการยอมรับและนำมาประยุกต์ใช้กันอย่างแพร่หลายในรูปแบบขององค์การภาคธุรกิจ เอกชน ที่ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการความรู้ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วการจัดการความรู้สามารถนำมาประยุกต์ในองค์การลักษณะอื่น ๆ เช่น องค์การชุมชนหรือกลุ่มในชุมชน ที่มีการรวมตัวกันเพื่อบริหารจัดการสินค้าและบริการภายในชุมชนอย่างเป็นระบบ แบบแผน นำความรู้ที่มีอยู่ในชุมชนมาทำให้เกิดคุณค่าและคุณประโยชน์แก่ชุมชนทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยมีตัวความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นทรัพยากรที่นำมาสู่การจัดการ ภูมิปัญญาคือความคิดทางสังคมที่สำคัญอย่างหนึ่ง ซึ่งสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยาวนาน และสังคมไทยเป็นสังคมเก่าแก่สังคมหนึ่งที่ปรากฏภูมิปัญญาอยู่จำนวนมาก โดยภูมิปัญญา เหล่านี้นอกจากแสดงความเป็นไทย ความเป็นเอกลักษณ์ไทยอย่างหนึ่งแล้ว ยังเป็นเครื่องชี้วัดความเจริญและพัฒนาการของคนในชาติไทย เพราะภูมิปัญญานั้นคือ

^๑ กิริติ ยศยิ่งยง, การจัดการความรู้ในองค์การและกรณีศึกษา, (กรุงเทพฯ ฯ: ธรรมมลการพิมพ์, ๒๕๕๐), หน้า ๔๔.

^๒ พรธิดา วิเชียรปัญญา, “การจัดการความรู้พื้นฐานและการประยุกต์ใช้”, (กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท, ๒๕๕๗), หน้า ๓๒-๓๓.

ว่าเป็นสิ่งละเอียดอ่อน ซึ่งชาติที่เจริญแล้วมักมีสังคมที่สงบสุขร่มเย็นไม่ระส่ำระสาย มีความเป็นอิสระ จึงจะสามารถ สร้างสรรค์และสั่งสมภูมิปัญญาเฉพาะตนขึ้นมาได้^{๓๔}

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นเครื่องหรือกลไกในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙) เพื่อให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน และให้ความสำคัญกับการพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนี้ยังกำหนดให้สร้างความเป็นธรรมลดความเหลื่อมในสังคม เป็น ๑ ใน ๑๐ ยุทธศาสตร์ที่มุ่งลดปัญหาความเหลื่อมล้ำของรายได้กลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ต่างกันแก้ไขปัญหาความยากจน^๕ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาลกรมพัฒนาชุมชนได้กำหนดให้การพัฒนาอาชีพครัวเรือน เป็น ๑ ใน ๓ ปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนปี ๒๕๖๐ โดยมุ่งให้ “เศรษฐกิจครัวเรือนมีความมั่นคง ประชาชนมีชีวิตอยู่อย่างมีความสุข” เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากคือรายได้มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ด้วยการสร้างอาชีพผ่านกระบวนการ “สร้างสัมมาชีพชุมชน” ภายใต้แนวคิด “ชาวบ้านสอนชาวบ้าน” ซึ่งสัมมาชีพ หมายถึง อาชีพที่ไม่เบียดเบียนตัวเอง ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และมีรายจ่ายน้อยกว่ารายได้ สัมมาชีพจึงเป็นทั้งเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม สิ่งแวดล้อมและศีลธรรม พร้อมกันไปอย่างบูรณาการ ฉะนั้น ยังมีสัมมาชีพกันมากเท่าใด เศรษฐกิจ ยิ่งดีขึ้นจิตใจยิ่งดีขึ้น สังคมยิ่งดีขึ้น สิ่งแวดล้อมยิ่งดีขึ้น และศีลธรรมยิ่งดีขึ้น ต่างจากจิตดีที่เมื่อจิตดีขึ้นอย่างอื่นอาจจะไม่ดีขึ้นเป็นเงาตามตัว เพราะจิตดีเป็นการวัดแบบแยกส่วน ดังกล่าวแล้ว ฉะนั้น การมีสัมมาชีพเต็ม พื้นที่จึงเป็นตัววัดการพัฒนาที่ดีกว่าจิตดี ประเวศ วะสี “สัมมาชีพ” จึงยึดแนวความหมายของคำว่า “สัมมาอาชีพะ” ข้างต้น โดยมีความหมายว่า “การทำมาหากินโดยไม่ได้เอากำไรสูงสุดเป็นตัวตั้งหรือเป็นเป้าหมายสุดท้าย และต้องคำนึงถึงความเป็นธรรมทางสังคมเช่นกัน^๖

^๓ จักรพันธ์ โสมะเกษตริณ, การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นศรีสะเกษ เพื่อการแข่งขันอย่างยั่งยืน, กรุงเทพฯ : สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๕๑, หน้า ๑.

^๔ กองการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมองค์การบริหารส่วนตำบลราชสถิต, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, ๒๕๕๘, หน้า ๔.

^๕ กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, รายงานประจำปี ๒๕๖๑, (กรุงเทพฯ : กรมการพัฒนาชุมชน, ๒๕๖๑), หน้า ๓๒.

^๖ ประเวศ วะสี, แนวทางใหม่ในการพัฒนาประเทศ สร้างสัมมาชีพเต็มพื้นที่ การมีสัมมาชีพเต็มพื้นที่คือรากฐานของความร่มเย็นเป็นสุข, (กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุน ๒๕๕๒), หน้า ๑๐.

จากนโยบายของรัฐบาลว่าด้วยตัวชี้วัดการพัฒนาระดับประเทศ^๗ พบว่า จังหวัดแพร่ มีทั้งโอกาสที่ควรพัฒนาต่อยอดและปัญหาสำคัญที่ต้องการได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยเรียงลำดับความสำคัญของศักยภาพและปัญหา โดยสามารถกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัด ยุทธศาสตร์ของจังหวัดแพร่ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาจังหวัดในด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เป้าประสงค์ที่ ๒ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนประชาชน ตลอดจนเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น และมีคุณภาพชีวิตที่ดี กลยุทธ์ที่ ๓ ส่งเสริมพัฒนาสินค้าเกษตรปลอดภัยและผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นหลักในการทำวิจัยเพื่อร่วมพัฒนาศักยภาพของจังหวัดแพร่ ดังวิสัยทัศน์ของจังหวัดแพร่ ที่ว่า “เมืองเศรษฐกิจมั่นคง ชุมชนเข้มแข็ง ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์” โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม้สัก ที่ถือเป็นสัญลักษณ์สำคัญของจังหวัด ที่มีการนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งประเภทต่างๆ เช่น ในชุมชนบ้านบวโป่ง ตำบลน้ำชำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ที่มีการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนจากไม้สัก โดยมีการนำไม้สักมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ทั้งโต๊ะเก้าอี้ เติ่งนอน อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ ซึ่งจากการลงพื้นที่ศึกษาในชุมชนบ้านบวโป่ง ตำบลน้ำชำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ พบว่า ชุมชนบ้านบวโป่งเป็นชุมชนที่ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการแปรรูปไม้สักเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน

การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมพันธ์ในจังหวัดแพร่ เป็นการศึกษาวิจัยแบบบูรณาการระหว่างศาสตร์ คือ เศรษฐศาสตร์ ประวัติศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ โดยมีการบูรณาการกับภาคีเครือข่ายในการจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมพันธ์ในจังหวัดแพร่ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ พัฒนาชุมชนแพร่ พัฒนาสังคมและความมั่นคงมนุษย์แพร่ วัฒนธรรมจังหวัดแพร่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแพร่ และมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่ ผลของการศึกษาวิจัยนี้ จะก่อให้เกิดการจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมพันธ์ในจังหวัดแพร่ ที่มีความสอดคล้องกับบริบทด้านพื้นที่ ทิศทางการเติบโตด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนในชุมชนสัมพันธ์มีการสร้างรายได้แก่ชุมชน รวมถึงมีการจัดการความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน การสร้างสรรค์ การถ่ายทอด ภายใต้แนวคิดในการอนุรักษ์ไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่น วิธีการดำเนินชีวิต

^๗ สำนักงานจังหวัดแพร่ กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, แผนพัฒนาจังหวัดแพร่ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๔), ๒๕๖๑, หน้า ๗๑.

บนพื้นฐานการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน อันจะนำไปสู่การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี มีคุณภาพ และมีความสุขตามอัตภาพต่อไป

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- ๑.๒.๑ เพื่อศึกษาองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่
- ๑.๒.๒ เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่
- ๑.๒.๓ เพื่อนำเสนอองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๑.๓ ปัญหาการวิจัย

- ๑.๓.๑ องค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่มีลักษณะเป็นอย่างไรบ้าง
- ๑.๓.๒ ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่มีรูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์อย่างไรบ้าง
- ๑.๓.๓ องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่มีลักษณะอย่างไรบ้าง

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

๑.๔.๑ ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษา คือ

- ๑) การจัดการองค์ความรู้
- ๒) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน
- ๓) สัมมาชีพในพระพุทธศาสนา
- ๔) สัมมาชีพชุมชน
- ๕) ผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อม/เฟอร์นิเจอร์/เครื่องจักสาน/ไม้สัก

๑.๔.๒ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยและพัฒนาได้แก่

- ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

(๑) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ประกอบไปด้วย ผู้นำชุมชนทั้ง ๔ พื้นที่ จำนวน ๑๒ คน และกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมมาชีพทั้ง ๔ พื้นที่ ๒๐ คน รวมทั้งหมด ๓๒ คน

๑.๔.๓ ขอบเขตพื้นที่

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาวิจัย ๒ พื้นที่ ได้แก่

๑. พื้นที่ต้นแบบ ได้แก่

๑) พื้นที่ต้นแบบชุมชนสัมมาชีพผ้าหม้อห้อมบ้านทุ่งโฮ้ง ตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่

๒) พื้นที่ต้นแบบชุมชนสัมมาชีพเฟอร์นิเจอร์ไม้สักบ้านดอนมูล ตำบลดอนมูล อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่

๓) พื้นที่ต้นแบบชุมชนสัมมาชีพเครื่องจักสานบ้านคำงาม ตำบลดอนมูล อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่

๒. พื้นที่พัฒนา ได้แก่

คณะผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ชุมชนสัมมาชีพที่ทำการพัฒนา คือ ชุมชนสัมมาชีพบ้านบวโก่ง ตำบลน้ำคำ อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่

๑.๔.๔ ขอบเขตระยะเวลาในการวิจัย

ระยะเวลาวิจัย เริ่มตั้งแต่ตุลาคม ๒๕๖๔ ถึง กันยายน ๒๕๖๕

๑.๕ นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การจัดการองค์ความรู้ หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน สัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน และผลิตภัณฑ์ไม้สัก

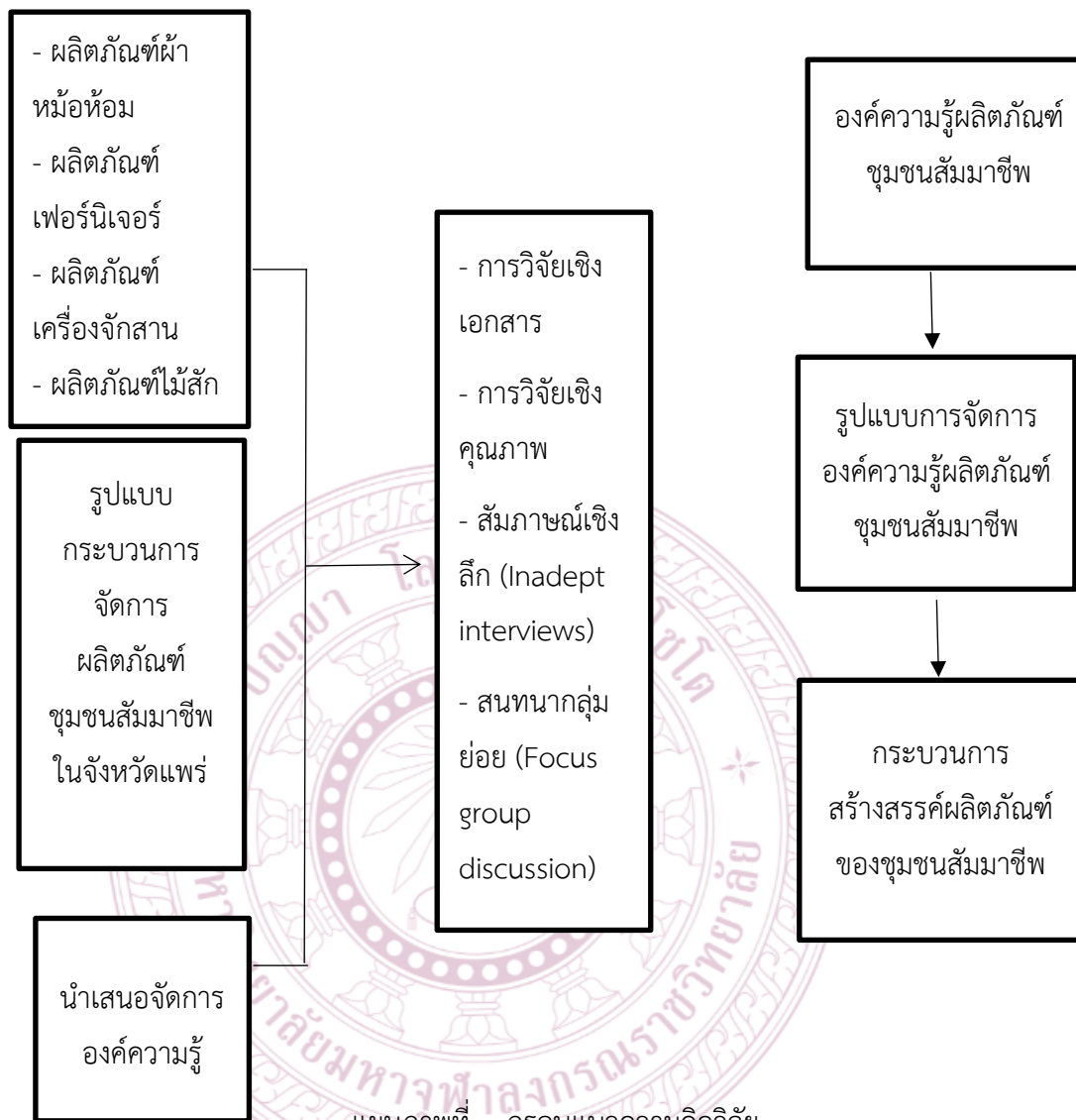
การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ หมายถึง ขั้นตอนที่เกิดจากการเรียนรู้ จากประสบการณ์ตรง ของประชาชนและเยาวชนในชุมชนสัมมาชีพ โดยให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม นำมาสู่การสร้าง ประสบการณ์ หรือความชำนาญแล้วจึงเกิดความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ของคนในชุมชน ส่งผลให้ เกิดการสร้างสรรค ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนสัมมาชีพที่เป็นผลงานเชิงสร้างสรรค์ที่มีอัตลักษณ์ของ ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของชุมชนบ้านทุ่งไธ้ง ผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์ของชุมชนบ้านดอนมูล ผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชนบ้านค่างาม และผลิตภัณฑ์ไม้สักของ ชุมชนบ้านบวโกโป่ง

ชุมชนสัมมาชีพ หมายถึง พื้นที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ที่ก่อให้เกิดรายได้ของคนใน ท้องถิ่นและชุมชนได้มีส่วนร่วมคิดร่วมทำร่วมรับประโยชน์ของประชาชน และร่วมกันเป็นเจ้าของ มี การประกอบอาชีพโดยชอบ สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างแข็งแกร่งและมีประสิทธิภาพ

๑.๖ กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ ๑ กรอบแนวความคิดวิจัย

๑.๗ ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

๑.๗.๑ ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามชัยในจังหวัดแพร่

๑.๗.๒ ได้รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามชัยในจังหวัดแพร่

๑.๗.๓ เกิดการจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามชัยในจังหวัดแพร่อย่างเป็นระบบ

๑.๗.๔ ชุมชนสามชัยบ้านบวโกโป่ง ตำบลน้ำชำ อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่มีผลิตภัณฑ์จากไม้สักที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยดังกล่าว เพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นสำคัญในการศึกษาวิจัย โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อในการศึกษา ประกอบไปด้วย

๒.๑ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management)

๒.๒ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์

๒.๓ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสัมมาชีพในพระพุทธศาสนา

๒.๔ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสัมมาชีพชุมชน

๒.๕ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สัก

๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

๒.๑.๑ ความหมายของการจัดการความรู้

พจนานุกรมศึกษาศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ระบุความหมายของการจัดการความรู้ คือ กระบวนการพัฒนาความรู้ของบุคคล และองค์การเพื่อสร้างคุณภาพและประสิทธิภาพโดยรวมกลุ่มกัน กำหนดวิสัยทัศน์ ร่วมคิดร่วมทำ แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากประสบการณ์ของสมาชิก ผสมผสานกับความรู้จากแหล่งข้อมูลทั่วไปมีการกำหนดเป้าหมายวิธีการปฏิบัติการ การทดลอง การสังเคราะห์และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์

น้ำทิพย์ วิภาวิน และนางเยาว์ เปรมกลเนตร” ได้อธิบายความหมายของการจัดการความรู้ หมายถึง แนวปฏิบัติที่องค์การใช้ในการบ่งชี้ความรู้ที่จำเป็น ต้องการสร้างความรู้ใหม่และเผยแพร่ความรู้เพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน พัฒนาความ

ได้เปรียบทางการแข่งขัน และสร้างนวัตกรรมโดยกระบวนการของการจัดการความรู้ ต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ขององค์กร^๙

กิริติ ยศยิ่งยง^๙ อธิบายว่า การจัดการความรู้เป็นกระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ รูปแบบใหม่ที่เน้นการพัฒนากระบวนการ ควบคู่ไปกับการพัฒนาการเรียนรู้ ผ่านกระบวนการจำแนก วิเคราะห์ และจัดระเบียบความรู้ เพื่อสรรหาคัดเลือกจัดการและเผยแพร่สารสนเทศที่ถูกต้องเหมาะสม และเอื้ออำนวยให้เกิดการแบ่งปันความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งขององค์การ เพื่อปรับปรุงเพิ่มขีดความสามารถเชิงการแข่งขันให้ได้มุมมองในองค์การมากขึ้น

พรธิดา วิเชียรปัญญา สรุปการจัดการความรู้ว่าหมายถึง กระบวนการอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการประมวลข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์การจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์การอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์การ^{๑๐}

วิจารณ์ พานิช กล่าวว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การยกระดับความรู้ขององค์การเพื่อสร้างผลประโยชน์จากต้นทุนทางปัญญา โดยเป็นกิจกรรมที่ซับซ้อนและกว้างขวางไม่สามารถให้นิยามด้วยถ้อยคำสั้น ๆ ได้ต้องให้นิยามหลายข้อจึงจะครอบคลุมความหมาย ดังนี้^{๑๑}

๑. การรวบรวม การจัดระบบ การจัดเก็บ และการเข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างเป็นความรู้ เทคโนโลยีด้านข้อมูลและด้านคอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มพลังในการจัดการความรู้ โดยตัวของมันเองไม่ใช่การจัดการความรู้

๒. การจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) ถ้าไม่มีการแบ่งปันความรู้แล้ว ความพยายามในการจัดการความรู้จะไม่ประสบความสำเร็จ พฤติกรรมภายใน

^๙ น้ำทิพย์ วิภาวิน และนางเยาว์ เปรมกลเนตร, **นวัตกรรมห้องสมุดและการจัดการความรู้**, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑), หน้า ๘๘.

^๙ กิริติ ยศยิ่งยง, “การจัดการความรู้ในองค์การและกรณีศึกษา”, (กรุงเทพฯ: ธรรมมลการพิมพ์, ๒๕๕๐), หน้า ๔๔.

^{๑๐} พรธิดา วิเชียรปัญญา, “การจัดการความรู้พื้นฐานและการประยุกต์ใช้”, (กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท, ๒๕๕๓), หน้า ๓๒-๓๓.

^{๑๑} วิจารณ์ พานิช, “การจัดการความรู้ในยุคสังคมและเศรษฐกิจบนฐานความรู้”, (กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม, ๒๕๔๖), หน้า ๒-๕.

องค์การเกี่ยวกับวัฒนธรรม พลวัต และวิถีปฏิบัติ มีผลต่อการแบ่งปันความรู้ ประเด็นด้านวัฒนธรรม และสังคม มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการความรู้

๓. การจัดการความรู้ต้องการผู้ทรงความรู้ความสามารถในการตีความและประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้างนวัตกรรมและเป็นผู้นำทางในองค์การ รวมทั้งต้องการผู้เชี่ยวชาญในสาขาใดสาขาหนึ่งสำหรับช่วยแนะนำวิธีประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ ดังนั้นกิจกรรมเกี่ยวกับคน ได้แก่การดึงดูดคนเก่งและดี การพัฒนาคน การติดตามความก้าวหน้าของตน และการดึงคนมีความรู้ความสามารถไว้ในองค์การ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้

๔. การจัดการความรู้ เป็นเรื่องของ การเพิ่มประสิทธิผลขององค์การ การจัดการความรู้เกิดขึ้นเพราะมีความเชื่อว่าจะช่วยสร้างควมมีชีวิตชีวา และความสำเร็จให้แก่องค์การ การประเมินต้นทุนทางปัญญา และผลสำเร็จของการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ เป็นดัชนี บอกว่าองค์การมีการจัดการความรู้ได้อย่างได้ผลหรือไม่

ศิริทิพย์ อิติพงศ์ฉวีนิช อธิบายความหมายของการจัดการความรู้ว่าเป็นกระบวนการที่สร้างคุณค่าในการนำความรู้ทั้งหมดมาจัดระบบ เพื่อการแลกเปลี่ยนและใช้ความรู้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาเพิ่มสัมฤทธิ์ผลและความสำเร็จแห่งองค์การ^{๑๒}

พรณี สวนเพลง ได้อธิบายว่า การจัดการความรู้เป็นการบูรณาการศาสตร์ ๒ สาขาด้วยกัน คือ ความรู้ (Knowledge) และการบริหารจัดการ (Management) โดยเน้นที่กระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ และความรู้ ด้วยการให้ความสำคัญกับบุคคล โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยการจัดการความรู้ผ่านทางช่องทางความรู้ต่าง ๆ^{๑๓}

สำนักงานพัฒนาระบบราชการและสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ กล่าวว่า การจัดการความรู้ในองค์การหมายถึง การรวบรวมความรู้ที่มีอยู่ในองค์การ ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือ

^{๑๒} ศิริทิพย์ อิติพงศ์ฉวีนิช, “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบุรี เขต ๒”, หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, ๒๕๕๔), หน้า ๒๓.

^{๑๓} พรณี สวนเพลง, “เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้” (กรุงเทพฯ :ซีเอ็ดดูเคชั่น, ๒๕๕๒), หน้า ๒๗.

เอกสารพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์การมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด^{๑๔}

สามารถสรุปได้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการกับความรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรและพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร โดยเน้นให้บุคลากรสามารถแสวงหาความรู้ และมีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกันทำให้เกิดการเรียนรู้ทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม และทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์การ

๒.๑.๒ ความสำคัญของการจัดการความรู้

การบริหารองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ในยุคแห่งสังคมที่ใช้ความรู้เป็นพื้นฐาน (Knowledge-based Society) ได้มองว่าความรู้เป็นทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ซึ่งความรู้ดังกล่าวสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งระดับบุคคล องค์กร และประเทศชาติ^{๑๕}

๑. เป็นระบบที่ส่งเสริมให้เกิดการสร้างความรู้จนนำไปสู่การผลิตและพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง องค์กร และประเทศชาติ ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดการได้เปรียบการแข่งขันในด้านต่าง ๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และระบบการศึกษา

๒. เป็นระบบที่ช่วยพัฒนาระบบการเรียนรู้ของบุคคล กลุ่ม องค์กร และประเทศชาติ โดยเป็นรูปแบบที่ช่วยในการแสวงหาความรู้ของบุคคลสามารถทำได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการจัดการความรู้ช่วยทำให้องค์การต่าง ๆ สามารถจัดเก็บข้อมูลที่เป็นประโยชน์ไว้อย่างเป็นระบบและอยู่ในลักษณะของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

๓. เป็นระบบที่มีการเผยแพร่ความรู้ของบุคคลภายในองค์กร จนนำไปสู่การสร้างชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice) ที่ทำหน้าที่ในการแบ่งปันความรู้ และประสบการณ์ โดยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่ม และความรู้ขององค์กรซึ่งเป็นศูนย์กลางสำหรับการจัดการความรู้

^{๑๔} สำนักงานพัฒนาระบบราชการและสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, “การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ”, (กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, ๒๕๔๔), หน้า ๔.

^{๑๕} พรพิมล ธรรมสาร, “การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้สำหรับหน่วยงานภาครัฐ, *ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต*, สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, ภาควิชาหลักสูตร. การสอนและเทคโนโลยีการศึกษา, (คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๐). หน้า ๖.

๔. เป็นระบบที่มีความสำคัญต่อความก้าวหน้าในการเชื่อมโยงความรู้ข้ามเขตแดนระหว่างองค์การกับองค์การ องค์การกับบุคคล และบุคคลกับบุคคล โดยการติดต่อสื่อสารกันในระบบเฉพาะเพื่อช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ระบบงาน และการบริการต่าง ๆ

น้ำทิพย์ วิภาวิน” ได้อธิบายถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ มีรายละเอียด ดังนี้^{๑๖}

๑. การสร้างคลังความรู้ การจัดการความรู้ทำให้ความรู้ในองค์การมีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีการสร้างความทรงจำขององค์การ (Organization Memory) เป็นหน่วยบันทึกและจัดเก็บความรู้ขององค์การ และบทเรียนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์การ มีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี ทำให้คนในองค์การเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างความรู้ แลกเปลี่ยนและเข้าถึงความรู้ได้ง่าย ส่งผลให้องค์การมีทิศทางในการนำความรู้เหล่านั้นไปประยุกต์ในงานด้านต่าง ๆ

๒. การถ่ายทอดองค์ความรู้ การจัดการความรู้ที่ผ่านมาในอดีตนั้นได้มีการจัดทำและถ่ายทอดในรูปแบบต่าง ๆ เช่น พงศาวดาร การสืบทอดประเพณีหรือวัฒนธรรม ซึ่งไม่ได้จัดทำให้เป็นระบบอย่างชัดเจน ทำให้ยากต่อการนำความรู้เหล่านั้นไปใช้ในการพัฒนาองค์การนั้น ๆ ได้ สำหรับปัจจุบันการจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่ทำอย่างเป็นระบบ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์จึงทำให้การถ่ายทอดองค์ความรู้เป็นไปอย่างมีระบบและกว้างขวางมากขึ้น

๓. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อพัฒนาให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ปัจจุบันองค์การแทบทุกแห่งมุ่งที่จะก้าวสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ โดยมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสร้างชุมชน นักปฏิบัติ การสร้างวัฒนธรรมให้คนในองค์การเข้ามาแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันและกัน เป็นต้น

๔. การพัฒนาศักยภาพขององค์การ การจัดการความรู้ช่วยสร้างศักยภาพในด้านต่าง ๆ ให้แก่องค์การ ได้แก่ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การเป็นองค์การคุณภาพและองค์การแห่งการเรียนรู้ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์การ การเพิ่มผลประกอบการที่ดีขึ้น

๕. การยกระดับความรู้ของคนในองค์การ การจัดการความรู้ช่วยให้การพัฒนาบุคลากรขององค์การให้มีความรู้ในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ได้แก่ การเพิ่มความสามารถในการตัดสินใจการป้องกันความรู้สูญหาย การพัฒนาความสามารถในการปรับตัว และมีความยืดหยุ่น รวมทั้งการพัฒนาทรัพยากรทางปัญญา เช่น สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้าและลิขสิทธิ์ การพัฒนาลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ การสร้างความพึงพอใจ เพื่อยอดขายหรือใช้บริการ และสร้างรายได้ให้แก่องค์การ

^{๑๖} น้ำทิพย์ วิภาวิน และนางเยาว์ เปรมกลเนตร, นวัตกรรมห้องสมุดและการจัดการความรู้, หน้า ๔-๕.

๖. เครื่องมือการบริหารองค์การ การจัดการความรู้ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพโดยมีความสัมพันธ์กับการประกันคุณภาพขององค์การ การก้าวสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ และการพัฒนาสู่การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูงหรือองค์กรที่เป็นเลิศ

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา ได้ให้ความสำคัญของการจัดการความรู้ ดังนี้^{๑๗}

๑. เพื่อพัฒนาคน พัฒนาบุคคลและพัฒนาองค์การ ซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. เพื่อการสื่อสาร ถ่ายทอดประสบการณ์และทักษะระหว่างบุคคลและร่วมกันในเวลาที่รวดเร็วเป็นการพัฒนางานและพัฒนาองค์การ

๓. ทำให้บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และมีทักษะที่ดีในการปฏิบัติงาน มีการปรับเปลี่ยนระบบการผลิตให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีความเข้มแข็งและมั่นคง

๔. เป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนการปฏิบัติงาน การผลิต จำเป็นที่จะต้องพัฒนาความรู้มีการจัดการความรู้ที่นำมาใช้ในกิจกรรม ช่วยประหยัดเวลาและต้นทุน

๕. ช่วยให้องค์การดำเนินกิจการ การกิจอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน เช่น เมื่อบุคลากรลาออก เกษียณอายุ หรือมีการเปลี่ยนงานใหม่อาจทำให้ความรู้และประสบการณ์หายไปกับตัวบุคคล

๖. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมทำให้การทำงานมีความรวดเร็วขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาความรู้เพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้เป็นประโยชน์

วิจารณ์ พานิช กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ว่า การเรียนรู้เรื่องการจัดการความรู้ (Knowledge Management, KM) ด้วยการอ่านหนังสือหรือฟัง “ผู้รู้” บรรยายการกระทำเช่นนั้นจะไม่มีทางช่วยให้รู้จักการจัดการความรู้ได้เลย เนื่องจากการจัดการความรู้เป็นทักษะ (Skill) ไม่ใช่ความรู้เชิงทฤษฎีหรือกล่าวให้ชัดเจนขึ้น การจัดการความรู้มีส่วนที่เป็นทักษะสืบส่วน และส่วนที่เป็นทฤษฎีเพียงส่วนเดียว (คล้ายพุทธศาสนา) การเรียนรู้โดยการท่องทฤษฎีจึงแทบจะไม่มีประโยชน์ ต้องลงมือทำจึงจะทำได้และเกิดความรู้ ความเข้าใจ และการจัดการความรู้ที่แท้จริงเป็นการจัดการความรู้โดยกลุ่มผู้ปฏิบัติงานเป็นการดำเนินกิจกรรมร่วมกันในกลุ่มผู้ทำงาน เพื่อช่วยกันดึง “ความรู้ใน

^{๑๗} สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, “คู่มือการจัดการความรู้ในองค์กรการศึกษา”, (กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา ๒๕๕๓), หน้า ๗-๘.

คน” และ “คว้า” (Captures) ความรู้ภายนอกองค์กรมาใช้ในการทำงาน เป็นวงจรต่อเนื่องไม่จบสิ้น^{๑๘}

๒.๑.๓ วิวัฒนาการการจัดการความรู้

ในยุคของสังคมที่มีความรู้และสารสนเทศจำนวนมากและมีความหลากหลายทุกหน่วยงานของสังคมให้ความสำคัญกับองค์ความรู้ (Knowledge Base) และการพัฒนาสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ (Knowledge-based Society : KBS) ในสังคมแห่งความรู้ ความรู้ " นับว่าเป็นทรัพยากรหลักที่มีค่าแตกต่างจากปัจจัยการผลิตอื่น ๆ เนื่องจากความรู้เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลง และสร้างขึ้นใหม่ได้ตลอดเวลา จากการแบ่งช่วงวิวัฒนาการศาสตร์ ด้านการจัดการความรู้ ออกเป็น ๓ ยุค ดังนี้^{๑๙}

ยุคที่ ๑ ประมาณปี ๑๙๘๗ - ๑๙๙๙ เรียกว่ายุค Pre - SECI มีแนวคิดว่าความรู้เป็นสิ่งที่จัดการได้โดยอาศัยการจัดการที่เป็นระบบโครงสร้างตายตัวเน้นที่ การจัดการสารสนเทศ (Information Management) เพื่อใช้เทคโนโลยี ช่วยในการตัดสินใจ

ยุคที่ ๒ ช่วงประมาณปี ๑๙๙๕ เรียกว่ายุค SEC มีการแบ่งความรู้ออกเป็น ๒ แบบ คือ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) กับความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) เน้นการเปลี่ยนความรู้ฝังลึกเป็นความรู้ชัดแจ้งและวนกลับหมุนเป็นเกลียวความรู้ เป็นยุคที่เชื่อมโยง การจัดการความรู้เข้ากับการรื้อปรับระบบ (Re-engineering) เริ่มมีกระบวนการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบเพื่อบรรลุประสิทธิภาพสูงสุด ในช่วงประมาณปี ๑๙๙๘ – ๒๐๐๑ การจัดการความรู้แพร่หลายมากขึ้นและเริ่มเห็นว่าความรู้เป็นเรื่องที่ซับซ้อนเกินกว่าจะจำแนกเป็น Tacit และ Explicit ได้อย่างชัดเจนและการเปลี่ยนรูปความรู้อาจทำให้สูญเสียบริบทที่สำคัญได้ ดังนั้น การจัดการความรู้ให้ได้ผลจึงต้องมีการผสมผสานความรู้ทั้งสองในช่วงเวลาที่เหมาะสม

ยุคที่ ๓ เรียกว่ายุค Post-SEO มองว่าความรู้ไม่แบ่งชัดเป็นความรู้ชัดแจ้งและความรู้ฝังลึก แต่มีคุณสมบัติทั้งสองอยู่ด้วยกัน โดยเปลี่ยนไปตามสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น ถึงต้องอาศัยหลักธรรมชาติและความซับซ้อนมาใช้ในการกระบวนการจัดการความรู้เพื่อการใช้งานในเวลา นั้น (Just-in-time Knowledge Management) เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพ (Effectiveness) ของการตัดสินใจและการสร้างนวัตกรรมมากกว่ามุ่งเน้นประสิทธิภาพเพียงอย่างเดียวโดยให้ความสำคัญกับพฤติกรรมมนุษย์

^{๑๘} วิจารณ์ พานิช, การจัดการความรู้ในยุคสังคมและเศรษฐกิจฐานความรู้, หน้า ๓.

^{๑๙} อมรทิพย์ เจริญผล, การจัดการความรู้จากแหล่งเรียนรู้ของสถานศึกษา, (มหาวิทยาลัยศิลปากร : ม.ป.ท. , ๒๕๕๐), หน้า ๒๖.

ยุคที่ ๔ ซึ่ง ในยุคนี้มีผู้เชี่ยวชาญบางท่านให้ความเห็นว่า การสื่อสารต่าง ๆ จะทำให้สะดวก รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยเป็นการสื่อสาร On-line และ Text Messages ต่าง ๆ ที่ส่งผลให้การจัดการความรู้ทวีความสำคัญและมีบทบาทมากขึ้นต่อการปรับปรุงผลการดำเนินงานขององค์กรให้ดีขึ้น

๒.๑.๔ รูปแบบการจัดการความรู้

รูปแบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management Model) คือการอธิบายถึงปัจจัยองค์ประกอบ และกระบวนการของการจัดการความรู้ ซึ่งมีรูปแบบที่หลากหลาย ไม่มีรูปแบบที่แน่นอนตายตัว องค์กรจะใช้รูปแบบการจัดการความรู้แบบใด ขึ้นอยู่กับการตีความ บริบท และสภาพแวดล้อมขององค์กรนั้น ๆ รูปแบบการจัดการความรู้ขององค์กรหนึ่ง อาจจะใช้ไม่ได้ในอีกองค์กรหนึ่ง รูปแบบการจัดการความรู้จึงมีหลากหลาย ดังเช่น

วิจารณ์ พานิช ได้กล่าวถึง โมเดลปลาตะเพียน โมเดลนี้นำแนวคิดมาจากโมบายปลาตะเพียน ซึ่งปลาตะเพียนตัวแม่และตัวลูก แขนเป็นพวง ๓ - ๔ ชั้น ใช้เป็นสัญลักษณ์บอกว่า เป้าหมาย / วิสัยทัศน์ของหน่วยงานย่อย ต้องสอดคล้องกับเป้าหมาย / วิสัยทัศน์ ของหน่วยงานใหญ่ เป้าหมายของการจัดการความรู้ต้องสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร หรือกล่าวอีกในหนึ่งการจัดการความรู้ต้องเป็นเครื่องมือเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร ดังในโมบายปลาตะเพียนที่ปลาทุกตัวหันหน้าหรือว่ายน้ำไปทางเดียวกัน หัวปลาหันไปทางเดียวกัน แสดงว่าต้องมรเป้าหมายเดียวกัน อาจขยายความว่า ปลาทุกตัวต้องช่วยเหลือกัน เปรียบเสมือนการแบ่งปันความรู้ข้ามหน่วยงานข้ามฝ่ายภายในองค์กรหรือในบางกรณีออกไปนอกองค์กรอีกด้วย^{๒๐}

พรณี สวนเพลง ได้ศึกษา ค้นคว้า และนำเสนอรูปแบบการจัดการความรู้ที่ชื่อว่า “ก้านกล้วยโมเดล” โดยได้เปรียบเทียบกระบวนการจัดการความรู้เหมือนกับตัวช้าง โดยในแต่ละส่วนของช้างนั้นมีหน้าที่และมีความสำคัญเท่า ๆ กัน จะขาดส่วนหนึ่งส่วนใดไม่ได้ เพราะจะทำให้ช้างพิการซึ่งได้อธิบายรายละเอียดของก้านกล้วยโมเดลไว้ ดังนี้^{๒๑}

๑. ส่วนลำตัวของช้าง ซึ่งมีขนาดใหญ่ และมีกิจกรรมมากมายที่ต้องทำ จึงเปรียบเสมือนกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process)

^{๒๐} วิจารณ์ พานิช, “การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ”, (กรุงเทพฯ : สุขภาพใจ, ๒๕๕๑), หน้า

๑๓๗.

^{๒๑} พรณี สวนเพลง, เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้, หน้า ๔๑-๔๒.

๒. ส่วนหัวของข้าง นับว่ามีความสำคัญมาก เช่นมีไว้บรรจุสมองเพื่อควบคุมการทำงานของร่างกาย เปรียบเสมือนฐานข้อมูลของความรู้ (Data Warehouse) และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing and Transferring)

๓. ส่วนวงข้าง เป็นอวัยวะที่ดูน่า เปรียบเสมือนการเสาะแสวงหา และการถอดความรู้จากคนและจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ

๔. งามข้าง เป็นสิ่งบ่งบอกถึงคุณลักษณะของข้าง เปรียบเสมือนภาวะผู้นำในองค์กรที่จะต้องเห็นด้วย และสนับสนุนการจัดการความรู้

๕. ตาของข้าง เปรียบเสมือนวิสัยทัศน์ขององค์กร ที่จะต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้

๖. ขาทั้งสองข้างของข้าง เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เพื่อจะพาข้างเดินไปข้างหน้า เปรียบเสมือนวัฒนธรรมองค์กร การสื่อสาร การพัฒนา ผู้ทำหน้าที่ในการจัดการความรู้ และประเมินการจัดการความรู้

๗. หางของข้าง เป็นส่วนที่มีความสำคัญ เปรียบเสมือนเทคโนโลยีที่คอยขับเคลื่อนให้การจัดการความรู้ประสบผลสำเร็จ

นอกจากนั้น พรณี สวนเพลง ยังได้อธิบายถึงรูปแบบการจัดการความรู้ของนักวิชาการหลายท่าน ดังนี้^{๒๒}

รูปแบบการจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจของ อาร์เธอร์ แอนเดอร์สัน (Arthur Anderson) และ (The American Productivity and Quality Center) ประกอบด้วยความรู้ขององค์กรเป็นแกนกลาง เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับกระบวนการจัดการความรู้ การสร้างการจำแนก การเก็บรวบรวม การปรับปรุงเปลี่ยนแปลง การนำไปใช้ และการแบ่งปันแลกเปลี่ยน) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ขององค์กร

รูปแบบการจัดการความรู้ของแอลลาวี ซึ่งเน้นที่กระบวนการจัดการความรู้ที่เป็นวงจร โดยเริ่มจากการผลิตความรู้ นำความรู้ที่ได้ไปเก็บรักษา นำออกมาเผยแพร่ และนำความรู้ดังกล่าวไปใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร

รูปแบบการจัดการเรียนรู้ของมอร์ส เน้นการเชื่อมโยงของกระบวนการจัดการความรู้โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ๔ อย่าง คือ การเก็บ/ การนำออกมา/ การครอบครอง/ การนำไปใช้/ การถ่ายทอด และการผลิตความรู้

^{๒๒} พรณี สวนเพลง, เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการเรียนรู้, หน้า ๓๒-๔๒.

รูปแบบการจัดการความรู้ของกรอเวอร์และดาเวนพอร์ต มีมุมมองใน ๓ มิติ คือ การใช้การจัดการความรู้ระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร โดยมีองค์ประกอบของการจัดการความรู้ คือ การพิจารณาใคร่ครวญ การลงมือปฏิบัติ กลยุทธ์ โครงสร้างขององค์กร บุคคล / วัฒนธรรม และ เทคโนโลยี โดยมีกระบวนการจัดการความรู้ที่เป็นวงจร เริ่มจากการสร้างความรู้ การเก็บรักษา / การนำออกมา การส่งและการถ่ายทอดความรู้ และการนำความรู้ไปใช้เพื่อการพัฒนาตนเอง พัฒนาทีมงาน และพัฒนาองค์กรต่อไป

รูปแบบการบริหารจัดการความรู้เชิงมนทัศน์ของลี (Lee) อธิบายว่ากระบวนการจัดการองค์ความรู้จะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้ คือ วัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ความรู้ สาธารณูปโภคทางเทคโนโลยี ข้อมูลสารสนเทศ ความรู้ ความรู้เกี่ยวกับองค์กร การปฏิบัติที่ดีที่สุดในองค์กร และสมรรถนะหลักและการบูรณาการสมรรถนะหลัก^{๒๓}

ดังนั้น สรุปได้ว่า รูปแบบการจัดการความรู้ มีรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งไม่แน่นอนตายตัว การจะนำรูปแบบจัดการความรู้แบบใด ไปใช้ในองค์กรต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรนั้น ๆ ที่สำคัญคือ ต้องเหมาะสมกับวัฒนธรรมขององค์กรนั้น ๆ ซึ่งแต่ละองค์กรไม่จำเป็นต้องยึดติดรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง องค์กรหนึ่งอาจใช้รูปแบบหนึ่งประสบความสำเร็จ แต่รูปแบบนั้นอาจไม่สามารถนำไปใช้ในอีกองค์กรหนึ่งได้ บางองค์กรอาจต้องใช้รูปแบบการจัดการความรู้แบบผสมผสานกันหลายรูปแบบจึงจะสำเร็จ

๒.๑.๕ องค์ประกอบของการจัดการความรู้

การทำให้เกิดความสำเร็จของการจัดการความรู้ นั้นจะต้องผสมผสานการทำงานของคน (People) กระบวนการ (Organizational Process) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology) ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบของการจัดการความรู้^{๒๔}

^{๒๓} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๓๖.

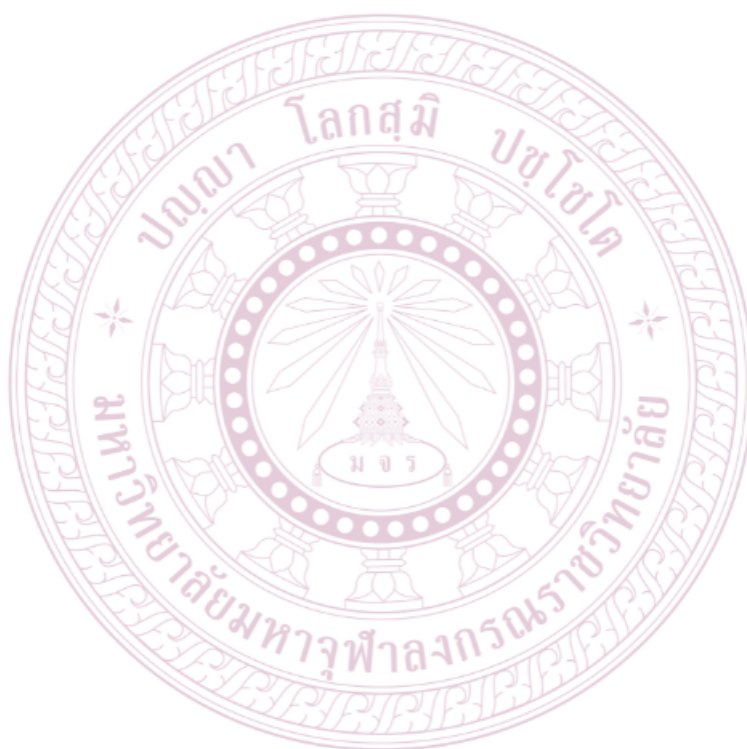
^{๒๔} น้าทิพย์ วิภาวิน และนางเยาว์ เปรมกลเนตร, นวัตกรรมห้องสมุดและการจัดการความรู้, หน้า ๑๗-๒๑.

๑) ด้านคน หมายถึง ความสามารถของคนในองค์กร ต้องมุ่งเน้นในเรื่องพนักงานเป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เพราะแม้ว่าองค์กรจะมีระบบบริหารจัดการระบบการทำงานต่าง ๆ ที่ดีเลิศ แต่ขาดพนักงานที่มีคุณภาพหรือทุ่มเทให้กับการทำงานก็ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนั้น การสร้างพนักงานที่มีความรู้ความสามารถและมีวิสัยทัศน์ในการทำงานจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก ซึ่งบางทฤษฎีนั้นถึงการจัดการความรู้ว่าเป็นการพัฒนาคนในองค์กรโดยร้อยละ ๘๐ เป็นการใช้องค์ความรู้ของมนุษย์ อีกร้อยละ ๒๐ เป็นการใช้องค์ความรู้ของเทคโนโลยีสารสนเทศเพราะหัวใจของการจัดการความรู้คือ การรวบรวมความรู้ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ความรู้ รวมถึงการนำความรู้ นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ความรู้จึงมีความสัมพันธ์กับข้อมูลดิบ (Data) สารสนเทศ (Information) และปัญญา (Wisdom)

๒) ด้านกระบวนการเป็นกระบวนการจัดการความรู้ประกอบด้วยแนวทางและขั้นตอนของการจัดการความรู้ซึ่งกระบวนการจัดการความรู้มี ๔ ขั้นตอนหลัก คือ การจัดหาความรู้ การสร้างความรู้การจัดเก็บและการค้นคืนความรู้การถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์^{๒๕}

(๑) การจัดหาความรู้ (Knowledge Acquisition) องค์กรจะต้องแสวงหาความรู้จากแหล่งความรู้ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสมรรถในการเรียนรู้ของบุคคลและองค์กรได้แก่ ๑) แหล่งความรู้ภายนอกองค์กรเช่น การใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ (Benchmarking) กับองค์กรอื่น การจ้างที่ปรึกษาการตรวจสอบแนวโน้มเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี การรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า และคู่แข่ง การร่วมมือกับองค์กรอื่นเพื่อสร้างพันธมิตรและการร่วมลงทุน และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ งานวิจัย บทความ เทคโนโลยี เป็นต้น ๕) แหล่งความรู้ภายในองค์กร เช่น การให้ความรู้กับพนักงาน การสอนงาน การฝึกอบรมสัมมนา การประชุม การแสดงผลงาน ระบบพี่เลี้ยง การเรียนรู้จากประสบการณ์การลงมือปฏิบัติ และกระบวนการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

(๒) การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) เป็นขั้นตอนของการพัฒนาและการสร้างความรู้ที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ (Generative) จากทักษะและความสัมพันธ์ระหว่างคนในองค์กรเป็นวิธีการพัฒนาความรู้ของแต่ละคนในกระบวนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การสร้างความรู้ใหม่เกี่ยวข้องกับการหยั่งรู้และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล ทุก ๆ คน สามารถเป็นผู้สร้างความรู้ได้ในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การวิจัยและการพัฒนา การเรียนรู้ โดยการปฏิบัติการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ การเรียนรู้จากประสบการณ์ และวิธีการระดมความคิด การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของคนในกลุ่ม



^{๒๕} พรธิดา วิเชียรปัญญา, “การจัดการความรู้พื้นฐานและการประยุกต์ใช้”, (กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท, ๒๕๕๓), หน้า ๔๒-๔๔.

(๓) การจัดเก็บและการค้นคืน (Knowledge storage and retrieval) องค์การต้องกำหนดสิ่งสำคัญที่เก็บไว้เป็นองค์ความรู้ และต้องพิจารณาถึงวิธีการในการรักษาและการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการ องค์การต้องเก็บรักษาสิ่งที่องค์การเรียกว่าเป็นความรู้ไว้ให้ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสารสนเทศ ตลอดจนผลสะท้อนกลับ การวิจัยและการทดลอง การจัดเก็บเกี่ยวกับด้านเทคนิค เช่น การบันทึกฐานข้อมูล หรือการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน รวมทั้งเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางมนุษย์ด้วย เช่น การสร้างและการจดจำของปัจเจกบุคคล เป็นต้น ทั้งนี้การสะสมความรู้ องค์การควรคำนึงถึงโครงสร้างการจัดเก็บความรู้ ความเป็นระบบที่สามารถค้นหาและส่งมอบได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ทันเวลาและเหมาะสมกับความต้องการ และจัดให้มีการจำแนกรายการต่าง ๆ ที่อยู่บนพื้นฐานความจำเป็นในการเรียนรู้ องค์การต้องพิจารณาความแตกต่างของกลุ่มคนในการค้นคืนความรู้ ต้องมีการจัดหมวดหมู่ตามองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ตามวัตถุประสงค์ของงาน ความชำนาญของผู้ใช้ เป็นต้น และองค์การต้องหาวิธีทำให้พนักงานทราบถึงช่องทางหรือวิธีการสำหรับค้นหาความรู้ เช่น การทำสมุดจัดเก็บรายชื่อและทักษะของผู้เชี่ยวชาญ เครือข่ายการทำงานตามลำดับชั้น การประชุม การฝึกอบรม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การถ่ายทอดความรู้ในองค์การ

(๔) การถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ (Knowledge transfer and utilization) การถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์จากความรู้มีความจำเป็นสำหรับองค์การ เนื่องจากองค์การจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อความรู้มีการกระจายและถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็ว และเหมาะสมทั่วทั้งองค์การ การถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์จากความรู้ เป็นเรื่องเกี่ยวกับกลไกด้านอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้การเคลื่อนที่ของสารสนเทศและความรู้ระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งนั้นเป็นไปได้โดยตั้งใจ เช่น การสื่อสาร โดยการเขียน การฝึกอบรม การประชุมภายใน การสื่อสารภายในองค์การ การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน และระบบพี่เลี้ยง ส่วนมากถ่ายทอดความรู้โดยไม่ตั้งใจ เช่น การหมุนเวียนงาน ประสบการณ์หรือเรื่องราวที่เล่าต่อกันมา คณะทำงาน และเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ

๓) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการความรู้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของความรู้ในองค์การให้เป็นความรู้ที่เกิดประโยชน์ต่อบุคคลนั้นในเวลาและรูปแบบที่บุคคลนั้นต้องการ เรียกว่า ระบบบริหารความรู้ องค์ประกอบของระบบบริหารความรู้ ได้แก่ ๑) เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดเก็บสารสนเทศ เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่ายจัดเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการเผยแพร่เนื้อหาข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ external knowledge, stored/information internal knowledge ๒) แพลตฟอร์มที่ทำให้เกิดการทำงานร่วมกันการมีระบบและฐานข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ใช้งานร่วมกันได้ สนับสนุนการทำงานร่วมกัน ๓) ระบบเครือข่ายโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบเครือข่ายช่วยสนับสนุนการสื่อสารและการสนทนา ๔) วัฒนธรรมเช่นวัฒนธรรมองค์การที่ช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการใช้ข้อมูลร่วมกัน

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการจัดการความรู้ มี ๓ ด้าน ดังนี้ ๑. ด้านคน เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคคลในองค์กร ๒. ด้านกระบวนการเป็นขั้นตอนหรือแนวทางในการบริหารจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ ๓. เทคโนโลยี เป็นเครื่องมือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของการจัดการความรู้ในองค์กร

๒.๑.๖ เป้าหมายของการจัดการความรู้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (๒๕๕๒) กล่าวว่า เป้าหมายและจุดประสงค์ในการจัดการความรู้ สามารถแบ่งออกได้เป็น ๓ ระดับ ดังนี้^{๒๖}

๑. พัฒนาองค์กร ให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ตามวิสัยทัศน์/ยุทธศาสตร์
๒. พัฒนาคน บุคลากรให้เกิดการเรียนรู้ มีความคล่องตัวในการทำงาน บุคลากรเกิดความพึงพอใจในการทำงาน
๓. พัฒนาระบบการทำงาน ให้เกิดประสิทธิผล ให้เกิดนวัตกรรม

๒.๑.๗ กระบวนการจัดการความรู้

บดินทร์ วิจารณ์ ได้กล่าวถึงกระบวนการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ๕ ขั้นตอน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้^{๒๗}

๑. กำหนดประเภทความรู้ (Define) การกำหนดชนิดของทุนทางปัญญาหรือความรู้ที่ต้องการ เพื่อตอบสนองกลยุทธ์ขององค์กร หรือการปฏิบัติงาน หรือการหาว่าความรู้หลัก ๆ ขององค์กรคืออะไร (Core Competency) และเป็นความรู้ที่สามารถสร้างความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้อย่างแน่ชัด
๒. การสร้างความรู้ (Create) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในภาพรวมที่จะสร้างความรู้ใหม่และกระจายความรู้นั้นไปให้ทั่วองค์กร รวมทั้งทำให้ความรู้นั้นฝังอยู่ในผลิตภัณฑ์บริการและระบบ
๓. การเสาะหาและจัดเก็บความรู้ (Capture) การเสาะหาและจัดเก็บความรู้ในองค์กรให้เป็นระบบทั้งความรู้โดยนัยหรือความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล (Tacit knowledge) และความรู้ที่

^{๒๖} วิจารณ์ พานิช, การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, หน้า ๒๔.

^{๒๗} บดินทร์ วิจารณ์, “การจัดการความรู้สู่องค์กรยุคใหม่” , (กรุงเทพฯ: ชัม ชิสเท็ม, ๒๕๔๗), หน้า ๔๕-๔๖.

เป็นทางการ (Explicit knowledge) ให้เป็นทุนความรู้ขององค์กร ซึ่งพร้อมต่อการยกระดับความรู้ และขยายความรู้ไปให้ทั่วทั้งองค์กรได้โดยง่ายต่อไป

๔. การแบ่งปันความรู้ (Share) การแบ่งปัน การแลกเปลี่ยน เผยแพร่ กระจาย ถ่ายโอนความรู้เป็นหลายรูปแบบและหลายช่องทาง เช่น การจัดงานสัมมนาแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน การสอนงานหรือในรูปแบบอื่น ๆ ที่มีการพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน หรือมีการถ่ายโอนความรู้ในลักษณะเสมือน (Virtual) ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือระบบ e-learning เป็นต้น

๕. การใช้ประโยชน์ (Use) การนำไปประยุกต์ใช้งานก่อให้เกิดประโยชน์และผลสัมฤทธิ์เกิดขึ้น และเกิดเป็นปัญญาปฏิบัติ การขยายผลทำให้ระดับความรู้และขีดความสามารถในการแข่งขันในองค์กรสูงขึ้น

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการในการจัดการความรู้ที่สำคัญ และความสัมพันธ์ของขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการจัดการความรู้ที่สำคัญ ๔ ขั้นตอนหลักคือ ๑) การสร้างความรู้ ๒) การประมวลความรู้ ๓) การเผยแพร่ความรู้ และ ๔) การใช้ความรู้ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้^{๒๘}

ขั้นตอนที่ ๑ การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) เป็นกิจกรรมที่มุ่งหมายเพื่อแสวงหาหรือสร้างความรู้ใหม่ขึ้น ความรู้จะเกิดขึ้นเมื่อคนทำงานในกลุ่มมีความสัมพันธ์กันอย่างเหนียวแน่นมีการสร้างความรู้ร่วมมือ และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสามารถสร้างความรู้ได้วิธีอื่น ๆ

ขั้นตอนที่ ๒ การประมวลความรู้ (Knowledge Codification) คือ การจัดการความรู้ให้อยู่ในรูปแบบที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้และนำไปประยุกต์ใช้ได้สะดวก โดยมีการประมวลความรู้ที่สำคัญ ๓ ประการ คือ

๒.๑ กำหนดขอบเขตและเนื้อหาของความรู้ที่ต้องการประมวล

๒.๒ กำหนดแหล่งที่มาของความรู้ รวมทั้งระบุกลไกและสื่อสำหรับรวบรวมความรู้ เวลาและสถานที่ในการประมวลและปรับปรุงให้ทันสมัย

๒.๓ ระบุวิธีการและเครื่องมือในการเข้าถึงและดึงความรู้ที่ได้ประมวล

^{๒๘} ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, “องค์กรแห่งความรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ”, (กรุงเทพฯ : แชนท์ โพรพรินติ้ง, ๒๕๔๔), หน้า ๗๘-๘๒.

ขั้นตอนที่ ๓ การเผยแพร่ความรู้ (Knowledge Distribution) เมื่อได้มีการสร้างความรู้ แล้วองค์การทำหน้าที่ประสานที่ประสานให้มีการเผยแพร่หรือแบ่งปันความรู้ทั่วทั้งองค์การและภายนอกองค์การได้แก่

๓.๑ จัดการและประสานงานระหว่างผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการจัดการความรู้

๓.๒ เชื่อมโยงงานของผู้ปฏิบัติงานด้านความรู้กับงานทุกระดับและทุกหน้าที่ภายในองค์การ

๓.๓ เชื่อมโยงองค์การกับองค์การภายนอก ได้แก่ หน่วยงานรัฐบาล หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงลูกค้า ซัพพลายเออร์

ขั้นตอนที่ ๔ การใช้ความรู้ (Knowledge Utilization) คุณค่าของความรู้อยู่ที่การนำไปใช้ โดยเฉพาะเมื่อมีการประยุกต์ความรู้เพื่อสร้างความสามารถและนำไปปฏิบัติให้เกิดผล ดังนั้นองค์การควรสนับสนุนการใช้ความรู้เพราะเป็นกระบวนการที่สำคัญในการจัดการความรู้ โดยองค์การควรมีการปรับปรุงประยุกต์ความรู้ให้เหมาะสมกับบริบทขององค์การด้วย

น้ำทิพย์ วิภาวิน ได้เสนอ กระบวนการจัดการความรู้ว่าประกอบด้วย^{๒๙}

๑. การจัดหาหรือการสร้างความรู้ (Knowledge Acquisition) เป็นกระบวนการพัฒนาและสร้างความรู้ใหม่จากทักษะและความสัมพันธ์ระหว่างคนในองค์การ เป็นวิธีการพัฒนาความรู้ของแต่ละบุคคล ในลักษณะของกระบวนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ โดยการระดมความคิด การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคคลในกลุ่ม (Socialization)

๒. การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) เป็นขั้นตอนต่อมาในการนำเอาความรู้ที่สร้างหรือบันทึกไว้ออกมาเผยแพร่ให้เป็นที่รับรู้ และแพร่หลายในองค์การ โดยใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารที่เรียกว่า Collaborative tool ได้แก่ E-mail Newsgroup ซึ่งเป็นกระบวนการแปลงความรู้ของแต่ละบุคคลออกมาในรูปแบบแนวทางเป็นการสร้างความรู้ใหม่ที่มีการบันทึกข้อมูลได้ (Externalization) และเป็นการใช้ความรู้ที่มีอยู่ในเอกสาร ฐานข้อมูล คู่มือไปใช้ในการแก้ปัญหาได้จริงทำให้เกิดทักษะใหม่ เป็นความชำนาญในการแก้ปัญหาของงานนั้น ๆ (Internalization)

๓. การใช้หรือการเข้าถึงความรู้ (Knowledge utilization) เป็นการใช้ความรู้ในองค์การจากฐานข้อมูล วรรณกรรม เอกสาร การสนทนา เป็นการผสมผสานความรู้จากแหล่งความรู้ต่าง ๆ (Combination)

^{๒๙} น้ำทิพย์ วิภาวิน และนางเยาว์ เปรมกลเนตร, นวัตกรรมห้องสมุดและการจัดการความรู้, หน้า ๑๖-๓๑.

นอกจากนี้ กระบวนการจัดการความรู้ที่ใช้จัดทำแผนการจัดการความรู้ในโครงการนำร่องของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการและสำนักงานเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (๒๕๔๔) มี ๗ ขั้นตอน ดังนี้^{๓๐}

๑. การสำรวจความรู้ หรือการค้นหาความรู้ที่ต้องการ (Knowledge Identification) ในขั้นตอนนี้อาจพิจารณาวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายขององค์กร และเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย องค์กรต้องมีความรู้อะไรบ้าง เมื่อได้วิสัยทัศน์หรือเป้าหมายที่ต้องการ (Desired State) แล้วขั้นตอนต่อไปที่ต้องดำเนินการก็คือ การค้นหาความรู้ที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป็นขั้นตอนในการ ค้นหาว่าองค์กรมีความรู้อะไรบ้าง อยู่ในรูปแบบใด อยู่ที่ใคร และความรู้อะไรที่องค์การจำเป็นต้องมี เพื่อให้องค์การวางแผนจัดการความรู้และความสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๒. การสร้างและแสวงหาความรู้ใหม่ (Knowledge creation and acquisition) ประกอบด้วยขั้นตอนย่อย คือ การสร้างความรู้ใหม่ การแสวงหาความรู้ใหม่ การแสวงหาความรู้จากภายนอก การรักษาความรู้เดิม การกำจัดความรู้ที่ใช้ไม่ได้แล้ว เป็นกิจกรรมที่แสวงหาหรือสร้างความรู้ใหม่ขึ้นมา ความรู้เกิดขึ้นเมื่อคนทำงานด้วยกันในกลุ่มมีความสัมพันธ์กันอย่างเหนียวแน่น มีการสร้างความร่วมมือและมีปฏิสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล เป็นขั้นตอนสำคัญในการดึงความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายมารวมไว้เพื่อจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ใช้สำหรับความรู้ที่จำเป็นองค์การอาจสร้างความรู้จากความรู้เดิมที่มีหรือนำความรู้จากภายนอกองค์การ มาใช้ก็ได้ และปัจจัยสำคัญที่ทำให้ขั้นตอนนี้ประสบความสำเร็จก็คือ บรรยากาศและวัฒนธรรมของ องค์การที่เอื้อให้บุคลากรกระตือรือร้นในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

๓. การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) เป็นการวางแผนโครงสร้าง ความรู้ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการจัดเก็บความรู้ให้เป็นระบบ เป็นขั้นตอนเรียกว่าเป็นการสร้างคลัง ความรู้ (Knowledge base หรือ Knowledge Warehouse หรือ Knowledge Repository) มีการ จัดแบ่งความรู้ออกเป็นประเภทต่าง ๆ เพื่อให้การรวบรวม การค้นหา การนำไปใช้ทำได้ง่ายและ รวดเร็ว สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้โดยง่าย ซึ่งเป็นการรวบรวมความรู้ที่มีอยู่ในองค์การ การแปลง ความรู้ฝังลึกให้เป็นความรู้ชัดแจ้ง การสร้างตัวแทนข้อมูล (Data Representative) และออกแบบ โครงสร้างข้อมูล การจัดเก็บความรู้ไว้ในคลังความรู้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือสำคัญใน การดำเนินการ

^{๓๐} สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการและสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, “คู่มือจัดทำ แผนการจัดการความรู้”, (กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, ๒๕๔๔), หน้า ๕-๖.

๔. การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) ประกอบด้วย ขั้นตอนการปรับปรุงรูปแบบเอกสารให้เป็นมาตรฐาน เพื่อให้ใช้ภาษาเดียวกันการปรับปรุงเนื้อหาให้สมบูรณ์ การประมวลความรู้ เป็นการจัดความรู้ให้อยู่ในรูปแบบที่ผู้ใช้เข้าถึงได้และนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างสะดวก โดยมีหลักการ ๓ ประการ คือ ๑) การกำหนดขอบเขตและเนื้อหาความรู้ ๒) การกำหนดแหล่งที่มาของความรู้ ๓) การระบุวิธีการและเครื่องมือในการเข้าถึง เพื่อดึงความรู้ที่ได้ประมวลและจัดเก็บไว้ในระบบขององค์การ ช่วยให้ผู้ใช้ความรู้สามารถเข้าถึงความรู้ที่ต้องการได้ง่ายและสะดวก

๕. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) องค์การต้องมีวิธีการในการจัดเก็บและกระจายความรู้เพื่อให้ผู้อื่นใช้ประโยชน์ได้ โดยทั่วไปการกระจายความรู้ให้ผู้ใช้มี ๒ ลักษณะ คือ “Push” เป็นการผลักหรือการป้อนความรู้โดยการส่งข้อมูล/ความรู้ให้ผู้ใช้โดยไม่ได้รับขอร้อง เช่น การส่งหนังสือเวียนแจ้ง และ “Put” เป็นการดึงโดยการให้อิทธิพลผู้ใช้ในการเลือกใช้ความรู้โดยผู้รับสามารถเลือกรับหรือใช้เฉพาะข้อมูล/ความรู้ที่ต้องการเท่านั้น

๖. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) เป็นขั้นตอนในการนำความรู้ที่ได้จัดเก็บมาเผยแพร่แบ่งปันและแลกเปลี่ยนกันซึ่งทำได้หลายวิธีการ กรณีที่เป็นความรู้ชัดเจนอาจจัดทำเป็น เอกสาร ฐานความรู้ กรณีเป็นความรู้ฝังลึกอาจจัดทำเป็นการประชุม ทีมข้ามสายงาน กิจกรรมกลุ่มคุณภาพและนวัตกรรมศึกษาจากการปฏิบัติที่ดี ชุมชนแห่งการเรียนรู้ ระบบพี่เลี้ยง การสับเปลี่ยนงาน การยืมตัว เวทีแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นต้น โดยองค์การต้องทำหน้าที่ประสานงานให้มีการเผยแพร่หรือแบ่งปันความรู้ทั่วทั้งองค์การทั้งภายในและภายนอกองค์การ

๗. การเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้ของบุคลากรจะทำให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ขององค์การที่มีอยู่แล้วให้มากขึ้นเรื่อย ๆ ความรู้นี้ก็จะถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความรู้ใหม่อีกเป็นวงจรที่ไม่มีที่สิ้นสุด ที่เรียกว่า “วงจรความรู้” จึงควรทำให้การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของงาน เช่นการนำความรู้ไปใช้ในการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ โดยทำหมุนเวียนต่อไปอย่างต่อเนื่องคุณค่าของความรู้อยู่ที่การนำไปใช้ประโยชน์ สามารถนำไปปฏิบัติในลักษณะการบูรณาการกับงานที่ทำและเผยแพร่ความรู้ให้แก่ผู้อื่น

บุญดี บุญญากิจ ๒๕ ได้อธิบายขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้^{๓๑}

^{๓๑} บุญดี บุญญากิจ, “การจัดการความรู้ ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, (กรุงเทพฯ : จีรวัฒน์ เอ็กเพรส, ๒๕๕๙), หน้า ๕๔.

