

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปข้อมูล และสร้างข้อกำหนด แนวทางการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นในการออกแบบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ผู้ปฏิบัติงานได้วิเคราะห์และทำการเรียบเรียงข้อมูลตามแผนการดำเนินงานโครงการ โดยแบ่งประเด็นตามหัวข้อดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยและเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมในจังหวัดลำปาง

3.2 การสร้างข้อกำหนดการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ทักษะภูมิปัญญาเชิงช่างในจังหวัดลำปาง 4 ประเภทที่เอื้อต่อการนำไปสู่การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ร่วมกัน

3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยและเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมในจังหวัดลำปาง

ในการวิเคราะห์เพื่อศึกษาปัจจัยและเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม เบื้องต้นต้องทำความเข้าใจกระบวนการทำงานทั้งหมด เพื่อทราบถึงที่มาของชุดข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกัน การศึกษาเป้าหมายที่ต้องการ, กลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องในส่วนต่างๆ, วิธีการศึกษา, ผลลัพธ์ที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ต่อการออกแบบและพัฒนา ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เป็นตัวบ่งชี้ถึงที่มาของข้อมูลในการศึกษา ว่ามีส่วนเกี่ยวข้องส่งผลกระทบต่อการออกแบบและพัฒนาในส่วนตัว ปัญหาที่เกิดขึ้นในส่วนต่างๆในปัจจุบัน ทั้งจากตัวผลงานหัตถอุตสาหกรรมที่เหตุใดจึงมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน มีการพัฒนาต่อยอดอย่างล่าช้า ปัญหาจากตัวกลุ่มชุมชนผู้ผลิตงานศิลปหัตถกรรมที่ไม่ทราบถึงข้อมูลต่างๆจากภาครัฐซึ่งเพียงพอต่อการพัฒนาความต้องการของชุมชนที่มีต่อการพัฒนา และข้อมูลจากหน่วยงานทางภาครัฐที่ต้องการอะไรจากตัวผลงานและกลุ่มชุมชน มีแผนนโยบายอย่างไรต่อการพัฒนา ทุกส่วนที่กล่าวมาล้วนเกี่ยวข้องกันในการทำงานเป็นภาพรวมทั้งสิ้น ดังนั้นเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการสรุปวิธีการศึกษาเพื่อใช้วิเคราะห์และความเชื่อมโยงในการปฏิบัติงานวิจัย ดังภาพที่ 3.1 – 3.2 ดังนี้

1.การประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การตลาด

- ให้ความรู้ ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- SWOT Analysis ค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค
- ปัญหา และเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม
- 31 กลุ่มผู้ประกอบการ พัฒนาประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่ง / ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย

2.การประชุมประชาคมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวนปี 2564 ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

- หน่วยงานภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วน ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาจังหวัดลำปาง
- กรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดลำปาง ยุทธศาสตร์ / กลยุทธ์ / ตัวชี้วัด
- แผนงานตามห่วงโซ่มูลค่า VALUE CHAIN
- SWOT Analysis ค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค
- ปัญหา และเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม
- จัดทำแผนให้สอดคล้องกับการพัฒนาจังหวัดลำปาง และจัดทำโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์สู่ตลาดสากล : กิจกรรมโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

3. โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ประจำปี 2562 ระดับจังหวัด

- หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ในจังหวัดลำปาง
- คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ที่มีศักยภาพ
- เก็บข้อมูล และสรุปผล
- เสนอขึ้นในการพิจารณาโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC)

4. จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) รับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ร่วมกับกลุ่มศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 ชุมชน (เป็นกลุ่มชุมชนที่คัดเลือกนำภูมิปัญญามาใช้พัฒนาร่วมกัน) และการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง

- กลุ่มชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 แห่ง (แกะสลักไม้, แกะครกหิน, จักสาน, เครื่องปั้นดินเผา)
- สัมภาษณ์ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง
- ทิศทางความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้วัสดุและสร้างสรรค์ และต่อยอดภูมิปัญญาให้เกิดเป็นผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมในรูปแบบใหม่
- แนวคิดการพัฒนา และออกแบบสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องกับการพัฒนาที่ถูกต้อง ตามเกณฑ์ยุทธศาสตร์ของชาติและกลยุทธ์ของจังหวัดลำปาง
- เก็บข้อมูล และสรุปผล

ภาพที่ 3.1 แผนการดำเนินงานและการหาความเชื่อมโยงในการปฏิบัติงานโครงการ



การศึกษา และการเก็บข้อมูล โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา Content Analysis ให้เกิดการสรุปผลจากการปฏิบัติการศึกษาทั้ง 4 แห่ง

1. การประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การตลาด

เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม เนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ SWOT ค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค โดยในการศึกษาได้เน้นหนัก ถึงกลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนาประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่ง จำนวน 19 ผู้ประกอบการและ กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 12 ผู้ประกอบการรวมจำนวนทั้งสิ้น 31 ผู้ประกอบการห้องประชุมจาววัง โรงแรมริเจนท์ ลอตจ จ.ลำปาง, วันที่ 6-7 มิถุนายน 2562)



2. การประชุมประชาคมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวนปี 2564 ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

การศึกษาแผนการพัฒนาของจังหวัดลำปาง ในยุทธศาสตร์ ที่ 3 ของปี 63 -65 เพื่อให้งานวิจัยสอดคล้องกับกรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดลำปาง กลยุทธ์ ตัวชี้วัด แผนงานตามห่วงโซ่มูลค่า VALUE CHAIN และแผนการพัฒนาผลงานหัตถอุตสาหกรรมของชุมชนในอนาคต โดยใช้การวิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดลำปาง (SWOT Analysis) / เป็นการประชุมจากหน่วยงานทางภาครัฐ และเอกชน ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งหมดกับการพัฒนาจังหวัดลำปาง / การประชุมประชาคมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวนปี 2564 วันที่ 6 -7 พย. 2562, วันที่ 18 พย.2562 และสรุปผลวันที่ 6 และ 19 ธค. 2562 ณ.ห้องประชุมชั้น 2 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งลำปาง อ.เมืองลำปาง จังหวัดลำปาง



3. โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ประจำปี 2562 ระดับจังหวัด

การคัดเลือกกลุ่มที่มีความรู้ ความสามารถและมีศักยภาพในการสร้างสรรค์พัฒนา ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างและเป็นแนวทางการเรียนรู้ในกลุ่มขยายต่อไป / การสำรวจทำการลงพื้นที่ทั้ง 4 ชุมชนการนำหลักเกณฑ์จากโครงการคัดสรรฯ ไปใช้ในการรอบแนวคิดวิเคราะห์การออกแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดและแผนงานตามห่วงโซ่มูลค่า VALUE CHAIN ในระดับจังหวัดและประเทศ รวมถึงการจัดระดับของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลต่อการส่งเสริมการตลาด และการเข้าร่วมจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนในอนาคต / กรมพัฒนาชุมชนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง / ศึกษาหลักเกณฑ์-เงื่อนไข (OTOP Product Champion:OPC) ระดับจังหวัด ระหว่างวันที่ 10 - 17 พฤษภาคม 2562 ณ.ห้องประชุมวังธาร โรงแรมริเจนท์ ลอตจ อ.เมือง จ.ลำปาง



4. จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) รับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ร่วมกับกลุ่มศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 ชุมชน (เป็นกลุ่มชุมชนที่คัดเลือกนำภูมิปัญญามาใช้พัฒนาร่วมกัน) และการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง

เพื่อการศึกษาหาแนวทางการพัฒนาและการออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกัน การทำความเข้าใจในกระบวนการวิเคราะห์ การแยกส่วนและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ในวิธีการและภูมิปัญญาของตนเอง เพื่อนำมาใช้ในการผสมผสานภูมิปัญญาให้เกิดเป็นผลงานที่น่าสนใจ

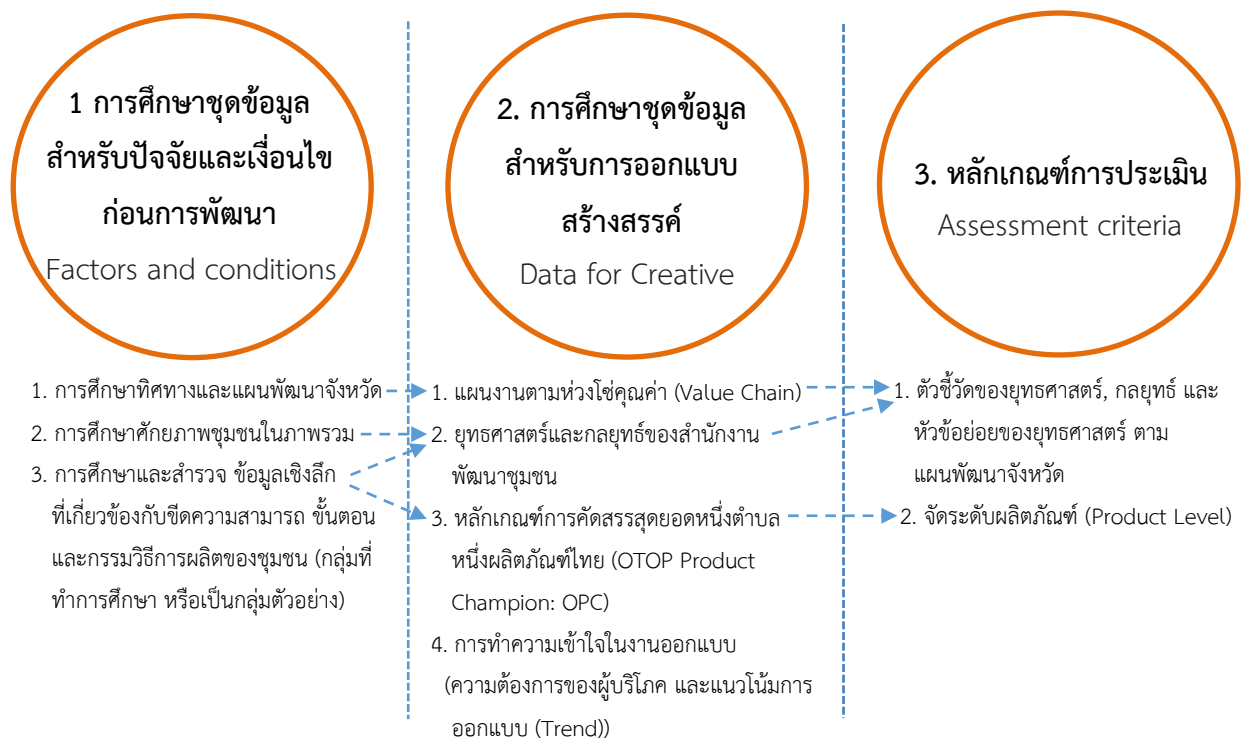
สัมภาษณ์หลักการในการพัฒนาผลงานหัตถอุตสาหกรรม วันที่ 24 มีนาคม 2564 ณ.ห้องพัฒนาการชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชน ชั้น 3 สำนักงานจังหวัดลำปาง

วันที่ 19 เมษายน 2564 ณ.ห้อง 5201 อาคารปฏิบัติการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง



ภาพที่ 3.2 การศึกษาและเก็บข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ถึงปัจจัยและเงื่อนไข ที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมในจังหวัดลำปาง

ผลการศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ผู้ปฏิบัติงานได้ทำการสรุปแจกแจงข้อมูลที่มีความสำคัญ และจำเป็นต้องศึกษาเพื่อทำความเข้าใจก่อนปฏิบัติการออกแบบสร้างสรรค์ เนื่องด้วยการทำงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมสำหรับการพัฒนาชุมชนนั้น มีความแตกต่างจากการทำงานออกแบบทั่วไป กล่าวคือ เป็นลักษณะงานที่ต้องออกแบบสร้างสรรค์ผลงานร่วมกับชุมชนแต่ละแห่ง โดยผลงานหรือผลิตภัณฑ์ต้องตอบโจทย์ และเงื่อนไขต่างๆของสำนักงานพัฒนาชุมชนของจังหวัดนั้นๆ รวมถึงความเข้าใจในเกณฑ์และตัวชี้วัดต่างๆที่ถูกสร้างขึ้น เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) จากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (กอ.นตผ.) เป็นต้น ซึ่งจากที่ผ่านมามีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แต่ละผลงานที่เกิดขึ้นจากชุมชน และภายในจังหวัด ส่วนมากเป็นการพัฒนาเพื่อความสวยงาม หรือพัฒนาตามความต้องการของช่างผู้ผลิตและลูกค้าเดิม แต่สำหรับการพัฒนาใหม่ชุดข้อมูลก่อนทำการปฏิบัติงาน กลับไม่มีการศึกษาอย่างมากมายเพียงพอและขาดความเข้าใจ ส่งผลให้ผลงานที่ได้รับการพัฒนาไม่ตอบโจทย์ของแผนพัฒนาจังหวัด ไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควรจากภาครัฐ ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆกับชุมชน เช่นสินค้าที่เหมือนกัน ขาดสถานที่จัดจำหน่ายเป็นต้น จากการศึกษา ผู้ปฏิบัติงานจึงสรุปปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ โดยสรุปประเด็นออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ (ดังภาพที่ 3.3)



ภาพที่ 3.3 ผลการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่เกี่ยวข้องของ ปัจจัยและเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมในชุมชน อันจำเป็นต้องศึกษาให้เข้าใจ ก่อนกระบวนการปฏิบัติงานออกแบบและพัฒนา

3.1.1 การศึกษาชุดข้อมูล สำหรับปัจจัยและเงื่อนไขก่อนการพัฒนา (Factors and Conditions)

สิ่งแรกที่จะต้องทำการศึกษาและทำความเข้าใจ คือปัจจัยและเงื่อนไขต่างๆ ก่อนที่จะนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ในการออกแบบและพัฒนา เพื่อสามารถตอบคำถามในสิ่งที่พัฒนาแล้วว่าตรงกับความต้องการต่างๆที่ถูกกำหนดไว้แล้วหรือไม่ ทั้งแผนการพัฒนา ผลงานที่ได้รับมีความตรงและสอดคล้องกับขีดความสามารถของกลุ่มชุมชนที่เข้าร่วมหรือไม่ โดยในส่วนนี้แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อดังนี้

3.1.1.1 การศึกษาทิศทางและแผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัดเป็นจุดเริ่มต้นของการทำงานทุกอย่าง ที่เกี่ยวข้องกับจังหวัด เพื่อตอบโจทย์แผนพัฒนาประเทศ ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องเข้าใจและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด มิเช่นนั้นผลงานผลิตภัณฑ์हतอดอุตสาหกรรมที่ได้จะไม่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัด เป็นเพียงผลงานที่ตอบโจทย์ของตนเองหรือชุมชนเท่านั้น ทั้งนี้ชุมชนไม่สามารถนำไปต่อยอดหรือใช้ประโยชน์กับสิ่งที่เกิดขึ้นได้กับหน่วยงานภาครัฐ อันเป็นภาคส่วนการจัดสรรงบประมาณและมีหน้าที่หลักดันในขั้นตอนต่อไป ทั้งสำนักงานจังหวัด พัฒนาการจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัดและพาณิชย์จังหวัด แม้ว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นจะสวยงาม น่าสนใจมากเท่าใดก็ตาม ซึ่งประเด็นนี้เป็นประเด็นที่นักออกแบบและนักวิชาการมองข้าม มุ่งศึกษาเพียงข้อมูลการออกแบบ การพัฒนาสินค้าและผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้น โดยมิได้เข้าใจว่าจะสามารถตอบวัตถุประสงค์แผนพัฒนาประเทศและแผนพัฒนาจังหวัดที่กำหนดไว้หรือไม่ ประเด็นนี้จึงถือว่าเป็นปัญหาเร่งด่วนที่นักออกแบบและนักวิชาการควรต้องปรับปรุงแก้ไข และศึกษาให้ลึกซึ้งเสียก่อน

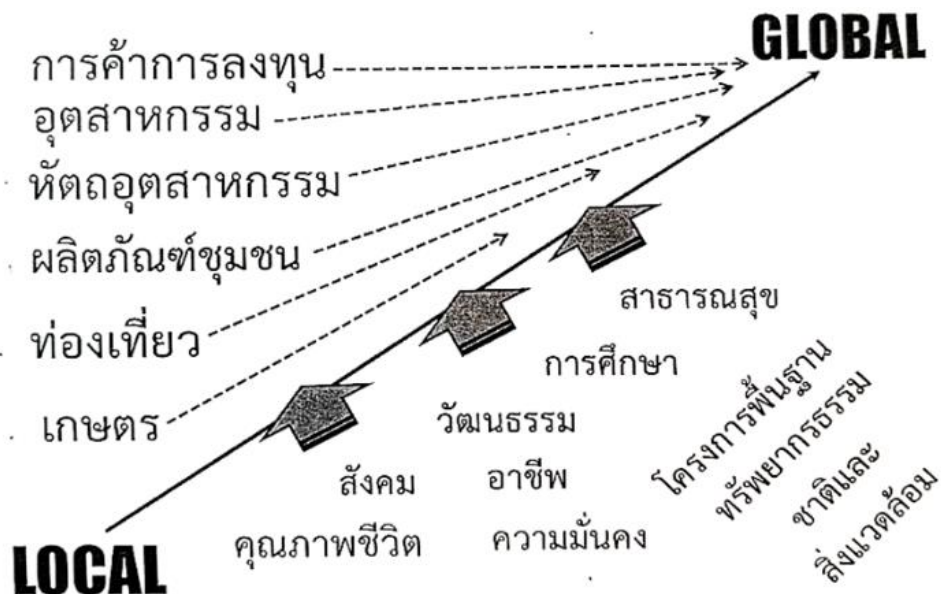
“แผนพัฒนาจังหวัด” หมายความว่า รายการเกี่ยวกับโครงการและแผนงานต่างๆของจังหวัด ที่จำเป็นต้องจัดทำเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และทิศทางการพัฒนาของจังหวัดในอนาคต โดยต้องคำนึงถึงความต้องการและศักยภาพของประชาชนในท้องถิ่นในจังหวัด รวมถึงความพร้อมของภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน และยุทธศาสตร์ระดับชาติ มีกระบวนการรับฟังหรือให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดความต้องการในการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัด มาพิจารณาให้เกิดความผสมผสานไม่ขัดแย้งในด้านใดด้านหนึ่ง โดยมีระยะเวลาของแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ พ.ศ. 2551. 2551: 2) แผนพัฒนาจังหวัดเป็นแนวทางในการพัฒนาจังหวัดแบบองค์รวมที่ครอบคลุมทุกมิติในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและความมั่นคง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างโอกาสและอาชีพให้สนองต่อความต้องการของประชาชนในจังหวัด โดยต้องแสดงวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และแนวทางหรือมาตรการการพัฒนาให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ทิศทางการพัฒนาประเทศ ศักยภาพของพื้นที่ และปัญหาความต้องการของประชาชน