การค้นหาคำารู้ (Knowledge Identification) การค้นหาว่าองค์กรมีความรู้อะไรบ้าง ในรูปแบบใด อยู่ที่ใครและความรู้อะไรบ้างที่องค์กรต้องมี ทำให้องค์กรทราบว่าจะหาความรู้อะไรบ้าง หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ “รู้เรา” นั่นเอง โดยทั่วไปองค์กรสามารถใช้เครื่องมือที่เรียกว่า “Knowledge Mapping” หรือการทำแผนที่ความรู้ในขั้นตอนนี้ เพื่อหาว่าความรู้ใดที่มีความสำคัญสำหรับองค์กร จัดลำดับความสำคัญของความรู้เหล่านั้น เพื่อให้้องค์กรทราบขอบเขตของการจัดการความรู้ และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพผลประโยชน์

ประโยชน์ของแผนที่ความรู้ คือ ช่วยทำให้เห็นภาพรวมของคลังความรู้ขององค์กรได้ทำให้องค์กรทราบว่ามีความรู้ที่ทับซ้อนกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ หรือไม่ ก่อให้เกิดความสิ้นเปลืองในการจัดเก็บและรวบรวมและทำให้บุคลากรทุกคนทราบว่าองค์กรมีความรู้อะไรบ้างและจะหาความรู้ที่ตนเองต้องการได้ที่ไหน นอกจากนี้ยังใช้เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางความรู้ที่องค์กรสามารถนำมาใช้เป็นหลักฐานในการต่อยอดขยายความรู้ในเรื่องต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ รวมทั้งการใช้เพื่อศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานและการเคลื่อนย้ายแหล่งข้อมูลต่อระบบในองค์กร

๒. การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) เป็นขั้นตอนของการพัฒนาและสร้างความรู้ที่สร้างสรรค์ใหม่ (Generative) จากทักษะ ความสัมพันธ์ระหว่างคนในองค์กร เป็นวิธีการพัฒนาความรู้ของแต่ละคนในกระบวนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ (Socialization) การสร้างความรู้ใหม่เกี่ยวกับการหยั่งรู้และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล ทุก ๆ คนสามารถเป็นผู้สร้างความรู้ได้ในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การวิจัยและการพัฒนา การเรียนรู้โดยการปฏิบัติการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ การเรียนรู้จากประสบการณ์และวิธีการระดมความคิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของคนในกลุ่ม

นอกจากนี้การที่้องค์กรจัดทำแผนที่ความรู้ ้องค์การจะทราบว่ามีความรู้ที่เป็นต้องอยู่หรือไม่ ถ้ามีแล้วองค์กรก็ต้องหาวิธีการในการดึงความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ที่อาจอยู่กระจัดกระจายไม่เป็นที่มารวมไว้เพื่อจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ใช้ สำหรับความรู้ที่จำเป็นต้องมีแต่ยังไม่มียังนั้น ้องค์การอาจสร้างความรู้ดังกล่าวจากความรู้เดิมที่มีอยู่ได้หรือนำความรู้จากภายนอกองค์กรมาใช้ นอกจากนี้ ้องค์การอาจจะพิจารณากำจัดความรู้ที่ไม่จำเป็นหรือล้าสมัยทิ้งไปเพื่อประหยัดทรัพยากรในการจัดเก็บความรู้เหล่านั้น หัวใจสำคัญของขั้นตอนนี้ คือการกำหนดเนื้อหาของความรู้ที่ต้องการและดักจับความรู้ดังกล่าวให้ได้ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ขั้นตอนนี้ประสบความสำเร็จ คือ บรรยากาศและวัฒนธรรมขององค์กรที่เอื้อให้บุคลากรกระตือรือร้นในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อใช้ในการสร้างความรู้ใหม่ ๆ ได้เสมอ นอกจากนี้ระบบสารสนเทศก็มีส่วนช่วยให้บุคลากรสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากกันได้รวดเร็วขึ้น และทำให้การแสวงหา

ความรู้ใหม่ ๆ จากภายนอกทำได้รวดเร็วขึ้น ดังนั้นองค์การจะต้องแสวงหาความรู้จากแหล่งความรู้ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสามารถในการเรียนรู้ของบุคคลและองค์การ ได้แก่

๒.๑ แหล่งความรู้ภายนอกองค์การ เช่น การใช้มาตรฐานเทียบเคียง(Benchmarking) กับองค์การอื่น การจ้างที่ปรึกษา การตรวจสอบแนวโน้มเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีการรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าและคู่แข่ง การร่วมมือกับองค์การอื่นเพื่อสร้างพันธมิตรและการร่วมลงทุน รวมทั้งการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ งานวิจัย บทความ โพรทัศน์ เป็นต้น

๒.๒ แหล่งความรู้ภายในองค์การ เช่น การให้ความรู้กับพนักงาน การสอนงานการร่วมฝึกอบรมสัมมนา การประชุม การแสดงผลงาน ระบบพี่เลี้ยง การเรียนรู้ จากประสบการณ์การลงมือปฏิบัติและการใช้กระบวนการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

๓. การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) องค์การต้องกำหนดสิ่งสำคัญที่จะเก็บไว้เป็นองค์ความรู้และต้องพิจารณาถึงวิธีการในการรักษาและการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการ องค์การต้องเก็บรักษาสิ่งที่องค์การเรียกว่าเป็นความรู้ไว้ให้ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสารสนเทศ ตลอดจนผลสะท้อนกลับ การวิจัยและการทดลอง การจัดเก็บเกี่ยวข้องกับด้านเทคนิค เช่น การบันทึกเป็นฐานข้อมูล หรือการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน รวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางมนุษย์ด้วย เช่น การสร้างและการจดจำของปัจเจกบุคคล เป็นต้น ทั้งนี้การสะสมความรู้ขององค์กรควรคำนึงถึงโครงสร้าง การจัดเก็บความรู้ ควรเป็นระบบที่สามารถค้นหาและส่งมอบได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วทันเวลาและเหมาะสมกับความต้องการและจัดให้มีการจำแนกรายการต่าง ๆ ที่อยู่บนพื้นฐานความจำเป็นในการเรียนรู้ เมื่อมีเนื้อหาความรู้ที่ต้องการแล้ว องค์การต้องจัดความรู้ให้ระบบเพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและจะนำความรู้ดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ได้ การจัดสร้างความรู้ให้เป็นระบบนั้น หมายถึง การทำสารบัญและจัดเก็บความรู้ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้การเก็บรวบรวม การค้นหการนำมาใช้ทำได้ง่ายและรวดเร็ว

๔. การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) นอกจากการจัดทำสารบัญความรู้อย่างเป็นระบบแล้ว องค์การต้องประมวลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่ายและใช้ได้ง่ายซึ่งอาจทำได้ในหลายลักษณะ คือ

๔.๑ การจัดทำหรือปรับปรุงรูปแบบเอกสารให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งองค์การจะช่วยให้การป้อนข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ การจัดเก็บ การค้นหาและการใช้ข้อมูลทำได้สะดวกและรวดเร็ว

๔.๓ การเรียบเรียง ตัดต่อและปรับปรุงเนื้อหาให้มีคุณภาพดีในแง่ต่าง ๆ เช่น ความครบถ้วน เที่ยงตรง ทันสมัย สอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้ใช้

๕. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) องค์การต้องพิจารณาความแตกต่างของกลุ่มคนในการค้นคว้าความรู้ มีการจัดหมวดหมู่ตามองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ตามวัตถุประสงค์ของงาน ความชำนาญของผู้ใช้ เป็นต้น และองค์การต้องหาวิธีทำให้พนักงานทราบถึงช่องทาง หรือวิธีการสำหรับค้นคว้าความรู้ เช่น การทำสมุดจัดเก็บรายชื่อและทักษะของผู้เชี่ยวชาญ เครือข่ายการทำงานตามลำดับชั้นการประชุม การฝึกอบรม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การถ่ายทอดความรู้ในองค์การ ความรู้ที่ได้มานั้นจะไร้ค่าหากไม่ถูกนำมาเผยแพร่เพื่อให้ผู้อื่นใช้ประโยชน์ ดังนั้นองค์การจะต้องมีวิธีการในการจัดเก็บและกระจายความรู้ทั้งที่ความรู้ประเภท explicit และ tacit ดังต่อไปนี้

๕.๑ “push” (การป้อนความรู้) คือ การส่งข้อมูล/ความรู้ให้ผู้รับโดยผู้รับไม่ได้ร้องขอหรือต้องการหรือเรียกง่าย ๆ ว่าเป็นแบบ “Supply-based” เช่น การส่งหนังสือเวียนแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ข่าวสารต่าง ๆ หรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์การ ซึ่งโดยทั่วไปมักจะทำให้ผู้รับรู้สึกได้ว่ารับข้อมูลหรือความรู้มากเกินไป หรือไม่ตรงตามความต้องการ

๕.๒ “pull” (การให้โอกาสเลือกใช้ความรู้) คือ การที่ผู้รับสามารถเลือกรับหรือใช้แต่เฉพาะข้อมูลหรือความรู้ที่ต้องการเท่านั้น ซึ่งทำให้ลดปัญหาการได้รับข้อมูลหรือความรู้ที่ไม่ต้องการมากเกินไป (Information Overload) การกระจายความรู้แบบนี้ เป็นแบบ “Demand-based” องค์การควรทำให้เกิดความสมดุลระหว่างการกระจายความรู้แบบ “push” และ “pull” เพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ใช้ข้อมูล/ความรู้

๖. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) การถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์จากความรู้ มีความจำเป็นสำหรับองค์การ เนื่องจากองค์การจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อความรู้มีการกระจายถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสมทั่วทั้งองค์การ การถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์จากความรู้เป็นเรื่องเกี่ยวกับกลไกด้านอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้การเคลื่อนที่ของสารสนเทศและความรู้ระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งนั้นเป็นไปได้โดยตั้งใจ เช่น การสื่อสาร โดยตรง การฝึกอบรม การประชุมภายใน การสื่อสารภายในองค์การ การหมุนเวียนเปลี่ยนงานและระบบที่เลี้ยงส่วนการถ่ายทอดความรู้โดยไม่ตั้งใจ เช่น การหมุนเวียนงาน ประสบการณ์หรือเรื่องราวที่เล่าต่อกันมาคณะทำงานและเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ การจัดเก็บเอกสาร จัดทำฐานความรู้ รวมทั้งการทำสมุดหน้าเหลือง โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้จะช่วยให้เข้าถึงความรู้ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น อย่างไรก็ตามวิธีการดังกล่าวใช้ได้ดีสำหรับความรู้ประเภท explicit เท่านั้น สำหรับการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ประเภท tacit นั้น จะต้องทำด้วยการพบปะตัวต่อตัวหรือเป็นกลุ่ม หรือที่ Ikujiro nonaka เรียกว่า “socialization” ซึ่งอาจทำได้ในหลายรูปแบบ การแบ่งปันความรู้ประเภท Tacit Knowledge นั้นทำได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับความต้องการและวัฒนธรรมองค์การ ส่วนใหญ่มักจะใช้วิธีผสมผสานเพื่อให้บุคลากรได้เลือกใช้วิธีการตามความถนัดและสะดวก วิธีการหลัก ๆ มีดังต่อไปนี้

ทีมข้ามสายงานชุมชนแห่งการเรียนรู้ ระบบพี่เลี้ยง การสับเปลี่ยนงานและการยืมตัวบุคลากรมาช่วยงาน เวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

๒.๑.๘ ปัญหา ข้อจำกัด และเงื่อนไขความสำเร็จในการจัดการความรู้

ในงานวิจัยของเดสคูซ่า (Desouza) ๆ ที่สัมภาษณ์ผู้ใช้งานระบบจัดการความรู้ พบว่า ปัญหาความยากในการใช้ระบบการจัดการความรู้มี ๔ ด้าน ด้วยกันดังนี้^{๓๒}

๑. ความยากของระบบในการในการที่จะระบุ ว่า ใครคือผู้เชี่ยวชาญที่จะถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้อื่น แม้ว่า บริษัทที่พัฒนาระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management System : KMS) บางระบบจะพยายามพัฒนาให้โปรแกรมมีความสามารถในการวิเคราะห์เพื่อหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อที่จะเชื่อมโยงให้กลุ่มคนที่สนใจในเรื่องเดียวกันเข้ามาเรียนรู้ร่วมกัน โดยโปรแกรมมีความสามารถในการบันทึกสถิติของการเข้าถึงฐานข้อมูลของแต่ละคน โดยเอกสารของคนที่มีจำนวนครั้งของการเข้าถึงมากจะถูกจัดให้เป็นผู้เชี่ยวชาญ

๒. ความยากของระบบในการจับความรู้ที่อยู่ในตัวคน (Tacit Knowledge) ปัญหาของการจัดการความรู้ไม่ได้อยู่ที่การเปลี่ยนวัฒนธรรมให้คนมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เพราะธรรมชาติของมนุษย์ชอบการพูดคุย ถกเถียง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ยากคือทำอย่างไรจึงจะดึงหรือจับความรู้และความคิดของผู้อื่นออกมา และจะถ่ายทอดให้คนอื่น ๆ ในองค์กรได้เรียนรู้ในรูปแบบที่ง่ายต่อการเข้าถึงได้อย่างไร ซึ่งปัจจุบันหลายองค์กรมีการจัดทำหลักฐานข้อมูลขึ้นแต่ปัญหาก็คือ มีจำนวนการเข้าไปใช้ฐานข้อมูลน้อย

๓. ขาดการกระตุ้นให้เห็นความสำคัญจากผู้บริหาร ผู้บริหารเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานใช้ระบบ และต้องเป็นตัวอย่างในการใช้งาน ไม่ใช่เป็นเพียงคำพูดหรือนโยบายอย่างเดียว แต่ที่ผ่านมาพบว่า ผู้บริหารใช้เครื่องมือบ่อยครั้ง แต่ต้องการให้พนักงานใช้มากนอกจากนี้ การใช้ระบบการจัดการความรู้ จำเป็นต้องมีการฝึกอบรมและเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง แต่ปัญหาที่พบก็คือ พนักงานส่วนใหญ่ยังไม่ใส่ใจเรียนรู้การใช้งานอย่างจริงจัง ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่ต้องสื่อสารถึงเป้าหมายของการใช้ระบบต่อความสำเร็จขององค์กร

๔. การผลักดันอย่างไม่ถูกวิธีของผู้บริหาร ที่ผ่านมามีพบว่า ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่ามีแรงกดดัน และขาดแรงจูงใจในการใช้เทคโนโลยี ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริหารมีการผลักดันมากเกินไป จนบางครั้ง

^{๓๒} พรณี สวนเพลง, เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้, หน้า ๑๗๘-๑๗๘.

เหมือนกับการบังคับ วิธีการที่ถูกต้อง คือ ควรให้ผู้ปฏิบัติงานที่เห็นประโยชน์ในการใช้งานด้วยตนเอง โดยเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา ไม่สามารถใช้ระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานได้

ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล อธิบายถึงปัจจัยที่จะเอื้อต่อความสำเร็จของการจัดการความรู้ขององค์กร มีดังนี้

๑. ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร ซึ่งผู้บริหารในองค์กรควรมีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญ รวมทั้งประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการความรู้

๒. มีเป้าหมายของการจัดการความรู้ที่ชัดเจน ซึ่งมีเป้าหมายนี้จะต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร

๓. มีวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร

๔. มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ เช่น ค้นหาความรู้ วิเคราะห์ข้อมูล จัดระเบียบและดึงเอาความรู้ไปใช้อย่างเหมาะสม

๕. ได้รับความร่วมมือจากบุคลากรทุกระดับ และบุคคลต้องตระหนักถึงความสำคัญ และเห็นถึงคุณค่าของการจัดการความรู้

การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ปฏิบัติงานในองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญของการจัดการความรู้ บุรชัย ศิริมหาสาคร กล่าวว่า องค์กรส่วนใหญ่ไม่ค่อยประสบผลสำเร็จในการแลกเปลี่ยนความรู้ มีสาเหตุหลัก ๓ ประการ คือ^{๓๓}

๑. ตัวบุคคล

๑.๑. ยังมีทัศนคติว่า ความรู้คืออำนาจ จึงหวงความรู้

๑.๒. ไม่ทราบว่าสิ่งที่ตนรู้นั้น มีประโยชน์ต่อผู้อื่นหรือไม่

๑.๓. ไม่เห็นประโยชน์ ไม่มีแรงจูงใจของการแลกเปลี่ยนความรู้

๑.๔. ไม่มีความมุ่งมั่นเพียงพอในการเรียนรู้จากผู้อื่น

๑.๕. ไม่มีความคุ้นเคยเพียงพอกับบุคคลที่ต้องการแลกเปลี่ยนความรู้ด้วย

๒. ส่วนรวมและโครงสร้าง

^{๓๓} ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล, “ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีการจัดการความรู้” (กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น, ๒๕๔๔), หน้า ๓๕๒,

- ๒.๑. ยังไม่มีกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้อย่างเป็นระบบ
- ๒.๒. ผู้บริหารไม่ให้การสนับสนุน
- ๒.๓. ระบบสารสนเทศไม่เอื้อ
- ๒.๔. ยังไม่มีระบบการยกย่องชมเชยหรือให้รางวัลแก่ผู้ที่แลกเปลี่ยนหรือถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่น

๓. ค่านิยม/วัฒนธรรมองค์กร

- ๓.๑. มีการแข่งขันภายในหน่วยงานสูง
- ๓.๒. บุคลากรไม่ให้ความร่วมมือในการให้ความรู้
- ๓.๓. ผู้บริหารไม่ยอมรับความล้มเหลวที่เกิดขึ้น จากการทดลองสิ่งใหม่

วิจารณ์ พานิช ได้เขียนถึงแนวทางแห่งความสำเร็จ ๑๐ ประการในการดำเนินการจัดการความรู้ ซึ่งเสนอไว้เป็นทศปฏิบัติ ดังนี้^{๓๔}

๑. ปฏิบัติที่ ๑ สร้างวัฒนธรรมใหม่ในองค์กร ต้องทำการเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรจากวัฒนธรรมอำนาจเป็นวัฒนธรรมความรู้ จากการบริหารงานแบบควบคุม-สั่งการ เป็นการบริหารงานแบบเอื้ออำนาจ ให้พนักงานทุกระดับริเริ่มสร้างสรรค์วิธีการทำงานใหม่ ๆ ได้เปลี่ยนการไหลเวียน

๒. ปฏิบัติที่ ๒ สร้างวิสัยทัศน์ร่วม (Share vision) ดำเนินกระบวนการให้คนในองค์กรร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) หรือปณิธานความมุ่งมั่น (purpose) และเป้าหมาย (goal) โดยไม่ใช่แค่ร่วมกันกำหนดเท่านั้น แต่ต้องร่วมกันตีความ ทำความเข้าใจซ้ำ ๆ จนเข้าใจลึกซึ้งไปถึงวิธีปฏิบัติ พฤติกรรม ความเชื่อ คุณค่า จนเกิดสภาพความเป็นเจ้าของ (Ownership) วิสัยทัศน์นั้น ในสมาชิกทุกคนขององค์กร

๓. ปฏิบัติที่ ๓ สร้างและใช้ความรู้ในการทำงานและสร้างบรรยากาศแห่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทุกคนสร้างและใช้ความรู้ในการทำงาน และในกิจกรรมเพื่อการดำรงชีพทุกประเภททุกหน่วยงานสร้างและใช้ความรู้ในการทำงาน ทุกภาคส่วนของสังคมสร้างและใช้ความรู้ในการทำงาน ความรู้ที่นำมาใช้ นอกจากนำมาจากกลุ่มผู้ปฏิบัติงานร่วมกัน ก็จะต้องรู้จักไขว่คว้าหาจากภายนอกหน่วยงานด้วย จะต้องสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

^{๓๔} วิจารณ์ พานิช, การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ, หน้า ๒๒๙-๒๓๖.

สรุปได้ว่า การจัดการองค์ความรู้ หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด โดยที่ความรู้มี ๒ ประเภท คือ ๑) ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคล ในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้ง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้ง จึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม ๒) ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้ง เรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม ๔ ประการ ได้แก่ ๑) บรรลุเป้าหมายของงาน ๒) บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน ๓) บรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรเรียนรู้ ๔) บรรลุความเป็นชุมชน เป็นหมู่คณะ ความเอื้ออาทรระหว่างกันในที่ทำงานหรือชุมชนนั่นเอง

๒.๒ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

๒.๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

สำหรับความหมายของผลิตภัณฑ์ ได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ดังต่อไปนี้

สุดาตวง เรืองรุจิระ ได้ให้ความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดที่เสนอขายต่อตลาด เป้าหมายที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ มีทั้งลักษณะที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม สิ่งที่ต้องจับต้องได้ (Tangible) คือ สินค้าที่มีตัวตน (Physical Product) มีรูปร่าง มองเห็น และสามารถสัมผัสได้ สิ่งที่ต้องจับต้องไม่ได้ (Intangible Product) หรือ บริการ (Service) หมายถึง กิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่เสนอขายแก่ลูกค้า^{๓๕}

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้ให้ความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ผู้ขายเสนอขายต่อตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจอยากได้เป็นเจ้าของ และซื้อมาเพื่ออุปโภคบริโภคอันเป็นการตอบสนองความต้องการ คำว่า ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้มีความหมายจำกัดเพียงวัตถุที่มีรูปร่างจับต้องได้เท่านั้น แต่ยังหมายถึงผลิตภัณฑ์บริการ สถานที่องค์กรหรือบุคคลและความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมี

^{๓๕} สุดาตวง เรืองรุจิระ, นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา, (กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์อักษร, ๒๕๔๘), หน้า ๓๒.

อรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดลูกค้ากลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้^{๓๖}

๑. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)

๒. พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ฯลฯ

๓. การกำหนดตำแหน่ง (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

๔. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

๕. กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

Armstrong and Kotler ได้ให้ความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดๆ ที่เสนอออกสู่ตลาดเพื่อการรู้จักการเป็นเจ้าของ การใช้หรือการบริโภค และสามารถตอบสนองความต้องการจำเป็นและความต้องการของตลาดได้ ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคลโดยผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคสินค้าอุตสาหกรรม และการบริการในการออกแบบรูปร่าง สี สัน หีบห่อ การใช้ชื่อยี่ห้อ การบริการและสัญลักษณ์ เป็นต้น^{๓๗}

ชาญชัย อาจินสมาจาร กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ที่ดี คือ ภูเขาแห่งความสำเร็จของตลาด ผลิตภัณฑ์เป็นตัวแทนของความคาดหวังของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความพึงพอใจของสังคม ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จประกันถึงความส่งเสริมตัวเอง ถ้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นั่นก็คือ ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ดีควรก่อให้เกิดความกระตือรือร้น

^{๓๖} จิตพนธ์ ชุมเกตุ, การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี, รายงานการวิจัย, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๖๐, หน้า ๘-๑๑.

^{๓๗} นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร, การจัดการส่งเสริมการตลาด, (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๓), หน้า ๒.

เพิ่มเติม ซึ่งมีความสำคัญต่อการตลาด มันให้ความอิสระแก่ตลาดในการตัดสินใจ สำหรับนักการตลาด ความหมายของผลิตภัณฑ์ถูกตัดสินโดยความต้องการของผู้บริโภคควารุณี ต้นติวศ์วานิช และคณะ กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การผสมผสานของสินค้า และบริการที่กิจการเสนอต่อตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วยความหลากหลายคุณภาพ การออกแบบ รูปแบบ ตรายผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การบริการ^{๓๘}

สุปัญญา ไชยชาญ กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์แต่ละรายการที่มีวางจำหน่ายอยู่ตามท้องตลาดจำนวนมากมายทุกวันนี้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งสามกลุ่มในระบบการตลาด อันได้แก่ ผู้ผลิตผู้ขาย และผู้บริโภค อาจเห็นเป็นคนละอย่างเพราะต่างคนก็ต่างมุมมอง เช่น เข้มขัดเพียงหนึ่งเส้นผู้ผลิตอาจคิดถึงความต้องการของตลาด การออกแบบ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต กรรมวิธีการผลิตต้นทุนการผลิต และกำไรที่จะได้รับ ส่วนผู้ขายอาจคิดถึงความต้องการของตลาด การโฆษณา และไรที่จะได้รับ สำหรับผู้บริโภคอาจคิดถึงความสะดวกสบายโดดเด่นสะดุดตา ความคงทนถาวรราคาที่ต้องชำระ และความภูมิใจเมื่อได้คาดไปอวดเพื่อน เป็นต้น^{๓๙}

วิทวัส รุ่งเรืองผล กล่าวว่า แนวคิดนี้เกิดขึ้นหลังจากยุคแนวคิดเน้นการผลิตเฟื่องฟู มีการผลิตสินค้าได้มากขึ้นในต้นทุนที่ไม่ได้เปรียบเสียเปรียบกันมากนัก ผู้บริโภคจึงเริ่มตระหนักถึงคุณภาพของสินค้ามากขึ้น ในยุคนั้นนักการตลาดเริ่มให้ความสำคัญกับแนวคิดเน้นผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพสูงกว่าเดิม เช่น รถที่แข็งแรงขึ้น มีความเร็วสูงขึ้น วิทย์มีเสียงชัดเจนขึ้น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การที่ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีบางครั้งก็ยังไม่ใช่ว่าสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ อาจเป็นเพราะราคาแพงเกินไป หรือผู้บริโภคไม่รู้สึกว่าคุณภาพหรือคุณสมบัติที่ดีขึ้นของสินค้าเป็นสิ่งจำเป็น เช่น เครื่องเล่นวิดีโอเทปที่ตั้งโปรแกรมอัดเทปได้ล่วงหน้า ๑ เดือน ผู้บริโภคส่วนใหญ่อาจไม่รู้สึกรอยากจ่ายเงินแพงขึ้นเพื่อคุณสมบัตินี้ เพราะเทปไม่มีโอกาสใช้งานตามคุณสมบัตินี้ ทำให้สินค้าที่มีคุณภาพสูงบางครั้งกลับมียอดจำหน่ายไม่สูงนัก^{๔๐}

สรุปได้ว่า แนวคิดของผลิตภัณฑ์ได้ว่า ผลิตภัณฑ์หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งอยู่ในรูปแบบผลิตภัณฑ์และการบริการ ตามลำดับเพื่อเป็นการตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วยความหลากหลาย คุณภาพ การออกแบบ รูปแบบ ตรายผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ความสวยงาม ความคงทนถาวร และการบริการ โดยผู้ผลิตในแต่ละ

^{๓๘} ชาญชัย อาจิสมาจาร, **หลักการตลาด**, (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน, ๒๕๕๑), หน้า ๒๔.

^{๓๙} สุปัญญา ไชยชาญ, **หลักการตลาด**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลิฟวิ่ง, ๒๕๔๓), หน้า ๒๑๘.

^{๔๐} วิทวัส รุ่งเรืองผล, **หลักการตลาด Principle of Marketing**, (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๕), หน้า ๒.

ละรายจะเป็นผู้กำหนดหรือออกแบบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในตัวเอง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของตนเองมีความได้เปรียบกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งรายอื่นๆ

๒.๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

Fuller, G.W. ได้ให้ความหมายว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์มากมายและมีลักษณะครอบคลุมกว้างขวาง แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ ต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างผลกำไรและเพื่อความอยู่รอดของบริษัท โดยทั่วไปสามารถรวบรวมความหมายของคำว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกเป็น ๗ ประเภท ดังนี้^{๔๑}

๑. ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการขยายสายการผลิต โดยใช้กระบวนการผลิตที่มีอยู่ (line extensions)
๒. การสร้างแนวคิดใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม (repositioned existing product) เป็นการปรับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในแง่ของการใช้งาน โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงคุณสมบัติหลัก ซึ่งบางครั้งเป็นไปตามข้อเสนอของผู้บริโภค
๓. ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ (new form of existing products)
๔. ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงสูตรที่มีอยู่แล้ว (reformulation of existing products)
๕. ผลิตภัณฑ์ใหม่ในบรรจุภัณฑ์ใหม่ (new packaging of existing products)
๖. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม (innovative products/ make changes in an existing product) เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม
๗. ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ (creative product/ bring into existence, the rare, never before-seen product)

นอกจากนี้ สุดาตวง เรืองรุจิระ ยังได้ให้ความเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใดๆ ที่กิจการนำเสนอต่อตลาดแล้วทำให้ตลาดมีโอกาเลือกเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์ใหม่อาจเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่เคยมีผู้ผลิตมาก่อน เริ่มมีผู้ผลิตรายแรกของโลกจัดเป็นนวัตกรรม (Innovation) หรืออาจเป็น

^{๔๑} Fuller, G.W. (๑๙๙๔). New Product Development from Concept to Marketplace.

ผลิตภัณฑ์ใหม่ของกิจการที่เพิ่งนำออกจำหน่ายเป็นครั้งแรก หรืออาจดัดแปลงปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์ที่เคยจำหน่ายอยู่เดิม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีเหตุผลและความสำคัญ ดังนี้^{๔๒}

๑. เพื่อรักษาสถานภาพการแข่งขัน ปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันในตลาดธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่องจากคู่แข่งที่เพิ่มขึ้นได้ส่งผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งทางการตลาดที่ถูกช่วงชิงไป การออกผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดจะช่วยรักษาสถานภาพการแข่งขันและส่วนแบ่งตลาดไว้ได้

๒. เพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์เดิม วัฏจักรวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไปจะมีช่วงเวลาที่ยาวนาน เมื่อผลิตภัณฑ์เริ่มเข้าสู่ช่วงท้ายของวงจรชีวิต หมายความว่า ผลิตภัณฑ์นั้นไม่ก่อประโยชน์หรือมียอดขายที่ตกลง การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สู่ตลาดเพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์เก่าจะช่วยรักษาชื่อเสียงของบริษัททดแทนปริมาณขายกำไรของผลิตภัณฑ์เดิมและสามารถนำทรัพยากรจากผลิตภัณฑ์เดิมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

๓. เพื่อใช้สมรรถนะส่วนเกินให้เกิดประโยชน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อใช้สมรรถนะทางการตลาด การขาย และการผลิตที่เหลือให้เกิดประโยชน์ เหตุผลสำคัญ คือ การกระจายต้นทุนคงที่ไปยังจำนวนผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพื่อให้ต้นทุนรวมต่อหน่วยทั้งผลิตภัณฑ์เดิม และผลิตภัณฑ์ใหม่ลดลงมากพอที่จะเสนอราคาขายที่ต่ำกว่าคู่แข่งและมีกำไรที่มากขึ้น

๔. เพื่อปรับการเคลื่อนไหวเนื่องจากฤดูกาลให้น้อยลง ฤดูกาลที่แปรผันอาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรต่างๆ ของธุรกิจที่อาจไม่เพียงพอ หรืออาจเหลือใช้การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถขายหรือผลิตได้เมื่อพ้นฤดูกาลไปแล้วย่อมทำให้การผันแปรต่างๆ ลดลง และเป็นการใช้ทรัพยากรของกิจการให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๕. เพื่อลดการเสี่ยงภัย เช่น ผลิตภัณฑ์ล้าสมัย ลูกค้านิยมความนิยม ปริมาณขายไม่มากพอกิจการมีผลิตภัณฑ์จำหน่ายในตลาดน้อย เป็นต้น สภาวะการณ์เหล่านี้อาจส่งผลให้เกิดภาวะขาดทุน การเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ การเพิ่มปริมาณการขายให้ครอบคลุมตลาด ย่อมช่วยกระจายความเสี่ยงภัยจากความผันผวนในตลาดที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

๖. เพื่อการใช้ผลพลอยได้ให้เกิดประโยชน์ สินค้าใหม่พัฒนาจากผลพลอยได้หรือของทิ้งแล้วในธุรกิจ อาจนำมาซึ่งยอดขายหรือกำไรที่เพิ่มขึ้น

^{๔๒} สุดาตวง เรืองรุจิระ, นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา, หน้า ๓๕.

๗. เพื่อโอกาสใหม่ จากการที่ธุรกิจเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด อาจทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค จนกิจการสามารถผลิตและดำเนินการตลาด และความต้องการเช่นนี้ จึงถือเป็นโอกาสอันดีที่ธุรกิจจะเข้าไปตอบสนองความต้องการด้วยผลิตภัณฑ์ของตนเอง นำมาซึ่งกำไรและส่วนครองตลาดที่มากขึ้น

พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม จะเริ่มต้นด้วยความคิดที่ไขว่คว้า ความคิดอาจมาจากใครก็ได้ในองค์กรที่ไม่ได้มีความรับผิดชอบต่อความคิดใหม่ๆเลย แต่นักออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี มักจะมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ที่มีความคิดใหม่ๆบ่อยครั้งเหมือนกันที่ความคิดมาจากนอกองค์กร เช่น เมื่อนักคิดค้นเขามาเสนอขายความคิดให้กับบริษัท ความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ บางทีอาจเกิดขึ้นในงานวิจัยผลิตภัณฑ์นั่นเองและบ่อยครั้งเป็นผลพลอยได้ของการวิจัยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างอื่น

สรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความต้องการของผู้ผลิตที่ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้นที่สามารถต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์เดิม เป็นการสร้างผลกำไรให้กับบริษัทเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างสถานภาพการแข่งขัน ลดการเสี่ยงภัยทางการตลาดที่ลูกค้าเสื่อมความนิยมลง เป็นการสร้างโอกาสใหม่ในการขยายช่องทางการตลาดมากยิ่งขึ้น

๒.๒.๓ กลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

การเพิ่มการลดผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย (Product Adding and Deleting) เมื่อผลิตภัณฑ์ได้เข้าอยู่ในวัฏจักรแล้ว จะมีการดำรงอยู่ในวัฏจักรแต่ละขั้นในลักษณะที่แตกต่างกันทั้งในด้านยอดขายและระยะเวลาแห่งการคงอยู่ ผลิตภัณฑ์กลุ่มที่มีการเติบโตจะได้รับการขยายอย่างต่อเนื่อง ในทางตรงกันข้ามผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้รับความนิยมจากตลาด หรือแนวโน้มความต้องการลดลงจะมีการตัดทอนออกจากตลาด ซึ่งถือเป็นเรื่องปกติ ดังนั้น การตัดสินใจเพื่อหรือลดผลิตภัณฑ์ในตลาดจำเป็นต้องใช้เครื่องมือเข้ามาช่วยในการตัดสินใจ สำหรับการวิเคราะห์สถานภาพของผลิตภัณฑ์ (Market share / Market Growth Analysis) โดยปกติผู้ผลิตมักจะมีผลิตภัณฑ์หลายๆชนิด หลายรายการวางจำหน่ายในตลาด ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นออกสู่ตลาดในช่วงระยะเวลาที่ต่างกัน บางประเภทจำหน่ายมานานกว่า ๑๐ ปี ในขณะที่บางชนิดเพิ่งจำหน่ายไม่เกิน ๑ ปี เพราะฉะนั้นผลิตภัณฑ์ของบริษัทใดบริษัทหนึ่งจึงมีสภาพที่แตกต่างกัน การวิเคราะห์สถานภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถแยกแยะผลิตภัณฑ์ที่ต่างกันออกจากกันสามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือชนิดหนึ่งที่เรียกว่า BCG Matrix ซึ่งพัฒนาโดย Boston Consulting Group หากเราใช้เกณฑ์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนแบ่งตลาด (Market share) ของผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งกับอัตราการเติบโตทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น

Question mark หรือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มที่ยังไม่มีความแน่นอน แม้อัตราการเติบโตของตลาดจะอยู่ในระดับสูง แต่สินค้าที่เป็นตราขายี่ห้อของกิจการยังมีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยมาก

จำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้ในการเจาะตลาด หากพิจารณาแล้ว เห็นว่าสินค้าดังกล่าวมีศักยภาพที่จะลงทุนทางการตลาดให้เป็นที่ยอมรับของตลาดได้ ธุรกิจก็ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นต่อไป แต่ต้องใช้ทรัพยากรค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตามหากพิจารณาพบว่าไม่สามารถต่อกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในท้องตลาดได้บริษัทมีทางเลือกที่จะยกเลิกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้

Star หรือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มดาวรุ่ง ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้จะอยู่ในตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูง กว่าร้อยละ ๑๐ และบริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ในสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ทั้งนี้ อาจจะมีเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่บริษัทเป็นผู้บุกเบิกหรือผลิตภัณฑ์อยู่ในตลาดแข่งขันน้อย ราย อย่างไรก็ตามหากผลิตภัณฑ์อยู่ในกลุ่มนี้ธุรกิจต้องตัดสินใจขยายผลิตภัณฑ์ในลักษณะของการ เพิ่มความหลากหลาย การเพิ่มปริมาณการผลิตให้เพียงพอ การขยายช่องทางการจำหน่ายไปสู่ลูกค้าที่ เริ่มทยอยเข้ามาซื้อสินค้า

Cash Cow หรือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำเงิน ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้รักษาความเป็นผู้มีส่วนแบ่ง ตลาดสูงมาได้ระยะเวลานาน มีการลงทุนในด้านต่างๆ จนสร้างการยอมรับแก่ผู้บริโภค หรือกล่าวอีก นัยหนึ่งก็คือลูกค้าส่วนใหญ่ได้ซื้อหรือใช้บริการกันแล้วอัตราการเติบโตของตลาดจะไม่สูง โดยปกติจะ ต่ำกว่าร้อยละ ๑๐ ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้จะสร้างกำไรให้กับธุรกิจค่อนข้างมาก เนื่องจากต้นทุนการผลิต ต่ำลง อันเนื่องมาจากการผลิตจำนวนมาก (Mass Production) เจ้าของผลิตภัณฑ์จะต้องพยายาม รักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ให้ดีที่สุด เนื่องจากคู่แข่งแต่ละรายพยายามช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดจากผู้ นำทางการตลาด

Dog หรือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่อ่อนล้า ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้มีอัตราการเติบโตของตลาดต่ำ และ เจ้าของผลิตภัณฑ์มีส่วนแบ่งตลาดต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับผู้นำในตลาด ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ ถือว่าแย่มากที่สุด เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นๆ อย่างไรก็ตามบริษัทสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ในช่วงท้ายได้ บ้างจากกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในช่วงหลัง อย่างไรก็ตามท้ายที่สุดแล้วผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกลุ่มนี้ มักจะถูกตัดทอนออกจากตลาด เนื่องจากไม่สามารถทนกับความล้าสมัย และภาวะการณ์ขาดทุนได้

๒.๒.๔ การเพิ่มผลิตภัณฑ์ (Product Adding)

ลักษณะและโอกาสในการใช้วิธีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ สามารถจำแนกออกเป็นข้อต่างๆ ดังนี้^{๔๓}

๑. เป็นการแสดงการเติบโตของกิจการ โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด หรือเข้าสู่ สายผลิตภัณฑ์ของกิจการนั้น ทำให้บริษัทต้องมีการลงทุนเพิ่มขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องแสวงหาเงินลงทุนจาก

^{๔๓} จิตพนธ์ ชุมเกต, การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการ จัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี, หน้า ๒๐-๒๒.

แหล่งต่างๆ การจำหน่ายหุ้นเป็นวิธีการหนึ่งที่ธุรกิจจำนวนมากเลือกใช้ ซึ่งการมีจำนวนหุ้นมากขึ้นแสดงถึงการเติบโตของกิจการ อย่างไรก็ตามการเพิ่มผลิตภัณฑ์จะต้องพิจารณาถึงความเป็นไปได้ทางการตลาด โอกาสของกำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้วย

๒. บริษัทยังใช้กำลังการผลิตไม่เต็มที่ การใช้กำลังการผลิตให้เต็มที่จะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดลง ดังนั้น การเพิ่มจำนวนรายการสินค้า ที่สามารถใช้สายการผลิตเดิมได้ จึงเป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์กับธุรกิจ อย่างไรก็ตามจะต้องมองความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ

๓. ความสามารถในการใช้ชื่อเสียงเดิมคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่เพิ่ม เมื่อบริษัทได้รับการยอมรับจากลูกค้าอันเนื่องมาจากการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่ง ดังนั้น การเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าเดิม ที่มีระดับคุณภาพเหมือนเดิมจึงเป็นสิ่งที่มีความเหมาะสม เพราะถือเป็นโอกาสทางการตลาดที่เป็นแนวทางในการดำเนินการของธุรกิจหลายๆ แห่งที่ผ่านมา ซึ่งส่วนใหญ่จะพบกับความสำเร็จทางการตลาด เช่นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในกี้อาติดาสโตโยต้า เป็นต้น

๔. ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากช่องทางการจัดจำหน่าย การนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ช่องทางการจำหน่ายเดิมมีโอกาประสบความสำเร็จสูง ทั้งนี้เพราะโอกาสในการสร้างการรับรู้จะรวดเร็วกว่า สามารถวางจำหน่ายควบคู่กับผลิตภัณฑ์เดิมได้ รวมทั้งเกิดความประหยัดในการขนส่ง ทั้งนี้เพราะใช้การขนส่งในครั้งเดียวกันได้

๕. การตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของตลาด ปัจจุบันความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา หากบริษัทไม่มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์เดิมที่เคยได้รับการยอมรับจากตลาด อาจจะนำไปสู่ความเสี่ยงต่อการสูญเสียโอกาสทางการตลาดได้ เพราะฉะนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือสถานการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ

สรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยรูปแบบในการพัฒนาอาจเป็นด้านบรรจุภัณฑ์ หรือตัวผลิตภัณฑ์อาหารก็ได้ งานพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็น อาศัยทั้งระบบและกลยุทธ์ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ การสร้างแนวความคิดผลิตภัณฑ์เป็นขั้นตอนเริ่มต้นสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยการเข้าถึงความต้องการหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง

๒.๓ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสัมมาชีพในพระพุทธศาสนา

๒.๓.๑ ความหมายของสัมมาชีพในพระพุทธศาสนา

ความหมายของสัมมาชีพในทางพระพุทธศาสนาหลวงพ่อพุทธทาสภิกขุ-ปัญญานันทภิกขุ ได้อธิบายไว้ในหนังสือ มรรคมืองค์แปดคุณธรรมของชีวิตที่ดีงาม ถึงหลักของสัมมาชีพหรือหลักของ สัมมาอาชีพว่า “อาชีพที่ทำให้เกิดการกระทบกระทั่งกันและกันควรงดเว้นไม่ว่าอาชีพอะไร การค้าขายเราก็ไม่เอาเปรียบใคร ไม่เดินกุสโลบายให้คนอื่นเดือดร้อนอย่าไปเที่ยวขายของที่ไม่เหมาะสมไม่ควร อย่างนี้เรียกว่าอาชีพชอบ”^{๔๔}

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต) ได้อธิบายว่า “คำว่า “สัมมาชีพ” ในทางธรรม มิใช่ หมายเพียงการใช้แรงงานให้เกิดผลผลิต แล้วได้รับปัจจัยเครื่องเลี้ยงชีพเป็นผลตอบแทนมาโดยชอบ ธรรมเท่านั้น แต่หมายถึงการทำหน้าที่ ความประพฤติ หรือการดำรงตนอย่างถูกต้องอย่างหนึ่งอย่างใด ที่ทำให้เป็นผู้สมควรแก่การได้ปัจจัยบำรุงเลี้ยงชีวิต เช่น การพระภิกษุดำรงตนอยู่ในสมณธรรมแล้ว ได้รับปัจจัย ๔ ที่ชาวบ้านถวาย ก็เป็นสัมมาชีพของพระภิกษุ หรือการที่ลูกประพฤติตนเป็นลูกที่ดี สมควรแก่การเลี้ยงดูของพ่อแม่ ก็พึงนับเป็นสัมมาชีพของลูก”^{๔๕}

พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช) ได้ให้แปลความหมายไว้ว่า “การเลี้ยงชีวิต, การ ทำงานมาหากิน, งานที่ทำเป็นประจำเพื่อเลี้ยงชีพ”^{๔๖}

พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๔๒ ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การเลี้ยงชีวิต, การทำ มาหากิน, งานที่ทำเป็นประจำเพื่อเลี้ยงชีพ”^{๔๗} และในพจนานุกรมฉบับมติชนได้ให้ความหมายไว้ว่า “สัมมาชีพ แปลว่า อาชีพการงาน (ใช้ในทางที่ดี)”^{๔๘} มูลนิธิสัมมาชีพ ได้ให้นิยามคำว่า “สัมมาชีพ” ไว้ ว่าเป็น “การประกอบอาชีพ ภายใต้กรอบจริยบรรทัดที่มีสัมมาทิฐิเป็นตัวนำ หากกล่าวให้เห็นภาพที่ ชัดเจนขึ้น จะหมายความว่าการทำงานมาหากินโดยไม่ได้อำนาจใดสูงสุดเป็นตัวตั้ง หรือเป็นเป้าหมาย สุดท้าย และต้องคำนึงถึงความเป็นธรรมทางสังคม กล่าวคือความสุขของตน และคนทำงาน รวมถึง

^{๔๔} พุทธทาสภิกขุ ปัญญานันทภิกขุ, มรรคมืองค์ ๘ คุณธรรมของชีวิตที่ดีงาม, (กรุงเทพมหานคร: ธรรมสภา, ๒๕๑๗), หน้า ๑๑๖-๑๑๗.

^{๔๕} พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), พุทธธรรมฉบับปรับปรุง, หน้า ๗๓๓.

^{๔๖} พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช), พจนานุกรมเพื่อการศึกษาพุทธศาสน์ “คำวัด”, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร: ธรรมสภาและสถาบันบันลือธรรม, ๒๕๕๑), หน้า ๑๓๓๖.

^{๔๗} พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๔๒, หน้า ๑๒๑๑.

^{๔๘} พจนานุกรม ฉบับมติชน Matichon Dictionary of The Thai Language, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน) ๒๕๕๗, หน้า ๘๖๒.

ประโยชน์ของผู้บริโภค และผู้รับบริการเป็นหลัก โดยไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่มุ่งไปกระตุ้น
 ตัณหาอันเป็นเหตุแห่งทุกข์^{๔๙}

วศิน อินทสระ ซึ่งเป็นนักวิชาการทางด้านพระพุทธศาสนาอีกท่านหนึ่ง ได้แสดงความเห็น
 ไว้ว่า “สัมมาอาชีวะ หมายถึง การเว้นมิฉ้อฉลทุกรูปแบบ ประกอบตนอยู่ในสัมมาชีพ”^{๕๐}

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรได้ให้ความหมายของคำว่า สัมมาชีพ ไว้ว่า “การ
 ประกอบอาชีพที่ถูกต้องตามกฎหมายเลี้ยงชีพโดยชอบธรรม ทำด้วยความสุจริต และถูกต้องตามหลัก
 ศีลธรรม ฉะนั้น คำว่าสัมมาชีพ จึงยึดแนวความหมายของคำว่า สัมมาอาชีวะ...โดยมีความหมายว่า
 การทำมาหากินโดยไม่ได้อำไรรุ่งสุดเป็นตัวยึด หรือเป็นเป้าหมายสูงสุด แต่ต้องคำนึงถึงความเป็น
 ธรรมทางสังคม กล่าวคือ ความสุขของตน และคนทำงาน รวมถึงประโยชน์ของผู้บริโภค และ
 ผู้รับบริการหลัก โดยไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่มุ่งไปกระตุ้นตัณหาอันเป็นเหตุแห่งทุกข์”^{๕๑}

นายแพทย์ประเวศ วะสี ได้กล่าวว่า “สัมมาชีพ หมายถึง อาชีพที่ไม่เบียดเบียนตัวเอง ไม่
 เบียดเบียนผู้อื่น ทำให้เกิดความร่มเย็นเป็นสุข และการเจริญเติบโตบนพื้นฐานของดุลยภาพ”^{๕๒} และ
 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ หรือ สสส ก็ได้ให้ความหมายในรูปแบบเดียวกันไว้
 ว่า “สัมมาชีพ หมายถึงการประกอบอาชีพที่ไม่เบียดเบียนตนเอง ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่เบียดเบียน
 สิ่งแวดล้อม และมีรายจ่ายน้อยกว่ารายได้ การมีสัมมาชีพเต็มพื้นที่จึงเป็นบ่อเกิดของความร่มเย็นเป็น
 สุข”^{๕๓} ในประเด็นนี้ นายแพทย์ประเวศ วะสี ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า “สัมมาชีพจึงเป็นทั้งเศรษฐกิจ
 จิตใจ สังคม สิ่งแวดล้อม และศีลธรรม พร้อมกันไปอย่างบูรณาการ ฉะนั้น ยังมีสัมมาชีพกันมากเท่าใด
 เศรษฐกิจยิ่งดีขึ้น จิตใจยิ่งดีขึ้น สังคมยิ่งดีขึ้น สิ่งแวดล้อมยิ่งดีขึ้น และศีลธรรมยิ่งดีขึ้น ต่างจากจิตตี
 เมื่อจิตตีดีขึ้น อย่างอื่นอาจจะไม่ดีขึ้นเป็นเงาตามตัว เพราะจิตตีเป็นการวัดแบบแยกส่วนดังกล่าวแล้ว
 ฉะนั้น การมีสัมมาชีพเต็มพื้นที่จึงเป็นตัวการพัฒนาดีที่ดีกว่าจิตตี”^{๕๔} และในคู่มือวิทยากรผู้นำ

^{๔๙} นางสาวนทกร ปริสิงห์, “สัมมาชีพ”, <สัมมาชีพ <https://ccno๑๒.wordpress.com/about/สัมมาชีพ/>>, ๑๕ กันยายน ๒๕๖๐.

^{๕๐} วศิน อินทสระ, **หลักธรรมอันเป็นหัวใจของพระพุทธศาสนา**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร:
 ธรรมดา, ๒๕๕๔), หน้า ๓๐.

^{๕๑} สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, หน้า ๖.

^{๕๒} ประเวศ วะสี, **แนวทางใหม่ในการพัฒนาประเทศ สร้างสัมมาชีพเต็มพื้นที่**, (กรุงเทพมหานคร:
 บริษัท ที คิว พี จำกัด, ๒๕๕๒), หน้า ๑๐.

^{๕๓} สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ “การศึกษาเพื่อสัมมาชีพ”
 <<http://www.thaihealth.or.th/Content/๑๖๗๕๕-การศึกษาเพื่อสัมมาชีพ.html>>, ๑๕ กันยายน ๒๕๖๐.

^{๕๔} ประเวศ วะสี, **แนวทางใหม่ในการพัฒนาประเทศ สร้างสัมมาชีพเต็มพื้นที่**, อ่างแล้ว, หน้า ๑๐.

สัมมาชีพ ของสถาบันการพัฒนาชุมชน กรมพัฒนาชุมชน ก็ได้ให้ความหมายคำว่าสัมมาชีพใน ความหมายลักษณะที่เหมือนกันว่า “สัมมาชีพ เป็นการทำความากินโดยไม่ได้เอากำไรสูงสุดเป็นตัวตั้ง หรือเป็นเป้าหมายสุดท้าย และต้องคำนึงถึงความเป็นธรรมทางสังคม กล่าวคือ ความสุขของตนและ คนทำงาน รวมถึงประโยชน์ของผู้บริโภคและผู้รับบริการหลัก”^{๕๕}

อี.เอฟ.ชูมาเกอร์ ได้กล่าวถึง หลักสัมมาอาชีวะหรือการเลี้ยงชีพชอบเอาไว้ในหนังสือชื่อ Small is Beautiful ไว้ว่า “การวางแผนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ ใช้ ตัวอย่างวิธีการจากประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นแม่แบบในการพัฒนาประเทศสู่ระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ โดยมีได้พิจารณาการดำรงอยู่ตามวิถีพุทธ” และในประเด็นของสัมมาชีพนั้น ชูมาเกอร์ได้แสดงทัศนะ ว่า “สัมมาอาชีวะหรือการเลี้ยงชีพชอบที่ประกอบอยู่ในมรรคที่มีองค์แปดหรือมัชฌิมาปฏิปทาว่าเป็น รากฐานที่ใช้วางแผนการพัฒนาประเทศสู่ระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่แนวพุทธได้”^{๕๖}

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า คำว่า “สัมมาชีพ” นั้นหมายถึงการประกอบอาชีพ ด้วยหลักศีลธรรม ไม่เบียดเบียนตน ไม่เบียดเบียนผู้อื่น และไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม เน้นการสร้างรายได้ลดรายจ่าย และตั้งอยู่บนพื้นฐานของความพอเพียง

๒.๓.๒ หลักการสำคัญของสัมมาชีพในพระพุทธศาสนา

๑) หลักพุทธธรรมที่ส่งเสริมให้เกิดสัมมาชีพ

(๑) ศีล ๕

^{๕๕} สถาบันการพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน, คู่มือวิทยากรผู้นำสัมมาชีพ, กรุงเทพมหานคร: ๒๕๕๐, หน้า ๑.

^{๕๖} E. F. Schomacher, Small is Beautiful, (London: Vintage, ๑๙๙๓), p.๓๘.

ศีล คือ ความประพฤติดีทางกายและวาจา การรักษากายและวาจาให้เรียบร้อย ข้อปฏิบัติสำหรับการควบคุมกายและวาจาให้ตั้งอยู่ในความดีงาม การหาเลี้ยงชีพที่ปราศจากการเบียดเบียนทั้งตนเองและผู้อื่น โดยมีศีล ๕ ข้อเป็นพื้นฐาน คือ^{๕๗}

๑. ปาณาติปาตา เวรมณี คือ เลี้ยงชีวิตด้วยการไม่ทำชีวิตสัตว์อื่นต้องลำบาก
๒. อทินนาทานา เวรมณี คือ เลี้ยงชีวิตด้วยการไม่ขโมย
๓. กาเมสุ มิจฉาราวา เวรมณี คือ เลี้ยงชีวิตด้วยการไม่ประพฤติดีกาม
๔. มุสาวาทา เวรมณี คือ เลี้ยงชีวิตด้วยความสัตย์ ไม่กล่าวเท็จเลี้ยงชีพ
๕. สุราเมรยมัชชปมาทัฏฐานา เวรมณี คือ เลี้ยงชีวิตด้วยความบริสุทธิ์ ไม่ให้ตนหรือผู้อื่นต้องมัวเมาจากเครื่องของมึนเมา ทั้งจากสุราและเมรัย อันเป็นที่ตั้งแห่งความประมาท

๒) อิทธิบาท ๔

หลักธรรมอีกประการหนึ่งที่ส่งเสริมการทำงานให้ประสบผลสำเร็จ คือหลักอิทธิบาท ๔ ซึ่งจะช่วยให้กุลชนสนับสนุนและส่งเสริมให้การลงมือปฏิบัติไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และหวังประโยชน์ได้อย่างแท้จริง อิทธิบาท แปลว่า บาทฐานแห่งความสำเร็จ หมายถึง สิ่งซึ่งมีคุณธรรม เครื่องให้ถึงความสำเร็จตามที่ตนประสงค์ ผู้หวังความสำเร็จในสิ่งใด ต้องหาตนให้สมบูรณ์ ด้วยสิ่งที่เรียกว่า อิทธิบาท^{๕๘} ซึ่งจำแนกไว้เป็น ๔ คือ

๑. ฉันทะ ความพอใจที่จะประกอบในสิ่งนั้น คือ ต้องการที่จะทำ ใฝ่ใจ รักในการเลี้ยงชีวิตที่ถูกต้องไม่ประกอบอาชีพที่เป็นทุกข์แก่ตนและคนอื่น และมุ่งหวังที่จะหาเลี้ยงชีวิตด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีความพอใจที่จะหาเลี้ยงชีวิตให้ผลดียิ่ง ๆ ขึ้นไป ไม่เกียจคร้าน ประโยชน์ของฉันทะ ฉันทะนี้เป็นข้าศึกโดยตรงกับความเบื่อหน่าย เมื่อมีฉันทะแล้วทำให้ไม่เบื่อหน่าย ไม่รู้สึกท้อแท้ในการหาเลี้ยงชีวิต โดยพิจารณาให้เห็นคุณและโทษ เมื่อพิจารณาถึงคุณและโทษจากการหาเลี้ยงชีวิตอย่างเข้าใจแล้ว ฉันทะจะปรากฏขึ้น

๒. วิริยะ ความเพียรประกอบสิ่งนั้น คือ เมื่อเห็นประโยชน์จากการหาเลี้ยงชีพ ที่สุจริตแล้ว จึงขยันหมั่นประกอบอาชีพนั้นด้วยความพยายาม เข้มแข็ง อดทนไม่ท้อถอย แต่มีความตั้งใจ และพยายามเลี้ยงชีวิตอย่างสุดกำลังความสามารถ

^{๕๗} อภ.ปญจก. (ไทย) ๒๒/๓๒/๔๙.

^{๕๘} ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๐๖/๒๗๗.

๓. จิตตะ เอาใจฝึกฝนสิ่งนั้นไม่วางธุระ หมายถึง ความเอาใจใส่กับอาชีพที่ตนทำ คือ หมั่นตรวจตราดูแลเอาใจใส่กับอาชีพของตนอยู่เสมอ หาข้อบกพร่องผิดพลาดกับตัวเองบ่อย ๆ เพื่อปรับปรุงพัฒนาให้เกิดทักษะต่อไป

๔. วิมังสา หมั่นตรึกตรองพิจารณาเหตุผลในสิ่งนั้น หมายถึง การใช้ปัญญาประกอบทำงาน ปัญญาที่ว่า ได้แก่วิชาความรู้ วิมังสา ก็คือปัญญา เป็นแสงสว่างของใจ เริ่มตั้งแต่รู้จักงานที่ทำว่าเราทำงานอะไร เป็นคุณหรือเป็นโทษ มีขอบเขตแค่ไหน รู้จักผลได้ผลเสียของงาน รู้จักวิธีทำงานนั้นให้ได้ผลดีอยู่เสมอ ผู้หาเลี้ยงชีวิตที่มุ่งหวังความสำเร็จในชีวิต ต้องปฏิบัติตามหลักธรรมด้วยความพยายามอย่างยิ่ง ต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่ ไม่ใช่ปฏิบัติเพียงข้อใดข้อหนึ่ง หรือเพียงสองหรือสามข้อ เพราะผลที่ได้รับจะไม่สำเร็จสมบูรณ์ แต่หากตั้งใจเลี้ยงชีวิตให้ประสบผลสำเร็จ

๓) จักร ๔

ชีวิต คือ ความเป็นอยู่ และการจะเป็นอยู่ด้วยดีจะต้องอาศัยคุณธรรม จริยธรรม เพราะคุณธรรมและจริยธรรมเป็นประดุกยาบำรุงจิตใจ ผู้ที่ไร้คุณธรรม แม้จะมีชีวิตอยู่ก็เหมือนคนที่ตายแล้ว ผู้ที่ไร้คุณธรรมจริยธรรม คือ อนารยชน คนป่าเถื่อน อยู่ที่ได้ยอมไม่ทำให้ที่นั่นเจริญ เพราะตนเองไม่เจริญสมบูรณ์ สร้างแต่ความเดือดร้อน ความเสียหายให้แก่ตนเองและผู้อื่นเป็นเนืองนิตย์ แม้จะมีทรัพย์สมบัติมากเท่าใด ก็ไม่สามารถ รักษาคุ้มครองเอาไว้ได้

เรื่องคุณธรรมจริยธรรมนั้นสำคัญมาก พระพุทธเจ้าได้ตรัสว่า “ผู้มีศีล เพ่งพินิจ แม้มีชีวิตอยู่เพียงวันเดียว ประเสริฐกว่าคนทุศีล ไม่มีจิตตั้งมั่น ที่มีชีวิตอยู่ตั้ง ๑๐๐ ปี”^{๕๙} ดังนั้น ผู้ต้องการดำเนินชีวิตให้เจริญก้าวหน้า ประสบความสำเร็จ ไม่ว่าในด้านการศึกษา การประกอบอาชีพ การครองตน ครองเรือน พึงปฏิบัติตามหลักธรรมที่จะดำเนินไปสู่ความเจริญรุ่งเรือง ซึ่งเรียกว่า “จักร” ซึ่งคำว่า “จักร” คำนี้นั้นโดยลักษณะแล้วมีรูปเป็นวงกลมและมีแกนๆ โดยรอบ หมายถึง สิ่งที่มีรูปเป็นวงกลม มีพื้นเพ็ญเป็นรูปแฉก ๆ ดังคำในอปปณกสูตรว่า “...บุคคลใช้จักรมีคมดุจมีดโกนสังหารเหล่าสัตว์ในปฐพีนี้เป็นจุลสถานตากเนื้อ ให้เป็นกองเนื้อเดียวกัน เขาย่อมมีบาปที่เกิดจากกรรมนั้น มีบาปมาถึงเขา”^{๖๐} หรือดังคำที่บรรยายถึงจักรไว้ในลักษณะมหาบุรุษข้อ ๒ ในลักษณะมหาบุรุษ ๓๒ ประการไว้ว่า “...พื้นฝ่าพระบาททั้งสองของพระราชาขุมารนี้ มีจักรซึ่งมีกำข้างละ ๑,๐๐๐ ชี มีกง มีดุม และมีส่วนประกอบครบทุกอย่าง ข้อที่พื้นฝ่าพระบาททั้งสองพระราชาขุมารนี้ มีจักรมีกำข้างละ ๑,๐๐๐ ซึ่ง มี

^{๕๙} พุ.ธ. (ไทย) ๒๕/๑๑๐/๖๔.

^{๖๐} พระศรีศัชมภีรญาณ และคณะ, พจนานุกรมพระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, (รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓), หน้า ๑๒๙, ดูรายละเอียด ม.อ. (ไทย) ๑๓/๙๙/๑๐๔

กง มีคัม และมีส่วนประกอบครบทุกอย่างนี้ เป็นลักษณะของมหาบุรุษของมหาบุรุษนั้น”^{๖๑} ส่วนอีกนัยหนึ่ง คำว่า “จักร” นี้ หมายถึง ล้อ, ล้อรถ อุปมาเปรียบเทียบกับธรรมที่นำชีวิตไปสู่ความเจริญรุ่งเรือง ซึ่งหมายถึง “ธรรมประดุจล้อรถ คือ ธรรมที่เป็นเสมือนล้อที่นำรถไปถึงจุดหมาย”^{๖๒} ดังมีปรากฏในจกกสูตร^{๖๓} แห่งจตุกนิบาต มีอยู่ ๔ ประการด้วยกันคือ

๑. ปฏิรูปเทสวาสะ เลือกอยู่ถิ่นที่เหมาะสม คือ เลือกหาถิ่นที่อยู่ หรือแหล่งเล่าเรียน ดำเนินชีวิตที่ดี ซึ่งมีบุคคลและสิ่งแวดล้อมที่อำนวยแก่การศึกษา พัฒนาชีวิต การแสวงหาธรรม หาความรู้ การสร้างสรรค์ ความดีงาม และความเจริญก้าวหน้า

๒. สปัจริยสัสสยะ คบหาสัตบุรุษ คือ แสวงหาคนดี คือ รู้จักเสวนาคบคนดี หรือร่วมหมู่กับบุคคลผู้รู้ผู้ทรงคุณ และผู้ที่เกี่ยวเนื่องแก่การแสวงหาความรู้ ความก้าวหน้า และความเจริญในธรรม

๓. อุตตสัมมาปณิธิ ตั้งตนไว้ชอบ คือ ดำรงตนมั่นอยู่ในธรรม และทางดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง ตั้งเป้าหมายชีวิตและการงานให้ตั้งงามแน่วชัดและนำตนไปถูกทางสู่จุดหมายแน่วแน่มั่นคง

๔. ปุพเพกตปุณญตา ทำบุญเก่าไว้ดี มีทุนที่ได้เตรียมไว้ ทุนดีส่วนหนึ่ง คือ ความมีสติปัญญา ความถนัดและร่างกายดี เป็นต้น ที่เป็นพื้นมาแต่เดิม และอีกส่วนหนึ่ง คืออาศัยพื้นเดิมเท่าที่ตนมีอยู่ รู้จักแก้ไขปรับปรุงตน ศึกษาหาความรู้ สร้างเสริมคุณสมบัติ ความดีงาม ฝึกฝนความชำนาญเตรียมไว้ก่อนตั้งแต่ต้น ซึ่งเมื่อมีเหตุต้องใช้ก็จะเป็นผู้ที่พร้อมรับความสำเร็จ สามารถสร้างสรรค์ประโยชน์สุขและก้าวสู่ความเจริญยิ่ง ๆ ขึ้นไป

อนึ่ง พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า “ธรรม ๔ ข้อนี้นี้เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า พหุการธรรม คือ ธรรมมีอุปการะมาก เป็นเครื่องช่วยให้สามารถสร้างสมความดีอื่น ๆ ทุกอย่าง และช่วยให้ประสบความสำเร็จก้าวหน้าในชีวิต บรรลุความงอกงามไพบูลย์”^{๖๔}

ดังนั้น หากบุคคลนำเอาหลักจักรธรรมทั้ง ๔ ประการนี้มาเป็นหลักในการประกอบสัมมาชีพแล้ว หลักจักรธรรมนี้ก็ย่อมที่จะนำพาไปสู่ความเจริญรุ่งเรือง นำไปสู่ความมั่งมีศรีสุข นำไปถึงจุดหมายที่ประสงค์^{๖๕}

^{๖๑} ที.ม. (ไทย) ๑๐/๓๕/๑๖ ๑๗

^{๖๒} พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช), พจนานุกรมเพื่อการศึกษาพุทธศาสน์ “คำวัด”, หน้า ๑๕๒.

^{๖๓} อง.จตุกก. (ไทย) ๒๑/๓๑/๕๐.

^{๖๔} พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, หน้า ๑๑๔.

^{๖๕} พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช), พจนานุกรมเพื่อการศึกษาพุทธศาสน์ “คำวัด”, หน้า ๑๕๒.

๔. ๖ มรรคมืองค์ ๘

จุดเด่นของพระพุทธศาสนา คือ ทางสายกลางซึ่งเรียกว่ามัชฌิมาปฏิปทา ดังมีปรากฏในการแสดงปฐมเทศนา ธัมมจักกัปปวัตตนสูตร ซึ่งปรารภเรื่องทางสุดโต่งสองสายที่ภิกษุไม่ควรเสพ กล่าวคือ ๑. กามสุขัลลิกานุโยคในกามทั้งหลาย (การหมกหมุ่นอยู่ด้วยกามสุขในกามทั้งหลาย) เป็นธรรมอันทราราม เป็นของชาบ้าน เป็นของปุถุชน ไม่ใช่ของอริยะ ไม่ประกอบด้วยประโยชน์ ๒. อตติลมาถานุโยค (การประกอบความลำบากเดือนร้อนแก่ตน) เป็นทุกข์ไม่ใช่ของพระอริยะ ไม่ประกอบด้วยประโยชน์ มีมัชฌิมาปฏิปทานั้น ได้แก่ อริยมรรคมืองค์ ๘ คือ ๑. สัมมาทิฐิ (เห็นชอบ) ๒. สัมมาสังกัปปะ (ดำริชอบ) ๓. สัมมาวาจา (เจรจาชอบ) ๔. สัมมากรรม (กระทำชอบ) ๕. สัมมาอาชีวะ (เลี้ยงชีพชอบ) ๖. สัมมาวาจาเย (พยายามชอบ) ๗. สัมมาสติ (ระลึกชอบ) ๘. สัมมาสมาธิ (ตั้งจิตมั่นชอบ)^{๖๖}

ดังนั้น มรรคมืองค์ ๘ จึงเป็นหลักคำสอนแกนกลาง และเป็นหัวใจของคำสอนทางพระพุทธศาสนา ซึ่งหลักคำสอนของพระพุทธศาสนานั้นมีแกนกลางอยู่ที่มรรคมืองค์ ๘ หรือมัชฌิมาปฏิปทา หมายถึง ข้อปฏิบัติที่เป็นกลาง ๆ ไม่หย่อนเกินไป ไม่ตึงเกินไป คือ ไม่หมกหมุ่นอยู่ในแต่กาม (กามสุขัลลิกานุโยค) และไม่ทำตัวให้ลำบาก (อตติลมาถานุโยค) เป็นเหตุให้บรรลุถึงจุดหมายปลายทางคือมรรคผลนิพพานได้” อันเป็นแก่นคำสอนหลักของพระพุทธศาสนา

“อริยมรรค แปลว่า ทางอันประเสริฐ, ทางของพระอริยะ, ทางที่ทำให้เป็นพระอริยะ หมายถึงหนทางหรือแนววิถีที่ประเสริฐสำหรับดับทุกข์ ที่ทำให้ผู้ดำเนินเป็นอริยบุคคลได้ ๘ มีอยู่ ๘ ประการ คือ

(๑) สัมมาทิฐิ

สัมมาทิฐิ คือ ปัญญาอันเห็นชอบ คือ เห็นอริยสัจ ๔ เห็นชอบตามคลองธรรมว่า ทานที่ให้แล้วมีผล ยัญที่บูชาแล้วมีผล การเข่นสรวงมีผล ผลวิบากแห่งกรรมที่ทำได้และทำชั่วมี โลกนี้มี โลกหน้ามี มารดามีคุณ บิดามีคุณ โอปปาติกสัตว์มี สมณพราหมณ์ผู้ประพฤติปฏิบัติชอบ ทำให้แจ้ง โลกนี้ และโลกหน้าด้วยปัญญาอันยิ่งเองแล้ว สอนผู้อื่นให้รู้แจ้งมีอยู่ในโลกนี้ เห็นถูกต้องที่เป็นจริงว่าขันธ ๕ ไม่เที่ยงเป็นต้น ในธัมมสังคณียอธิบายไว้ว่า ปัญญา กิริยาที่รู้ชัดความวิจย ความเลือกสรรค ความวิจยธรรม ความกำหนดหมาย ความเข้าไปกำหนด ความเข้าไปกำหนดเฉพาะ ภาวะผู้รู้ ภาวะที่ฉลาด ภาวะที่รู้ละเอียด ความรู้อย่างแจ่มแจ้ง ความค้นคิด ความใคร่ครวญ ปัญญาเหมือนแผ่นดิน ปัญญาเครื่องทำลายกิเลส ปัญญาเครื่องนำทาง ความเห็นแจ้งความรู้ดี ปัญญาเหมือนปลูกปัญญา ปณณินท

^{๖๖} วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๓/๒๐ ๒๑.

รีย ปัญญาพละ ปัญญาเหมือนศัตรา ปัญญาเหมือนปราสาท ความสว่างคือปัญญา แสงสว่างคือปัญญา ปัญญาเหมือนประทีป ปัญญาเหมือนดวงแก้ว ความไม่หลงงมงาย ความเลือกเฟ้นธรรม สัมมาทิฐิ นี้ ชื่อว่าสัมมาทิฐิ ในวิภังค์อธิบายว่า ความรู้ในทุกข์ (ความทุกข์) ความรู้ในทุกข์สมุทัย (เหตุเกิดแห่งทุกข์) ความรู้ในทุกข์นิโรธ (ความดับทุกข์) ความรู้ในทุกข์นิโรธคามินีปฏิปทา (ข้อปฏิบัติให้ถึงความดับทุกข์) นี้เรียกว่า สัมมาทิฐิ หรือดังคำว่า ปัญญา กิริยาที่รู้ชัด ฯลฯ ความไม่หลงงมงาย ความเลือกเฟ้นธรรม สัมมาทิฐิ อัมมวิจยสัมโพชฌงค์ อันเป็นองค์มรรค นับเนื่องในมรรค นี้เรียกว่าสัมมาทิฐิ^{๖๗}

(๒) สัมมาสังกัปปะ

สัมมาสังกัปปะ คือ การทำริชชอบ คือ (๒) เนกขัมมสังกัปปะ ดำริจะออกจากกาม หรือปลอดจากโลภะ (๒) อัปปาปาทสังกัปปะ ดำริในอันไม่พยาบาท (๓) อวิหิงสาสังกัปปะ ดำริในอันไม่เบียดเบียน ในธรรมสังคณีอธิบายว่า ความตริัก ความตริักในอาการต่างๆ ความดำริ ความที่จิตแนบแน่นในอารมณ์ ความที่จิตแนบสนิทในอารมณ์ ความยกจิตขึ้นสู่อารมณ์สัมมาสังกัปปะ ที่ชื่อว่า สัมมาสังกัปปะ^{๖๘}

(๓) สัมมาวาจา

สัมมาวาจา คือ เจรจาชอบ คือ เว้นจากวจีทุจริต ๔ หมายถึง พูด คาถ์พูดไม่ส่อเสียด พูดคาถ์อ่อนหวาน พูดสิ่งมีสาระ ในพระไตรปิฎกอธิบายไว้ว่า สัมมาวาจา เป็นอย่างไร คือ เจตนาเป็นเหตุงดเว้นจากการพูดเท็จ เจตนาเป็นเหตุงดเว้นจากการพูดส่อเสียด เจตนาเป็นเหตุงดเว้นจากการพูดคำหยาบ เจตนาเป็นเหตุงดเว้นจากการพูดเพ้อเจ้อ, ในอัมมสังคณีอธิบายไว้ว่า ความงด ความเว้น ความเว้นขาด เจตนาเป็นเหตุเว้น การไม่ทำ การไม่ประกอบ การไม่ล่วงละเมิด การไม่ล้ำเขต การกำจัดต้นเหตุแห่งวจีทุจริต การกล่าววาจาชอบ อันเป็นองค์มรรค นับเนื่องในมรรค นี้ชื่อว่า สัมมาวาจา^{๖๙}

๔. สัมมากัมมันตะ

สัมมากัมมันตะ คือ การงานที่ถูกต้อง ทำการชอบ หรือการงานชอบ, กระทำชอบ ได้แก่ การกระทำที่เว้นจากความประพฤติชั่วทางกายสามอย่าง คือ ฆ่าสัตว์ ลักทรัพย์ ประพฤติผิดในกาม คือ เว้นจากกายทุจริต ๓ อธิบายว่า ความงด ความเว้น ความเว้นขาดเจตนาเป็นเหตุเว้น การไม่ทำ การไม่ประกอบ การไม่ล่วงละเมิด การไม่ล้ำเขต การกำจัดต้นเหตุแห่งกายทุจริต ๓ การงานชอบ

^{๖๗} อภ.วิ. (ไทย) ๓๕/๒๐๕/๑๗๑, ๓๕/๒๐๖/๑๗๔.

^{๖๘} วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๓/๒๑.

^{๖๙} วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๓/๒๑.

อันเป็นองค์มรรค นับเนื่องในมรรค นี้ชื่อว่าสัมมากัมมันตะ ในวิภังค์อธิบายว่า เจตนาเป็นเหตุงดเว้นจากการฆ่าสัตว์ เจตนาเป็นเหตุงดเว้นจากการลักทรัพย์ เจตนาเป็นเหตุงดเว้นจากการประพฤติดิฉินาถ นี้เรียกว่า สัมมากัมมันตะ^{๗๐}

๕. สัมมาอาชีวะ

สัมมาอาชีวะ คือ การเลี้ยงชีพชอบ, เลี้ยงชีวิตชอบ คือ เว้นจากเลี้ยงชีวิตโดยทางที่ผิด เช่น โกงเขา หลอกหลวงสอพลอ บีบบังคับขู่เข็ญ คั่นค้า ค้ายาเสพติด ค้ายาพิษ เป็นต้น ในมหาสติปัฏฐานสูตรอธิบายว่า ข้อที่พระอริยสาวกในธรรมวินัยนี้ละมิจฉาอาชีวะแล้ว สำเร็จการเลี้ยงชีพด้วยสัมมาอาชีวะ นี้เรียกว่า สัมมาอาชีวะ, ในอัมมสังคณี อธิบายไว้ว่า ความงดเว้น ความเว้นขาด เจตนาเป็นเหตุงดเว้น การไม่ทำ การไม่ประกอบ การไม่ล่วงละเมิด การไม่ล้ำเขต การกำจัดต้นเหตุแห่งมิจฉาชีพ การเลี้ยงชีพชอบ อันเป็นองค์มรรค นับเนื่องในมรรค นี้ชื่อว่า สัมมาอาชีวะ^{๗๑}

๖. สัมมาวายามะ

สัมมาวายามะ คือ เพียรชอบ, พยายามชอบ หมายถึง ระวังความชั่วไม่ให้เกิดขึ้น เพียรกำจัดความชั่วที่เกิดขึ้นแล้ว เพียรทำความดีให้เกิด เพียรใน ๔ สถาน ได้แก่ (๑) สังวรปธาน (๒) ปหานปธาน (๓) ภาวนาปธาน (๔) อนรักขนาปธาน ในพระไตรปิฎกอธิบายไว้ว่า ข้อที่ภิกษุในธรรมวินัยนี้ สร้างฉันทะ พยายามปรารภความเพียร ประคองจิตมุ่งมั่น เพื่อป้องกันบาปอกุศลธรรมที่ยังไม่เกิด มิให้เกิดขึ้น ฯลฯ เพื่อละบาปอกุศลธรรมที่เกิดขึ้นแล้ว ฯลฯ เพื่อทำบาปอกุศลธรรมที่ยังไม่เกิดขึ้นมิให้เกิดขึ้น ฯลฯ สร้างฉันทะ พยายาม ปรารภความเพียร ประคองจิต มุ่งมั่นเพื่อความดำรงอยู่ไม่เลือนหาย ภิชโยภาพ ไพบูลย์ เจริญเต็มแห่งกุศลธรรมที่เกิดขึ้นแล้ว นี้เรียกว่า สัมมาวายามะ, ในอัมมสังคณี อธิบายไว้ว่า การปรารภความเพียรทางใจ ความขะมักเขม้น ความบากบั่น ความขวนขวาย อย่างไม่ทอดถอย ความไม่ทอดทิ้ง ฉันทะ ความไม่ทอดทิ้งธุระ ความเอาใจใส่ธุระ วิริยะ วิริยินทรีย์ วิริยพละ สัมมาวายามะ นี้ชื่อว่า สัมมาวายามะ^{๗๒}

๗. สัมมาสติ

สัมมาสติ คือ ระลึกรู้ชอบ คือระลึกในสติปัฏฐาน ๔ หมายถึง ความตามระลึก ความทวนระลึก กิริยาที่ระลึก ความทรงจำ ความไม่เลือนลหาย ความไม่หลงลืม สตินทรีย์ สติพละ สัมมาสติ นี้ชื่อว่า สัมมาสติ ในมหาสติปัฏฐานสูตร อธิบายไว้ว่า สัมมาสติเป็นไฉน ข้อที่ภิกษุในธรรมวินัยนี้เป็นผู้มี

^{๗๐} วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๓-๑๔/๒๑.

^{๗๑} วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๓/๒๑, ๔/๑๔/๒๒.

^{๗๒} ที.ม. (ไทย) ๑๐/๒๙๐/๒๒๔.

ความเพียร สัมปชัญญะ มีสติ พิจารณาเห็นกายในกายอยู่ พึงกำจัดอภิชฌา และโทมนัสในโลกได้ พิจารณาเห็นเวทนาในเวทนาอยู่... พิจารณาเห็นจิตในจิตอยู่... เป็นผู้มีความเพียร สัมปชัญญะมีสติ พิจารณาเห็นธรรมในธรรมอยู่ พึงกำจัดอภิชฌา และโทมนัสได้ นี้เรียกว่า สัมมาสติ^{๗๓}

๘. สัมมาสมาธิ

สัมมาสมาธิ คือ การตั้งมั่นชอบ, จิตมั่นชอบคือสมาธิที่เจริญตามแนวของ ฌาน ๔ ในอัมมสังคณีได้อธิบายไว้ว่า ความตั้งอยู่แห่งจิต ความดำรงอยู่ ความตั้งมั่น ความไม่ซัดส่าย ความไม่ฟุ้งซ่าน ความที่จิตไม่ซัด สมณะ สมาธิอินทรีย์ สมาธิพละ สัมมาสมาธิ นี้ชื่อว่า สัมมาสมาธิ ในพระไตรปิฎกได้อธิบายไว้ว่า ข้อที่ภิกษุในธรรมวินัยนี้สังัดจากกาม และอกุศลทั้งหลาย บรรลุปฐมฌานที่มีวิตก มีวิจาร์ มีปีติ และสุขอันเกิดจากวิเวกอยู่ เพราะวิตกวิจาร์สงบระงับไปแล้ว บรรลุตติยฌานที่มีความผ่องใสภายใน ภาวะที่จิตเป็นหนึ่งผุดขึ้น ไม่มีวิตก ไม่มีวิจาร์ มีแต่ปีติ และสุขอันเกิดจากสมาธิอยู่ เพราะปีติจากคลายไป มีจิตอุเบกขา มีสติ มีสัมปชัญญะอยู่ และเสวยสุขด้วยกาย (นามกาย) บรรลุตติยฌานที่พระอรหันต์ทั้งหลายกล่าวสรรเสริญว่า ผู้มีอุเบกขา มีสติ อยู่เป็นสุข เพราะละสุข และทุกข์ได้ เพราะโสมนัส และโทมนัสดับไปก่อนแล้ว บรรลุจตุตถฌานที่ไม่มีทุกข์ ไม่มีสุข มีสติบริสุทธิ์ เพราะอุเบกขาอยู่ นี้เรียกว่า สัมมาสมาธิ^{๗๔}

ดังนั้นแล้ว การรู้จักประมาณ คือ รู้จักความพอดี ในการปฏิบัติต่อสิ่งทั้งหลาย ถ้าต้องการให้เกิดผลดีก็ต้องรู้จักความพอดีในการปฏิบัติ มิฉะนั้น มันจะไม่ลงตัว เมื่อไม่ลงตัวก็ไม่เกิดผลดีตามที่ต้องการ ถ้าเรารู้จักความพอดีในทุกสิ่งทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการกิน การนอน การเล่น การทำงาน รู้ว่าแค่ไหนพอดี แล้วทำแค่พอดีที่จะให้ผลดีมันก็จะสำเร็จและไม่เกิดโทษ ข้อนี้เรียกว่า “มัตตัญญูตา”

๒.๓.๓ ประเภทของสัมมาชีพในพระพุทธศาสนา

จากการศึกษาข้อมูลในพระไตรปิฎกพบว่า สัมมาชีพนั้นสามารถแบ่งออกได้ ๓ ประเภท คือ สัมมาชีพทางกาย สัมมาชีพทางวาจา และสัมมาชีพทางใจ ดังผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑) สัมมาชีพทางกาย

สัมมาชีพทางกาย หรือ การประกอบอาชีพที่บริสุทธิ์ทางกาย เป็นการกระทำที่ไม่เบียดเบียนตน และผู้อื่นด้านร่างกาย ซึ่งสอดคล้องกับหลักกายสุจริตในกุศลกรรมบถ ๑๐ ซึ่งเป็น “ทางแห่งกรรม คือ การกระทำที่เข้าทางเป็นกรรมหรือนับว่าเป็นกรรม” และในกายสุจิตินั้นเป็นการ

^{๗๓} วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๓/๒๑.

^{๗๔} พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต), พุทธศาสนกับการแนะแนว, หน้า ๕๓.

กระทำความดี ความงามทางกายคือด้วยการกระทำของกาย จัดเป็นบุญ นำความสุขมาให้ทั้งในปัจจุบันและในภพชาติต่อไป สัมมาชีพทางกาย หรือกายสุจริตนั้นมี ๓ อย่าง คือ

๑. ไม่ฆ่าสัตว์ รวมถึงการไม่ทำร้าย ไม่กักขัง ไม่จองจำสัตว์ให้เดือดร้อน
๒. ไม่ลักขโมย รวมถึงไม่เบียดบัง ฉ้อ โกง เอาทรัพย์สินของผู้อื่น เป็นต้น
๓. ไม่ประพฤติดุสิตในกาม คือไม่ล่วงละเมิดคูครองของผู้อื่น ไม่มีเพศสัมพันธ์กับคนต้องห้าม

ดังปรากฏในพระพุทฺธพจน์ที่ว่า “บุคคลเป็นขวานาก็เพราะกรรม เป็นช่างศิลป์ก็เพราะกรรม เป็นพ่อค้าก็เพราะกรรม เป็นผู้รับใช้ก็เพราะกรรม บุคคลแม้เป็นโจรก็เพราะกรรม เป็นทหาร อาชีพก็เพราะกรรม เป็นบุโรหิตก็เพราะกรรม แม้เป็นพระราชาก็เพราะกรรมทั้งนั้น” ซึ่งในการประกอบอาชีพทางพระพุทธศาสนานั้น พระพุทธองค์ได้ทรงตรัสแนะนำว่า “มีบางอาชีพที่ควรทำ และมีบางอาชีพที่ไม่ควรทำ เช่น การประกอบอาชีพค้าขายศัตรู การค้าขายเนื้อ การค้าขายของมีนเมา การค้าขายยาพิษ”^{๗๕} ดังนั้น เพื่อให้ความชัดเจนของประเภทอาชีพ ผู้วิจัยจึงได้แยกอาชีพที่กระทำทางกายไว้ ๒ ประเภท คือ

ประเภทที่ ๑ อาชีพที่ควรทำ และจัดเป็นสัมมาชีพ

เมื่อศึกษาถึงอาชีพของบุคคลที่ปรากฏในสมัยพุทธกาลนั้นมีปรากฏใน สามัญญผลสูตร ที่นิกาย สीलขันธวรรค โดยได้ระบุถึงอาชีพที่บุคคลต้องอาศัยศิลปะ จัดจัดเป็นการประกอบอาชีพทางกายเอาไว้จำนวน ๒๔ อาชีพ ประกอบด้วย “(๑) พลช้าง (๒) พลม้า (๓) พลรถ (๔) ผลธนู (๕) พนักงานเชิญธง (๖) พนักงานจัดกระบวนทัพ (๗) พวกจัดส่งเสบียง (๘) ราชินิกุลผู้ทรงเป็นนายทหารระดับสูง (๙) พลอาสา (๑๐) ขุนพล (๑๑) พลกล้า (๑๒) พลสวมเกราะ (๑๓) พวกทาสเรือนเบี้ย (๑๔) พวกทำขนม (๑๕) ช่างกลบ (๑๖) พนักงานเครื่องสรง (๑๗) พวกพ่อครัว (๑๘) ช่างดอกไม้ (๑๙) ช่างย้อม (๒๐) ช่างทูก (๒๑) ช่างจักรสาน (๒๒) ช่างกลบ (๒๓) นักคำนวณ และ (๒๔) นักบัญชี”^{๗๖} และได้ปรากฏชัดเจนว่า “อาชีพเหล่านี้จัดเป็นอาชีพอาศัยศิลปะ” ซึ่งต้องอาศัยฝีมือและการฝึกฝนกระทั่งเชี่ยวชาญ และในขณะเดียวกันในพระสูตรนี้ ยังได้แสดงไว้ว่า ยังมีอาชีพอื่นๆ ในสมัยพุทธกาลอีก หากแต่ต้องเป็นอาชีพที่ต้องอาศัยศิลปะว่า “หรืออาชีพที่อาศัยศิลปะอย่างอื่นทำนองนี้” และเมื่อกล่าวโดยระดับแล้ว “ในสมัยพุทธกาลนั้นมีการประกอบอาชีพ ๒ อย่างได้แก่ (๑) อาชีพชั้นต่ำ อาชีพ

^{๗๕} อัง.ฎีกา. (ไทย) ๒๒/๑๗๗/๒๑๑.

^{๗๖} ที.ส. (ไทย) ๙/๑๖๓ ๑๘๒/๕๒ ๖๑.

สามัญ เช่นอาชีพถากไม้ อาชีพเทษยะ และ (๒) อาชีพชั้นสูง เช่น อาชีพทำนา อาชีพค้าขาย อาชีพเลี้ยงโค”^{๗๗}

ประเภทที่ ๒ อาชีพที่ไม่ควรทำ และจัดเป็นมิจฉาชีพ

ในคัมภีร์ปัญจกนิกาย อังคุตตรนิกาย พบว่า ในพระพุทธศาสนาได้ระบุอาชีพที่บุคคลไม่ควรประกอบหรือควรเว้น เรียกว่า “มิจฉาณิชา คือ การเลี้ยงชีพในทางที่ผิด เพราะเป็นอาชีพที่ส่งเสริมการเบียดเบียนและการทำลายชีวิตผู้อื่น ซึ่งมี ๕ อาชีพ อันประกอบด้วย ๑) สัตถวนิชา การค้าขายศัตราันเป็นเครื่องประหาร เช่น หอก ดาบ ปืน ระเบิด เป็นต้น ๒) สัตตวนิชา การค้าขายสิ่งมีชีวิต ๓) มังสวนิชา การค้าขายสัตว์มีชีวิต ๔) มัชชวนิชา การค้าขายสิ่งมีน้ำเมา ๕) วิสวณิชา การค้าขายยาพิษ^{๗๘} ซึ่งอาชีพเหล่านี้จัดเป็นอาชีพที่ไม่ควรทำหรือเป็น “อาชีพวิบัติ” หรือเป็น “มิจฉาชีพ” และในสูตรสูตร ได้อธิบายถึงความเป็นเหตุและเป็นผลของมิจฉาอาชีวะ (เลี้ยงชีพผิด) และ สัมมาอาชีวะ (เลี้ยงชีพชอบ) ไว้ว่า “มิจฉาอาชีวะ (เลี้ยงชีพผิด) ของผู้มีสัมมาอาชีวะ ย่อมเสื่อมไป คือ บาปอกุศลธรรมเป็นอเนกของบุคคลที่เกิดเพราะมิจฉาอาชีวะเป็นปัจจัยย่อมเสื่อมไป และกุศลธรรมเป็นอเนกย่อมถึงความเจริญเต็มที่เพราะสัมมาอาชีวะเป็นปัจจัย” ในทางปฏิบัตินั้นอาชีพที่พระพุทธองค์ทรงอนุญาตที่จัดได้ว่าเป็น “สัมมาชีพ” นั้น ต้องเป็นไปตามหลักของอริยมรรคมีองค์แปดประการ

๒) สัมมาชีพทางวาจา

ตามหลักพระพุทธศาสนา การเลี้ยงชีพทางวาจาจัดเป็นกุศลกรรมและเป็นการดำเนินชีวิตที่เป็นสัมมาอาชีวะ โดยยึดหลักการคือ

๑) การไม่โกหกหลอกลวงเลี้ยงชีพ โดยดำเนินชีวิตอย่างมีสัจจะ รักษาความสัตย์

๒) การไม่พูดส่อเสียดเลี้ยงชีพ คือ การเว้นจากการใช้คำพูดยุยงให้คนอื่นแตกแยกกันหรือเข้าใจผิดกัน เพื่อผลประโยชน์ของตนเอง เพราะว่า “การพูดส่อเสียด เป็นหนทางนำไปสู่ทุกข์ การไม่พูดส่อเสียดจึงเป็นหนทางนำไปสู่ความเจริญ นำไปสู่สุคติ เมื่อละโลกนี้ไปแล้ว”^{๗๙}

๓) การไม่พูดคำหยาบเลี้ยงชีพ คำว่า คำหยาบนี้ ตรงกับคำภาษาบาลีว่า ผรุสวาจา ซึ่งแปลว่า “คำหยาบ, คำหยาบคาย, หมายถึง คำด่า, คำรุนแรง, คำโหดร้าย, คำกระด้าง, คำที่พูดขาดเมตตา หรือใช้คำว่า ผรุสวาทก็ได้” และ “พระพุทธเจ้าท่านทรงเห็นโทษของการพูดคำหยาบ ซึ่งเป็น

^{๗๗} สมิตธิพล เนตรนิมิต, **มิตติสังคมในพระสูตรตันตปิฎก**, (กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓), หน้า ๑๖๕.

^{๗๘} อัง.ปญจก. (ไทย) ๒๒/๑๗๗/๑๘๖.

^{๗๙} ที.ปา.๑๑/๓๕๙ ม.ม. ๑๒/๔๘๕.

ธรรมชาติที่ไม่ดี มีโทษสำหรับมนุษย์ เพราะการพูดคำหยาบ เป็นบ่อเกิดของการทะเลาะวิวาทกัน... เป็นหนทางนำไปสู่ความเสื่อมไปสู่ทุกขคติ” ดังนั้น “พฺรสุวจาณีนิจัง “เป็นวจีทุจริต คือเป็นคำชั่ว มีโทษร้ายแรง เทียบเท่ามธุสาหรือคำโกหก ท่านเปรียบเหมือนกับก้านบัวหลวงที่แยงเข้าไปในช่องหู ทำให้เกิดความระคายเคืองและเจ็บไม่น้อย” ซึ่งหากบุคคลละเว้นการเล็งชีฟด้วยการละเว้นการพูดที่เป็นคำหยาบได้ “ทั้งต่อหน้าและลับหลัง จึงเป็นคณทางนำไปสู่ความเจริญของคนในสังคม เป็นมงคลแก่ตนเอง การดำรงตนเองอยู่ในทางที่ดีที่ชอบ และกล่าววาจาที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่น เป็นพื้นฐานจริยธรรมที่ดีควรสนับสนุน

๔) การไม่พูดเพื่อเจ้อเลียงชีฟ คือ ให้เว้นจากการดำเนินชีวิตด้วยอาศัยวาจาที่ไร้สาระ ไร้แก่นสาระ ไม่เป็นธรรมะ และไม่ประกอบด้วยประโยชน์ เนื่องจากคำพูดที่เพื่อเจ้อนั้น ทำให้ผู้ฟังหลงผิด เข้าใจผิดได้ ซึ่งคำว่า พูดเพื่อเจ้อนี้จึงเป็น “วจีทุจริตคือความประพฤติชั่วทางวาจาอย่างหนึ่งใน ๔ อย่าง เพื่อเจ้อ คือ อាកการพูดพาลาม พูดพล่อย ๆ พูดไม่รู้จักจบ พูดเหลวไหลไร้สาระ พูดพาลามจนเสียประโยชน์ พูดไม่รู้จักเวลา พูดไม่ถูกกาลเทศะ พูดเกินจริง รวมถึงพูดเล่นต่าง ๆ พูดติดตลกคะนองต่าง ๆ แม้พูดเรื่องสาระเป็นประโยชน์ แต่พูดไม่ถูกกาลเทศะก็อนุโลมอยู่ในประเภทเพื่อเจ้อ” ดังนั้น พระพุทธเจ้าทรงเห็นโทษของการพูดเพื่อเจ้อ การพูดที่ไร้ประโยชน์ การพูดที่ไม่ถูกกาลเทศะเป็นสิ่งที่มิมีโทษมากสำหรับมนุษย์ เพราะการพูดเพื่อเจ้อ เป็นบ่อเกิดของการเบียดเบียนตัวเองและผู้อื่น ดังนั้น พระพุทธองค์จึงทรงตรัสว่า “บุคคลควรละเว้นจากการพูดเพื่อเจ้อ การพูดที่ได้ประโยชน์ การพูดที่ไม่ถูกกาลเทศะ

๕) การไม่ประจบเลียงชีฟ คือ เว้นจากการใช้วาจาประจบสอพลอผู้เพื่อเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง

๖) การไม่บังคับขู่เข็ญเลียงชีฟ วาจาอันยอมไม่เป็นไปเพื่อการข่มขู่หรือบังคับขู่เข็ญเพื่อแสวงหาผลประโยชน์จากบุคคลอื่นด้วยความไม่ชอบธรรม

๓) สัมมาชีพทางใจ

พระพุทธศาสนาเน้นเรื่องใจเป็นสำคัญที่สุดในการกระทำ สมดังพุทธพจน์ว่าธรรมทั้งหลาย มีใจเป็นหัวหน้า มีใจเป็นใหญ่ สำเร็จด้วยใจ ถ้าคนมีใจชั่ว ก็จะมีพูดชั่วหรือทำชั่วตามไปด้วย เพราะความความชั่วนั้น ทุกข์ย่อมติดตามเขาไป เหมือนล้อหมุนตามรอยเท้าโคที่ลากเกวียนไป ฉะนั้น^{๘๐}

^{๘๐} พ.ธ. (ไทย) ๒๕/๑/๒๓.

คำว่า ใจ ตรงกับภาษาบาลีว่า มโน ซึ่งแปลว่า “ใจ, ความคิด อยู่ในกลุ่มคำที่มีความหมายคล้ายกันคือ จิต มนัส เป็นอายตนะภายในอย่างสุดท้ายใน ๖ อย่างคือ ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ” ดังนั้น การที่บุคคลได้กระทำหรือแสดงออกด้วยเจตนาทางใจหรือทางมโนทวารจะเรียกกรรมนั้นว่า มโนกรรม ซึ่ง หมายถึง “การกระทำทางใจ คือ ทำกรรมด้วยการคิด ไม่ว่าจะทากรรมชั่วหรือกรรมดี จัดเป็นมโนกรรมเหมือนกัน” มโนกรรมทางดี หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า มโนสุจริต ซึ่งจัดเป็นสัมมาชีพทางใจ มี ๓ อย่าง คือ^{๘๑}

๑) อนภิชชา ไม่โลภอยากได้ของเขา

๒) อพยาบาท ไม่พยาบาทร้ายเขา

๓) สัมมาทิฐิ เห็นชอบตามคลองธรรม

ดังนั้น คำสอนที่สอนเรื่องอาชีพดังที่มีปรากฏในพระไตรปิฎกมีอยู่อีกหลายคำ เช่น อาชีวิวัติ หรือ ความวิบัติแห่งอาชีพ อาชีวะสัมปทา หรือความถึงพร้อมด้วยอาชีพ อาชีวะปริสุทธิ หรือ การเลี้ยงชีพที่บริสุทธิ์ อาชีพที่ไม่เป็นไปเพื่อความดับทุกข์หรือการเบียดเบียนบุคคลอื่น และเบียดเบียนธรรมชาติสิ่งแวดล้อมให้สูญเสียความสมดุล จนกลายเป็นปัญหาของสังคมในที่สุด

๒.๔ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสัมมาชีพชุมชน

๒.๔.๑ ความหมายของสัมมาชีพชุมชน

แนวคิดใหม่ในการพัฒนาประเทศโดยการสร้างสัมมาชีพ ได้มีการนิยามความหมายของ “สัมมาชีพ” ว่าหมายถึง อาชีพที่ไม่เบียดเบียนตัวเอง ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และมีรายจ่ายน้อยกว่ารายได้ นอกจากนี้ พระครูสังฆรักษ์ทรงพรณ ชยทตโต ได้กล่าวถึงสัมมาชีพชุมชน ไว้ว่าเป็นแนวคิดใหม่ในการพัฒนาประเทศในมิติด้านเศรษฐกิจโดยการสร้างอาชีพที่ไม่เบียดเบียนตัวเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อมให้มีรายจ่ายน้อยกว่ารายได้ ทั้งนี้ต้องสอดคล้องกับวิถีของชุมชนเพื่อความมุ่งหมายในการสร้างระบบเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน นอกจากนี้ กรมการพัฒนาชุมชน (๒๕๖๐) กล่าวว่า สัมมาชีพชุมชน คือ การพัฒนาเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก คือ “รายได้” ทำให้ประชาชนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น มีความมั่นคงและยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขด้วยการสร้างอาชีพ ผ่านกระบวนการ “สร้างสัมมาชีพชุมชน” ขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างเป็นกระบวนการ ภายใต้แนวคิด “ชาวบ้านสอนชาวบ้าน” สอนอาชีพที่เขาต้องการอยากทำประกอบ การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทาง ที่เริ่มต้นด้วยการพัฒนาทักษะการถ่ายทอดองค์ความรู้

^{๘๑} อด.ติก. (ไทย) ๒๐/๑๒๐/๓๖๕.

ให้กับปราชญ์ชุมชนด้านอาชีพ จากนั้นกลับไปสร้างทีมและจัดการฝึกอบรมอาชีพให้กับครัวเรือนที่ต้องการฝึกอาชีพในหมู่บ้านเป้าหมาย ตลอดจนติดตาม สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ครัวเรือนที่เข้ารับการฝึกอาชีพมีความรู้และปฏิบัติอาชีพได้จริง จนพัฒนาเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับครัวเรือนได้อย่างมั่นคง สรุปได้ว่า สัมมาชีพชุมชนคือ การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยการสร้างอาชีพให้ครัวเรือนในชุมชน ซึ่งยึดหลักสัมมาชีพ คือ การประกอบอาชีพที่ไม่เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม และมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อแก้ปัญหาและยกระดับรายได้ของประชาชนให้ดีขึ้น มีความมั่นคงและยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข^{๔๒}

๒.๔.๒ กรอบแนวคิดที่สำคัญของสัมมาชีพชุมชน

กรอบแนวคิดที่สำคัญในการพัฒนาระบบสัมมาชีพชุมชนรวม ๕ ฐานคิด คือ ฐานคิดที่ ๑ การพัฒนาร่วมกันโดยยึดพื้นที่เป็นตัวตั้ง (Area Based Collaborative Development) มุ่งเน้นให้เกิดการร่วมกลุ่มกันของ องค์กร เครือข่าย ที่มีเป้าหมายในการหนุนเสริมการทำงานของชุมชน โดยยึดทุนและการตัดสินใจในพื้นที่เป็นหลัก ฐานคิดที่ ๒ ประกอบธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ที่หมายถึงการดำเนินธุรกิจที่มีได้แสวงกำไรเพียงอย่างเดียว แต่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (CSR) คือ การทำให้ธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Economic-Social-Environment): ESE) มีสมดุล อยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน มีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ในการบริหารกิจการให้มีผลกำไร เป็นที่ยอมรับของสาธารณชน รวมถึงสามารถขยายกิจการให้เจริญเติบโตในสังคมและชุมชนที่ธุรกิจดำเนินอยู่ในระยะยาว มุ่งไปสู่ “ความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจสู่ความยั่งยืนของการพัฒนา” (Sustainable Business in Sustainable Development) ในที่สุด ฐานคิดที่ ๓ ร่วมทำงานแบบภาคียุทธศาสตร์ (Strategic Partner) ที่มีการทำงานบนหลักการ “ความร่วมมือ” ของกลุ่มที่มีใจและให้การสนับสนุน เป็นกลุ่มที่มีส่วนช่วยคิด ช่วยฝัน ร่วมกันวางยุทธศาสตร์การทำงาน เป็นคน กลุ่มคนหรือองค์กรที่อยากมี ฝันหรือวิสัยทัศน์เดียวกัน เป็นภาคีที่มีใจและให้การสนับสนุนงบประมาณ แนวคิด นโยบายหรือเป็นที่ปรึกษาบางครั้ง คอยช่วยเหลืออยู่ห่าง ๆ เป็นภาคีที่ช่วยคิด ช่วยฝัน ร่วมวางแผนกลยุทธ์ เพื่อที่จะส่งเสริมและสนับสนุนชุมชนเป้าหมายให้ บรรลุพันธกิจ หรือวิสัยทัศน์ ฐานคิดที่ ๔ การใช้กระบวนการการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติ (Interactive Learning through action) มุ่งเน้นการพัฒนาที่ใช้กระบวนการเรียนรู้จากปฏิบัติจริงในชุมชน มีการทอดบทเรียนและยกระดับ ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ฐานคิดที่ ๕ มุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่มีดุลยภาพทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เกื้อกูล และไม่เกิดความขัดแย้งซึ่งกันและกัน มีการพัฒนาเศรษฐกิจให้ขยายตัวอย่างมีคุณภาพ และแข่งขันได้โดยคำนึงถึง ขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่สามารถสงวนรักษาไว้ใช้ประโยชน์ได้อย่างยาวนาน ใช้ทรัพยากร ทุกชนิดอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยไม่มีผลเสียต่อความต้องการของคนทั้งในปัจจุบันและใน

^{๔๒} กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สถาบันการพัฒนาชุมชน, ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการสำเร็จการขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน, รายงานการวิจัย, กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒, หน้า ๑๑.

อนาคต^{๘๓} แนวคิดดังกล่าวขยายผลไปสู่ แนวทางการสร้างสัมมาชีพชุมชน ที่มุ่งแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับปากท้องของประชาชนในระดับล่างที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศโดยมีแผนงานที่สำคัญ คือ แผนงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก มีกรมการพัฒนาชุมชนเป็นหน่วยงานหลักบูรณาการไปสู่การปฏิบัติและชุมชนเข้มแข็งมุ่งผลให้ “เศรษฐกิจครัวเรือนมีความมั่นคง ประชาชน ใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนอย่างมีความสุข”^{๘๔}

๒.๔.๓ กรอบแนวคิดระบบสัมมาชีพ

จากฐานคิดพื้นฐานในการออกแบบระบบสัมมาชีพชุมชนทั้ง ๕ ฐานคิดข้างต้น จะเห็นได้ว่า มีความจำเป็นที่จะต้องมียกลไกหนึ่งที่ทำหน้าที่ในการสานพลัง (Synergy) องค์การภาคต่าง ๆ ให้เข้ามาทำงานร่วมกันแบบภาคียุทธศาสตร์ (Strategic Partner) โดยเฉพาะกับองค์กรภาคธุรกิจ ที่ปัจจุบันมีการดำเนินการบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) เข้ามาทำงานร่วมกันโดยยึดพื้นที่เป็นตัวตั้ง (Area Based Collaborative Development) และใช้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติ (Interactive learning through action) เป็นเครื่องมือ ซึ่งกระบวนการพัฒนาตามแนวทางนี้ จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นการพัฒนาที่มีดุลยภาพทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม เกื้อกูลและไม่เกิดความขัดแย้งกัน อันเป็นภาพที่พึงประสงค์ของทุกฝ่ายในที่สุด^{๘๕}

๒.๔.๔ ความสำคัญของการสร้างสัมมาชีพชุมชน

นพ.ประเวศ วะสี ได้ชี้ให้เห็นว่า ในปัจจุบันประเทศไทยเกิดความเหลื่อมล้ำมหาศาล ส่งผลต่อปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองอย่างแก้ไขไม่ตก จึงเสนอให้หันกลับมาเข้าใจ “ภูมิสังคม” ของประเทศไทยและพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานทรัพยากรและฐานวัฒนธรรมของเรา “จะหายจนประเทศและอาจถึงกับรวบแบบไม่รู้โรยก็ยังมี โดยได้เสนอยุทธศาสตร์ ๓ ประการเพื่อแก้วิกฤตเศรษฐกิจ คือ (๑) ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจติดแผ่นดิน (๒) ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจวัฒนธรรม และ (๓) ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี สำหรับยุทธศาสตร์เศรษฐกิจติดแผ่นดิน นพ.ประเวศ วะสี ได้ให้ความหมายของคำว่า “เศรษฐกิจติดแผ่นดิน” ว่า หมายถึง การสร้างสัมมาชีพเต็มพื้นที่ของคนทั้งแผ่นดินโดยเน้นที่เศรษฐกิจทรัพยากรขอแผ่นดิน” และยังได้อธิบายต่อว่า การมีเป้าหมาย

^{๘๓} สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, สภาปฏิรูปแห่งชาติ วาระปฏิรูปที่ ๒๘ : การปฏิรูประบบเพื่อสร้างเสริมชุมชนเข้มแข็ง: แผนปฏิรูปสัมมาชีพชุมชน, กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, หน้า ๑๒-๑๓.

^{๘๔} กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, แนวทางการสร้างสัมมาชีพชุมชน, (กรุงเทพฯ : บริษัท บีทีเอส เพอร์สจังก์ต, ๒๕๖๑), หน้า ๑.

^{๘๕} กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, แนวทางการสร้างสัมมาชีพชุมชน, หน้า ๑๓.

สัมมาชีพเต็มพื้นที่กับเป้าหมายจีดีพีอย่างเดียวนั้นต่างกัน เพราะสัมมาชีพนั้น หมายถึง อาชีพที่ไม่เบียดเบียนตน ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม และมีรายจ่ายน้อยกว่ารายได้ สัมมาชีพจึงเป็นทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมสิ่งแวดล้อม และศีลธรรมพร้อมกันไป การมีสัมมาชีพเต็มพื้นที่ที่เป็นปัจจัยให้เกิดความร่มเย็นเป็นสุขและศีลธรรมและเมื่อคนทั้งประเทศหายจนจะมีอำนาจซื้อมากจะทำให้เศรษฐกิจข้างบนตั้งอยู่บนฐานที่มั่นคง ไม่ใช่พึ่งแต่การส่งออกเป็นสำคัญ ซึ่งผันผวน และวิกฤตได้ง่ายตามเศรษฐกิจโลก

ดังนั้น “อาชีพในปัจจุบันมีความจำเป็นต้องมีจริยธรรมควบคุมเป็นอย่างยิ่ง เพราะมีการประกอบอาชีพ เพื่อหาผลกำไรและมีการรวมกลุ่มกันเพื่อรักษาผลประโยชน์ของคนภายในกลุ่มแล้ว อาชีพบางอาชีพมีความจำเป็นสำหรับชีวิตและความเป็นอยู่ของคนภายในสังคมอย่างมาก ถ้าหากอาชีพบริการต่าง ๆ ไม่มีจริยธรรมหรือจรรยาบรรณควบคุมแล้ว คนส่วนใหญ่ในสังคมก็จะถูกเอาเปรียบ และเมื่อถูกคนส่วนน้อยในสังคมเอาเปรียบมาก ๆ อาจทำให้เกิดการใช้กฎหมายขึ้นได้ แล้วคนในสังคมก็จะเกิดความวุ่นวายในที่สุดความรุนแรงในสังคมก็จะเกิดขึ้น”^{๘๖} ดังนั้น “ชุมชนที่ประกอบอาชีพโดยชอบซึ่งมีรายได้มากกว่ารายจ่าย โดยการลดการเบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ต้องมีความสอดคล้องกับวิถีของชุมชน เพื่อความมุ่งหมายในการสร้างระบบเศรษฐกิจชุมชน”^{๘๗} และ“แนวทางใหม่ของการพัฒนาประเทศ คือ การสร้างสัมมาชีพเต็มพื้นที่ ทุกภาคส่วนของสังคมควรมุ่งสร้างสัมมาชีพให้เต็มพื้นที่”^{๘๘}

๒.๔.๕ เหตุผลความจำเป็นในการมีกลไกส่งเสริมสัมมาชีพชุมชน

สภาพัฒน์แห่งชาติ ได้ทำการสรุปเหตุผลความจำเป็นในการมีสถาบันซึ่งเป็นกลไกที่ส่งเสริมสัมมาชีพชุมชน ไว้ ๔ ประการด้วยกัน คือ

(๑) เป็นที่ยอมรับกันจากทุกฝ่ายว่า ชุมชนเป็นฐานการผลิตภาคครัวเรือนที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจมหภาคของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจกรรมการทางเศรษฐกิจ ภาคการเกษตร วิสาหกิจชุมชน และภาคบริการที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนมาช้านานในรูปแบบของการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อประกอบอาชีพ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมมูล ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรบุคคล ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น อันเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาชน และ

^{๘๖} พระweinทร์ เweinโท. พุทธจริยศาสตร์ จริยศาสตร์ และจริยธรรม, หน้า ๖๗.

^{๘๗} สถาบันการพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน, คู่มือวิทยากรผู้นำสัมมาชีพ, (กรุงเทพฯ: สถาบันการพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน, ๒๕๕๐), หน้า ๗.

^{๘๘} ประเวศ วะสี, แนวทางใหม่ในการพัฒนาประเทศ สร้างสัมมาชีพเต็มพื้นที่, หน้า ๒๕.

ชุมชนให้สามารถจัดการตนเองภายในชุมชนได้อย่างสมดุล และยั่งยืน แต่เนื่องจากปัจจุบันเกิดความเหลื่อมล้ำในทางเศรษฐกิจและสังคม จึงทำให้ประชาชนที่ประกอบสัมมาชีพในชุมชนพึ่งพิงระบบเศรษฐกิจจากภาคแรงงานและภาคอุตสาหกรรมเป็นหลัก เนื่องจากขาดการส่งเสริมสนับสนุนและให้การช่วยเหลือในด้านประกอบอาชีพที่เป็นระบบ จึงเป็นเหตุให้เกิดการย้ายถิ่น เพื่อมาประกอบอาชีพในเมืองหลวง จนส่อเสี่ยงกับสภาวะการณ์ล่มสลายของชุมชนโดยเฉพาะมิติด้านเศรษฐกิจ ดังนั้น จึงถือเป็นภารกิจเร่งด่วนที่จะต้องมุ่งเน้นการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนโดยเฉพาะมิติด้านเศรษฐกิจ เพื่อให้ชุมชนสามารถเป็นฐานในการสร้างอาชีพ และรายได้เลี้ยงดูประชาชนในชุมชนบนแนวทางสัมมาชีพ ซึ่งเป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับแนวคิดในร่างรัฐธรรมนูญ มาตรา ๒๙๕ ที่ให้มีการปฏิรูปด้านสังคมประการหนึ่งโดยให้มีการ “ปฏิรูปกฎหมาย กฎ และกติกาต่าง ๆ ที่จะช่วยเสริมสร้างให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง มีสิทธิที่จะดูแลและจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และทุนชุมชนต่าง ๆ จัดทำบริการสาธารณะและจัดสวัสดิการให้แก่คนในชุมชน โดยประสานความร่วมมือกับองค์กรบริหารท้องถิ่น และองค์กรภาคเอกชน

(๒) ในการพัฒนาระบบสัมมาชีพชุมชน จำเป็นที่จะต้องมียกลไกหนึ่งที่ทำหน้าที่ในการสานพลัง (Synergy) องค์กรภาคีต่าง ๆ ให้เข้ามาทำงานร่วมกันแบบภาคียุทธศาสตร์ (Strategic Partner) โดยเฉพาะกับองค์กรภาคธุรกิจ ที่ปัจจุบันมีการดำเนินการบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CRS) เข้ามาทำงานร่วมกันโดยยึดพื้นที่เป็นตัวตั้ง (Area Based Collaborative Development) และใช้กระบวนการการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติ (Interactive learning through action) เป็นเครื่องมือซึ่งกระบวนการพัฒนาตามแนวทางนี้จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นการพัฒนาที่มีคุณภาพทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เกื้อกูลและไม่เกิดความขัดแย้งซึ่งกันและกัน อันเป็นภาพที่พึงประสงค์ของทุกฝ่ายนั้น กลไกดังกล่าวนี้ ในปัจจุบันยังไม่มีองค์กรรัฐใดที่ทำหน้าที่ดังกล่าว จึงเห็นสมควรจัดตั้งสถาบันส่งเสริมสัมมาชีพชุมชน (องค์การมหาชน) ให้เป็นกลไกที่ทำหน้าที่ดังกล่าว

(๓) หากวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของกลไกส่งเสริมสัมมาชีพชุมชน ตามเหตุผลข้อ ๒ จะเห็นว่าเป็นกลไกที่จะต้องใช้บุคลากรในการทำงานที่มีความสามารถหลากหลาย (Multi Skills) เพราะมีบทบาทหน้าที่ที่หลากหลาย (Multi Tasks) โดยเฉพาะความสามารถในการเชื่อมโยงกับองค์กรภาคธุรกิจทุกระดับให้เข้ามาร่วมเป็นองค์กรภาคียุทธศาสตร์ เพื่อร่วมกันลงไปหนุนเสริมการทำงานในชุมชน จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ต้องมียกลไกนี้เป็นกลไกในการทำงาน

(๔) อย่างไรก็ตาม การทำงานในลักษณะนี้ มิใช่เป็นการทำงานที่ต้องไปเริ่มใหม่ แต่สามารถดำเนินการในลักษณะการต่อยอดฐานทุนที่องค์กรอื่น ๆ ทำงานอยู่เดิมแล้ว อาทิ การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ของกรมส่งเสริม

การเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น โดยกลไกส่งเสริมสัมมาชีพชุมชน (องค์กรมหาชน) จะต่อยอดโดยการทำหน้าที่สานพลังองค์กรภาคธุรกิจ ที่มีความประสงค์ในการหนุนเสริมชุมชนดังกล่าวให้ลงไปทำงานด้วยกัน เป็นต้น

สรุปแนวคิดพื้นฐานในการออกแบบระบบสัมมาชีพชุมชน ประเด็นแรก กรอบแนวคิดที่สำคัญของสัมมาชีพชุมชน ๕ ประการ คือ ยึดพื้นที่เป็นตัวตั้ง รับผิดชอบต่อสังคม ทำงานแบบภาคี ยุทธศาสตร์ ใช้กระบวนการการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติ มุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืน ประเด็นที่สอง กรอบแนวคิดระบบสัมมาชีพ การสานพลังองค์กรภาคต่าง ๆ ให้เข้ามาทำงานร่วมกันแบบภาคี ยุทธศาสตร์ ดำเนินการบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม ทำงานร่วมกันโดยยึดพื้นที่เป็นตัวตั้ง และใช้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติเป็นเครื่องมือ นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาที่มีคุณภาพทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เกื้อกูลและไม่เกิดความขัดแย้งกันและกัน ประเด็นที่สาม ความสำคัญของการสร้างสัมมาชีพชุมชนสรุปตามทรรศนะของ นพ.ประเวศ วะสี ที่ว่า ชุมชนประกอบอาชีพโดยชอบ มีรายได้มากกว่ารายจ่าย ลดการเบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม มีความสอดคล้องกับวิถีของชุมชน เพื่อความมุ่งหมายในการสร้างระบบเศรษฐกิจชุมชน แนวทางใหม่ของการพัฒนาประเทศ คือ ทุกภาคส่วนของสังคมควรมุ่งสร้างสัมมาชีพให้เต็มพื้นที่ ประเด็นที่สี่ เหตุผลความจำเป็นในการมีกลไกส่งเสริมสัมมาชีพชุมชน (๑) ชุมชนเป็นฐานการผลิตภาคครัวเรือนที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจมหภาคของประเทศ รวมถึงมีทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรบุคคลตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น อันเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาชน และชุมชนให้สามารถจัดการตนเองภายในชุมชนได้อย่างสมดุล และยั่งยืน (๒) การพัฒนาระบบสัมมาชีพชุมชน จำเป็นที่จะต้องมีกลไกหนึ่งที่ทำหน้าที่ในการสานพลัง องค์กรภาคีต่าง ๆ ให้เข้ามาทำงานร่วมกันแบบภาคียุทธศาสตร์ องค์กรภาคธุรกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม (๓) จะต้องใช้บุคลากรในการทำงานที่มีความสามารถบทบาทหน้าที่ที่หลากหลาย (๔) การต่อยอดฐานทุนที่องค์กรอื่น ๆ เช่น สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ฯลฯ ที่มีความประสงค์ในการหนุนเสริมชุมชนดังกล่าวให้ลงไปทำงานด้วยกัน^{๘๙}

^{๘๙} บรรจง โสตาดี และคณะ, สัมมาชีพ : แนวคิดและกระบวนการเสริมสร้างความสุจริตและความรับผิดชอบต่อประกอบอาชีพของประชาชนในจังหวัดสุรินทร์, รายงานการวิจัย, สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, หน้า ๒๕-๒๖.

๒.๕ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สัก

๒.๕.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของผลิตภัณฑ์ไม้สัก

ความเป็นมาของไม้สักในประเทศไทยสัก (Teak) ในประเทศไทยมีเพียงชนิดเดียว แต่อาจมีชื่อเรียกอื่นๆ เช่น สักทอง สักหิน สักชีควาย ตามลักษณะเนื้อไม้ หรือสีที่ แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นผลจากปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันเช่น ปริมาณน้ำฝน ชนิดดิน และแร่ธาตุ หรือลักษณะทางพันธุกรรม โดยทั่วไปสักมีการกระจายพันธุ์ตามธรรมชาติในป่าเบญจพรรณ บริเวณภาคเหนือ และภาคกลางตอนบนของ ประเทศ สักเป็นไม้ที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ในอดีตเป็นสินค้าส่งออกที่นารายได้หลัก สู่ประเทศไทยรองจากข้าว ปัจจุบันประเทศไทยขาดแคลนไม้สักใช้ในอุตสาหกรรม ต้องนำเข้าไม้สักจากประเทศเพื่อนบ้าน สักจากป่าธรรมชาติมีปริมาณลดน้อยลง และราคาสูงขึ้น ตั้งแต่ ๒๕,๐๐๐ - ๖๐,๐๐๐ บาทต่อลูกบาศก์เมตร ขึ้นอยู่กับคุณภาพ ของไม้ ขนาดความโตและอายุ ปัจจุบันมีแนวโน้มการใช้ไม้สักจากสวนป่าเพิ่ม มากขึ้น ในอดีตได้กำหนดรอบตัดฟันไม้สักไว้ที่อายุ ๖๐ ปี ภายหลังกรมป่าไม้ได้ มีการเปลี่ยนแปลง กำหนดรอบตัดฟันที่อายุ ๓๐ ปี กำหนดรอบตัดฟันสัก อำนาจ (๒๕๓๕) กล่าวว่า กรมป่าไม้กำหนดรอบหมุนเวียน (rotation) ไม้สักสวนป่าไว้ ๖๐ ปี นั้นนานเกินไป เป็นการสูญเสียโอกาส เสียเวลา และสูญเสียค่าทางเศรษฐกิจ ด้วยไม้สักอายุ ๔๐ ปี มีความโต (ขนาดเส้นรอบวงที่ระดับ ๑.๓๐ เมตร จากพื้นดิน) ได้ ๒๐๕ เซนติเมตร ก็แสดงว่าไม้สักมีอัตราความโตเฉลี่ยปีละ ๕.๑ เซนติเมตร ซึ่งเป็นไม้ที่โตเร็วพอสมควรและจะใช้เวลาเพียง ๓๗ ปี ก็จะโตถึงขนาดจำกัด คือ ๑๙๐ เซนติเมตร ทั้งนี้เป็นการปลูกแบบธรรมชาติไม่มีการให้น้ำปุ๋ยแต่ประการใด แต่มีการกำจัดวัชพืช และตัดขยายระยะตามปกติเท่านั้น สิ่งเหล่านี้เป็นหลักฐานในการพิสูจน์ว่าเราสามารถลดรอบหมุนเวียนของไม้สักที่ปลูกลงได้อีก เมื่อมีการปฏิบัติต่อสวนสักที่ปลูกโดยใช้หลักวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีใหม่เข้ามาช่วย หากได้มีการบำรุงรักษาอย่างดีให้น้ำให้ปุ๋ยตามแบบ การปลูกต้นไม้เพื่อหวังผลทางเศรษฐกิจ ไม้สักก็จะกลายเป็นต้นไม้ประเภทที่โตเร็ว มากชนิดหนึ่ง เช่นในบางประเทศในทวีปอเมริกาใต้ เช่น เปรู บราซิล ได้มีการปลูกไม้สักเชิงเศรษฐกิจและกำหนดรอบหมุนเวียนการตัดฟันไว้เพียง ๑๒ - ๑๕ ปี เท่านั้น ดังนั้น การปลูกไม้สักในประเทศไทย โดยกำหนดรอบตัดฟันสั้นๆ ไม่เกิน ๑๕ ปี จึงมีโอกาเป็นไปได้มาก ในปี พ.ศ. ๒๕๓๗ รัฐบาลโดยกรมป่าไม้ได้ส่งเสริมให้ภาคเอกชนปลูกสวนป่าเพื่อการค้า ซึ่งสักเป็นพันธุ์ไม้ที่ ประชาชนนิยมปลูกกันมากที่สุดมีการปลูกกระจายอยู่ทั่วประเทศปัจจุบันมี ผลผลิตไม้สักจากสวนป่าเอกชนแล้วซึ่งการดำเนินงานปลูกสวนป่าของภาคเอกชนที่

ผ่านมาประสบปัญหาต่างๆ ที่ให้เกษตรกรยกเลิกการปลูกลูก และเปลี่ยนไปปลูกพืชชนิดอื่นแทน ซึ่งปัญหาในการปลูกลูกของภาคเอกชน ได้แก่^{๙๐}

(๑) สักเติบโตไม่ดี หรือเติบโตช้า แคระแกร็น เนื่องจากการปลูกในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสม เช่น ปลูกในที่นา พื้นที่น้ำท่วมขัง หรือบนดินลูกรัง เป็นต้น

(๒) การใช้กล้าไม้ที่ไม่มีคุณภาพ หรือไม่ได้คัดเลือกจากแม่ไม้พันธุ์ดี

(๓) การปลูกลูกด้วยระยะปลูก หรือระยะห่างระหว่างต้นที่ชิดเกินไป คือ ระยะ ๒ x ๒ เมตร เป็นต้น

(๔) การจัดการไม่ดี ไม่มีการตัดขยายระยะ ปลอ่ยให้สักขึ้นหนาแน่นเกินไป ทำให้ต้นมีขนาดเล็ก ไม่โต

(๕) ขาดเงินทุนหมุนเวียน

(๖) มีที่ดินจำกัด หรือไม่สามารถรอให้ต้นไม้โตเนื่องจากไม่มีรายได้ หรือ ต้องการปลูกพืชอื่นที่ผลตอบแทนดีกว่า

สำหรับเกษตรกรที่ยังปลูกลูกต่อเนื่องอยู่มีเหตุผลหรือปัจจัยเกี่ยวข้อง ดังนี้

๑. ผู้ปลูกมีที่ดินว่างเปล่า ไม่ได้ใช้ประโยชน์ หรือมีที่ดินเหลือเพียงพอ ในการปลูกลูกสวนป่า

๒. ผู้ปลูก มีการจัดการสวนป่าดี เติบโตดี มีการตัดขยายระยะ

๓. พื้นที่มีความเหมาะสมต่อการเติบโตของสัก

๔. มีเงินทุน หรือมีรายได้จากอาชีพอื่น ระหว่างรอให้ต้นไม้โต

๕. ต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ต้องการรักษาสัตว์แวดล้อม

การปลูกลูกมีวิธีปลูกและจัดการแตกต่างจากการทำการเกษตร หรือการทำสวนผลไม้ คือ ต้องการผลผลิตด้านเนื้อไม้โดยราคาไม้ขึ้นกับคุณภาพขนาดและอายุของต้นไม้ ดังนั้น การปลูกลูกให้ประสบผลสำเร็จจำเป็นต้องคำนึงถึง ความเหมาะสมของพื้นที่ การจัดการ รูปแบบการปลูก ขนาดของ

^{๙๐} มณฑิตา พราหมณ์โชติ, ศึกษาและพัฒนาเฟอร์นิเจอร์กลุ่มผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักทอง ตำบลห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี, **ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, ๒๕๖๐,** หน้า ๑๑-๑๓.

พื้นที่ ค่าใช้จ่าย ในการลงทุน และควรวางแผนการปลูกให้เป็นระบบรอบหมื่นเวียน เพื่อให้ตัดไม้ ในพื้นที่ได้อย่างต่อเนื่อง

๒.๕.๒ ลักษณะทั่วไปของไม้สักในประเทศไทย

ไม้สัก เป็นไม้ผลัดใบขนาดใหญ่ มีลำต้นเปลาตรง โคนต้นเป็นพูพอนเล็กน้อย กิ่งอ่อนเป็นรูปเหลี่ยม เรือนยอดเป็นทรงพุ่มทรงกลมค่อนข้างทึบ ลำต้นมีความสูง ตั้งแต่ ๒๐ เมตร ขึ้นไปลำต้นเปลือกหนา สีเทา หรือน้ำตาลอ่อนแกมเทา เรียบหรือแตกเป็นร่องเล็กๆตามความยาวของลำต้น ลักษณะเนื้อไม้สักจะมีสีน้ำตาลทอง (เรียกว่าสักทอง) ถึงสีน้ำตาลแก่ และมักจะมีเส้นสีน้ำตาลแก่แทรก (เรียกว่าสักทองลายดา) เนื้อไม้มีเส้นตรงเนื้อหยาบ แข็งปานกลาง เลื่อยไสกบตกแต่งง่ายไม่ค่อยยืดหดหรือบิดงอคล้ายไม้ชนิดอื่นใบ เป็นแบบใบเดี่ยว แตกออกจากกิ่งเป็นคู่ ๆ ตรงข้ามกัน แต่ละคู่ตั้งฉากสลับกันไปตามความยาวของกิ่ง (Opposite decussate) รูปใบเป็นรูปรี (Elliptic) หรือรูปไข่กลับ (Obovate) ใบยาว ๓๐-๖๐ เซนติเมตร พื้นใบด้านบนและด้านล่างสากมือ ท้องใบ สีเขียว ที่ท้องใบของใบอ่อนเมื่อขยี้แล้วจะมีสีแดงคล้ายเลือด ใบสักจะร่วงผลัดใบในฤดูแล้งประมาณเดือนพฤศจิกายน-มกราคม และจะแตกใบใหม่ประมาณเดือนเมษายน-มิถุนายน ดอก เป็นดอกสมบูรณ์เพศ คือมีทั้งเกสรตัวผู้และตัวเมียในดอกเดียวกัน มีขนาดเล็กกลีบดอกสีขาวนวล ออกเป็นช่อขนาดใหญ่บริเวณปลายกิ่ง สักจะออกช่อดอกช่อแรกที่ปลายยอดสุดของแกนลำต้นก่อนกิ่งอื่นๆ ต่อไปจึงจะเกิดดอกที่ปลายยอดของกิ่งดอกบานเพียง ๑ วัน หลังจากนั้นดอกที่ได้รับการผสมแล้วก็จะเปลี่ยนแปลงเป็นผลต่อไปในช่วงเดือนกรกฎาคม-ตุลาคม ผลและเมล็ด เป็นรูปร่างค่อนข้างกลมขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง ๑-๒ เซนติเมตร ผลหนึ่งๆ จะมีเมล็ด ๑-๔ เมล็ด โดยทั่วไปมักจะเรียกผลสักว่า “เมล็ดสัก” ซึ่งเมื่อแก่จัดจะเป็นสีน้ำตาล ผลเริ่มแก่ในเดือนพฤศจิกายน-มกราคม มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง ๐.๕-๒.๐ เซนติเมตร เมล็ด มีลักษณะเป็นรูปทรงไข่ ขนาดยาวประมาณ ๐.๖ เซนติเมตร และกว้างประมาณ ๐.๔ เซนติเมตร เรียงไปทางแนวตั้งของผลสัก แต่ละเมล็ดจะถูกห่อหุ้มด้วยเปลือกหุ้มเมล็ดที่มีลักษณะบางๆในด้านการใช้ประโยชน์ไม้สัก ได้มีการแบ่งคุณลักษณะของไม้สัก โดยพิจารณาจากสีของเนื้อไม้ การตกแต่ง ความแข็ง ความเหนียวของเนื้อไม้ออกเป็น ๕ ชนิด คือ

๑. สักทอง เนื้อไม้เป็นสีน้ำตาลทอง เส้นตรงตกแต่งง่าย
๒. สักหิน เนื้อไม้สีน้ำตาลหรือสีจาง ตกแต่งง่าย
๓. สักหยวก เนื้อไม้สีน้ำตาลอ่อนหรือสีจาง ตกแต่งง่าย
๔. สักไข่ เนื้อไม้สีน้ำตาลเข้มปนเหลือง มีไขปนยากแก่การตกแต่งและทาสี

๕. สักขี้ควาย เนื้อไม้สีเขียวปนน้ำตาล น้ำตาลดำดูเป็นสีเลอะๆ ซึ่งลักษณะความแตกต่างของเนื้อไม้ดังกล่าวนี้ เป็นเพียงประสบการณ์ของผู้ทำไม้เท่านั้นยังไม่อาจพิสูจน์ได้ว่ามีผลมาจากพันธุ์กรรม หรือเกิดจากสภาพแวดล้อมที่มันขึ้นอยู่ เช่น ชนิดของป่า ดิน หิน ปริมาณน้ำฝน ฯลฯ

๒.๕.๓ ผลิตภัณฑ์จากไม้สัก

ไม้สักเป็นไม้ที่มีชื่อเสียงรู้จักกันแพร่หลายทั่วโลก เนื่องจากเป็นไม้ที่มีความแข็งแรง เนื้อไม้มีลวดลายที่สวยงาม มีความทนทานตามธรรมชาติ และที่สำคัญก็คือ ไม้สักมีความทนทานต่อปลวก เชื้อรา และเห็ดต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ไม้สักสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง เช่น ใช้ในการสร้างบ้าน ทำเฟอร์นิเจอร์และแกะสลัก เป็นต้น จึงทำให้ไม้สักเป็นที่นิยมใช้ ในอดีตไม้สักค่อนข้างจะหายากและราคาไม่แพง ชาวบ้านทั่วไปสามารถนำไม้สักสร้างบ้านได้ทั้งหลัง ปัจจุบันไม้สักในป่าธรรมชาติกำลังจะหมดไป เพราะมีการลักลอบตัดไม้สักเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ไม้สักที่นำมาใช้ประโยชน์ในปัจจุบันส่วนใหญ่จึงเป็นไม้สักจากสวนป่าขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) และสวนป่าของเอกชน ถึงแม้ว่าไม้สักจากสวนป่าอาจจะไม่มีลวดลายที่สวยงามเท่ากับไม้สักตามธรรมชาติ แต่ก็มีแข็งแรงทนทานเหมือนกัน และสามารถใช้ทดแทนไม้สักตามธรรมชาติได้ ไม้สักเป็นไม้เศรษฐกิจที่มีความสำคัญของจังหวัดแพร่มาเป็นระยะเวลายาวนานเนื่องจากจังหวัดแพร่มีไม้สักขึ้นอยู่ตามธรรมชาติเป็นจำนวนมาก

ในอดีตไม้สักสามารถสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในพื้นที่เป็นอย่างมาก จึงทำให้ชาวบ้านในจังหวัดแพร่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักเป็นช่างไม้ แต่ในปัจจุบันเมื่อไม้สักตามธรรมชาติไม่สามารถตัดฟันออกมาใช้ประโยชน์ได้แล้ว ชาวบ้านส่วนใหญ่จึงหันไปประกอบอาชีพอื่นๆ แทนแต่ก็ยังมีชาวบ้านส่วนหนึ่งในตำบลน้ำชำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ที่ยังประกอบธุรกิจด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้สัก โดยใช้ไม้สักจากสวนป่าเป็นวัตถุดิบและมีปริมาณความต้องการใช้ไม้สักในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณความต้องการใช้ไม้สักของผู้บริโภคโดยทั่วไปที่ยังมีอยู่มากเช่นกัน ดังนั้น จึงทำให้มีโรงงานที่ใช้ไม้สักเป็นวัตถุดิบในหมู่บ้านต่างๆ ของตำบลน้ำชำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่เพิ่มขึ้น เมื่อมีผู้ผลิตมารายจึงทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ที่ตามมาเช่น ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ปัญหาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านราคาของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ประชากรส่วนใหญ่ในจังหวัดแพร่ประกอบอาชีพที่เกี่ยวกับเกษตรกรรมและงานไม้เป็นหลักมีผู้ปฏิบัติงานที่มีฝีมือในด้านการเกษตร การป่าไม้ และการประมง จำนวน ๑๐๘,๕๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๓.๒๐ และผู้ปฏิบัติงานด้านความสามารถทางฝีมือและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๓๘,๙๕๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๕๐ (สำนักงานจังหวัดแพร่ , ๒๕๕๘) จะเห็นได้ว่าอาชีพของประชากร ส่วนใหญ่ในจังหวัดแพร่จะมีความเกี่ยวเนื่องกับการทำไม้เนื่องจากจังหวัดแพร่เป็นแหล่ง

ผลิตไม้สักแปรรูปขนาดใหญ่ โดยมีการจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมไม้แปรรูปเป็นจำนวนมาก ทั้งในและต่างประเทศ

ดังนั้น ไม้สักจึงถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง โดยประโยชน์ทางตรงของไม้สักนั้น ใช้น้ำไม้ในการก่อสร้างบ้านเรือน เรือ รถ เสา เครื่องมือ กลสิกรรม เครื่องแกะสลัก และการก่อสร้างต่างๆ โดยเฉพาะการทำไม้พื้น ฝา กรอบประตูหน้าต่าง ส่วนประกอบต่างๆ ของอาคารบ้านเรือน เนื่องจากเป็นไม้ที่มีความสวยงาม สีสัน กบ ตกแต่งได้ง่าย จึงนิยมนำมาทำเครื่องเรือน ตลอดจนการแกะสลักต่างๆ พานท้ายปืนหีบใส่ของ หีบศพ เครื่องดนตรี ไทยหลายอย่าง ตลอดจนของตกแต่งเล่น ไม้บาง ไม้อัด และสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ ประโยชน์ทางอ้อมของ ไม้สัก มีอยู่หลากหลายประการ เช่น ไม้และใบเป็นสมุนไพรช่วยแก้บวม ลดเบาหวาน ขับลมใน ลำไส้ แก้ไตพิการ เปลือกเป็นยาคุมธาตุ ใบอ่อนให้สีแดง ส่วนใบแก่ให้สีน้ำตาลทอง ทำสีย้อม ใช้ ย้อมกระดาษ ย้อมผ้าได้เช่นกัน

จากการพูดคุยกับผู้ประกอบการเบื้องต้นพบว่า การคัดเลือกไม้ให้สวยงามจะช่วยให้การตกแต่งผลิตภัณฑ์ไม่มีความง่าย เช่น ขัดง่าย ทาสีง่าย สวยงาม ไม่บิดงอ นอกจากนั้น กระดาษหรือลายไม้เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่ทำให้ง่ายต่อการทำงาน กระดาษหรือเนื้อไม้ส่วนที่มี เซลล์ที่ยังมีอายุน้อย ทำหน้าที่ลำเลียงน้ำและเก็บสะสมอาหาร จึงอุดมสมบูรณ์ไปด้วยอาหารที่สะสม เป็นส่วนที่แข็งแรงและเห็ดราทำลายได้ง่าย ต้นไม้แต่ละต้น แต่ละชนิดจะมีโครงสร้างแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะทางสรีรวิทยา ทำให้สมบัติของเนื้อไม้แตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งสามารถใช้ความแตกต่างนี้ในการพิสูจน์เนื้อไม้ชนิดต่างๆ ได้ รวมถึงเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์

๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รวิธ รัตนไพศาลกิจ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการเรียนรู้ตามกระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น” ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การคิดเชิงออกแบบเป็นกระบวนการคิดในช่วงแรกเริ่มของการนำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรม โดยตั้งอยู่บนหลักการออกแบบที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง การแก้ปัญหา การคิดสร้างสรรค์การคิดอย่างมีวิจารณญาณ และการทำงานแบบร่วมมือ ประกอบด้วย ๕ ขั้นตอน ได้แก่ ๑) การค้นพบปัญหาจากการทำความเข้าใจผู้บริโภค ๒) การรวบรวมข้อมูลเพื่อระบุปัญหา ๓) การระดมความคิด ๔) การสร้างต้นแบบ และ ๕) การนำไปทดสอบ การประยุกต์กระบวนการคิดเชิงออกแบบในการจัดการเรียนรู้เพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สามารถใช้รูปแบบวิธีการสอนแบบสืบสอบ วิธีการสอนแบบใช้ปัญหาเป็นฐานและวิธีการสอนแบบโครงงานเป็นฐาน เนื่องจากเป็นรูปแบบการสอนที่เน้นการพัฒนาทักษะกระบวนการแก่ผู้เรียน อีกทั้งยังต้องมีการส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้ในแหล่งชุมชนท้องถิ่น หรือกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอย่างแท้จริงทั้งในด้านประโยชน์ใช้สอย การปฏิบัติการออกแบบ ความเป็นอัต

ลักษณะ และคุณค่าของท้องถิ่น รวมถึงมีการส่งเสริมทักษะทางศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ประกอบกัน^{๙๑}

ณิชาณัช เกศมุกดา ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การประยุกต์ใช้การจัดการความรู้และข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อเพิ่มการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ใหม่” ผลการวิจัยพบว่า การเกิดขึ้นของโทรศัพท์อัจฉริยะหรือสมาร์ทโฟนเป็นการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน ประกอบกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่มีความเร็วมากยิ่งขึ้นและส่งข้อมูลได้ครั้งละมากขึ้น ทำให้ปัจจุบันการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้เกิดข้อมูลขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของลูกค้าในด้านต่าง ๆ เช่น การให้ความเห็นเกี่ยวกับการใช้งานของผลิตภัณฑ์ การเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ของเรา กับคู่แข่งพร้อมทั้งบอกข้อดีและข้อเสียเพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้าคนอื่น ๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากการทบทวนวรรณกรรมได้มีนักวิจัยระบุว่า การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ส่งผลกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่ยังไม่มีการศึกษาวิจัยใดที่มีการนำการจัดการความรู้มาประยุกต์ใช้ควบคู่กับการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่และส่งผลกับการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีจุดประสงค์ในการค้นหาปัจจัยที่ใช้ในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ใหม่จะประกอบไปด้วยตัวแปรที่สังเกตได้คือ คุณภาพที่ดีขึ้นกว่าคู่แข่ง ผลิตภัณฑ์ใหม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ราคาสามารถแข่งขันในตลาดได้และมียอดขายที่ดีหากเปรียบเทียบกับคู่แข่ง งานวิจัยนี้ได้นำโมเดลสมการโครงสร้างมาใช้ในการยืนยันทฤษฎี โดยผลวิเคราะห์ทางด้านสถิติ (สัดส่วนค่าสถิติไค – สแควร์ต่อองศาเสรี < ๕, ดัชนีรากของกาลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ < ๐.๑ และค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ > ๐.๙) ทำให้ค้นพบว่า องค์กรผู้ผลิตสามารถประยุกต์ใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ผสมผสานกับการจัดการองค์ความรู้แล้วทำให้สามารถยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ใหม่ได้^{๙๒}

ทัศนพร ประภัสสร ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้ออกแบบผลิตภัณฑ์และศักยภาพธุรกิจชุมชนตำบลวงเหลือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ผลจากการวิจัยทำให้ได้โครงการการจัดการความรู้เพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพในด้านการพัฒนาการออกแบบ

^{๙๑} รวิธ รัตนไพศาลกิจ, “แนวทางการจัดการเรียนรู้ตามกระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น”, วารสารศิลปกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๔), หน้า ๑๑๙-๑๓๖.

^{๙๒} ณิชาณัช เกศมุกดา, “การประยุกต์ใช้การจัดการความรู้และข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อเพิ่มการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ใหม่”, วารสารวิศวกรรมสารฉบับวิจัยและพัฒนา, ปีที่ ๓๒ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๖๔), หน้า ๕๓-๖๗.

ผลิตภัณฑ์เพื่อมุ่งสู่มาตรฐานสินค้าชุมชน และพบว่าชุมชนมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจบนฐานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว นอกจากนี้ยังพบว่าสมาชิกของกลุ่มอาชีพมีศักยภาพในการพัฒนาตนเองให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และมีความพร้อมที่จะถ่ายทอดความรู้ให้กับคนรุ่นต่อไปด้วยความภาคภูมิใจ ผลการวิจัยโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ พบว่าสมาชิกในกลุ่มอาชีพทุกกลุ่มมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพในการปฏิบัติงานของตนเพิ่มขึ้น มีการบันทึกองค์ความรู้ด้านการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเอกสารและวีซีดี เพื่อใช้เป็นเรื่องเล่าในการจัดการความรู้ต่อไป นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มอาชีพมีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันโดยร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) และนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ได้ทำงานวิจัยในชุมชนซึ่งเป็นประสบการณ์ตรงที่นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาการเรียน การทำงานและการพัฒนาหมู่บ้านของตน ข้อเสนอของการวิจัย คือ การพัฒนา กลุ่มอาชีพในด้านใดก็ตามจะต้องมีการวางแผนร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องทุกขั้นตอน โดยเฉพาะกับผู้นำชุมชนและผู้บริหารในองค์กรต่างๆ ของชุมชน ทั้งนี้เพื่อเป็นการเสริมพลังในการพัฒนากลุ่มอาชีพให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากนี้ ก่อนการดำเนินการวิจัยจะต้องเตรียมความพร้อมโดยการให้ความรู้ในการจัดการความรู้ก่อนเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน สำหรับโจทย์วิจัยที่ควรจะศึกษาต่อเนื่อง คือ ๑) การวิจัยและพัฒนาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมด้านการพัฒนารูปแบบของการจัดการความรู้ในชุมชน ๒) การวิจัยและพัฒนารูปแบบในการส่งเสริมอาชีพสำหรับบุคลากรขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ๓) การวิจัยโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้เพื่อนำองค์ความรู้ของชุมชนมาจัดทำหลักสูตรท้องถิ่น และ ๔) การวิจัยติดตามประเมินโครงการด้านการพัฒนากลุ่มอาชีพของชุมชนโดยองค์กรชุมชน^{๙๓}

เบญจวรรณ ไสหวาน และคณะ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับวิสาหกิจชุมชน” ผลการวิจัยพบว่า การจัดการความรู้เกี่ยวกับองค์ความรู้การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับวิสาหกิจชุมชน ได้ ๒ องค์ความรู้ ๑) องค์ความรู้การสร้างคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วยความต้องการของลูกค้า การสร้างลักษณะสินค้า ข้อได้เปรียบหรือข้อแตกต่าง ๑ ประโยชน์ที่ได้รับ ความประทับใจ ความรู้สึก คุ่มค่า ๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย การจัดการวัตถุดิบ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ คุณสมบัติพิเศษของสินค้า การจัดเก็บผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่ายสินค้าที่

^{๙๓} ทศนิพร ประภัสสร, การจัดการความรู้รูปแบบผลิตภัณฑ์และศักยภาพธุรกิจชุมชนตำบลลงเหลือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่, วารสารการวิจัยราชภัฏเชียงใหม่, ประจำปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-กันยายน ๒๕๖๓), หน้า ๗-๒๕.

แล้วเสร็จไปยังผู้บริโภค ในรูปแบบของเอกสารและหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เมื่อนำไปตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ๗๕/๗๕ เมื่อนำไปประเมินความรู้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ใช้องค์ความรู้การจัดการคุณค่าและมูลค่าเพิ่มมีการเรียนรู้ที่หลังเรียนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ ส่วนการประเมินทักษะสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีทักษะมากที่สุด การประเมินความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และการประเมินความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องเห็นด้วยมากที่สุด ในการจัดการองค์ความรู้การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับวิสาหกิจชุมชน^{๙๔}

สุนิรา คือใคร ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการธุรกิจไม่ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ไม้สักน้ำชำ อำเภอสูงเม่นจังหวัดแพร่” ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ไม้สักน้ำชำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ได้จัดการธุรกิจไม่ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ใน ๔ ด้าน ดังนี้ ๑. การจัดการทั่วไป สมาชิกกลุ่มฯ มีความรู้ และทักษะด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้และยึดเป็นอาชีพหลักหลังฤดูกาลทนา ด้านการเงินได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ๒. การจัดการด้านการผลิต สมาชิกกลุ่มฯ ใช้เครื่องมือผสมผสานกับทักษะฝีมือในการผลิต ผลิตภัณฑ์ไม้และจะผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ๓. การจัดการด้านการตลาด สมาชิกกลุ่มฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ให้มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของลูกค้า ยึดหลักความซื่อสัตย์สุจริต ๔. การจัดการด้านบุคคล สมาชิกกลุ่มฯ มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สามัคคีกัน เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เรียนรู้งานซึ่งกันและกัน ผลิตงานตามกำลังของสมาชิกกลุ่มฯ และช่วยเหลืองานกัน^{๙๕}

ศุภมาส เหล็นเรืองและคณะ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน กรณีศึกษา อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม” ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน ศึกษากรณี อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม แบ่งออกเป็น ๔ ด้าน ได้แก่ ๑) ด้านลักษณะโครงการ ภาพรวมอยู่ในระดับนัยสำคัญมาก

^{๙๔} เบญจวรรณ ไสหวาน และคณะ, “การจัดการความรู้เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับวิสาหกิจชุมชน”, วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๒), หน้า ๑๓๗-๑๔๗.