แผนพัฒนาจังหวัด เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนา หรือทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา โดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อให้ได้จุดมุ่งหมายในการพัฒนา วิธีดำเนินการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย โดยนำเอาแนวความคิดการพัฒนาแบบองค์รวม และการบูรณาการเป็นกรอบแนวทางดำเนินการ ตั้งแต่

ขั้นการวางแผนกลยุทธ์ จนถึงขั้นการวางแผนปฏิบัติการ แผนพัฒนาจังหวัดเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำนโยบายของรัฐบาล และทิศทางการพัฒนาประเทศไปสู่การปฏิบัติในพื้นที่ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ และปัญหาความต้องการของประชาชน เป็นแผนชี้นำการพัฒนาจังหวัดในภาพรวมระยะยาว (4 ปี) แต่ไม่ยึดมั่นว่าจะต้องใช้ระยะเวลาเท่าใด ขึ้นอยู่กับปัญหาและความต้องการของประชาชนในขณะนั้น จึงสามารถปรับเปลี่ยนแผนได้ตามความเหมาะสม รวมทั้งการปรับเปลี่ยนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลและทิศทางการพัฒนาของประเทศ (ฐานข้อมูลการเมืองการปกครองสถาบันพระปกเกล้า wiki.kpi.ac.th)

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ทราบว่าแผนพัฒนาจังหวัด เป็นหลักการและชุดข้อมูลที่ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน เป็นผลสรุปการระดมสมองของหน่วยงานต่างๆ ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นในการพัฒนาต้องปฏิบัติตามหลักการที่ถูกกำหนดให้สอดคล้องกับแผนงานของจังหวัดทั้งระบบแล้วส่งต่อขึ้นไปยังแผนพัฒนาประเทศ ซึ่งจุดนี้ถ้าศึกษาให้ชัดพบว่า จะได้ชุดข้อมูลของประเด็นยุทธศาสตร์ในการทำงาน, กลยุทธ์การพัฒนา, แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) และตัวชี้วัด อันเป็นปัจจัยส่งผลต่อการพัฒนาผลงานผลิตภัณฑ์นั้นๆ ได้อย่างชัดเจน โดยกรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ได้แบ่งหมวดหมู่ออกไปหลายประเด็นยุทธศาสตร์ และแต่ละยุทธศาสตร์ก็จะมีกลยุทธ์ มีขั้นตอน มีแผนงาน และมีตัวชี้วัดที่แตกต่างกันไปตามประเด็นยุทธศาสตร์นั้นๆ ดังนั้นก่อนการปฏิบัติงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงควรต้องศึกษาและกำหนดยุทธศาสตร์ให้แน่ชัดเสียก่อน เพื่อให้เข้าใจถึงส่วนประกอบ กระบวนการและชุดข้อมูลต่างๆ ที่กำหนดไว้และดำเนินการทำงานได้อย่างถูกต้องสอดคล้อง

ดังนั้นแผนการทำงานของ โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผลิตตามภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ มีความจำเป็นต้องเข้าใจถึงแผนพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประเด็นยุทธศาสตร์ของชาติ ยุทธศาสตร์ของจังหวัด และกลยุทธ์ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) เนื่องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนานั้น ต้องสอดคล้องกับนโยบายของชาติในการพัฒนาประเทศ เพื่อเข้าสู่การผลักดันจากภาครัฐให้วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เกิดเป็นรูปธรรม ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของกลุ่มธุรกิจเป้าหมายวิสาหกิจชุมชน ด้วยฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยจากการประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (2561-2565) ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ 2564 ได้มีการสรุปภาพรวม อันมีนโยบายหลักคือการพัฒนาศักยภาพชุมชน ทั้งด้านการเกษตร ด้านการท่องเที่ยว **ด้านผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน** ด้านอุตสาหกรรมและด้านการค้าการลงทุน ผลักดันให้ไปสู่ระดับสากล ควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม คุณภาพชีวิต การศึกษา สาธารณสุข การส่งเสริมวัฒนธรรม อาชีพและความมั่นคง รวมถึงโครงการพื้นฐานเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ดังภาพที่ 3.4)



ภาพที่ 3.4 ทิศทางการพัฒนาจังหวัดลำปาง ซึ่งมีนโยบายเกี่ยวข้องกับการเกษตร การท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมภายในจังหวัดและการค้าการลงทุน เพื่อผลักดันเข้าสู่ความเป็นสากลในอนาคต

จากทิศทางการพัฒนาจังหวัดลำปาง ทำให้โครงการวิจัยฯ ได้ระบุเข้าสู่เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เป็นแหล่งสินค้าอัตลักษณ์ทางอุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จากทุนทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นจุดเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของภาคเหนือ ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน และอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

สรุปคือโครงการ สามารถตอบโจทย์นโยบายการพัฒนาการศึกษา(วิจัย) การพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตของสังคม อันมีผลลัพธ์เป็นผลงานออกแบบหัตถอุตสาหกรรมชุมชนที่มีเรื่องราววัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ควบคู่กับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างคุ้มค่าเหมาะสม (ดังภาพที่ 3.5 และ 3.6) ซึ่งเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ประเด็นยุทธศาสตร์ และประเด็นย่อย เป็นปัจจัยและมีเงื่อนไขตัวชี้วัด ที่มีส่วนสำคัญต่อการออกแบบและพัฒนา เนื่องด้วย ในการศึกษาและออกแบบผลงานนั้น จะถูกผลักดันเข้าสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งเรื่องงบประมาณ ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ชุมชนจะสามารถพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานศิลปหัตถกรรม โดยมีภาครัฐเป็นผู้ดูแล ทั้งเรื่องวัสดุและกรรมวิธีการผลิต การให้ความรู้ การจัดจำหน่าย การแสดงผลงาน การส่งสินค้าออกสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น ดังนั้นถ้าการศึกษาไม่มีความเข้าใจในส่วนนี้ การพัฒนาชุมชนจะไม่สามารถที่จะบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 :สินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม
ผลิตภัณฑ์ชุมชน จากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม**

1. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์สู่ตลาดสากล
2. โครงการ 1 ชุมชน 1 อุตสาหกรรมและหัตถอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
3. .โครงการ Creative Industry Design Capital (CIDC) ลำปางนครหัตถศิลป์ ถิ่น
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์
4. โครงการยกระดับและพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อสร้างขีด
ความสามารถในการแข่งขัน
5. โครงการ Lampang Medical & Wellness
6. .โครงการ Northern Smart MICE Cities
7. โครงการ Ceramic city
8. พัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรและอาหารเพื่อเชื่อมโยงตลาด
9. โครงการพัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายการคมนาคมขนส่งและโครงสร้างพื้นฐาน
10. โครงการอนุรักษ์เมืองเก่า
11. โครงการส่งเสริมการค้าการลงทุน

ภาพที่ 3.5 จากโครงการฯ จัดอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์หัตถอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม และอยู่ในกลยุทธ์ที่ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยการส่งเสริมสนับสนุนการรวมกลุ่ม และพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน บนฐานรากของความรู้สมัยใหม่และภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ 1 โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์สู่ตลาดสากล ซึ่งทำให้การพัฒนาแนวคิดจาก โครงการได้ผลักดันเข้าสู่โครงการในระดับจังหวัดและประเทศ (ปี 2563-2565) จึงได้ทำการวิเคราะห์ SWOT ในหมวดยุทธศาสตร์ที่3 (ข้อที่1) เพื่อที่สามารถทำการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมได้ตรงตามวัตถุประสงค์และตอบตัวชี้วัดได้อย่างเหมาะสม

โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ชาติ ข้อที่ 2 : การสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ข้อที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ

กรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดลำปาง

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เป็นแหล่งสินค้าอัตลักษณ์ทางอุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ จากทุนทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นจุดเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของภาคเหนือ ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 4 : เสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยการส่งเสริมสนับสนุน

การรวมกลุ่ม และพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน บนฐานรากของความรู้สมัยใหม่และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ข้อที่ 1 : โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์สู่ตลาดสากล

อ้างอิง : เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (2561-2565) ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ 2564 วันที่ 6 – 7 พฤศจิกายน 2562 ณมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาออกที่ตั้งลำปาง
กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดลำปาง

ภาพที่ 3.6 โครงการฯ สรุปลงได้ว่าเข้าสู่เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ตามกรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนา จังหวัดลำปาง ส่งผลทำให้ทราบถึงชุดข้อมูลที่เป็นส่วนประกอบต่างๆภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ทั้งกลยุทธ์ และหัวข้อย่อยที่ 1 (จาก 11 หัวข้อย่อย) โดยในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์และหัวข้อย่อย จะมีรายละเอียดแผนงานที่แตกต่างกัน มีแผนงานตามห่วงโซ่คุณค่าและตัวชี้วัดที่ต่างกัน ดังนั้นก่อนการปฏิบัติงาน นักออกแบบและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องต้องระบุข้อมูลดังกล่าวตามแผนให้ชัด ซึ่งเป็นปัจจัยและเงื่อนไขแรกก่อนการดำเนินงานทั้งหมด

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดลำปาง (SWOT Analysis)¹¹

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม



ภาพที่ 3.7 การประชุมประชาคมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวนปี 2564 วันที่ 6 – 7 พฤศจิกายน 2562, วันที่ 18 พฤศจิกายน 2562 และสรุปผลวันที่ 19 ธันวาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งลำปาง กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัด ลำปาง



ภาพที่ 3.8 การจัดกลุ่มประชุมในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม โดยมีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นแหล่งสินค้าอัตลักษณ์ทางอุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ จากทุนทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นจุดเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของภาคเหนือ ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

¹¹ จากการประชุมเชิงปฏิบัติการการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง วันที่ 6-7, 18 พฤศจิกายน 2562, วันที่ 6 ธันวาคม 2562 และการประชุมประชาคมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี ฉบับทบทวน ปี 2564 วันที่ 19 ธันวาคม 2562 ณ ห้องประชุมชั้น 2 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งลำปาง อ.เมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

จากการศึกษาศักยภาพ และสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์ที่ 3 สินค้าอัตลักษณ์ อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัด ลำปาง ในการระดมความคิดเห็นร่วมกันจากทุกภาคส่วน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ในประเด็น ด้านการพัฒนาสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคม และวัฒนธรรม ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดลำปาง ทั้งด้านการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในด้านการประกอบธุรกิจ ด้านการพัฒนาระบบการผลิต การบริหารจัดการ การส่งเสริมและพัฒนาผู้ผลิตด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรมและการออกแบบเพื่อให้ได้ สินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการของตลาด บนพื้นฐานของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ อันเป็นข้อ ได้เปรียบ หรือข้อเสียเปรียบต่อการพัฒนา ซึ่งมุ่งทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อน โดยสรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength) พบว่า จังหวัดลำปางมีจุดแข็งซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนา ในด้านต่างๆ โดยได้สรุปได้ 4 ประเด็นหลัก คือ

ประเด็นที่หนึ่ง คือ ลักษณะภูมิประเทศและตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของจังหวัด โดย จังหวัดลำปางตั้งอยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 268.80 เมตร พื้นที่มีลักษณะเป็นรูปยาวรี 3 มิติประเทศ โดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง มีภูเขาสูงอยู่ทั่วไป ทอดตัวยาวตามแนวทิศเหนือไปทางทิศใต้ของจังหวัด และ ในบริเวณตอนกลางของจังหวัดบางส่วนมีที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำ และตามลักษณะทางกายภาพทางด้าน ธรณีสัณฐานวิทยา จังหวัดลำปางมีพื้นที่เป็นที่ราบล้อมรอบด้วยภูเขา มีลักษณะเป็นแอ่งแผ่นดินที่ยาว และกว้างที่สุดในภาคเหนือ เรียกว่า “อ่างลำปาง” ส่งผลให้ในจังหวัดลำปางมีแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติในพื้นที่อยู่เป็นจำนวนมาก อาทิ น้ำตก น้ำพุร้อน และจากลักษณะพื้นที่ของจังหวัดที่เป็น แอ่งคล้ายก้นกระทะ ส่งผลให้ในช่วงฤดูหนาวมีสภาพภูมิอากาศที่เย็นสบายไปจนถึงหนาวจัด ซึ่งเป็นเสน่ห์ดึงดูดสำคัญต่อการเข้ามาเที่ยวชมของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน โดยเฉพาะในช่วงประมาณ เดือนพฤศจิกายน ไปจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ ที่มีสภาพอากาศหนาวเย็นและในช่วงเดือนมกราคมที่มี อากาศหนาวจัด

นอกจากนี้ ในประเด็นด้านตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดลำปาง ตั้งอยู่บนพื้นที่จุด ศูนย์กลางทางภาคเหนือตอนบนของประเทศ เป็นพื้นที่เชิงยุทธศาสตร์(Strategic Location) ซึ่ง สามารถเชื่อมโยงเส้นทางไปยังเมือง จังหวัด และภูมิภาคอื่นซึ่งมีความสำคัญในแง่การพัฒนาเศรษฐกิจ ของจังหวัดลำปาง อาทิ ด้านการท่องเที่ยว การประกอบธุรกิจบริการ การค้าการลงทุน และการ พัฒนาเส้นทางคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศ เพื่อประโยชน์ต่อการเดินทางของประชาชน และ การเชื่อมต่อธุรกิจการค้า การขนส่งการกระจายสินค้าของผู้ประกอบการต่างๆ ดังสะท้อนได้ในเชิง ประวัติศาสตร์ จากการที่จังหวัดลำปางเป็นเมืองที่ได้รับการพัฒนาด้านโลจิสติกส์ให้มีศักยภาพความ พร้อมด้านการคมนาคมและการขนส่ง นับตั้งแต่อดีต คือการคมนาคมขนส่งทางราง นับแต่มีการสร้าง ทางรถไฟจากกรุงเทพฯ มายังหัวเมืองภาคเหนือโดยสิ้นสุดการเดินทางที่จังหวัดลำปางในปี พ.ศ.2459

ส่งผลให้มีการตั้งคลังสินค้าขนาดใหญ่ในพื้นที่จังหวัดลำปาง รวมถึงพื้นที่ระหว่างทางในเขตภาคเหนือ เพื่อการขนส่งสินค้าไปยังภูมิภาคอื่น ซึ่งทำให้จังหวัดลำปางในขณะนั้นเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญในฐานะเป็นศูนย์กลางทางภาคเหนือที่มีความสำคัญด้านเศรษฐกิจ และการขนส่งนับแต่นั้น และต่อมาเมื่อมีการผลิตแร่ลิแกนด์บริเวณอำเภอแม่เมาะ และมีการตั้งโรงงานถลุงแร่ส่งขายให้กับโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆในประเทศ ยิ่งทำให้เศรษฐกิจของจังหวัดลำปางเกิดการขยายตัวเป็นอย่างมาก มีการตั้งโรงงานใหม่ๆหลายแห่ง และเกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเหมืองแร่ลิแกนด์มากมาย จากนั้นได้มีการจัดตั้งโรงงานผลิตไฟฟ้าโดยใช้ลิแกนด์ขึ้น สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าได้มากเพียงพอกับความต้องการของครัวเรือนและภาคอุตสาหกรรมในภาคเหนือทั้งหมด ทำให้เกิดความมั่นคงทางด้านพลังงานเป็นอย่างมาก และเกิดมีการตั้งโรงงานขนาดใหญ่ขึ้นหลายแห่งในจังหวัดลำปาง อาทิ อุตสาหกรรมปูนซีเมนต์ อุตสาหกรรมเซรามิกและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมากมาย จากจุดดังกล่าวเป็นนับเป็นจุดเริ่มต้นของจังหวัดลำปางที่ก้าวเข้าสู่ยุคของการเป็นพื้นที่อุตสาหกรรมเป็นครั้งแรก และก่อให้เกิดเป็นการส่งเสริมผลักดันการพัฒนาด้านโลจิสติกส์ของจังหวัดลำปางอย่างต่อเนื่องทั้งทางบกและทางอากาศ

ประเด็นที่สอง คือ เสน่ห์แห่งวิถีการดำรงชีวิตในแบบดั้งเดิม (วิถีอัตลักษณ์ล้านนา)