^{๙๕} สุนิรา คือใคร, “การจัดการธุรกิจไม่ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ไม้สักน้ำชำ อำเภอสูงเม่นจังหวัดแพร่”, ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาอาชีวศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๙, หน้า ๖.

โดยพบว่า โครงการสัมมาชีพชุมชนส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมทางด้านอาชีพแก่ประชาชนในพื้นที่เพื่อนำไปประกอบอาชีพได้อย่างเหมาะสม ๒) ด้านการสนับสนุนและความร่วมมือจากกลุ่มต่าง ๆ ภาพรวมอยู่ในระดับนัยสำคัญมาก โดยพบว่า คนในครอบครัวให้การสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมสัมมาชีพชุมชนเป็นอย่างดี ๓) ด้านทรัพยากร ภาพรวมอยู่ในระดับนัยสำคัญมาก โดยพบว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับโครงการสัมมาชีพชุมชนมีความน่าเชื่อถือและสามารถเป็นแบบอย่างในการดำเนินกิจกรรมได้ และ ๔) ด้านประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการเข้าร่วมโครงการสัมมาชีพชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับนัยสำคัญมาก โดยพบว่า โครงการสัมมาชีพชุมชนก่อให้เกิดการร่วมกลุ่มอาชีพผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน ของอำเภอนาดูนจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน ของอำเภอนาดูนจังหวัดมหาสารคาม พบปัญหาด้านงบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ที่มีจำกัด ระยะเวลาในการอบรมที่น้อยเกินไป ประชาชนบางส่วนขาดความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ และขาดแคลนสื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ กรณีที่ผู้เข้าร่วมโครงการมีอาชีพรับจ้างรายวันการสละเวลาเข้าร่วมอบรมของผู้เข้าร่วมโครงการอาจทำให้เสียของรายได้ในวันนั้นไป อีกทั้งลักษณะโครงการเป็นการสะสมรายได้ในรูปแบบสหกรณ์จึงส่งผลให้รายได้ที่เกิดขึ้นไม่เพียงพอกับรายจ่ายในแต่ละวันการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลแต่ละสมัยอาจส่งผลให้โครงการไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง การขาดตลาดรองรับสินค้าที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ และการต่อยอดโครงการอาจเป็นไปได้น้อยเนื่องจากผู้เข้าร่วมโครงการส่วนมากจะเป็นผู้สูงอายุ^{๙๖}

พระราชสิทธิเวที และคณะ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมกระบวนการแห่งสัมมาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพิจิตร” ผลการศึกษามีดังนี้ว่า ๑. กระบวนการแห่งสัมมาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพิจิตรพบว่าระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อวิธีการส่งเสริมกระบวนการแห่งสัมมาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพิจิตรได้แก่ด้านกระบวนการแห่งสัมมาชีพพบว่า การส่งเสริมกระบวนการแห่งสัมมาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพิจิตรด้านกระบวนการแห่งสัมมาชีพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.78$, $S.D.=0.79$) ด้านหลักธรรมใดในพุทธศาสนาที่เอื้อต่อการพัฒนาพบว่ากระบวนการแห่งสัมมาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพิจิตรหลักธรรมในพุทธศาสนากับการพัฒนางานวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.65$, $S.D.=0.92$) และด้านวิธีการส่งเสริมกระบวนการแห่งสัมมาชีพพบว่ากระบวนการแห่งสัมมาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

^{๙๖} ศุภมาส เหล็นเรืองและคณะ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน กรณีศึกษา อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม”, รายงานการศึกษาเอกสารวิชาการ, สถาบันดำรงราชานุภาพ กระทรวงมหาดไทย, ๒๕๖๐, หน้า ๔-๕.

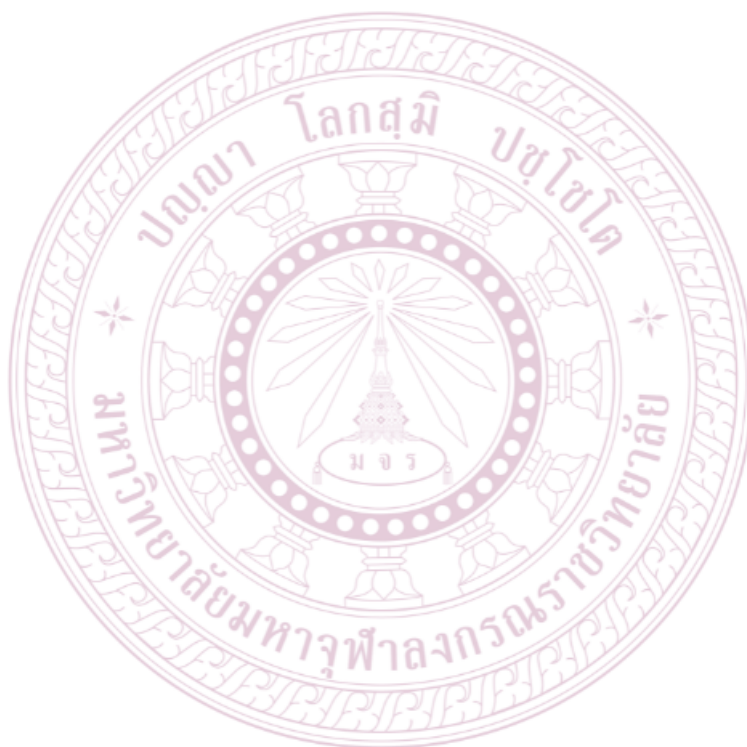
ในจังหวัดพิจิตรหลักธรรมในพุทธศาสนากับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = ๓.๖๗, S.D.= ๙.๗๗) ๒. หลักธรรมในพระพุทธศาสนาที่เกื้อหนุนส่งเสริมสัมมาอาชีวะและเอื้อต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพิจิตร ได้แก่ ๑.หลักธรรมที่เกื้อหนุนสัมมาอาชีวะประกอบด้วย ๑) อริยมรรคมีองค์ ๘ ๒) ทิฐุธรรมมีกัตถะประโยชน์ ๔ ๒. หลักธรรมที่ส่งเสริมสัมมาอาชีวะประกอบด้วย ๑) สังคหัตถ์ ๔ ๒) ขรवासธรรม ๔ ๓) โภควิภาค ๔ ๓. หลักธรรมที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพิจิตรใช้เป็นพื้นฐานในการส่งเสริมสัมมาอาชีวะ ได้แก่ อริยสัจ ๔ ๓. วิธีการส่งเสริมกระบวนการแห่งสัมมาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพิจิตรหน่วยงานรัฐจะเข้ามาช่วยและส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมตัวเป็นกลุ่มและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม ดังนี้ ๑) ขั้นตอนการผลิตการมีส่วนร่วมการบริหารจัดการและการตลาด ๒) นานหลักธรรมในพุทธศาสนาพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด ๓) ส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการร่วมกับหน่วยงานภาคีเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้วิสาหกิจชุมชน^{๙๗}

การส่งเสริมสัมมาชีพของชุมชนต้องมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต ๒ ด้าน คือ (๑) ด้านเศรษฐกิจ คือ การแก้ไขปัญหาความยากจนโดยการเพิ่มรายได้ ลดรายจ่ายลดหนี้สิน ซึ่งจะสามารถเพิ่มทรัพย์สินได้ (๒) ด้านสังคม คือ การพัฒนาด้านความสัมพันธ์ของคนในสังคมให้ปราศจากความขัดแย้ง มีความสามัคคีช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยปฏิบัติตาม “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ซึ่งเป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาคความยากจนโดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนอันเป็นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ ด้วยการนำทุนชุมชนที่มีอยู่ในท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็นทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางชีวภาพ และทุนทางสังคม มาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น มูลเหตุที่มาของการนำศีล ๕ มาสอนนั้น ก็เพื่อให้สังคมได้ตระหนักถึงความสำคัญของศีล ๕ มิใช่แต่เป็นเพียงความประพฤติที่ดีงาม เป็นศีลธรรมในระดับบุคคลเท่านั้นแต่ยังสัมพันธ์ไปถึงความประพฤติในระดับสังคมด้วย หากว่าสังคมหมู่ใดก็ตามมีผู้ผิดศีล ไม่ว่าจะเป็นข้อใดก็ตาม ย่อมสร้างความเบียดเบียนซึ่งกันและกันในสังคมให้ขยายมากขึ้น ศีล ๕ ในระดับบุคคลนั้นข้อที่หนึ่งทานา เป็นจุดเริ่มของการผิดศีล ทำให้เกิดการละเมิดศีลข้ออื่นตามมาด้วย^{๙๘}

^{๙๗} พระราชสิทธิเวที และคณะ, “การส่งเสริมกระบวนการแห่งสัมมาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพิจิตร”, วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ ประจำเดือนมกราคม – มีนาคม ๒๕๖๒, หน้า ๑๐๐-๑๑๓.

^{๙๘} สุทัศน์ ประทุมแก้วและคณะ, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่งเสริมสัมมาชีพชุมชนหมู่บ้านรักษาศีล ๕ ในจังหวัดศรีสะเกษ, รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ศรีสะเกษ, ๒๕๖๒, หน้า ๔.

สรุปได้ว่า การจัดการความรู้ เป็นการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการองค์ความรู้ในชุมชนที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับชุมชนภายใต้แนวคิดชุมชนสามาชีพ ที่มีการรวบรวมองค์ความรู้ในชุมชน พัฒนาเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน การถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคนิคสู่เยาวชนรุ่นใหม่ ตลอดจนถึงสร้างเครือข่ายในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในด้านอาชีพของชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่ต่อไป



บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ๒) เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ๓) เพื่อนำเสนอองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

๓.๒ ขอบเขตการวิจัย

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานของการวิจัย ๒ ประเภท คือ การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

๓.๑.๑ การศึกษาวิจัยในเชิงเอกสาร (Documentary Research) ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน จากเอกสาร หนังสือ รายงานการวิจัย ภาพถ่าย ที่นำไปเชื่อมโยงสัมพันธ์กับการจัดการองค์ความรู้ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ โดยมีกระบวนการและขั้นตอน ดังนี้

๑) องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์/ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน/ผลิตภัณฑ์ไม้สัก

๒) รูปแบบการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์/ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน/ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๓) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์/ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน/ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๓.๑.๒ การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนดังนี้

๑) ลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงลึกไว้เป็นฐานรากสำคัญในการวิจัย โดยการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดกับกลุ่มประกอบสัมมาชีพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สัก เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับองค์ความรู้ รูปแบบกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก ในจังหวัดแพร่

๒) การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มประชากร (In-depth- interviews) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก ในจังหวัดแพร่

๓.๒ ขอบเขตการวิจัย

๓.๒.๑ พื้นที่การวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาวิจัย ๔ พื้นที่ ได้แก่

๑. พื้นที่ต้นแบบ ได้แก่

๑) พื้นที่ต้นแบบชุมชนสัมมาชีพผ้าหม้อห้อมบ้านทุ่งไธ้ง ตำบลทุ่งไธ้ง อำเภอมือเมืองแพร่ จังหวัดแพร่

๒) พื้นที่ต้นแบบชุมชนสัมมาชีพเฟอร์นิเจอร์ไม้สักบ้านดอนมูล ตำบลดอนมูล อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่

๓) พื้นที่ต้นแบบชุมชนสัมมาชีพเครื่องจักสานบ้านค่างาม ตำบลดอนมูล อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่

๒. พื้นที่พัฒนา ได้แก่

คณะผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ชุมชนสัมมาชีพที่ทำการพัฒนา คือ ชุมชนสัมมาชีพบ้านบวโกโป่ง ตำบลน้ำคำ อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่

๓.๒.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ๓๒ คน ประกอบไปด้วย

๑. ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่ ๓๒ คน ประกอบไปด้วย

๑) ผู้นำชุมชนสามาชีพผ้าหม้อห้อมชุมชนทุ่งโฮ้ง จำนวน ๓ คน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม จำนวน ๕ คน รวม ๘ คน

๒) ผู้นำชุมชนสามาชีพไม้สักของชุมชนดอนมูล จำนวน ๓ คน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สัก จำนวน ๕ คน รวม ๘ คน

๓) ผู้นำชุมชนสามาชีพเครื่องจักสานของชุมชนค่างาม จำนวน ๓ คน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน จำนวน ๕ คน

๔) ผู้นำชุมชนสามาชีพไม้สักของชุมชนบวโก่ง จำนวน ๓ คน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สัก จำนวน ๕ คน รวม ๘ คน

รวมทั้งหมด ๓๒ คน

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่” ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และแบบสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) รวมทั้งเครื่องมืออื่นๆ ที่ใช้ประกอบในการดำเนินการวิจัย เช่น กล้องถ่ายรูป เครื่องบันทึกเสียง เพื่อตอบโจทยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยคณะผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวิจัย ดังนี้

๑. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่ คณะผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังต่อไปนี้

๑.๑ การจัดการองค์ความรู้เรื่องผ้าหม้อห้อม/เฟอร์นิเจอร์/ เครื่องจักสาน ของชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่

๑.๒ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/เฟอร์นิเจอร์/เครื่องจักสาน/ไม้สัก/ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๑.๓ การส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับเยาวชนและชุมชนในเรื่องของการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์

๑.๔ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ในอนาคต

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คือ ศึกษาวิจัยในเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มย่อย โดยมีขั้นตอนรวบรวมข้อมูลเพื่อประมวลองค์ความรู้ ศึกษาบริบทพื้นที่ องค์ความรู้ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการออกเป็น ๔ ระยะ ดังนี้

ระยะที่ ๑

๑) คณะผู้วิจัยจัดประชุม วางแผนและอธิบายขั้นตอนการดำเนินงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลอันเป็นประโยชน์ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบของงาน เช่น การเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องบันทึกเสียง การบันทึกรูปภาพประกอบแต่ละกิจกรรม

๒) คณะผู้วิจัยร่วมกันศึกษาวิเคราะห์ องค์ความรู้ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ที่ได้จากเอกสาร ตำรา หนังสือ บทความ รายงานการวิจัย ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับบริบททางสังคม อาชีพ และผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๑

ระยะที่ ๒

๓) การลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการติดต่อประสานงานกับบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เป้าหมาย และชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการวิจัย

๔) เตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์แบบ ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ เพื่อให้ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยจะนำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ ก่อนนำไปลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล

๕) คณะผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และความต้องการพัฒนารูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก เพื่อยกระดับรายได้สู่เศรษฐกิจของชุมชนสมาชิก และเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ ของงานวิจัย

ระยะที่ ๓

๖) คณะผู้วิจัย สรุปลองค์ความรู้ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่ และนำเสนอเพื่อการจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๓ ของการวิจัย

๗) คณะผู้วิจัย รวบรวมข้อมูลและประเด็นอื่นๆ ที่เกิดจากการสัมมนา มาอภิปรายเพิ่มเติมให้สมบูรณ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งด้านวิชาการ และด้านผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนสมาชิก ในจังหวัดแพร่

๘) เผยแพร่ผลงานวิจัย ผ่านสิ่งพิมพ์วารสาร / บทความและการจัดพิมพ์เอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โดยมีตารางการเก็บรวบรวมข้อมูลและการปฏิบัติการวิจัย ดังนี้

ที่	กิจกรรมการวิจัย / การเก็บรวบรวมข้อมูล	ระยะเวลา ๗ เดือน						
		๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑	การจัดประชุมทีมวิจัย เพื่อชี้แจงความรู้ความเข้าใจ และจัดสร้างการจัดสร้างเครื่องมือประกอบการวิจัย	X						
๒	การลงสำรวจข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยการคัดเลือกชุมชนเป้าหมายแบบเจาะจง		X					
๓	ลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มย่อยเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่			X				
๔	การรายงานความก้าวหน้างานวิจัยเพื่อนำเสนอรายงานความก้าวหน้าแก่สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์			X				
๕	สรุปลองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่					X		

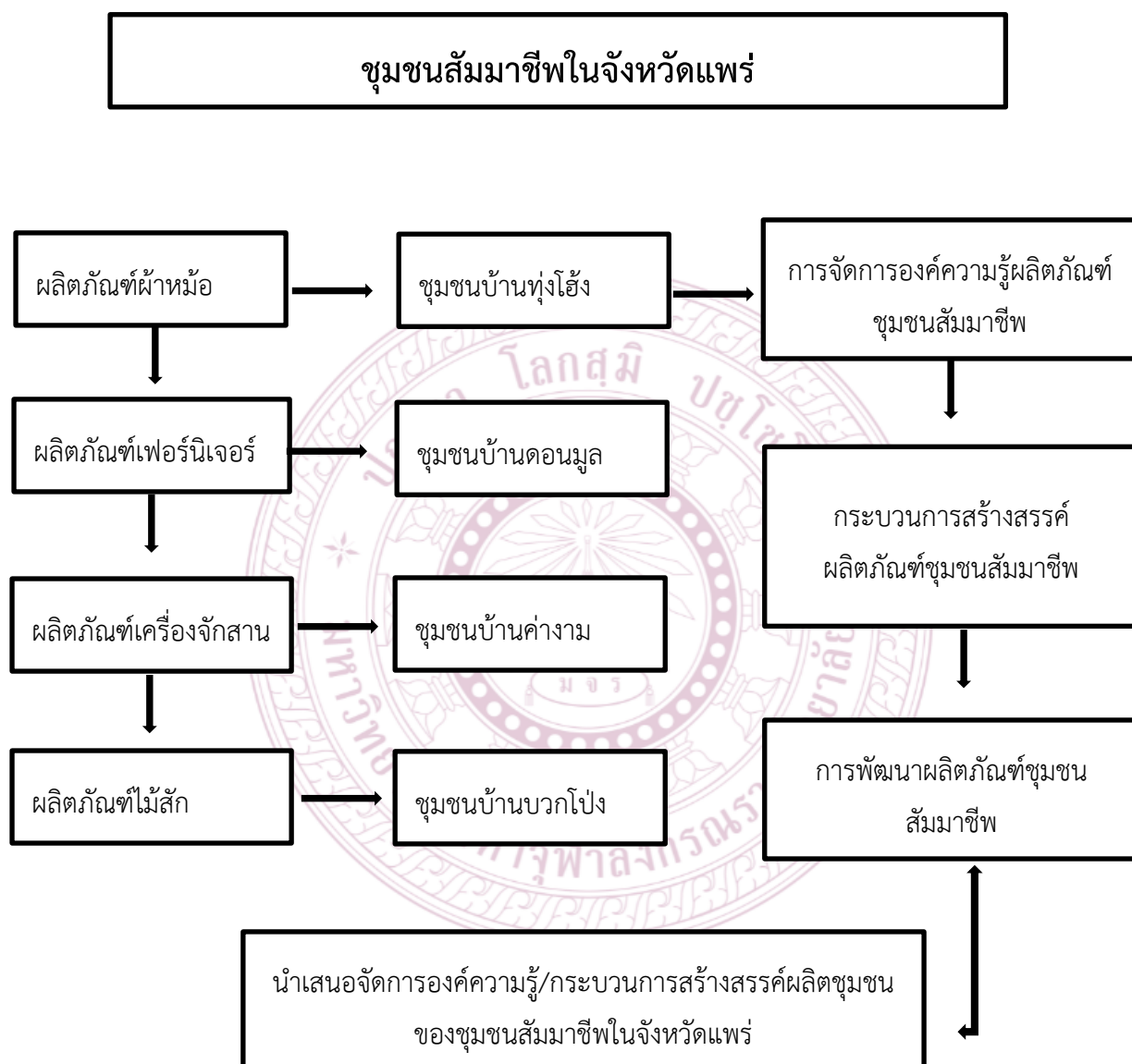
๖	การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ผลงานวิจัย วิดีทัศน์นำเสนอ และนวัตกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณชน						X	X
๗	การจัดรายงานฉบับสมบูรณ์							X
๘	การจัดทำบทความเผยแพร่ในระดับชาติ							X

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทั้งวิจัยเชิงเอกสาร โดยการศึกษาองค์ความรู้จากเอกสาร หนังสือ ตำรา รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ และการวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เบื้องต้น เพื่อศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรค และความต้องการของชุมชน จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสนทนากลุ่ม นอกจากข้อมูลที่ได้จากพื้นที่แล้ว ยังนำเอาข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัย และบทความ มาตรวจสอบความครบถ้วนในประเด็นที่ต้องการศึกษา แล้วจัดเรียงข้อมูลจัดกลุ่มของข้อมูลแล้วจึงนำมาวิเคราะห์ประกอบเข้าด้วยกันการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ยึดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบบริบท (Context Content Analysis Technique) เพื่อให้เห็นถึงการจัดการองค์ความรู้ และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนารูปแบบ เทคนิค การถ่ายทอด และเครือข่ายในการพัฒนาอันจะนำไปสู่การยกระดับรายได้ของชุมชนสัมมาชีพต่อไป

๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” คณะผู้วิจัยได้สรุปกระบวนการวิจัย ดังนี้



บทที่ ๔

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ๒) เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ และ ๓) เพื่อนำเสนอองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

๔.๑ ข้อมูลบริบทชุมชน

๔.๑.๑ องค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๔.๑.๒ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๔.๑.๓ นำเสนอองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๔.๒ องค์ความรู้จากการวิจัย

๔.๑ ข้อมูลบริบทชุมชน

๔.๑.๑ ข้อมูลบริบทชุมชนทุ่งไ้ง่ ตำบลทุ่งไ้ง่ อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่

ตำบล ทุ่งไ้ง่ แต่เดิมเป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ ประชาชนในท้องถิ่นเป็นชาวไทยพวน เรียกว่า บ้านตั้งไ้ง่ หมายความว่า ทั้งสำหรับช่างใช้รองรับในการตีเหล็ก จึงเกิดการสืบทอดหรือเป็นแอ่งหรือหลุม เนื่องจากประชาชนเกือบทุกหลังคาเรือน จะมีอาชีพตีเหล็ก ใช้เป็นภาชนะอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ จนได้ขนานนามว่าบ้าน ตั้งไ้ง่ ต่อมาได้เปลี่ยนหรือเพี้ยนไปเป็น ทุ่งไ้ง่

จากหมู่บ้านเล็ก ๆ ต่อมาก็มีประชาชนอพยพมาอยู่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งเป็นหมู่บ้านใหญ่ ตำบลทุ่งไ้ง่ได้พัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ค้าขาย และหัตถกรรม ปัจจุบันได้ยกฐานะเป็นเทศบาลตำบล

หมู่บ้านทุ่งไ้ง่ เป็นหมู่บ้านในเขตอำเภอเมือง ที่มีผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ขึ้นชื่อมาก ได้แก่ ผ้าหม้อฮ่อม ซึ่งถือกันว่ามีเนื้อดี ทนทาน และสวยงาม นักท่องเที่ยว นิยมซื้อหาไว้ เป็นของที่ระลึก

อาชีพหลักของชาวบ้านทุ่งไธ้ง คือการทำผ้าหม้อห้อมแท้ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของบรรพบุรุษ ที่สืบทอดมาหลายชั่วอายุคน และเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดแพร่ จนได้รับการคัดเลือกเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ชิงหัตถกรรม (OTOP Village Champion Handicrafts Tourism)

ผลิตภัณฑ์โดดเด่น : ผ้าหม้อห้อม หม้อห้อมเป็นคำพื้นเมือง จากคำสองคำคือ หม้อ และ ห้อม หม้อเป็นภาชนะอย่างหนึ่งที่ใช้ในการบรรจุน้ำ หรือของเหลวมีทั้งเล็กและใหญ่ ส่วนห้อมนั้น เป็นพืชล้มลุกชนิดหนึ่ง ที่ใช้ลำต้นและใบมาหมัก ในน้ำตามกรรมวิธีที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ จะให้เป็นสีกรมท่าโดยนำผ้าขาวไปย้อมให้เป็นสีกรมท่าที่เรียกว่า ผ้าหม้อห้อม

ผ้าหม้อห้อม เป็นผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านทุ่งไธ้งที่มีความโดดเด่น เนื่องจากเป็นเอกลักษณ์ของชาวทุ่งไธ้ง และชาวแพร่มาช้านาน ตลอดจนเป็นชุดแต่งกายประจำถิ่นของชาวแพร่ และชาวบ้านทุ่งไธ้งที่สวมใส่ ในชีวิตประจำวัน และงานประเพณีต่าง ๆ จึงถือเป็นเอกลักษณ์ของชาวแพร่ ดังคำขวัญของจังหวัดแพร่ที่กล่าวไว้ว่า หม้อห้อมไม่สีก ถิ่นรักพระลอ ช่อแฮศรีเมือง ลือเลื่องแพะเมืองผี คนแพร่นี้ใจงาม

๔.๑.๒ ข้อมูลบริบทชุมชนค่างาม ตำบลดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

บ้านค่างามหมู่ที่ ๘ อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอสูงเม่น ประมาณ ๗ กิโลเมตร อยู่ห่างจากตัวเมืองจังหวัดแพร่ ประมาณ ๑๐ กิโลเมตร สภาพพื้นที่เป็นที่ราบ ประชากรมีอาชีพทางการเกษตร มีการเลี้ยงสัตว์ และปลูกพืชผลทางการเกษตร เช่น ข้าว ข้าวโพด ถั่วเหลือง มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ ๘๐๐ ไร่ ทิศเหนือ ติดต่อกับ บ้านดอนนิมิต หมู่ที่ ๘ ตำบล ร่องกาศ ทิศใต้ติดต่อกับ บ้านดอนมูล หมู่ที่ ๔ ตำบล ดอนมูล ทิศตะวันออก ติดต่อกับ บ้านค่างามหมู่ที่ ๑ ตำบล ดอนมูล ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ถนนยंत्रกรกิจโกศล และตำบล สบสาย จำนวนประชากร จำนวนครัวเรือนทั้งหมด ๑๑๗ ครัวเรือน

คำขวัญบ้านค่างาม “บ้านค่างาม ดินแดนเกษตรกรรม เลิศล้ำงานจักสาน ตำนานพระอาจารย์หมื่น”

วิสัยทัศน์ของหมู่บ้าน “หมู่บ้านจักสานเข้มแข็ง มีความสามัคคี ประชาชนอยู่ดีกินดี น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง” อัตลักษณ์ “หมู่บ้านหัตถกรรมจักสาน น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง”

คนในหมู่บ้านอาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านเกษตร ทำนาข้าว ในฤดูนาปีปลูกข้าวเหนียวเป็นส่วนใหญ่ มีปลูกข้าวเจ้าเพียงเล็กน้อยเพื่อบริโภคในครัวเรือน เพราะสภาพทั่วไปของหมู่บ้านเป็นที่นาล้อมรอบหมู่บ้าน พืชที่ปลูกภายหลังเก็บเกี่ยวเสร็จ คือ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเหลือง และข้าวนาปรัง ชาวบ้านค่างามเป็นชาวพื้นบ้านดั้งเดิมเป็นส่วนใหญ่ อาศัยอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม มีภาษาพูดเป็นภาษาถิ่น มีความผูกพันกันเหมือนพี่น้อง พี่พวอาศัยกันเหมือนเครือญาติ มีขนบธรรมเนียม

ประเพณีตลอดถึงความเป็นอยู่และการประกอบอาชีพคล้ายคลึงกันส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมวิถีชีวิตชุมชนภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความรู้ที่สร้างขึ้นด้วยกัน เรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้ในหมู่พวกของตน คือการจักสานกระบุงจากไม้ไผ่ เพื่อใช้หาบข้าวเปลือกจากที่น่านำมาเก็บไว้ในยุ้งฉาง และใช้หาบข้าวเปลือกนำไปสีที่โรงสีข้าวในหมู่บ้านเพื่อนำข้าวสารมาบริโภค และได้มีการพัฒนารูปแบบ และมีการรวมกลุ่มกันคิดประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์อื่นๆ สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน และความต้องการของตลาด เช่น หวดข้าวข้าว หวดนึ่งข้าว กระดัง เหียง ฆ้องใส่ปลา กระจาด กะลา ไซดักปลา ตะกร้าอเนกประสงค์ พัด โคมไฟ ฯลฯ เมื่อมีผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ และเหลือใช้ในครัวเรือน จึงรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และได้ยื่นจดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม หมู่ ๘ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ รหัสทะเบียน ๖-๕๔-๐๔-๐๔/๑-๐๐๐๑ ลงวันที่ ๑๗ มกราคม ๒๕๔๙ มีสมาชิกแรกตั้ง ๒๕ คน ปัจจุบันมีสมาชิก ๗๐ คน

๔.๑.๓ ข้อมูลบริบทชุมชนดอนมูล ตำบลน้ำชำ อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่

ตำบลดอนมูลแต่เดิมนั้นเป็นตำบลที่มีเขตการปกครองที่ใหญ่ทั้งจำนวนประชากรและอาณาเขตพื้นที่ได้แบ่งเขตการปกครองออกเป็น ๙ หมู่ ได้แก่บ้านค่างามหมู่ที่ ๑ บ้านดอนแท่นหมู่ที่ ๒ บ้านดอนมูลหมู่ที่ ๓ บ้านดอนมูลหมู่ที่ ๔ บ้านผ้าขาวหมู่ที่ ๕ บ้านร้องแหงหมู่ที่ ๖ บ้านหัวดงหมู่ที่ ๗ บ้านพระหลวงหมู่ที่ ๘ และบ้านพระหลวงหมู่ที่ ๙ จนถึง วันที่ ๑๒ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๓๘ บ้านหัวดงหมู่ที่ ๗ บ้านพระหลวงหมู่ที่ ๘ บ้านพระหลวงหมู่ที่ ๙ ได้แยกออกไปตั้งเป็นตำบลพระหลวง เพื่อสะดวกต่อการปกครองและการพัฒนาหมู่บ้าน

พ.ศ.๒๕๓๘ ตำบลดอนมูลจึงได้แบ่งเขตพื้นที่เดิมออกเป็นหมู่บ้านใหม่ดังนี้ บ้านค่างามหมู่ที่ ๑ แบ่งแยกออกเป็นบ้านค่างามหมู่ที่ ๘ บ้านดอนแท่นหมู่ที่ ๒ แบ่งแยกออกเป็นบ้านดอนแท่นหมู่ที่ ๗ และบ้านป่าจั่วหมู่ที่ ๑๐ บ้านดอนมูลหมู่ที่ ๔ แบ่งแยกออกเป็นบ้านดอนมูลหมู่ที่ ๙ ปัจจุบันตำบลดอนมูลมีประชากรจำนวน ๗,๔๙๒ คน เพศชาย ๓,๕๘๙ คน เพศหญิง ๓,๙๐๓ คน หลังคาเรือนจำนวน ๒,๘๗๔ หลังคาเรือน และจำนวน ๑๐ หมู่บ้าน ดังนี้ บ้านค่างามหมู่ที่ ๑ ,บ้านดอนแท่นหมู่ที่ ๒ ,บ้านดอนมูลหมู่ที่ ๓ ,บ้านดอนมูลหมู่ที่ ๔ ,บ้านผ้าขาวหมู่ที่ ๕ ,ร้องแหงหมู่ที่ ๖ ,บ้านดอนแท่นหมู่ที่ ๗ ,บ้านค่างามหมู่ที่ ๘ ,บ้านดอนมูลหมู่ที่ ๙ ,บ้านป่าจั่วหมู่ที่ ๑๐

อาณาเขต ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลร่องกาศ อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่ ,ทิศใต้ ติดกับ ตำบลช่องลม เทศบาลตำบลสว่างเม่น อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่ ,ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลบ้านเหล่า อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่ ,ทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลพระหลวง และตำบลสบสาย อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่

อาชีพ ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ไม้ฉำฉา ทำนา ทำสวน ค้าขาย และข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ

ประเพณีวัฒนธรรมที่สำคัญ งานประจำปี ปิดทองพระหลวงพ่อศรีสรรเพชร (หลวงพ่อบุญ) ในวันขึ้น ๑๕ ค่ำ เดือนเจ็ดเหนือ ส่วนใหญ่จะตรงกับเดือนเมษายนของทุกปี

การแต่งกาย ในอดีตกาลผู้ชายใส่เสื้อผ้าหม้อห้อม สวมกางเกงก๊ (กางเกงขาก๊วย) ผู้หญิงใส่เสื้อ หม้อห้อมแขนยาว และ นุ่งซิ่นแล้ว

วัด ตำบลดอนมูลมีวัดจำนวน ๔ วัด ได้แก่ วัดดอนมูล (สำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๑๒ จังหวัดแพร่) วัดดอนแท่น วัดค่างามและวัดดงมิ่งคล (วัดร้องแหง) โบสถ์คริสต์จำนวน ๑ แห่ง (หมู่ ๗ ดอนแท่น) พระธาตุที่สำคัญ คือ พระธาตุแก้วสลิมเมือง วัดบ้านดอนแท่น พระธาตุศรีดอนมูล วัดบ้านดอนมูล

สถานศึกษา โรงเรียนมัธยมขนาดใหญ่จำนวน ๑ แห่ง คือโรงเรียนสูงเม่นชนูปถัมภ์ โรงเรียนประถมศึกษาจำนวน ๓ แห่ง ได้แก่ โรงเรียนดอนมูลวิทยาคาร (พ.ศ.๒๕๕๕ โรงเรียนบ้านดอนแท่นได้รวมกับโรงเรียนดอนมูลวิทยาคาร) โรงเรียนบ้านหัวดง และโรงเรียนบ้านค่างาม โรงเรียนพระปริยัติธรรม ๑ โรง คือ โรงเรียนวัดร้องแหงวิทยาคม ศูนย์เด็กก่อนวัยเรียน จำนวน ๒ แห่ง คือ ศูนย์เด็กเล็กบ้านดอนแท่นหมู่ ๒ และศูนย์เด็กก่อนวัยเรียนบ้านค่างามหมู่ ๘

คำขวัญตำบลดอนมูล "เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก อนุรักษ์ประเพณี แดนคนดี ศรีดอนมูล อักเทิดทูน องค์กษัตรา น้อมบูชา หลวงพ่อบุญ "

๔.๑.๔ ข้อมูลบริบทชุมชนบวโก่ง ตำบลน้ำคำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

ชุมชนบ้านบวโก่ง ตามจารึก พ.ศ. ๒๔๘๘ ของพระครูพรหมวงศาจารย์ และจากการบอกเล่าสืบทอดกันมาแต่โบราณ แต่เดิมสถานที่ตั้งบ้านบวโก่ง เป็นป่าไม้หนาทึบและทุ่งหญ้า รวมถึงป่าไม้เบญจพรรณ ไม่มีผู้คนอาศัยอยู่เลย แต่เป็นที่อยู่อาศัยของพวกสิงห์สาราสัตว์ทั้งหลาย มีเสือ กระต่าย แรด ช้าง กวาง ฟาน หมูป่าและสัตว์อื่นนานาชนิด พวกมันมากินดินโป่งที่แห่งนี้เพราะเป็นลานกว้าง มีโป่ง มีจำ มีหนอง มีแอ่งน้ำขังตลอดฤดูกาล พื้นดินรอบๆ แอ่ง จะชุ่มเย็นตลอดปีและดินจะมีรสเค็ม พวกสัตว์ชอบกิน คนสมัยก่อนเรียกกันว่า “โป่งดำน” จึงเป็นแหล่งอาหารอันอุดมสมบูรณ์ของบรรดาสัตว์น้อยใหญ่ทั้งหลาย จนกลายเป็นแหล่งชุมนุมของสัตว์ป่าที่พากันมากินดินโป่งในที่นี่ ต่อมา มีพวกพรานล่าสัตว์ออกมาหากิน โดยการไล่ล่ายิงนกยิงสัตว์ทั้งหลาย จึงได้พบเห็นว่าบริเวณสถานที่แห่งนี้มีสภาพพื้นที่เป็นที่ราบเรียบ พื้นดินชุ่มเย็นตลอดเวลาน่าจะเหมาะแก่การใช้พื้นที่เพื่อทำไร่ทำสวนและโดยการนำของ พ่ออินทร์ กับแม่สี ชาวบ้านหัวดง เป็นผู้ชักชวนญาติพี่น้องชาวบ้านหัวดงและดอนมูลเข้ามาแผ้วถางตัดฟันต้นไม้ เอาพื้นที่เพื่อทำไร่ ทำสวน

ในราวปี พ.ศ. ๒๓๒๖ ชาวบ้านหัวดงและบ้านดอนมูลเมื่ออยู่นานวันเข้าการทำไร่ ทำสวน ก็ได้ผลิตผลดีทำมาหากินมีรายได้พอเลี้ยงชีพได้ จึงพากันตั้งเป็นบ้านเรือนขึ้น โดยสร้างบ้านเรือนอยู่บริเวณรอบๆ พื้นที่ดินที่เป็นบวโกโป่ง มีประมาณ ๒๐ ครัวเรือน จึงตั้งชื่อหมู่บ้านขึ้นว่า “บวโกโป่ง” และได้ตั้งผู้นำหมู่บ้านบวโกโป่งขึ้นเป็นคนแรก คือ พ่อนายบ้านแสน สีชัย ชาวบ้านบวโกโป่งจึงถือได้ว่าเป็นผู้สืบเชื้อสายมาจากชาวบ้านหัวดงและบ้านดอนมูล และเกิดเป็นต้นตระกูลนามสกุล ของชาวบ้านบวโกโป่ง คือ วงศ์แสนสี ถือทอง งามทรง สีพรมมา จินดาชาติ งามสวย อินทนิล ช่างเขียว กอบก่า พรหมมิ่ง พลอยเขียว กาบิน กำทอง งามผิว กอบทอง ขุนทอง ก้วยข้าว งามพ้อง สีเหลือง สีขาว สีแดง กองโกย อินตะแสน ส่วนนามสกุลอื่นๆ นั้นมาจากถิ่นอื่น และบางตระกูลก็ได้เปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยมและสถานภาพการสมรส

บ้านบวโกโป่งเป็นหมู่บ้านที่โดดเด่น แผนผังของหมู่บ้านเป็นรูปสามเหลี่ยมก้นเสาซึ่งแนวเขตล้อมรอบไปด้วยทุ่งนา ไม่ติดกับหมู่บ้านอื่นใด ความยาวตั้งแต่หัวบ้านถึง ท้ายบ้าน ๒.๙๐ กิโลเมตร

บ้านบวโกโป่งตั้งอยู่ในตำบลน้ำคำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ทางทิศใต้ของอำเภอสูงเม่น ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา และทำเฟอร์นิเจอร์จากไม้สักบริเวณที่ตั้งบ้านบวโกโป่งสมัยก่อนเป็นที่ราบมีลานกว้างมีแอ่งน้ำเป็นที่ชุมชนของสัตว์ป่าที่ลงมากินน้ำ คำว่า “บวโก” แปลว่า แอ่งน้ำ ขนาดเล็กที่ควายป่าชอบนอนและ คำว่า “โป่ง” แปลว่า บริเวณที่มีดินเค็ม (ดินโป่ง) สัตว์ป่าชอบมาหากินดินโป่ง พ่อแสน แม่สี บ้านดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ได้อพยพลูกหลานจำนวน ๒๐ ครัวเรือน มาตั้งหมู่บ้านเป็นชุดแรกในปี พ.ศ. ๒๓๒๖ คือบริเวณบ้านบวโกโป่งในปัจจุบัน บ้านบวโกโป่งแบ่งการปกครองเป็น ๕ หมู่บ้าน คือ หมู่ ๓,๔,๕,๑๐ และ ๑๑ ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายไทย สัญชาติไทย นับถือศาสนาพุทธ อยู่ในเขตปกครองขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำคำ นอกจากนี้ชุมชนแห่งนี้เคยปรากฏเหตุการณ์หรือสถานที่เกิดประวัติศาสตร์ ได้แก่ บ้านบวโกโป่งในอดีตเคยเป็นที่หยุดพักชั่วคราวของเจ้ายกก่อนที่จะเข้ามาปล้นเมืองแพร่ เมื่อปี พ.ศ. ๒๔๔๕ และในปัจจุบันลักษณะของหมู่บ้านน้ำคำแต่ละหมู่บ้านจะมีลักษณะดังนี้

หมู่ ๓ มีพื้นที่ ๑๘๕ ไร่ จำนวนครัวเรือน ๑๓๗ ครัวเรือน มีจำนวนประชากร ๔๖๒ คน ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มอุดมสมบูรณ์ มีน้ำไหลผ่านเหมาะสมแก่การทำเกษตร ทำนา ทำสวน ปลูกถั่วเหลือง พืชผักสวนครัว

หมู่ ๔ มีพื้นที่ ๓ ตารางกิโลเมตร จำนวนครัวเรือน ๔๒๔ ครัวเรือน มีจำนวนประชากร ๑,๐๒๕ คน ลักษณะภูมิประเทศ เป็นรูปสี่เหลี่ยมคางหมู อาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย เกษตรกร พนักงานประจำเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว

หมู่ ๙ หมู่บ้านบวโป่ง หมู่ ๙ แยกออกมาจากหมู่ ๓ ตำบลน้ำคำ จังหวัดแพร่ เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๒๕ พื้นที่ทั้งหมดยาวประมาณ ๑.๕ กิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่ที่สลับเหลี่ยมผืนผ้า มี ๒๕๒ ครัวเรือน จำนวนประชากร ๖๒๔ คน อาชีพ ค้าขาย เกษตรกร ทำงานประจำ/ข้าราชการ และทำงานประจำเอกชน/บริษัท/โรงงาน

หมู่ ๑๐ บ้านบวโป่ง หมู่ ๑๐ เป็นหมู่บ้านเก่าที่อยู่กับหมู่บ้านบวโป่ง หมู่ ๔ และได้แยกออกจากหมู่ ๔ ตามพระราชบัญญัติลักษณะการปกครองท้องถิ่น พ.ศ. ๒๔๗๕ เมื่อวันที่ ๒๘ เมษายน ๒๕๓๑ ลักษณะภูมิประเทศ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบ มีพื้นที่ ๒๗๔ ไร่ ประชากรประกอบอาชีพทำไม้สักแปรรูป ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมครัวเรือน อาชีพ ทำนา รับจ้าง และค้าขาย. จำนวนประชากร ๑,๑๐๔ คน จำนวนครัวเรือน ๓๑๗ ครัวเรือน อาชีพ อาชีพหลัก งานประจำเอกชน/บริษัท/โรงงาน ค้าขาย งานประจำ/ข้าราชการ. อาชีพเสริม อุตสาหกรรมครัวเรือน ค้าขาย รับจ้าง

หมู่ ๑๑ บ้านบวโป่งเดิมเป็นบ้านบวโป่ง หมู่ ๓ จัดตั้งตามพระราชบัญญัติลักษณะการปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. ๒๔๗๕ และได้ทำการแยกหมู่บ้านออกจากหมู่ ๓ เมื่อวันที่ ๑ พฤศจิกายน ๒๕๓๑ มีพื้นที่ทั้งหมด ๑๐๐ ไร่ ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่พื้นที่ราบลุ่มทุ่งนาและบ้านเรือนที่อยู่อาศัยของราษฎรมีพื้นที่เหมาะสมกับเกษตรและเลี้ยงสัตว์ จำนวนครัวเรือน ๒๒๖ ครัวเรือน จำนวนประชากร ๘๕๒ คน อาชีพหลักของครอบครัว ทำงานประจำ/บริษัท/โรงงาน. ค้าขาย เกษตร อื่นๆ อาชีพเสริม ปลูกผัก อาชีพเลี้ยงสัตว์ อาชีพรับจ้าง

๔.๒ การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนส้มมาชีพในจังหวัดแพร่

๔.๒.๑ การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมพื้นที่ต้นแบบ

๑) การกำหนดความรู้

องค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม เป็นองค์ความรู้ที่มีมาพร้อมกับการตั้งถิ่นฐานของชุมชนบ้านทุ่งไธ้ง อำเภอมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ผ้าหม้อห้อมในจังหวัดแพร่ได้รับการสืบทอดกันมานานกว่า ๑๐๐ ปี จากหลักฐานชาวลาวพวนที่อพยพมาจากประเทศลาว และนำมาผลิตครั้งแรกที่บ้านทุ่งไธ้ง เมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๓๔๐ - ๒๓๕๐ หม้อห้อมเป็นภาษาพื้นเมืองมาจากคำ ๒ คำ คือ “หม้อ” และ “ห้อม” หม้อเป็นภาชนะอย่างหนึ่งที่ใช้ในการบรรจุน้ำ หรือของเหลวมีทั้งขนาดเล็กและใหญ่ ส่วนห้อมนั้นเป็นพืชล้มลุกชนิดหนึ่ง โดยการนำลำต้นและใบมาหมักในน้ำตามกรรมวิธีที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ ทำให้ได้น้ำสีกรมท่าแล้วนำไปย้อมผ้าขาวให้เป็นผ้าสีกรมท่า “ผ้าหม้อห้อม” ที่เรียกว่าหม้อห้อม จากพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ ได้ให้คำนิยามไว้ว่า (ถิ่น- พายัพ) ใช้เรียกเสื้อคอกลม แขนสั้น ผ่าอกตลอด มักย้อมสีน้ำเงินเข้ม หรือ ดำ ว่า ห้อม เขียนเป็น ม่อห้อม หรือ ม่อฮ่อม เสื้อ “ม่อฮ่อม” เป็นเสื้อผ้าฝ้ายย้อมสีคราม ดำ คอกลม ผ่าอก แขนยาว หรือแขนสั้น มีทั้งแบบ

ที่ใช้กระดุมกลัดและที่ใช้ผ้าเย็บเป็นเชือกผูก เป็นเสื้อที่ชายชาวภาคเหนือสวมใส่กัน ปรกติในชีวิตประจำวัน^{๙๙}



ภาพที่ ๔.๑ รูปต้นหอม และ ต้นคราม วัสดุในการย้อมผ้าหม้อห้อม

หม้อห้อม เป็นคำภาษาล้านนา โดยแท้จริงมิได้หมายถึงเสื้อ แต่หมายถึงสีเป็นสีครามอมดำ ปัจจุบันถ้าเอ่ยว่า หม้อห้อม จะหมายถึงเสื้อดังลักษณะที่กล่าวไว้ข้างต้น เสื้อชนิด มิใช่เสื้อสำหรับผู้ชายชาวล้านนาสวมใส่มาแต่เดิม แต่เสื้อที่ชายชาวล้านนานิยมลายสีขาว คือ เสื้อแบบที่เรียกว่า เสื้อห้าดอก หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ตัวก้อมแฉวลอย เสื้อหม้อห้อมแฉวลอย สงครามโลกครั้งที่ ๒ โดยเริ่มที่จังหวัดแพร่ เนื่องจากพวกลาวพวนที่อพยพเข้าไปอยู่ที่อำเภอเมืองแพร่ได้เย็บเสื้อฝ้ายย้อมสีครามดำออกจำหน่ายแก่คนงาน และลูกจ้างทำไม้ขึ้นก่อน จึงได้รับความนิยมซื้อสวมใส่กันแพร่หลาย ต่อมาเมื่อ พ.ศ.๒๔๙๖ นายไกรศรี นิมมานเหมินท์ ได้จัดงานเลี้ยงอาหารแบบขันโตกเพื่อเป็นเกียรติแก่ฯพณฯ นายสัญญา ธรรมศักดิ์ และกงสุลอเมริกัน ขึ้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และได้กำหนดให้ผู้มาร่วมงานสวมเสื้อฝ้ายคอกลม ย้อมสีคราม คาดผ้าขาวม้า หลังจากงานนี้จึงมีผู้นิยมใช้เสื้อหม้อห้อมกันแพร่หลายยิ่งขึ้น คนทั่วไปจึงคิดว่าเป็นเสื้อประเพณีนิยมสำหรับชายชาวล้านนา^{๑๐๐}

ในคราวที่ราชบัณฑิตยสถานได้ปรับปรุงพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.ศ. พ ๒๔๙๓ มาเป็นพจนานุกรมฯ พ.ศ. ๒๕๒๕ นั้น คณะกรรมการชุดปรับปรุงพจนานุกรม ได้เห็นควรให้ เก็บคำนี้เพิ่มเติมเข้าไปและเก็บในรูปที่เขียนว่า หม้อห้อม ตามที่นิยมใช้เขียนกันโดยทั่วไป ต่อมามีนักภาษาที่

^{๙๙} สีวลา วงศ์ไพบูลย์วัฒน์, การดำเนินงานในธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดแพร่, (เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๓), หน้า ๕๖.

^{๑๐๐} จารุวรรณ ขำเพชร และรวิญา พนาพิทักษ์ไพโร, พัฒนาการผ้าหม้อห้อมเมืองแพร่, (กรุงเทพมหานคร:มปป,๒๕๓๖), หน้า ๓๔-๓๕.

ศึกษาทางด้านภาษาถิ่นพายัพ ได้แสดงความคิดเห็น และแสดงผลการศึกษาเทียบเสียงคำไทยภาคเหนือกับคำไทยกรุงเทพฯ แล้วเห็นว่าคำนี้ควรเขียนว่า หม้อห้อม จึงจะถูกต้อง^{๑๑}

สรุปได้ว่าองค์ความรู้เรื่องผ้าหม้อห้อมนั้น เป็นองค์ความรู้ที่ติดตัวกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนของชุมชนทุ่งโฮ้ง ที่มีการนำเอาสีธรรมชาติมาย้อมผ้าเพื่อให้มีความสวยงามในการใช้สอยในชีวิตประจำวัน เนื่องจากการหาสีธรรมชาติจากต้นห้อม และ ต้นคราม ในอดีตมีเป็นจำนวนมากสามารถจัดหาได้ในพื้นที่ ความนิยมในการนำเอาสีจากต้นห้อม และต้นครามมาย้อมเสื้อผ้าจึงเริ่มเกิดขึ้น จนพัฒนาถึงปัจจุบันที่มีการนำเอาไปย้อมผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ประเภทผ้าต่างๆ มิได้จำกัดเฉพาะเพียงเสื้อและกางเกงเท่านั้น

๒) การสร้างและแสวงหาความรู้

การผลิตผ้าหม้อห้อมของชาวไทยพวนบ้านทุ่งโฮ้ง ได้ทำสืบทอดกันมานานกว่า ๑๐๐ ปีแล้ว สืบเนื่องจากในอดีตที่ต้องยังชีพด้วยตนเอง ผลิต และใช้ในครัวเรือน การทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมยังคงเหลือสืบทอดที่บ้าน ทุ่งโฮ้งในปัจจุบัน โดยมีวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ และกรรมวิธีในการผลิตที่สำคัญวัตถุดิบที่ใช้ทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมต้องมีการจัดเตรียม วัตถุดิบที่จำเป็นให้พร้อมประกอบด้วย ต้นห้อมสำหรับทำสีย้อมผ้า ผ้าฝ้ายทอมือสีขาว น้ำด่างและแป้ง โดยมีขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ ดังนี้^{๑๒}

๑. การทำสีย้อมผ้าจากต้นห้อม ขั้นตอนรายละเอียดตลอดจนเทคนิคในการทำอย่างละเอียด โดยช่างย้อมผ้าจะนำลำต้นและใบของต้นห้อม ซึ่งต้องปลูกเป็นจำนวนมากในที่ดอนเนื่องจากต้นห้อมจะเติบโตได้ดี

๒. นำมาผูกเป็นมัดแช่น้ำไว้ในโอ่งน้ำขนาดใหญ่ ประมาณ ๒ -๓ วัน กระทั่งต้นและใบห้อมเน่าจนได้น้ำที่มีสีกรมท่าเข้ม แล้วจึงนำน้ำนี้มาผสมกับปูนขาว

๓. นำปูนขาวผสมกับน้ำที่แช่ได้แล้วดีให้เกิดฟองเต็มปูนขาวจนกว่าฟองที่ได้จะเป็นสีน้ำเงิน

๔. ทิ้งให้น้ำที่ได้ตกตะกอนหรืออาจจะใช้ผ้าขาวบางกรองเอาตะกอนที่ได้เก็บไว้เป็นหัวคราม นำไปใช้ตลอดทั้งปี

^{๑๑} ราชบัณฑิตยสถาน, จดหมายข่าวราชบัณฑิตยสถาน, (กรุงเทพมหานคร:ราชบัณฑิต, ๒๕๓๓), หน้า ๔๕.

^{๑๒} สัมภาษณ์นางประภาพรณ ศรีตรัย, ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหม้อห้อมทุ่งเจริญย้อมสีธรรมชาติ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.



ภาพที่ ๔.๒ รูปขั้นตอนการย้อมห้อม

การทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมยังคงเหลือสืบทอดที่บ้าน พุงโฮ้งในปัจจุบัน โดยมีวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ และกรรมวิธีในการผลิตที่สำคัญวัตถุดิบที่ใช้ทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมต้องมีการ จัดเตรียม วัตถุดิบที่จำเป็นให้พร้อม ประกอบด้วย ต้นห้อมสำหรับทำสีย้อมผ้า ผ้าฝ้ายทอมือสีขาว น้ำ ต่างและแป้ง โดยมีขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ ดังนี้^{๑๐๓}

๑. การทำสีย้อมผ้าจากต้นห้อม ขั้นตอนรายละเอียดตลอดจนเทคนิคในการทำอย่างละเอียดก่อนข้างจะเป็นความลับ โดยช่างย้อมผ้าจะนำลำต้นและใบของต้นห้อม ซึ่งต้องปลูกเป็นจำนวนมากในที่ดอน เนื่องจากต้นห้อมจะเติบโตได้ดี

๒. นำมาผูกเป็นมัดแช่น้ำไว้ในโอ่งน้ำขนาดใหญ่ ประมาณ ๒ - ๓ วัน กระทั่งต้นและใบห้อมเน่าจนได้น้ำที่มีสีกรมท่าเข้ม แล้วจึงนำน้ำนี้มาผสมกับปูนขาว

๓. นำปูนขาวผสมกับน้ำที่แช่ได้แล้วดีให้เกิดฟองเติมปูนขาวจนกว่าฟองที่ได้จะเป็นสีน้ำเงิน

๔. ทิ้งให้น้ำที่ได้ตกตะกอนหรืออาจจะใช้ผ้าขาวบางกรองเอาตะกอนที่ได้เก็บไว้เป็นหัวคราม นำไปใช้ตลอดทั้งปี

การทำผ้าหม้อห้อมนั้นโดยธรรมชาติแล้วคุณสมบัติสีครามที่ใช้ย้อมผ้าหม้อห้อมนั้นสีจะตก จึงได้ชื่อว่า “หม้อห้อมแท้สีจะต้องตก” แต่มีกรรมวิธีที่จะช่วยให้สีครามตกน้อยลงได้โดยการแช่น้ำเกลือหรือหัวน้ำส้มไว้ ๑ คืนก่อนในครั้งแรก หลังจากนั้นก็ซักตามปกติโดยแยกออกจากผ้าที่มีสีอ่อน ผ้าหม้อห้อมยิ่งซักก็จะยิ่งสลาย ซึ่งจะตกอยู่ประมาณ ๔ - ๕ ครั้ง จากนั้นจะอยู่ตัวไม่ตก ก็จะได้ผ้าหม้อห้อมย้อมครามมีสีสวยไว้สวมใส่ ด้วยเหตุนี้ในปัจจุบันจึงมีผู้ผลิตหม้อห้อมแท้บางรายได้หันมาใช้วิธีการย้อมสีครามในการทำเสื้อหม้อห้อมแท้ด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยเมื่อย้อมสีแล้วให้นำออกมาซักด้วยน้ำต่าง ก่อนจะตากให้แห้ง แล้วนำมาใช้ ซึ่งถือเป็นเคล็ดลับที่ทำให้หม้อห้อมสีไม่ตกจึงรับรองได้ว่าหม้อห้อมดี สีจะไม่ตก

^{๑๐๓} สัมภาษณ์นายภุชณะ วัลลภาชัย, ผู้ประกอบการและออกแบบ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

เครื่องมือที่ใช้ในการทำผ้าห่มห้อม การทำเสื้อห่มห้อมเป็นงานหัตถกรรมที่มีอุปกรณ์หรือเครื่องมือในการจัดทำง่าย ๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ดังนี้ โองดินขนาดใหญ่สำหรับแช่หมักทำสีจากต้นห้อมและเป็นโองใส่น้ำสี สำหรับการย้อมผ้าโองนี้เตรียมไว้หลายใบเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการย้อมผ้าจำนวนมาก ๆ ถึงแช่ซึ่ได้และหมอน้ำต่าง ในอดีตใช้ขี้บ หรือหม้อดินในการแช่ซึ่ได้ ปัจจุบันนิยมใช้ถังพลาสติกเนื่องจากคงทนและราคาถูก ส่วนหมอน้ำต่างยังคงใช้โองปากกว้างขนาดเล็ก ภาชนะสำหรับบรรจุน้ำธรรมดา ส่วนใหญ่ใช้กะละมังขนาดใหญ่เพื่อแช่ผ้าดิบที่ตัดเย็บแล้ว ตะกร้าห่างเป็นตะกร้าทำจากไม้ไผ่โดยสานห่าง ๆ ปากกว้างขนาดพอดีที่จะวางครอบปากโองกันสอบ ใช้สำหรับใส่ผ้าที่จะย้อมแล้วแช่ส่วนกันของตะกร้าลงในสีย้อม ถุงมือเป็นเครื่องมือสมัยใหม่ที่ใช้สำหรับป้องกัน สีย้อมไม่ให้ติดมือในอดีตผู้ที่มีอาชีพทำผ้าห่มห้อมจะมีมือสีดำติด เนื่องจากใช้มือล้างผ้ามาห้อมย้อมโดยตรง รวตากผ้า นิยมใช้ราวไม้ไผ่ซึ่งหาได้ง่ายจะทำเป็นราวตั้งไว้ในที่แดดจัดใช้ตากผ้าที่ผ่านการย้อมเสร็จเรียบร้อยแล้วให้แห้งสนิท

สรุปได้ว่า การแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผ้าห่มห้อมนั้น เริ่มจากการลองผิดลองถูกในการนำเอาวัสดุจากธรรมชาติมาย้อมเพื่อให้ได้สีตามที่ต้องการ เมื่อได้สีที่ต้องการมีการหาแนวทางในการที่จะทำให้สีที่ย้อมไม่ตก ติดอยู่กับเสื้อผ้าได้นาน จึงมีการลองผิดลองถูกจนประสบผลสำเร็จได้ ดังนั้นแม้ว่าองค์ความรู้เรื่องผ้าห่มห้อมจะได้รับการสืบทอดกันมาเป็น ๑๐๐ กว่าปี แต่ในด้านของการพัฒนานั้น ก็มีการพัฒนามาโดยลำดับ โดยอาศัยการศึกษาจากบรรพบุรุษ การลองผิดลองถูก และการเอาวิทยาการสมัยเข้ามาช่วย ทำให้ปัจจุบันผ้าห่มห้อมถือเป็นสินค้าประจำจังหวัดแพร่อีกด้วย

๓) การจัดเก็บองค์ความรู้ให้เป็นระบบ

การจัดเก็บองค์ความรู้ผ้าห่มห้อมปัจจุบันถือว่ามี การจัดเก็บอย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้นจากสมัยอดีต โดยเฉพาะในด้านประวัติความเป็นมาของผ้าห่มห้อม รวมถึงพัฒนาการของผ้าห่มห้อมจากอดีตถึงปัจจุบันและเทคนิคกระบวนการต่างๆในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีศูนย์เรียนรู้ผ้าห่มห้อมของผู้ประกอบการในพื้นที่เป็นศูนย์กลางในการให้ความรู้สำหรับผู้สนใจ เริ่มตั้งแต่กระบวนการเลือกสีห้อม มัด ย้อม จนถึงกระบวนการจัดจำหน่าย โดยมีผู้ที่สนใจทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถานศึกษา ต่างเข้ามาศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าห่มห้อมที่ศูนย์การเรียนรู้ดังกล่าว^{๑๐๔} ซึ่งในปัจจุบันในชุมชนทุ่งโฮ้งได้มีศูนย์การเรียนรู้ที่สำคัญคือ ศูนย์การเรียนรู้ผ้าห่มห้อมของป่าเห้งยม ที่ถือเป็นแหล่งเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าห่มห้อมได้เป็นอย่างดี โดยมีวิทยากรคอยแนะนำ แต่ละขั้นตอนของการผลิตผ้าห่มห้อม

^{๑๐๔} สัมภาษณ์นายพงศกร เสนาธรรม ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.



ภาพที่ ๔.๓ รูปศูนย์การเรียนรู้ผ้าหม้อห้อมบ้านทุ่งโฮ้ง

ศูนย์การเรียนรู้ของป่าเหี้ยมถือเป็นแหล่งเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าหม้อห้อมที่สำคัญของจังหวัดแพร่ ที่ประชาชนทั่วไปมักจะนึกถึง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในชุมชนทุ่งโฮ้งจะศูนย์การเรียนรู้ผ้าหม้อห้อมที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฝึกปฏิบัติจริง แต่ในด้านการรวบรวม เรียบเรียง องค์ความรู้ในด้านเอกสารเชิงวิชาการนั้นก็ถือว่ายังมีอยู่น้อย เนื่องจากการผลิตผ้าหม้อห้อมของชุมชนทุ่งโฮ้งนั้นถือเป็นหนึ่งในวิถีชีวิตประจำวัน ที่แต่ละครอบครัวจะยังคงยึดเป็นอาชีพหลัก ฉะนั้นองค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมนั้น โดยส่วนมากก็จะถูกจัดเก็บไว้ในตัวบุคคลเป็นสำคัญ

สรุปได้ว่า การจัดเก็บองค์ความรู้ผ้าหม้อห้อม ที่แต่เดิมนั้นจะยังไม่มีมีการเก็บอย่างเป็นระบบ องค์ความรู้จะถูกเก็บไว้ในลักษณะของตัวบุคคลเป็นสำคัญ หรืออยู่ในวิถีชีวิตของชาวไทยพวน แต่ในปัจจุบัน องค์ความรู้ดังกล่าวนั้น นอกจากจะอยู่เก็บและถ่ายทอดในกลุ่มผู้ประกอบการผ้าหม้อห้อมแล้วนั้น ยังมีศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนหรือศูนย์การเรียนรู้ป่าเหี้ยมที่เป็นแหล่งเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องผ้าหม้อห้อมได้ โดยมีทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ ถือได้ว่าเป็นแหล่งเรียนรู้ สืบสาน และถ่ายทอดภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อมของชุมชนทุ่งโฮ้งได้เป็นอย่างดี

๔) การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้

สำหรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าหม้อห้อมให้กับทายาท หรือผู้รับสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมผ่านการเรียนรู้ประสบการณ์ตรงโดยมีการฝึกฝนจากพ่อแม่สู่ลูกหลาน มีระบบการรักษาความลับของครอบครัวหาเทคนิคที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของครอบครัว สมาชิกส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำผ้าหม้อห้อมที่ผลิตมาจากโรงงาน ปัจจุบันได้นำเอาภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษของคนไทยพวนบ้านทุ่งโฮ้ง ที่ถ่ายทอดกันมารุ่นสู่รุ่นในการทำผ้าหม้อห้อมสี่ธรรมชาติ ซึ่งได้จากธรรมชาติ เป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาชาวบ้านในการทำหัตถกรรมสิ่งทอย้อมสีห้อมธรรมชาติ เป็นการพัฒนาผ้าหม้อห้อมให้ไปสู่สากล และรักษาความเป็นอัตลักษณ์ ของผ้าหม้อห้อมให้ยั่งยืน และสืบทอดต่อไป

สรุปได้ว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องผ้าหม้อห้อมนั้น ในอดีตเป็นการเรียนรู้ภายในครอบครัวที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ปัจจุบันได้มีการเรียนรู้และถ่ายทอดจากศูนย์การเรียนรู้ในชุมชน รวมถึงการเรียนรู้จากปราชญ์ท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่ม

ที่เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้มีทั้งนักเรียน และผู้ที่สนใจทั่วไป โดยเฉพาะการเข้ามาศึกษาเรียนรู้ในศูนย์การเรียนรู้ ที่มีวิทยากรคอยแนะนำ โดยมีทั้งหลักสูตรระยะสั้นสำหรับผู้สนใจอีกด้วย



ภาพที่ ๔.๔ การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

๕) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

องค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมของชุมชนบ้านทุ่งโฮ้งนั้น นอกจากเป็นการนำเอาอัตลักษณ์ของชุมชนไทยพวนมาสร้างเป็นจุดขายของชุมชนแล้วนั้น ยังเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกวิธีการหนึ่ง องค์ความรู้ด้านผ้าหม้อห้อมมิใช่เป็นการสร้างประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นการเปิดพื้นที่การเรียนรู้ โดยเฉพาะการเรียนรู้ด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี และคติความเชื่อของชาวไทยพวน ชาวไทยพวนบ้านทุ่งโฮ้งได้ถ่ายทอดวิถีชีวิตผ่านผืนผ้าหม้อห้อมมาเป็นระยะเวลากว่า ๑๐๐ ปี คุณค่าที่เกิดขึ้นสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พร้อมๆ กับพัฒนาการของผ้าหม้อห้อมจากอดีตถึงปัจจุบันเช่นกัน เริ่มตั้งแต่การผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือน จนพัฒนามาเป็นสินค้าประจำจังหวัดแพร่ในปัจจุบัน ดังนั้น องค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมนั้น มิได้จำกัดเฉพาะการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังถูกนำไปใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดอีกด้วย^{๑๐๕}

สรุปได้ว่า องค์ความรู้เรื่องผ้าหม้อห้อมนอกจากจะมีประโยชน์ต่อคนในชุมชนในด้านวิถีชีวิตของชาวไทยพวนแล้ว ยังก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าในด้านเศรษฐกิจที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนให้ดีขึ้นอีกด้วย การนำเอาองค์ความรู้แบบเดิมมาพัฒนาต่อยอดเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม โดยเฉพาะในด้านการตลาด และเครือข่ายการผลิตและจำหน่าย ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมถือเป็นหนึ่งในสินค้าที่มีการส่งออกมากที่สุดในจังหวัดแพร่ และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดแพร่ได้เป็นอย่างดี

^{๑๐๕} สัมภาษณ์นายอดุลย์ ทนชัย กำนันตำบลทุ่งโฮ้ง, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

๔.๒.๒ การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบ้านดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

๑) การกำหนดองค์ความรู้

ชุมชนบ้านดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ เป็นชุมชนสัมมาชีพต้นแบบอีกชุมชนหนึ่งที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน คือผลิตภัณฑ์ไม้สักเฟอร์นิเจอร์ ที่มีประวัติความเป็นมาและพัฒนาการมาตั้งแต่สมัยก่อน เริ่มจากในอดีต อาชีพส่วนใหญ่ของชาวบ้านในพื้นที่ก็คือ การทำเกษตรกรรม ถือเป็นอาชีพหลักที่มีการสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ พร้อมกับแนวคิดในการสร้างบ้านด้วยไม้ โดยไม้ที่ชาวบ้านนิยมนำมาสร้างบ้านก็คือไม้สัก^{๑๐๖} ที่ถือเป็นวัตถุดิบที่หาง่ายมากในสมัยก่อน หรือเรียกได้ว่าสามารถที่จะเลือกขนาดไม้สักได้ตามความต้องการ และความสามารถของตนเองในการหาไม้มาสร้างบ้าน การใช้ไม้สักของชุมชนดอนมูลในช่วงแรกจึงเป็นการนำไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัยมากกว่าการนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ไม้สักประเภทต่างๆ ดังเช่นปัจจุบัน โดยในอดีตนั้น ไม้ที่นำมาใช้เพื่อผลิตสินค้านั้นจะเป็นไม้เถื่อนแทบจะ ๙๐% ที่ได้มาจากการทำสัมปทานไม้โดยผ่านขั้นตอนการสวมรอยแทน ^{๑๐๗}



ภาพที่ ๔.๕ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงงานไม้สักพื้นที่ตำบลดอนมูล

หลังจากที่ครอบครัวผลิต กบไสไม้ ก็พัฒนา ปรับเปลี่ยนเป็น ประตู่ หน้าต่าง เฟอร์นิเจอร์ต่างๆ หากพูดถึงการทำไม้ในอดีตนั้น อาจกล่าวได้ว่าใครค้าไม้ก็ต้องมีบ้านไม้ การทำอาชีพเกี่ยวกับไม้สักของชุมชนดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ในสมัยอดีตจะอาศัยประสบการณ์ ความคุ้นชิน ความผูกพัน ระหว่างไม้สักและวิถีชีวิตผู้คนในพื้นที่ในการนำเอาไม้สักมาสร้างที่อยู่อาศัย รวมถึงการออกแบบ ขึ้นแบบต่างๆก็ศึกษาและพัฒนาขึ้นมาเอง โดยอาศัยความขยันหมั่นเพียร ในการศึกษาด้วยตนเอง ในตำบลดอนมูลนั้น มีกิจการโรงงานแปรรูปไม้หลากหลายประเภท ประเภทโรงงานไม้แปรรูป

^{๑๐๖} สัมภาษณ์นายเอกพงศ์ เสียงเพระ, ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ดอนมูล, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๐๗} สัมภาษณ์นายน้อย ดอนมูล, ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ดอนมูล, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

มีไม่น้อยกว่า ๑๐๐ โรงงาน แต่ละโรงงานก็มีผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน บางโรงงานก็จะมีกรอบแบบเขียนแบบขึ้นมาเอง เมื่อผลิตสินค้าออกมาก็นำมาวางขาย เมื่อมีคนอื่นๆมาเห็นก็นำเอาแบบไปพัฒนาต่อยอดสินค้าของตนต่อไป ไม้ที่นำมาแปรรูปนั้น ส่วนมากได้มาจาก ไม้สวนป่าเอกชน (อ.อ.ป) ไม้เถื่อนก็ยังคงมีอยู่ประมาณ ๐.๐๑% ผลิตภัณฑ์ที่พบเห็นได้มากในชุมชนก็มีหลากหลาย อาทิเช่น ตู้ทีวี ม้านั่งผู้สูงอายุ แก้วอี้ ชุดโต๊ะอาหาร ฯลฯ หรือออเดอร์ตามที่ถูกคำสั่ง



ภาพที่ ๔.๖ รูปกบไสไม้สำหรับสล่าในสมัยก่อน

๒) การสร้างและแสวงหาองค์ความรู้

การสร้างและการแสวงหาองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ นั้น เป็นการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ของชาวบ้านเอง เริ่มตั้งแต่การตัดไม้ การผ่าไม้ การรีดไม้ การประกอบไม้ ฯลฯ ทุกขั้นตอนเกิดจากการลงมือปฏิบัติ และอาศัยประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากครอบครัว วิถีชีวิตของชาวบ้านในตำบลดอนมูลนับได้ว่ามีความผูกพันกับไม้สักมาตั้งแต่อดีต โดยในอดีตนั้น ครอบครัวไหนที่มีลูกชาย ก็จะมีหน้าที่ช่วยเหลือพ่อแม่ในการทำงานต่างๆ รวมถึงการช่วยครอบครัวในการสร้างบ้าน เริ่มจากการติดตามหัวหน้าครอบครัวเข้าป่า เพื่อคัดเลือกไม้มาสร้างที่อยู่อาศัย และช่วยเหลือในขั้นตอนการแปรรูปไม้ให้ได้ขนาดตามความต้องการ จากนั้นถึงจะสามารถนำไม้มาใช้ในการสร้างส่วนต่างๆ โดยองค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าวนี้ เป็นความรู้ที่ติดตัวชาวบ้านมาพร้อมกับพัฒนาการของการใช้ไม้สักตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยแบ่งเป็น ๓ ช่วงที่สำคัญ คือ^{๑๐๘}

(๑) ช่วงนำไม้สักมาสร้างที่อยู่อาศัย เป็นช่วงแรกที่นิยมนำไม้สักมาสร้างบ้านที่อยู่อาศัย โดยจัดหาไม้สักในพื้นที่ สามารถที่จะตัดได้ตามความต้องการ แต่ยังไม่มีการนำเอาไม้สักมาจัดจำหน่าย

(๒) ช่วงนำไม้สักมาแปรรูปจำหน่าย เช่น โครงหน้าต่าง บานประตู ฯลฯ เป็นช่วงที่เริ่มมีการแปรรูปไม้สักเพื่อจัดจำหน่าย แต่ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่

^{๑๐๘} สัมภาษณ์นายน้อย ดอนมูล, ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ดอนมูล, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

(๓) ช่วงพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ ถือเป็นช่วงที่ได้รับการพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ ๔.๖ รูปบ้านไม้สักในสมัยอดีตและสมัยปัจจุบัน

องค์ความรู้ด้านการนำไม้สักมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ของชุมชนดอนมูลได้รับการพัฒนามาโดยลำดับ โดยอาศัยประสบการณ์และการเรียนรู้จากตนเองและครอบครัวเป็นพื้นฐาน เป็นการเรียนรู้ผ่านตัวบุคคลและประสบการณ์ตรงในช่วงแรก คือ การนำไม้สักมาสร้างที่อยู่อาศัย และช่วงที่สอง คือ การเริ่มนำเอาไม้สักมาแปรรูปสร้างผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่เพื่อจัดจำหน่ายสำหรับช่วงที่ ๓ คือ ช่วงพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ ถือเป็นช่วงที่ได้รับการพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานราชการเข้ามาเสริมแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น วิทยาลัยชุมชนอุตรดิตถ์ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ที่ได้เข้ามาให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนา การออกแบบ การบริหารจัดการด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับบริบทปัจจุบันอีกด้วย



ภาพที่ ๔.๗ รูปผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักของชุมชนดอนมูลปัจจุบัน

๓) การจัดเก็บองค์ความรู้ให้เป็นระบบ

องค์ความรู้เกี่ยวกับไม้สักของชุมชนดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ แม้ว่าในด้านของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายในปัจจุบัน ทันสมัย และเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภค แต่ในด้านของการจัดเก็บองค์ความรู้เกี่ยวกับไม้สักในแต่ละช่วง รวมถึงพัฒนาการของการนำเอาไม้สักมาใช้ประโยชน์นั้น ถือว่ายังอาศัยตัวบุคคลเป็นสำคัญในการให้บอกเล่าข้อมูลเกี่ยวกับไม้สักตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน องค์ความรู้เกี่ยวกับไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น เป็นองค์ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักอยู่แล้ว ทำให้แนวคิดในด้านการรวบรวมองค์ความรู้ของชุมชนตนเองนั้นมีน้อย และยังไม่มีกรรวบรวม จัดเก็บอย่างเป็นระบบ อาศัยประสบการณ์จากตัวบุคคลในการถ่ายทอดเรียนรู้เป็นสำคัญ



ภาพที่ ๔.๘ รูปสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล

๔) การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น มีอยู่ ๒ ลักษณะ คือ

๑) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างครอบครัวและชุมชนในอดีต หมายถึง ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักอยู่แล้ว แต่จะต่างกันตรงประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ทำ เช่น บางครอบครัวจะทำบานประตู บางครอบครัวจะทำโครงหน้าต่าง บางครอบครัวจะทำลูกกลิ้ง ฯลฯ แต่ละครอบครัวจะมีความชำนาญในการทำผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกัน^{๑๐๙} ฉะนั้นกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทจึงไม่เหมือนกัน สิ่งที่ชาวบ้านมักจะแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้แก่ กระบวนการจัดหาไม้ คุณภาพเนื้อไม้ และวัสดุอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวกในการแปรรูปไม้ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มากกว่า โดยหากพิจารณาในขั้นตอนต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จะพบว่า ต้นน้ำนั้น คือ ขั้นตอนในการจัดหาไม้ กลางน้ำคือ ขั้นตอนการผลิต และปลายน้ำ คือ การจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในชุมชนจึงอยู่ในขั้นตอนต้นน้ำและปลายน้ำ

๒) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานในปัจจุบัน เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงาน โดยการเข้ามาให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักให้มีความหลากหลาย ทันสมัย มากยิ่งขึ้น โดยไม่จำกัดอยู่เพียงแค่การทำผลิตภัณฑ์ไม้สักขนาดใหญ่ดังเช่นในอดีต แต่เป็นการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น กระถางต้นไม้ ถังขยะ ม้านั่งสำหรับเด็ก กล่องใส่ทิชชู กระเป๋า ฯลฯ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐในการให้ความรู้และพัฒนาฝีมือของชาวบ้าน โดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาทในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้แก่ วิทยาลัยชุมชนอุตรดิตถ์ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นต้น^{๑๑๐}

^{๑๐๙} สัมภาษณ์นายแดน อัญทาน, ผู้ใหญ่บ้านดอนมูล หมู่ ๕, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๑๐} สัมภาษณ์ นายสนธิ สีหมอก กำนันตำบลดอนมูล, วันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๖๕.



ภาพที่ ๔.๙ รูปผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาของชุมชนดอนมูล

๕) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

องค์ความรู้เกี่ยวกับไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น นอกจากจะใช้ในการผลิตและจัดจำหน่าย แล้วนั้น ภายในชุมชนดอนมูลยังมีการจัดตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้ไม้สัก เพื่ออำนวยความสะดวกให้เยาวชน และผู้ที่สนใจได้ศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับไม้สักโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เริ่มจากขั้นตอนแรกในการ จัดหาไม้ แปรรูปไม้ และนำมาวัดสัดส่วนให้ได้ตามขนาดที่ต้องการ จนสามารถนำมาประกอบให้ได้ ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ปัจจุบันมีผู้ที่สนใจได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับไม้สักอยู่ตลอด ทำให้เกิดการเผยแพร่ องค์ความรู้ด้านไม้สักของชุมชนดอนมูลสู่สาธารณะ โดยมีเพื่อน้อง ดอนมูล เจ้าของศูนย์การเรียนรู้ และวิทยากรให้ความรู้แก่ผู้ที่มาศึกษาดูงานอีกด้วย



ภาพที่ ๔.๑๐ รูปศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักตำบลดอนมูล

๔.๒.๓ การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนบ้านค่างาม อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่

๑) การกำหนดองค์ความรู้

บ้านค่างาม หมู่ที่ ๘ อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอสว่างเม่น ประมาณ ๗ กิโลเมตร อยู่ห่างจาก ตัวเมืองจังหวัดแพร่ ประมาณ ๑๐ กิโลเมตร สภาพพื้นที่เป็นที่ราบ ประชากรมีอาชีพทางการเกษตร มีการเลี้ยงสัตว์ และปลูกพืชผลทางการเกษตร เช่น ข้าว ข้าวโพด ถั่วเหลือง มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ ๘๐๐ ไร่ ทิศเหนือ ติดต่อกับ บ้านดอนมิต หมู่ที่ ๘ ตำบล ร่องกาสะ ทิศใต้ติดต่อกับ บ้านดอนมูล หมู่ที่ ๘

๔ ตำบล ดอนมูล ทิศตะวันออก ติดต่อกับ บ้านค่างามหมู่ที่ ๑ ตำบล ดอนมูล ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ถนนยंत्रกิจโกศล และตำบล สบสาย จำนวนประชากร จำนวนครัวเรือนทั้งหมด ๑๑๗ ครัวเรือน

คำขวัญบ้านค่างาม “บ้านค่างาม ดินแดนเกษตรกรรม เลิศล้ำงานจักสาน ตำนานพระอาจารย์หมื่น”

วิสัยทัศน์ของหมู่บ้าน “หมู่บ้านจักสานเข้มแข็ง มีความสามัคคี ประชาชนอยู่ดีกินดี น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง” อัตลักษณ์ “หมู่บ้านหัตถกรรมจักสาน น้อมนำเศรษฐกิจพอเพียง”

คนในหมู่บ้านอาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านเกษตร ทำนาข้าว ในฤดูนาปีปลูกข้าวเหนียวเป็นส่วนใหญ่ มีปลูกข้าวเจ้าเพียงเล็กน้อยเพื่อบริโภคในครัวเรือน เพราะสภาพทั่วไปของหมู่บ้านเป็นที่ลุ่มรอบหมู่บ้าน พืชที่ปลูกภายหลังเก็บเกี่ยวเสร็จ คือ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเหลือง และข้าวนาปรัง ชาวบ้านค่างามเป็นชาวพื้นบ้านดั้งเดิมเป็นส่วนใหญ่ อาศัยอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม มีภาษาพูดเป็นภาษาถิ่น มีความผูกพันกันเหมือนพี่น้อง พี่พวอาศัยกันเหมือนเครือญาติ มีขนบธรรมเนียมประเพณีตลอดถึงความเป็นอยู่และการประกอบอาชีพคล้ายคลึงกันส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมวิถีชีวิตชุมชนภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความรู้ที่สร้างขึ้นด้วยกัน เรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้ในหมู่พวกของตน คือการจักสานกระบุงจากไม้ไผ่ เพื่อใช้หาบข้าวเปลือกจากที่น่านำมาเก็บไว้ในยุ้งฉาง และใช้หาบข้าวเปลือกนำไปสีที่โรงสีข้าวในหมู่บ้านเพื่อนำข้าวสารมาบริโภค และได้มีการพัฒนารูปแบบ และมีการรวมกลุ่มกันคิดประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์อื่นๆ สำหรับใช้ในชีวิตรประจำวัน และความต้องการของตลาด เช่น หวดข้าวข้าว หวดนึ่งข้าว กระตัง เหมียงใส่ปลา กระจาด กะลา ไซดักปลา ตะกร้าอเนกประสงค์ พัด โคมไฟ ฯลฯ เมื่อมีผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ และเหลือใช้ในครัวเรือนจึงรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และได้ยื่นจดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม หมู่ ๘ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ รหัสทะเบียน ๖-๕๔-๐๔-๐๔/๑-๐๐๐๑ ลงวันที่ ๑๗ มกราคม ๒๕๔๙ มีสมาชิกแรกตั้ง ๒๕ คน ปัจจุบันมีสมาชิก ๗๐ คน

จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน คือ ผู้ใหญ่บ้านค่างาม อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่ พบว่า การผลิตเครื่องจักสานของชุมชนบ้านค่างามนั้น ในอดีตเป็นการผลิตเพื่อใช้ในงานเกษตรกรรมเป็นสำคัญ โดยยังไม่ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชุมชนนั้น โดยส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้โดยง่าย ไม่มีความซับซ้อน เน้นการใช้งานมากกว่าการจัดจำหน่าย เช่น กระบุง หวดข้าว เหมียงข้าว หมวก เป็นการผลิตที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งในบริบทของชุมชนบ้านค่างามนั้น ชาวบ้านมีอาชีพหลักคือการทำเกษตรกรรม การจักสานเป็นเพียงอาชีพเสริมเท่านั้น จะมีการทำก็ต่อเมื่อมีเวลาว่างเว้นจากงานเกษตรกรรม เป็นการทำในครอบครัว ที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น จากการสัมภาษณ์พบว่า เครื่องจักสานบ้านค่างาม ตำบลดอนมูล อำเภอสว่างเม่น

จังหวัดแพร่ นั้น ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ แม้เด็กหรือเยาวชนก็สามารถที่จะทำได้ โดยมีผู้ปกครองคอยชี้แนะตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จ โดยเด็กและเยาวชนมักจะช่วยผู้ปกครองทำในเวลาว่าง จนเกิดความชำนาญ และมีการจ้างงานเยาวชนในหมู่บ้านในการทำเครื่องจักสานแต่ละชนิด เมื่อมียอดสั่งซื้อเข้ามาเป็นจำนวนมาก ซึ่งนอกจากจะเป็นสร้างรายได้แก่ชุมชนแล้วนั้น ยังมีการส่งเสริมให้เยาวชนได้สืบทอดภูมิปัญญาในการทำเครื่องจักสานอีกด้วย^{๑๑๑}



ภาพที่ ๔.๑๑ รูปผลิตภัณฑ์จักสานแบบดั้งเดิมของชุมชนค่างาม

กระบวนการของการทำงานจักสานนั้นมีการวิธีที่ไม่ซับซ้อน แต่ในด้านความคิดสร้างสรรค์แล้ว จะเห็นว่าการจักสานเป็นความคิดที่แยบยลและเรียบง่ายอย่างหนึ่งของมนุษย์ แต่สัมฤทธิ์ผลในด้านประโยชน์ใช้สอยสูง และแม้ว่าการทำงานหัตถกรรมจักสานทั่วไปจะใช้วัสดุพื้นบ้านที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นก็ตาม แต่การนำวัสดุเหล่านั้นมาทำงานหัตถกรรมจักสานจำเป็นจะต้องมีเครื่องมือเป็นเครื่องช่วยให้เกิดความสะดวกในการนำวัสดุธรรมชาติมาดัดแปลงเป็นงานหัตถกรรมจักสาน เครื่องไม้เครื่องมือในการทำงานหัตถกรรมจักสานเป็นเครื่องมือพื้น ๆ ที่ชาวบ้านสามารถทำขึ้นใช้เองได้และมีเพียงไม่กี่อย่าง ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า เครื่องมือที่ใช้ในการทำเครื่องจักสานทั่วไปมีอยู่เพียง ๓ ชนิด คือ^{๑๑๒}

๑. มีด ที่ใช้ทั่วไปเป็นมีดเหล็กกล้าที่มีเนื้อแกร่งและมีความคมมากมีอยู่ ๒ ชนิด คือ

๑.๑ มีดสำหรับใช้ฟันหรือตัดป่าไม้ มักเป็นมีดขนาดค่อนข้างใหญ่ มีสันหนาประมาณ ๑/๒

- ๑ เซนติเมตร ยาวประมาณ ๔๐ เซนติเมตร ด้านคมคมมาก เพื่อความคงทนในการตัดทอนไม้ไผ่

^{๑๑๑} สัมภาษณ์ นางสุกัญญา ฉลอม ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม, วันที่ ๖ มกราคม ๒๕๖๕.

^{๑๑๒} สัมภาษณ์นางปราณี แสงสร้อย, ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จักสานค่างาม, ๖ มกราคม ๒๕๖๕.

หวาย และอื่น ๆ ใช้ในการทำเครื่องจักสานขั้นตอนแรก คือ เริ่มตัดไม้ไผ่ หรือหวาย มาจากป่า แล้วตัดเป็นท่อน ผ่าเป็นชิ้น สำหรับเตรียมจักเป็นตอกต่อไป

๑.๒ มิดตอก มิดชนิดนี้มีประโยชน์ใช้สอยตามชื่อเรียกคือ เป็นมิดสำหรับใช้จักตอก มักมีรูปเรียวแหลม ปลายและด้ามงอน ตัวมิดจะสั้นกว่าด้าม ปลายงอนแหลม เพื่อความสะดวกในการ จัก เเหลา หรือเจาะคว้าน

๒. เหล็กหมาด เป็นเหล็กปลายแหลมสำหรับใช้เจาะ จัด แงะ มีอยู่ ๒ ชนิด คือ เหล็กหมาดปลายแหลม ใช้สำหรับไขแ่งทำด้วยเหล็กดีส่วนมากทำด้วยกำน่อม ชีล่อ จักรยาน เป็นเหล็กปลายแหลมคล้ายเข็ม ยาวประมาณ ๓ นิ้ว มีด้ามกลม ๆ ทำด้วยไม้ ไขแ่ง ไซ และแ่งตามรูตอก สำหรับร้อยหวายในการถักขอบหรือผูกโครงสร้างของเครื่องจักสาน เหล็กหมาดปลายแบนหรือปลายหอก มีด้ามกลมๆ ยาวประมาณ ๔-๖ นิ้ว เหล็กหมาดชนิดนี้ใช้สำหรับเจาะขอบโดยใช้มือปั่นที่ด้ามให้ปลายเหล็กหมุนเจาะลงไปในวัตถุ

๓. คีมไม้ มีลักษณะคล้ายคีมทั่วไป คือ มีส่วนปากสำหรับหนีบ มีด้ามจับ คีมนี้มักทำด้วยไม้เนื้อแข็งและเหนียว เช่น ไม้ชิงชัน ไม้มะค่า ไม้พะยูน แก่นไม้ขาม เป็นต้น ใช้หนีบขอบปากของเครื่อง จักสานเวลาผูกขอบหรือเข้าขอบ เช่น การเข้าของกระบุง ขอบเข่ง ขอบคุ เป็นต้น



ภาพที่ ๔.๑๒ รูปการเริ่มต้นจักสานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านค่างาม

เครื่องมือเครื่องใช้ทั้ง ๓ ชนิดนี้ เป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการทำงานหัตถกรรมจักสานจักสาน นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ยังพบว่า การจักหวายจะต้องมีแผ่นสังกะสีซึ่งจะเป็นฝากระป๋องสังกะสีต่างๆ ก็ได้ เจาะเป็นรูเล็ก ๆ สำหรับสอดเส้นหวายที่จักเป็นเส้นผ่าเข้าไป ให้ความคมของสังกะสีช่วยขูดซี่หวายออก ซึ่งเรียกว่าวิธี ชักเลียด และเรียกแผ่นสังกะสีว่า เลียด ทั้งนี้ อาจจะมีเครื่องมือที่ช่วยให้การทำเครื่องจักสานสะดวกรวดเร็วขึ้นอีกบ้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัสดุแต่ละชนิด การทำเครื่องจักสานจะไม่ใช้เครื่องมืออื่นๆ เข้ามาช่วยมากนัก เพราะหลักใหญ่ของการทำเครื่องจักสานนั้นขึ้นอยู่กับมือ ทักษะ แม้จะมีเครื่องมืออื่นเข้ามาช่วยบ้างแต่ความละเอียดประณีตจะสู้ฝีมือ

มนุษย์ไม่ได้^{๑๑๓} เช่น ในปัจจุบันนี้ มีผู้ประดิษฐ์เครื่องจักตอกไม้ไผ่ขึ้นใช้ แต่จะได้ตอกที่ไม่เรียบร้อยเท่าที่ควร บางครั้งต้องใช้มือเล้าซ้ำอีกครั้งหนึ่ง การทำเครื่องจักสานเป็นงานหัตถกรรมที่ยังไม่สามารถสร้างเครื่องจักรขึ้นทำงานทดแทนได้ อาจทำได้ในอนาคต แต่ความสวยงามและความประณีตที่มีชีวิตชีวาบางอย่างเกิดขึ้นจากฝีมือและความมีจิตใจจดจ่อของผู้สาน ซึ่งเป็นสุนทรียภาพอยู่ในเครื่องจักสานคงจะหาเครื่องจักรชนิดใดทำขึ้นแทนได้



ภาพที่ ๔.๑๓ รูปการใช้เครื่องมือจักตอก หรือชุดเส้นไม้ไผ่ให้ได้ขนาดตามต้องการ

สรุปได้ว่า เครื่องจักสานถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เครื่องมือในการผลิตค่อนข้างที่จะจำกัด โดยใช้เพียงอุปกรณ์เพียงไม่กี่ชิ้นก็สามารถที่จะผลิตขึ้นมาได้ เครื่องมือที่สำคัญที่ใช้ในการจักสานนั้น นอกจากวัตถุดิบ หรือ ไม้ไผ่แล้วนั้น เครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่ มีดที่มีขนาดคม เพื่อที่จะสามารถผ่าไม้ออกมาเป็นเส้นเล็กๆ เพื่อนำมาทอเป็นเครื่องจักสานประเภทต่างๆ รวมถึงเส้นหวาย ที่มักจะนำมาเป็นส่วนประกอบเมื่อต้องการความคงทนแข็งแรง รวมถึงเครื่องมือที่ใช้ในการตกแต่งทรงของไม้ไผ่ที่ผ่านการผ่าด้วยมีดแล้ว สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ เครื่องจักตอก หรือเครื่องชุดตอก หมายถึง เครื่องมือที่มีความคมมีลักษณะคล้ายๆ กับมีดสองด้าม นำมาประกอบกัน เพื่อให้คมของมีดทั้งสองด้ามช่วยในการตกแต่งเส้นไม้ไผ่ หรือเส้นตอก ให้มีความหนา บาง ตามความต้องการ โดยทักษะการผ่าไม้ไผ่ให้ได้ขนาดนั้น จากการสัมภาษณ์พบว่า ประชาชนในพื้นที่บ้านค่างามที่มีอาชีพจักสานนั้น จะมีความชำนาญเป็นพิเศษ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทักษะด้านการผ่าไม้ไผ่ให้ได้ขนาดนั้น จะต้องใช้ความชำนาญและความระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากอาจได้รับอันตรายจากคมมีดได้

๒) การสร้างและการแสวงหาความรู้

การพัฒนางานหัตถกรรมจักสานตามอิทธิพลทางสังคมจะเป็นผลดีทางด้านเศรษฐกิจของชาวชนบทที่ผลิตงานหัตถกรรมจักสาน มีรายได้เพิ่มขึ้น มีงานทำเป็นอาชีพรอง หรือทำเป็นอาชีพหลัก

^{๑๑๓} สัมภาษณ์นางแสงเทียน สีสด, ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จักสานค่างาม, ๖ มกราคม ๒๕๖๕.

ตลอดปี ในขณะเดียวกัน ถ้าการพัฒนาไม่ถูกวิธี ก็เกิดผลเสียทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และคุณค่าของงานหัตถกรรมจักสาน คือ เมื่อมีการผลิตงานหัตถกรรมจักสานเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จะทำให้งานหัตถกรรมจักสานล้นตลาดเกินความต้องการได้ง่าย เพราะปริมาณความต้องการในการใช้งานหัตถกรรมจักสานอยู่ในวงจำกัด เพียงใช้เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตของชาวชนบทเป็นส่วนใหญ่ เมื่อมีการผลิตจนล้นตลาด จะทำให้ราคาถูก ไม่คุ้มกับต้นทุนซึ่งอาจนำไปสู่การสูญสลายได้ นอกจากนี้ การส่งเสริมในการพัฒนาและผลิตอย่างไม่ระมัดระวัง เช่น การใช้วัสดุอย่างฟุ่มเฟือย ไม่คุ้มค่า ทำให้เกิดการขาดแคลนวัสดุ ดังปรากฏอยู่แล้วในบางท้องถิ่นทำให้วัสดุราคาสูงหรือหาไม่ได้จนต้องเลิกผลิตไปในที่สุด ดังนั้น องค์ความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานนั้น จะต้องคำนึงดังต่อไปนี้

๑. ด้านวัสดุ ควรใช้วัสดุธรรมชาติอย่างคุ้มค่าที่สุด และการนำวัสดุสมัยใหม่ เช่น พลาสติก เอ็น ไนลอน เข้ามาประกอบการทำงานหัตถกรรมจักสานที่ใช้วัสดุพื้นบ้านอาจจะช่วยให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการผลิต แต่จะเกิดความขัดตา ความไม่เข้ากันของวัสดุ อาจจะทำให้งานหัตถกรรมจักสานขาดคุณค่าทางความงาม เมื่อคุณค่าลดต่ำลง ราคาย่อมจะถูกลงด้วย เมื่อราคาและคุณค่าด้อยลง ก็จะทำให้เกิดการผลิตอย่างฟุ่มเฟือย อันเป็นการทำลายวัสดุและการใช้วัสดุอย่างไม่คุ้มค่า สุดท้ายก็จะเกิดการขาดแคลนวัสดุ

๒. ด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย การพัฒนารูปแบบงานหัตถกรรมจักสาน ควรระมัดระวังในการที่จะเปลี่ยนหน้าที่ของงานหัตถกรรมจักสานไปตามความต้องการของตลาด เพราะการประยุกต์ประโยชน์ใช้สอยให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดนั้น อาจมีผลกระทบต่อการสร้างรูปแบบลวดลายเมื่อมีการส่งเสริมให้ผู้ผลิตได้มีการพัฒนารูปแบบตามความต้องการของตลาด แต่ขาดการศึกษาในเรื่องรูปทรง ลวดลาย โครงสร้างพื้นบ้านดั้งเดิมก็จะเป็นการทลายคุณค่าด้วยการเปลี่ยนหน้าที่ใช้สอยอันเป็นผลจากการพัฒนาที่ไร้คุณภาพได้

๓. ด้านเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะถิ่น (Local Characteristics) เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่จะได้รับผลกระทบจากการพัฒนาอย่างไม่ถูกวิธีมีการนารูปแบบของงานหัตถกรรมจักสานภาคหนึ่ง ไปพัฒนาอีกภาคหนึ่งโดยไม่คำนึงถึงคุณค่าเดิมที่มีอยู่ในท้องถิ่น เท่ากับเป็นการทำลายเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น



ภาพที่ ๔.๑๓ รูปไม้ไผ่ที่นำมาผลิตเครื่องจักสาน

๓) การจัดเก็บความรู้

ในอดีตโดยส่วนใหญ่นั้นจะเป็นการถ่ายทอดสืบทอดระหว่างกันภายในครอบครัวมากที่สุด เป็นลักษณะที่สมาชิกในครอบครัวถ่ายทอด คือ พ่อสอนลูกเรียนรู้ด้วยกันจากปากและได้ฝึกหัดจนเกิดความชำนาญ แต่ก็จะมีในลักษณะที่ชุมชนนั้นๆ ทำงานหัตถกรรมจักสานเป็นอาชีพ ก็จะเป็นลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นและมีการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง นอกจากนี้ก็ยังมี การแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนบ้าน หรือมีการลอกเลียนแบบกันในท้องถิ่นที่ใกล้เคียง ก็จะทำให้เกิดการผสมผสานกันของเอกลักษณ์ระหว่างท้องถิ่นเกิดขึ้น แต่การถ่ายทอดในอดีตก็จะเป็นลักษณะที่อยู่ในวงแคบๆ ไม่ค่อยมีการสร้างสรรค์ใหม่ เป็นการเรียนรู้แบบค่อยเป็นค่อยไป ส่วนมากจะทำเมื่อว่างจากอาชีพหลัก^{๑๑๔} เช่น เมื่อว่างเว้นจากการทำเกษตรกรรม ก็มักจะรวมกลุ่มกันในการทำเครื่องจักสานที่เน้นการใช้ประโยชน์มากกว่าการจัดจำหน่าย รวมถึง ประเภทเครื่องจักสานที่ทำนั้น ก็จะเป็นเครื่องจักสานที่ทำงานง่าย ๆ เช่น หมวก กระบุง ชะลอม เน้นการใช้งานมากกว่าความประณีตของงาน เครื่องจักสานในสมัยอดีตจึงมีเพียงไม่กี่ชิ้น ที่ชาวบ้านค่างามผลิตขึ้น

ในปัจจุบันการดำรงชีวิตของชาวชนบทเปลี่ยนไปตามสังคม เศรษฐกิจ ซึ่งมีผลกระทบถึงการเรียนรู้และการผลิตงานหัตถกรรมจักสานด้วย ทำให้เกิดการถ่ายทอดด้วยการสอนจากหน่วยงาน อบรมทางราชการ เพื่อให้เกิดการผลิตที่เป็นอุตสาหกรรมมากขึ้น ทำให้การเรียนรู้และการผลิตเป็นไปเพื่อการค้า ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ใหญ่บ้านค่างามพบว่า แม้ว่าในอดีตการถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องเครื่องจักสานจะเริ่มต้นจากรอบครัว ที่ใช้เวลาว่างในการทำ แต่ในปัจจุบันนี้ ได้มีการพัฒนาองค์ความรู้ขึ้นมาจากอดีต โดยผู้ใหญ่บ้านเอง นอกจากจะเป็นผู้นำชุมชนแล้วนั้น ยังเป็นวิทยากรประจำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอสูงเม่นอีกด้วย กอรปกับ ตัวเองเป็นผู้ที่สนใจในเครื่องจักสานอยู่แล้ว

^{๑๑๔} สัมภาษณ์ นางสุกัญญา ฉลอม ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม, วันที่ ๖ มกราคม ๒๕๖๕.

ดังนั้น เครื่องจักรสานของชุมชนบ้านค่างามที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จึงเกิดจากการที่ตัวเองได้ไปศึกษาดูงานทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด จากนั้นได้นำเอาองค์ความรู้ที่ได้รับมาถ่ายทอดกับกลุ่มสมาชิกจักสานบ้านค่างาม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความประณีต ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ หรือ เทคนิคพิเศษในการเพิ่มมูลค่าเครื่องจักสาน โดยเฉพาะสีสันทน ลวดลาย ที่มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ทำให้ปัจจุบันเครื่องจักสานของชุมชนบ้านค่างามนั้นมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจากอดีต นอกจากนี้ ในการถ่ายทอดนั้น ในชุมชนบ้านค่างามจะมีการพัฒนาฝีมือกลุ่มสมาชิกเป็นประจำทุกปี โดยมีผู้ใหญ่บ้านร่วมกับวิทยากรจากหน่วยงานภาครัฐ อาทิ เช่น พัฒนาชุมชน กลุ่มพัฒนาฝีมือแรงงาน มาช่วยถ่ายทอดองค์ความรู้เครื่องจักสานให้กับกลุ่มสมาชิก รวมถึง การเข้าไปถ่ายทอดองค์ความรู้ ทักษะ กระบวนการจักสานให้แก่โรงเรียนบ้านค่างามอีกด้วย ทำให้ปัจจุบันกลุ่มเยาวชนมีทักษะในการจักสานและสามารถที่จะสร้างรายได้จากการจักสานในเวลาว่างอีกด้วย



ภาพที่ ๔.๑๕ รูปรางวัลที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนค่างามได้รับ

๔) การแบ่งปันและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับงานหัตถกรรมของชุมชนบ้านค่างาม อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ นั้น แม้ว่าในยุคแรกจะเป็นการผลิตขึ้นมาเพื่อใช้งานเอง แต่ก็มีมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันระหว่างครอบครัว ดังที่กล่าวเบื้องต้นว่า การเรียนรู้เกี่ยวกับงานจักสานของชุมชนค่างามนั้น เริ่มต้นจากการผลิตเพื่อใช้งาน ยังมิได้ผลิตเพื่อจัดจำหน่ายดังเช่นในปัจจุบัน การผลิตเพื่อใช้งานในอดีตนั้นเป็นการถ่ายทอดภายในครอบครัว ยังไม่มีขั้นตอนที่ซับซ้อน ลวดลาย และกระบวนการผลิตก็เน้นแบบเรียบง่าย เพื่อประโยชน์ในการใช้งานมากกว่าความสวยงาม โดยส่วนใหญ่ทุกหลังคาเรือนในชุมชนค่างามนั้นจะสามารถผลิตเครื่องจักสานขึ้นมาใช้เอง และมีการนำไป

แลกเปลี่ยนกันในบางครั้ง^{๑๑๕} การแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงเริ่มต้นจากครอบครัวเป็นจุดเริ่มต้น ต่อมาเมื่อมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น กอปรกับการจัดตั้ง วิสาหกิจชุมชนค่างามขึ้น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงมีความหลากหลายตามมาด้วย โดยเฉพาะการเข้ามา มีบทบาทของหน่วยงานราชการ คือ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ทักษะกระบวนการผลิต กระบวนการออกแบบ และช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจัก สานให้มากยิ่งขึ้น^{๑๑๖} จนก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์จักสานร่วมสมัยในปัจจุบันที่ตรงกับความต้องการของ ตลาด รวมถึงการไปศึกษาเรียนรู้ดูงานทั้งในและต่างจังหวัดของประธานวิสาหกิจชุมชน หรือ ผู้ใหญ่บ้าน ที่ภายหลังจากการไปศึกษาดูงานแล้วก็จะนำมาถ่ายทอดให้แก่สมาชิกภายในกลุ่ม โดยใน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนค่างามนั้น จะมีการอบรมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน เป็นประจำทุกปี มีวิทยากรจากหน่วยงานภาครัฐมาร่วมให้ความรู้ด้วย และแนะนำเกี่ยวกับการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การออกแบบ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมถึงการนำไปถ่ายทอดให้แก่นักเรียนใน สถานศึกษา และชุมชนอื่นด้วย

๕) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ถือเป็นองค์ความรู้ที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชนที่ควบคู่มาพร้อมกับอาชีพเกษตรกรรม นอกจากจะผลิตเพื่อใช้งานด้านการเกษตรแล้วนั้น ปัจจุบันเป็นการผลิตเพื่อจัดจำหน่ายทั้งภายใน จังหวัดและต่างจังหวัดอีกด้วย เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกวิธีการหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการ นำเอาองค์ความรู้ที่มีอยู่แล้วภายในชุมชนมาสร้างรายได้ รวมถึงการนำเอาทักษะด้านการจักสานไป ถ่ายทอดสู่ชุมชนอื่น และสถานศึกษา ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างามได้ถูกนำเอาไป ส่วนหนึ่งของการจัดตกแต่งบ้าน เช่น โคมไฟไม้ไผ่ กระถาง ตระกร้า ฯลฯ เป็นต้น

^{๑๑๕} สัมภาษณ์ นางสุกัญญา ฉลอม ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม, วันที่ ๖ มกราคม ๒๕๖๕.

^{๑๑๖} สัมภาษณ์ นางนิพา ศิระปัญญาธรรม, ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่บ้านค่างาม, วันที่ ๖ มกราคม ๒๕๖๕.

๔.๒.๔ การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักชุมชนบ้านบวโกโป่ง อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

๑) การกำหนดองค์ความรู้

องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบ้านบวโกโป่ง ตำบลน้ำคำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ นั้น จากการสัมภาษณ์พบว่า การประกอบอาชีพด้วยการใช้ไม้สักนั้น ถือว่าเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านมาตั้งแต่สมัยอดีต โดยสาเหตุสำคัญที่ทำให้ชุมชนบวโกโป่งประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สัก เริ่มจากการนำไม้สักมาเป็นวัตถุดิบในการสร้างบ้านเรือนในสมัยอดีต จนพัฒนามาเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ ในปัจจุบันนี้ จุดเริ่มต้นมาจากการที่ชุมชนบวโกโป่งประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักนั้น มาจากการนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย เนื่องจากไม้สักเป็นวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในพื้นที่ ที่จำนวนมาก กอปรกับชาวบ้านส่วนใหญ่ก็ไม่ได้เรียนหนังสือในระดับที่สูง การประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักจึงเป็นอาชีพที่สามารถทำได้ในท้องถิ่น ทำให้ชาวบ้านในสมัยก่อนนิยมนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย โดยใช้ภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษในการตัดไม้ การใช้เลื่อย ที่สามารถหาซื้อได้ในท้องถิ่น และการขนส่งไม้ ที่จะใช้ช่าง วัว และเกวียนในการบรรทุกไม้ออกจากป่าเข้าสู่หมู่บ้าน รวมถึงการแปรรูปไม้ ที่จะใช้กับไส เลื่อย ในการผ่าตัดแปรรูปไม้ตามความต้องการ แม้ว่าเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ จะยังไม่มีเหมือนสมัยเช่นในปัจจุบัน แต่ชาวบ้านส่วนใหญ่ก็ช่วยกันในการจัดหาไม้มาสร้างบ้านเรือนของแต่ละคน^{๑๓๗} โดยขั้นตอนในการตัดไม้สักของบรรพบุรุษในสมัยอดีตนั้น จะมีพิธีกรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง คือ มีการนำเอามหามากพูลไปขอขมาเทวดาอารักษ์เพื่อแจ้งวัตถุประสงค์ในการตัดไม้ไป เพื่อที่จะนำไปสร้างที่อยู่อาศัย โดยมีสลาเก้า หรือ ช่างที่มีความชำนาญในการตัดไม้ การแปรรูปไม้ เป็นผู้นำในการคัดเลือกไม้ ซึ่งจะมีกลวิธีในการคัดเลือกคือ เลือกเอาไม้ที่มีความแก่ มีลักษณะตรง และมีเส้นผ่าศูนย์กลางขนาดใหญ่ เพื่อที่จะนำมาทำเสาบ้านเรือน และแปรรูปเป็นไม้แผ่น ที่จะใช้ในการล้อมรอบบ้านเรือน โดยชาวบ้านสามารถเลือกตัดไม้ได้ตามความต้องการ เนื่องจากในสมัยนั้น กฎหมายเรื่องของการตัดไม้ยังถือว่าไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ทำให้ชาวบ้านไม่ได้กังวล การตัดไม้เพื่อนำมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัยจึงสามารถทำได้อย่างสะดวก

^{๑๓๗} สัมภาษณ์นายบรรจบ จินดาชาติ, กำนันตำบลดอนมูล, ๗ มีนาคม ๒๕๖๕.



ภาพที่ ๔.๑๖ รูปการแปรรูปไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง

หลังจากที่มีการนำเอาไม้สักมาทำสร้างบ้านเรือนแล้ว พัฒนาการต่อมาของการประกอบอาชีพของชุมชนบ้านบวโกโป่งนั้น ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการนำเอาไม้สักมาแปรรูปเป็นลักษณะของการทำโครงหน้าต่าง เพื่อเป็นส่วนประกอบของบ้าน เริ่มจากการนำมาแปรรูปเพื่อใช้เองจนถึงแปรรูปเพื่อจัดจำหน่ายดังเช่นในปัจจุบัน ซึ่งโครงหน้าต่างไม้สักของชุมชนบ้านบวโกโป่งนั้น ถือว่ามีอัตลักษณ์ที่เฉพาะ คือ มีความคงทนแข็งแรง เนื่องจากใช้ไม้สักที่มีอายุมาก ทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดจำนวนมาก ชาวบ้านส่วนใหญ่จึงเกิดแนวคิดในการสร้างโครงหน้าต่างไม้สักเพื่อจัดจำหน่าย ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการนำเอาไม้สักมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายในยุคแรกจนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ ๔.๑๗ รูปประตูไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง

๒) การสร้างและแสวงหาองค์ความรู้

กระบวนการสร้างและแสวงหาความรู้ในกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตไม้สักในยุคแรกของชุมชนบ้านบวโกโป่งนั้น เริ่มจากการที่ชาวบ้านนำเอาไม้สักมาเพื่อสร้างที่อยู่อาศัย จนพัฒนามาเป็นการสร้างสรรค์เพื่อจัดจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็นโครงหน้าต่างไม้สัก บานประตู โต๊ะ เก้าอี้ เตียง เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ ดังที่เห็นในปัจจุบัน จากการสัมภาษณ์พบว่า กระบวนการสร้างและแสวงหาองค์ความรู้ของชาวบ้านเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ โดยชาวบ้านสมัยก่อนนั้นจะมีความคุ้นเคย และคลุกคลีกับไม้สักเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เนื่องจากต้องเข้าป่าเพื่อไปตัดไม้ และนำมา

สร้างที่อยู่อาศัย^{๑๑๘} ทักษะการแปรรูปไม้และนำมาสร้างผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ จึงถือเป็นสิ่งที่ชาวบ้านส่วนใหญ่มีความชำนาญอยู่แล้ว โดยเฉพาะทักษะในการใช้เครื่องมือประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เลื่อย กบไส และเครื่องมือประเภทอื่นๆที่ใช้ในงานไม้สัก



ภาพที่ ๔.๑๘ รูปทักษะการแปรรูปไม้สัก

ชาวบ้านโดยส่วนใหญ่จะมีความชำนาญเป็นทุนเดิม และชุมชนบ้านบวโกโป่งเอง ประชาชนโดยส่วนใหญ่ก็จะประกอบอาชีพเกี่ยวกับการแปรรูปไม้ร้อยละ ๔๐ หรือแทบจะทุกครอบครัวที่มีการประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สัก ดังนั้น เมื่อมีการนำเอาไม้สักมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ จึงถือว่าไม่ยากในขั้นตอนนี้ แม้ว่าในปัจจุบันความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ไม้สักเฟอร์นิเจอร์จะมีการพัฒนาไปหลากหลาย แต่โดยพื้นฐานของชาวบ้านนั้น ถือว่ามีทุนเดิมคือทักษะและประสบการณ์อยู่แล้ว การต่อยอดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักจึงเป็นเสมือนการพัฒนาฝีมือชาวบ้านไปพร้อมๆกัน^{๑๑๙} โดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์ไม้สักร่วมสมัย เช่น เฟอร์นิเจอร์สำหรับตกแต่งบ้านประเภทต่างๆ ชาวบ้านก็สามารถที่เรียนรู้และพัฒนาฝีมือไปพร้อมๆกับกระแสดังกล่าวของกลุ่มผู้บริโภค เพียงแต่ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักนั้น หากผู้ที่สนใจนำเอารูปแบบผลิตภัณฑ์มาให้เป็นตัวอย่าง ชาวบ้านก็สามารถที่จะผลิตได้ตามความต้องการ การสร้างและแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักจึงเป็นเหมือนการพัฒนาฝีมือของชาวบ้านไปพร้อมๆกับการสร้างผลิตภัณฑ์ไม้สักร่วมสมัยควบคู่ไปพร้อมๆกัน โดยอาศัยประสบการณ์ความเคยชินในเครื่องมือ กับทักษะการแปรรูปไม้สักให้ได้ขนาดตามความต้องการเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ ดังนั้น กระบวนการสร้างและแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบ้านบวโกโป่งนั้น จึงมีลักษณะของการใช้ประสบการณ์ความชำนาญเป็นสำคัญ แต่ก็จะมีส่วนที่ต้องศึกษาเพิ่มเติมคือ การออกแบบลวดลาย ให้

^{๑๑๘} สัมภาษณ์นายสมศักดิ์ พลอยสี, ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สักบวโกโป่ง, ๗ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๑๙} สัมภาษณ์นายพรเทพ เรืองไชย, ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สักบวโกโป่ง, ๗ มีนาคม ๒๕๖๕.

มีความทันสมัย และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยมีการศึกษาลวดลาย เทคนิค เพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาประยุกต์ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

๓) การจัดเก็บองค์ความรู้ให้เป็นระบบ

องค์ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโป่ง ตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ (ต้นน้ำ) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก (กลางน้ำ) และกระบวนการจัดจำหน่าย (ปลายน้ำ) จากการสัมภาษณ์พบว่า ยังไม่มีการจัดรวบรวมองค์ความรู้ไว้อย่างเป็นระบบ แต่จะมีเพียงหนังสือแนะนำสินค้าเฟอร์นิเจอร์จากบางร้านเท่านั้น ที่มีการรวบรวมสินค้าผลิตภัณฑ์จากไม้สัก แต่ในภาพรวมของชุมชนยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักนั้น จะอยู่ในตัวของคนเป็นหลัก คือ อยู่ในตัวของชาวบ้าน ผู้ประกอบการ ที่มีความคุ้นเคยและมีประสบการณ์ในการทำเฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ การประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักของชุมชนบวโป่ง นั้น ถือเป็นอาชีพที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ จากรุ่นสู่รุ่น อาศัยการลงมือปฏิบัติจริง เริ่มจากยุคที่ใช้เลื่อยในการตัดไม้ จนพัฒนามาใช้เลื่อยยนต์ รวมถึงการใช้ส่วเพื่อแกะสลัก จนพัฒนามาเป็นเครื่องแกะสลักที่ควบคุมโดยระบบคอมพิวเตอร์



ภาพที่ ๔.๑๙ รูปการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำและผู้ประกอบการในชุมชนบวโป่ง เพื่อถอดองค์ความรู้

ดังนั้น วิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชนบวโป่งนั้นมีความผูกพันกับไม้สักมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ชาวบ้านส่วนใหญ่จะมีทักษะ และความรู้เกี่ยวกับไม้สักเป็นอย่างดี โดยเฉพาะการตัดไม้ การเลื่อย การแปรรูป ที่จะต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญเป็นพิเศษ แต่ในด้านการจัดเก็บข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับไม้สักนั้น ยังไม่มีการรวบรวมอย่างเป็นรูปธรรม

๔) การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโป่งนั้น เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในครอบครัวเป็นหลัก เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักอยู่แล้ว ทำให้เยาวชนมีความผูกพัน คุ้นเคยกับไม้สักเป็นอย่างดี และช่วยเหลือครอบครัวในการทำผลิตภัณฑ์ไม้สัก

เป็นประจำ โดยในสมัยก่อนนั้น การถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ก็อาศัยการฝึกประสบการณ์ตรงจากครอบครัว ซึ่งเมื่อครอบครัวไหนต้องการที่สร้างบ้านเรือนนั้น พ่อแม่ก็จะพาลูกชายไปช่วยในการตัดไม้ เลื่อยไม้ แปรรูปไม้ วิถีชีวิตของชาวบ้านจึงมีความคุ้นเคยเป็นอย่างดีกับไม้สัก^{๑๒๐} แม้ว่าในปัจจุบันจะมีการแปรรูปไม้สักเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ แต่ทักษะและความชำนาญในงานไม้ก็ถือว่าเป็นสิ่งที่ติดตัวชาวบ้านอยู่เสมอ ดังจะเห็นได้จาก เมื่อมีการนำเอาตัวอย่างผลิตภัณฑ์สมัยใหม่มาให้ชาวบ้านผลิต ก็สามารถที่จะผลิตและต่อยอดได้ โดยอาศัยทักษะการคัดเลือกไม้ การเลื่อย การคำนวณสัดส่วนของไม้ ถือเป็นจุดเด่นของชาวบ้านบวโกโป่งที่ได้รับการสั่งสมมาเป็นอย่างดี



ภาพที่ ๔.๒๐ รูปผู้ประกอบการอธิบายกระบวนการแปรรูปและการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก

นอกจากนี้ ในปัจจุบันถึงแม้ว่าการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกระบวนการผลิตจะเป็นการเรียนรู้ในระบบครอบครัว แต่หากมีผู้ที่สนใจที่จะศึกษาเรียนรู้ ก็สามารถที่จะเข้าไปศึกษาเรียนรู้ในชุมชนบวโกโป่งได้ โดยเน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง คือ เริ่มจากการออกแบบ การคัดเลือกไม้ การเลื่อยไม้ การตัดไม้ การประกอบไม้ ฯลฯ โดยชาวบ้านส่วนใหญ่ต่างก็ยินดีที่จะให้ความร่วมมือในการถ่ายทอดให้กับบุคคลภายนอก

๕) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

การนำความรู้เรื่องไม้สักไปใช้ประโยชน์นอกจากจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว และชุมชนบ้านบวโกโป่งแล้วนั้น ยังเป็นการพัฒนาศักยภาพของประชาชนที่มีความผูกพันกับไม้สักมาตั้งแต่อดีต เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของชุมชนบ้านบวโกโป่ง เมื่อกล่าวถึงชุมชนบ้านบวโกโป่ง ผู้คนก็จะนึกถึงผลิตภัณฑ์ไม้สักเป็นอันดับแรก แม้ว่าในสมัยก่อนนั้น การทำอุตสาหกรรมไม้สักจะมีความลำบากในการดำเนินการให้ถูกกฎหมาย แต่เมื่อเกิดการเรียกร้องต่อผู้จน

^{๑๒๐} สัมภาษณ์นายแก้ว เชิงแก้ว, ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สักบวโกโป่ง, ๗ มีนาคม ๒๕๖๕.

เกิดการรวมกลุ่มและถูกต้องตามกฎหมายดังเช่นปัจจุบัน ชาวบ้านต่างร่วมแรงร่วมใจกันในการต่อสู้มาตลอดระยะเวลา ๔๐ ปี^{๑๒๑}

โดยในปัจจุบันได้มีการตั้งกฎของชุมชนขึ้นว่า ชุมชนบวโก่งต้องเป็นชุมชนที่ปลอดไม้สักเถื่อน จะไม่มีการนำเข้าไม้สักเถื่อนมาในชุมชน โดยมีชาวบ้านคอยสอดส่องไม่ให้มีการนำเข้า ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ยังไม่พบการกระทำผิดดังกล่าว องค์ความรู้เรื่องไม้สักของชุมชนบวโก่ง แม้ว่าในอดีตจะให้ความสำคัญกับการนำเอาไม้สักมาแปรรูปในการสร้างบ้านเรือน ที่อยู่อาศัย เป็นหลัก แต่ก็ได้มีการพัฒนามาตลอด ทั้งในด้านทักษะฝีมือ การออกแบบผลิตภัณฑ์ เครือข่ายการส่งออก การจัดจำหน่าย ให้ความหลากหลาย โดยมีเป้าหมายสำคัญคือ การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชน โดยในปัจจุบันในด้านผลิตภัณฑ์ไม้สักนั้น ได้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น แบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ คือ ประตู หน้าต่าง เฟอร์นิเจอร์โต๊ะ เก้าอี้ เตียงนอน ฉลุ แกะสลัก ฯลฯ และผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กสำหรับตกแต่งบ้านชนิดต่างๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ใช้ไม้สักในการผลิต



ภาพที่ ๔.๒๑ รูปผลิตภัณฑ์ไม้สักร่วมสมัย

ประโยชน์ที่เกิดขึ้นนอกจากจะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนแล้ว ยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนจากผลิตภัณฑ์ไม้สัก ให้เป็นที่ต้องการของตลาด เห็นได้จากเมื่อผ่านในเขตอำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ จะมีร้านค้าเฟอร์นิเจอร์มากมายที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ดังนั้น ในด้านการนำความรู้เกี่ยวกับไม้สักไปใช้ประโยชน์ ประกอบไปด้วย

๑) ประโยชน์ต่อบุคคล คือ การนำเอาความรู้ ความชำนาญ ทักษะ ประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดจากครอบครัว มาสร้างสรรค์เฟอร์นิเจอร์สมัยใหม่ โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ตลอด เพื่อให้ตรงตามความต้องการของที่สนใจ

^{๑๒๑} สัมภาษณ์นายบรรจบ จินดาชาติ, กำนันตำบลดอนมูล, ๗ มีนาคม ๒๕๖๕.

๒) ประโยชน์ต่อชุมชน คือ นอกจากจะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนแล้ว ยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนบวโกโป่ง โดยมีเฟอร์นิเจอร์ไม้สักเป็นสัญลักษณ์ของชุมชนที่มีคุณภาพและมาตรฐาน

๔.๓ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๔.๓.๑ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

๑) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

กระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อมของชาวไทยพวนบ้านทุ่งโฮ้งได้ทำสืบทอดกันมานานกว่า ๑๐๐ ปีแล้ว สืบเนื่องจากในอดีตที่ต้องยังชีพด้วยตนเอง ผลิต และใช้ในครัวเรือน การทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมยังคงเหลือสืบทอดที่บ้าน ทุ่งโฮ้งในปัจจุบัน โดยมีวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ และกรรมวิธีการในการผลิตที่สำคัญวัตถุดิบที่ใช้ทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมต้องมีการจัดเตรียมวัตถุดิบที่จำเป็นให้พร้อมประกอบด้วย ต้นห้อมสำหรับทำสีย้อมผ้า ผ้าฝ้ายทอมือสีขาว น้ำด่างและแป้ง โดยมีขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ ดังนี้ ๑. การทำสีย้อมผ้าจากต้นห้อม ขั้นตอนรายละเอียดตลอดจนเทคนิคในการทำอย่างละเอียด โดยช่างย้อมผ้าจะนำลำต้นและใบของต้นห้อม ซึ่งต้องปลุกเป็นจำนวนมากในขั้นตอนเนื่องจากต้นห้อมจะเติบโตได้ดี ๒. นำมาผูกเป็นมัดแช่น้ำไว้ในโอ่งน้ำขนาดใหญ่ ประมาณ ๒ - ๓ วัน กระทั่งต้นและใบห้อมเน่าจนได้น้ำที่มีสีกรมท่าเข้ม แล้วจึงนำน้ำนี้มาผสมกับปูนขาว ๓. นำปูนขาวผสมกับน้ำที่แช่ได้แล้วตีให้เกิดฟองเติมปูนขาวจนกว่าฟองที่ได้จะเป็นสีน้ำเงิน ๔. ทิ้งให้น้ำที่ได้ตกตะกอนหรืออาจจะใช้ผ้าขาวบางกรองเอาตะกอนที่ได้เก็บไว้เป็นหัวคราม นำไปใช้ตลอดทั้งปี



ภาพที่ ๔.๒๒ รูปกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หม้อห้อม

การทำผ้าหม้อห้อมนั้นโดยธรรมชาติแล้วคุณสมบัติสีครามที่ใช้ย้อมผ้าหม้อห้อมนั้นสีจะตก จึงได้ชื่อว่า “หม้อห้อมแท้สีจะต้องตก” แต่มีกรรมวิธีที่จะช่วยให้สีครามตกน้อยลงได้โดยการแช่น้ำเกลือหรือหัวน้ำส้มไว้ ๑ คืนก่อนในครั้งแรก หลังจากนั้นก็ซักตามปกติโดยแยกออกจากผ้าที่มีสีอ่อน ผ้าหม้อห้อมยิ่งซักก็จะยิ่งสลาย ซึ่งจะตกอยู่ประมาณ ๔ - ๕ ครั้ง จากนั้นจะอยู่ตัวไม่ตก ก็จะได้ผ้าหม้อห้อมย้อมครามมีสีสวยไว้สวมใส่ ด้วยเหตุนี้ในปัจจุบันจึงมีผู้ผลิตหม้อห้อมแท้บางรายได้หันมา

ใช้วิธีการย้อมสีครามในการทำเสื้อหม้อห้อมแท้ด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยเมื่อย้อมสีแล้วให้นำออกมาซักด้วยน้ำต่าง ก่อนจะตากให้แห้ง แล้วนำมาใช้ ซึ่งถือเป็นเคล็ดลับที่ทำให้หม้อห้อมสีไม่ตกจึงรับรองได้ว่าหม้อห้อมดี สีจะไม่ตก^{๑๒๒}

การทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมยังคงเหลือสืบทอดที่บ้าน หุ่งโฮ้งในปัจจุบัน โดยมีวัตถุดิบวัสดุอุปกรณ์ และกรรมวิธีในการผลิตที่สำคัญวัตถุดิบที่ใช้ทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมต้องมีการจัดเตรียม วัตถุดิบที่จำเป็นให้พร้อม ประกอบด้วย ต้นหม้อมสำหรับทำสีย้อมผ้า ผ้าฝ้ายทอมือสีขาว น้ำต่างและแปรง โดยมีขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ ดังนี้

๑. การทำสีย้อมผ้าจากต้นหม้อม ขั้นตอนรายละเอียดตลอดจนเทคนิคในการทำอย่างละเอียดค่อนข้างจะเป็นความลับ โดยช่างย้อมผ้าจะนำลำต้นและใบของต้นหม้อม ซึ่งต้องปลูกเป็นจำนวนมากในที่ดอน เนื่องจากต้นหม้อมจะเติบโตได้ดี

๒. นำมาผูกเป็นมัดแช่น้ำไว้ในโอ่งน้ำขนาดใหญ่ ประมาณ ๒ - ๓ วัน กระทั่งต้นและใบหม้อมเน่าจนได้น้ำที่มีสีกรมท่าเข้ม แล้วจึงนำน้ำนี้มาผสมกับปูนขาว

๓. นำปูนขาวผสมกับน้ำที่แช่ได้แล้วดีให้เกิดฟองเติมปูนขาวจนกว่าฟองที่ได้จะเป็นสีน้ำเงิน

๔. ทิ้งให้น้ำที่ได้ตกตะกอนหรืออาจจะใช้ผ้าขาวบางกรองเอาตะกอนที่ได้เก็บไว้เป็นหวัคราม นำไปใช้ตลอดทั้งปี

การทำผ้าหม้อห้อมนั้นโดยธรรมชาติแล้วคุณสมบัติสีครามที่ใช้ย้อมผ้าหม้อห้อมนั้นสีจะตก จึงได้ชื่อว่า “หม้อห้อมแท้สีจะต้องตก” แต่มีกรรมวิธีที่จะช่วยให้สีครามตกน้อยลงได้โดยการแช่น้ำเกลือหรือหัวน้ำส้มไว้ ๑ คืนก่อนในครั้งแรก หลังจากนั้นก็ซักตามปกติโดยแยกออกจากผ้าที่มีสีอ่อน ผ้าหม้อห้อมยิ่งซักก็จะยิ่งสวย ซึ่งจะตกอยู่ประมาณ ๔ - ๕ ครั้ง จากนั้นจะอยู่ตัวไม่ตก ก็จะได้ผ้าหม้อห้อมย้อมครามมีสีสวยไว้สวมใส่ ด้วยเหตุนี้ในปัจจุบันจึงมีผู้ผลิตหม้อห้อมแท้บางรายได้หันมาใช้วิธีการย้อมสีครามในการทำเสื้อหม้อห้อมแท้ด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยเมื่อย้อมสีแล้วให้นำออกมาซักด้วยน้ำต่าง ก่อนจะตากให้แห้ง แล้วนำมาใช้ ซึ่งถือเป็นเคล็ดลับที่ทำให้หม้อห้อมสีไม่ตกจึงรับรองได้ว่าหม้อห้อมดี สีจะไม่ตก

^{๑๒๒} สัมภาษณ์ นางประภาพรณ ศรีตรัย ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหม้อห้อมทุ่งเจริญย้อมสีธรรมชาติ,

๒) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ตั้งแต่ในอดีตมุ่งเน้นสร้างสรรค์ศิลปะผลงานผ้าหม้อห้อมเป็นแบบองค์ความรู้ที่ได้สั่งสมจากคนรุ่นก่อนถึงรุ่นปัจจุบันโดยมีการถ่ายทอดเฉพาะครัวเรือนเป็นองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการทดลองผิดทดลองถูก โดยเฉพาะการย้อมสีธรรมชาติที่เกิดจากการหมักเพื่อให้เกิดปฏิกิริยาของการเปลี่ยนสี มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ให้มีความคงทนต่อการใช้หรือบริโภคในครัวเรือนหรือในชุมชนเป็นหลัก จนเกิดเป็นลักษณะของอุตสาหกรรมครอบครัวประกอบเป็นอาชีพในการทอผ้า และย้อมสีผ้าหม้อห้อมสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ผ้าหม้อห้อมไม่ได้หมายถึงเสื้อหรือกางเกงที่ทำจากผ้าหม้อห้อมแต่ยังหมายถึงเคหะภัณฑ์ หรือสิ่งของที่นำมาใช้ในครัวเรือน



ภาพที่ ๔.๒๓ รูปสัมภาษณ์กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์หม้อห้อม

ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยการมีแรงบันดาลใจในการออกแบบ โดยมักตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่ได้ทำการศึกษา ค้นคว้ามาก่อนแล้วจากนั้นวางแผนในการจัดทำผลิตภัณฑ์ เช่น กำหนดชิ้นงานหรือกลุ่มผลิตภัณฑ์โดยการร่างแบบผลิตภัณฑ์และกำหนดรายละเอียดของวัสดุที่ใช้คร่าวๆ การคัดเลือกรูปแบบๆ และการกำหนดรายละเอียดที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมการทำงานออกแบบ สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงคือการกำหนดจุดประสงค์ที่ชัดเจนของงาน การสร้างสรรค์ลักษณะภายนอกเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยเน้นการสื่อความหมาย จะดึงดูดความสนใจผู้ที่พบเห็นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้านั้น^{๑๒๓}

ผ้าหม้อห้อมโดยส่วนใหญ่แล้วเน้นตัวเนื้อผ้ากับการย้อมสีซึ่งเป็นสีธรรมชาติได้จากพืชชนิดหนึ่งที่เรียกว่าห้อมด้วยการหมัก ส่วนลวดลายนั้นไม่ได้มุ่งเน้น เน้นเฉพาะส่วนเนื้อผ้าสวมใส่สบายและมีความทนทานในการใช้งานสามารถใช้ได้เป็นเวลาหลายปีสามารถใช้ได้ทุกเทศกาล หรือฤดูกาล

^{๑๒๓} สัมภาษณ์นายกฤษณะ วัลลภาชัย ผู้ประกอบการและออกแบบ,วันอังคาร ที่ ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

หรืองานต่าง ๆ ทำงานที่เป็นงานมงคล หรืองานอวมงคลเลยนอกจากนี้ยังเน้นในการย้อมสีให้เป็นสีธรรมชาติ^{๑๒๔}

เสื้อผ้าหม้อห้อมได้รับการพัฒนาปรับเปลี่ยนให้หลากหลายยิ่งขึ้นกว่าเดิม เช่น เป็นเสื้อเชิ้ต เสื้อคอพระราชทาน ซาฟารี กางเกงแบบต่าง ๆ เสื้อผ้าสำหรับเด็ก เสื้อสตรี กระโปรง เป็นต้น ปัจจุบันผู้สนใจเสื้อผ้าหม้อห้อมสามารถเลือกแบบได้หลากหลายตามความพอใจ ประกอบกับหม้อห้อมได้รับการพัฒนาให้ทันสมัยขึ้นโดยนำไปผ่านกรรมวิธีฟอกสี ทำให้มองดูคล้ายของต่างประเทศแต่สวมใส่สบายกว่า ทำให้กลุ่มคนที่นิยมใช้ผ้ายีนส์บางส่วนหันมาสวมใส่เสื้อหม้อห้อมมากขึ้น^{๑๒๕}

นอกจากนี้นางประภาพรณ ศรีตรัย (ป้าเห้งยม) ปราชญ์ท้องถิ่น^{๑๒๖} กล่าวว่าผ้าหม้อห้อมถือได้ว่าเป็นมรดกตกทอดทั้งความคิดและวัฒนธรรมของชุมชนบ้านทุ่งโฮ้ง โดยเน้นการย้อมสีซึ่งเกิดจากธรรมชาติของหม้อ นอกจากนี้ยังเน้นตัวผ้าที่จะนำมาย้อมซึ่งเป็นผ้าฝ้ายเป็นใยธรรมชาติที่มีการถักทอด้วยมือโดยใช้เวลานานในการทอผืนผ้า ต้องใช้ความอดทนกว่าจะได้มาซึ่งผลงานในสภาพปัจจุบันเพื่อให้ทันต่อการตลาดการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผ้าหม้อห้อมเน้นตามความต้องการของตลาด เช่นการมัดย้อมการปักเขียน หรือเทคนิคการย้อมสีเทียนจะทำให้เกิดลวดลายทันสมัยเป็นที่สนใจของตลาด

ผ้าหม้อห้อม เป็นผ้าพื้นเมืองที่สำคัญของจังหวัดแพร่ คำว่าหม้อห้อม เขียนได้หลายแบบ เช่น หม้อห้อม, หม้อฮ้อม, หม้อห้อม ซึ่งแล้วแต่ใครจะนำมาใช้ แต่ ความหมายที่แท้จริงนั้น เหมือนกันทุกคำ คือ เสื้อผ้าที่มีสีครามที่เกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษชาวไทย เป็นการย้อมสีที่ได้จากการทอ ย้อมด้วยสีครามที่ได้จากต้นฮ้อมหรือต้นคราม จะได้ผ้ามีสีเดียวกันตลอดทั้งผืน ปัจจุบันนำมาตัดเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น กางเกงกระโปรง เสื้อ ผ้าเช็ดหน้า เป็นต้น งานเทศกาลต่าง ๆ เช่น ลอยกระทง, สงกรานต์, วันขึ้นปีใหม่, งานบุญประจำปี, งานไหว้พระธาตุ, การท่องเที่ยวและอื่น ๆ อีกมากมาย หม้อห้อมเป็นที่นิยมในการสวมใส่ของคนภาคเหนือ และของคนทั่วประเทศ^{๑๒๗}

นางเหลือง ทองสุขได้กล่าวว่า หม้อฮ้อม เป็นภาษาถิ่นเหนือ เกิดจากคำว่า หม้อ และฮ้อม แต่หลายคนเรียกเพี้ยนว่า หม้อห้อม หรือหม้อฮ้อม หรือ หม้อห้อม ซึ่งก็สามารถเรียกได้ เพียงแต่ความหมายก็เหมือนกัน คือ เสื้อผ้าที่เกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษในแบบของสีครามหม้อฮ้อมต้นฮ้อม หรือต้นคราม เป็นพืชล้มลุกในตระกูลคราม ซึ่งชาวทุ่งโฮ้งตำบลทุ่งโฮ้ง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัด

^{๑๒๔} สัมภาษณ์นายพงศกร เสนาธรรม, ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๒๕} สัมภาษณ์นายกฤษณะ วัลลภชัย ผู้ประกอบการและออกแบบ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๒๖} สัมภาษณ์นางประภาพรณ ศรีตรัย ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๒๗} สัมภาษณ์นายอดุลย์ ทนชัย กำนันตำบลทุ่งโฮ้ง, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

แพร่ นำเอาส่วนที่เป็นลำต้น และใบมาหมักในหม้อที่บรรจุน้ำตามกรรมวิธีที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ ทำให้ได้น้ำสีคราม ที่จะนำมาย้อมผ้าขาวให้เป็นผ้าคราม ที่เรียกกันว่า ผ้าม่อฮ่อมซึ่งเป็นผ้าที่ชาวแพร่ และคนทั่วประเทศ นิยมใช้ทุกเพศทุกวัย ไม่เว้นแม้แต่ชาวต่างประเทศ ซึ่งจะเห็นได้ว่าชาวต่างประเทศ ได้นิยมชมชอบในผ้าม่อฮ่อมกัน^{๑๒๘}

อัตลักษณ์ หรือ จุดเด่นผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของดีจังหวัดแพร่มีเอกลักษณ์จำเพาะของผ้าหม้อห้อมเป็นเส้นใยฝ้ายธรรมชาติย้อมสีธรรมชาติ ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นจากการนำเอาใบหม้อ ซึ่งเป็นพืชประจำถิ่น ผสมผสานกันอย่างลงตัวด้วยกรรมวิธีการย้อมตามสูตรโบราณ ผ่านกระบวนการทอดด้วยมือผสมกับอารยธรรมท้องถิ่น และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ก่อกำเนิดเป็นผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าอาภรณ์เรียกขานกันว่า “เสื้อหม้อห้อม” พร้อมทั้งพัฒนาไปสู่สากล เป็นผลิตภัณฑ์สุทหม้อห้อม ซึ่งสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอันเลื่องชื่อจนเป็นที่ยอมรับของชาวไทย และชาวต่างชาติที่แวะเข้ามาชมและเลือกซื้อ โดยมีวัตถุดิบและส่วนประกอบ ดังนี้ ๑. น้ำต่างเข้มข้น (น้ำขี้เถา) ๒. หม้อมเปียกหรือครามเปียก ๑ ลิตร ๓. น้ำขาวข้าว ๒ ลิตร (ข้าวเหนียว) ๔. ปูนขาว ๓๐๐ กรัม ๕. น้ำมะขามเปียก ๒๐๐ มิลลิลิตร ๖. โองหรือหม้อขนาดใหญ่ ใช้สำหรับผสม (ก่อ) น้ำหม้อม มีขั้นตอนการผลิต ๑. กวนน้ำต่างเข้มข้นเนื้อหม้อมหรือเนื้อครามเปียกให้เข้ากัน ๒. เติมน้ำขาวข้าว ปูนขาว และน้ำมะขามเปียกลงไป ๓. กวนส่วนผสมทั้งหมดให้เป็นเนื้อเดียวกัน ประมาณ ๓๐-๔๐ นาที หรือจนกระทั่งเกิดฟองสีน้ำเงินเข้ม ๔. ตั้งทิ้งไว้และล้างทุกวัน ๆ ละ ๒ ครั้ง เข้า-เย็น จนกระทั่งค่า pH ของน้ำย้อมลดลงเหลือ ๑๐.๐ - ๑๐.๕ โดยที่น้ำย้อมจะต้องมีสีน้ำเงินเข้ม และมีตะกอนสีเหลืองขมิ้น แสดงว่าน้ำย้อมนั้นสามารถย้อมผ้าและฝ้ายได้ ๕. นำฝ้ายมารีดเอาเมล็ดออก ๖. นำฝ้ายที่ไม่มีเมล็ดดีให้ฟู ๗. นำฝ้ายมาปั่นให้เป็นเส้นด้าย ๘. นำไปทอใส่กี่กระตุก (ทอหูก) เป็นผืนผ้า ๙. เตรียมสารละลายผงซักฟอกอัตราส่วน ๑% โดยใช้ผงซักฟอกสูตรซักมือ ๑๐ กรัมต่อน้ำ ๑ ลิตร (สบู่อลาย ๑๐ ก้อน) นำไปต้มที่อุณหภูมิที่ ๖๐ - ๗๐ องศาเซลเซียส ๑๐. นำผ้าหรือฝ้ายที่เตรียมไว้ลงไปต้ม ประมาณ ๓๐ นาที - ๑ ชั่วโมง ๑๑. ทิ้งไว้ให้เย็นนำไปซักในน้ำจนค่า pH เหลือประมาณ ๗ แล้วบิดตากให้แห้ง ๑๒. นำฝ้ายหรือผ้าที่เตรียมไว้ลงไปแช่ในน้ำสะอาดและบิดพอหมาด ๑๓. นำฝ้ายหรือผ้าที่เตรียมไว้ลงย้อมในหม้อห้อม ใช้มือบีบหรือขยำผ้าฝ้ายหรือในน้ำย้อมประมาณ ๕ - ๑๐ ครั้ง ๑๔. บีบน้ำย้อมออก นำไปแช่ลงในสารละลายสารส้ม หรือสารละลายไฮโดรเจนเพอร์ออกไซด์หรือ เพื่อ Fixing ๑ - ๒ นาที บิดขึ้นตากในร่ม ไม่ให้โดนแสงแดด ๑๕. ตากไว้ประมาณ ๒๐ นาที จากนั้นนำหมักไว้ในถุงพลาสติก รอจนกระทั่งไ่วลาย้อมครั้งต่อไป นำฝ้ายหรือผ้าที่ย้อมเสร็จในแต่ละครั้งลงแช่ ในสารละลายที่เตรียมไว้ ๑-๒ นาที แล้วบิดตาก เตรียมสารละลายที่ต้องการ fixing ดังนี้ - สารละลายสารส้ม ๑๐ กรัมต่อน้ำ

^{๑๒๘} สัมภาษณ์นางเหลือง ทองสุข, ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

๑ ลิตร – สารละลายไฮโดรเจนเพอร์ออกไซด์ ๕ กรัม ต่อน้ำ ๑ ลิตรเทคนิค/เคล็ดลับในการผลิต ย้อมจากสีธรรมชาติ ย้อมแล้วสีไม่ตก

ผ้าหม้อฮ่อมเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านที่มีคุณค่า ควรแก่การศึกษาอนุรักษ์ถ่ายทอดและสืบทอดไว้ให้เป็นสมบัติของชาวจังหวัดแพร่และคนไทยทั้งชาติจากการผลิตผ้าหม้อฮ่อมเพื่อไว้ใช้สอยกันเองในครอบครัวสังคมและการแลกเปลี่ยนจนกระทั่งมาสู่การผลิตเพื่อจำหน่ายโดยมีกระแสการอนุรักษ์ผ้าย้อมสีธรรมชาติเป็นแรงจูงใจจนสามารถทำเป็นอาชีพที่สร้างรายได้และเศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่นเกิดการบริหารจัดการในหลาย ๆ ด้านเช่นการจัดตั้งเพื่อรวมกลุ่มกันเป็นสมาคม/ชมรมในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผ้าหม้อฮ่อมการจัดหาวัตถุดิบตลอดจนการลงทุนและการจำหน่าย เป็นต้นดังนั้นจึงควรอนุรักษ์ไว้ให้อนุชนรุ่นหลังได้สืบทอด^{๑๒๙} ขั้นตอนกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมรวมถึงการประยุกต์และพัฒนารูปแบบต่าง ๆ ให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดโดยไม่สูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของผ้าหม้อฮ่อมซึ่งจะเป็นการอนุรักษ์ส่งเสริมถ่ายทอดและสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่านี้ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมสืบทอดไปอนันจะก่อให้เกิดความรักความหวงแหนและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของชุมชนตนเองอีกทั้งยังสามารถนำมาประกอบเป็นอาชีพเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้กับครอบครัวชุมชนและประเทศชาติได้อย่างยั่งยืน^{๑๓๐}

การผลิตผ้าหม้อฮ่อมของจังหวัดแพร่ นอกจากจะเป็นการทำให้มีเสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายแล้วยังเป็นการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนการที่ชุมชนเห็นคุณค่าของธรรมชาติและรู้จักนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสมรวมถึงการคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาและการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ การถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นในชุมชนตลอดจนการที่ชุมชนเกิดการจัดการโดยชุมชนเองเช่นการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดตั้งเป็นสหกรณ์ เป็นต้น เป็นเอกลักษณ์ประจำชาติไทยถูกถ่ายทอดลงบนผืนผ้าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่คนในชาติทุกสาขาอาชีพให้ความสนใจเอาใจใส่และให้การส่งเสริมอย่างจริงจังดังกล่าวก่อทำให้ชาวบ้านมีกำลังใจในการประกอบอาชีพทำผ้าหม้อฮ่อม การสืบทอดภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่องเป็นเรื่องสำคัญหัตถกรรมแต่ละชิ้นต้องใช้เวลาฝีมือกรรมวิธีการผลิตยุ่งยากซับซ้อน ต้นทุนสูง เราคนไทยควรให้การสนับสนุนและใช้สินค้าไทยที่ผลิตโดยคนไทยในรูปแบบของผ้า^{๑๓๑}

อีกอย่างหนึ่ง ผ้าหม้อฮ่อมหรือผ้าย้อมครามจึงมิใช่เป็นเพียงผ้าสีน้ำเงินเข้มธรรมดา ๆ ผืนหนึ่งเท่านั้นแต่หม้อฮ่อมยังเป็นผ้าที่นอกจากจะมีคุณสมบัติเฉพาะตัวในเรื่องกลิ่นและสีที่เป็น

^{๑๒๙} สัมภาษณ์นางยุพิน สายสำเภา, ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๓๐} สัมภาษณ์นางประภาพรณ ศรีตรัย, ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๓๑} สัมภาษณ์นายพงศกร เสนาธรรม, ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

เอกลักษณ์เฉพาะพื้นซึ่งต่างกับผ้าที่ผลิตจากโรงงานแล้วยังแฝงด้วยความทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจของผู้ทอและผู้ย้อม จึงทำให้เสื้อผ้าหม้อฮ่อมรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายชนิดจากผ้าหม้อฮ่อมของจังหวัดแพร่ซึ่งย้อมด้วยสีครามจากธรรมชาติกลายเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีความนิยมทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในทวีปยุโรปและประเทศญี่ปุ่นจนผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการทั้งนี้ เพราะผ้าหม้อฮ่อมหรือผ้าย้อมครามนำเอาเทคนิคการมัดย้อม และการพิมพ์เทียนมาเพิ่มลวดลายต่าง ๆ บนผืนผ้า ถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติถือเป็นงานหัตถกรรมที่มีสีเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นไม่ซ้ำแบบใคร^{๑๓๒}

๓) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อฮ่อม

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาจเป็นการพัฒนาจาก ผลิตภัณฑ์เดิมให้มีความแตกต่างหรือแปลกใหม่เพิ่มขึ้น หรือพัฒนาจากวัสดุอื่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ก็ได้รับการแข่งขันด้านการตลาดที่เป็นไปอย่างรุนแรงมากขึ้นทุกวัน ทำให้เกิดการศึกษา การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคโดยเฉพาะพฤติกรรมการตัดสินใจการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมักมีความแตกต่างกันตามความคิดเห็นของแต่ละบุคคล เช่น วัยรุ่นมักชอบใส่รูปแบบทันสมัย ในขณะที่ผู้ที่มีอายุสูงขึ้นจะพิจารณาจากคุณภาพและความประณีตของผลการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตต้องคำนึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่จำนวนมาก และต้องกำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผ้าหม้อฮ่อมควรนำผ้าชนิดอื่นเช่น ผ้าทอ ผ้าดันมือ ผ้าทอมือของชนเผ่าต่าง ๆ เข้ามาเพิ่มลวดลาย แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์เดิมของผ้าหม้อฮ่อมไว้เมื่อพัฒนาออกแบบใหม่แล้วราคาจากหลักร้อยเพิ่มขึ้นเป็นหลักหลายพันบาท^{๑๓๓}

^{๑๓๒} สัมภาษณ์นางเหลียง ทองสุข, ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม พุทธศักราช ๒๕๖๕.