ควบคู่กับการสืบสานมรดกทางศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่มีมาช้านาน ซึ่งเป็นจุดเด่นและเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศและผลิตภัณฑ์ทางภูมิปัญญาในรูปแบบต่างๆ โดยนำเสนอผ่านกิจกรรม เทศกาล และภูมิปัญญา ประเพณีพื้นถิ่น

โดยเมืองลำปาง เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ (ยาวนาน) มีประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย และมีอัตลักษณ์เมืองที่โดดเด่น กล่าวคือ จังหวัดลำปางเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนานกว่า 1,300 ปี ตั้งแต่สมัยทวารวดี (พระนางจามเทวี) เป็นต้นมา ราชพุทธศตวรรษที่ 13 เป็นหนึ่งในหัวเมืองสำคัญของดินแดนล้านนาในอดีต และมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับหัวเมืองเหนือสำคัญต่างๆ อาทิ เชียงใหม่ ลำพูน ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และคงสภาพในฐานะเมืองอารยธรรม อันสะท้อนจากมรดกตกทอดแห่งความเจริญรุ่งเรืองในอดีตต่างๆ อาทิ ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ และค่านิยม ภูมิปัญญาท้องถิ่น โบราณสถานทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่ต่างๆภายในจังหวัด และความเป็นมาทางประวัติศาสตร์

นอกจากนี้ตามประวัติการตั้งถิ่นฐานของชาวลำปางในยุคสมัยต่างๆยังประกอบด้วยคนหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้ง ชาวลัวะ ชาวไทยวน หรือคนเมือง ชาวไทลื้อ ชาวจีน ชาวพม่าและชาวอินเดีย รวมถึงชาวเขาเผ่าต่างๆ เป็นต้น ส่งผลให้จังหวัดลำปางเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ และประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ อาหาร การแต่งกาย ภาษา วิถีชีวิต เป็นต้น อันเป็นเสน่ห์ส่งผลให้ทางจังหวัดลำปางมีอัตลักษณ์โดดเด่นแตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ ทั้งนี้ ไม่รวมถึงอัตลักษณ์จังหวัดที่ถูกกำหนดขึ้น ด้วยปัจจัยศักยภาพทางพื้นที่ที่มีอยู่ เช่น เซรามิก ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมต่างๆ โดยเซรามิกนั้น จังหวัดลำปางเป็นพื้นที่ที่มีแร่ดินขาวจำนวนมาก ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการทำ

เซรามิก หรือรถม้าลำปาง ด้วยเป็นผลจากความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจการค้าและการเดินทางในอดีต ซึ่งจังหวัดลำปางเป็นเพียงจังหวัดเดียวที่ยังคงหลงเหลือรถม้า เป็นพาหนะในการเดินทาง อันเป็นอัตลักษณ์สำคัญของจังหวัด

ดังนั้นจุดแข็งประการนี้จึงกล่าวได้ว่า เมืองลำปางเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์แห่งความหลากหลายทางวัฒนธรรม และมีความเจริญรุ่งเรืองมากในอดีต เป็นหนึ่งเมืองที่ยังไม่ละทิ้งประวัติศาสตร์ และยังคงมีกระบวนการในการอนุรักษ์ ทั้งโบราณสถาน สถาปัตยกรรม หัตถกรรมพื้นถิ่น การฟื้นฟูเมืองให้กลับคืนสู่อดีต ควบคู่กับการพัฒนาในยุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสังคมลำปางให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ มีความเข้มแข็ง มีภูมิคุ้มกัน สามารถดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และคงเป็นสังคมชนบทภายใต้วิถีพุทธ อันมีวิถีชีวิตและการยึดถือปฏิบัติตนตามครรลองวิถีของชาวพุทธศาสนาอย่างชัดเจน โดยปรากฏให้เห็นจากวัฒนธรรม ประเพณีที่ปฏิบัติและดำเนินอยู่ในปัจจุบัน อันสะท้อนถึงค่านิยม ความเชื่อ และการมีส่วนร่วมในฐานะทรัพยากรหนึ่งในสังคม จากความพยายามในการร่วมอนุรักษ์คุณค่าและความงามในวิถีดังกล่าวของคนและเครือข่ายสังคมในปัจจุบัน อาทิ การส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีความตระหนักรู้ ห่วงแหน และมีจิตสำนึกร่วมในการดูแลรักษาและพัฒนาชุมชน สืบทอดความรู้จากปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้ ความเข้าใจลึกซึ้งต่อการจัดการ เพื่อการพัฒนาระบบสังคมตามความสมดุล ซึ่งพร้อมจะถ่ายทอดความรู้การปฏิบัติต่อคนรุ่นหลัง รวมถึงการขับเคลื่อนโครงการ งานวิจัย จากหน่วยงานและเครือข่ายที่สอดคล้อง อาทิ โครงการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม โครงการพัฒนาหัตถกรรมพื้นถิ่นสู่สากล เป็นต้น

ประเด็นที่สาม คือ ทรัพยากรธรรมชาติ และแหล่งต้นน้ำสำคัญ โดยจังหวัดลำปางเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายและเป็นวัตถุดิบหลักสำคัญในภาคอุตสาหกรรม หัตถกรรมพื้นถิ่น และการผลิตต่างๆ ทั้งทรัพยากรป่าไม้ ซึ่งมีเนื้อที่ป่าไม้ 5,513,656.85 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 70.64 ของพื้นที่จังหวัด มีป่าสงวนแห่งชาติจำนวน 33 ป่า อุทยานแห่งชาติ 7 แห่ง วนอุทยาน 1 แห่ง เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า 1 แห่ง และทรัพยากรแร่ธาตุ ได้แก่ ถ่านหิน หินปูน เพื่ออุตสาหกรรมซีเมนต์ ดินขาว หินดินดาน และหินปูนเพื่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง บอลเคลย์และถ่านหิน หินดินดานเพื่ออุตสาหกรรมซีเมนต์ หินปูนเพื่ออุตสาหกรรมเคมี ดินอุตสาหกรรมชนิดดินซีเมนต์ พลวงและหินอ่อน (ข้อมูล ณ วันที่ 4 มีนาคม 2562)

นอกจากนี้ จังหวัดลำปางเป็นแหล่งต้นน้ำสายสำคัญของประเทศ คือ แม่น้ำวัง ซึ่งมีการใช้ประโยชน์เพื่อการอุปโภคบริโภคในวิถีชีวิตด้านต่างๆของประชาชน ทั้งภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคธุรกิจอื่นๆ ภายใต้การบริหารจัดการน้ำของเขื่อนสำคัญ คือเขื่อนกิ่วลม และเขื่อนกิ่วคอหมา รวมถึงเป็นแหล่งอารยธรรมลุ่มน้ำที่สำคัญของประเทศในการบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจและวัฒนธรรมของลำปางได้เป็นอย่างดี

ประเด็นที่สี่ คือ สถาบันการศึกษาและภาคีเครือข่ายภาคประชาชนในพื้นที่ โดยจังหวัดลำปางมีสถาบันการศึกษาหลายระดับ และหลากหลายด้าน ตามอัตลักษณ์ทางองค์ความรู้ความ

เชี่ยวชาญของแต่ละสถาบัน ซึ่งเป็นแรงสนับสนุนสำคัญทั้งในการพัฒนาขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านต่างๆ ของจังหวัดลำปางด้วยกระบวนการทางวิชาการ ในการสร้างองค์ความรู้แก่พลเมืองในสังคม สร้างนวัตกรรม และการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาจังหวัด รวมถึงการสร้างความเข้มแข็งแก่การรวมกลุ่ม และภาคีเครือข่ายภาคประชาชนในจังหวัดลำปางเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและคุณภาพชีวิตทุกมิติ

จุดอ่อน (Weakness) พบว่า จังหวัดลำปางมีจุดอ่อนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาในด้านต่างๆ โดยสรุปได้ 4 ประเด็นหลักคือ

ประเด็นที่หนึ่ง คือ อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัดในมุมมองภาพรวมยังอยู่ในระดับต่ำ โดยจากข้อมูลสถิติเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดลำปางในปี 2562 คาดว่าขยายตัวร้อยละ 3.2 (โดยมีช่วงคาดการณ์ร้อยละ 2.5 – 3.7 ต่อปี) แม้ว่าสถานการณ์เศรษฐกิจในด้านต่างๆจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากมุมมองสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นของจังหวัดลำปางในด้านต่างๆ เช่น

1) ปัญหาด้านการบริหารจัดการเรื่องตลาดแบบบูรณาการ สำหรับสินค้าหัตถอุตสาหกรรม สินค้าเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป และผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดสินค้าล้นตลาด รวมถึงสินค้าเซรามิกที่มีปริมาณการจำหน่ายและความนิยมในสินค้าลดลง สินค้าอัตลักษณ์ลำปางจากผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และหัตถอุตสาหกรรมมีจำนวนลดลง เนื่องจากปัจจัยต่างๆ อาทิ ภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจในภาพรวมอันส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการผลิต นวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุอื่นที่ถูกนำมาใช้ทดแทน เช่น สแตนเลส ภาชนะและบรรจุภัณฑ์ธรรมชาติ รวมถึงการตลาดของสินค้าจากต่างประเทศ (สินค้าเซรามิกจากประเทศจีน) ที่มีราคาไม่แพงและรูปแบบหลากหลายน่าสนใจอันส่งผลกระทบต่อความต้องการในแหล่งตลาดเพื่อขายสินค้าแห่งใหม่

2) ปัญหาด้านแรงงาน ทั้งในประเด็นการขาดแรงงานทักษะฝีมือและความชำนาญเฉพาะด้าน เนื่องจากการเคลื่อนย้ายแรงงาน หรือการอพยพถิ่นฐานของประชาชนเพื่อหางานในพื้นที่เขตเมืองหลักของประเทศ รวมถึงประชากรวัยแรงงานลดน้อยลง ผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น

ประเด็นที่สอง คือ การบริหารจัดการโดยโดยพื้นฐานของจังหวัด ที่ยังขาดการบูรณาการในทุกมิติอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วยหลายประเด็นความคิดเห็น อาทิ

1) ขาดการบริหารจัดการด้านระบบสาธารณูปโภคและระบบสาธารณะขั้นพื้นฐานที่ยังขาดการวางแผน และการดำเนินงานเชิงบูรณาการร่วมกันอย่างถูกต้องเหมาะสม ระหว่างหน่วยงานรับผิดชอบด้านต่างๆในจังหวัดลำปาง เช่น ด้านการขนส่งโดยสารสาธารณะภายในจังหวัดยังไม่ครอบคลุมและไม่รองรับต่อการพัฒนาด้านการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด ด้านการประสานงานระหว่างชุมชนหัตถกรรมต่างๆและภาคงานส่วนรัฐ ในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เซรามิกและหัตถอุตสาหกรรม รวมถึงแผนการดำเนินงานที่ไม่ต่อเนื่อง เพื่อเห็นถึงผลลัพธ์ของแต่ละโครงการที่ได้ปฏิบัติในแต่ละปี เป็นต้น

2) ขาดระบบฐานข้อมูลกลางทางสังคมของจังหวัดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ และเป็นปัจจุบัน สำหรับนำไปวิเคราะห์หาแนวทาง การพัฒนาและแก้ไขปัญหาได้อย่างสอดคล้องตามข้อเท็จจริง

ประเด็นที่สาม คือ ปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลาย เนื่องจากการบุกรุกพื้นที่ป่าและการนำไม้หวงห้าม มาใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัว รวมถึงปัญหาการเผาป่า ซึ่งอัตราการปลูกทดแทนยังไม่สัมพันธ์กับจำนวนที่ถูกนำไปใช้และถูกทำลาย การขุดดินขาวเพื่อนำไปใช้ในโรงงานเซรามิกที่ถูกใช้ในการผลิตที่มากแต่ราคาสินค้ากลับลดลง จำนวนหินภูเขาที่ลดลงจากการนำหิน(แกรนิต)มาใช้ในการผลิตครกหิน รวมถึงปัญหาสภาพแวดล้อมและมลพิษที่สำคัญ เช่นปัญหามลพิษจากหมอกควัน และเศษวัสดุทางหัตถกรรมที่หลงเหลือจากการผลิตหัตถอุตสาหกรรมเช่น เศษไม้จากการแกะสลัก เศษหินจากการผลิตครกหิน และเศษเซรามิกจากการผลิตไม่สมบูรณ์และชำรุด เป็นต้น

ประเด็นที่สี่ คือ การดำเนินงานของเครือข่ายภาคประชาชนในจังหวัดลำปาง ซึ่งมีอยู่ค่อนข้างมาก แต่ยังขาดการติดต่อประสาน เพื่อบูรณาการเชื่อมโยงกระบวนการดำเนินงานไปในทิศทางร่วมกันอย่างชัดเจน

ตารางที่ 3.1 จุดแข็งและจุดอ่อน ในการพัฒนาจังหวัดลำปาง ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>1. ลักษณะภูมิประเทศแบบภูเขาสูงส่งผลให้มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในพื้นที่อยู่เป็นจำนวนมาก เช่น น้ำตก น้ำพุร้อน ประกอบกับส่งผลให้ในช่วงฤดูหนาวมีสภาพภูมิอากาศที่เย็นสบาย ซึ่งเป็นเสน่ห์ดึงดูดสำคัญต่อการเข้ามาเที่ยวชมของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน</p> <p>2. ตำแหน่งภูมิศาสตร์ของจังหวัดลำปางตั้งอยู่ในพื้นที่จุดศูนย์กลางทางภาคเหนือตอนบนของประเทศ เป็นพื้นที่เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Location) ซึ่งสามารถเชื่อมโยงเส้นทางไปยังเมือง จังหวัด และภูมิภาคอื่นซึ่งมีความสำคัญในแง่การพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัด อาทิ ด้านการท่องเที่ยว การประกอบธุรกิจบริการ การค้าการลงทุน และการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศ เพื่อประโยชน์ต่อการเดินทางของประชาชนและการเชื่อมต่อธุรกิจการค้า การขนส่งกระจายสินค้าของผู้ประกอบการต่างๆ</p> <p>3. เสน่ห์แห่งวิถีการดำรงชีวิตในแบบดั้งเดิม (วิถีอัตลักษณ์ล้านนา)ควบคู่กับการสืบสานมรดกทาง</p>	<p>1. อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัดในมุมมองภาพรวมยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากสภาพปัญหาหลายด้าน อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขาดการบริหารจัดการเรื่องตลาดแบบบูรณาการสำหรับสินค้าหัตถอุตสาหกรรม สินค้าเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป และผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดสินค้าล้นตลาด รวมถึงสินค้าเซรามิกที่มีปริมาณการจำหน่ายและความนิยมในสินค้าลดลง สินค้าอัตลักษณ์ลำปางจากผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและหัตถอุตสาหกรรมมีจำนวนลดลง เนื่องจากปัจจัยต่างๆ อาทิ ภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจในภาพรวมอันส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการผลิต นวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุอื่นที่ถูกนำมาใช้ทดแทน เช่น สแตนเลส ภาชนะและบรรจุภัณฑ์ธรรมชาติ รวมถึงการตีตลาดของสินค้าจากต่างประเทศ (สินค้าเซรามิกจากประเทศจีน) ที่มีราคาไม่แพงและรูปแบบหลากหลายน่าสนใจอันส่งผล

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นและเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่มีมาช้านาน ซึ่งเป็นจุดเด่นและเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศและผลิตภัณฑ์ทางภูมิปัญญาในรูปแบบต่างๆ โดยนำเสนอผ่านกิจกรรม เทศกาล และภูมิปัญญา ประเพณีพื้นถิ่น</p> <p>4. ทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายและเป็นวัตถุดิบหลักสำคัญในภาคอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นถิ่น และการผลิตต่างๆ เช่นอุตสาหกรรมเซรามิก อุตสาหกรรมแปรรูปไม้เศรษฐกิจ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางหัตถอุตสาหกรรมต่างๆ</p> <p>5. สถาบันการศึกษาทุกระดับ ในบทบาทหน้าที่ของการสนับสนุน การพัฒนาขับเคลื่อนด้านต่างๆของจังหวัดลำปาง ด้วยกระบวนการทางวิชาการ ในการแลกเปลี่ยนและสร้างองค์ความรู้ สร้างนวัตกรรม และการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาจังหวัดในด้านต่างๆ เช่น ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ด้านคุณภาพชีวิต ด้านการออกแบบและพัฒนาผลงานทางหัตถอุตสาหกรรม เป็นต้น</p>	<p>กระทบต่อความต้องการในแหล่งตลาดเพื่อขายสินค้าแห่งใหม่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขาดแรงงานทักษะฝีมือและความชำนาญเฉพาะด้าน เนื่องจากการเคลื่อนย้ายแรงงาน หรือการอพยพถิ่นฐานของประชาชนเพื่อหางานในพื้นที่เขตเมืองหลักของประเทศ รวมถึงประชากรวัยแรงงานลดน้อยลง ผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น <p>2. การบริหารจัดการโดยโดยพื้นฐานของจังหวัด ที่ยังขาดการบูรณาการในทุกมิติอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขาดการบริหารจัดการด้านระบบสาธารณสุขโรคและระบบสาธารณสุขขั้นพื้นฐานที่ยังขาดการวางแผนและการดำเนินงานเชิงบูรณาการร่วมกันอย่างถูกต้องเหมาะสม ระหว่างหน่วยงานรับผิดชอบด้านต่างๆในจังหวัดลำปาง - ขาดระบบฐานข้อมูลกลางทางสังคมของจังหวัดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน สำหรับนำไปวิเคราะห์หาแนวทาง การพัฒนาและแก้ไขปัญหาได้อย่างสอดคล้องตามข้อเท็จจริง <p>3.ปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลาย เนื่องจากบุกรุกพื้นที่ป่าและการนำไม้หวงห้ามมาใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัว รวมถึงปัญหาการเผาป่า ซึ่งอัตราการปลูกทดแทนยังไม่สัมพันธ์กับจำนวนที่ถูกนำไปใช้และถูกทำลาย</p> <p>4. การดำเนินงานของเครือข่ายภาคประชาชนในจังหวัดลำปาง ซึ่งมีอยู่ค่อนข้างมาก แต่ยังขาดการติดต่อประสาน เพื่อบูรณาการเชื่อมโยงกระบวนการดำเนินงานไปในทิศทางร่วมกันอย่างชัดเจน</p>