^{๑๓๓} สัมภาษณ์นายกฤษณะ วัลลภาชัย ผู้ประกอบการและออกแบบ, ๘ มีนาคม พุทธศักราช ๒๕๖๕.



ภาพที่ ๔.๒๔ รูปผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมที่ได้รับการพัฒนา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจากเดิมเน้นผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติโดยการถักทอผ้าฝ้ายใยธรรมชาติจากนั้นนำมาย้อมจากสีธรรมชาติที่เกิดจากครามและฮ้อมที่เป็นพืชท้องถิ่นที่มีการปลูกกันแพร่หลายในพื้นที่แต่ปัจจุบันห้อมจะการเจริญเติบโตในพื้นที่ที่มีอากาศเย็นชื้นเช่นบนภูเขาจึงได้รับการพัฒนามาเป็นการย้อมสีเคมีที่มีส่วนผสมของสีสำเร็จแล้วจากท้องตลาดทั่วไปแล้วนอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ก็ยังได้รับการพัฒนามาหลากหลายจากเสื้อ กางเกงมาเป็นกระโปรง ผ้าถุง เคหะภัณฑ์ เช่น ผ้าปูเตียง ปลอกหมอน หมอนข้าง หมอนอิง ผ้าปูโต๊ะ กล่องทิชชู พวงกุญแจ กระเป๋า ยามหมวก เครื่องประดับ เป็นต้น ยังนำเอาเทคนิคการมัดย้อมมาเพิ่มลวดลายให้เกิดความสวยงามบนเนื้อผ้าที่มีแต่สีพื้น ๆ ที่เกิดจากห้อม หรือคราม คือสีน้ำเงิน เอกลักษณ์เป็นศิลปะเชิงสร้างสรรค์สมัยใหม่ร่วมสมัยเป็นที่นิยมชมชอบของผู้สวมใส่ หรือผู้บริโภค และยังมีอีกเทคนิคหนึ่งในการเพิ่มลวดลายให้เป็นเอกลักษณ์บนผืนผ้าที่ไม่ซ้ำแบบใคร คือ การพิมพ์เทียนแล้วนำไปย้อมด้วยสีจากนั้นก็นำไปต้มให้เทียนละลายเกิดลวดลายบนผืนผ้าอย่างสวยงามเป็นที่นิยมอีกรูปแบบหนึ่ง จึงกล่าวได้ว่ามีการพัฒนาทั้งตัวเนื้อผ้าทั้งลวดลายโดยเพิ่มศิลปะเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นการอนุรักษ์รูปแบบลวดลายจากโบราณและร่วมสมัย

๔) กระบวนการนำผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมออกสู่ตลาด

การตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในอดีตนั้นมุ่งเน้นในการพัฒนาในการเป็นอุตสาหกรรมครัวเรือน โดยถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น จากรุ่นพ่อแม่สู่รุ่นลูกเป็นมรดกตกทอดในอาชีพการขายผ้าหม้อห้อม แต่ปัจจุบันได้รับการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการตลาดให้มีความหลากหลายและทันสมัยทันต่อสถานการณ์บ้านเมือง สภาพความเป็นอยู่ของชุมชน ของสังคม ตลอดจนความต้องการทางด้านการตลาดของผู้บริโภคสมัยใหม่จึงได้รับการพัฒนามีความหลากหลายช่องทางของการตลาด เช่น การเปิดโชว์รูมสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมที่ร้านในย่านชุมชนของบ้านทุ่งไธสงสองข้างทาง นอกจากนี้ยังมีการตลาดในการได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานของรัฐให้นำเอา

ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมไปแสดงตามงานต่าง ๆ ที่หน่วยงานของรัฐได้จัดขึ้นทั้งในจังหวัด และต่างจังหวัดเช่น กรุงเทพมหานคร เป็นต้น

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ดำเนินการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ภายใต้โครงการโอท็อป (OTOP) เพื่อยกระดับให้ได้มาตรฐานสากล ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม เป็นผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดแพร่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้หลัก สร้างงานแก่ชาวบ้านอย่างกว้างขวาง แต่ในปัจจุบันการต่อสู้ทางการค้าที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับตัวทุกด้านเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะทำหน้าที่คอยช่วยเหลือให้การสนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้ผลิตมีการรวมกลุ่ม (CLUSTER) โดยการสร้างเครือข่ายและทำการพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ เริ่มจากการคัดสรรฝ้ายที่มีคุณภาพ การถักทอ ออกแบบ ลวดลาย รวมไปถึงกรรมวิธีการย้อมที่ได้คุณภาพ และการนำผ้าหม้อห้อมมาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้าตามแนวแฟชั่นนิยม ใส่ความเป็นโมเดิร์นสไตล์ และความเป็นสากลลงไป แต่ก็ยังคงอนุรักษ์ความเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมไว้ไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งได้พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย อาทิ เสื้อผ้าแฟชั่น โดยนำนํ้ากอกแบบมีอาชีพ และนักศึกษาสาขาวิชาแฟชั่นดีไซน์ ทำการออกแบบเสื้อผ้า และเครื่องประกอบการแต่งกาย นอกจากนี้ยังมีการนำผ้าหม้อห้อมไปผสมผสานกับเครื่องหนัง งานเฟอร์นิเจอร์ และงานหัตถกรรม จนได้ผลงานที่มีความร่วมสมัยสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน โดยผลงานเหล่านี้ถูกนำไปจัดแสดงในงาน OTOP CITY เมื่อปลายปีที่ผ่านมามีผู้ให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก กล่าวได้ว่าประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ทั้งนี้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมุ่งหวังที่จะยกระดับพัฒนาให้หม้อห้อมของไทย ที่มีคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล



ภาพที่ ๔.๒๕ รูปร้านค้าผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในชุมชนทุ่งไผ่ จังหวัดแพร่

อีกอย่างหนึ่งการตลาดและการพัฒนาในรูปแบบอื่นผ่านระบบ Social Media มีความหลากหลายช่องทางในการบริการมีความทันสมัยสอดคล้องตรงกับความต้องการของตลาด หรือผู้บริโภคดังปรากฏรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลจากตัวแทนในการสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

การจัดการกองทุนของชุมชนอย่าง สร้างสรรค์ โดยคนในชุมชนเพื่อตอบสนองการพึ่งพาตนเอง และความพอเพียงของครอบครัวและชุมชน เกิดจากทุนของชุมชนซึ่งมีทั้งทุนที่เน้นทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ทุนที่เป็นผลผลิต ทุนความรู้ภูมิปัญญา ทักษะต่าง ๆ ประเพณีวัฒนธรรม คน ความเป็นพี่น้อง ความไว้วางใจของชุมชนและทุนเงินตรา จึงได้จัดตั้งเป็นกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนหม้อห้อมทุ่งเจริญย้อมสี ธรรมชาติเมื่อวันที่ ๖ สิงหาคม ๒๕๔๘ และได้รับการจดทะเบียนเมื่อวันที่ ๗ ตุลาคม ๒๕๔๘ มีสมาชิกเริ่มจัดตั้งจำนวน ๗ คน ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด ๒๕ คน มีที่ทำการอยู่บ้านเลขที่ ๒๙๑ หมู่ที่ ๕ ตำบลทุ่งไธ้ง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ สมาชิกส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพทำผ้าหม้อห้อมที่ผลิตมาจากโรงงาน ปัจจุบันได้นำเอาภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษของคนพวนบ้านทุ่งไธ้งที่ถ่ายทอดกันมารุ่นสู่รุ่นในการทำผ้าหม้อห้อมสีธรรมชาติ ซึ่งได้จากธรรมชาติ เป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาชาวบ้านในการทำหัตถกรรมสิ่งทอย้อมสีห้อมธรรมชาติ เป็นการพัฒนาผ้าหม้อห้อมให้ไปสู่สากล และรักษาความเป็นอัตลักษณ์ ของผ้าหม้อห้อมให้ยั่งยืน และสืบทอดต่อไป^{๑๓๔}

การตลาดปัจจุบันได้รับการพัฒนาหลายช่องทางประกอบไปด้วยหน่วยงานของรัฐให้โอกาสมีกการนำสินค้าไปแสดงในงานนิทรรศการที่รัฐจัดขึ้นทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด และส่งขายให้กับผู้สนใจในต่างจังหวัดที่ได้มีการติดต่อการโดยตรงผ่านหน้าร้านที่เปิดขายในย่านชุมชน หรือได้รับการพัฒนาให้เกิดความทันสมัยด้วยการส่งเสริมให้ขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line เป็นต้น ทำให้สะดวกต่อผู้บริโภค แล้วยังขยายตลาดการค้าให้มากยิ่งขึ้นเพิ่มโอกาสในการค้าขายผ้าหม้อห้อมได้มากยิ่งขึ้น^{๑๓๕}



ภาพที่ ๔.๒๖ รูปผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมที่ได้รับการพัฒนา

การตลาดจากเดิมตั้งขายหน้าร้านที่อยู่ในย่านชุมชนและมีพ่อค้าหรือแม่ค้ารับเอาผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมไปขายในหมู่บ้านอื่นหรือในตลาดในชุมชนอื่น แต่ปัจจุบันได้รับผลกระทบจากการแพร่

^{๑๓๔} สัมภาษณ์นางประภาพรณ ศรีตรัย,ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม พุทธศักราช ๒๕๖๕.

^{๑๓๕} สัมภาษณ์นายกฤษณะ วัลลภาชัย ผู้ประกอบการและออกแบบ, ๘ มีนาคม พุทธศักราช ๒๕๖๕.

ระบาดของไวรัสโควิด ๑๙ (COVID-๑๙) จึงทำให้หันมาสนใจการตลาดอ่านสื่อออนไลน์ใช้สื่อไอทีเข้ามาช่วยขายในการตลาดก็พอที่จะทำให้ยอดขายมาใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ ผ้าหม้อห้อมจึงกล่าวได้ว่าการตลาดได้เปลี่ยนแปลงไปแล้วจากเดิมเน้นการขายหน้าร้านมาเป็นการขายผ่านสื่อออนไลน์^{๑๓๖}

สรุปการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจากเดิมมุ่งเน้นการขายให้กับผู้บริโภคโดยตรงผ่านหน้าร้านย่านชุมชน หรือผ่านพ่อค้าคนกลางที่รับสินค้าไปจำหน่ายในตลาดหรือในชุมชนภายในจังหวัดแพร่ หรือต่างจังหวัดโดยมีความสัมพันธ์กันยาวนาน แต่ปัจจุบันการตลาดการค้าขายผ้าหม้อห้อมได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยก่อให้เกิดช่องทางการติดต่อกันโดยใช้สื่อออนไลน์ซึ่งประหยัดกว่าการโฆษณาในสื่อมีเดียต่าง ๆ ทำให้ผู้ผลิตกับผู้บริโภคมาเจอกันผ่านสื่อออนไลน์สั่งออเดอร์ผลิตภัณฑ์หาหม้อห้อมผ่านสื่อออนไลน์โดยมีการระบุความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการลวดลายมีเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใครมีหนึ่งเดียวในโลก และข้อดีของผู้ผลิต ผ้าหม้อห้อมได้มีโอกาสเพิ่มช่องทางของตลาดและราคาของสินค้าซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หาหม้อห้อมที่มีเทคนิคการมัดย้อม การพิมพ์เทียนหรือบาติก

๕) กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

การทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมยังคงเหลือสืบทอดที่บ้าน หุ่นโฮ้งในปัจจุบัน โดยมีวัตถุดิบวัสดุอุปกรณ์ และกรรมวิธีในการผลิตที่สำคัญวัตถุดิบที่ใช้ทำผ้าหม้อห้อมแบบดั้งเดิมต้องมีการจัดเตรียม วัตถุดิบที่จำเป็นให้พร้อม ประกอบด้วย ต้นห้อมสำหรับทำสีย้อมผ้า ผ้าฝ้ายทอมือสีขาว น้ำต่างและแปรง โดยมีขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ ดังนี้

๑. การทำสีย้อมผ้าจากต้นห้อม ขั้นตอนรายละเอียดตลอดจนเทคนิคในการทำอย่างละเอียดก่อนข้างจะเป็นความลับ โดยช่างย้อมผ้าจะนำลำต้นและใบของต้นห้อม ซึ่งต้องปลูกเป็นจำนวนมากในที่ดอน เนื่องจากต้นห้อมจะเติบโตได้ดี

๒. นำมาผูกเป็นมัดแช่น้ำไว้ในโอ่งน้ำขนาดใหญ่ ประมาณ ๒ -๓ วัน กระทั่งต้นและใบห้อมเน่าจนได้น้ำที่มีสีกรมท่าเข้ม แล้วจึงนำน้ำนี้มาผสมกับปูนขาว

๓. นำปูนขาวผสมกับน้ำที่แช่ได้แล้วตีให้เกิดฟองเติมปูนขาวจนกว่าฟองที่ได้จะเป็นสีน้ำเงิน

๔. ทิ้งให้น้ำที่ได้ตกตะกอนหรืออาจจะใช้ผ้าขาวบางกรองเอาตะกอนที่ได้เก็บไว้เป็นหัวคราม นำไปใช้ตลอดทั้งปี

^{๑๓๖}สัมภาษณ์นายพงศกร เสนาธรรม ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม พุทธศักราช ๒๕๖๕.

การทำผ้าหม้อห้อมนั้นโดยธรรมชาติแล้วคุณสมบัติสีครามที่ใช้ย้อมผ้าหม้อห้อมนั้นสีจะตก จึงได้ชื่อว่า “หม้อห้อมแท้สีจะต้องตก” แต่มีกรรมวิธีที่จะช่วยให้สีครามตกน้อยลงได้โดยการแช่น้ำเกลือหรือหัวน้ำส้มไว้ ๑ คืนก่อนในครั้งแรก หลังจากนั้นก็ซักตามปกติโดยแยกออกจากผ้าที่มีสีอ่อน ผ้าหม้อห้อมยิ่งซักก็จะยิ่งสวย ซึ่งจะตกอยู่ประมาณ ๔ – ๕ ครั้ง จากนั้นจะอยู่ตัวไม่ตก ก็จะได้ผ้าหม้อห้อมย้อมครามมีสีสวยไว้สวมใส่ ด้วยเหตุนี้ในปัจจุบันจึงมีผู้ผลิตหม้อห้อมแท้บางรายได้หันมาใช้วิธีการย้อมสีครามในการทำเสื้อหม้อห้อมแท้ด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยเมื่อย้อมสีแล้วให้นำออกมาซักด้วยน้ำต่าง ก่อนจะตากให้แห้ง แล้วนำมาใช้ ซึ่งถือเป็นเคล็ดลับที่ทำให้หม้อห้อมสีไม่ตกจึงรับรองได้ว่าหม้อห้อมดี สีจะไม่ตก

เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตผ้าหม้อห้อมการผลิตผ้าหม้อห้อมต้องเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ให้พร้อมก่อน เพื่อจะทำ สะดวก ไม่เสียเวลา เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต แบ่งเป็น ๒ ประเภท คือ ๑) เครื่องมือและ อุปกรณ์ในการผลิตผ้าหม้อห้อม ๒) วัสดุในการผลิต^{๑๓๗} ประกอบด้วย ๑. เตาสําหรับต้มผ้า ในสมัยก่อนต้องเป็นเตาขนาดใหญ่ที่กระทะใบบัวสามารถตั้งได้ มีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ ๒๔- ๓๐ นิ้ว โดยการขุดดินเป็นหลุมลึกประมาณ ๑๒ นิ้ว กว้าง ๒๔ นิ้ว นำหินวางที่ขอบเตา เพื่อตั้งกระทะ และใส่ฟืนเป็นเชื้อเพลิง ๒.ราวตากผ้า เป็นอุปกรณ์ที่มีความจำเป็นอย่างหนึ่งในการผลิตผ้าหม้อห้อม หลังจากการย้อมสีผ้าเรียบร้อยแล้ว สีอาจจะไม่เสมอกันทั้งผืนจึงต้องมีการคลี่ผ้าตาก เพื่อความสม่ำเสมอของสี ทั้งในอดีต และปัจจุบัน นิยมราวตากผ้าที่ทำด้วยไม้ไผ่ เพราะราวตากผ้าที่ทำจากลวดอาจทำให้เกิดเนื้อสนิมติดเนื้อผ้าได้ สถานที่ทำราวตากผ้าอาจจะแยกกันตามลักษณะใช้สอย เช่น หลังจากการย้อมสีครั้งแรกผ้าควรตากในที่ร่ม หรือบริเวณที่มีหลังคากรองแสง เพื่อป้องกันผ้าสีซีด หลังจากการย้อมทับสีครั้งต่อไปราวตากผ้าควรอยู่ในที่ร่ม ๓. โอง่ดินและโอง่เคลือบ โอง่ดินธรรมดาใช้สำหรับย้อมผ้าหม้อห้อมเหตุผลที่ต้องใช้โอง่ดินธรรมดา เนื่องจากหากใช้โอง่เคลือบแล้วสารที่เคลือบในโอง่ อาจปนเข้าไปในสีย้อมผ้า ทำให้สีเน่าเสียได้ โอง่ สำหรับแช่ผ้าดิบก่อนการย้อม เนื่องจากผ้าที่จะนำมาย้อมได้นั้น ต้องผ่านการแช่นํ้านานถึง ๒-๓วัน เพื่อให้ผ้ามีความอ่อนล้า และสามารถดูดซับสีได้ง่ายขึ้น หลังจากแช่ไว้ ๒-๓ วันแล้วจึงนำมาซัก และย้อมได้ เกรงว่าหากใช้โอง่ดินธรรมดาอาจไม่ทนทาน หรือผุกร่อนได้ง่าย ๔. ไม้สำหรับคนผ้าและสี เพื่อให้สี และเนื้อผ้าผสมกันได้ง่ายขึ้น ไม้นี้มี ประมาณ ๑ เมตร อาจทำจากไม้เนื้อแข็ง หรือไม้ไผ่ก็ได้ ๕. ปีบเงาะรุ สำหรับเตรียมนํ้าต่าง โดยใส่ขี้เถ้าลงไปเทน้ำผ่าน ขี้เถ้าจะกล เป็นน้ำต่างไหลผ่านลงไป ๖. รวงสังกะสี เพื่อให้ น้ำต่างสามารถไหลลงสู่โอง่ดิน เพื่อเตรียมย้อมผ้าได้สะดวก ต้องมีรางรองรับน้ำต่างเพื่อให้ไหลสะดวกขึ้น ๗. กระทะใบบัวขนาดใหญ่สำหรับต้มผ้า ขนาดความกว้างประมาณ ๒๔-๓๐ นิ้ว ๘. ภาชนะ

^{๑๓๗} สัมภาษณ์นางประภาพรณ ศรีตรัย, ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม พุทธศักราช ๒๕๖๕.

สำหรับผสมสี ต้องมีการผสมสีจากภาชนะที่ไม่ใช้โลหะ หรือเคลือบสี เนื่องจากเกลือ หรือน้ำซึ่ถ้าอาจกัดภาชนะนั้นให้ผุกร่อน หรือสีเปลี่ยนสภาพได้ ฉะนั้น จึงควรทำจากดินเผาธรรมดา หรือโถงขนาดเล็กก็ได้ ๙. ตะกร้าสานปากกว้างก้นแคบ สานด้วยไม้ไผ่เพื่อนำมารองรับผ้าจากปากโถง ขณะกำลังย้อมผ้าหม้อห้อม ๑๐. ถุงมือยาง แต่เดิมชาวบ้านจะใช้มือเปล่าย้อมผ้า มือจึงมีสีดำทั้ง ๒ ข้างแต่ปัจจุบันนิยมใช้ถุงมือยาง มีความยาวประมาณ ๑ คอก ๑๑. เตารีด เครื่องมือที่ใช้ประกอบให้ผ้าหม้อห้อมที่ย้อมสำเร็จออกมาแล้วมีความสวยงามมากขึ้นได้คือ เตารีด เพื่อให้ผ้าเรียบ สมัยก่อนเตารีดที่ใช้รีดผ้าหม้อห้อมจะใช้เตาถ่าน เพราะมีความร้อนสูง และน้ำหนักมาก

กระบวนการเรียนรู้ผ้าหม้อห้อมเพื่อการถ่ายทอดให้กับทายาท หรือผู้รับสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมผ่านการเรียนรู้ประสบการณ์ตรงโดยมีการฝึกฝนจากพ่อแม่สู่ลูกหลาน มีระบบการรักษาความลับของครอบครัวหาเทคนิคที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของครอบครัว ดังปรากฏรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมาชิกส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำผ้าหม้อห้อมที่ผลิตมาจากโรงงาน ปัจจุบันได้นำเอาภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษของคนไทยพวนบ้านทุ่งไธ้ง ที่ถ่ายทอดกันมารุ่นสู่รุ่นในการทำผ้าหม้อห้อมสีธรรมชาติ ซึ่งได้จากธรรมชาติ เป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาชาวบ้านในการทำหัตถกรรมสิ่งทอย้อมสีห้อมธรรมชาติ เป็นการพัฒนาผ้าหม้อห้อมให้ไปสู่สากล และรักษาความเป็นอัตลักษณ์ ของผ้าหม้อห้อมให้ยั่งยืน และสืบทอดต่อไป^{๑๓๘}



ภาพที่ ๔.๒๗ รูปการเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของเยาวชนและผู้สูงอายุ

การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมในชุมชนทุกขั้นตอน จะเป็นการเรียนรู้ การถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ภายในครอบครัวจากพ่อ แม่ สู่ลูกหลาน การสอนกันเองภายในกลุ่มแบบพี่สอนน้อง เพื่อนสอนเพื่อน หรือโดยใช้วิทยากรที่มีความรู้ ปราชญ์ชาวบ้านที่เชี่ยวชาญเป็นผู้ถ่ายทอดให้ความรู้ในกลุ่ม

^{๑๓๘} สัมภาษณ์นางเหลียง ทองสุข ปราชญ์ท้องถิ่น, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

และได้มีการพัฒนาทั้งรูปแบบและเทคนิคมากมาย การใช้เทคนิคการเขียนเทียนหรือพิมพ์เทียน ด้านการเขียนลายเทียนซี่ผึ้ง คือมีการเขียนเทียนซี่ผึ้งลงบนพื้นผ้า ตามลวดลายโดยใช้แม่พิมพ์ หม้อห้อมเขียนเทียนหรือหม้อห้อมบาติก การเขียนเทียนเริ่มตั้งแต่การเตรียมวัสดุโดยนำซี่ผึ้งไปละลายและรอให้เดือด จากนั้นนำแม่พิมพ์ไม้เอาส่วนตรงที่เป็นลายจุ่มลงไปในหม้อซี่ผึ้งเดือด สังเกตดูว่ามีเทียนติดอยู่ที่ตรงแม่พิมพ์หรือไม่ ถ้าติดอยู่ก็เอาลงไปต่อ รอจนไม่มีเทียนติดและเป็นเหมือนน้ำ จากนั้นสลัด ๒ ครั้งแล้วนำมาปั๊มลงบนผ้าที่เตรียมไว้ สำหรับให้ลายเป็นสีขาว ส่วนถ้าอยากให้เป็นสีฟ้าให้เอาไปย้อมก่อน ๑ รอบ ทิ้งไว้ให้แห้ง จากนั้นก็ปั๊มลายต่อ การตากทุกครั้งหลังจากการปั๊มเทียนให้ตากในที่ร่ม ไม่อย่างนั้นเทียนจะละลายทำให้ลายผ้าเลอะ กระบวนการเขียนเทียนแล้วตากนี้ใช้เวลาไม่ต่ำกว่า ๑ อาทิตย์ จากนั้นก็ต้มในน้ำเดือด ไม่อย่างนั้นเทียนไม่ละลาย จากนั้นเอาไปตากแดดต่อจนแห้งเป็นอันเสร็จการย้อมโดยการเขียนเทียน

การเรียนรู้ของบุคคลภายนอกชุมชนหรือนักท่องเที่ยว จะมีศูนย์เรียนรู้ของนางประภาพรณ ศรีตรัย (ป้าเห้งยม) หัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนหม้อห้อมทุ่งเจริญย้อมสีธรรมชาติที่เป็นศูนย์เรียนรู้ และศูนย์สาธิตวิธีการทำผ้าหม้อห้อม ทั้งยังเปิดเวิร์คช็อปเล็ก ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากเข้าถึงการทำผ้ามัดย้อมด้วยกรรมวิธีย้อมเย็น ไรสารเคมี โดยป้าเห้งยม ทำหน้าที่ถ่ายทอดวิธีการย้อมผ้าหม้อห้อม สำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจได้ลองลงมือทำด้วยตัวเอง พร้อมทั้งจัดเตรียมผ้าฝ้าย ตัดเย็บเป็นผ้าเช็ดหน้าผืนเล็กไว้ให้ได้ทดลองทำผ้าเช็ดหน้ามัดย้อมห้อม สามารถรังสรรค์ลวดลายด้วยตัวเอง โดยมีตัวอย่างของลวดลายที่ทันสมัย โดยการสาธิตจะใช้เทคนิคการทำผ้ามัดย้อมด้วยห้อม ซึ่งเป็นวิธีที่ง่าย สามารถย้อมได้ตั้งแต่ผ้าเช็ดหน้าผืนเล็ก ๆ ผ้าพันคอ เสื้อยืด กางเกง กระโปรง ไปจนถึงชุดผ้าปูที่นอน



ภาพที่ ๔.๒๘ รูปศูนย์การเรียนรู้ผ้าหม้อห้อมป้าเห้งยม

สำหรับในสถานศึกษาจะมีเรียนรู้ ถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำผ้าหม้อห้อมให้กับเด็กและเยาวชนในสถานศึกษา โดยได้บรรจุไว้ในหลักสูตรของโรงเรียนบ้านทุ่งไธ้ง (อภิวังวิทยาลัย) มีการเชิญวิทยากรหรือปราชญ์ท้องถิ่น ให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม ให้นักเรียนได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำผ้าหม้อห้อมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ รวมทั้งรู้จัก วัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ประกอบในการทำผ้าหม้อห้อม เป็นการพัฒนาหลักสูตรการทำผ้าหม้อห้อมอย่างง่ายขั้นเพื่อให้เหมาะกับระดับชั้นเรียน

เพื่อให้มีความรู้พื้นฐานและทักษะเบื้องต้นในการทำผ้าหม้อห้อม เพื่อสร้างรายได้ระหว่างเรียน ได้รับ การยืนยันแนวคิดนี้จากนายฤกษ์ วัลลภาชัย ว่าศิลปะผ้าหม้อห้อม จากประสบการณ์ของตนเอง ได้รับการถ่ายทอดปลูกฝังจากโรงเรียน และจากครอบครัวที่มีการปลูกฝังศิลปะการทำผ้าหม้อห้อม จากการถักทอย้อมสีตัดเย็บจากโรงเรียนฝึกหัดให้มีกรย้อมผ้าหม้อห้อม เรียนรู้ศิลปะการประกอบ อาชีพของบรรพบุรุษจากครอบครัว ปลูกฝังให้มีจิตใจรักในอาชีพดั้งเดิมของชุมชนรักครอบครัวจึง กล่าวได้ว่าตนเองเป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ที่ได้ใจศิลปะเชิงสร้างสรรค์ภายใต้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ของชุมชนบ้านทุ่งไธ้งจังหวัดแพร่ และมีแนวคิดในการถ่ายทอดการเรียนรู้จากระบบสถาบันการศึกษา และการเรียนรู้จากธรรมชาติถ่ายทอดส่งรุ่นน้องโดยเฉพาะเยาวชนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นรุ่นน้องที่อยู่ใน สถาบันการศึกษาในชุมชน^{๑๓๙}

สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นซึ่งสามารถมีบทบาทในการปลูกฝังความรู้ให้แก่เยาวชนที่จะ เป็นกำลังสำคัญของชาติในอนาคต อีกทั้งยังมีบทบาทในการจัดกิจกรรมในด้านต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิด การอนุรักษ์ศิลปะผ้าหม้อห้อมในท้องถิ่น การส่งเสริมและเผยแพร่การอนุรักษ์ผ้าหม้อห้อมในส่วนที่ เกี่ยวข้องกับสถาบันศึกษานั้นประกอบด้วย ได้แก่ การให้การศึกษาแก่ประชาชนในท้องถิ่น การ จัดการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษา การจัดกิจกรรมเผยแพร่ตลอดจนการรณรงค์ในด้านต่าง ๆ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมมีระบบการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษรุ่นพ่อ แม่สู่รุ่นลูกจากพี่สู่น้องจากเพื่อนสู่เพื่อนแล้วต่อมาตอนหลังมีผู้สนใจนอกชุมชนหรือโดยทั่วไป เพื่อมา เรียนรู้เกี่ยวกับศิลปะผ้าหม้อห้อม เช่น การย้อมสีจึงได้เปิดศูนย์เรียนรู้เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยการ นำของปราชญ์ท้องถิ่นที่มีความรู้ความสามารถด้านผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ตั้งแต่การทอ การย้อมสี การตัดเย็บ การขายมาถ่ายทอดในรูปแบบของการอบรมการฝึกหัดปฏิบัติจริงจากประสบการณ์ตรง ของผู้สนใจและนักท่องเที่ยว ที่ต้องการเรียนรู้ศิลปะเชิงสร้างสรรค์ที่ปรากฏอยู่บนเนื้อผ้าลวดลายต่าง ๆ ตามแนวคิดการอยู่กับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน เช่น ลายไม้ ลายใบไม้ เป็นต้น ต่อมา มีการ สร้างหลักสูตรในสถานศึกษาถ่ายทอดให้กับนักเรียนเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนศูนย์ เยาวชนจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่งอย่างเป็นระบบโดยได้รับการสนับสนุนแนวคิดนี้จากหน่วยงานของรัฐคือ สถานศึกษาการปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานของรัฐอื่น

^{๑๓๙} สัมภาษณ์นายฤกษ์ วัลลภาชัย ผู้ประกอบการและออกแบบ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

๖) กระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

การสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนเครือข่าย SME ใน ๑๘ กลุ่มจังหวัด ภายใต้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้มีโครงการพัฒนากิจกรรมเครือข่ายผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมและโครงการสนับสนุนเครือข่าย ซึ่งทางสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแพร่ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมขึ้น เป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างศักยภาพกลุ่มอุตสาหกรรม และลดการดำเนินงานซ้ำซ้อน เน้นการต่อยอดและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน มีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการแบบบูรณาการการพัฒนาแบบ การออกแบบ การแก้ไขปัญหาสต็อก การร่วมกันวางแผนทางการผลิตหม้อห้อมให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การขอระบบมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ระบบมาตรฐานสากล รวมถึงการเชื่อมโยงการผลิตสู่การตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะเกิดผลดีต่อผู้ประกอบการหม้อห้อมของจังหวัดแพร่ เครือข่ายที่สร้างความร่วมมือระหว่างกัน ได้แก่ สหกรณ์จังหวัดแพร่ ประธานหอการค้าจังหวัดแพร่ อุตสาหกรรมจังหวัดแพร่ สำนักงานจังหวัดแพร่ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดแพร่^{๑๔๐}

ผู้ประกอบการคัดเตอร์ต่าง ๆ ด้านหม้อห้อมเมืองแพร่ และบรรจุภัณฑ์ภายใต้กิจกรรมเครือข่ายผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมจังหวัดแพร่ นอกจากนี้ยังมีศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรแพร่ ได้ศึกษาวิจัยการผลิตหม้อแบบครบวงจร และขยายผลในกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตหม้อ ผู้ประกอบการผลิตผ้าหม้อห้อมย้อมสีธรรมชาติ มีการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างนักวิจัย เกษตรกร และผู้ประกอบการผลิตผ้าหม้อห้อมด้วย และเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญให้แก่ชุมชนในทุกระดับ ตั้งแต่เกษตรกรผู้ผลิตหม้อสดและเนื้อหม้อ ผู้ประกอบการที่ผลิตผ้าหม้อห้อม หน่วยงานราชการ กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้า นักเรียน นักศึกษาและผู้สนใจ ทำให้เกิดการสร้างรายได้แก่เกษตรกรและสู่ชุมชนที่ผลิตผ้าหม้อห้อม มีการสร้างงานในชุมชนเพิ่มมากขึ้น และได้สินค้า OTOP ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดแพร่ สร้างงานและเพิ่มรายได้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน^{๑๔๑}

^{๑๔๐} สัมภาษณ์นางประภาพรณ ศรีตรัย,ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

^{๑๔๑} สัมภาษณ์นางยุพิน สายสำเภา ผู้ประกอบการ, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.



ภาพที่ ๔.๒๙ รูปผลงานผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมนำไปจัดแสดงในงาน OTOP CITY

กล่าวโดยสรุปว่า การสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และเอกชนอันประกอบไปด้วยเครือข่าย SME ใน ๑๘ จังหวัด ภายใต้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการประสานร่วมมือกันทางด้านความรู้การผลิตการตลาดการออกแบบการต่อยอดผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของชุมชนบ้านทุ่งไธ้งจังหวัดแพร่มีการต่อยอดสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยการบูรณาการเครือข่ายของภาครัฐซึ่งประกอบไปด้วยหน่วยงานระดับจังหวัด เช่น อุตสาหกรรมจังหวัด การท่องเที่ยวจังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัดและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดเครือข่ายของสินค้าโอท็อปที่นำไปจำหน่ายในจังหวัดแพร่ จังหวัดใกล้เคียงและกรุงเทพมหานคร

๔.๓.๒ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ของชุมชนดอนมูล อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่

๑) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก

กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่ เริ่มมีมาตั้งแต่สมัยอดีต โดยเป็นลักษณะของการนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัยเป็นหลัก ยังมีได้มีการนำเอาไม้สักมาแปรรูปเพื่อจัดจำหน่าย ซึ่งไม้สักในสมัยก่อนนั้น ถือว่าเป็นต้นไม้ที่หาได้ง่ายในพื้นที่ ทุกคนสามารถตัด แปรรูป นำมาสร้างบ้านเรือนได้ตามความต้องการ โดยใช้เกวียน ข้างในการลากไม้มาเพื่อแปรรูป หรือในบางกรณีก็มีการแปรรูปในป่าให้สำเร็จก่อนที่จะนำเข้ามาสู่ในหมู่บ้าน การตัดไม้และนำมาใช้สอยสามารถที่จะทำได้อย่างอิสระเสรี เนื่องจากยังมิได้มีกฎหมายว่า การตัดไม้ควบคุม บ้านเรือนที่อยู่อาศัยในสมัยก่อนจึงนิยมทำด้วยไม้สักเป็นส่วนใหญ่ ด้วยถือคติว่า ในอนาคตหากต้องการที่จะสร้างบ้านใหม่ ก็สามารถที่จะขายและมีเงินทุนจากการขายบ้านได้^{๑๔๒} จน

^{๑๔๒} สัมภาษณ์นายเอกพงศ์ เสียงเพราะ, ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สักดอนมูล, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมไม้สักได้มีการพัฒนาจากเดิมเป็นอย่างมาก จากการนำมาสร้างที่อยู่อาศัยได้มีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ ทั้งเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ เช่น เตียง ประตูบาน ประตูกว้าง ลูกกลิ้ง ฯลฯ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็ก เช่น อุปกรณ์ตกแต่งภายในบ้าน

สำหรับการขั้นตอนการผลิตนั้นถือว่าผู้ปฏิบัติการนั้นจะต้องมีความรู้และความชำนาญในการคัดเลือกวัตถุดิบ นั่นคือ ไม้สัก ที่จะต้องใช้ไม้สักที่มีอายุมากพอสมควร รวมถึงขั้นตอนการตัด การแปรรูป ซึ่งจะต้องอาศัยประสบการณ์และความเคยชิน มิเช่นนั้น ไม้ที่ตัดไม่ได้ขนาดก็ไม่สามารถที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ สำหรับขั้นตอนการผลิตนั้นพอสรุปได้ ดังนี้

- หาแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ โดยแบบของผลิตภัณฑ์นั้นมีอยู่ ๒ ลักษณะ คือ แบบที่มีอยู่ในร้าน และแบบที่ลูกค้านำมาให้ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

(๑) การเตรียมชิ้นส่วนงานไม้

เริ่มจากการนำไม้แปรรูปที่ผ่านการอบแห้งและอาบน้ำยาถนอมเนื้อไม้แล้วนำเข้าสายการผลิตโดยการไสไม้ให้ผิวหน้าเรียบและตัดให้ได้ขนาดตามต้องการด้วยเลื่อยไฟฟ้า และทำการกลึงโดยเครื่องกลึง จากนั้นเจาะขึ้นรูปโดยเครื่องกัดเจาะร่องไม้ (Router) และขัดผิวหน้าด้วยเครื่องขัดกระดาษทราย ในบางกรณีอาจมีการตัดไม้โดยใช้ความร้อนเพื่อให้ได้ชิ้นส่วนที่โค้งรับกับสัดส่วนที่ต้องการ

(๒) การประกอบชิ้นส่วนงานไม้

เมื่อได้ชิ้นส่วนไม้แล้วนำมาประกอบตามต้องการ อาจใช้แรงงานคน หรือเป็นแบบกึ่งอัตโนมัติ และอาจใช้เครื่องช่วยประกอบ โดยมีเทคนิคการประกอบชิ้นส่วนที่หลากหลายตั้งแต่การใช้ตะปูหรือสกรูโลหะ การใช้แผ่นประกอบการใช้ลิ่มและเดือยไม้/โลหะ การต่อแบบเข้าลิ้นและอัดกาวชนิดพิเศษ และการต่อแบบผสมผสานเทคนิคต่างๆ เพื่อให้ชิ้นส่วนต่างๆ ประกอบได้ขนาดและรูปแบบตามที่ต้องการ มีความแข็งแรงได้ตามมาตรฐาน และมีความคงทน

(๓) การตกแต่งผิวและย้อมสี

เตรียมผิวหน้าโดยการขัดกระดาษทรายทั้งแบบขัดด้วยมือและขัดโดยใช้เครื่องขัด และทากาวโป้วอุดรอยที่เกิดจากการประกอบไม่ได้ขนาด และ/หรือ มีตำหนิขนาดใหญ่บนผิวหน้าชิ้นงาน จากนั้นทำการย้อมสี การขัดเคลือบเงา และการตกแต่งผิว หลังเสร็จสิ้นในแต่ละขั้นตอนอาจต้องมีการขัดกระดาษทรายซ้ำเพื่อลบเสี้ยนไม้ที่กระดก/พองตัวขึ้นหลังจากนั้นลงสีไม้ ส่วนใหญ่จะใช้วิธีพ่นในพื้นที่ควบคุมฝุ่น (บูธพ่นสี) เพื่อป้องกันฝุ่นละอองจากอากาศติดบนผิวหน้าชิ้นงาน เมื่อเสร็จแล้วผึ่ง

หรืออบให้แห้งเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายต่อผิงานที่ตกแต่งเสร็จ ก่อนนำไปบรรจุหีบห่อเพื่อ
 รอส่งมอบแก่ลูกค้าต่อไป



รูปภาพที่ ๔.๓๐ รูปโรงอบไม้และรีดไม้ของชุมชนดอนมูล

๒) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก

การออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล ตำบลน้ำขำ จังหวัดแพร่ ในอดีตมุ่งเน้น
 การผลิตขึ้นมาจากองค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดผ่านประสบการณ์ตรงจากครอบครัว ที่มีการ
 ประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สัก โดยเฉพาะการนำเอามาสร้างบ้านเรือน ที่อยู่อาศัย และของใช้แบบเน้น
 ประโยชน์มากกว่าการนำไปจัดจำหน่าย จนพัฒนามาเป็นเครื่องใช้เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้านขนาดใหญ่
 เช่น บานประตูหน้าต่างแบบบานเดี่ยวและบานคู่ หน้าต่าง ลูกกลิ้ง และเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้านขนาด
 เล็กเช่น ลายฉลุ กาแล โต๊ะ เก้าอี้ และเคหะภัณฑ์ตกแต่งบ้านประเภทอื่นๆ ที่ใช้ไม้สักมาสร้างสรรค์

โดยขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักนั้น เริ่มจากการมีแรงบันดาลใจในการออกแบบ
 ที่มาจากประสบการณ์ตรงที่ได้สั่งสมมา และการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่ออินเทอร์เน็ตต่างๆ ซึ่ง
 ลักษณะของการออกแบบนั้นมี ๒ ลักษณะ คือ ๑) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สักออกแบบขึ้นมาเอง
 จากประสบการณ์และการศึกษาเพิ่มเติม ๒) ลูกค้านำเอาแบบที่ต้องการมาให้ จากนั้นจึงค่อยตกลงราคา
 กันก่อนที่จะเริ่มผลิต

การออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล จากการสัมภาษณ์พบว่า มีขั้นตอนที่
 สำคัญ ดังนี้^{๑๔๓}

๑) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค โดยเป็นการศึกษาเพิ่มเติมจาก
 ประสบการณ์และความชำนาญที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากครอบครัว ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการไม้สักใน
 ชุมชนดอนมูลนั้นมีทั้งกลุ่มที่รับงานประเภทชิ้นใหญ่ และกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็ก ซึ่งในกลุ่มแรกนั้น

^{๑๔๓} สัมภาษณ์นายเอกพงศ์ เสียงเพราะ, ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สักดอนมูล, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

คือกลุ่มที่มีการผลิตเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ เช่น หน้าต่าง ลูกกลิ้ง บานประตู ตู้ เตียง ฯลฯ เป็นกลุ่มที่อาศัยประสบการณ์และความชำนาญที่ติดต่อกันมาเป็นระยะเวลานาน และ กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มที่นำเอาเศษไม้จากการทำเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่มาดัดแปลงทำเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็ก รวมถึง การทำฉลุเพื่อตกแต่งบ้าน เช่น ฉลุระเบียง ฉลุกาแล ฉลุเข้ามุม ฉลุช่องแสง ฉลุช่องลมใส่หน้าจั่ว ฉลุเชิงชาย ฯลฯ โดยกลุ่มนี้จะอาศัยการออกแบบจากความต้องการของลูกค้า โดยไม่มีแบบที่ตายตัว สามารถผลิตได้ตามความต้องการของลูกค้า

๒) การเลือกไม้ ผลิตภัณฑ์ไม้สักแต่ละประเภทจะมีการใช้ไม้ที่แตกต่างกัน บางประเภทที่เป็นเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ จะใช้ไม้สักที่มีอายุมาก โดยเน้นความแข็งแรง คงทน สำหรับเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กสามารถใช้ไม้ที่ไม่ต้องมีอายุมากก็ได้ ซึ่งปัจจุบันการเลือกไม้ มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น สามารถที่จะเลือกซื้อไม้ตามขนาดและสัดส่วนที่ต้องการได้ทันที โดยไม่ต้องมาแปรรูปเองดังเช่นในอดีต

๓) การผลิต เป็นขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติ หลังจากที่ได้แบบตรงตามความต้องการของลูกค้าและเลือกไม้ตามลักษณะการใช้งานแล้ว ช่างหรือสล่า ก็ทำการแปรรูปไม้ตามขนาดและสัดส่วนที่ผ่านการคำนวณมาเป็นอย่างดี โดยมีขั้นตอนคือ

- ไล่ ตกแต่งไม้ให้ได้ความหนาบาง ตามลักษณะที่จะขึ้นรูป
- รีด ให้เป็นแผ่นและมีความเรียบ
- ประคบชิดต่อประสานไม้
- ประกอบขึ้นรูปตามแบบที่กำหนด

สรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักในชุมชนดอนมูลนั้น สามารถจัดกลุ่มใหญ่ๆ ได้ ๓ กลุ่ม คือ

๑) เฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ ออกแบบเพื่อติดตั้งสำหรับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเป็นการเฉพาะ ยากที่จะเคลื่อนย้ายและติดตั้งใหม่ ซึ่งมีความแข็งแรงสูงมาก มีรูปแบบเฉพาะตัว หูหระ เป็นเอกลักษณ์ และช่วยป้องกันการสะสมตัวของฝุ่นได้เป็นอย่างดี แต่แทบจะไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีกเลย หากมีการย้ายที่อยู่ และมีราคาแพง

๒) เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว ออกแบบมาให้สามารถเคลื่อนย้ายได้โดยจะผลิตสำเร็จที่โรงงาน เฟอร์นิเจอร์แล้วนำมาวางในหน่วยงาน ลูกค้าสามารถเลือกรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยได้จากตัวอย่างที่มีอยู่จริงในร้านค้าได้ มีราคาถูกกว่าเฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ แต่จะพบปัญหาเรื่องการสะสมตัวของฝุ่น

๓) เฟอร์นิเจอร์ที่สามารถถอดประกอบได้ เป็นการรวมเอาข้อดีของเฟอร์นิเจอร์ทั้งสองระบบเข้าด้วยกัน โดยมีลักษณะเหมือนกับเฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ ในขณะที่มีการผลิตที่เกือบจะสำเร็จรูปจากโรงงาน เพียงแต่นำมาติดตั้งประกอบด้วยช่างผู้ชำนาญงาน และใช้เวลาไม่นานนัก ทำให้ลดปัญหาเรื่องฝุ่นไม้ และกลิ่นสีในหน่วยงานได้เป็นอย่างดี มีราคาถูก แต่อายุการใช้งานต่ำ



รูปภาพที่ ๔.๓๑ รูปผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบใหม่ของชุมชนดอนมูล

๓) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สัก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล จากแต่เดิมที่เป็นธุรกิจภายในครอบครัว จนพัฒนามาเป็นวิสาหกิจชุมชน ได้มีการพัฒนาทั้งในด้านทักษะฝีมือ เครือข่าย ช่องทางในการจัดจำหน่ายมาโดยลำดับ โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมจังหวัด วิทยาลัยชุมชนแพร่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ในการสนับสนุนวิทยากรที่จะช่วยให้ความรู้ โดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักให้มีความทันสมัย จากแต่เดิมที่เป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ ใช้สำหรับสร้างบ้านเรือนเท่านั้น แต่ภายหลังจากการได้รับการอบรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับวิทยากรรุ่นใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลมีหลากหลายมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้ในการประดับตกแต่งได้ทุกสถานที่^{๑๔๔}

สรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น ได้มีการพัฒนาจากเดิมเป็นอย่างมาก จากการทำอุตสาหกรรมไม้สักเพื่อสร้างที่อยู่อาศัยเป็นหลัก ได้มีการพัฒนามาเป็นเฟอร์นิเจอร์สำหรับตกแต่งบ้านเรือนทุกประเภท รวมถึงมีการผลิตตามความต้องการของลูกค้า โดยมีหน่วยงานภาครัฐมาให้คำแนะนำด้านการออกแบบและช่องทางในการจัดจำหน่ายให้กับชุมชนอีกด้วย

๔) กระบวนการนำผลิตภัณฑ์ไม้สักออกสู่ตลาด

กระบวนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล ปัจจุบันถือว่ามีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจากอดีต ที่จะมีการส่งออกผลิตภัณฑ์ไม้ให้กับกลุ่มลูกค้าเดิมทั้งในจังหวัดและ

^{๑๔๔} สัมภาษณ์ นายสนธิ สีมอก กำนันตำบลดอนมูล, วันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๖๔.

ต่างจังหวัดเท่านั้น แต่ในปัจจุบันได้มีช่องทางที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น จากการลงพื้นที่ทำให้พบว่า กระบวนการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดในปัจจุบันนั้น มี ๕ ลักษณะ คือ^{๑๔๕}

๑) กลุ่มลูกค้าประจำ คือ กลุ่มที่มีการสั่งผลิตไม้สักดอนมูลมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ เช่น โครงหน้าต่าง บานประตู ตู้ เตียง ฯลฯ

๒) กลุ่มที่รับไปจำหน่ายหน้าร้าน คือ กลุ่มที่จะมารับเอาผลิตภัณฑ์ไม้สักที่ทำเสร็จพร้อมที่จะจัดจำหน่ายจากชุมชนดอนมูล เพื่อนำไปจำหน่ายหน้าร้านค้าของตนเอง โดยเฉพาะสองข้างทางในอำเภอสูงเม่น

๓) กลุ่มที่ผลิตและจัดจำหน่ายเองผ่านช่องทางเพจ Line และ website

๔) กลุ่มที่ผลิตแต่ยังไม่แล้วเสร็จ ยังเหลือการเก็บรายละเอียดเล็กน้อย เช่น ขัด และทาสี โดยกลุ่มนี้จะมารับเอาผลิตภัณฑ์ไม้สักโดยตรงจากโรงงาน บ้านเรือนในชุมชนสูงเม่นในราคาที่ต่ำกว่าเพื่อนำไปขัดและทาสี เพื่อจำหน่ายในราคาที่สูงขึ้น

๕) กลุ่มที่แปรรูปไม้ขายเท่านั้น แต่ไม่ได้ทำเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ โดยขายเป็นไม้แปรรูปตามขนาดต่างๆ

๕) กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สัก

กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น เป็นลักษณะการเรียนรู้ ๒ ลักษณะ คือ

๑) การเรียนรู้ในอดีต เป็นการเรียนรู้ผ่านครอบครัวที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักเป็นหลัก โดยเฉพาะผู้ขาย ที่จะได้รับการเรียนรู้ผ่านการช่วยงานครอบครัวเป็นสำคัญ เริ่มจากการตัดไม้ การแปรรูปไม้ การวัดขนาด การนำไม้ไปใช้ประโยชน์ต่างๆ โดยเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์เป็นสำคัญโดยไม่มีหลักสูตร และเอกสารในการเรียน แต่เน้นความสำคัญกับการลงมือปฏิบัติมากกว่า

๒) การเรียนรู้ในปัจจุบัน เป็นการเรียนรู้ที่อาศัยปราชญ์ท้องถิ่น หรือที่เรียกว่า สล่า และผู้ที่มีความชำนาญ รวมถึงวิทยากรจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มาช่วยสอนในเรื่องการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยจะมีกระบวนการขั้นตอน คือ

^{๑๔๕} สัมภาษณ์นายเอกพงศ์ เสียงเพระ, ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สักดอนมูล, ๘ มีนาคม ๒๕๖๕.

๑) การเตรียมตัว ซึ่งผู้ที่เรียนรู้จะต้องมีความพร้อมที่จะรับ ต้องเปิดใจที่จะเรียนรู้ เพราะการทำผลิตภัณฑ์ไม้สักนั้น ต้องอาศัยการลงมือปฏิบัติจริงและต้องอาศัยเวลาและความอดทน รวมถึงความตั้งใจจริงจึงจะสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ขึ้นได้

๒) การศึกษาข้อมูล ผู้ที่เรียนรู้ต้องทำความรู้จักกับองค์ประกอบต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ไม้สักแต่ละประเภท เริ่มตั้งแต่การดูอายุไม้ การวัดขนาดไม้ การแปรรูปไม้ การไสไม้ การรีดไม้ และการคำนวณจำนวนไม้ที่จะนำมาเป็นองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ซึ่งมีจำนวนการใช้ไม้ที่แตกต่างกัน

๓) การประยุกต์ การเรียนรู้เป็นสิ่งที่ควรทำและมีการจดจำได้อย่างแม่นยำ เพราะการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักจะต้องเกิดการจากการเรียนรู้ การจดจำ และผู้เรียนรู้จะต้องสามารถนำเอาองค์ความรู้เหล่านั้นมาประยุกต์ใช้กับงานที่ต้องการสร้างสรรค์ โดยจะต้องไม่ทิ้งงานเดิมที่เรียนรู้และต้องเกิดผลงานที่เป็นความต้องการของสังคมและครอบครัว นอกจากนี้ทางสมาชิกยังได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภายนอกเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และได้รับการอบรมจากหน่วยงานภายนอกด้วยเช่นกัน

สรุปได้ว่า ด้านการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักนั้น เริ่มต้นจากการเรียนรู้เพื่อสืบทอดภายในครอบครัว เพราะแต่ละครอบครัวมีความคุ้นเคยกับไม้สักอยู่แล้ว เนื่องจากต้องนำมาเป็นวัสดุอุปกรณ์หลักในการสร้างที่พักอาศัย การเรียนรู้ในสมัยอดีตจึงเป็นการเรียนรู้ที่มีเป้าหมายสำคัญคือการสืบทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น โดยอาศัยประสบการณ์และความชำนาญ แต่ในปัจจุบันแม้ว่าจะไม่มีการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรมมากนัก แต่กลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุของชุมชนดอนมูลก็มีทักษะเกี่ยวกับไม้สักเป็นอย่างดี ดังนั้น เมื่อมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากหน่วยงานราชการกลุ่มคนเหล่านี้ก็จะสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ได้อย่างไม่ยาก ในขณะที่เด็กวัยรุ่นสมัยใหม่ แม้ว่าบริบทการเรียนรู้จะต่างจากสมัยอดีต แต่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักก็เป็นสิ่งที่มีความคุ้นเคยและพบเห็นในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว ดังนั้น การเรียนรู้ของเยาวชนในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญไปกับการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ที่มีความหลากหลาย โดยเน้นผลงานชิ้นเล็กมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ ดังเช่นในอดีต

๖) กระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ไม้สัก

การสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น เป็นการสร้างเครือข่ายทั้งในระดับต้นน้ำ คือ การผลิต ระดับกลางน้ำ คือ การพัฒนาและการออกแบบ และระดับปลายน้ำ คือ การจัดจำหน่าย กล่าวคือ^{๑๔๖}

๑) เครือข่ายต้นน้ำ หมายถึง เครือข่ายไม้สักแปรรูป เครือข่ายในการผลิตไม้สักแปรรูป เริ่มจากการจัดหาซื้อไม้สักแปรรูปจากพื้นที่ใกล้เคียง โดยส่วนมากจะรับซื้อไม้สักที่แปรรูปสำเร็จแล้วจากเครือข่ายในอำเภอสูงเม่น คือ ตำบลน้ำขำ และอำเภอเด่นชัย คือ ตำบลแม่จั่ว ซึ่งเป็นไม้จากสวนป่า กลุ่มผู้ประกอบการไม้สักในชุมชนดอนมูลสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ ซึ่งต่างจากอดีตที่จะต้องทำเองทุกขั้นตอน เริ่มจากการตัดไม้ เลื่อยไม้ โดยในปัจจุบันถือว่ามีความสะดวกมากเมื่อเทียบกับอดีต

๒) เครือข่ายกลางน้ำ คือ เครือข่ายในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเป็นเครือข่ายทั้งภายในชุมชนและนอกชุมชน สำหรับเครือข่ายในชุมชนได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการภายในชุมชนที่จะมีการแลกเปลี่ยนทั้งในด้านองค์ความรู้ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังที่กล่าวเบื้องต้นว่า ในชุมชนดอนมูลนั้น แต่ละครอบครัวจะทำอุตสาหกรรมไม้สักที่แตกต่างกันออกไป โดยแต่ละครอบครัวจะรับทำผลิตภัณฑ์ไม้สักที่แตกต่างกันออกไป เมื่อมีออเดอร์จากลูกค้า และไม่สามารถจัดทำส่งในเวลาได้ ก็จะมีการแบ่งงานให้กับครอบครัวอื่นด้วย นอกจากนี้ ยังมีเครือข่ายจากหน่วยงานภายนอกชุมชน อาทิ เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน วิทยาลัยชุมชน และอุตสาหกรรมจังหวัด ที่จะมีการส่งวิทยากรมาให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อีกด้วย

๓) เครือข่ายปลายน้ำ คือ เครือข่ายทางการตลาดในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม้สัก ซึ่งเป็นเครือข่ายทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัด ครอบคลุมทุกภูมิภาค ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น ถือว่ามีการจัดจำหน่ายอย่างแพร่หลาย โดยในจังหวัดนั้น นอกจากจะมีการนำไปจัดจำหน่ายในพื้นที่อำเภอสูงเม่นแล้ว ยังมีเครือข่ายจากต่างอำเภอมารับไปจัดจำหน่ายอีกด้วย สำหรับต่างจังหวัดนั้น จะมีการจัดส่งให้ลูกค้า ตามที่รับออเดอร์มาจากกลุ่มลูกค้าประจำ และกลุ่มที่ติดตามทางเพจ และ website โดยมีบริการขนส่งเอกชนที่รับขนส่งทั่วทุกภูมิภาค

^{๑๔๖} สัมภาษณ์ นายสนธิ สีมอก กำนันตำบลดอนมูล, วันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๖๔.



รูปภาพที่ ๔.๓๒ รูปกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักเฟอร์นิเจอร์

๔.๓.๓ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนบ้านค่างามอำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

๑) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากลงพื้นที่ภาคปฏิบัติ พบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ เกิดขึ้นจากแนวคิดการผลิตขึ้นมาเพื่อใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันในอดีต โดยให้ความสำคัญกับการใช้งานและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์มากกว่าความประณีตสวยงาม ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานในอดีต จะเน้นคุณค่ามากกว่าราคา เนื่องจาก ชุมชนบ้านค่างามเป็นชุมชนเกษตรกรรม การผลิตเครื่องจักสานแต่ละประเภทขึ้นมาก็เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้ประโยชน์ รวมถึงการช่วยลดรายจ่ายของครอบครัวในด้านเครื่องมือที่ใช้ในการดำรงชีวิต ยังมิได้ผลิตขึ้นมาเพื่อจัดจำหน่ายดังเช่นในปัจจุบัน ดังผู้ให้ข้อมูลสำคัญกล่าวไว้ว่า

“แต่ก่อนพวกเรามักจะสร้างอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันเพื่อใช้ในครัวเรือนมากกว่าการนำออกไปขาย เพราะทุกครอบครัวมีพื้นฐานการทำอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นหมวก ที่

ใช้ในงานเกษตร หวด กระตืบข้าว กระด้ง ตระกร้า ที่ใช้ในครัวเรือน ไซ ฆ้อง ที่เอาไว้ใช้จับปลา เหล่านี้
คือวิถีชีวิตของคนในสมัยก่อน”^{๑๔๗}



รูปภาพที่ ๔.๓๓ รูปผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชุมชนค่างาม

สำหรับวัสดุอุปกรณ์จักสาน โดยเฉพาะไม้ไผ่ โดยส่วนมากจะจัดซื้อมาจากอำเภอทอง
เนื่องจากในพื้นที่บ้านค่างามนั้นไม่มีต้นไผ่ กอปรกับเมื่อนำมาปลูกก็ไม่เจริญเติบโต ทำให้วัสดุคือไม้
ไผ่ต้องสั่งซื้อจากที่อื่น โดยซื้อเป็นลำต้นตามแต่ขนาด

ส่วนกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จักสานนั้น จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกพบว่า มี
ขั้นตอนและกระบวนการดังต่อไปนี้ คือ

๑) จัดหาไม้ไผ่ที่มีอายุ โดยสังเกตจากลำต้นที่จะต้องมียอดเหลืออยู่ เพื่อความอดทนและ
แข็งแรงของผลิตภัณฑ์

๒) แปรรูปไม้ไผ่ให้เป็นเส้นขนาดความกว้าง ๐.๕ ถึง ๑ เซนติเมตร ตามแต่ผลิตภัณฑ์ที่
ต้องการ หลังจากผ่าเสร็จก็ใช้เครื่องขูด เพื่อให้เส้นไม้ไผ่บางลง และสามารถดัดแปลงรูปทรงได้ง่าย

๓) นำเส้นไม้ไผ่ หรือ เส้นตอก มาขึ้นรูป ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการหรือที่เรียกว่า ตั้งต้น
เพื่อที่จะสามารถจักสานตามแบบที่ตั้งไว้

๔) หลังจากที่ยักสานเสร็จก็จะมีการตัดเย็บเพื่อให้มีความประณีตมากยิ่งขึ้น โดยเครื่องจัก
สานบางชนิดก็จะนำไปทาสีและตกแต่งเพื่อให้เกิดความสวยงามมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนบ้านค่างาม อำเภอสูง
เม่น จังหวัดแพร่ นั้น มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละผลิตภัณฑ์ ความยากง่ายก็ขึ้นขนาดและ
ความประณีตของผลิตภัณฑ์เช่นกัน ยิ่งผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กก็ยิ่งใช้ความประณีตและเวลา

^{๑๔๗} สัมภาษณ์ นางสุกัญญา ฉลอม ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม,
วันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.

ค่อนข้างมาก ดังนั้นปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์จักสานที่ส่งออกและเป็นที่ต้องการของตลาดจะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น หวดข้าว ตระกร้า ซึ่งจะใช้เวลาในการผลิตไม่มาก และไม่ซับซ้อน โดยมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องจักสานบ้านค่างามเป็นผู้จัดจำหน่ายและรับออเดอร์จากผู้สนใจ

๒) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

การออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม พบว่า มีทั้งรูปแบบเดิม และรูปแบบใหม่ รูปแบบเดิมได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในงานเกษตรและเครื่องใช้ในครัวเรือน ส่วนรูปแบบใหม่ ก็อาศัยรูปแบบเดิมเป็นหลัก แต่จะมีการนำมาตกแต่งสีสันทัน และลวดลายให้สวยงามมากยิ่งขึ้น รวมถึงการผลิตจากแบบที่ลูกค้านำมาให้ ซึ่งในปัจจุบันส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก การพัฒนารูปแบบสินค้าของกลุ่มมีการพัฒนาไปตามยุคสมัยแต่ไม่ตายตัว สินค้าบางชนิดก็ทำตามที่ลูกค้าสั่ง ลูกค้าจะเอาตัวแบบมาให้ทางกลุ่ม และหัวหน้ากลุ่มก็จะแกะแบบจากตัวอย่าง เพื่อที่จะผลิตตามความต้องการของลูกค้า เนื่องจากความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ และทำให้ผู้ผลิตรับรู้ถึงรายได้ที่แน่นอน สำหรับลวดลายที่กลุ่มสมาชิกนิยมเสนอให้กับลูกค้าส่วนมากจะยังคงรูปเดิมมากกว่า เพราะเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชน โดยจะเป็นลายสาม ลายสี่ และลายที่ลูกค้ากำหนดให้ทำ ลูกค้าก็สามารถออกแบบเองได้เช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภคด้วยในขณะเดียวกันเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานมากขึ้น ดังนั้น ลวดลายต่างๆ ก็จะมีทั้งรูปแบบเดิม ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน และรูปแบบใหม่ที่มีการเพิ่มสีสันทันและรูปแบบที่ลูกค้านำมาเอง



รูปภาพที่ ๔.๓๔ รูปผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาขึ้นมาใหม่

สรุปได้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ตั้งแต่ในอดีตที่ผ่านมา เป็นการออกแบบเพื่อใช้งานเป็นสำคัญ ไม่มีลวดลาย และสีสันทัน ผลิตภัณฑ์ก็มีจำนวนจำกัด มีเฉพาะเครื่องจักสานในงานเกษตรกับเครื่องจักสานในครัวเรือนเท่านั้น แต่ในปัจจุบัน สินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานมีความ

หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น การจักสานเสื่อเพื่อนำไปตกแต่งในรีสอร์ทต่างๆ โคมไฟจากไม้ไผ่ พานจากไม้ไผ่ กระจก้า ฯลฯ นอกจากผลิตเพื่อใช้แล้ว ยังมีการผลิตเพื่อจำหน่าย จนเกิดเป็นระบบวิสาหกิจชุมชนค่างาม ที่มีหน้าที่ในการรวมกลุ่มผู้ที่ประกอบการเครื่องจักสานในชุมชน รวมถึงการผลิตในนามกลุ่มสมาชิกและจัดจำหน่าย โดยมีกลุ่มวิสาหกิจกำกับดูแลผลประโยชน์ สำหรับลวดลายของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานในปัจจุบัน ที่ลูกค้าส่วนมากนิยม ก็ยังคงรูปแบบเดิมและผสมผสานกับรูปแบบใหม่ที่เน้นการใช้งานและความสวยงามควบคู่กันไปอีกด้วย

๓) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ถือเป็นงาน Hand made ที่จะต้องใช้ทักษะและความชำนาญในการทำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม อำเภอสูงเม่น ในปัจจุบัน นอกจากประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสาน คือ ท่านผู้ใหญ่สุภิชญา ฉลอม ที่นอกจากจะดูแลกลุ่ม และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบ ที่ตนเองได้ไปศึกษาดูงานตามที่ต่างๆ แล้วนั้น ยังมีหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนในด้านวิชาการ โดยเฉพาะ กรมพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่ ที่ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม ได้มีการส่งวิทยากรมาให้ความรู้ ทั้งในด้านการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ เทคนิคการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์ต่อชุมชนค่างามเป็นอย่างมากในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งแต่เดิมนั้น การผลิตขึ้นก็เพื่อใช้ในครอบครัว ชุมชนเป็นหลัก ต่อมาเมื่อมีการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่ผลิตขึ้นก็มีราคาที่ไม่สูงมากนัก แต่ปัจจุบันเมื่อได้รับการพัฒนาจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเองและจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ทำให้สินค้าผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นพร้อมกับมูลค่าของสินค้าที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

สรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานได้รับการพัฒนาจากทั้งภายในชุมชนเองและหน่วยงานราชการที่ได้เข้ามาให้ความรู้ เกี่ยวกับการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางในการจัดจำหน่ายให้แก่ชุมชน แม้ว่าในอดีตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นไว้ใช้เองในครัวเรือนแบบเรียบง่าย ๆ ไม่มีลวดลาย สีสันมากนัก เครื่องจักสานที่ผลิตขึ้นจะไม่ประณีตและไม่เรียบร้อย ไม่มีคุณภาพมากนัก เพราะทำไว้ใช้เองในครัวเรือน วัตถุดิบก็หาได้ในครัวเรือน รูปแบบการทาก็จะเป็นแบบง่ายๆ แต่ปัจจุบันได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เป็นเครื่องประดับตกแต่งบ้านประเภทต่างๆ และมีการเพิ่มลวดลายลงไปในเครื่องจักสาน เช่น ลายการ์ตูน ดอกไม้ สัตว์ ฯลฯ ทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น จากที่กลุ่มลูกค้าซื้อไปใช้ในครัวเรือน ก็มีการซื้อไปเพื่อประดับตกแต่ง กลายเป็นเครื่องจักสานลวดลายใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น และตรงกับความต้องการของผู้ซื้อที่แต่เดิมจะเป็นกลุ่มที่นำไปใช้งาน แต่ปัจจุบันได้มีกลุ่มลูกค้าที่ต้องการนำไปประดับตกแต่งให้เกิดความสวยงามอีกด้วย

๔) กระบวนการนำผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานออกสู่ตลาด

จากการสังเคราะห์ด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานบ้านค่างาม อำเภอสูงเม่น พบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานได้มีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้นเรียกว่า “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม” โดยทางกลุ่มได้มีการจัดส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ จำหน่ายทั้งในจังหวัดแพร่และต่างจังหวัด สำหรับการจัดจำหน่ายภายในจังหวัดนั้น ได้มีกลุ่มพ่อค้าคนกลางจากอำเภอต่างๆในจังหวัดแพร่มารับไปตั้งขายหน้าร้านอีกที รวมถึงตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้นำไปขายในงานถนนคนเดิน และงานแสดงสินค้าภายในจังหวัด ส่วนในต่างจังหวัดนั้น วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม ได้จัดจำหน่ายให้แก่กลุ่มลูกค้าประจำที่จะเดินทางมารับถึงที่ รวมถึงจัดส่งตามออเดอร์ที่ติดต่อมาผ่านทางโทรศัพท์ และการออกบูธตามงานแสดงสินค้า งานเทศกาลต่างๆ งานแสดงโชว์และการจำหน่ายสินค้า OTOP เช่น ได้จัดกิจกรรมแสดงสินค้า OTOP การจัดกิจกรรมโดยการออกบูธสินค้าเครื่องจักสาน รวมถึงจัดจำหน่ายในงานประจำปี เช่น งานฤดูหนาว งานไหว้สา วัดพระธาตุช่อแฮ อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ และงานชิม ช้อป OTOP ของดีจังหวัดแพร่ โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานราชการ คือ กรมพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองแพร่ ให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาตลาดสินค้าหัตถกรรม ให้เป็นที่รู้จัก



รูปภาพที่ ๔.๓๕ รูปการจัดแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชนค่างาม

สรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม ได้รับการสนับสนุนทางด้านการตลาดจากกลุ่มลูกค้าภายในจังหวัด และต่างจังหวัดในการรับซื้อผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชนค่างาม และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ คือ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด เทศบาลเมืองแพร่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด สำหรับการจัดการตลาดภายในชุมชน ดำเนินการ โดยการจัดทำฐานข้อมูลลูกค้า การประชาสัมพันธ์ สร้างแบรนด์โลโก้เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า การนำสินค้าเข้าสู่กระบวนการมาตรฐานสินค้า การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย การวางแผนการตลาด เพื่อให้เครื่องจักสานของชุมชนได้รับมาตรฐานและเป็นที่ต้องการของตลาดต่อไปในอนาคต

๕) กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

จากการสังเคราะห์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ด้านกระบวนการเรียนรู้ พบว่า แต่เดิมเป็นการสืบทอดทางภูมิปัญญาที่มีการสืบทอดเกี่ยวกับการจักสานในระบบครอบครัว จากบรรพบุรุษสู่รุ่นลูก รุ่นหลาน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันทั้งผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน การเรียนรู้จึงเป็นลักษณะของการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น การสอนกันเองภายในครอบครัว แบบแม่สอนลูก ยายสอนหลาน เพื่อนสอนเพื่อน พี่สอนน้อง แต่ในปัจจุบันการเรียนรู้เกี่ยวกับการทำเครื่องจักสานได้รับการจัดระบบมากยิ่งขึ้น โดยมีวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม ปรากฏท้องถิ่น หรือโดยใช้วิทยากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเป็นผู้ถ่ายทอดให้ความรู้ในกลุ่ม โดยในแต่ละปีทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างามจะมีการอบรมให้ความรู้ และออกแบบผลิตภัณฑ์ ลวดลาย อย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง สำหรับสมาชิกในกลุ่มและผู้ที่สนใจ นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างามพบว่า ยังมีการเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานให้กับเด็กและเยาวชนในสถานศึกษา โดยได้บรรจุไว้ในหลักสูตรของโรงเรียนบ้านค่างาม และตัวประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างามก็ทำหน้าที่เป็นวิทยากรให้ความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติกับนักเรียน โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียนหญิง หรือเด็กผู้หญิงที่สนใจเรียนเกี่ยวกับการจักสาน ซึ่งก็จะมี การสอนตั้งแต่การขุดตอก หรือการผ่าไม้ไผ่ให้เป็นเส้นๆ ตามขนาดที่ต้องการ จากนั้นถึงจะมีการสอน การขึ้นรูปของผลิตภัณฑ์ และลงมือปฏิบัติจนแล้วเสร็จ โดยผลิตภัณฑ์ที่นำไปสอนนักเรียนนั้น จะใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้เวลาทำ ไม่ซับซ้อน และสามารถทำได้ด้วยตัวเอง เช่น ดอกไม้ กระบุง หวด ฯลฯ เป็นต้น โดยผลที่เกิดขึ้นถือว่าเป็นที่น่าพอใจ นักเรียนโดยส่วนมากสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จนแล้วเสร็จได้ง่าย เนื่องจากมีพื้นฐานและความคุ้นชินกับการช่วยครอบครัวทำเป็นประจำอยู่แล้ว นอกจากนี้ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม ยังได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภายนอกและหน่วยงานภายใน เป็นการอบรมให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ โดยมีวิทยากรให้ความรู้ เพื่อให้สามารถนำความรู้มาใช้ในการพัฒนากลุ่มอีกด้วย



รูปภาพที่ ๔.๓๖ รูปการแสดงการเรียนรู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

สรุปได้ว่า ด้านการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม จะมีการเรียนรู้โดยการปลูกฝังและถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ในระบบเครือญาติที่รวมกลุ่มกันทำ เป็นการปลูกฝังจากความคุ้นชิน ที่ทำกันเองภายในครอบครัว ต่อมาจึงมีการจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยมีผู้นำชุมชน คือผู้ใหญ่บ้านเป็นประธานวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม รวมถึงมีวิทยากรปราชญ์ชาวบ้านที่มีความชำนาญและเชี่ยวชาญในเครื่องจักสาน และวิทยากรจากหน่วยงานภาครัฐมาอบรมให้ความรู้ในด้านการผลิต การออกแบบ การจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและประชาชนผู้ประกอบการในพื้นที่ รวมถึงการเรียนในสถานศึกษาผ่านการจัดทำเป็นหลักสูตรท้องถิ่น เพื่อให้เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้ สืบทอดและเป็นการเสริมสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัวต่อไป

๖) กระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

สำหรับกระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม อำเภอสูงเม่นนั้น พบว่า ได้มีการสร้างเครือข่ายกลุ่มจักสาน ทั้งในเครือข่ายการผลิต เครือข่ายในการพัฒนา และเครือข่ายในการจัดจำหน่าย กล่าวคือ

๑) เครือข่ายในการผลิต ประกอบไปด้วยชุมชนบ้านแม่จั่ว ชุมชนบ้านต้าผามอก ชุมชนอำเภอหลง ชุมชนบ้านหนองห้า เป็นเครือข่ายในการจัดหาวัตถุดิบ คือ ไม้ไผ่ ที่นำมาสร้างสรรคผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานประเภทต่างๆ โดยส่วนมากวัตถุดิบที่ใช้นั้น จะเป็นวัตถุดิบนำมาจากชุมชนดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่

๒) เครือข่ายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐที่ได้เข้ามาให้ความรู้ โดยเฉพาะทักษะ กระบวนการ ลวดลาย การออกแบบ จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่ พัฒนาชุมชนแพร่ ในการสนับสนุนวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถมาแบ่งปันให้แก่สมาชิกในชุมชน เพื่อให้เกิดการยกระดับราคาสินค้า ที่จะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนต่อไป

๓) เครือข่ายการจัดจำหน่ายใน เป็นเครือข่ายที่มีอยู่ภายในจังหวัดและต่างจังหวัด ในการสั่งซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์จักสาน โดยจะเป็นในรูปแบบของการมารับผลิตภัณฑ์ถึงที่อาทิตย์ละครั้ง เพื่อนำไปจัดจำหน่ายทั้งในจังหวัดแพร่ คือ อำเภอเด่นชัย อำเภอหลง อำเภอหนองม่วงไข่ อำเภอเมือง อำเภอสูงเม่น อำเภอร้องกวาง และอำเภอสอง รวมถึงในต่างจังหวัด ประกอบไปด้วยจังหวัดลำปาง อุตรดิตถ์ และเชียงราย

กล่าวโดยสรุป เครือข่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างามนั้น เป็นกลุ่มที่มีหน้าที่การติดต่อเชื่อมโยงของกลุ่มของคนหรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจและมีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ทั้งในด้านการผลิต การพัฒนา และการตลาด โดยจะมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารร่วมกัน หรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานร่วมกัน

๔.๓.๔ รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบ้านบวโกโป่ง อำเภอสองเม่น จังหวัดแพร่ พื้นที่พัฒนา

๑) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก

รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบ้านบวโกโป่ง อำเภอสองเม่น จังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นชุมชนสัมมาชีพในพื้นที่พัฒนาของการศึกษาวิจัย จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการพบว่า ลักษณะการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้น เริ่มมีมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ ที่นิยมนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะบานหน้าต่าง ประตู และส่วนประกอบต่างๆของบ้าน ซึ่งเป็นงานชิ้นใหญ่ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งเป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยอัตลักษณ์ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ไม้สักบวโกโป่งนั้น คือ ความทนทาน แข็งแรงของไม้ สามารถใช้ได้เป็นระยะเวลานาน สำหรับกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์นั้น จากการสัมภาษณ์พบว่า การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อาศัยความเคยชิน และประสบการณ์ ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การผลิตบานประตู หน้าต่าง โຕะ เก้าอี้ และส่วนประกอบอื่นๆ ถือว่าเป็นการถ่ายทอดภายในครอบครัวและชุมชนบวโกโป่งเป็นหลัก

๒) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก

กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้น มี ๒ ลักษณะคือ

๑) แบบที่เป็นมาตรฐาน ของผลิตภัณฑ์ประเภทตุ้ เติง หน้าต่าง เช่น แบบปีกนกห้าเต้า ปีกนกสลับลายแปดเต้า เป็นต้น เป็นแบบที่ทำเป็นประจำ เมื่อลูกค้าต้องการก็สามารถผลิตให้ได้ทันที^{๑๔๘}

๒) แบบที่ลูกค้านำมาให้ โดยไม่ว่าจะแบบไหน กลุ่มผู้ประกอบการก็สามารถที่ผลิตขึ้นได้ และในบางครั้งลูกค้าก็จะนำรูปแบบที่ต้องการให้ให้ดูเป็นแบบอย่างก่อน สำหรับกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง ๒ ประเภทนั้น สิ่งสำคัญที่สุดของการออกแบบผลิตภัณฑ์ก็คือ สิ่งที่ผลิตขึ้นมา นั้นจะต้องขายได้ เพราะหากขายไม่ได้ก็ถือว่ายังไม่ประสบความสำเร็จ ทำให้ก่อนที่จะออกแบบนั้น จะต้องวิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แบบใหม่ที่คิดขึ้นเองและแบบที่ลูกค้านำมาให้ จะต้องตรงตามความต้องการของลูกค้า แต่สำหรับแบบที่เป็นมาตรฐานนั้นถือว่า มีกลุ่มลูกค้าประจำอยู่แล้ว ดังนั้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้น มีหลักการออกแบบที่สำคัญ ๕ ประการ คือ

^{๑๔๘} สัมภาษณ์นายบรรจบ จินดาชาติ, กำนันตำบลดอนมูล, ๗ มีนาคม ๒๕๖๕.

๑) ความต้องการของลูกค้า ถือเป็นปัจจัยแรกที่ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึง เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าย่อมที่จะก่อให้เกิดการผลิตขึ้นมาภายหลังอีก อันจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ ดังนั้น โจทย์ที่สำคัญสำหรับผู้ออกแบบนั้น คือ แบบที่ผลิตขึ้นมานั้นลูกค้าจะต้องชอบและกลับมาสั่งเพิ่มอีก

๒) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ถือเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับการออกแบบ ซึ่งจะต้องอาศัยประสบการณ์และความใฝ่รู้ของผู้ออกแบบ โดยเฉพาะการนำเอาลวดลาย สี สัน มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความสวยงาม แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม เช่น ประติมากรรม ที่แต่เดิมนั้นจะมีการผลิตขึ้นมาโดยมีการแกะสลักในส่วนของหน้าบานประตู แต่ปัจจุบันได้มีการแกะสลักรูปต่างๆที่เป็นมงคลและมีการทำสีสันทาสวยงาม ทำให้เป็นที่พอใจสำหรับกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น

๓) วัสดุที่ใช้ หรือ ไม้สักที่ใช้จะต้องเป็นไม้สักที่มีคุณภาพมาตรฐาน โดยเฉพาะการใช้ไม้ที่มีอายุจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความคงทน กอปรกับไม้ที่มีอายุจะมีลวดลายธรรมชาติที่สวยงาม เมื่อนำมาขัดด้วยกระดาษทรายละเอียดและลงสีจะทำให้มีความสวยงามแบบธรรมชาติมากยิ่งขึ้น

๔) เครื่องมือที่ใช้ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยอำนวยความสะดวก รวดเร็ว สำหรับผู้ประกอบการ โดยเครื่องมือที่มีมาตรฐานนั้นจะสามารถประหยัดเวลาและต้นทุนในการผลิต

๕) ผลิตภัณฑ์ต้องใช้ได้ทุกสถานที่ ไม่จำกัดเฉพาะใช้ในครัวเรือนเท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปประดับตกแต่งร้านค้า ที่ทำงาน รวมถึงการนำไปใช้ในสถานที่ต่างๆได้

สรุปได้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้น อาศัยรูปแบบเดิมจากบรรพบุรุษที่มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน เน้นประโยชน์ใช้สอยมากกว่าความสวยงาม ส่วนแบบสมัยใหม่ของผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้น จะมีการเพิ่มเติมลวดลายแกะสลัก สี สัน และความทันสมัยเพิ่มเติมเข้ามาด้วย เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ที่แต่เดิมเวลานึกถึงผลิตภัณฑ์ไม้สักจะจำกัดแค่เป็นอุปกรณ์ในการสร้างบ้านเท่านั้น แต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย สวยงาม และทันสมัย และสามารถนำไปใช้ได้ทุกสถานที่อีกด้วย

๓) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สัก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งในปัจจุบันอาศัยเป็นความร่วมมือจากคนในพื้นที่ที่ต้องการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักให้คงอยู่กับพื้นที่ โดยมีส่วในสมัยก่อนและนักออกแบบร่วมสมัย ที่ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจากอดีต ที่แต่เดิมนั้นจะเน้นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ แต่ปัจจุบันผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายทั้งเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ และเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กสำหรับประดับตกแต่งทั่วไป แม้ว่าในชุมชนบวโกโป่งนั้น จะไม่มีการจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐ แต่ภายในชุมชนเอง

ก็มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันในรูปแบบของครอบครัวและชุมชน เนื่องจากโดยส่วนมากของประชาชนในพื้นที่จะประกอบอาชีพเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้สักอยู่แล้ว การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงมีลักษณะของการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกัน มากกว่าการเข้ามามีส่วนร่วมจากหน่วยงานภายนอก นอกจากนี้ลักษณะที่สำคัญของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งที่พบก็คือ ผลิตภัณฑ์หนึ่งชิ้นที่ผลิตขึ้นจะไม่มีผู้ประกอบการเพียงคนเดียว กล่าวคือ เป็นการรับช่วงผลิตต่อกัน โดยกลุ่มผู้ประกอบการแต่ละครอบครัวในชุมชนบวโกโป่งนั้น จะแบ่งงานกันทำคนละขั้นตอน เช่น การผลิตประตูหน้าต่าง จะมี ๓ - ๔ ครอบครัว ที่ส่งต่องานแต่ละช่วงให้กัน เริ่มจากการทำโครง การประกอบ การแกะสลัก การขัดและทาสี เป็นต้น



รูปภาพที่ ๔.๓๗ รูปภาพผลิตภัณฑ์ไม้สักที่ได้รับกาออกแบบให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้น มีลักษณะของการพัฒนาที่อาศัยคนในครอบครัว ชุมชน เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่มีการจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานภายนอกที่เข้ามามีส่วนร่วม ดังนั้น กระบวนการพัฒนาจึงมีเพียงเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนเท่านั้น

๔) กระบวนการนำผลิตภัณฑ์ไม้สักออกสู่ตลาด

ในด้านกระบวนการนำผลิตภัณฑ์ไม้สักออกสู่ตลาดนั้น พบว่า ในอดีตการทำอุตสาหกรรมไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง มิได้เน้นถึงการจัดจำหน่าย เน้นประโยชน์ใช้สอยมากกว่าการนำไปจำหน่าย โดยเฉพาะประโยชน์ในการนำไม้สักมาสร้างที่อยู่อาศัย อันเป็นหนึ่งในปัจจัย ๔ ที่สำคัญ แต่ภายหลังเมื่อมีการแปรรูปไม้ด้วยเครื่องจักร แนวคิดในการนำไม้สักมาผลิตเป็นเครื่องเฟอร์นิเจอร์ต่างๆจึงเริ่ม

ขึ้น จากการผลิตเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ ก็มีการพัฒนาเป็นเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กประเภทต่างๆ ดังนั้น เมื่อมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ก็ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม้สักทั้งแบบเดิมและแบบใหม่ได้ถูกส่งไปจัดจำหน่ายทั้งภายในและต่างจังหวัด โดยมีกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น^{๑๔๙}

๑) กลุ่มลูกค้าที่รับผลิตภัณฑ์แบบเดิม ได้แก่ กลุ่มที่นำผลิตภัณฑ์ไม้สักไปเป็นองค์ประกอบในการสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย

๒) กลุ่มลูกค้าที่รับผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ได้แก่ กลุ่มที่นำผลิตภัณฑ์ไม้สักไปจัดจำหน่ายหน้าร้าน และส่งออกทั้งในและต่างประเทศ

สำหรับช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม้สักนั้นมีทั้งกลุ่มที่มารับไปจัดจำหน่ายเอง และกลุ่มที่เป็นลูกค้าดั้งเดิม ที่ทางผู้ประกอบการจัดส่งให้ถึงที่ รวมถึงกลุ่มที่มีการติดตามทางสื่อออนไลน์ที่มีความสนใจ ทางผู้ประกอบการก็จะจัดส่งให้ด้วยเช่นกัน จากการลงพื้นที่ในชุมชนบวโกโป่งยังทำให้พบอีกว่า ในปัจจุบันนี้กลุ่มผู้ประกอบการไม้สักมีการรับออเดอร์จากลูกค้าเป็นจำนวนมากแทบจะไม่มีเวลาว่างงาน ในบางกรณีก็มีการส่งผลิตภัณฑ์ประเภทโต๊ะ เก้าอี้ จำนวนมากถึง ๑๐๐ ตัว ทำให้ไม่สามารถที่จัดทำได้ทันเวลา จึงต้องมีการแบ่งให้กลุ่มผู้ประกอบการรายอื่นรับไปทำด้วย นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ไม้สักที่ได้รับความนิยมมากที่สุดที่ในชุมชนบวโกโป่งนั้น ส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทโครงประตูหน้าต่าง และประตูบาน ที่มีจะมีออเดอร์สั่งเข้ามาตลอด ทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัด

สรุปได้ว่า กระบวนการนำผลิตภัณฑ์ไม้สักออกสู่ตลาดของชุมชนบวโกโป่งนั้นมีทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัด โดยภายในจังหวัดนั้นมักจะมีการเข้ามาติดต่อสินค้าในพื้นที่โดยตรงกับผู้ประกอบการแต่ละครอบครัว มีทั้งผลิตภัณฑ์แบบเก่าและใหม่ ส่วนการจัดจำหน่ายในพื้นที่ต่างจังหวัดและตามออเดอร์ที่ติดต่อทางสื่อออนไลน์นั้น จะมีการจัดส่งผ่านรถขนส่งสินค้าในพื้นที่ถึงปลายทางได้อย่างสะดวกนั่นเอง

๕) กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สัก

กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ มีลักษณะที่คล้ายกับชุมชนดอนมูลในข้างต้น กล่าวคือ เป็นการเรียนรู้ผ่านครอบครัวเป็นสำคัญ อาศัยการฝึกประสบการณ์ เรียนรู้ จากบรรพบุรุษ ที่มีการนำเอาไม้สักไปบริเวณพื้นที่อำเภอสูงเม่น มาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัยในสมัยก่อน เนื่องจากในสมัยอดีตจังหวัดแพร่ ขึ้นชื่อเรื่องไม้สักที่มีจำนวนมากและสวยงาม โดยเฉพาะไม้สักทอง ความนิยมในการนำเอาไม้สักมาสร้างที่อยู่อาศัยและนำมาแปรรูป

^{๑๔๙} สัมภาษณ์นายแก้ว เชิงชาย, ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สักบวโกโป่ง, ๗ มีนาคม ๒๕๖๕.

ใช้ประโยชน์จึงได้รับความนิยมมาก โดยแต่ละขั้นตอนจะเป็นลักษณะของการทำกันเองในครอบครัว เริ่มจากการตัด การขนส่ง การเลื่อย การแปรรูป การขึ้นรูป การประกอบรูป ของไม้สัก จะมีสมาชิกในครอบครัว เครือญาติที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จนก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และซึมซับทักษะเกี่ยวกับไม้สักไปพร้อมๆกัน ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยไม่มีหลักสูตรใดๆ ฉะนั้น ไม้สักจึงเป็นเสมือนวิถีชีวิตของประชาชนในชุมชนบวโป่งมาตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลว่า

“สมัยก่อนไม้สักมีเยอะมาก แต่ละต้นก็มีขนาดใหญ่ ใครที่อยากจะสร้างบ้านก็สามารถไปตัดได้เลย เพราะยังไม่มีการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับไม้สัก ตามแต่ความต้องการและสติปัญญาของตนเองว่าจะสามารถขนไม้มาได้อย่างไร ซึ่งถ้าบ้านไหนมีลูกชายเยอะก็จะสบายหน่อย เพราะมีแรงงานเยอะ สามารถช่วยกันตัดไม้ แปรรูปไม้ และขนส่งไม้ได้สะดวกหน่อย และอีกอย่างถ้าครอบครัวไหนที่มีช้างก็จะสังเกตเห็นได้ว่า บ้านของครอบครัวนั้นจะใหญ่โต สร้างด้วยไม้ที่มีขนาดใหญ่ และใช้ไม้สักทั้งหมด เพราะว่ามีการเลี้ยงช้างในการขนส่งไม้ ที่มักจะใช้ช้างในการทยอยเอาไม้ออกจากป่า”^{๑๕๐}

จะเห็นได้ว่า การเรียนรู้เกี่ยวกับไม้สักของชุมชนบวโป่งสมัยก่อนเป็นการเรียนรู้โดยการช่วยเหลืองานภายในครอบครัวเป็นสำคัญ ไม่มีหลักสูตรอย่างเป็นทางการ ทุกพื้นที่ของหมู่บ้านเปรียบเสมือนโรงเรียนชีวิต และมีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา

สำหรับในปัจจุบันกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโป่งนั้น ก็ยังคงมีลักษณะคล้ายๆกับสมัยอดีต ที่จะมีการเรียนรู้ และถ่ายทอด ผ่านระบบครอบครัว เครือญาติ เช่นเดิม ไม่มีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ สถานศึกษา อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ไม่มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แม้ว่าชุมชนบวโป่งส่วนใหญ่ร้อยละ ๙๐ จะประกอบอาชีพเกี่ยวผลิตภัณฑ์ไม้สัก แต่ก็มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมภายในครอบครัวโดยส่วนใหญ่ การเรียนรู้จึงถูกจำกัดในครอบครัวและชุมชนเท่านั้น

สรุปได้ว่า กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโป่งนั้น มีลักษณะการเรียนรู้จากบรรพบุรุษผ่านระบบครอบครัว เครือญาติ อาศัยประสบการณ์และความชำนาญ ความคุ้นเคยกับไม้สักที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก ไม่มีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และยังไม่มีการนำเอาองค์ความรู้เรื่องไม้สักไปจัดเป็นหลักสูตรการเรียนรู้ในสถานศึกษาของชุมชน เนื่องจากประชาชนเห็นว่า ทักษะการเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักเป็นสิ่งที่เยาวชนมีพื้นฐานและได้ทำในครอบครัวเป็นประจำอยู่แล้ว

^{๑๕๐} สัมภาษณ์กำนันบรรจบ จินดาชาติ, กำนันตำบลน้ำซำ, ๗ มีนาคม ๒๕๖๕.

๖) กระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ไม้สัก

กระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง เป็นการสร้างเครือข่ายในรูปแบบภายในชุมชนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะในระดับครอบครัว ที่มีการประกอบอาชีพอุตสาหกรรมไม้สักเป็นส่วนใหญ่ ไม่มีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการเข้ามาบทบาทในการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก เครือข่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้สักจึงมีเพียงกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนบวโกโป่งและชุมชนใกล้เคียงเท่านั้น โดยจากการลงพื้นที่พบว่า เครือข่ายที่เป็นรูปธรรมมากที่สุด ได้แก่ เครือข่ายการจัดหาวัตถุดิบ หรือ ไม้สักแปรรูป ซึ่งชุมชนบวโกโป่งปัจจุบันนี้ วัตถุดิบที่นำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยส่วนมากจะเป็นไม้สักที่นำเข้ามาจากนอกพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นำมาจากชุมชนร่องแดง ที่มีการแปรรูปสำเร็จเรียบร้อย สามารถที่จะไปเลือกซื้อได้ตามขนาดที่ต้องการได้เลย ซึ่งไม่ยุ่งยากเหมือนในสมัยก่อน ที่จะต้องมีการไปตัด เลื่อย ขนส่ง ด้วยตนเอง

สำหรับเครือข่ายที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของชุมชนบวโกโป่งก็คือ เครือข่ายในการจำหน่าย ที่มีทั้งภายในและนอกจังหวัด โดยภายในจังหวัดจะมีการเข้ามารับซื้อผลิตภัณฑ์ถึงที่ มีทั้งผลิตภัณฑ์ที่พร้อมจัดจำหน่ายได้เลย และผลิตภัณฑ์ที่ยังเป็นงานดิบ หรือ ต้องนำไปเข้าสู่กระบวนการขัด และทาสี ก่อนถึงจะสามารถจัดจำหน่ายได้ ส่วนเครือข่ายในต่างจังหวัดทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยส่วนมากจะเป็นกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีการสั่งสินค้าเป็นประจำ และกลุ่มลูกค้าที่ทราบข่าวจากสื่อออนไลน์ก็จะมีการติดต่อสอบถามและมีออเดอร์เข้ามาเป็นประจำ

สรุปได้ว่าเครือข่ายของผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้นมีเครือข่ายที่สำคัญ ๒ ลักษณะ คือ เครือข่ายการผลิต ที่มีการติดต่อในการนำวัตถุดิบ หรือไม้สักแปรรูปจากชุมชนรอบข้าง มาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ทั้งผลิตภัณฑ์แบบเก่า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับสร้างบ้าน และแบบใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักสำหรับตกแต่งบ้าน นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายทางการตลาด ที่มีการจัดส่งสินค้าตามออเดอร์ที่ส่งเข้ามา ทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัด ส่วนเครือข่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น ยังไม่มีที่เป็นรูปธรรมอย่างเด่นชัด เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งส่วนมากมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน และยังไม่มีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดังเช่นชุมชนอื่น ทำให้เครือข่ายในการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน

ดังนั้น สรุปรูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ทั้ง ๖ กระบวนการ คือ กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สัก กระบวนการนำผลิตภัณฑ์ไม้สักออกสู่ตลาด กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สัก และกระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ไม้สักในพื้นที่ต้นแบบทั้ง ๓ ชุมชน คือ ๑) ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของชุมชนทุ่งไหล้ง ๒) ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล ๓) ผลิตภัณฑ์จักสาน

ของชุมชนค่างาม จึงมีกระบวนการที่แตกต่างกันตามบริบทของแต่ละพื้นที่ รวมถึงพื้นที่พัฒนา ได้แก่ ชุมชนบวโกโป่ง อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ที่มีการผลิตผลงานจากไม้สักเช่นกัน จากการลงพื้นที่และเก็บข้อมูลเชิงลึกทำให้พบว่า ในด้านการบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์นั้นมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกันมากนัก เป็นการสร้างสรรค์จากประสบการณ์ และจากการถ่ายทอดรุ่นสู่รุ่นเป็นสำคัญ โดยใช้วัตถุดิบของแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละพื้นที่ และมีเป้าหมายของการผลิตแต่เดิมเพื่อนำมาใช้งานในชีวิตประจำวัน เช่น ในชุมชนสัมมาชีพต้นแบบทั้ง ๓ พื้นที่ คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม แต่เดิมก็เป็นการผลิตเพื่อนำมาสวมใส่เท่านั้น ยังไม่ได้มีการสร้างคุณค่าทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล ก็เริ่มต้นจากการนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ก็ผลิตขึ้นมาเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพและเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน และกลุ่มผลิตภัณฑ์ในพื้นที่พัฒนา ได้แก่ ชุมชนบวโกโป่ง ก็เริ่มจากการนำไม้สักมาสร้างที่อยู่อาศัยเช่นกัน

สำหรับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ต้นแบบและพื้นที่พัฒนา เป็นการออกแบบและพัฒนาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้ว โดยการออกแบบเพิ่มเติมให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ภายในแนวคิดที่สำคัญคือ ความทันสมัยที่อาศัยผลิตภัณฑ์เดิม และประโยชน์ที่หลากหลาย ดังจะเห็นได้จาก ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน และผลิตภัณฑ์ไม้สัก ที่แต่เดิมจะเป็นการผลิตเพื่อใช้ประโยชน์ด้านเดียว แต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนาเป็นสินค้าประดับตกแต่งและใช้งานได้อีกสารพัด โดยอาศัยความร่วมมือจากเครือข่ายทั้งภายในและนอกชุมชน ได้แก่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน พัฒนาชุมชน ในการให้การสนับสนุนด้านวิทยากรที่มาช่วยด้านการออกแบบ การพัฒนา และการจัดจำหน่ายในปัจจุบันให้มีความหลากหลาย และสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ในด้านการเรียนรู้ของผลิตภัณฑ์ทั้ง ๒ พื้นที่ก็มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทของชุมชนและผลิตภัณฑ์เช่นกัน โดยมีลักษณะของการเรียนรู้ทั้งในระบบครอบครัว และหลักสูตรที่นำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษา อาทิ เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม และกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ที่มีการนำไปเป็นหลักสูตรท้องถิ่นสำหรับสถานศึกษาในชุมชน ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้สักทั้ง ๒ พื้นที่ คือ ชุมชนดอนมูล และชุมชนบวโกโป่ง เป็นการเรียนรู้เฉพาะภายในครอบครัวและชุมชนเท่านั้น ดังนั้น รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ แม้ว่าจะมีความแตกต่างกันในด้านบริบทพื้นที่ ผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชน รวมถึงกระบวนการในการผลิต ออกแบบ พัฒนา ตลาด เรียนรู้ และเครือข่าย แต่สิ่งที่ทั้ง ๔ พื้นที่ชุมชนสัมมาชีพมีความเหมือนกันคือ เป้าหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการยกระดับคุณค่าและรายได้ของแต่ละชุมชนให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น พร้อมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในแต่ละชุมชนให้ดีขึ้นนั่นเอง

๔.๔ นำเสนอองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่

องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ทั้ง ๓ พื้นที่ต้นแบบ คือ ชุมชนบ้านค่างาม ชุมชนบ้านน้ำชำ ชุมชนบ้านทุ่งโฮ้ง และ ๑ พื้นที่พัฒนา คือ ชุมชนบ้านบวโก่ง คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ในการศึกษา และเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ผลิตภัณฑ์ไม้สัก และผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม โดยการนำเสนอองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถสรุปได้ ดังนี้

๔.๔.๑ องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

องค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม เป็นองค์ความรู้ที่มีมาพร้อมกับการตั้งถิ่นฐานของชุมชนบ้านทุ่งโฮ้ง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ผ้าหม้อห้อมในจังหวัดแพร่ได้รับการสืบทอดกันมานานกว่า ๑๐๐ ปี จากหลักฐานชาวลาวพวนที่อพยพมาจากประเทศลาว และนำมาผลิตครั้งแรกที่บ้านทุ่งโฮ้ง เมื่อประมาณ พ.ศ.๒๓๔๐ – ๒๓๕๐ หม้อห้อมเป็นภาษาพื้นเมืองมาจากคำ ๒ คำ คือ “หม้อ” และ “ห้อม” หม้อเป็นภาชนะอย่างหนึ่งที่ใช้ในการบรรจุน้ำ หรือของเหลวมีทั้งขนาดเล็กและใหญ่ ส่วนห้อมนั้นเป็นพืชล้มลุกชนิดหนึ่ง โดยการนำลำต้นและใบมาหมักในน้ำตามกรรมวิธีที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ ทำให้ได้น้ำสีกรมท่าแล้วนำไปย้อมผ้าขาวให้เป็นผ้าสีกรมท่า “ผ้าหม้อห้อม” เป็นผ้าฝ้ายย้อมสีคราม มีผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าเป็นสำคัญ เน้นการผลิตขึ้นมาเพื่อใช้ประโยชน์ในการสวมใส่ แต่ปัจจุบันมีการพัฒนาให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น องค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมนั้น เริ่มจากการลองผิดลองถูกในการนำเอาวัสดุจากธรรมชาติมาย้อมเพื่อให้ได้สีตามที่ต้องการ เมื่อได้สีที่ต้องการมีการหาแนวทางในการที่จะทำให้สีที่ย้อมไม่ตก ติดอยู่กับเสื้อผ้าได้นาน จึงมีการลองผิดลองถูกจนประสบผลสำเร็จได้ ปัจจุบันได้มีศูนย์เรียนรู้ผ้าหม้อห้อมของผู้ประกอบการในพื้นที่เป็นศูนย์กลางในการให้ความรู้สำหรับผู้สนใจ เริ่มตั้งแต่กระบวนการเลือกสีห้อม มัด ย้อม จนถึงกระบวนการจัดจำหน่าย โดยมีผู้ที่สนใจทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถานศึกษา ต่างเข้ามาศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าหม้อห้อมที่ศูนย์การเรียนรู้ดังกล่าว ซึ่งในปัจจุบันในชุมชนทุ่งโฮ้งได้มีศูนย์การเรียนรู้ที่สำคัญคือ ศูนย์การเรียนรู้ผ้าหม้อห้อมของป่าเหียง ที่ถือเป็นแหล่งเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าหม้อห้อมได้เป็นอย่างดี โดยมีวิทยากรคอยแนะนำ แต่ละขั้นตอนของการผลิตผ้าหม้อห้อม รวมถึงมีการถ่ายทอดเรียนรู้จากเยาวชนรุ่นใหม่ และกลุ่มผู้สนใจ จนทำให้ปัจจุบันผ้าหม้อห้อมได้กลายเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวไทยพวน และยังก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าในด้านเศรษฐกิจที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนให้ดีขึ้นอีกด้วย การนำเอาองค์ความรู้แบบเดิมมาพัฒนาต่อยอดเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม โดยเฉพาะในด้าน

การตลาด และเครือข่ายการผลิตและจำหน่าย ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมถือเป็นหนึ่งในสินค้าที่มี การส่งออกมากที่สุดในจังหวัดแพร่ และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดแพร่ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

สำหรับกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของชุมชนบ้านทุ่งโฮ้งนั้น มีการสืบทอด กันมานานกว่า ๑๐๐ ปีแล้ว โดยมีขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ ดังนี้ ๑. การทำสีย้อมผ้าจากต้นห้อม ขั้นตอนรายละเอียดตลอดจนเทคนิคในการทำอย่างละเอียด โดยช่างย้อมผ้าจะนำลำต้นและใบของต้น ห้อม ซึ่งต้องปลูกเป็นจำนวนมากในที่ดอน เนื่องจากต้นห้อมจะเติบโตได้ดี ๒. นำมาผูกเป็นมัดแช่น้ำไว้ในโอ่งน้ำขนาดใหญ่ ประมาณ ๒ - ๓ วัน กระทั่งต้นและใบห้อมเน่าจนได้น้ำที่มีสีกรมท่าเข้ม แล้วจึงนำ น้ำนี้มาผสมกับปูนขาว ๓. นำปูนขาวผสมกับน้ำที่แช่ได้แล้วตีให้เกิดฟองเติมปูนขาวจนกว่าฟองที่ได้จะ เป็นสีน้ำเงิน ๔. ทิ้งให้น้ำที่ได้ตกตะกอนหรืออาจจะใช้ผ้าขาวบางกรองเอาตะกอนที่ได้เก็บไว้เป็น หัวคราม นำไปใช้ตลอดทั้งปี

การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ตั้งแต่ในอดีตมุ่งเน้นสร้างสรรค์ศิลปะผลงานผ้าหม้อ ห้อมเป็นแบบองค์ความรู้ที่ได้สั่งสมจากคนรุ่นก่อนถึงรุ่นปัจจุบันโดยมีการถ่ายทอดเฉพาะครัวเรือนเป็น องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการทดลองผิดทดลองถูก โดยเฉพาะการย้อมสีธรรมชาติที่เกิดจากการหมัก เพื่อให้เกิดปฏิกิริยาของการเปลี่ยนสี มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ให้มีความคงทนต่อการใช้หรือบริโภคใน ครัวเรือนหรือในชุมชนเป็นหลัก จนเกิดเป็นลักษณะของอุตสาหกรรมครอบครัวประกอบเป็นอาชีพใน การทอผ้า และย้อมสีผ้าหม้อห้อมสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ผ้าหม้อห้อมไม่ได้หมายถึงเสื้อหรือ กางเกงที่ทำจากผ้าหม้อห้อมเท่านั้น แต่ยังหมายถึงเคหะภัณฑ์ หรือสิ่งของที่นำมาใช้ในครัวเรือน ประเภทต่างๆ โดยมีขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากแรงบันดาลใจในการออกแบบให้ตรงกับ ความต้องการของผู้บริโภค และมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นมากกว่าผลิตภัณฑ์ประเภท เสื้อและ กางเกง ดังเช่นในอดีต แต่ในปัจจุบันได้มีการออกแบบเพิ่มเติมลวดลาย สีส้น และผลิตภัณฑ์ที่ หลากหลาย เช่น ผ้าปูเตียง ปลอกหมอน หมอนข้าง หมอนอิง ผ้าปูโต๊ะ กล่องทิชชู พวงกุญแจ กระเป๋า ยาม หมวก เครื่องประดับ ฯลฯ อีกทั้งยังมีการนำเอาเทคนิคการมัดย้อมมาเพิ่มลวดลายให้เกิดความ สวยงามบนเนื้อผ้าที่มีแต่สีพื้น ๆ ที่เกิดจากห้อม หรือคราม คือสีน้ำเงิน เอกลักษณ์เป็นศิลปะเชิง สร้างสรรค์สมัยใหม่ร่วมสมัยเป็นที่นิยมชมชอบของผู้สวมใส่ หรือผู้บริโภค และยังมีอีกเทคนิคหนึ่งในการ เพิ่มลวดลายให้เป็นเอกลักษณ์บนผืนผ้าที่ไม่ซ้ำแบบใคร คือ การพิมพ์เทียนแล้วนำไปย้อมด้วยสี จากนั้นก็นำไปต้มให้เทียนละลายเกิดลวดลายบนผืนผ้าอย่างสวยงามเป็นที่นิยมอีกรูปแบบหนึ่ง จึง กล่าวได้ว่ามีการพัฒนาทั้งตัวเนื้อผ้าทั้งลวดลายโดยเพิ่มศิลปะเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นการอนุรักษ์รูปแบบ ลวดลายจากโบราณและร่วมสมัย เพื่อดึงดูดความสนใจผู้ที่พบเห็นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้านั้น มากยิ่งขึ้น

๔.๔.๒ องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล

องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น เป็นองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการต้องการปัจจัย ๔ ในการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะด้านที่อยู่อาศัย ที่มีการจัดหาวัตถุดิบจากธรรมชาติ หรือไม้สักมาสร้างที่พักอาศัย ซึ่งเป็นวัสดุที่หาง่ายในพื้นที่ อีกทั้งวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ก็มีความคุ้นเคยกับป่าและธรรมชาติ เริ่มตั้งแต่การตัดไม้ การผ่าไม้ การริดไม้ การประกอบไม้ ฯลฯ ทุกขั้นตอนเกิดจากการลงมือปฏิบัติ และอาศัยประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากครอบครัว วิถีชีวิตของชาวบ้านในตำบลดอนมูลนับได้ว่ามีความผูกพันกับไม้สักมาตั้งแต่อดีต โดยในอดีตนั้น ครอบครัวไหนที่มีลูกชาย ก็จะมีหน้าที่ช่วยเหลือพ่อแม่ในการทำงานต่างๆ รวมถึงการช่วยครอบครัวในการสร้างบ้าน เริ่มจากการติดตามหัวหน้าครอบครัวเข้าป่า เพื่อคัดเลือกไม้มาสร้างที่อยู่อาศัย และช่วยเหลือในขั้นตอนการแปรรูปไม้ให้ได้ขนาดตามความต้องการ จากนั้นถึงจะสามารถนำไม้มาใช้ในการสร้างส่วนต่างๆ โดยองค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าวนี้ เป็นความรู้ที่ติดตัวชาวบ้านมาพร้อมกับพัฒนาการของการใช้ไม้สักตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีพัฒนาการของการใช้ไม้สักตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยแบ่งเป็น ๓ ช่วงที่สำคัญ คือ

(๑) ช่วงนำไม้สักมาสร้างที่อยู่อาศัย เป็นช่วงแรกที่นิยมนำไม้สักมาสร้างบ้านที่อยู่อาศัย โดยจัดหาไม้สักในพื้นที่ สามารถที่จะตัดได้ตามความต้องการ แต่ยังไม่มีการนำเอาไม้สักมาจัดจำหน่าย

(๒) ช่วงนำไม้สักมาแปรรูปจำหน่าย เช่น โครงหน้าต่าง บานประตู ฯลฯ เป็นช่วงที่เริ่มมีการแปรรูปไม้สักเพื่อจัดจำหน่าย แต่ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่

(๓) ช่วงพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ ถือเป็นช่วงที่ได้รับการพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

สำหรับกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ เริ่มมีมาตั้งแต่สมัยอดีต โดยเป็นลักษณะของการนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัยเป็นหลัก ยังมีได้มีการนำเอาไม้สักมาแปรรูปเพื่อจัดจำหน่าย ซึ่งไม้สักในสมัยก่อนนั้น ถือว่าเป็นต้นไม้ที่หาได้ง่ายในพื้นที่ ทุกคนสามารถตัด แปรรูป นำมาสร้างบ้านเรือนได้ตามความต้องการ โดยใช้เกวียนช้าง ในการลากไม้มาเพื่อแปรรูป หรือในบางกรณีก็มีการแปรรูปในป่าให้สำเร็จก่อนที่จะนำเข้ามาสู่ในหมู่บ้าน การตัดไม้และนำมาใช้สอยสามารถที่จะทำได้อย่างอิสระเสรี เนื่องจากยังมีได้มีกฎหมายว่าการตัดไม้มาควบคุม บ้านเรือนที่อยู่อาศัยในสมัยก่อนจึงนิยมทำด้วยไม้สักเป็นส่วนใหญ่ ด้วยถือคติว่า ในอนาคตหากต้องการที่จะสร้างบ้านใหม่ ก็สามารถที่จะขายและมีเงินทุนจากการขายบ้านได้ จนในปัจจุบันอุตสาหกรรมไม้สักได้มีการพัฒนาจากเดิมเป็นอย่างมาก จากการนำมาสร้างที่อยู่อาศัยได้มีการพัฒนามาเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ ทั้งเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ เช่น เตียง ประตูบาน

ประตูปูหน้าต่าง ลูกกลิ้ง ฯลฯ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็ก เช่น อุปกรณ์ตกแต่งภายในบ้าน โดยมีขั้นตอนในการสร้างสรรค์ คือ

(๑) การเตรียมชิ้นส่วนงานไม้

เริ่มจากการนำไม้แปรรูปที่ผ่านการอบแห้งและอาบน้ำยาถนอมเนื้อไม้แล้วนำเข้าสายการผลิตโดยการไสไม้ให้ผิวหน้าเรียบและตัดให้ได้ขนาดตามต้องการด้วยเลื่อยไฟฟ้า และทำการกลึงโดยเครื่องกลึง จากนั้นเขาขึ้นรูปโดยเครื่องกัดเซาะร่องไม้ (Router) และขัดผิวหน้าด้วยเครื่องขัดกระดาษทราย ในบางกรณีอาจมีการตัดไม้โดยใช้ความร้อนเพื่อให้ได้ชิ้นส่วนที่โค้งรับกับสัดส่วนที่ต้องการ

(๒) การประกอบชิ้นส่วนงานไม้

เมื่อได้ชิ้นส่วนไม้แล้วนำมาประกอบตามต้องการ อาจใช้แรงงานคน หรือเป็นแบบกึ่งอัตโนมัติ และอาจใช้เครื่องช่วยประกอบ โดยมีเทคนิคการประกอบชิ้นส่วนที่หลากหลายตั้งแต่การใช้ตะปูหรือสกรูโลหะ การใช้แผ่นประกอบการใช้ลิ้นและเดือยไม้/โลหะ การต่อแบบเข้าลิ้นและอัดกาวชนิดพิเศษ และการต่อแบบผสมผสานเทคนิคต่างๆ เพื่อให้ชิ้นส่วนต่างๆ ประกอบได้ขนาดและรูปแบบตามที่ต้องการ มีความแข็งแรงได้ตามมาตรฐาน และมีความคงทน

(๓) การตกแต่งผิวและย้อมสี

เตรียมผิวหน้าโดยการขัดกระดาษทรายทั้งแบบขัดด้วยมือและขัดโดยใช้เครื่องขัด และทากาวโป้วอุดรอยที่เกิดจากการประกอบไม่ได้ขนาด และ/หรือ มีตำหนิขนาดใหญ่บนผิวหน้าชิ้นงาน จากนั้นทำการย้อมสี การขัดเคลือบเงา และการตกแต่งผิว หลังเสร็จสิ้นในแต่ละขั้นตอนอาจต้องมีการขัดกระดาษทรายซ้ำเพื่อลบเสี้ยนไม้ที่กระดก/พองตัวขึ้นหลังจากนั้นลงสีไม้ ส่วนใหญ่จะใช้วิธีพ่นในพื้นที่ควบคุมฝุ่น (บูธพ่นสี) เพื่อป้องกันฝุ่นละอองจากอากาศติดบนผิวหน้าชิ้นงาน เมื่อเสร็จแล้วผึ่งหรืออบให้แห้งเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายต่อผิวงานที่ตกแต่งเสร็จ ก่อนนำไปบรรจุหีบห่อเพื่อรอส่งมอบแก่ลูกค้าต่อไป ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักในชุมชนดอนมูลนั้น สามารถจัดกลุ่มใหญ่ๆ ได้ ๓ กลุ่ม คือ

๑) เฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ ออกแบบเพื่อติดตั้งสำหรับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเป็นการเฉพาะ ยากที่จะเคลื่อนย้ายและติดตั้งใหม่ ซึ่งมีความแข็งแรงสูงมาก มีรูปแบบเฉพาะตัว หูหระ เป็นเอกลักษณ์ และช่วยป้องกันการสะสมตัวของฝุ่นได้เป็นอย่างดี แต่แทบจะไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีกเลย หากมีการย้ายที่อยู่ และมีราคาแพง

๒) เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว ออกแบบมาให้สามารถเคลื่อนย้ายได้โดยจะผลิตสำเร็จที่โรงงาน เฟอร์นิเจอร์แล้วนำมาวางในหน่วยงาน ลูกค้าสามารถเลือกรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยได้จาก

ตัวอย่างที่มีอยู่จริงในร้านค้าได้ มีราคาถูกกว่าเฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ แต่จะพบปัญหาเรื่องการสะสมตัวของฝุ่น

๓) เฟอร์นิเจอร์ที่สามารถถอดประกอบได้ เป็นการรวมเอาข้อดีของเฟอร์นิเจอร์ทั้งสองระบบแรกเข้าด้วยกัน โดยมีลักษณะเหมือนกับเฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ ในขณะที่มีการผลิตที่เกือบจะสำเร็จรูปจากโรงงาน เพียงแต่นำมาติดตั้งประกอบด้วยช่างผู้ชำนาญงาน และใช้เวลาไม่นานนัก ทำให้ลดปัญหาเรื่องฝุ่นไม้ และกลิ่นสีในหน่วยงานได้เป็นอย่างดี มีราคาถูก แต่อายุการใช้งานต่ำ

ดังนั้น การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนดอนมูล จากแต่เดิมที่เป็นธุรกิจภายในครอบครัว จนพัฒนามาเป็นวิสาหกิจชุมชน ได้มีการพัฒนาทั้งในด้านทักษะฝีมือ เครือข่าย ช่องทางในการจัดจำหน่ายมาโดยลำดับ โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมจังหวัด วิทยาลัยชุมชนแพร่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ในการสนับสนุนวิทยากรที่จะช่วยให้ความรู้ โดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักให้มีความทันสมัย จากแต่เดิมที่เป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ ใช้สำหรับสร้างบ้านเรือนเท่านั้น แต่ภายหลังจากการได้รับการอบรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับวิทยากรรุ่นใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนดอนมูลมีหลากหลายมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้ในการประดับตกแต่งได้ทุกสถานที่ และตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยมีหน่วยงานภาครัฐมาให้ความคำแนะนำด้านการออกแบบและช่องทางในการจัดจำหน่ายให้กับชุมชนอีกด้วย

๔.๔.๓ องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนบ้านคำงามอำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

องค์ความรู้ด้านการผลิตเครื่องจักสานของชุมชนบ้านคำงามนั้น เป็นองค์ความรู้ที่อยู่ในวิถีชีวิตของชุมชนคำงามตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ โดยในอดีตเป็นการผลิตเพื่อใช้ในงานเกษตรกรรมเป็นสำคัญ โดยยังมีได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชุมชนนั้น โดยส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้โดยง่าย ไม่มีความซับซ้อน เน้นการใช้งานมากกว่าการจัดจำหน่าย เช่น กระบุง หวดข้าว เหวข้าว หมวก เป็นการผลิตที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งในบริบทของชุมชนบ้านคำงามนั้น ชาวบ้านมีอาชีพหลักคือการทำเกษตรกรรม การจักสานเป็นเพียงอาชีพเสริมเท่านั้น จะมีการทำก็ต่อเมื่อมีเวลาว่างเว้นจากงานเกษตรกรรม เป็นการทำในครอบครัว ที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งในบริบทของชุมชนคำงามนั้น การผลิตเครื่องจักสานถือว่าเป็นสิ่งที่ทุกครอบครัวสามารถทำได้เอง โดยเฉพาะการจักสานสิ่งที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น หมวก กระบุงข้าว เหวข้าว ไซที่ดักจับปลา องค์ความรู้เรื่องการจักสาน จึงเป็นองค์ความรู้ที่มีอยู่ภายในตัวบุคคลที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนมาตั้งแต่อดีต ต่อมาเมื่อชุมชนมีการพัฒนา รวมถึงความเจริญของเทคโนโลยี ทำให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น จากเดิมที่เน้นการใช้ประโยชน์ทางด้านครัวเรือน เกษตรกรรม เป็นหลัก ได้พัฒนามาเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ไม้ไผ่

รวมถึงของชำร่วยที่ผลิตจากไม้ไผ่ประเภทต่างๆ โดยมีผู้นำชุมชน หรือ ผู้ใหญ่บ้าน ในการค้นคว้า แสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากการไปศึกษาดูงานเครื่องจักสานในพื้นที่อื่นๆ ทั้งในด้านวัสดุอุปกรณ์ ลวดลาย เทคนิคพิเศษ และเครือข่ายในการจัดจำหน่าย จนสามารถจัดตั้งแต่วิสาหกิจชุมชนเครื่องจักสานชุมชนค่างามได้ในปี พ.ศ. ๒๕๔๘ โดยมีสมาชิกในชุมชนร่วมกันจัดทำเพื่อจัดจำหน่ายในนามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนค่างามอีกด้วย จนทำให้ในปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจของชุมชนค่างาม นอกจากจะเป็น ศูนย์กลางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนแล้วนั้น ยังกลายเป็นศูนย์เรียนรู้ด้าน ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของอำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ที่สถานศึกษาและผู้ที่สนใจสามารถเข้ามา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตลอดจนถึงการเข้ามาฝึกอบรมของหน่วยงานราชการ คือ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาทักษะกระบวนการผลิต กระบวนการออกแบบ และช่องทางในการ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานให้มีมากยิ่งขึ้น

สำหรับกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานนั้น มีขั้นตอนและกระบวนการ ดังต่อไปนี้ คือ

๑) จัดหาไม้ไผ่ที่มีอายุ โดยสังเกตจากลำต้นที่จะต้องมียอดเหลืออยู่ เพื่อความอดทนและ แข็งแรงของผลิตภัณฑ์

๒) แปรรูปไม้ไผ่ให้เป็นเส้นขนาดความกว้าง ๐.๕ ถึง ๑ เซนติเมตร ตามแต่ผลิตภัณฑ์ที่ ต้องการ หลังจากผ่าเสร็จก็ใช้เครื่องขูด เพื่อให้เส้นไม้ไผ่บางลง และสามารถดัดแปลงรูปทรงได้ง่าย

๓) นำเส้นไม้ไผ่ หรือ เส้นตอก มาขึ้นรูป ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการหรือที่เรียกว่า ตั้งต้น เพื่อที่จะสามารถจักสานตามแบบที่ตั้งไว้

๔) หลังจากที่ยักสานเสร็จก็จะมีการตัดเย็บเพื่อให้มีความประณีตมากยิ่งขึ้น โดยเครื่องจัก สานบางชนิดก็จะนำไปทาสีและตกแต่งเพื่อให้เกิดความสวยงามมากยิ่งขึ้น

โดยผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนบ้านค่างาม อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ นั้น มี ลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละผลิตภัณฑ์ ความยากง่ายก็ขึ้นขนาดและความประณีตของ ผลิตภัณฑ์เช่นกัน ยิ่งผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กก็ยิ่งใช้ความประณีตและเวลาค่อนข้างมาก ดังนั้น ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์จักสานที่ส่งออกและเป็นที่ต้องการของตลาดจะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น หวดข้าว ตระกร้า ซึ่งจะใช้เวลาในการผลิตไม่มาก และไม่ซับซ้อน โดยมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่อง จักสานบ้านค่างามเป็นผู้จัดจำหน่ายและรับออเดอร์จากผู้สนใจ ซึ่งจะมีความแตกต่างจากการ ออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานในอดีตที่ผ่านมา ที่จะเน้นการผลิตขึ้นใช้งานเป็นสำคัญ ไม่มีลวดลาย และสีสันทัน ผลิตภัณฑ์ก็มีจำนวนจำกัด มีเฉพาะเครื่องจักสานในงานเกษตรกับเครื่องจักสานในครัวเรือน

เท่านั้น แต่ในปัจจุบัน สินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน

๔.๔.๔ องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโป่ง อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่

องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบ้านบวโป่ง ตำบลน้ำชำ อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่ นั้น จากการสัมภาษณ์พบว่า การประกอบอาชีพด้วยการใช้ไม้สักนั้น ถือว่าเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านมาตั้งแต่สมัยอดีต โดยสาเหตุสำคัญที่ทำให้ชุมชนบวโป่งประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สัก เริ่มจากการนำไม้สักมาเป็นวัตถุดิบในการสร้างบ้านเรือนในสมัยอดีต จนพัฒนามาเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆในปัจจุบันนี้ จุดเริ่มต้นมาจากการที่ชุมชนบวโป่งประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักนั้น มาจากการนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย เนื่องจากไม้สักเป็นวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในพื้นที่ ที่จำนวนมาก ชาวบ้านส่วนใหญ่ก็ได้เรียนรู้หนังสือในระดับที่สูง การประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักจึงเป็นอาชีพที่สามารถทำได้ในท้องถิ่น ทำให้ชาวบ้านในสมัยก่อนนิยมนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย โดยใช้ภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษในการตัดไม้ การใช้เลื่อย ที่สามารถหาซื้อได้ในท้องถิ่น และการขนส่งไม้ ที่จะใช้ช่าง วัว และเกวียนในการบรรทุกไม้ออกจากป่าเข้าสู่หมู่บ้าน รวมถึงการแปรรูปไม้ ที่จะใช้กับไส เลื่อย ในการผ่าตัดแปรรูปไม้ตามความต้องการ หลังจากที่มีการนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนแล้ว พัฒนาการต่อมาของการประกอบอาชีพของชุมชนบ้านบวโป่งนั้น ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการนำเอาไม้สักมาแปรรูปเป็นลักษณะของการทำโครงหน้าต่าง เพื่อเป็นส่วนประกอบของบ้าน เริ่มจากการนำมาแปรรูปเพื่อใช้เองจนถึงแปรรูปเพื่อจัดจำหน่ายดังเช่นในปัจจุบัน โดยผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโป่งที่เป็นที่ยอมรับมากที่สุด ก็คือ โครงหน้าต่างไม้สัก ถือว่ามีอัตลักษณ์ที่เฉพาะ คือ มีความคงทนแข็งแรง เนื่องจากใช้ไม้สักที่มีอายุมาก ทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดจำนวนมาก ชาวบ้านส่วนใหญ่จึงเกิดแนวคิดในการสร้างโครงหน้าต่างไม้สักเพื่อจัดจำหน่าย ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการนำเอาไม้สักมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายในยุคแรกจนถึงปัจจุบัน

สำหรับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโป่งนั้น ในปัจจุบันได้อาศัยความร่วมมือจากคนในพื้นที่ ที่ต้องการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักให้คงอยู่กับพื้นที่ โดยช่างในชุมชนและนักออกแบบร่วมสมัย ที่ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจากอดีต ที่แต่เดิมนั้นจะเน้นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ แต่ปัจจุบันผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายทั้งเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ และเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กสำหรับประดับตกแต่งทั่วไป โดยคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

๑) ความต้องการของลูกค้า ถือเป็นปัจจัยแรกที่ต้องคำนึงถึง เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าย่อมที่จะก่อให้เกิดการผลิตขึ้นมาภายหลังอีก อันจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับ

ผู้ประกอบการ ดังนั้น โจทย์ที่สำคัญสำหรับผู้ออกแบบนั้น คือ แบบที่ผลิตขึ้นมานั้นลูกค้าจะต้องชอบ และกลับมาสั่งเพิ่มอีก

๒) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ถือเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับการออกแบบ ซึ่งจะต้องอาศัยประสบการณ์และความใฝ่รู้ของผู้ออกแบบ โดยเฉพาะการนำเอาลวดลาย สี สัน มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความสวยงาม แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม เช่น ประติมากรรม ที่แต่เดิมนั้นจะมีการผลิตขึ้นมาโดยมีการแกะสลักในส่วนของหน้าบานประตู แต่ปัจจุบันได้มีการแกะสลักรูปต่างๆที่เป็นมงคลและมีการทำสีสันทาสวยงาม ทำให้เป็นที่พอใจสำหรับกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น

๓) วัสดุที่ใช้ หรือ ไม้สักที่ใช้จะต้องเป็นไม้สักที่มีคุณภาพมาตรฐาน โดยเฉพาะการใช้ไม้ที่มีอายุจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความคงทน กอปรกับไม้ที่มีอายุจะมีลวดลายธรรมชาติที่สวยงาม เมื่อนำมาขัดด้วยกระดาษทรายละเอียดและลงสีจะทำให้มีความสวยงามแบบธรรมชาติมากยิ่งขึ้น

๔) เครื่องมือที่ใช้ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยอำนวยความสะดวก รวดเร็ว สำหรับผู้ประกอบการ โดยเครื่องมือที่มีมาตรฐานนั้นจะสามารถประหยัดเวลาและต้นทุนในการผลิต

๕) ผลิตภัณฑ์ต้องใช้ได้ทุกสถานที่ ไม่จำกัดเฉพาะใช้ในครัวเรือนเท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปประดับตกแต่งร้านค้า ที่ทำงาน รวมถึงการนำไปใช้ในสถานที่ต่างๆได้

ดังนั้น องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโก้นั้น ถือเป็นองค์ความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคล คือ อาศัยสละ หรือช่างในสมัยก่อนในการถ่ายทอดผ่านครอบครัว และชุมชน เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แม้ว่าจะไม่มีการจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานภายนอกที่เข้ามามีส่วนร่วม แต่ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโก้นั้นก็ถือว่าได้รับความนิยมและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้เป็นอย่างดี ทั้งผลิตภัณฑ์ไม้สักดั้งเดิมสำหรับการสร้างที่พักอาศัยที่มีขนาดใหญ่ และผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ที่มีความหลากหลาย ขนาดเล็ก สำหรับประดับตกแต่ง

ตารางการจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชน
ลัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่

ผลิตภัณฑ์	นักจัดการ	การนำไปใช้ประโยชน์
ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม	๑) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าหม้อห้อมบ้านทุ่งไธ้ง ๒) ศูนย์เรียนรู้การย้อมผ้าหม้อห้อม “ป่าเหี้ยม”	๑) เผยแพร่องค์ความรู้และกระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อมแก่ผู้ที่สนใจ ๒) ประชาสัมพันธ์ด้านการตลาด เพื่อยกระดับเศรษฐกิจในชุมชน ๓) ถ่ายทอดองค์ความรู้เทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมผ่านหลักสูตรท้องถิ่นแก่สถานศึกษาในพื้นที่
ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน	๑) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม	๑) เผยแพร่องค์ความรู้และกระบวนการผลิตเครื่องจักสานแก่ชุมชนใกล้เคียงและสถานศึกษา ๒) สร้างรายได้แก่ชุมชนและยกระดับเศรษฐกิจในชุมชน ๓) เป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องหัตถกรรมจักสานในจังหวัด
ผลิตภัณฑ์ไม้สัก	๑) สมาคมการค้าผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์ไม้สักจังหวัดแพร่ ๒) วิสาหกิจชุมชนงานไม้บ้านดอนมูล	๑) เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ไม้สักในจังหวัดแพร่ ๒) เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและยกระดับสินค้าชุมชน

๔.๕ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากการสังเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่ ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ๓ ด้าน คือ

๑. องค์ความรู้ด้านประวัติของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ชุมชนของแต่ละพื้นที่ต่างมี เรื่องราวที่ผูกพันกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนในอดีต อาศัยตัวบุคคลในการจัดเก็บองค์ความรู้ ถ่ายทอด แลกเปลี่ยน เพื่อให้เกิดภูมิปัญญาในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมมาชีพทั้ง ๔ พื้นที่ในการวิจัย เกิดจากความต้องการปัจจัย ๔ ในการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านที่อยู่อาศัย คือ บ้านเรือน และเครื่องนุ่งห่ม โดยมีได้ คำนึงถึงมูลค่า ความประณีต ความสวยงาม แต่ให้ความสำคัญในด้านประโยชน์ใช้สอยมากกว่า องค์ความรู้เกี่ยวกับการนำเอาวัสดุอุปกรณ์ที่อยู่รอบตัว ในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นไม้สัก ต้นหอม รวมถึงไม้ไผ่ มาสร้างสรรค์เป็นที่อยู่อาศัย เครื่องใช้สอย เครื่องนุ่งห่ม สะท้อนให้เห็นถึงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของบรรพบุรุษ ที่รู้จักนำสิ่งของที่อยู่ในธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ แม้ว่าจะมีได้ค่านึงถึงมูลค่า ราคา แต่ก็แสดงให้เห็นถึงความเอื้ออาทร และความช่วยเหลือเกื้อกูลกันของสังคมไทยในสมัยอดีต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำเอาไม้สักมาสร้างบ้าน ที่จะต้องอาศัยกำลังคนเป็นจำนวนมากในการสร้าง อาศัยภูมิปัญญาในการแปรรูปไม้ เนื่องจากเครื่องมือในการแปรรูปไม้ถือว่ายังมีไม่มากนัก ตลอดจนถึงการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ต่างก็มีการลองผิดถูกร่วมกัน จนเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันองค์ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของชุมชนทุ่งโหล่ง ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม และผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโก่ง เป็นองค์ความรู้ที่มีลักษณะเหมือนกันทั้ง ๔ พื้นที่ คือ การได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษที่มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น อาศัยความชำนาญและประสบการณ์ในการสร้างสรรค์ตั้งแต่สมัยอดีต โดยมีเป้าหมายสำคัญคือ การผลิตเพื่อใช้งาน มิได้ผลิตเพื่อจัดจำหน่าย หรือการให้ความสำคัญกับคุณค่ามากกว่าราคา ทั้งนี้ ในด้านการจัดเก็บองค์ความรู้ของชุมชนทั้ง ๔ พื้นที่ แสดงให้เห็นว่า องค์ความรู้ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะงานฝีมือมักจะยังไม่ได้เรียบเรียงในเป็นเอกสาร มีเพียงการถ่ายทอดจากการบอกเล่าและการฝึกปฏิบัติร่วมกันเท่านั้น ดังนั้น องค์ความรู้ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชุมชนที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ควรที่จะมีการจัดการองค์ความรู้ให้เกิดเป็นรูปธรรมและเอกสารเชิงวิชาการ เพื่อถ่ายทอดการศึกษาเรียนรู้สำหรับผู้สนใจ

๒. องค์ความรู้เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์

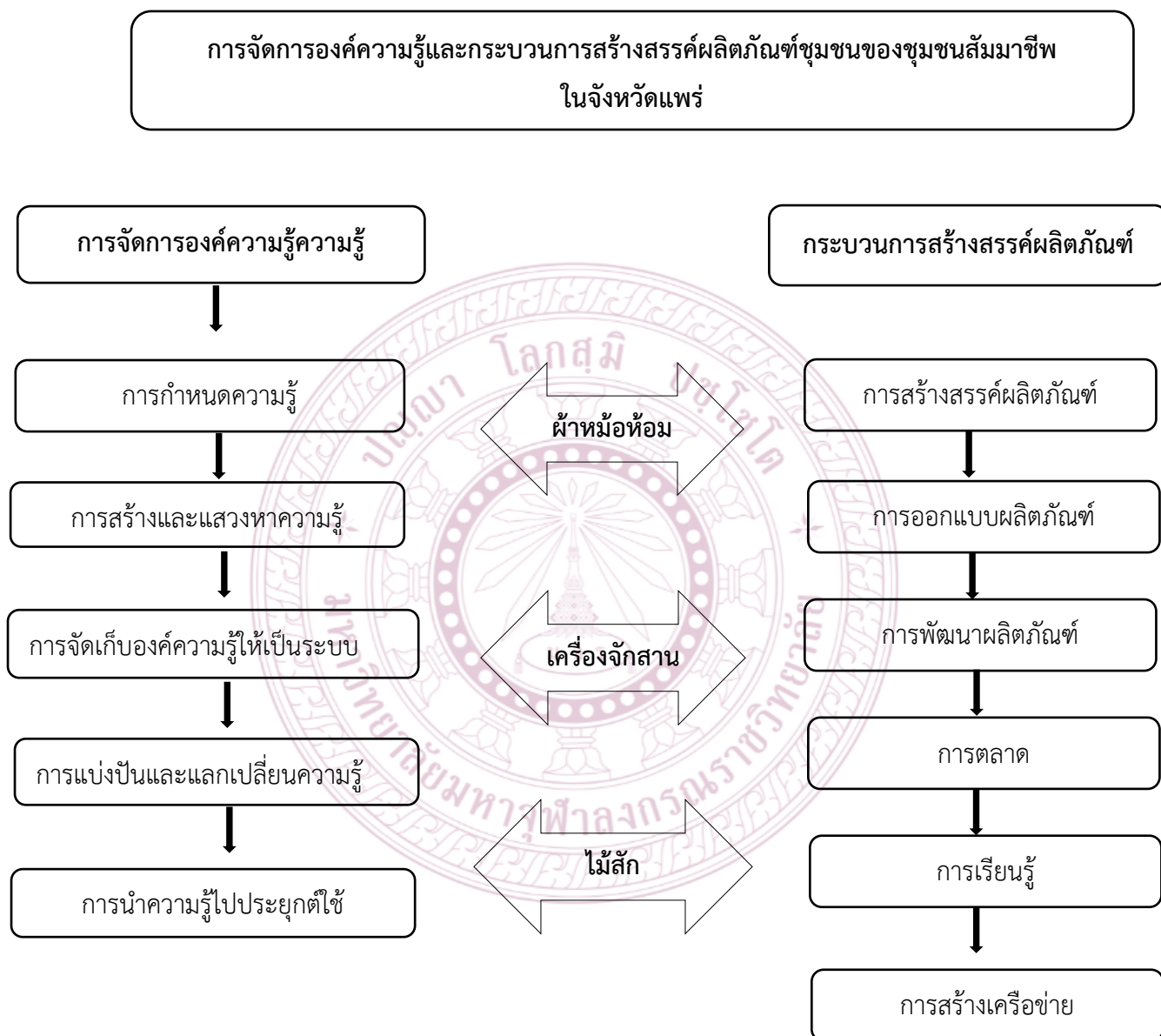
ในปัจจุบันการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ พื้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาขึ้นไปเป็นอย่าง มาก โดยเป็นการผลิตเพื่อจัดจำหน่ายมากกว่าการใช้งานเหมือนเช่นในอดีต รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ให้การสนับสนุนด้านวิทยากร งบประมาณ และเครือข่ายในการจัด

จำหน่าย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่จากหน่วยงานภาครัฐที่มีนโยบายสนับสนุนและให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน วิทยาลัยชุมชน ที่ได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์และคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะในปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความทันสมัย การจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ไม่จำเป็นที่จะต้องมีหน้าร้าน หรือเปิดร้าน เหมือนอย่างเช่นในอดีต แต่เป็นการสร้างเพจโปรโมทสินค้าผลิตภัณฑ์ผ่านทาง facebook, line, Lazada, shopee และทาง website ต่างๆ ในการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ สิ่งสำคัญที่สุดของการจัดจำหน่าย ก็คือความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และคุณภาพของงาน เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

๓. องค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์สืบทอด

การเรียนรู้และกระบวนการถ่ายทอดผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง ๔ พื้นที่ แม้ว่าแต่เดิมจะเป็นการถ่ายทอดในระบบครอบครัวและชุมชนเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันได้แผ่ขยายไปยังหน่วยงานสถานศึกษา โดยเฉพาะการเชิญปราชญ์ท้องถิ่นที่มีความชำนาญในแต่ละผลิตภัณฑ์ไปเป็นวิทยากรให้ความรู้กับเยาวชน เพื่อเป็นการสร้างการเรียนรู้และการถ่ายทอดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตลอดจนถึงการให้ความรู้และสอนให้แก่เยาวชนสามารถฝึกปฏิบัติได้ รวมถึงเพื่อต้องการปลูกฝังความรักและตระหนักในอาชีพ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ รวมถึงเกิดความรักและหวงแหนภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเอง

สรุปองค์ความรู้จากการวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์
ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” ดังแผนภาพ



บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ๒) เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ และ ๓) เพื่อนำเสนอองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยนัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้นำชุมชนสัมมาชีพ และกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ ทั้ง ๔ พื้นที่ จำนวนทั้งหมด ๓๒ คน พื้นที่ในการเก็บข้อมูล ประกอบไปด้วย พื้นที่ต้นแบบ ๓ พื้นที่ ได้แก่ ๑) ชุมชนสัมมาชีพผ้าหม้อห้อมบ้านทุ่งโฮ้ง ๒) ชุมชนสัมมาชีพเครื่องจักสานบ้านคำงาม ๓) ชุมชนสัมมาชีพไม้สักบ้านดอนมูล และ พื้นที่พัฒนา ได้แก่ ชุมชนสัมมาชีพไม้สักบ้านบวกโป่ง การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามเนื้อหา (Content analysis) แล้วสรุปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

๕.๑.๑ ผลการศึกษาค้นคว้าความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๑) การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของชุมชนทุ่งโฮ้ง จังหวัดแพร่

(๑) การกำหนดองค์ความรู้

องค์ความรู้เรื่องการผลิตผ้าหม้อห้อม เป็นองค์ความรู้ที่มีมาพร้อมกับการตั้งถิ่นฐานของชาวไทยพวน ในชุมชนทุ่งโฮ้ง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ประมาณ ๑๐๐ กว่าปีมาแล้ว คำว่าหม้อห้อม หมายถึง การใช้สีจากต้นห้อมมาย้อมผ้าขาวให้เป็นผ้าสีกรมท่า โดยเฉพาะการนำมาย้อมเสื้อกางเกง และเครื่องนุ่งห่มประเภทต่างๆ การนำเอาต้นห้อมมาย้อมสีเครื่องนุ่งห่มนั้น ก็เนื่องจากเป็นวัสดุที่หาง่ายในพื้นที่ อีกทั้งยังมีความสวยงาม ชาวไทยพวนจึงเริ่มนำเอาต้นห้อมมาย้อมผ้าตั้งแต่ พ.ศ.