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ในประเด็นด้านการพัฒนาสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดลำปาง ทั้งด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนในด้านการประกอบธุรกิจ ด้านการพัฒนาระบบการผลิต การบริหารจัดการ การส่งเสริมและพัฒนาผู้ผลิตด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรมและการออกแบบเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการของตลาด บนพื้นฐานของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ อันเป็นปัจจัยที่เอื้อ หรือส่งผลกระทบต่อการพัฒนา ซึ่งมุ่งทราบถึงโอกาสและอุปสรรค โดยสรุปได้ดังนี้

โอกาส (Opportunity) พบว่า ในจังหวัดลำปางมีประเด็นสำคัญที่เป็นปัจจัยเอื้อ หรือ โอกาสในการส่งเสริมต่อการดำเนินงานพัฒนาจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลักได้แก่

ประการที่หนึ่ง คือ นโยบายขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศของรัฐบาลในมิติต่างๆ ที่สำคัญต่อทิศทางการพัฒนาจังหวัดลำปาง จากการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดลำปางพบว่า โอกาสและ ศักยภาพของจังหวัดลำปางที่มีอยู่นั้น สามารถนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่างๆโดยสรุปคือ การ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เน้นย้ำถึง ความผูกพันของนักท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์แท้จริงจากการ เรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดความจดจำและประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว และคำนึงถึง สิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ รวมถึงการพัฒนาการผลิตสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน หัตถอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และพัฒนาให้ประชาชนมีสังคมและ คุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และ สภาพแวดล้อมที่ดี โดยยึดแนวทางการพัฒนาในทุกมิติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งนำมาสู่ การให้นิยามภายใต้วิสัยทัศน์ “เมืองลำปางน่าอยู่ นครแห่งความสุข” ให้มีความชัดเจนในแนว ทางการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีเป้าหมายระยะแรกของการพัฒนาที่เน้นการพัฒนาภายใต้ แนวคิด “ชุมชนวิถีพอเพียง เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์” และระยะที่ 2 พัฒนาไปสู่ “เมืองวัฒนธรรม ที่มีความทันสมัย พัฒนาบนฐานของทุนทางสังคมวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อศักยภาพและ ขีดความสามารถสู่การแข่งขันในตลาดโลก Local to Global”

ประการที่สอง คือ การเข้าสู่กลุ่มประเทศประชาคมอาเซียนและอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง เป็นเสมือนประตูทางเชื่อมสู่ตลาดการเดินทางระหว่างกันของประเทศสมาชิกอาเซียน ทำให้จังหวัดมี โอกาสการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น นำไปสู่การเพิ่มรายได้ของจังหวัด ด้วยจังหวัดลำปางถือเป็นประตูของภูมิภาคทางภาคเหนือ เป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนที่เป็นเส้นทางคมนาคมท่องเที่ยว ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดต่างๆ พร้อมทั้งการขนส่งสินค้าเพื่อรองรับการประกอบอุตสาหกรรมและบริการในด้านต่างๆถือเป็นโอกาสที่สำคัญทางเศรษฐกิจ ที่จะขยายตลาดการค้า กระตุ้นการลงทุน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สำคัญของจังหวัดลำปาง เช่น สินค้าเซรามิก สินค้าผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม และสินค้าเกษตรปลอดภัย เป็นต้น

ประการที่สาม คือ กระแสความตื่นตัวและการพัฒนาขับเคลื่อนของภาคประชาสังคม ใน การมีส่วนร่วมพัฒนาไปทุกๆมิติ ที่มีเพิ่มมากขึ้นต่อเนื่องในประเทศ โดยการเปิดโอกาสให้ภาค ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการบ้านเมืองอย่างถูกต้องตามกฎหมาย อันเป็นแรงกระตุ้นเสริม การเรียนรู้ของภาคประชาชนเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของเครือข่าย และเพื่อประโยชน์สุขแก่ภาค ประชาชนเอง

อุปสรรค / ปัญหา (Threats) พบว่า จังหวัดลำปางมีประเด็นสำคัญที่เป็นปัจจัยอุปสรรคต่อ การดำเนินงานพัฒนาจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย ประเด็นหลัก 3 ได้แก่

ประการที่หนึ่ง คือ สถานการณ์ด้านการเมืองและความมั่นคง ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ที่มีความละเอียดอ่อนซับซ้อนของสภาพปัญหา ทั้งในด้านเสถียรภาพและความคิดเห็นที่แตกต่าง ส่งผลกระทบต่อความไม่มีเสถียรภาพของนโยบายในการพัฒนา ประกอบกับสงครามการค้าระหว่างประเทศมหาอำนาจ ซึ่งส่งผลให้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกมีความผันผวน และส่งผลกระทบต่อเนื่องมายังเศรษฐกิจโดยรวมในประเทศไทย ทั้งในด้านการค้าการลงทุน ประกอบกับภาระหนี้สาธารณะ ที่มีผลต่อความพยายามขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจไทยหลุดพ้นจากการเป็นประเทศรายได้ปานกลางอันเป็นผลกระทบต่อนโยบายเศรษฐกิจในระดับจังหวัด

ประการที่สอง คือ ปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้านมลพิษทางอากาศ อันเป็นประเด็นปัญหาในด้านทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ในกระแสสำคัญประการหนึ่งของประเทศและของโลก โดยสถานการณ์ที่ผ่านมาพบว่า ประเทศไทยพบวิกฤติในด้านนี้ ซึ่งสาเหตุหลักของการเกิดมลพิษประเภทหมอกและควันในเขตพื้นที่ 9 จังหวัดภาคเหนือ เกิดจากการเผาในที่โล่งและไฟไหม้ป่า รวมถึงฝุ่นละอองในพื้นที่ ที่มาจากการฟุ้งกระจายของฝุ่นละอองในโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆในพื้นที่

ประการที่สาม คือ การเข้าสู่สังคมสูงอายุ ด้วยแนวโน้มสังคมผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเรื่อยๆทั่วโลก โดยเริ่มจากประเทศที่พัฒนาแล้วมีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี และตามมาด้วยประเทศกำลังพัฒนา เมื่อมีผู้สูงอายุมากขึ้นทำให้ปัจจัยการผลิตทางด้านแรงงานลดลง การออมลดลง รัฐบาลจำเป็นต้องเพิ่มงบประมาณค่าใช้จ่ายทางสวัสดิการและการรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น เพื่อดูแลและปฐมพยาบาลผู้สูงอายุมากขึ้นทำให้การลงทุนลดลง รายได้ของประเทศชาติลดลง ทั้งนี้การที่แรงงานลดลงอาจแก้ไขโดยการนำเทคโนโลยี เครื่องจักรมาใช้ทดแทนแรงงานคนหรือใช้แรงงานต่างด้าว ซึ่งจะมีผลทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานมากขึ้น หากไม่มีการเตรียมความพร้อมการจัดสรรทรัพยากรแรงงานที่ลดลง จะมีผลกระทบต่อนโยบายทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ทำให้รายได้ของประเทศชาติลดลงได้ ดังนั้นการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โครงสร้างของประชากรเปลี่ยนแปลงไป มีสัดส่วนของผู้สูงอายุมากขึ้นย่อมทำให้เกิดผลกระทบทั้งภาคเศรษฐกิจและสังคม และมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวมหากขาดการวางแผนระบบการบริหารจัดการ การจัดสรรสวัสดิการ รวมถึงนวัตกรรมต่างๆเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุที่มีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 3.2 โอกาสและอุปสรรค ปัญหา ในการพัฒนาจังหวัดลำปาง ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค / ปัญหา (Threats)
1. การวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดลำปางพบว่า โอกาสและศักยภาพของจังหวัดลำปางที่มีอยู่นั้น สามารถนำไปสู่การพัฒนาในด้านต่างๆโดยสรุปคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เน้นย้ำถึง	1. สถานการณ์ด้านการเมืองและความมั่นคง ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ที่มีความละเอียดอ่อนซับซ้อนของสภาพปัญหา ทั้งในด้านเสถียรภาพและความคิดเห็นที่แตกต่าง ส่งผลกระทบต่อความไม่มีเสถียรภาพของนโยบายในการพัฒนา

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค / ปัญหา (Threats)
<p>ความผูกพันของนักท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์แท้จริงจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดความจดจำและประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ รวมถึงการพัฒนาการผลิตสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน หัตถอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และพัฒนาให้ประชาชนมีสังคมและคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และสภาพแวดล้อมที่ดี</p> <p>2. ยึดแนวทางการพัฒนาในทุกมิติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งนำมาสู่การให้นิยามภายใต้วิสัยทัศน์ “เมืองลำปางน่าอยู่ นครแห่งความสุข” ให้มีความชัดเจนในแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีเป้าหมายระยะแรกของการพัฒนาที่เน้นการพัฒนาภายใต้แนวคิด “ชุมชนวิถีพอเพียง เมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์” และระยะที่ 2 พัฒนาไปสู่ “เมืองวัฒนธรรมที่มีความทันสมัย พัฒนabanฐานของทุนทางสังคมวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อศักยภาพและขีดความสามารถสู่การแข่งขันในตลาดโลก Local to Global”</p> <p>3. นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี งานวิจัย และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในด้านการสนับสนุนการผลิตทั้งภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ รวมถึงภาคสังคมอย่างต่อเนื่อง</p> <p>4. การเข้าสู่กลุ่มประเทศประชาคมอาเซียนและอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ถือเป็นโอกาสที่สำคัญทางเศรษฐกิจ ที่จะขยายตลาดการค้า กระตุ้นการลงทุน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สำคัญของจังหวัดลำปาง เช่น สินค้าเซรามิก สินค้าผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม และสินค้าเกษตรปลอดภัย</p> <p>5. กระแสความตื่นตัวและการพัฒนาขับเคลื่อนของภาคประชาสังคม ในการมีส่วนร่วมพัฒนาไปทุกมิติ ที่มีเพิ่มมากขึ้นต่อเนื่องในประเทศ</p>	<p>ประกอบกับสงครามการค้าระหว่างประเทศมหาอำนาจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวม และส่งผลกระทบต่อการลงทุนและการขยายตัวของเศรษฐกิจให้อยู่ในภาวะชะลอตัว ประกอบกับภาระหนี้สาธารณะ ที่มีผลต่อการขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจไทยหลุดพ้นจากการเป็นประเทศรายได้ปานกลางอันเป็นผลกระทบต่อนเศรษฐกิจในระดับจังหวัด</p> <p>2. ปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้านมลพิษทางอากาศ เช่นการบุกรุกพื้นที่ป่า การตัดไม้ทำลายป่า การเผาป่า ส่งผลให้แนวโน้มปัญหาหมอกควัน และฝุ่นละออง PM 2.5 ทั้งจากสภาพภูมิอากาศและการกระทำของมนุษย์ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพทั้งระยะสั้นและระยะยาวโดยเฉพาะเด็กและคนชรา และกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัด</p> <p>3.แนวโน้มของสถานการณ์เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลต่อโครงสร้างประชากรที่มีวัยสูงอายุเพิ่มขึ้น ขณะที่ประชากรวัยเด็กลดลง ทำให้จังหวัดลำปางขาดแคลนกำลังแรงงานการผลิต อันกระทบต่อภาวการณ์ขยายตัวทางเศรษฐกิจของจังหวัดในอนาคต</p>

3.1.1.2 การศึกษาศักยภาพชุมชนในภาพรวม จากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D)

เมื่อทำการศึกษาและกำหนดชุดโครงการฯ สู่กรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดลำปาง รวมถึงการวิเคราะห์ SWOT ศักยภาพและสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 แล้ว ต่อมาคือการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนเฉพาะกลุ่มอันเกี่ยวข้องกับงานวิจัย ที่ปฏิบัติงานศิลปหัตถกรรมในจังหวัดลำปาง ด้วยวิธี SWOT Analysis โดยทำการศึกษาเป็นภาพรวม ทั้งชุมชนหัตถกรรมที่เป็นผลิตภัณฑ์แบบเดียวกัน ผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน และผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เป็นการศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมในจังหวัดลำปาง รวมถึงการศึกษาปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น อาทิ กระบวนการพัฒนาการจัดการความรู้ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของข้อมูลพื้นฐาน และการศึกษาพัฒนากระบวนการผลิต เพื่อให้การปฏิบัติงานออกแบบนั้นมีการปรับปรุง แก้ไข พัฒนาไปในทิศทางที่ถูกต้อง เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนที่ทำงานศิลปหัตถกรรมได้ตรงประเด็น

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลจากชุมชน เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ก่อนเข้าสู่กระบวนการออกแบบ ทั้งการนำจุดเด่นที่มีไปพัฒนาต่อยอด การแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อลดจุดอ่อนจากปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่ชุมชนประสบ และการปรับใช้โอกาสสู่การต่อยอดปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ผู้ปฏิบัติงานจึงได้ทำการร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และบริษัท ปรีณ คอมเมอร์เชียล จำกัด ดำเนินการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการโครงการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D)¹² ซึ่งการจัดประชุมฯ มีเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่มศิลปหัตถกรรมที่เริ่มเข้าสู่การพัฒนา ค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค การให้คำปรึกษาในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาผลิตภัณฑ์ (ดังภาพที่ 3.9 – 3.13)

¹² การจัดกลุ่ม OTOP Segmentation กลยุทธ์การส่งเสริมและแนวทางการพัฒนาเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาที่มีความชัดเจนเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) จำแนกได้ 4 กลุ่ม ประกอบด้วย **กลุ่ม A** ดาวเด่นสู่สากล : สินค้ามีคุณภาพ ราคาสูงและผลิตได้ปริมาณมาก, **กลุ่ม B** อนุรักษ์สร้างคุณค่าในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ : สินค้ามีคุณภาพราคาสูงและผลิตในปริมาณน้อย เพื่อตอบสนองลูกค้าเฉพาะราย, **กลุ่ม C** พัฒนาเข้าสู่ตลาดการแข่งขัน : สินค้ามีคุณภาพ/ราคาต่ำและผลิตได้ปริมาณมาก และ **กลุ่ม D** ปรับตัวเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานการผลิต : สินค้ามีคุณภาพ/ราคาต่ำและผลิตได้ปริมาณน้อย โดย**กลุ่ม D (Quadrant D)** มุ่งเน้นเสริมสร้างองค์ความรู้, เสริมสร้างทักษะฝีมือแรงงานและเพิ่มทางเลือกด้วยการส่งเสริมอาชีพเสริม, ส่งเสริมให้มีระบบพี่เลี้ยง เพื่อวินิจัย/วิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินธุรกิจและให้คำปรึกษาแนะนำ, ให้การพัฒนาและเสริมสร้างความรู้การดำเนินธุรกิจ, การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์, ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานและรักษาคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐาน เพิ่มประสิทธิภาพ กระบวนการผลิต, พัฒนาระบบการผลิตอย่างเป็นระบบและเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน ลดความสูญเสียจากการผลิต โดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม, ส่งเสริมให้มีการจับคู่ระหว่างผู้รับจ้างผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า และส่งเสริมการเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น (*คู่มือการดำเนินงานผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่. 2558 : 55-62*)

ผู้ปฏิบัติงานได้ทำการคัดเลือกจากกลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) ที่มาเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง ประจำปี 2562 โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งคัดเลือกจากกลุ่มที่สมัครเข้าร่วมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง โดยมีพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง เป็นผู้ร่วมในการคัดเลือกกลุ่มที่มีความเหมาะสม และมีทิศทางที่สามารถปรับตัวสู่การพัฒนาได้ จำนวน 70 กลุ่มได้แก่

- 1) ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม (30)
- 2) ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร (9)
- 3) ประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่ง (19)
- 4) ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย (12)

โดยในการศึกษาได้เน้นหนัก ถึงกลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนาประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่ง จำนวน 19 ผู้ประกอบการ ประกอบด้วยในอำเภอเมือง(3) เกาะคา(3) เสริมงาม(1) จาว(1) แจ้ห่ม(2) วังเหนือ(3) เลิน(2) แม่ทะ(3) ห้างฉัตร(1) และ กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 12 ผู้ประกอบการ ประกอบด้วยในอำเภอเมือง(2) เกาะคา(2) จาว(1) วังเหนือ(2) แม่พริก(1) สบปราบ(3) เมืองปาน (1) รวมจำนวนทั้งสิ้น 31 ผู้ประกอบการ



ภาพที่ 3.9 จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) วันที่ 6-7 มิถุนายน 2562 ณ ห้องประชุมจาววัง โรงแรมริเจนท์ ลอดจ์ อ.เมือง จ.ลำปาง โดยได้รับความร่วมมือจากพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยและบริษัท ปรี้น คอมเมอร์เชียล จำกัด (ที่มา : ถ่ายภาพโดยผู้ปฏิบัติงาน, ห้องประชุมจาววัง โรงแรมริเจนท์ ลอดจ์ จ.ลำปาง, วันที่ 6-7 มิถุนายน 2562)



ภาพที่ 3.10 การประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการตลาด จำนวน 70 กลุ่มต่อราย โดยในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP มีเนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของสินค้า

(ที่มา : ถ่ายภาพโดยผู้ปฏิบัติงาน, ห้องประชุมจาววัง โรงแรมรีเจนท์ ลอดจ์ จ.ลำปาง, วันที่ 6-7 มิถุนายน 2562)



ภาพที่ 3.11 การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการโครงการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) มีเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ให้คำปรึกษาในการพัฒนา แก้ไขปัญหารายผลิตภัณฑ์
(ที่มา : ถ่ายภาพโดยผู้ปฏิบัติงาน, ห้องประชุมจาววัง โรงแรมรีเจนท์ ลอดจ์ จ.ลำปาง, วันที่ 6-7 มิถุนายน 2562)



ภาพที่ 3.12 การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการโครงการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) เพื่อทำการศึกษาศักยภาพชุมชนผู้ปฏิบัติงานศิลปหัตถกรรม อันทำให้ทราบถึงปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมของจังหวัดลำปาง (ที่มา : ถ่ายภาพโดยผู้ปฏิบัติงาน, ห้องประชุมจาววัง โรงแรมรีเจนท์ ลอดจ์ จ.ลำปาง, วันที่ 6-7 มิถุนายน 2562)



ภาพที่ 3.13 การจัดประชุมฯ ได้ให้กลุ่มที่เข้าร่วมทั้งสิ้น 70 กลุ่มต่อราย (โดยในการศึกษาทำการรวบรวมเฉพาะกลุ่มที่เกี่ยวข้องจำนวน 31 กลุ่ม) ทำการปฏิบัติ การวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค เพื่อนำมารวบรวม ศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม

(ที่มา : ถ่ายภาพโดยผู้ปฏิบัติงาน, ห้องประชุมจาววัง โรงแรมรีเจนท์ ลอดจ์ จ.ลำปาง, วันที่ 6-7 มิถุนายน 2562)

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนาผลงานออกแบบหัตถอุตสาหกรรมของจังหวัด

ลำปาง (SWOT Analysis)

ผลการวิเคราะห์การพัฒนาผลงานออกแบบหัตถอุตสาหกรรมของจังหวัดลำปาง (SWOT Analysis) จากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์ 2 กลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องได้แก่ กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้ และของตกแต่ง และ กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 31 กลุ่มผู้ประกอบการ (12 อำเภอ) รวมถึงข้อมูลบางส่วนจากอีก 2 กลุ่มที่มีความเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กัน เพื่อทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่างๆที่เกิดขึ้นได้อย่างครอบคลุม จากการศึกษาสามารถสรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ในประเด็นด้านต่างๆที่สอดคล้องกับการพัฒนาผลงาน และผลิตภัณฑ์จากการออกแบบหัตถกรรมและการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม ซึ่งมุ่งทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบต่อการพัฒนา โดยสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) ใน จ.ลำปาง

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>1. ผลงานผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากอัตลักษณ์ชุมชนที่มีคุณค่า อันมาจากการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการต่อยอด และกรรมวิธีการผลิตด้วยมือ (Handmade) ทุกขั้นตอน มีความประณีตงดงามละเอียด (บางสินค้าได้ใบรับรองการคัดสรรผลิตภัณฑ์) โดยผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์นั้นจะมีรูปแบบและลวดลายมีอัตลักษณ์ในตนเอง (เช่น รูปแบบไก่ขาว ที่พบเห็นในผลงานเซรามิกส์) ไม่เหมือนใคร เป็นงานที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ความเป็นตัวของตัวเอง (Original) สามารถทำงานออกแบบได้ตามความชอบ ไม่เลียนแบบใคร</p> <p>2. ช่างมีฝีมือทางงานศิลปหัตถกรรมและหัตถอุตสาหกรรมสูง มีความสามารถเชิงช่าง และทักษะเฉพาะบุคคล มีเอกลักษณ์(เป็นงานศิลปะ) มีเทคนิคและเครื่องมือเป็นของตนเอง สินค้าได้มีการพัฒนาแบบอยู่เสมอ สินค้าบางอย่างสามารถพัฒนาปรับเปลี่ยนวัตถุดิบตามความต้องการของผู้บริโภคได้รวมถึงสามารถแก้ไขรูปแบบผลงานสินค้า หรือแก้ปัญหาตามความต้องการของผู้บริโภคได้</p>	<p>1. ช่างผู้ผลิตขาดทักษะในเรื่องศิลปะและการออกแบบ ขาดความคิดสร้างสรรค์ รูปแบบผลิตภัณฑ์จึงไม่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับการขายในปัจจุบัน แม้ว่าเป็นสินค้าที่มีประโยชน์ใช้งานได้จริง แต่สินค้าไม่มีความโดดเด่น น่าสนใจและบางสินค้าผลิตได้ยากอันก่อให้เกิดจากภูมิปัญญาที่สืบทอดมา เช่นการแกะสลักไม้ให้เป็นลวดลายไทยต่างๆที่มีความละเอียด ประณีต งดงาม</p> <p>2. ผลิตได้ช้าเพราะใช้ฝีมือ ใช้ภูมิปัญญาและทักษะเชิงช่างในการผลิต แต่ไม่สามารถเพิ่มราคาสินค้าได้</p> <p>3. วัสดุในการผลิตเช่นไม้ หวาย มีราคาที่สูงขึ้น แต่สินค้าไม่สามารถเพิ่มราคาได้ ตามวัสดุที่แพงขึ้น</p> <p>4. ใช้เวลานานในการผลิตสินค้า กำลังในการผลิตต่ำและผลิตได้จำนวนจำกัด เพราะ เป็นการทำงานด้วยมือ Handmade ไม่มีจำนวนคน(ช่าง) ที่เพียงพอ จึงทำให้ขั้นตอนการผลิตสินค้าได้ช้าและได้ผลงานจำนวนไม่มาก (จะเป็นลักษณะต่อคน ต่อวัน ต่อวัน)</p>

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>3. เป็นการประยุกต์ใช้วัตถุดิบ(วัสดุพื้นถิ่น) และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการใช่วัสดุได้อย่างคุ้มค่า ใช่วัสดุที่สามารถหาได้ในท้องถิ่นและเป็นสิ่งที่ได้จากธรรมชาติ</p> <p>4. ชุมชนต่าง ๆ มีการทำงานต่อเนื่องกันมายาวนานหลายรุ่น สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายรูปแบบ เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้นคนในชุมชนจึงมีความใส่ใจในตัวผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มีความเข้าใจในวัสดุ สามารถอธิบายประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้ (ชาวบ้านทำเองทุกขั้นตอน)</p> <p>5. เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ สินค้าบางรูปแบบเป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่มีผู้ผลิตมาก่อน มีคุณภาพ มีหลากหลายแบบให้เลือก เก็บได้นาน และมีความคงทนแข็งแรง</p> <p>6. ผลิตภัณฑ์บางอย่างสามารถผลิตได้ ด้วยต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก(ใช้วัสดุและอุปกรณ์เดิมมีอยู่แล้ว) ขั้นตอนการผลิตไม่ยุ่งยากมาก อันเกิดจากความชำนาญของคนในชุมชน</p> <p>7. งานไม้และงานหิน ที่ใช้เทคนิคการกลึงเข้ามาช่วย(งานละเอียด) ทำให้ลอกเลียนแบบได้ยาก และผลงานบางชิ้นผลิตจากวัสดุที่เหลือนหรือเป็นเศษวัสดุที่เหลือจากการทำงานศิลปหัตถกรรม</p> <p>8. สินค้าบางรูปแบบมีขนาดเล็กไม่ใหญ่ สามารถซื้อเป็นของฝากได้ และสินค้าบางประเภท เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นในครัวเรือน</p> <p>9. ราคาไม่แพง ราคาจับต้องได้ มีคุณภาพ คุ้มค่า คุ้มราคา และบางสินค้าจะมีลูกค้าประจำ</p>	<p>5. สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ตลาดอุตสาหกรรมส่วนใหญ่แยกการผลิต ไม่มีการรวมกลุ่ม กลุ่มชุมชนขาดการติดต่อร่วมมือและประสาน ต่างคนต่างทำ ไม่มีการจัดกลุ่มหรือร่วมกันทำงานระหว่างชุมชน</p> <p>6. ปัญหาจากการคัดลอก และเลียนแบบผลงาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - งานผลิตภัณฑ์ที่ได้ซ้ำกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนอื่นๆ - ไม่ได้รับการจดสิทธิบัตร, ลิขสิทธิ์ โดน Copy และง่ายต่อการลอกเลียนแบบสินค้า - สินค้าที่ได้ลอกเลียนแบบใช้วัสดุที่ต่ำกว่า จึงสามารถขายได้ในราคาที่ต่ำกว่า <p>7. ปัญหาจากวัสดุที่ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานและสินค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - วัสดุจากทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบในท้องถิ่นที่มีเริ่มลดลง เหลือน้อยลง (อาจไม่เพียงพอในอนาคต) และเริ่มหาได้ยาก อาทิ ไม้ หิน ดิน และหวาย เป็นต้น - ปัญหาที่เกิดจากวัสดุ เช่น หนักร้อนไม้หด ไม้ไผ่และหวายขาดตลาด ไม้ตากไม่แห้งมีความชื้น เศษหินขนาดไม่เท่ากัน ยากต่อการผลิตเป็น Mass Product - วัสดุบางชนิดไม่ได้ผลิตเอง หรือสามารถหาได้เองตามธรรมชาติ จึงต้องจัดซื้อ ราคาจึงขึ้น-ลงตามท้องตลาด - วัตถุดิบแต่ละช่วงไม่เท่ากัน(ทั้งหิน ไม้และหวาย) ถ้าช่วงไหนวัตถุดิบมาน้อย ราคาจะสูงขึ้น - ผลิตภัณฑ์บางชนิดไม่ทนทานแข็งแรง แตกหักง่าย หรือทนต่อสภาพอากาศได้ดีมากนัก (ความชื้นทำให้ไม้แตกหักง่าย) - ปัจจุบันยังใช้วัตถุดิบเดิมๆจึงทำให้รูปแบบสินค้ามีจำกัด (มีรูปแบบจำกัด)

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
	<p>8. ปัญหาเรื่องการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาเรื่องการตลาด จำหน่ายได้แต่ลูกค้าเดิม และกลุ่มคนที่รู้จัก (พ่อค้าคนกลางหน้าเดิม) และถ้าไม่มียอดสั่ง (Order) จะสั่งผลิตไม่มากนัก - มีการแข่งขันทางการตลาดสูง คู่แข่งในตลาดมีมาก - ผลงานไม่มีสถานที่หรือแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ชัดเจน ผลิตสินค้าแล้วไม่สามารถจำหน่ายได้ - ไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์น้อย (ขาดการประชาสัมพันธ์ เพื่อการขยายตลาด) - ขาดบุคลากรด้านการขาย Social Media - ขาดต้นทุนในการสนับสนุน ที่จัดจำหน่ายมีน้อย (งานเมืองทองธานี มีปีละครั้ง) ต้องหาตลาดเอง มีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก - ไม่มีตัวแทนจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ค่อยมีใครรู้จัก - ไม่มีหน่วยงานมาสนับสนุนเท่าที่ควร <p>9. ขาดงบประมาณในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ เนื่องจากการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความเสี่ยงและมีการลงทุนที่สูง</p> <p>10. สินค้าบางอย่างมีราคาที่แพงกว่าสินค้าที่มาจากระบบอุตสาหกรรม และในการพัฒนา也不能สร้างผลงานออกมาได้เหมือนกันทั้งหมดตามระบบงานอุตสาหกรรม เพราะทำด้วยมือ</p> <p>11. ช่างฝีมือเหลือน้อยลง และมีอายุมากขึ้น ส่งผลให้ขาดแรงงานในการผลิต (ลูกหลานไม่รับช่วงต่อ ไม่มีคนสืบทอดทักษะภูมิปัญญา) การผลิตจึงล่าช้า</p> <p>12. ต้นทุนสูงขึ้น (ค่าวัสดุ, ค่าน้ำมัน) การขนส่งลำบาก อยากให้มีการลดต้นทุนให้ต่ำลง</p> <p>13. ไม่สามารถขึ้นราคาจำหน่ายได้ (บางสินค้าจำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น) ตามกลไกการขอการรับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และงานขนาดใหญ่สามารถนำไปจำหน่ายได้หลายที่</p>

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ในประเด็นด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับการพัฒนาผลงาน และผลิตภัณฑ์จากการออกแบบหัตถกรรมและการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม ซึ่งมุ่งทราบถึงโอกาส และอุปสรรค อันเป็นปัจจัยที่เอื้อ หรือส่งผลกระทบต่อการพัฒนา โดยสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก กลุ่มผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) ใน จ.ลำปาง

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค / ปัญหา (Threats)
<p>1. วัสดุและเทคนิคเชิงช่างเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค จึงพอมีช่องทางในการจำหน่าย เนื่องจากมีจุดขายของสินค้า มีการยอมรับจากผู้บริโภค สินค้าดี มีคุณภาพเป็นวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น และสินค้าบางอย่างมีอยู่ที่เดียวในประเทศ (ดินเซรามิกส์และหินที่แม่เมาะ) ซึ่งหาไม่ได้จากจังหวัดอื่นๆ</p> <p>2. ต้องมีเงินทุน กลุ่มต้องมีความพร้อม ต้องมีความร่วมมือกัน และมีแนวทางการจัดกลุ่ม OTOP ลำปางมาพัฒนาฟื้นฟูใหม่</p> <p>3. ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และหน่วยงานในพื้นที่ ในด้านความรู้การประยุกต์ต่อยอดจากที่มีสินค้าอยู่เดิม และมีการจัดประชุมให้ความรู้ในเรื่องศิลปะและการออกแบบ การอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การศึกษาดูงานนอกสถานที่จากสินค้าแบบอื่นๆ รวมถึงควรเพิ่มเติมการประชุมการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมและสินค้าอยู่เป็นระยะ และประเมิน ติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ</p> <p>4. สามารถพัฒนาต่อยอดสินค้า สามารถแตกสายในการผลิตสินค้าจากการพัฒนาได้อย่างหลากหลาย และ ส่งเสริมการขยายช่องทาง ทางธุรกิจได้อีกมาก โดยสามารถประยุกต์และพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม ให้เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ได้อยู่เสมอ เช่นงานจักสานสามารถแปรรูปได้หลากหลายลักษณะ รวมถึงการแสวงหาวัสดุอื่นๆ มาใช้ร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้</p> <p>5. มีโอกาสสามารถเพิ่มช่องทางทางการตลาดได้ เช่นขายใน Website และสื่อ Social</p>	<p>1. การ Copy แบบสินค้า ยากต่อการหนีการลอกเลียนแบบ ซึ่งการตลาดที่มีสินค้าเหมือนกัน ทำให้มีการตัดราคาขายเกิดขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีสินค้าที่เหมือนกันเยอะมากแตกต่างเพียงใช้มือและใช้เครื่องจักรในการผลิตเท่านั้น เหตุจากการแข่งขันสูงในท้องตลาด มีคนทำเยอะ ราคาถูก กำไรน้อย คู่แข่งเก่งและมีทุนที่มากกว่า</p> <p>2. สมาชิกกลุ่มขาดความรู้ การพัฒนาในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิตและความรู้ทางการตลาด และธุรกิจ รวมถึงในการพัฒนาไม่มีเครื่องจักรหรือเทคนิคใหม่ๆ ในการสร้างสินค้า (ไม่มีเครื่อง CNC เครื่อง Lacer Cutting)</p> <p>3. ไม่ทราบความต้องการของตลาดและความต้องการของผู้บริโภคได้ชัดเจน โดยที่จำหน่ายได้นั้นเป็นลูกค้าและตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่นของตกแต่งและสินค้าบางประเภท</p> <p>4. การเดินทางในจังหวัดลำปางค่อนข้างลำบาก ไม่มีการท่องเที่ยวมากนัก (ถ้าเป็นการท่องเที่ยวหน้าหนาว วัดพระธาตุ หรือวัดพระบาท จะสามารถจำหน่ายสินค้าได้) ลูกค้าจึงมาซื้อสินค้าจากชุมชนได้ลำบากและไม่มีแหล่งที่จัดจำหน่ายในเมือง</p> <p>5. เก็บรักษาสินค้าได้ยาก (บางชนิดสินค้า) เสี่ยงต่อการขึ้นรา หรือมอด เมื่อเก็บไว้นานๆ เนื่องจากเป็นวัสดุธรรมชาติ อันมาจากสภาพภูมิอากาศ ฝนอากาศชื้น ส่งผลต่อการผลิตสินค้า (ฤดูฝนมีผลต่อการผลิตสินค้า)</p>

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค / ปัญหา (Threats)
<p>6. มีการนำเศษที่เหลือจากการผลิตงานหัตถกรรมนำมาใช้สร้างสรรค์ผลงาน (เศษไม้, เศษหิน) มีโอกาสเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น ซึ่งผู้บริโภคในปัจจุบันมีทิศทางในการสนใจนวัตกรรมใหม่ๆ การเลือกใช้วัสดุให้เกิดความคุ้มค่า การใช้เศษวัสดุที่เหลือใช้มาผลิตและสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆได้</p> <p>7. ต้องทำให้สินค้าได้รับการคัดสรรค มผช. (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) หรือ การคัดสรรคหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยเพื่อเพิ่มโอกาสในการจัดจำหน่ายสินค้าได้กว้างมากขึ้น</p> <p>8. มีนโยบายของประเทศ ในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรอง</p> <p>9. สามารถจำหน่ายหรือ ขยายตลาดไปทั่วประเทศหรือต่างประเทศ จะเป็นโอกาสเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าได้อีกมาก เป็นการสร้างโอกาสที่ดีและได้ลูกค้าใหม่ได้เยอะมากขึ้น เช่นขายส่งตามต่างจังหวัด เช่น อัมพวา จ.อยุธยา จ. กาญจนบุรี เป็นต้น</p> <p>10. สินค้าขึ้นเล็ก หน้าเทศกาลต่างๆจะสามารถจำหน่ายได้ดี เช่น งานปีใหม่ งานสงกรานต์ งานลอยกระทง เป็นต้น และลูกค้าที่ชื่นชอบสินค้ากลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง</p>	<p>6. วัสดุไม่เพียงพอ วัสดุบางอย่างต้องเดินทางไกลต้องใช้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากขึ้น ราคาวัสดุที่สูงขึ้น และวัสดุเริ่มหายากลำบาก (ไม้ไผ่หาได้ยากขึ้น) ทำให้ผลิตได้ในปริมาณน้อย รวมถึงอุปกรณ์ต่างๆในจังหวัดลำปางไม่เพียงพอ เช่น Joint กาว แต่ถ้ามีคุณภาพสูงจะมีราคาแพง แม้ว่าปัจจุบันวัสดุบางประเภทเข้ามาทดแทนการผลิตได้บ้างเช่นพลาสติกที่แข็งแรงไปไม่สามารถจักสานได้ และใช้งานไม่เหมาะสม</p> <p>7. ความคุ้นเคย ทศนคติ ความเข้าใจ และความเชื่อเดิมของผู้บริโภคว่าของที่ดีต้องเป็นของที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม และผู้บริโภคในตลาดยึดติดกับสินค้าราคาถูก ไม่นึกถึงประโยชน์การใช้งาน</p> <p>8. ต้องการผู้นำและการสนับสนุน ปัญหาขาดเงินทุนในการพัฒนาสินค้าและการขยายตลาด ขาดสถานที่ในการจัดจำหน่าย สถานที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการขาย ไม่มีความรู้เรื่องการตลาดมากเท่าที่ควร ไม่มีตลาดที่แน่นอน ไม่มีตลาดรองรับ แม้ว่าบางกลุ่มมีการเปิดหน้าร้านเอง แต่ต้องจัดของ วางของ และเก็บร้านทุกวัน ไม่คุ้มกับเวลาและขายสินค้าไม่ได้</p> <p>9. จากต้นทุนที่ต่ำ(เป็นผลงานจากชุมชน) จึงไม่สามารถปรับราคาขายให้สูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจได้ ต้องทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่ต้องลงทุนไม่สูงมาก</p> <p>10. ไม่มีเวลาไปจำหน่ายสินค้าในต่างจังหวัดได้บ่อย เนื่องจากต้องผลิตสินค้า (สินค้าผลิตได้ช้าเพราะเป็นงาน(Handmade) ใช้มือในการผลิตทุกขั้นตอน จึงใช้เวลานานเกินไป</p>

3.1.1.3 การศึกษาและสำรวจ ข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถ ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตของชุมชน

เมื่อระบุประเด็นยุทธศาสตร์ตามกรอบแผนพัฒนาจังหวัด และทำการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน (SWOT Analysis) ของกลุ่มผู้สร้างสรรค์ศิลปหัตถกรรมในภาพรวมของจังหวัดลำปาง (กลุ่ม Quadrant D : เป็นกลุ่มที่ต้องได้รับการพัฒนา) เสร็จสิ้น ทำให้ทราบถึงปัจจัย เงื่อนไขที่สำคัญ และสามารถระบุแผนการดำเนินงานได้อย่างชัดเจนขึ้น ขั้นตอนต่อมาคือการลงพื้นที่ทำการศึกษาศักยภาพในเชิงลึกของชุมชน ที่ต้องการเข้าไปพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม และการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กลุ่มชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 แขนงที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการพัฒนา ซึ่งประกอบด้วย หมู่บ้านกะสลักบ้านหลุก, ชุมชนบ้านไร่ศิลาทอง, ชุมชนเซรามิกส์ และชุมชนจักสานไม้ โดยศึกษาข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของชุมชน, ผลิตภัณฑ์เดิมหรือสินค้าเดิม, ขอบเขตของการศึกษาและพัฒนา, ความต้องการในการพัฒนา เงื่อนไขต่างๆ ขั้นตอนกรรมวิธีการผลิต โดยได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบได้ว่าควรพัฒนาไปในทิศทางไหน เพราะที่ผ่านมาแม้ว่าข้อมูลในส่วนนี้เป็นสิ่งที่ต้องกระทำและลงพื้นที่ก่อนการออกแบบอยู่เสมอ แต่นักออกแบบบางส่วนมักจะศึกษาแบบไม่ลงลึก และไม่วิเคราะห์มากนัก เป็นลักษณะการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นแล้วดึงเข้าสู่การพัฒนาทางเดียว (เกิดการบูรณาการในการพัฒนางานออกแบบที่น้อย) เป็นการศึกษาเพื่อปรับเปลี่ยนการออกแบบเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ไม่ใช่การศึกษาเพื่อพัฒนา และการเพิ่มศักยภาพชุมชน ไม่ได้ค้นคว้าหาวิธีการใหม่ๆจากองค์ความรู้เดิมหรือที่คิดค้นวิธีการขึ้นใหม่มากนัก โดยวิเคราะห์แล้วใช้ผลลัพธ์นั้นมาสู่การออกแบบ เมื่อเป็นเช่นนี้ผลงานที่ได้จึงเป็นเพียงการนำผลิตภัณฑ์เดิมมาพัฒนาใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถทำได้ แต่ถ้าเป็นเช่นนี้ทั้งหมดผลิตภัณฑ์ที่ได้จะเป็นการประยุกต์หรือประดิษฐ์ มิใช่การพัฒนา ดังภาพที่ 3.14

ด้วยเหตุนี้จึงเกิดปัญหาตามที่วิเคราะห์ศักยภาพที่ผ่านมา เช่น ผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้นมีลักษณะรูปแบบ รูปทรงที่เหมือนกัน หรือคล้ายคลึงกันในทุกชุมชนและเกือบทุกจังหวัด จนไม่มีเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์เป็นของชุมชนหรือสังคมตนเอง เกิดการคัดลอกผลงานได้ง่าย จากที่ไม่มีวิธีการอะไรที่แปลกใหม่ คัดลอกแล้วปรับให้แตกต่างเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่งผลให้เกิดปัญหาต่อมาคือสินค้าสามารถแข่งกันลดและปีบราคาขายกันได้เรื่อยๆ(ราคาต่ำลง), ไม่สามารถจดสิทธิบัตรได้(เพราะปรับเล็กน้อย) เป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่สิ้นเปลืองจากการใช้ที่มากแต่ความคุ้มค่าน้อย จนถึงรูปแบบผลงานขาดเรื่องราว ความเป็นอัตลักษณ์ชุมชน ความเป็นวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สั่งสมของชุมชน อันต้องอธิบายตามเงื่อนไขของกรอบแผนพัฒนาจังหวัด ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาร่วมกับภาครัฐสู่การสนับสนุนในอนาคต ปัญหานี้เกิดมานาน ชุมชนหลายที่ใช้วิธีการที่ฉาบฉวย คัดลอกได้ดีแต่จำหน่ายได้เพียงชั่วคราว ไปต่อไม่ได้ ไม่เกิดการพัฒนายั่งยืน(ซึ่งต้องใช้เวลาในการพัฒนาชุมชนนั้นๆ) ภาครัฐไม่ได้ให้การสนับสนุน วัสดุหมดไปแบบไม่คุ้มค่า ผู้คิดค้นรูปแบบถูกคัดลอกแบบงานหมดกำลังใจและหันไปทำการคัดลอกซ้ำเหมือนชุมชนอื่นๆเพราะง่าย ไม่ต้องคิดมากเพียงมีทักษะที่ดีก็

สามารถกระทำได้ เป็นวัฏจักรที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งบางครั้งเกิดจากความต้องการของลูกค้า ผู้บริโภค หรือพ่อค้าคนกลางด้วยเช่นกันในการคัดลอกสินค้า เพื่อให้ได้ราคาการผลิตที่ต่ำลง



ภาพที่ 3.14 รูปแบบกระถางต้นไม้ จากการนำเศษหินที่ได้จากกระบวนการผลิตครกหินมาใช้ในการพัฒนา โดยรูปแบบของกระถางต้นไม้ที่ออกแบบ มีลักษณะที่ไม่ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบมากนัก เพียงนำเอากระถางพลาสติกที่มีขนาดเหมาะสมสวมลงไปบนหินที่ถูกเครื่องจักรคว้าน ลักษณะแบบนี้จึงสามารถกระทำได้ง่าย จึงง่ายต่อการคัดลอกชิ้นงานและมีเหมือนกันในทุกร้านค้า (ลงพื้นที่วันที่ 11 เมษายน 2564)

ในการลงพื้นที่เพื่อทำการศึกษาและสำรวจศักยภาพชุมชนเชิงลึก ได้นำวิธีวิธีคิด แนวคิดและรูปแบบการใช้ เหตุผล (Thinking and Style of Reasoning) แล้วแต่องค์ความรู้ประกอบในการศึกษาศักยภาพชุมชนนั้นๆ มาใช้ในการวิเคราะห์การออกแบบและคัดเลือกวิธีการเหล่านั้นมาใช้ในการพัฒนา อาทิเช่น แนวความคิด (Concept), ที่มาของแนวความคิด (Sources of Concept), รายละเอียดของแนวคิด (Details in Concept), แนวความคิดในการออกแบบกับการแก้ปัญหา (Problem Solving and Design Concept), ตัวแปรและแนวความคิดในการออกแบบ (Variables and Concepts in Design), เทคนิคการสร้างแนวความคิดในการออกแบบ (Method Techniques in Design Concept), ความคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking), แนวคิดแบบคู่ขนาน (Lateral Thinking), การเรียนรู้ระบบวิธีการแก้ปัญหา (Design Thinking), คิดแบบเชิงอุปมา อุปไมย เปรียบเทียบโดยมีนัยยะสำคัญ (The use of Analogy and Metaphor) และคิดแบบการผสมผสานให้เกิดรูปแบบใหม่ (New Combinations) เป็นต้น (อนันต์ สิริระกุล. 2547) เพราะวิธีคิดเหล่านี้จะสามารถจัดกระทำข้อมูล แจกแจงข้อมูลเป็นหลักฐานในการคัดเลือกวิธีคิด ซึ่งข้อมูลการวิเคราะห์เหล่านี้จะกลายเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการปฏิบัติงานออกแบบและพัฒนาต่อไป การศึกษาและสำรวจข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถ ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตของชุมชน จากโครงการฯได้ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบแยกส่วน (Morphology Analysis) มาใช้ในการแจกแจงและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน คัดแยกกรรมวิธีจากภูมิปัญญาทั้ง 4 แขนง แจกแจงการวิเคราะห์วิธีการทดลองการขึ้นรูป การผสมผสานวัสดุและภูมิปัญญาทั้งวิธีเดิมและวิธีใหม่จากทั้ง 4 ชุมชนศิลปหัตถกรรม ก่อนนำข้อมูลเหล่านั้นมาทำการคัดเลือกแนวคิด คัดเลือกวิธีการและสรุป ก่อนนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาต่อไป (โดยผลการวิเคราะห์กระบวนการคิดพัฒนาแบบแยกส่วน (Morphology Analysis) จะกระทำการอธิบายและแจกแจงข้อมูลในหัวข้อที่ 3.2)

ในการศึกษาข้อมูลและสำรวจกระบวนการทำงานศิลปหัตถกรรม หรือวิธีการผลิตสินค้าในเชิงลึก ผู้ปฏิบัติงานมีใช้ศึกษาเพียงข้อมูลพื้นฐานเท่านั้น ในส่วนนี้ควรทำการวิเคราะห์ ทำการทดลอง ทดสอบ หาแนวความคิดใหม่ๆในการพัฒนาต่อยอด ให้อยู่ในทิศทางพัฒนาที่เหมาะสมสอดคล้องกับปัจจัย เงื่อนไข และสามารถออกแบบสร้างสรรค์กระทำได้จริง รวมถึงควรทำการขึ้นต้นแบบทดลองวิธีการต่างๆนั้นและสร้างขึ้นมาจริงเพื่อทดสอบสิ่งที่พัฒนาขึ้น ซึ่งสามารถกระทำเป็นหุ่นจำลองแบบทดสอบ (Clay Study) แยกส่วนต่างๆได้ ซึ่งนั่นจะเป็นการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางที่เราสามารถนำมาใช้ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ต่อไป (ดังตัวอย่างการแจกแจงในภาพที่ 3.15 และจะทำการอธิบายข้อมูลทั้งหมดในหัวข้อที่ 3.2)

Morphology Analysis for Design Process

ภูมิปัญญาการแกะสลักไม้ บ้านตุ้ม ต.นาครี อ.แม่ทะ	ภูมิปัญญาการแกะหิน บ้านไร่คำทอง ต.พิชัย	ภูมิปัญญาการจักสาน ชุมชนบ้านห้วยเป้ง อ.เมือง	เซรามิคและเครื่องปั้นดินเผา อ.เกาะคา
<p>● หินและไม้ สามารถนำมาใช้ในการขึ้นรูปและสร้างวิธีการนำมาประกอบประติมากรรมชิ้นงานได้เข้ากันได้ง่าย เพราะวัสดุทั้ง 2 ชนิดนี้มีความหนาแน่น (หรือมีความหนาแน่นที่ต่ำ) สามารถนำมาใช้ในการประกอบและผสมผสานการออกแบบได้อย่างหลากหลายวิธีเพื่อให้เกิดเป็นรูปทรงเดียวกัน (Linking shape) เช่นการทำสลัก, การทาบซ้อน และการเย็บ เป็นต้น</p> <p>● ในขั้นตอนกรรมวิธีในการสร้างสรรค์ผลงานของการแกะสลักไม้และการแกะหินหรือการสร้างลวดลายลงบนหิน จะมีรูปแบบการทำงานที่คล้ายคลึงกัน ในลักษณะดังกล่าว สามารถที่จะใช้กระบวนการเดียวกันนี้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงาน เช่นการสร้างลวดลายให้เกิดความต่อเนื่อง การออกแบบแยกชิ้นเพื่อทำการประกอบผลงานเป็นชิ้น</p> <p>● หินและไม้ สามารถสร้างพื้นผิวและลวดลายให้ต่อเนื่องเป็นแบบเดียวกันได้ เพราะกรรมวิธีในการผลิตเป็นการสลักลงเนื้อวัสดุเหมือนกัน แต่วัสดุไม้จะมีความละเอียดมากกว่าจากเนื้อหิน (ไม่มีเนื้อวัสดุที่ละเอียดกว่าหิน) การสร้างสรรค์ลวดลายของการแกะสลักไม้ และการแกะหินหรือการสร้างลวดลายบนหิน สามารถนำประติมากรรมที่ใช้ในการออกแบบร่วมกันได้ (ความต่อเนื่องของลวดลาย อันเกิดจากการต่อเนื่องของไม้และหิน)</p> 	<p>● วัสดุหินมีความหนาแน่นและแข็งแรงที่สุด หินความเรียบได้สูง สามารถนำเอาหินมาใช้ในการผลิตเครื่องปั้นดินเผาได้ ดังนั้นการนำเศษหินที่เป็นก้อนขนาดเล็ก นำเข้าไปใช้ในการตกแต่งพื้นผิวในงานเครื่องปั้นดินเผาได้ แต่มีข้อจำกัดคือไม่สามารถนำป็นชิ้นรูปแบบเป็นรูปได้ อันเกิดจากเศษหินที่มีความคม ซึ่งอาจเกิดอันตรายของชิ้นรูปได้ เศษหินที่ได้จากชุมชนหลังจากการแกะหินที่จากกระบวนการผลิตครก จะมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากแต่จะมีความแบนและคม ดังนั้นการมีการแปรรูปทรงกายภาพของวัสดุก่อนนำไปใช้ในการออกแบบ</p>  <p>● หินมีน้ำหนักที่มาก ควรนำมาใช้ในการตกแต่งผลงานมากกว่าการใช้เป็นวัสดุหลัก แต่ถ้าจำเป็นต้องใช้ เป็นวัสดุหลักในการออกแบบ รูปแบบที่ได้จึงไม่ควรมีขนาดที่มีความใหญ่</p> 	<p>● งานภูมิปัญญาการจักสานไม้ไผ่ มีความหนาแน่นน้อย สามารถนำมาป็นชิ้นส่วนในการออกแบบได้หลากหลายลักษณะ การจักสานไม้ไผ่จะเกิดรูปแบบลวดลายที่สวยงาม สามารถสร้างลวดลายได้อย่างหลากหลาย เมื่อจักสานออกมาแล้วจะมีรูปแบบที่บางเป็นแผ่น สามารถนำไปใช้ในการปิดผิว การสร้างรูปทรงต่างๆ รวมถึงการนำไปประกอบแบบให้เกิดเป็นผลงานสร้างสรรค์ที่น่าสนใจได้</p>  <p>● การสร้างโครงสร้างหลักจากการจักสาน (Form and Structure) จำเป็นต้องทำการขึ้นโครงสร้างในลักษณะการกำกับแบบ เพื่อให้การออกแบบเกิดรูปแบบการโค้งเว้ากลม ทรงเหลี่ยม หรือเป็นรูปทรงอิสระ(Free Form) ตามที่กำหนดได้</p> 	<p>● เครื่องปั้นดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ Sensitive ที่สุดของวัสดุที่ทำการคัดเลือกในการทำงานวิจัย (จากทั้งหมดทั้ง 4 กลุ่มงาน) ที่มีความเปราะบางและมีการหดตัวในขั้นตอนในการผลิต ดังนั้นเครื่องปั้นดินเผายังเป็นวัสดุและศิลปหัตถกรรมแรกๆที่ต้องคำนึงถึงในการพัฒนาและออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการผสมผสานวัสดุและภูมิปัญญาได้</p> <p>● ผลงานเครื่องปั้นดินเผายังคงจากการเผาแล้ว จะมีคุณสมบัติที่เปราะและแตกหักง่าย รวมถึงจะมีการหดตัวหลังจากการเผา (ดินขาวหดตัวประมาณ 8-10% ดินเหนียวหดตัวประมาณ 12-13% ดินยิ่งเหนียวยิ่งมีการหดตัวมากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของดินที่นำมาใช้) ทำให้ในการออกแบบต้องคำนึงถึงขนาดและสัดส่วนเป็นสำคัญ เนื่องจากว่าเมื่อทำการสร้างประกอบแบบ จะเกิดความผิดพลาดเสียหายไป</p>  <p>● งานเครื่องปั้นดินเผา สามารถขึ้นรูปผลงานได้อย่างหลากหลายวิธี เช่นการทำบล็อกใส่แม่พิมพ์, การทำแม่พิมพ์ ปั่นกดขึ้นรูป (Ram press), การขึ้นรูปด้วยหมุน (Throwing) และการขึ้นรูปด้วยมือ เพื่อให้ได้รูปทรงที่ต้องการได้</p> 

ภาพที่ 3.15 ตัวอย่างการศึกษาและสำรวจข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถ ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตของชุมชน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบแยกส่วน (Morphology Analysis) มาใช้ในการแจกแจงข้อมูลพื้นฐาน และแจกแจงการวิเคราะห์วิธีการทดลองการขึ้นรูป การผสมผสานวัสดุและภูมิปัญญา ก่อนนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนา

ทำการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) รับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ร่วมกับกลุ่มศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 ชุมชน (เป็นกลุ่มชุมชนที่คัดเลือกนำภูมิปัญญามาใช้พัฒนาร่วมกัน) เพื่อศึกษาหาแนวทางพัฒนาและหาออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกัน กาทำความเข้าใจในกระบวนการวิเคราะห์ การแยกส่วนและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ในวิธีการและภูมิปัญญาของตนเอง เพื่อนำมาใช้ในการผสมผสานภูมิปัญญาให้เกิดเป็นผลงานที่น่าสนใจ

โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ผู้ดำเนินโครงการ ได้คัดเลือกตัวแทนจากกลุ่มชุมชนที่ผ่านการคัดสรรจากองค์ประกอบด้านต่างๆ จำนวน 4 กลุ่มชุมชนตามที่ได้ระบุไว้ตามสายงานศิลปหัตถกรรม ที่มีทิศทางความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้วัสดุและสร้างสรรค์ และต่อยอดภูมิปัญญาให้เกิดเป็นผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมในรูปแบบใหม่ ซึ่งได้แก่

นำภูมิปัญญาทางหัตถกรรม ทั้ง 4 ชุมชน มาประยุกต์ใช้ผสมผสานร่วมกันเพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างชุมชนหัตถกรรมและสร้างสรรค์ผลงานที่มีอัตลักษณ์			
1. หมู่บ้านแกะสลักบ้านหลุก ต.นาครี อ.แม่ทะ จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านการแกะสลักไม้) ทำการคัดเลือก กลุ่มแกะสลักไม้สตรีบ้านหลุก	2. ชุมชนบ้านไร่ศิลาทอง ต.พิชัย อ.เมือง จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านการแกะสลักหิน)	3. ชุมชนเขรามิกส์ อ.เกาะคา จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านเครื่องปั้นดินเผา)	4. ชุมชนจักสานไม้ไผ่ ชุมชนบ้านห้วยเป้ง อ.เมือง จ.ลำปาง (ภูมิปัญญาด้านการจักสาน)
คุณแสงแก้ว สานใจวงศ์ เบอร์ติดต่อ 080-422 4812 คุณบุญหลาย เครือฟอง เบอร์ติดต่อ 064-288 3830 คุณอรนุช วงศ์ไทะ เบอร์ติดต่อ 099-378 4022 คุณนิตยา แก้วเตียน เบอร์ติดต่อ 090-253 9902, 084-134 4633	คุณนิตยา ชัดสีหะลี เบอร์ติดต่อ 094-626 0530 คุณกานจันท์ เครือบุญมา เบอร์ติดต่อ 082-627 7650 คุณทวี ราชไชยยา	คุณธีรภัทร์ พูลพล เบอร์ติดต่อ 089-954 4415 คุณสมศักดิ์ อุณจิตร เบอร์ติดต่อ 098-995 0590 คุณเกียรติภูมิ ไชยศรีอาด เบอร์ติดต่อ 089-029 9008	คุณคำสุข จิรมาก เบอร์ติดต่อ 081-783 1170 คุณสวัสดิ์ ก้องสุรกันต์ เบอร์ติดต่อ 085-705 2509 (หัวหน้ากลุ่มจักสานบ้านห้วยเป้ง)

*** รวมถึงได้รับความร่วมมือในการสนับสนุนการทำงานวิจัยโครงการจาก โครงการพัฒนาพื้นที่รอยต่อ อำเภอเมือง อำเภอเมืองปานและอำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปางอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (โครงการพระราชดำริฯ บ้านทุ่งจี๋) คุณบุญยงค์ เขียวขันธุ์ ครูฝึกศิลปาชีพ เบอร์ติดต่อ 054-823 138, 081-884 0183

อ้างอิง : กรมพัฒนาชุมชน ดำเนินการโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2562 (OTOP Product Champion : OPC) ประจำปี 2562 ระดับจังหวัด ระหว่างวันที่ 10 – 17 พฤษภาคม 2562 ณ ห้องประชุมวังธาร โรงแรมริเจนต์ ลอตจ อ.เมือง จ.ลำปาง

ภาพที่ 3.16 กลุ่มตัวอย่างชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 แห่ง เป็นการคัดเลือกแบบจำเพาะเจาะจง จากกลุ่มที่มีคุณภาพ และทักษะภูมิปัญญาที่ชำนาญ สามารถประยุกต์และผสมผสานให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่จากวิถีชีวิตที่แตกต่างได้

ผลการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กลุ่มชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 แขวง¹³ จากการใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่นในจังหวัดลำปาง โดยเป็นแนวทางการนำทักษะ ภูมิปัญญาของกลุ่มชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 แขวงมารวมกลุ่ม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาหาแนวทางการพัฒนาและการออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกัน การทำความเข้าใจในกระบวนการวิเคราะห์ การแยกส่วนและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ในวิธีการและภูมิปัญญาของตนเอง เพื่อนำมาใช้ในการผสมผสานภูมิปัญญาให้เกิดเป็นผลงานที่น่าสนใจได้ โดย 4 ชุมชนศิลปหัตถกรรมที่ทำการคัดเลือกได้แก่

- 1) หมู่บ้านแกะสลักบ้านหลุก ต.นาครี อ.แม่ทะ จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านการแกะสลักไม้)
ได้แก่ คุณแสงแก้ว สานใจวงศ์
คุณบุญหลาย เครือฟอง
คุณอรนุช วงศ์ไทะ
คุณนิตยา แก้วเตียน (หัวหน้ากลุ่มแกะสลักสตรีบ้านหลุก)
- 2) ชุมชนบ้านไร่ศิลาทอง ต.พิชัย อ.เมือง จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านการแกะสลักหิน)
ได้แก่ คุณนิตยา ชัดสีหะลี
คุณกานจันท์ เครือบุญมา
คุณทวี ราชไชยยา

¹³ การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กลุ่มชุมชนศิลปหัตถกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่นในจังหวัดลำปาง ในวันที่ 19 เมษายน 2564 ณ ห้อง 5201 อาคารปฏิบัติการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง

3) ชุมชนเชรามิกส์ อ.เกาะคา จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านเครื่องปั้นดินเผา)

ได้แก่ คุณธีรภัทร์ พูลพล

คุณสมศักดิ์ อุ่นจิตร

คุณเกียรติภูมิ ไชยศรีอาด

4) ชุมชนจักสานไผ่ ชุมชนบ้านห้วยเป้ง อ.เมือง จังหวัดลำปาง(ทักษะภูมิปัญญาด้านการจักสานไผ่)

ได้แก่ คุณคำสุข จริงมาก

คุณสวัสดิ์ ก้องสุรกานต์ (หัวหน้ากลุ่มจักสานบ้านห้วยเป้ง)

เพื่อระดมความคิดเห็นต่อแนวทาง ความเป็นไปได้ในการพัฒนารูปแบบการประยุกต์และบูรณาการใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่นร่วมกัน รวมถึงการศึกษารูปแบบของสินค้าที่มีความเหมาะสมในสังคมปัจจุบัน (เป็นการศึกษาเพื่อให้ชุมชนได้มีส่วนร่วม และกำหนดโจทย์ร่วมกันในการพัฒนาผลงาน) โดยมีเนื้อหาการประชุมตามประเด็นดังนี้

1. ลักษณะของภูมิปัญญา ความเคลื่อนไหวของกลุ่มชุมชนในปัจจุบัน (จำหน่ายและการผลิต)

2. หลักเกณฑ์องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (ข้อมูลที่จำเป็นต้องรับรู้ของแต่ละชุมชน ก่อนการนำไปพัฒนาผลงาน)

3. ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งการทำงานหัตถกรรม และปัญหาอื่นๆที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน

4. ความเป็นไปได้ ในการนำภูมิปัญญาทั้ง 4 แขนง มาประยุกต์ผสมผสานในการออกแบบและพัฒนาาร่วมกัน

ซึ่งหลังจากปฏิบัติการประชุมกลุ่มย่อย ระดมความคิดเห็นร่วมกับกลุ่มชุมชนทั้ง 4 กลุ่ม เพื่อศึกษาทิศทางในปัจจุบัน ปัญหาที่ประสบ และข้อมูลที่จำเป็นก่อนการออกแบบและพัฒนา ผู้ปฏิบัติงานได้ทำการทดลองการศึกษาตั้งโจทย์แนวคิดในการพัฒนา เพื่อสอบถามความคิดเห็นและทัศนคติต่อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมร่วมกับกลุ่มชุมชน เพื่อให้เกิดแนวคิดและภาพรวมในการสรุปแนวทางการพัฒนาร่วมกัน ในหัวข้อการทดลองการตั้งคำถามเพื่อศึกษาแนวคิดและทัศนคติของชุมชนต่อการพัฒนาผลงาน พร้อมทั้งสรุปผล ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ที่ต้องนำไปใช้ในกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย



ภาพที่ 3.17 การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กลุ่มชุมชนศิลปหัตถกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่นในจังหวัดลำปาง โดยได้คัดเลือกกลุ่ม จำนวน 4 กลุ่มที่มีศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาผลงาน ในการพัฒนาผลงานต้นแบบ

จากการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กลุ่มชุมชนศิลปหัตถกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่นในจังหวัดลำปาง สรุปผลข้อมูลแบบแยกกลุ่มได้ดังนี้

1. หมู่บ้านแกะสลักบ้านหลุก ต.นาคร้ว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านการแกะสลักไม้)

บ้านหลุกเป็นชุมชนที่มีความอุดมสมบูรณ์อย่างมากในอดีต โดยเฉพาะทรัพยากรป่าไม้ จึงทำให้หาวัตถุดิบได้ง่าย โดยจะใช้ไม้จำพวก ไม้จามจุรี ไม้สัก และไม้ชิงชัน โดยจะใช้ต่อไม้ เศษไม้ และรากไม้มาทำการแกะสลัก แต่ในปัจจุบันนี้วัตถุดิบในชุมชนเริ่มลดน้อยลงไป ช่างแกะสลักนั้นต้องอาศัยการไปซื้อไม้จากต่างอำเภอ หรือต่างจังหวัดมาใช้ในการแกะสลัก ด้านตัวผลิตภัณฑ์นั้นชุมชนบ้านหลุกจะนิยมแกะสลักไม้เป็นตัวสัตว์ชนิดต่างๆ เช่น ช้าง ม้า วัว สิงโต และกระทิง เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักของบ้านหลุกนั้นจะมีลักษณะที่เฉพาะตัว ส่วนมากจะเป็นงานทำมือทั้งหมดโดยทางชุมชนจะไม่ใช้เครื่องจักรใดๆทั้งสิ้นเพื่อคงเอกลักษณ์ แต่ในปัจจุบันนั้นอาจจะมีการนำเครื่องจักรมาใช้บ้างเพื่อเป็นการทุ่นแรง และความเร็วในการแกะสลักไม้ ในด้านอนาคตของชุมชนบ้านหลุกนั้น อยากจะส่งเสริมให้บ้านหลุกเป็นหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยว โดยมีจุดบริการนักท่องเที่ยว

หลายๆอย่างเช่น ร้านค้าชุมชน ศูนย์จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงศูนย์จัดแสดงวิธีการแกะสลักไม้และพิพิธภัณฑ์เพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้ของคนในชุมชนเองและนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจ

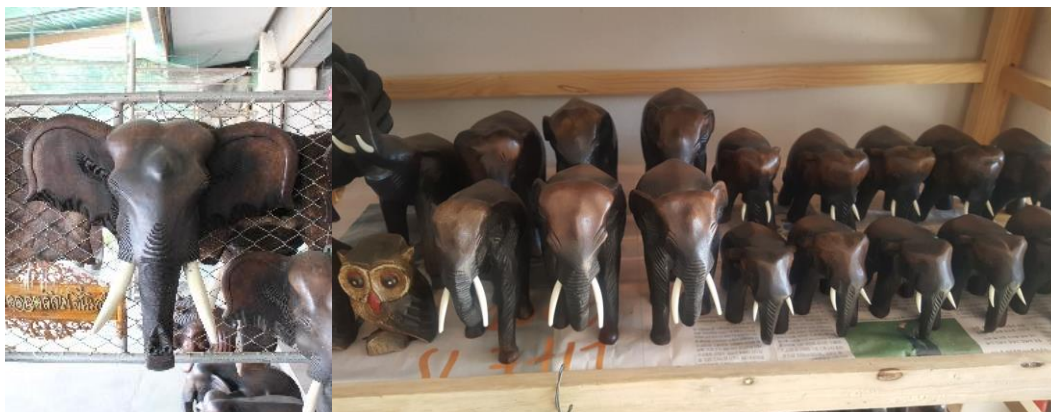
ปัจจุบันงานแกะสลักกลุ่มสตรีบ้านหลุก (เป็นกลุ่มภายในหมู่บ้านแกะสลักบ้านหลุก) จะเน้นการแกะสลักไม้เป็นจำพวกสัตว์ เช่น ช้าง ม้า และหัวช้าง มีงานแกะสลักดอกไม้และของตกแต่งบ้านเป็นผลิตภัณฑ์งานสินค้าโชว์ สินค้างานตกแต่ง ทั้งนี้กลุ่มสินค้าสำหรับตกแต่งจะเป็นกลุ่มสินค้าที่จำหน่ายได้ไม่ดึ้นัก ซึ่งกลุ่มที่เข้ามาซื้อสินค้าจะเป็นกลุ่มตลาดลูกค้าเดิมๆ ที่เข้ามาซื้อเพื่อนำไปจัดจำหน่ายต่อมากกว่าการซื้อเพื่อนำไปใช้เอง แต่ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้ดีในขณะนี้คือ **ครกไม้ ที่เป็นลักษณะการกลึงไม้แบบเรียบๆ ไม่มีการแกะสลักตกแต่ง และสามารถทำการผลิตได้ทุกครัวเรือน มีการจำหน่ายภายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ อาทิ ประเทศจีน อินเดีย พม่า และลาว เป็นต้น (ประเทศจีนส่งออกไปทางสามเหลี่ยมทองคำ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย) ปัจจุบันชุมชนจะผลิตครกไม้แทบทุกครัวเรือน มากกว่าการแกะสลักงานลักษณะอื่นๆ เพราะครกไม้เป็นงานที่ง่ายต่อการผลิต ใช้เวลาน้อยแต่ค่าตอบแทนดีและเป็นการใช้ไม้ได้คุ้มค่า สนธิราคาครกไม้มีอยู่ที่ 280 บาทต่อชิ้น ในการผลิตสินค้าไม้แกะสลัก **สินค้าที่สามารถจำหน่ายได้ดีกลับเป็นสินค้าที่มีราคาถูก มีการแกะสลักไม่มากนัก และมีชิ้นงานที่ขนาดเล็ก ซึ่งมีความขัดแย้งกับทักษะภูมิปัญญาและความสามารถของคนในชุมชน ทั้งที่มีความสามารถทักษะเชิงช่างการแกะสลักได้งดงาม อันเป็นจุดแข็งของชุมชนกลับไม่ได้แสดงศักยภาพออกมาในทิศทางที่เหมาะสมและควรจะเป็น ดังนั้นในการพัฒนาควรนำทักษะเชิงช่างมาใช้ให้เกิดประโยชน์ แต่ต้องไม่ควรมากเกินไปจนความจำเป็น รักษาความงดงามและทักษะภูมิปัญญาและนำมาใช้มีส่วนร่วมในสัดส่วนที่เหมาะสม ดังภาพที่ 3.18 – 3.20****

ในการจำหน่าย ทางภาครัฐโดยสำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดลำปาง ได้มีการจัดแสดงงานเพื่อจำหน่ายสินค้าในรูปแบบงาน OTOP อยู่เป็นระยะตามต่างจังหวัด แต่ยอดการขายไม่เป็นไปตามที่ต้องการ จำหน่ายได้ยาก ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร อันเนื่องมาจากรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และผลงานมีความเหมือนกันมากเกินไป รวมถึงสินค้าส่วนมากเป็นสินค้าประเภทของประดับตกแต่งเพื่อความสวยงาม ไม่มีการใช้งานใดๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคปัจจุบัน ที่จะชื่นชอบผลงานที่มีประโยชน์ใช้สอยเพื่อเพิ่มความคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น

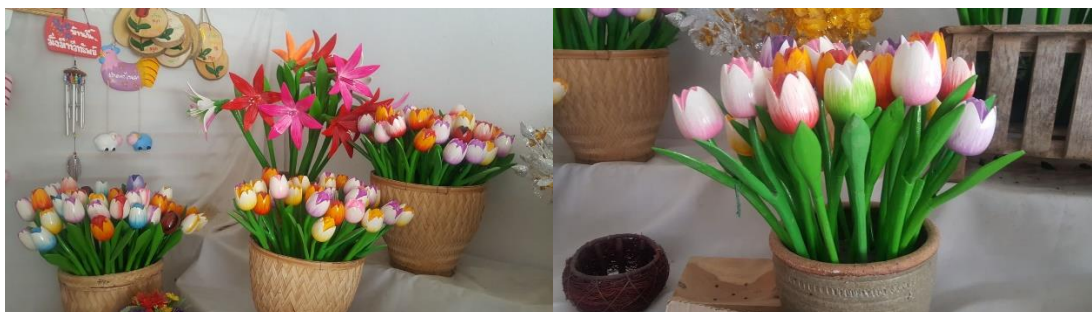
แม้ว่าสินค้าจะมีความน่าสนใจเพียงใด หรือนำสินค้ามาวางขายตามบูธแสดงสินค้าให้แตกต่างอย่างไร ก็ไม่สามารถจำหน่ายได้ดี เหตุเพราะลูกค้าและกลุ่มผู้บริโภค ยังคงเป็นลูกค้าเก่ากลุ่มเดิมๆ ซึ่งผลงานที่ชุมชนแกะสลักบ้านหลุกพัฒนาเป็นสินค้าใหม่ๆ ส่วนมากเป็นสินค้าสำหรับโชว์ มากกว่าผลิตจำนวนมากๆเพื่อจำหน่าย รวมถึงรูปแบบสินค้าที่เหมือนกันเมื่อแสดงสินค้านำร่วมกับจังหวัดต่างๆ

เศรษฐกิจภายในประเทศส่งผลต่อการจำหน่าย กลุ่มผู้ซื้อ ผู้บริโภคกระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ดังนั้นสิ่งที่ต้องการจึงต้องเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น และสามารถใช้งานหรือมีประโยชน์ใช้สอยมากกว่าการตั้งโชว์ประดับตกแต่งบ้านเหมือนดังอดีตที่ผ่านมา ทั้งนี้รวมถึงการที่ชุมชนได้สร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ แต่ไม่ได้แสดงหรือได้นำเสนอต่อสาธารณะเท่าที่ควร แม้ว่าทางภาครัฐจะช่วยในการแสดงงานและจัดจำหน่าย แต่ก็ต้องใช้เวลาในการเตรียมงานแต่ละครั้ง มีขั้นตอนและเงื่อนไขในการ

เข้ากลุ่ม ทำให้ผลงานใหม่ๆไม่ได้เข้าร่วมทั้งหมด (ผู้มีสิทธิ์ได้เข้าร่วมแสดงสินค้าระดับประเทศ ต้องได้รับการรับรอง มพช.และระดับดาว จากเข้าคัดสรรผลงาน OTOP Champion)



ภาพที่ 3.18 สินค้าส่วนมากจะเป็นการแกะสลักรูปสัตว์ โดยเฉพาะการแกะสลักไม้เป็นรูปช้าง ทั้งช้างทั้งตัวที่มีขนาดเล็กและหัวช้างติดผนังสำหรับการตกแต่ง ยังได้รับความนิยมอยู่เสมอ แต่รูปแบบของช้างแกะสลักนั้นเหมือนกันทุกที่แบบไม่มีความแตกต่าง ทำให้ขณะไปออกงานจำหน่ายรูปแบบจึงเหมือนกันในทุกร้าน รวมถึงการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงเป็นเรื่องที่ยากลำบาก (ลงชุมชนวันที่ 25 มีนาคม 2564)



ภาพที่ 3.19 ดอกไม้เป็นสินค้าอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้รับความนิยม และมีการสั่งผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะดอกทิวลิปทำการผลิตแบบคละสี โดยจะทำการแกะสลักเป็นดอกมีก้านและใบ เพื่อสำหรับตกแต่งบ้าน ส่วนมากจะจำหน่ายกันเป็นช่อจำนวนหลายดอก (ลงชุมชนวันที่ 25 มีนาคม 2564)



ภาพที่ 3.20 ม้าและกวางที่ทำการแกะสลัก ทำสีตกแต่งด้วยสีทองก็ได้รับความสนใจแก่ผู้บริโภคเช่นเดียวกับช้าง ซึ่งการแกะสลักช้างและม้าเป็นสัตว์ที่ชุมชนบ้านหลุกได้ทำการแกะสลักมาอย่างช้านาน รวมถึงการกลึงครกไม้ก็เป็นที่นิยมสำหรับการส่งออกไปต่างประเทศ โดยจะมีผู้รับซื้อนำไปจำหน่ายยังประเทศจีน อินเดีย พม่า และลาว (ลงชุมชนวันที่ 25 มีนาคม 2564)

ปัญหาที่สำคัญส่งผลกระทบต่อการพัฒนาสินค้ามากที่สุดคือ**ช่างผู้ผลิต** ปัญหาคือช่าง ส่วนมากเป็นลักษณะทำงานตามอารมณ์ ตามใจช่าง (ช่าง = ศิลปิน) ชอบทำงานในรูปแบบเดิมเพราะความคล่องมือ มีความเข้าใจอยู่แล้ว รูปแบบใหม่ไม่ยอมผลิตเพราะต้องใช้เวลา ซึ่งถ้ามีการสั่งงานแบบเดิมที่ทำอยู่สามารถสั่งงานได้ทันที และกำหนดวันรับงานได้ สถานการณ์นี้ทำให้ทราบว่า แม้ว่ารูปแบบเดิมนั้นจำหน่ายได้ยาก ไม่สามารถตั้งราคาขายที่สูงได้ แต่ช่างก็ไม่ได้พยายามเปลี่ยนแปลงเท่าที่ควร ยังยึดมั่นความสะดวกของตนเองมากกว่าปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งตรงกันข้ามกับการพัฒนา

งานที่สั่งผลิตมีจำนวนน้อยก็ไม่อยากทำ (พัฒนาเพียง 1 ชิ้นงานไม่ทำแน่นอน) งานสั่งผลิตจำนวนมากก็ไม่อยากทำเช่นเดียวกัน เน้นความสะดวกและความพึงพอใจของช่างเป็นสำคัญ แต่ถ้าต้องการจะพัฒนารูปแบบใหม่ๆราคาค่าจ้างต้องดี ช่างมีความพึงพอใจกับรายรับนั้น เป็นลักษณะการจ้างงานเป็นรายวัน มากกว่ารายชิ้นเพราะลดความผิดพลาดในการทำงาน เพราะถ้าเกิดผลิตผิดพลาดอย่างไรรังแต่ยังคงได้รับค่าจ้างที่เพิ่มขึ้น แต่มีข้อดีคือผู้ว่าจ้างหรือนักออกแบบ สามารถที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาผลงานได้อย่างเต็มที่ แต่ต้องทำการตรวจสอบงานเป็นประจำเพราะอาจเกิดความผิดพลาดได้ โดยการทำงานแกะสลักผลงานใหม่นั้นต้องเป็นช่างผู้ชำนาญ เป็นช่างที่มีความรู้ มีทักษะความสามารถที่ได้รับการยอมรับและเป็นช่างที่อยู่ในกลุ่ม จึงจะสามารถพลิกแพลงและพัฒนาสร้างสรรค์ได้ ซึ่งถ้าเป็นช่างทั่วไปจะขาดความเข้าใจและไม่สามารถพัฒนางานตามแบบที่ต้องการได้ ดังนั้นการพัฒนาบางรูปแบบที่มีรายละเอียดที่มาก นักออกแบบควรต้องสร้างงานที่เป็นต้นแบบเสียก่อน ช่างทั่วไปจึงสามารถแกะแบบทำซ้ำออกมาได้อีกครั้ง

ในการออกแบบและพัฒนาผลงานใหม่ เป็นเรื่องยากต่อการผลิต อันเนื่องจากการพัฒนา ต้องใช้เวลาที่มากกว่าปกติ ซึ่งบางชิ้นงานการที่จะพัฒนาได้จะต้องมีการแบ่งส่วนการทำงาน ความหมายคือต้องผ่านช่างผู้ผลิตหลายคน เช่น ต้องผ่านช่างกลึงไม้ (จากเดิมราคา 80 บาทต่อหนึ่งชิ้น ถ้าสั่งขึ้นเดียวจะไม่ทำ ตามเหตุผลความพอใจของช่างอย่างที่ได้กล่าวมาข้างต้น แต่ถ้าสั่งทำขึ้นเดียวให้ค่าใช้จ่าย 200 บาทต่อหนึ่งชิ้นช่างจึงยอมผลิต ทำให้ในการสร้างงานใหม่นั้นต้องใช้ค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าเดิมตามไปด้วย) ต้องผ่านช่างแกะสลักไม้ ต้องผ่านช่างเหลาไม้และขัด เป็นต้น ราคาต้นทุนในชิ้นงานใหม่ๆจึงเสมือนเพิ่มขึ้นเป็น 3 เท่าจากการแยกผลิตทั้ง 3 ส่วน สิ่งเหล่านี้ทำให้ขั้นตอนการทำงานมากขึ้น กลุ่มช่างจึงมองว่าเป็นการไม่คุ้มกับเวลา ค่าจ้าง และต้องใช้ความคิดมากขึ้นกว่าเดิมในการผลิตชิ้นงาน

สรุปปัญญาคือ คน เหตุคือถ้าให้ผลิตสินค้าหรือผลงานใหม่ๆ ช่างต้องคิดตามให้ทันและมองว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงการทำงาน ต้องปรับงานจากรูปแบบเดิมแล้วยุ่งยาก ไม่อยากทำ ตัวอย่างเช่น เปลี่ยนจากการแกะสลักช้าง หรือม้าจากแบบติดผนัง ปรับการออกแบบเป็นงานลอยตัวเพื่อตั้งโต๊ะ ก็ไม่อยากทำเพราะคิดว่าเกิดความยุ่งยาก หรือถ้าทำการกลึงไม้เพียงชิ้นเดียวแล้วต้องทำงานแกะสลักต่อ มันหลายกระบวนการและไม่คุ้มต่อเวลา เป็นต้น

ปัญหาอีกประการหนึ่งคือ **ช่างรุ่นใหม่**น้อย กลุ่มคนรุ่นใหม่เลือกที่จะไปทำงานอื่นๆตามตัวเมืองหรือต่างจังหวัด มากกว่าการสืบทอดการแกะสลักไม้ เนื่องจากเห็นว่าเป็นงานที่ยากและได้เงินน้อย

จึงทำให้กลุ่มแกะสลักชาวแคลนคนรุ่นใหม่ที่จะมาสืบทอด และไม่สามารถที่จะรับงานจำนวนที่มาก หรืองานที่มีความละเอียด ซึ่งต้องใช้เวลามากๆได้ เหตุด้วยจากอายุ และความแข็งแรงของร่างกาย

ในการออกแบบและพัฒนาสินค้าใหม่ มีความจำเป็นต้องหาตลาดใหม่ และหากกลุ่มผู้บริโภคใหม่ อาจเป็นกลุ่มผู้ที่สนใจรูปแบบสินค้าไม้แกะสลักที่ต่างออกไป เนื่องจากปัจจุบันคงเป็นผู้บริโภคในกลุ่มเดิมในการซื้อสินค้า ทำให้ไม่สามารถปรับราคาหรือเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้มากนัก อันเกิดจากความเคยชินและความเข้าใจเดิมของลูกค้าเก่า การหาตลาดใหม่จึงสามารถเพิ่มราคาให้กับสินค้าได้

วัสดุที่ใช้ในการแกะสลักยังคงใช้ไม้ฉำฉาในการทำงาน ซึ่งมีปัญหา คือ การทำงานในช่วงฤดูร้อนค่อนข้างยากลำบาก เนื่องจากไม้จะมีการแตกร้าวจากความร้อนชื้นของอากาศ แม้ว่าจะทำการอบไล่ความชื้นแต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อการนำไปใช้ทำงานศิลปหัตถกรรม ช่วงผู้ผลิตจึงต้องทำการวางแผนการทำงาน ว่าสามารถทำได้มากน้อยแค่ไหน อย่างไร และใช้เวลาในช่วงฤดูฝนทำงานให้มากที่สุด เพราะช่วงฤดูฝนไม้จะมีความชื้น ไม่แตกร้าว สามารถทำงานแกะสลักได้ดี (ปัญหาในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ในช่วงฤดูฝน เดือนกรกฎาคมถึงช่วงเดือนสิงหาคม เนื่องจากนี้เป็นช่วงที่มีความชื้นสูงจึงมีผลต่อผลิตภัณฑ์ อาจทำให้เกิดเชื้อราขึ้นผลิตภัณฑ์) ดังภาพที่ 3.21



ภาพที่ 3.21 ไม้ฉำฉา เป็นไม้ที่ชุมชนบ้านหลุกนำมาใช้ในการแกะสลัก เป็นไม้เนื้อปานกลาง มีการหดตัวและแตกร้าวได้ง่ายแต่มีเนื้อไม้ที่สวยงาม แกะสลักได้ง่าย มีน้ำหนักเบาและมีราคาที่ไม่แพงมาก (ลงชุมชนวันที่ 26 มีนาคม 2564)

จุดแข็งของชุมชนแกะสลักไม้บ้านหลุก คือ Art and Crafts คุณค่าของความดั้งเดิม ความเป็นพื้นถิ่น การใช้ทักษะภูมิปัญญาที่มีผสมกับรูปแบบการแกะสลักด้วยมือทั้งหมด ทำให้ผลงานที่ได้นั้นมีคุณค่าและมูลค่ามากกว่าการใช้เครื่องจักร

ในการพัฒนาสินค้าหรือผลงานในอนาคต มีความต้องการที่จะเกิดความเปลี่ยนแปลง แต่ต้องไม่เปลี่ยนการทำงานมากจนเกินไป (เป็นการเปลี่ยนแปลงไปทีละน้อย) พยายามปรับปรุงให้คงเอกลักษณ์เดิมไว้ เช่น เปลี่ยนการทำสี เปลี่ยนลวดลาย หรือให้เป็นสิ่งใหม่แต่อยู่ภายใต้กรรมวิธีการผลิตแบบเดิม โดยให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคและสังคม ที่เน้นผลงานที่มีประโยชน์ใช้สอยที่มากขึ้น มากกว่าสินค้าที่เน้นการตกแต่งเพียงอย่างเดียว หรือทำการพัฒนาโดยให้เกิดเป็นสิ่งใหม่แต่มีรูปแบบหรือสินค้าเก่าผสมผสานอยู่

ในการพัฒนานั้น ควรมีการปรึกษาร่วมกับหน่วยงานทางภาครัฐ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง) เพื่อให้ทราบถึงทิศทางของการพัฒนา ให้มีความสอดคล้องกันทั้งแผนยุทธศาสตร์ และ

กลยุทธ์ของจังหวัด อีกทั้งผลงานที่ได้พัฒนานั้นต้องมีการวางแผนการตลาดที่ชัดเจน สามารถที่จะเปิดตลาดใหม่ เป็นกลุ่มผู้บริโภคใหม่ เป็นสินค้าในรูปแบบใหม่ๆ

การสร้างสรรคและพัฒนา ความมองหาจุดร่วมใหม่ๆการผสมผสาน หรือการนำเอาวัสดุทางธรรมชาติมาร่วมใช้ในการออกแบบ เช่นวัสดุหวาย วัสดุที่สามารถนำมาใช้แกะสลักหรือขึ้นโครงสร้างขึ้นงานได้ มีจุดร่วมที่พัฒนาไปด้วยกันได้

2. ชุมชนบ้านไร่ศิลาทอง ต.พิชัย อ.เมือง จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาการแกะสลักหิน)

ปัจจุบันชุมชนบ้านไร่ศิลาทอง ยังคงผลิตครกหินอยู่เช่นเดิม รูปแบบโดยภาพรวมยังคงเป็นแบบเดิมๆ ไม่มีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงมากนัก (ดังภาพที่ 3.22) เพราะรูปแบบของครกและสากต้องสอดคล้องกับลักษณะการใช้งานในครัวเรือน ในการผลิตครกหินและสากมีกรรมวิธีการผลิตทั้งแบบที่ทำด้วยมือ(จากวิธีการสกดหิน) และผลิตด้วยเครื่องจักร ซึ่งครกหินน่าจะเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเดียว ที่ครกหินผลิตด้วยเครื่องจักรจะมีราคาที่สูงกว่าครกที่ผลิตสร้างด้วยมือ