๒๓๔๐ - พ.ศ. ๒๓๕๐ เป็นต้นมา จนปัจจุบันได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมให้มีความหลากหลาย และร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น

(๒) การสร้างและการแสวงหาคำความรู้

องค์ความรู้เรื่องผ้าหม้อห้อมของชาวไทยพวน ได้รับการถ่ายทอดกระบวนการจาก บรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น เป็นระยะเวลา ๑๐๐ กว่าปีมาแล้ว โดยมีวัตถุดิบที่สำคัญ คือ ต้นหม้อสำหรับ ทำสีย้อมผ้า ผ้าฝ้ายทอมือสีขาว น้ำด่างและแป้ง และมีเทคนิคพิเศษที่จะช่วยถนอมสีผ้าไม่ให้ตก ผ่าน การทดลองผิดลองถูก เพื่อที่จะให้ผ้าหม้อห้อมที่ย้อมมีคุณภาพ ตรงตามความต้องการ

(๓) การจัดเก็บองค์ความรู้

การจัดเก็บองค์ความรู้ผ้าหม้อห้อมในปัจจุบัน ถือว่าเป็นระบบมากกว่าในอดีตมาก โดย แต่ก่อนองค์ความรู้จะถูกเก็บไว้ในลักษณะของตัวบุคคลเป็นสำคัญ หรืออยู่ในวิถีชีวิตของชาวไทยพวน แต่ในปัจจุบัน องค์ความรู้ดังกล่าวนี้ นอกจากจะอยู่เก็บและถ่ายทอดในกลุ่มผู้ประกอบการผ้าหม้อ ห้อมแล้วนั้น ยังมีศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนหรือศูนย์การเรียนรู้ที่เป็นแหล่งเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ ความรู้เรื่องผ้าหม้อห้อมได้ ซึ่งมีทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ ถือได้ว่าเป็นแหล่งเรียนรู้ สืบสาน และ ถ่ายทอดภูมิปัญญาผ้าหม้อห้อมของชุมชนทุ่งไผ่ได้อย่างดี

(๔) การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องผ้าหม้อห้อมนั้น ในอดีตเป็นการเรียนรู้ภายในครอบครัวที่ ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ปัจจุบันได้มีการเรียนรู้และถ่ายทอดจากศูนย์การเรียนรู้ในชุมชน รวมถึงการเรียนรู้จากปราชญ์ท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มที่เข้ามา แลกเปลี่ยนเรียนรู้มีทั้งนักเรียน และผู้ที่สนใจทั่วไป โดยเฉพาะการเข้ามาศึกษาเรียนรู้ในศูนย์การ เรียนรู้ ที่มีวิทยากรคอยแนะนำ โดยมีทั้งหลักสูตรระยะสั้นสำหรับผู้สนใจอีกด้วย

(๕) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

องค์ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม เป็นองค์ความรู้ที่ก่อให้เกิดประโยชน์และ คุณค่าในด้านเศรษฐกิจ ในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนให้ดีขึ้นอีกด้วย การ นำเอาองค์ความรู้แบบเดิมมาพัฒนาต่อยอดเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม โดยเฉพาะในด้านการตลาด และเครือข่ายการผลิตและจำหน่าย ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมถือเป็น หนึ่งในสินค้าที่มีการส่งออกมากที่สุดในจังหวัดแพร่ และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดแพร่ได้เป็น อย่างดี

๒) การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

(๑) การกำหนดองค์ความรู้

องค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ เป็นองค์ความรู้ที่มีการสืบทอดมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ โดยเกิดจากความต้องปัจจัย ๔ ด้านที่อยู่อาศัย จึงเกิดการแสวงหาทรัพยากรทางธรรมชาติในพื้นที่ ไม้สัก ถือเป็นทรัพยากรที่มีอยู่มาก และหาได้ง่าย ชาวบ้านจึงนิยมนำเอาไม้สักมาแปรรูปเพื่อสร้างบ้านเรือนในอดีต แต่ยังไม่มีการนำไม้สักมาค้าขาย ต่อมาก็มีการพัฒนาจากการนำไม้สักมาสร้างบ้านเรือน เป็นการส่งออกผลิตภัณฑ์ไม้สักประเภท ประตู บ้าน ประตูหน้าต่าง เติง ตู้ และมีการพัฒนามาเป็นผลิตภัณฑ์ไม้สักประเภทเฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่ง บ้านตามลำดับ

(๒) การสร้างและการแสวงหาองค์ความรู้

การสร้างและการแสวงหาองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล เกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้โดยตนเองและจากครอบครัว เป็นการเรียนรู้ผ่านตัวบุคคลและประสบการณ์ตรงในช่วงแรก คือ การนำไม้สักมาสร้างที่อยู่อาศัย และช่วงที่สอง คือ การเริ่มนำเอาไม้สักมาแปรรูปสร้างผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่เพื่อจัดจำหน่าย สำหรับช่วงที่ ๓ คือ ช่วงพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ ถือเป็นช่วงที่ได้รับการพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนในด้านการออกแบบ การพัฒนาให้มีความหลากหลาย และตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

(๓) การจัดเก็บองค์ความรู้ให้เป็นระบบ

การจัดเก็บองค์ความรู้เกี่ยวกับไม้สักในแต่ละช่วง และพัฒนาการของการนำเอาไม้สักมาใช้ประโยชน์นั้น ถือว่ายังอาศัยตัวบุคคลเป็นสำคัญในการให้บอกเล่าข้อมูลเกี่ยวกับไม้สักตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน องค์ความรู้เกี่ยวกับไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น เป็นองค์ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักอยู่แล้ว ทำให้แนวคิดในด้านการรวบรวมองค์ความรู้ของชุมชนตนเองนั้นมีน้อย และยังไม่มีการรวบรวม จัดเก็บอย่างเป็นระบบ อาศัยประสบการณ์จากตัวบุคคลในการถ่ายทอดเรียนรู้เป็นสำคัญ

(๔) การแบ่งปันและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น มีอยู่ ๒ ลักษณะ คือ ๑) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างครอบครัวและชุมชนในอดีต คือ ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักอยู่แล้ว แต่ละครอบครัวจะมีความชำนาญในการทำผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทที่แตกต่างกัน ๒) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานในปัจจุบัน เป็นการแลกเปลี่ยน

เรียนรู้ระหว่างหน่วยงาน ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักให้มีความหลากหลาย ทันสมัย มากยิ่งขึ้น

(๕) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

การนำองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักไปใช้ประโยชน์ของชุมชนตอนมูลนั้น นอกจากจะใช้ในการผลิตและจัดจำหน่ายแล้วนั้น ภายในชุมชนตอนมูลยังมีการจัดตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้ไม้สัก เพื่ออำนวยความสะดวกให้เยาวชนและผู้สนใจได้ศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับไม้สักโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

๓) การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

(๑) การกำหนดองค์ความรู้

องค์ความรู้เรื่องการผลิตเครื่องจักสานของชุมชนบ้านค่างามเกิดจากความต้องการในการนำมาใช้ประโยชน์ในด้านการดำเนินชีวิตประจำวัน เนื่องจากชุมชนค่างามนั้นในอดีตชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม จึงเป็นการผลิตเพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน และในงานเกษตรกรรม ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชุมชนนั้น โดยส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้โดยง่าย ไม่มีความซับซ้อน เน้นการใช้งานมากกว่าการจัดจำหน่าย เช่น กระบุง หวดข้าว เหียงข้าว หมวก เป็นการผลิตที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ จะมีการทำต่อเมื่อมีเวลาว่างเว้นจากงานเกษตรกรรม เป็นการทำในครอบครัว ที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น

(๒) การสร้างและการแสวงหาองค์ความรู้

การสร้างและการแสวงหาองค์ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชนค่างามนั้น เกิดจากการเข้าร่วม และการไปศึกษาดูงานของผู้นำชุมชน โดยมีผู้ใหญ่สุภิชญา ฉลอม ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม เข้าร่วมทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด และนำมาถ่ายทอดสู่สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจ โดยเฉพาะการออกแบบ ลวดลาย สีส้น และเทคนิคพิเศษ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนได้รับการฝึกอบรมส่งเสริมเพิ่มเติมจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดแพร่ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จักสานให้หลากหลาย

(๓) การจัดเก็บองค์ความรู้ให้เป็นระบบ

ในอดีตองค์ความรู้เรื่องการจักสานของชุมชนค่างามเป็นองค์ความรู้ที่ถูกถ่ายทอดระหว่างสมาชิกในครอบครัว ที่มักจะทำร่วมกันในเวลาว่าง เป็นองค์ความรู้ที่ถูกจัดเก็บไว้ในตัวบุคคลที่ได้รับการสืบทอดจากบรรพบุรุษ ปัจจุบันได้มีหน่วยงานภาครัฐได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการองค์ความรู้ และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จักสานให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น ผ่านกระบวนการวิจัยและเรียบเรียงเป็นองค์ความรู้เชิงวิชาการ เพื่อง่ายต่อการศึกษาค้นคว้าสำหรับผู้สนใจต่อไป

(๔) การแบ่งปันและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การแบ่งปันและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เริ่มต้นจากครอบครัวเป็นจุดเริ่มต้น ต่อมาเมื่อมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น กอปรกับการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนค่างามขึ้น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงมีความหลากหลายตามมาด้วย โดยเฉพาะการเข้ามามีบทบาทของหน่วยงานราชการ คือ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาทักษะกระบวนการผลิต กระบวนการออกแบบ และช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานให้มากยิ่งขึ้น

(๕) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

องค์ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างามช่วยยกระดับเศรษฐกิจของชุมชนค่างามได้เป็นอย่างดี เป็นการสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการ โดยมีการจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์จักสานทั้งในและต่างจังหวัด ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนค่างามให้ดียิ่งขึ้น

๔) การจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

(๑) การกำหนดองค์ความรู้

ไม้สักถือเป็นหนึ่งในวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชนบวโกโป่งตั้งแต่สมัยอดีต เนื่องจากการนำเอาไม้สักมาเป็นวัตถุดิบในการสร้างบ้านเรือนในสมัยอดีต โดยอาศัยภูมิปัญญาการตัดไม้ การเลื่อยไม้ให้ได้ขนาดตามที่ต้องการ จากนั้นจึงนำมาสร้างบ้านเรือนที่พักอาศัย ต่อมาเมื่อสังคมมีการพัฒนาเจริญยิ่งขึ้น เริ่มมีการพัฒนานำเอาไม้สักมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนประกอบบ้านจัดจำหน่าย เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวในชุมชนบวโกโป่ง จนในปัจจุบันอุตสาหกรรมไม้สักแปรรูปของชุมชนบวโกโป่งนั้น ถือว่าได้ส่งออกไปทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนประเภทประตูบาน ประตูหน้าต่าง เติง โต๊ะ เก้าอี้ ลายฉลุไม้สัก และเฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ฯลฯ และมีการพัฒนาลายแกะสลักให้มีสีสัน และร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น

(๒) การสร้างและการแสวงหาองค์ความรู้

องค์ความรู้เรื่องไม้สักของชุมชนบวโกโป่งในอดีต เป็นองค์ความรู้ที่เริ่มต้นจากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษโดยตรงในการแปรรูปไม้และนำมาสร้างที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ชายที่จะมีทักษะเกี่ยวกับไม้สักทุกคน เนื่องจากจะต้องเป็นลูกมือของช่างหรือที่เรียกว่า สล่า ในการสร้างบ้านเรือน เป็นองค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดจากประสบการณ์ตรงจากบรรพบุรุษ จนในปัจจุบัน ได้อาศัยความชำนาญและทักษะในการแปรรูปไม้สัก ทำให้เกิดการผลิตรายได้ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยมีการเรียนรู้เพิ่มเติมจากสมาชิกในชุมชน กลุ่มลูกค้า และหน่วยงานภาครัฐ ที่ได้เข้ามามีบทบาทในการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักร่วมสมัย เพื่อให้ตอบสนองความต้องการทางตลาดอีกด้วย

(๓) การจัดเก็บองค์ความรู้ให้เป็นระบบ

องค์ความรู้เรื่องไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง อำเภอสองเม่น จังหวัดแพร่ เป็นองค์ความรู้ที่ถูกจัดเก็บไว้ในระบบครอบครัว ผ่านตัวบุคคลเป็นสำคัญ เนื่องจากประชาชนโดยส่วนใหญ่ก็จะประกอบอาชีพเกี่ยวกับการแปรรูปไม้ร้อยละ ๔๐ หรือแทบจะทุกครอบครัวที่มีการประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สัก แม้ว่าปัจจุบันจะมีสินค้าผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย แต่ในด้านการจัดเก็บองค์ความรู้นั้นก็ถือว่ายังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร เนื่องจากในชุมชนบวโกโป่งยังไม่มีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน เป็นการผลิตเพื่อจัดจำหน่ายผ่านระบบครอบครัวเป็นหลัก

(๔) การแบ่งปันและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้น ส่วนใหญ่เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในครอบครัว เป็นอุตสาหกรรมชุมชนที่มีครอบครัวเป็นฐาน แต่ละครอบครัวจะมีความชำนาญ และผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สักแต่ละประเภทที่แตกต่างกันในการจัดจำหน่าย แม้ว่าปัจจุบันจะมีหน่วยงานราชการเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์แต่ก็ถือว่ายังมีน้อย

(๕) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนที่ช่วยสร้างรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนได้เป็นอย่างดี เป็นอาชีพที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พัฒนาการของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักนั้น สะท้อนให้เห็นถึงสภาพวิถีชีวิตในอดีตที่มีการพัฒนามาตามลำดับ

๕.๑.๒ ผลการศึกษารูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชน สัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๑) รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

(๑) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

กระบวนการผลิตผ้าหม้อห้อมของชาวไทยพวนบ้านทุ่งโฮ้งได้ทำสืบทอดกันมานานกว่า ๑๐๐ ปีแล้ว มีขั้นตอนการจัดเตรียมวัตถุดิบ คือ ช่างย้อมผ้าจะนำลำต้นและใบของต้นห้อม นำมาผูกเป็นมัดแช่น้ำไว้ในโอ่งน้ำขนาดใหญ่ ประมาณ ๒ - ๓ วัน กระทั่งต้นและใบห้อมเน่าจนได้น้ำที่มีสีกรมท่าเข้ม แล้วจึงนำน้ำนี้มาผสมกับปูนขาว นำปูนขาวผสมกับน้ำที่แช่ได้แล้วตีให้เกิดฟองเต็มปูนขาวจนกว่าฟองที่ได้จะเป็นสีน้ำเงิน และทิ้งให้น้ำที่ได้ตกตะกอนหรืออาจจะใช้ผ้าขาวบางกรองเอาตะกอนที่ได้เก็บไว้เป็นหัวคราม จึงจะสามารถนำมาย้อมผ้าหรือที่เรียกว่าผ้าหม้อห้อมนั่นเอง

(๒) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมนั้น ในอดีตจะเป็นการออกแบบเพื่อประโยชน์ในการสวมใส่เป็นสำคัญ แต่ในปัจจุบันมีการออกแบบที่เน้นถึงความสวยงาม ทันสมัย ควบคู่ไปกับการใช้ประโยชน์ โดยเน้นให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมให้หลากหลาย นอกจากจะนำไปสวมใส่แล้ว ยังมีการนำเอาผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมไปใช้ในการประดับตกแต่ง โดยมีเทคนิคการมัดย้อมให้มีสีสันทันตึง และมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

(๓) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

ผ้าหม้อห้อมได้รับการพัฒนามาโดยลำดับตั้งการผลิตเพื่อใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มประเภทเสื้อและกางเกง จนพัฒนามาเป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น หมอน ผ้าคลุมโต๊ะ กระเป๋า และเครื่องใช้เคหะภัณฑ์สำหรับประดับตกแต่งให้มีความทันสมัย ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยมีช่างออกแบบร่วมสมัยในการนำเอาเทคนิคพิเศษมาประยุกต์ใช้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีสีสันมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการนำเอาผ้าหม้อห้อมไปประยุกต์ใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้มีความสวยงาม และมีมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น

(๔) กระบวนการนำผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมออกสู่ตลาด

การตลาดปัจจุบันได้รับการพัฒนาหลายช่องทางประกอบไปด้วยหน่วยงานของรัฐให้โอกาสมีการนำสินค้าไปแสดงในงานนิทรรศการที่รัฐจัดขึ้นทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด และส่งขายให้กับผู้สนใจในต่างจังหวัดที่ได้มีการติดต่อการโดยตรงผ่านหน้าร้านที่เปิดขายในย่านชุมชน หรือได้รับการพัฒนาให้เกิดความทันสมัยด้วยการส่งเสริมให้ขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line เป็นต้น ทำให้สะดวกต่อผู้บริโภค แล้วยังขยายตลาดการค้าให้มากยิ่งขึ้นเพิ่มโอกาสในการค้าขายผ้าหม้อห้อมได้มากยิ่งขึ้น

(๕) กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมนั้น นอกจากยังคงมีการเรียนรู้ในระบบครอบครัวแล้วนั้น ปัจจุบันได้มีศูนย์เรียนรู้ผ้าหม้อห้อมของนางประภาพรณ ศรีตรัย (ป้าเห้งยม) หัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนหม้อห้อมทุ่งเจริญย้อมสีธรรมชาติ ที่เป็นศูนย์เรียนรู้ และศูนย์สาธิตวิธีการทำผ้าหม้อห้อม ทั้งยังเปิดเวิร์คช็อปเล็ก ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากเข้าถึงการทำผ้าหม้อห้อมด้วยกรรมวิธีย้อมเย็น ไร้สารเคมี โดยป้าเห้งยม ทำหน้าที่ถ่ายทอดวิธีการย้อมผ้าหม้อห้อม สำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจได้ลองลงมือทำด้วยตัวเอง รวมถึงการเรียนรู้ในสถานศึกษา โดยได้บรรจุไว้ในหลักสูตรของโรงเรียนบ้านทุ่งไธ้ง (อภิวังวิทยาลัย) มีการเชิญวิทยากรหรือปราชญ์ท้องถิ่นให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับผ้าหม้อห้อม ให้นักเรียนได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำผ้าหม้อห้อมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ เพื่อให้เด็กและเยาวชนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้และอนุรักษ์ต่อไป

๖) กระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

การสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมนั้น ปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนเครือข่าย SME ใน ๑๘ กลุ่มจังหวัด ภายใต้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้มีโครงการพัฒนากิจกรรมเครือข่ายผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมและโครงการสนับสนุนเครือข่าย ซึ่งทางสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแพร่ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมขึ้น เป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างศักยภาพกลุ่มอุตสาหกรรม และลดการดำเนินงานซ้ำซ้อน เน้นการต่อยอดและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน มีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการแบบบูรณาการการพัฒนา รูปแบบ การออกแบบ การแก้ไขปัญหาสืตก การร่วมกันวางแผนทางการผลิตหม้อห้อมให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อไป

๒) รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

(๑) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์

กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์นั้นมีอยู่ ๒ ลักษณะ คือ แบบที่มีอยู่ในร้าน และแบบที่ถูกนำมาให้ โดยมีขั้นตอน คือ ๑) การเตรียมชิ้นส่วนงานไม้เริ่มจากการนำไม้แปรรูปที่ผ่านการอบแห้งและอาบน้ำยาถนอมเนื้อไม้แล้วนำเข้าสายการผลิตโดยการไสไม้ให้ผิวหน้าเรียบและตัดให้ได้ขนาดตามต้องการด้วยเลื่อยไฟฟ้า และทำการกลึงโดยเครื่องกลึง จากนั้นเซาะขึ้นรูปโดยเครื่องกัดเซาะร่องไม้ (Router) และขัดผิวหน้าด้วยเครื่องขัดกระดาษทราย ๒) การประกอบชิ้นส่วนงานไม้ เมื่อได้ชิ้นส่วนไม้แล้วนำมาประกอบตามต้องการจึงนำมาประกอบเป็นรูปทรงต่างๆ โดยมีเทคนิคการประกอบชิ้นส่วนที่หลากหลายตั้งแต่การใช้ตะปูหรือสกรูโลหะ และ ๓) การตกแต่งผิวและย้อมสี เริ่มจากการขัดกระดาษทรายทั้งแบบขัดด้วยมือและขัดโดยใช้เครื่องขัด และทาขาวโปวอุดรอยที่เกิดจากการประกอบไม่ได้ขนาด หรือ มีตำหนิขนาดใหญ่บนผิวหน้าชิ้นงาน จากนั้นทำการย้อมสี การขัดเคลือบเงา และการตกแต่งผิว หลังเสร็จสิ้นในแต่ละขั้นตอนอาจต้องมีการขัดกระดาษทรายซ้ำเพื่อลบเสี้ยนไม้ที่กระดก/พองตัวขึ้นหลังจากนั้นลงสีไม้ ส่วนใหญ่จะใช้วิธีพ่นในพื้นที่ควบคุมฝุ่น (บุรพ่นสี) เพื่อป้องกันฝุ่นละอองจากอากาศติดบนผิวหน้าชิ้นงาน เมื่อเสร็จแล้วผึ่งหรืออบให้แห้งเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายต่อผิวงานที่ตกแต่งเสร็จ ก่อนนำไปบรรจุหีบห่อเพื่อรอส่งมอบแก่ลูกค้าต่อไป

(๒) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์

ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักนั้น เริ่มจากการมีแรงบันดาลใจในการออกแบบ ที่มาจากประสบการณ์ตรงที่ได้สัมผัสมา และการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่ออินเทอร์เน็ตต่างๆ ซึ่งลักษณะของการออกแบบนั้นมี ๒ ลักษณะ คือ ๑) ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ไม้สักออกแบบขึ้นมาเองจากประสบการณ์และการศึกษาเพิ่มเติม ๒) ลูกค้านำเอาแบบที่ต้องการมาให้

จากนั้นจึงค่อยตรากาณก่อนที่จะเริ่มผลิต โดยมีขั้นตอนคือ ๑) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ๒) การเลือกไม้ ผลิตภัณฑ์ไม้สักแต่ละประเภทจะมีการใช้ไม้ที่แตกต่างกัน บางประเภทที่เป็นเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ จะใช้ไม้สักที่มีอายุมาก โดยเน้นความแข็งแรง คงทน สำหรับเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กสามารถใช้ไม้ที่ไม่ต้องมีอายุมากก็ได้ ๓) การผลิต เป็นขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติ หลังจากที่ได้แบบตรงตามความต้องการของลูกค้า

(๓) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล จากแต่เดิมที่เป็นธุรกิจภายในครอบครัว ได้พัฒนามาเป็นวิสาหกิจชุมชน ได้มีการพัฒนาทั้งในด้านทักษะฝีมือ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดแพร่ และเครือข่ายความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมจังหวัด วิทยาลัยชุมชนแพร่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ในการสนับสนุนวิทยากรที่จะช่วยให้ความรู้ โดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักให้มีความทันสมัย จากแต่เดิมที่เป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ ใช้สำหรับสร้างบ้านเรือนเท่านั้น แต่ภายหลังจากการได้รับการอบรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับวิทยากรรุ่นใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลมีหลากหลายมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้ในการประดับตกแต่งได้ทุกสถานที่

(๔) กระบวนการนำผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ออกสู่ตลาด

กระบวนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลออกสู่ตลาด มี ๕ ลักษณะ คือ ๑) กลุ่มลูกค้าประจำ ๒) กลุ่มที่รับไปจำหน่ายหน้าร้าน หรือ กลุ่มที่จะมารับเอาผลิตภัณฑ์ไม้สักที่สำเร็จพร้อมที่จะจัดจำหน่ายจากชุมชนดอนมูล เพื่อนำไปจำหน่ายหน้าร้านค้าของตนเอง โดยเฉพาะสองข้างทางในอำเภอสูงเม่น ๓) กลุ่มที่ผลิตและจัดจำหน่ายเองผ่านช่องทางเพจ Line และ website ๔) กลุ่มที่ผลิตแต่ยังไม่แล้วเสร็จ ยังเหลือการเก็บรายละเอียดเล็กน้อย เช่น ขัด และทาสี โดยกลุ่มนี้จะมารับเอาผลิตภัณฑ์ไม้สักโดยตรงจากโรงงาน บ้านเรือนในชุมชนสูงเม่นในราคาที่ต่ำกว่า เพื่อนำไปขัดและทาสี เพื่อจำหน่ายในราคาที่สูงขึ้น ๕) กลุ่มที่แปรรูปไม้ขายเท่านั้น แต่ไม่ได้ทำเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ โดยขายเป็นไม้แปรรูปตามขนาดต่างๆ

(๕) กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์

กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น เป็นลักษณะการเรียนรู้ ๒ ลักษณะ คือ ๑) การเรียนรู้ในอดีต เป็นการเรียนรู้ผ่านครอบครัวที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักเป็นหลัก โดยเฉพาะผู้ชาย ที่จะได้รับการเรียนรู้ผ่านการช่วยงานครอบครัวเป็นสำคัญ เน้นความสำคัญกับการลงมือปฏิบัติมากกว่าการศึกษาในภาคทฤษฎี ๒) การเรียนรู้ในปัจจุบัน เป็นการเรียนรู้ที่อาศัยปราชญ์ท้องถิ่น หรือที่เรียกว่า สล่า และผู้ที่มีความชำนาญ รวมถึงวิทยากรจากกรมพัฒนาฝีมือ

แรงงาน มาช่วยสอนในเรื่องการออกแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและตรงตามความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

(๖) กระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์

การสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น เป็นการสร้างเครือข่ายทั้งในระดับต้นน้ำ คือ การผลิต ได้แก่ เครือข่ายไม้สักแปรรูป ระดับกลางน้ำ คือ เครือข่ายในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเป็นเครือข่ายทั้งภายในชุมชนและนอกชุมชน สำหรับเครือข่ายในชุมชน ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการภายในชุมชนที่จะมีการแลกเปลี่ยนทั้งในด้านองค์ความรู้ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่วนเครือข่ายภายนอก ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐที่เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบและพัฒนาการพัฒนา ระดับปลายน้ำ คือ การจัดจำหน่าย ได้แก่ กลุ่มร้านค้าในอำเภอสูงเม่น และกลุ่มลูกค้าที่ติดตามทางช่องทางออนไลน์

๓) รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนบ้านคำงาม อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

(๑) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานพื้นฐาน มี ๔ ขั้นตอนที่สำคัญ คือ ๑) จัดหาไม้ไผ่ที่มีอายุ โดยสังเกตจากลำต้นที่จะต้องมียอดอ่อนๆ เพื่อความอดทนและแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ ๒) แปรรูปไม้ไผ่ให้เป็นเส้นขนาดความกว้าง ๐.๕ ถึง ๑ เซนติเมตร ตามแต่ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ หลังจากผ่าเสร็จก็ใช้เครื่องขูด เพื่อให้เส้นไม้ไผ่บางลง และสามารถดัดแปลงรูปทรงได้ง่าย ๓) นำเส้นไม้ไผ่ หรือ เส้นตอก มาขึ้นรูป ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการหรือที่เรียกว่า ตั้งต้น เพื่อที่จะสามารถจักสานตามแบบที่ตั้งไว้ ๔) หลังจากจักสานเสร็จก็จะมีการตัดเย็บเพื่อให้มีความประณีตมากยิ่งขึ้น โดยเครื่องจักสานบางชนิดก็จะนำไปทาสีและตกแต่งเพื่อให้เกิดความสวยงามมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ความยากง่ายก็ขึ้นขนาดและความประณีตของผลิตภัณฑ์เช่นกัน

(๒) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ในอดีตที่ผ่านมา เป็นการออกแบบเพื่อใช้งานเป็นสำคัญ ไม่มีลวดลาย และสีสัน ผลิตภัณฑ์ก็จำนวนจำกัด มีเฉพาะเครื่องจักสานในงานเกษตรกับเครื่องจักสานในครัวเรือนเท่านั้น ปัจจุบัน สินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยได้รับการถ่ายทอดจากวิทยากรในชุมชนและวิทยากรจากหน่วยงานภาครัฐในการช่วยพัฒนาการออกแบบให้หลากหลาย เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่นำไปตกแต่งในรีสอร์ทต่างๆ โคมไฟจากไม้ไผ่ พานจากไม้ไผ่ กระจก้า ฯลฯ

(๓) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานได้รับการพัฒนาจากทั้งภายในชุมชนเองและหน่วยงานราชการที่ได้เข้ามาให้ความรู้ เกี่ยวกับการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายให้แก่ชุมชน แม้ว่าในอดีตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นไว้ใช้เองในครัวเรือนแบบเรียบง่าย ๆ ไม่มีลวดลาย สีสันมากนัก ปัจจุบันได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เป็นเครื่องประดับ ตกต่างบ้านประเภทต่างๆ และมีการเพิ่มลวดลายลงไปบนเครื่องจักสาน เช่น ลายการ์ตูน ดอกไม้ สัตว์ ฯลฯ ทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

(๔) กระบวนการนำผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานออกสู่ตลาด

ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานได้มีการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้นเรียกว่า “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมจักสานจากไม้ไผ่บ้านค่างาม” โดยทางกลุ่มได้มีการจัดส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จำหน่ายทั้งในจังหวัดแพร่และต่างจังหวัด รวมถึงการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ และงานแสดงสินค้าภายในจังหวัดและต่างจังหวัด

(๕) กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม เริ่มจากปลูกฝังและถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ในระบบเครือญาติที่รวมกลุ่มกันทำภายในครอบครัว ต่อมาจึงมีการจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยมีผู้นำชุมชน หรือผู้ใหญ่บ้านเป็นประธานวิสาหกิจชุมชน และเป็นวิทยากรอบรมให้ความรู้ร่วมกับปราชญ์ชาวบ้าน และวิทยากรจากหน่วยงานภาครัฐมาอบรมให้ความรู้ในด้านการผลิต การออกแบบ และการจัดจำหน่ายสู่ตลาด

(๖) กระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

ประกอบไปด้วย ๑) เครือข่ายในการผลิต ประกอบไปด้วยชุมชนบ้านแม่จ้าว ชุมชนบ้านต้าผามอก ชุมชนอำเภอลอง ชุมชนบ้านหนองห้า เป็นเครือข่ายในการจัดหาวัตถุดิบ คือ ไม้ไผ่ ที่นำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานประเภทต่างๆ ๒) เครือข่ายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐที่ได้เข้ามาให้ความรู้ โดยเฉพาะทักษะ กระบวนการ ลวดลาย การออกแบบ จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานแพร่ พัฒนาชุมชนแพร่ และ ๓) เครือข่ายการจัดจำหน่ายใน เป็นเครือข่ายที่มีอยู่ภายในจังหวัดและต่างจังหวัด ในการสั่งซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์จักสาน โดยจะเป็นในรูปแบบของการมารับผลิตภัณฑ์ถึงที่อาทิตย์ละครั้ง

๔) รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบ้านบวโกโป่ง อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่ พื้นที่พัฒนา

๑) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก

การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้น เริ่มมีมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ ที่นิยมนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัยอาศัยความเคยชิน และประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษเป็นสำคัญ โดยมีกระบวนการสร้างสรรค์ คือ ๑) การคัดเลือกไม้สำหรับนำมาผลิต ซึ่งจะต้องเป็นไม้สักที่มีอายุมากถึงจะทนทาน ๒) การแปรรูปไม้ ให้ได้ตามขนาดที่ต้องการ ๓) การนำไม้มาประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ และ ๔) การขัดไม้และการทาสี ให้มีความสวยงามตามความต้องการของลูกค้า

๒) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สัก

กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้น มี ๒ ลักษณะคือ

๑) แบบที่เป็นมาตรฐาน ของผลิตภัณฑ์ประเภทตู้ เตียง หน้าต่าง เช่น แบบปีกนกหัวเต้า ปีกนกสลับลายแปดเต้า เป็นต้น เป็นแบบที่ทำเป็นประจำ เมื่อลูกค้าต้องการก็สามารถผลิตให้ได้ทันที ๒) แบบที่ลูกค้านำมาให้ โดยไม่ว่าจะแบบไหน กลุ่มผู้ประกอบการก็สามารถที่ผลิตขึ้นได้ และในบางครั้งลูกค้าก็จะนำรูปแบบที่ต้องการให้ให้ดูเป็นแบบอย่างก่อน โดยมีหลักหลักการออกแบบที่สำคัญ ๕ ประการ คือ (๑) ตรงตามความต้องการของลูกค้า (๒) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (๓) วัสดุที่ใช้ หรือ ไม้สักที่ใช้จะต้องเป็นไม้สักที่มีคุณภาพมาตรฐาน (๔) เครื่องมือที่ใช้ต้องมีมาตรฐานเพื่อจะสามารถประหยัดเวลาและต้นทุนในการผลิต และ (๕) ผลิตภัณฑ์ต้องใช้ได้ทุกสถานที่

๓) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สัก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้น มีลักษณะของการพัฒนาที่อาศัยคนในครอบครัว ชุมชน เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่มีการจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานภายนอกที่เข้ามามีส่วนร่วม ดังนั้น กระบวนการพัฒนาจึงมีเพียงเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชนเท่านั้น

๔) กระบวนการนำผลิตภัณฑ์ไม้สักออกสู่ตลาด

กระบวนการนำผลิตภัณฑ์ไม้สักออกสู่ตลาดของชุมชนบวโกโป่งนั้นมีทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัด โดยภายในจังหวัดนั้นมักจะมีการเข้ามาติดต่อสินค้าในพื้นที่โดยตรงกับผู้ประกอบการแต่ละครอบครัว มีทั้งผลิตภัณฑ์แบบเก่าและใหม่ ส่วนการจัดจำหน่ายในพื้นที่ต่างจังหวัดและตามออร์เดอร์ที่ติดต่อทางสื่อออนไลน์นั้น จะมีการจัดส่งผ่านรถขนส่งสินค้าในพื้นที่ปลายทางได้อย่างสะดวกนั่นเอง

๕) กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สัก

กระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่งนั้น มีลักษณะการเรียนรู้จากบรรพบุรุษผ่านระบบครอบครัว เครือญาติ อาศัยประสบการณ์และความชำนาญ ความคุ้นเคยกับไม้สักที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก ไม่มีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และยังไม่มี การนำเอาองค์ความรู้เรื่องไม้สักไปจัดเป็นหลักสูตรการเรียนรู้ในสถานศึกษาของชุมชน รวมถึงการจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เน้นการเรียนรู้ผ่านครอบครัวและกลุ่มผู้ประกอบการภายในชุมชนด้วยกัน

๖) กระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ไม้สัก

กระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง มี ๓ ลักษณะ คือ ๑) เครือข่ายในการผลิต เป็นเครือข่ายภายในชุมชนบวโกโป่งและชุมชนใกล้เคียงในการจัดหาวัตถุดิบหรือไม้สักแปรรูป เพื่อนำมาจัดทำเฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ ๒) เครือข่ายการจัดจำหน่าย มีทั้งภายในและนอกจังหวัด โดยภายในจังหวัดจะมีการเข้ามารับซื้อผลิตภัณฑ์ถึงที่ มีทั้งผลิตภัณฑ์ที่พร้อมจัดจำหน่ายได้เลย และผลิตภัณฑ์ที่ยังเป็นงานดิบ ส่วนเครือข่ายในต่างจังหวัดจะเป็นกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีการสั่งสินค้าเป็นประจำ และกลุ่มลูกค้าที่ทราบข่าวจากสื่อออนไลน์

๕.๑.๓ ผลการศึกษาการนำเสนอองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ทั้ง ๔ พื้นที่ สรุปได้ดังนี้

๑) องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม

องค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม เป็นองค์ความรู้ที่มีมาพร้อมกับการตั้งถิ่นฐานของชุมชนบ้านทุ่งไธ้ง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ผ้าหม้อห้อมในจังหวัดแพร่ได้รับการสืบทอดกันมานานกว่า ๑๐๐ ปี จากหลักฐานชาวลาวพวนที่อพยพมาจากประเทศลาว และนำมาผลิตครั้งแรกที่บ้านทุ่งไธ้ง เมื่อประมาณ พ.ศ.๒๓๔๐ - ๒๓๕๐ หม้อห้อมเป็นภาษาพื้นเมืองมาจากคำ ๒ คำ คือ “หม้อ” และ “ห้อม” สำหรับกระบวนการผลิตและออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม ในอดีตมุ่งเน้นผลิตเพื่อใช้นุ่งห่มเท่านั้น เน้นความคงทนต่อการใช้หรือบริโภคในครัวเรือนหรือในชุมชนเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันได้มีการออกแบบเพิ่มเติมลวดลาย สี สัน และผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ผ้าปูเตียง ปลอกหมอน หมอน ข้าง หมอนอิง ผ้าปูโต๊ะ กล่องทิชชู พวงกุญแจ กระเป๋า ยาม หมวก เครื่องประดับ ฯลฯ อีกทั้งยังมีการนำเอาเทคนิคการมัดย้อมมาเพิ่มลวดลายให้เกิดความสวยงามบนเนื้อผ้าที่มีแต่สีพื้น ๆ ที่เกิดจากหม้อม

หรือคราม เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าผลิตภัณฑ์ ตรงตามความต้องการของลูกค้า และดึงดูดความสนใจผู้ที่พบเห็นให้เกิดความต้องการซื้อสินค้านั้นมากยิ่งขึ้น

๒) องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล

องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูลนั้น เป็นองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการต้องการปัจจัย ๔ ในการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะด้านที่อยู่อาศัย ที่มีการจัดหาวัตถุดิบจากธรรมชาติ หรือไม้สักมาสร้างที่พักอาศัย ซึ่งเป็นวัสดุที่หาง่ายในพื้นที่ อีกทั้งวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ก็มีความคุ้นเคยกับป่าและธรรมชาติ เริ่มตั้งแต่การตัดไม้ การผ่าไม้ การรีดไม้ การประกอบไม้ ฯลฯ ทุกขั้นตอนเกิดจากการลงมือปฏิบัติ และอาศัยประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากครอบครัว โดยมีพัฒนาการของการใช้ไม้สักตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยแบ่งเป็น ๓ ช่วงที่สำคัญ คือ (๑) ช่วงนำไม้สักมาสร้างที่อยู่อาศัย เป็นช่วงแรกที่นิยมนำไม้สักมาสร้างบ้านที่อยู่อาศัย โดยจัดหาไม้สักในพื้นที่ สามารถที่จะตัดได้ตามความต้องการ แต่ยังไม่มีการนำเอาไม้สักมาจัดจำหน่าย (๒) ช่วงนำไม้สักมาแปรรูปจำหน่าย เช่น โครงหน้าต่าง บานประตู ฯลฯ เป็นช่วงที่เริ่มมีการแปรรูปไม้สักเพื่อจัดจำหน่าย แต่ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ (๓) ช่วงพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ ถือเป็นช่วงที่ได้รับการพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล จากแต่เดิมที่เป็นธุรกิจภายในครอบครัว จนพัฒนามาเป็นวิสาหกิจชุมชน ได้มีการพัฒนาทั้งในด้านทักษะฝีมือ เครือข่าย ช่องทางในการจัดจำหน่ายมาโดยลำดับ โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมจังหวัด วิทยาลัยชุมชนแพร่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ในการสนับสนุนวิทยากรที่จะช่วยให้ความรู้ โดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้สักให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักในชุมชนดอนมูลนั้น สามารถจัดกลุ่มใหญ่ๆ ได้ ๓ กลุ่ม คือ ๑) เฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ ออกแบบเพื่อติดตั้งสำหรับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเป็นการเฉพาะ ยากที่จะเคลื่อนย้ายและติดตั้งใหม่ ซึ่งมีความแข็งแรงสูงมาก มีรูปแบบเฉพาะตัว หรุหร่า เป็นเอกลักษณ์ และช่วยป้องกันการสะสมตัวของฝุ่นได้เป็นอย่างดี แต่แทบจะไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีกเลยหากมีการย้ายที่อยู่ และมีราคาแพง ๒) เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว ออกแบบมาให้สามารถเคลื่อนย้ายได้โดยจะผลิตสำเร็จที่โรงงานเฟอร์นิเจอร์แล้วนำมาวางในหน่วยงาน ลูกค้าสามารถเลือกรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยได้จากตัวอย่างที่มีอยู่จริงในร้านค้าได้ มีราคาถูกกว่าเฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ แต่จะพบปัญหาเรื่องการสะสมตัวของฝุ่น ๓) เฟอร์นิเจอร์ที่สามารถถอดประกอบได้ เป็นการรวมเอาข้อดีของเฟอร์นิเจอร์ทั้งสองระบบแรกเข้าด้วยกัน โดยมีลักษณะเหมือนกับเฟอร์นิเจอร์ติดตั้งกับที่ ในขณะที่มีการผลิตที่เกือบจะสำเร็จรูปจากโรงงาน เพียงแต่นำมาติดตั้งประกอบด้วยช่างผู้ชำนาญงาน และใช้เวลาไม่นานนัก ทำให้ลดปัญหาเรื่องฝุ่นไม้ และกลิ่นสีในหน่วยงานได้เป็นอย่างดี มีราคาถูก แต่อายุการใช้งานต่ำ

๓) องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนบ้านค่างาม อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

องค์ความรู้ด้านการผลิตเครื่องจักสานของชุมชนบ้านค่างามนั้น เป็นองค์ความรู้ที่อยู่ในวิถีชีวิตของชุมชนค่างามตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ โดยในอดีตเป็นการผลิตเพื่อใช้ในงานเกษตรกรรมเป็นสำคัญ โดยยังมีได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของชุมชนนั้น โดยส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้โดยง่าย ไม่มีความซับซ้อน เน้นการใช้งานมากกว่าการจัดจำหน่าย เช่น กระบุง หวดข้าว เหียงข้าว หมวก เป็นการผลิตที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานนั้น มีขั้นตอนและกระบวนการดังต่อไปนี้ คือ ๑) จัดหาไม้ไผ่ที่มีอายุ โดยสังเกตจากลำต้นที่จะต้องมียอดอ่อนๆ เพื่อความอดทนและแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ ๒) แปรรูปไม้ไผ่ให้เป็นเส้นขนาดความกว้าง ๐.๕ ถึง ๑ เซนติเมตร ตามแต่ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ หลังจากผ่าเสร็จก็ใช้เครื่องขูด เพื่อให้เส้นไม้ไผ่บางลง และสามารถดัดแปลงรูปทรงได้ง่าย ๓) นำเส้นไม้ไผ่ หรือ เส้นตอก มาขึ้นรูป ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการหรือที่เรียกว่า ตั้งต้น เพื่อที่จะสามารถจักสานตามแบบที่ตั้งไว้ ๔) หลังจากที่จักสานเสร็จก็จะมีการตัดเย็บเพื่อให้มีความประณีตมากยิ่งขึ้น โดยเครื่องจักสานบางชนิดก็จะนำไปทาสีและตกแต่งเพื่อให้เกิดความสวยงามมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ปัจจุบันได้มีการพัฒนามาโดยลำดับ เน้นการผลิตเพื่อจัดจำหน่ายมากกว่าการใช้งาน โดยมีกระบวนการออกแบบและพัฒนาให้มีความหลากหลาย สวยงาม เน้นการนำไปใช้ประโยชน์ที่หลากหลาย ไม่ได้จำกัดเพียงแค่ว่าใช้ในชุมชนเท่านั้น มีการจัดทำเครื่องจักสานที่ใช้สำหรับประดับตกแต่ง เน้นสีสรรคัลดลายให้ดึงดูดผู้ที่สนใจมากยิ่งขึ้น โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนวิทยากรในการพัฒนาการออกแบบและช่องทางในการจัดจำหน่ายมากยิ่งขึ้น

๔) องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกโป่ง อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบ้านบวโกโป่ง ตำบลน้ำชำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ นั้น ไม้สักนั้น ถือว่าเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านมาตั้งแต่สมัยอดีต โดยสาเหตุสำคัญที่ทำให้ชุมชนบวโกโป่งประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สัก เริ่มจากการนำไม้สักมาเป็นวัตถุดิบในการสร้างบ้านเรือน ในสมัยอดีต จนพัฒนามาเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ประเภทต่างๆ ในปัจจุบันนั้น จุดเริ่มต้นมาจากการที่ชุมชนบวโกโป่งประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักนั้น มาจากการนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย เนื่องจากไม้สักเป็นวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในพื้นที่ ที่จำนวนมาก ชาวบ้านส่วนใหญ่ก็ไม่ได้เรียนหนังสือในระดับที่สูง การประกอบอาชีพเกี่ยวกับไม้สักจึงเป็นอาชีพที่สามารถทำได้ในท้องถิ่น ทำให้ชาวบ้านในสมัยก่อนนิยมนำเอาไม้สักมาสร้างบ้านเรือนที่อยู่อาศัย ต่อมาได้มีการพัฒนานำไม้สักแปรรูปมาจัด

จำหน่าย เริ่มจากการผลิตส่วนประกอบต่างๆสำหรับสร้างบ้านเรือน จนพัฒนามาเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักประเภทต่างๆ โดยอาศัยความร่วมมือจากคนในพื้นที่ ที่ต้องการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักให้คงอยู่กับพื้นที่ โดยช่างในชุมชนและนักออกแบบร่วมสมัย ที่ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจากอดีต ที่แต่เดิมนั้นจะเน้นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ แต่ปัจจุบันผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายทั้งเฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ และเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็กสำหรับประดับตกแต่งทั่วไป และมีองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ คือ ๑) ความต้องการของลูกค้า ๒) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ๓) วัสดุที่ใช้ หรือ ไม้สักที่ใช้จะต้องเป็นไม้สักที่มีคุณภาพมาตรฐาน ๔) เครื่องมือที่ใช้ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยอำนวยความสะดวก รวดเร็ว สำหรับผู้ประกอบการ โดยเครื่องมือที่มีมาตรฐานนั้นจะสามารถประหยัดเวลาและต้นทุนในการผลิต ๕) ผลิตภัณฑ์ต้องใช้ได้ทุกสถานที่ ไม่จำกัดเฉพาะใช้ในครัวเรือนเท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปประดับตกแต่งร้านค้า ที่ทำงาน รวมถึงการนำไปโชว์ในสถานที่ต่างๆได้ ดังนั้น องค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกป่งนั้น ถือเป็นองค์ความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคล คือ อาศัยสละ หรือช่างในสมัยก่อนในการถ่ายทอดผ่านครอบครัว และชุมชน เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แม้ว่าจะไม่มีการจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานภายนอกที่เข้ามามีส่วนร่วม แต่ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโกป่งก็ถือว่าได้รับความนิยมและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้เป็นอย่างดี ทั้งผลิตภัณฑ์ไม้สักดั้งเดิมสำหรับการสร้างที่พักอาศัยที่มีขนาดใหญ่ และผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ที่มีความหลากหลาย ขนาดเล็ก สำหรับประดับตกแต่ง ทำให้ปัจจุบันชุมชนบวโกป่งถือเป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้าทั้งในพื้นที่และต่างพื้นที่อีกด้วย

๕.๒ อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่” อภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

การจัดการองค์ความรู้ นั้น ถือเป็นกระบวนการหนึ่งของการพัฒนาคนและงานให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในแต่ละส่วนที่กระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรหรือชุมชนสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้ชุมชนมีความสามารถในการพัฒนาฝีมือในด้านการผลิต การออกแบบและการจัดจำหน่าย เพื่อเป็นเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ ไสหวาน และ

คณะ^{๑๕๑}ว่า การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับวิสาหกิจชุมชน ได้องค์ความรู้ ๒ องค์ความรู้ คือ องค์ความรู้การสร้างคุณค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย ความต้องการของลูกค้า การสร้างลักษณะสินค้า ข้อได้เปรียบหรือข้อแตกต่างประโยชน์ที่ได้รับ ความประทับใจความรู้สึกรักคุณค่า และการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนอีกวิธีการหนึ่ง และองค์ความรู้เกี่ยวกับการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับวิสาหกิจชุมชน มีการจัดเก็บในรูปแบบของเอกสารและหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) โดยผ่านการตรวจสอบองค์ความรู้การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับวิสาหกิจชุมชนโดยผู้เชี่ยวชาญ สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการองค์ความรู้ที่ถือเป็นกระบวนการหนึ่งที่จะช่วยยกระดับของสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น โดยมีบุคลากรในพื้นที่ร่วมกับนักออกแบบสินค้าผลิตภัณฑ์ช่วยกันออกแบบและพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตรงตามความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ รวิธ รัตนไพศาลกิจ และคณะ^{๑๕๒} ว่า ปัจจัยสำคัญในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น นักออกแบบจะต้องมีความเข้าใจต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์นั้นอย่างถ่องแท้ ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ใช้สอย การปฏิบัติการออกแบบ และที่สำคัญที่สุดคือความเป็นอัตลักษณ์และคุณค่าของท้องถิ่น หมายความว่า นอกเหนือจากความสามารถในการออกแบบบนฐานความเข้าใจอย่างลึกซึ้งต่อผู้บริโภคแล้ว นักออกแบบต้องมีทักษะในการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าใหม่และยังเป็นการเชิดชูคุณค่าเดิมไปอย่างพร้อมกัน ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ก็ต้องมีจรรยาบรรณในอาชีพของตนเอง หรือที่เรียกว่า จะต้องมีความรับผิดชอบในอาชีพของตนเองด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของพระราชสิทธิเวที และคณะ^{๑๕๓} ว่า หลักธรรมในพุทธศาสนาที่ช่วยพัฒนาวิสาหกิจชุมชนประกอบไปด้วย หลักธรรมที่เกื้อหนุนสัมมาอาชีวะประกอบด้วย ๑) อริยมรรคมีองค์ ๘ ทิฏฐธัมมิกัต

^{๑๕๑} เบญจวรรณ ไสหวาน และคณะ,การจัดการความรู้เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับวิสาหกิจชุมชน, วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๖๒, หน้า ๑๓๗-๑๔๗.

^{๑๕๒} รวิธ รัตนไพศาลกิจ, แนวทางการจัดการเรียนรู้ตามกระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๔, หน้า ๑๑๙-๑๓๖.

^{๑๕๓} พระราชสิทธิเวที และคณะ,การส่งเสริมกระบวนการแห่งสัมมาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพิจิตร, วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์ ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ ประจำเดือนมกราคม – มีนาคม ๒๕๖๒, ๑๐๑-๑๑๓.

ละประโยชน์ และกิจกรรมที่ส่งเสริมสัมมาอาชีวะประกอบด้วยสังคหวัตถุ ๔ ขรวาธรรม ๔ โภควิภาค ๔

สำหรับรูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพจังหวัดแพร่ พบว่า รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนนั้น จะมีลักษณะที่เหมือนกัน คือ การได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ โดยคำนึงถึงคุณค่ามากกว่าราคาในยุคเริ่มต้น จนได้รับการพัฒนาลองผิดถูก และอาศัยประสบการณ์ความชำนาญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการพัฒนาปรับปรุงไปพร้อมๆ กับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทาริกา สระทองคำ^{๑๕๔} ว่ารูปแบบและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควรเริ่มต้นจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน/กลุ่มสมาชิก ร่วมกันศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ และรวบรวมความคิด มีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคเพื่อสังเคราะห์แนวคิดใหม่ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพ การดำเนินงานของกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการแสดงความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้น รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรที่จะเริ่มต้นจากประชาชนในชุมชนในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีอัตลักษณ์ของท้องถิ่นปรากฏอยู่ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ และคณะ^{๑๕๕} การหาแนวทางพัฒนารูปแบบการถ่ายทอดความรู้และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มั่นคงและยั่งยืนนั้นควรมีการถ่ายทอดใช้หลัก ๓ ประการ คือ การใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community based model) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) และการจัดการความรู้ (Knowledge management)

^{๑๕๔} ทาริกา สระทองคำ, รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในยุคอนาคต, วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๕), หน้า ๒๓๙-๒๕๐.

^{๑๕๕} พอเจตน์ ธรรมศิริขวัญ และคณะ, รูปแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตาลโตนดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา, วารสารการศึกษาและพัฒนาสังคม ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๑ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๒), หน้า ๒๗-๓๗.

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

๑) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมการจัดแสดงสินค้าของแต่ละชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และช่องทางในการจัดจำหน่ายของแต่ละผลิตภัณฑ์ รวมถึงการให้ความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมให้ ผู้ประกอบการ ประชาชนในชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชน ตามวิถีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่จะช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าผลิตภัณฑ์ไปพร้อมกับวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน

๒) หน่วยงานภาครัฐควรมีการสนับสนุนวิทยากรในการให้ความรู้เกี่ยวกับการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาบูรณาการในการผลิต ออกแบบ พัฒนา และจัดจำหน่าย เพื่อให้ผู้ประกอบการ ได้มีช่องทางในการผลิต ออกแบบ และจัดจำหน่ายมากยิ่งขึ้น

๓) แต่ละชุมชนควรที่จะตระหนักถึงอัตลักษณ์ของชุมชน และสามารถที่จะบอกเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ผ่านผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตระหนักในคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น และแนวทางการอนุรักษ์สืบทอดต่อไปในอนาคต

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

๑) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นประเภทอื่นๆของแต่ละชุมชนที่ยังคงมีการสืบทอดอยู่ในปัจจุบัน

๒) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ตลาดในยุคปัจจุบัน

๓) ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของแต่ละพื้นที่ ที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในแต่ละช่วงวัย

บรรณานุกรม

- กองการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมองค์การบริหารส่วนตำบลราชสถิต. **ภูมิปัญญาท้องถิ่น**. ๒๕๕๘.
- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. **รายงานประจำปี ๒๕๖๑**. กรุงเทพฯ : กรมการพัฒนาชุมชน, ๒๕๖๑.
- กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. **แนวทางการสร้างสัมมาชีพชุมชน**. กรุงเทพฯ : บริษัท บีทีเอส เพอร์สจังก์ด. ๒๕๖๑.
- กิริติ ยศยิ่งยง. **การจัดการความรู้ในองค์การและกรณีศึกษา**. กรุงเทพฯ ฯ: ธรรมมลการพิมพ์, ๒๕๕๐.
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. **“การจัดการความรู้พื้นฐานและการประยุกต์ใช้”**. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท, ๒๕๕๗.
- จักรพันธ์ โสมะเกษตริน. **การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นศรีสะเกษ เพื่อการแข่งขันอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. ๒๕๕๑.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. **องค์การแห่งความรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : แซทไฟร์พริ้นติ้ง. ๒๕๔๔.
- ประเวศ วะสี. **แนวทางใหม่ในการพัฒนาประเทศ สร้างสัมมาชีพเต็มพื้นที่ การมีสัมมาชีพเต็มพื้นที่คือรากฐานของความร่มเย็นเป็นสุข**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุน ๒๕๕๒.
- สำนักงานจังหวัดแพร่ กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. **แผนพัฒนาจังหวัดแพร่ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๔)**. ๒๕๖๑.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน และนางเยาว์ เปรมกลเนตร. **นวัตกรรมห้องสมุดและการจัดการความรู้**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ๒๕๕๑.
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. **การจัดการความรู้พื้นฐานและการประยุกต์ใช้**. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท, ๒๕๕๗.
- วิจารณ์ พานิช. **การจัดการความรู้ในยุคสังคมและเศรษฐกิจบนฐานความรู้**. กรุงเทพฯ : สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม. ๒๕๔๖.
- บุญดี บุญญากิจ. **การจัดการความรู้ ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : จิรวัดน์ เอ็กเพรส, ๒๕๕๙.
- ศิรินทิพย์ อิตติพงศ์วัฒน์. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบุรี เขต ๒. หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต**. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. ๒๕๕๔.
- พุทธทาสภิกขุ ปัญญานันทภิกขุ. **มรรคมงคล ๘ คุณธรรมของชีวิตที่ดีงาม**. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสภา. ๒๕๑๗.

พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช). **พจนานุกรมเพื่อการศึกษาพุทธศาสน์ “คำวัด”**. พิมพ์ครั้งที่ ๓.

กรุงเทพมหานคร: ธรรมสภาและสถาบันบันลือธรรม. ๒๕๕๑.

พระศรีคัมภีรญาณ และคณะ. **พจนานุกรมพระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาร.**

รายงานการวิจัย. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
๒๕๕๗.

พรณี สวนเพลง. **เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้**. กรุงเทพฯ :ซีเอ็ด
ยูเคชั่น. ๒๕๕๒.

พรพิมล หารษาภิรมย์โชค. **การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้สำหรับหน่วยงานภาครัฐ, ครุศาสตร์**

ดุษฎีบัณฑิต. สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา. ภาควิชาหลักสูตร. การสอนและ
เทคโนโลยีการศึกษา. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ๒๕๕๐.

ชาญชัย อาจินสมาจาร. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน. ๒๕๕๑.

สุปัญญา ไชยชาญ. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ ๒.กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลิฟวิ่ง.๒๕๔๓.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. **หลักการตลาด Principle of Marketing**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ๒๕๕๕.

นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. **การจัดการส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

๒๕๕๓.

วศิน อินทสระ. **หลักธรรมอันเป็นหัวใจของพระพุทธศาสนา**. พิมพ์ครั้งที่ ๒.กรุงเทพมหานคร:

ธรรมดา. ๒๕๕๔.

ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล. **ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีการจัดการความรู้**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด

ยูเคชั่น. ๒๕๕๔.

สถาบันการพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน. **คู่มือวิทยากรผู้นำสัมมนาชีพ**. กรุงเทพฯ: สถาบันการ

พัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน. ๒๕๕๐.

สุดาดวง เรืองรุจิระ. **นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา**. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์อัจฉรา. ๒๕๔๘.

สมิทธิพล เนตรนิมิต. **มิตสังคมในพระสูตรตันตปิฎก**. กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

๒๕๕๓.

สถาบันการพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน. **คู่มือวิทยากรผู้นำสัมมนาชีพ**. กรุงเทพมหานคร:

๒๕๕๐.

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. **สถาปณิรูปแห่งชาติ วาระปฏิรูปที่ ๒๘ : การปฏิรูประบบ**

เพื่อสร้างเสริมชุมชนเข้มแข็ง: แผนปฏิรูปสัมมนาชีพชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักงาน

เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

สำนักงานพัฒนาระบบราชการและสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. **การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การ**

ปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. ๒๕๔๔.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. **คู่มือการจัดการความรู้ในองค์กรการศึกษา.** กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา ๒๕๕๓.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการและสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. **คู่มือจัดทำแผนการจัดการความรู้.** กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. ๒๕๔๔.

อมรทิพย์ เจริญผล. **การจัดการความรู้จากแหล่งเรียนรู้ของสถานศึกษา.** มหาวิทยาลัยศิลปากร : ม.ป.ท. ๒๕๕๐.

บดินทร์ วิจารณ์. **การจัดการความรู้สู่องค์กรยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: ซัม ซีสเท็ม, ๒๕๔๗.

ข. งานวิจัย/วารสารวิชาการ

กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สถาบันการพัฒนาชุมชน. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จการขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน. **รายงานการวิจัย.** กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๒.

บรรจง โสดาดี และคณะ. สัมมาชีพ : แนวคิดและกระบวนการเสริมสร้างความสุจริตและความรับผิดชอบในการประกอบอาชีพของประชาชนในจังหวัดสุรินทร์. **รายงานการวิจัย.** สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๒๕๖๐.

มณฑิตา พราหมณ์โชติ. ศึกษาและพัฒนาเฟอร์นิเจอร์กลุ่มผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้สักทอง ตำบลห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี. **ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต.** สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. ๒๕๖๐.

รวีธ รัตนไพศาลกิจ. “แนวทางการจัดการเรียนรู้ตามกระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น”. **วารสารศิลปกรรมศาสตร์.** มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ ๒๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๔). หน้า ๑๑๙-๑๓๖.

ณิชาณัช เกศมุกดา. “การประยุกต์ใช้การจัดการความรู้และข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อเพิ่มการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ใหม่”. **วารสารวิศวกรรมสารฉบับวิจัยและพัฒนา.** ปีที่ ๓๒ ฉบับที่ ๔ (ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๖๔). หน้า ๕๓-๖๗.

ทัศนพร ประภัสสร. การจัดการความรู้ออกแบบผลิตภัณฑ์และศักยภาพธุรกิจชุมชนตำบลวงเหลือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารการวิจัยราชภัฏเชียงใหม่.** ประจำปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-กันยายน ๒๕๖๓). หน้า ๗-๒๕.

เบญจวรรณ ไสหวาน และคณะ. “การจัดการความรู้เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน
สำหรับวิสาหกิจชุมชน”. **วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครศรีธรรมราช**. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๒). หน้า ๑๓๗-๑๔๗.

สุนิศรา คือใคร. “การจัดการธุรกิจไม่ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
แปรรูปผลิตภัณฑ์ไม้สักน้ำชำ อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่”. **ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต.
สาขาวิชาอาชีวศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. ๒๕๕๙. หน้า ๖.

ศุภมาส เหล็นเรืองและคณะ . “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนสัมมาชีพชุมชน
กรณีศึกษา อำเภอนาดูน จังหวัดมหาสารคาม”. **รายงานการศึกษาเอกสารวิชาการ.
สถาบันดำรงราชานุภาพ กระทรวงมหาดไทย**, ๒๕๖๐. หน้า ๔-๕.

พระราชสิทธิเวที และคณะ. “การส่งเสริมกระบวนการแห่งสัมมาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด
พิจิตร”. **วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ**. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ ประจำเดือนมกราคม
- มีนาคม ๒๕๖๒. หน้า ๑๐๐-๑๑๓.

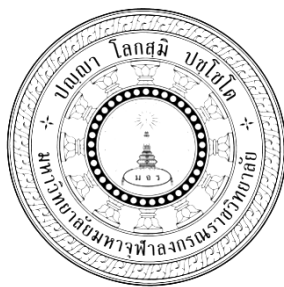
สุทัศน์ ประทุมแก้วและคณะ. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และส่งเสริมสัมมาชีพชุมชนหมู่บ้านรักษาศีล ๕ ใน
จังหวัดศรีสะเกษ. **รายงานการวิจัย**. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัย
สงฆ์ศรีสะเกษ, ๒๕๖๒, หน้า ๔.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย





แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง “การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ
ในจังหวัดแพร่”

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ชื่อนามสกุลอายุ.....ปี
ที่อยู่ ตำบล
อำเภอ.....จังหวัด
วุฒิการศึกษา.....ตำแหน่ง
สถานที่ทำงาน.....โทรศัพท์/มือถือ.....
อีเมล.....

ตอนที่ ๒ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกการจัดการองค์ความรู้กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่องจักสาน/ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๑. การจัดการองค์ความรู้

๑.๑ ท่านมีวิธีการกำหนดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่องจักสานใน
ชุมชนของท่านอย่างไรบ้าง

๑.๒ ท่านมีวิธีการสร้างและแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่อง
จักสานในชุมชนของท่านอย่างไรบ้าง

๑.๓ ท่านมีวิธีการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่องจักสานใน
ชุมชนของท่านอย่างไรบ้าง

๑.๔ ท่านมีวิธีการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่องจักสานในชุมชนของท่านอย่างไรบ้าง

๑.๕ ท่านมีวิธีการนำความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่องจักสานในชุมชนของท่านไปใช้ประโยชน์อย่างไรบ้าง

๒. รูปแบบและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

๒.๑ ท่านมีกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่องจักสาน อย่างไรบ้าง

๒.๒ ท่านมีกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่องจักสานอย่างไรบ้าง

๒.๓ ท่านมีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่องจักสาน อย่างไรบ้าง

๒.๔ ท่านมีกระบวนการนำผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่องจักสานออกสู่ตลาดอย่างไรบ้าง

๒.๕ ท่านมีกระบวนการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่องจักสานอย่างไรบ้าง

๒.๖ ท่านมีกระบวนการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม/ไม้สัก/เครื่องจักสานอย่างไรบ้าง

ขอขอบคุณ/อนุโมทนาในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการ

คณะผู้วิจัย



ภาคผนวก ข.

ภาพการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมของชุมชนทุ่งไธ้ง อำเภอมืองแพร์ จังหวัดแพร่



ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่



ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่



ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวโป่ง อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่





ภาคผนวก ค.

หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์



หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๕

เรื่อง การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

เรียน พระสงฆ์วิภวัญญ์ วัชรวิภวัญญ์, อ.ร.

ข้าพเจ้า พระสงฆ์วิภวัญญ์ วัชรวิภวัญญ์, อ.ร.

ตำแหน่ง ผู้ช่วยอธิการบดี

ชื่อหน่วยงาน/องค์กร/ชุมชน

ที่อยู่ ๑๑/๒ หมู่ ๘ ต.อัมพวัน อ.อัมพวัน จ.ปทุมธานี

โทรศัพท์

โทรสาร

ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่อง

การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการระหว่างพระพุทธศาสนาและวิทยาศาสตร์ ในระดับมัธยมศึกษา

ซึ่งเป็นผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของ พระสงฆ์วิภวัญญ์ วัชรวิภวัญญ์, อ.ร.

ได้นำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- ☐ การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
- ☐ การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
- ☐ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
- ☐ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
- ☒ การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาได้นำไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่ กันยายน ๒๕๖๕ จนถึง ธันวาคม ๒๕๖๕ ซึ่งการนำ

ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

เกิดกระบวนการเรียนการสอนแบบบูรณาการระหว่างพระพุทธศาสนาและวิทยาศาสตร์ ในระดับมัธยมศึกษา ซึ่งเป็นการบูรณาการที่ถูกต้องเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในวงกว้างได้ต่อไป

ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ

(พระสงฆ์วิภวัญญ์ วัชรวิภวัญญ์, อ.ร.)

ตำแหน่ง

ผู้ช่วยอธิการบดี

หมายเหตุ: ท่านสามารถประทับตราของหน่วยงานในเอกสารนี้ได้ (ถ้ามี)

วันที่ 20 กันยายน 2565

เรียน พระมหาธีรราชเจ้า ข้าพระพุทธเจ้า, ๑๕.

ข้าพเจ้า นพอ. อภิรักษ์ สุขุม

ตำแหน่ง..... ช่างเชื่อม

ที่อยู่ 99/2 หมู่ 8 ต.หนองหิน อ.สหัสขันธ์ จ.กาฬสินธุ์

โทรศัพท์.....โทรสาร.....

การวัดการดูดซับของแสง $\lambda = 750 \text{ nm}$ การคำนวณหาความเข้มข้นของสารละลาย
 ที่ดูดซับแสง $\lambda = 750 \text{ nm}$

ซึ่งเป็นผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของ.....พระเมธาภิกขุ ๒๕ ๒๕/๖๓๖

โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- ☐ การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
- ☐ การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
- ☐ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
- ☐ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
- ☒ การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่ใช้ประโยชน์ ตั้งแต่ กุมภาพันธ์ 2565 จนถึง ธันวาคม 2566 ซึ่งการนำ

ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

[illegible]

ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

สิ่งชื่อ

(~~ଅନୁପ୍ରାସ~~ ଅନୁପ୍ରାସ)

ตำแหน่ง

หมายเหตุ: ท่านสามารถประทับตราของหน่วยงานในเอกสารนี้ได้ (ถ้ามี)



หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วันที่ ๒๕ กันยายน ๒๕๖๕

เรื่อง การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

เรียน พระมหาสิทธิชัย รัตติกุล,ดร.

ข้าพเจ้า ๑๓๖ มจร.๗ จินดาวัจ... ตำแหน่ง กำนันตำบลเจ้าชัย

ชื่อหน่วยงาน/องค์กร/ชุมชน.....

ที่อยู่ ๔๗ หมู่ ๑๐ ตำบลน้ำจืด อำเภอเมืองฯ จังหวัดอุตรดิตถ์

โทรศัพท์..... โทรสาร.....

ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่อง
การถอดบทเรียนวัดสามัคคีธรรม ของพระครูศรีวิมลคุณธาร วัดสามัคคีธรรม อำเภอเมืองฯ จังหวัดอุตรดิตถ์
ไปใช้ในวัดน้ำจืด

ซึ่งเป็นผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของ พระมหาสิทธิชัย รัตติกุล,ดร.

ได้นำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- ☐ การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
- ☐ การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
- ☐ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
- ☐ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
- ☒ การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาได้นำไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่ ๒๕๖๕ จนถึง ๒๕๖๖ ซึ่งการนำ

ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ผลให้เกิดผลดี ดังนี้
วัดสามัคคีธรรม วัดน้ำจืด อำเภอเมืองฯ จังหวัดอุตรดิตถ์ ได้มีการถอดบทเรียนพระมหาสิทธิชัย
เพื่อให้นำไปใช้ประโยชน์ในวัดน้ำจืดต่อไป

ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ
(๑๓๖ มจร.๗ จินดาวัจ)

ตำแหน่ง กำนันตำบลเจ้าชัย

หมายเหตุ: ท่านสามารถประทับตราของหน่วยงานในเอกสารนี้ได้ (ถ้ามี)



หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วันที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๕

เรื่อง การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

เรียน พระสงฆ์สามเณร ชะลิต

ข้าพเจ้า นาย กศ อติสงายา

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองวิจัย

ชื่อหน่วยงาน/องค์กร/ชุมชน

ที่อยู่ ๕๙/๔ หมู่ ๑ ต. ป่าไร่ อ. เมือง จ. นครราชสีมา

โทรศัพท์

โทรสาร

ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่อง

การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการความรู้ทางพระพุทธศาสนาและวิทยาศาสตร์ในจังหวัดนครราชสีมา

ซึ่งเป็นผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของ

พระสงฆ์สามเณร ชะลิต

ได้นำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- ☐ การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
- ☐ การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
- ☐ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
- ☐ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
- ☒ การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่น่าไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่ ๑๐/๙/๖๕ จนถึง ๑๐/๙/๖๖ ซึ่งการนำ
ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ

(นาย กศ อติสงายา)

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองวิจัย

หมายเหตุ: ท่านสามารถประทับตราของหน่วยงานในเอกสารนี้ได้ (ถ้ามี)



ตารางแสดงผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย (Output/Outcome/Impact)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ	รายละเอียดของผลผลิต	จำนวนนับ	รวม	หน่วยนับ	ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ	ผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับ
๑. องค์ความรู้ใหม่	องค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ คือ - ผลิตภัณฑ์หม้อห้อมของชุมชนทุ่งไ้ย้ง - ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานของชุมชนค่างาม - ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนดอนมูล - ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนบวกโป่ง	๔	๔	เรื่อง	ชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ได้นำเอาการจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพไปเป็นฐานข้อมูลในการศึกษาและถ่ายทอดสู่เยาวชนต่อไป	ชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ นำเอาฐานข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการจัดการองค์ความรู้ด้านอื่นๆ ของชุมชน
๒. กระบวนการสร้างสรรค์	กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์หม้อห้อม เครื่องจักสาน และผลิตภัณฑ์ไม้สัก	๓	๓	เรื่อง	ชุมชนสัมมาชีพเกิดกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนและเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชน	ชุมชนสัมมาชีพมีกระบวนการในการสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถต่อยอดในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต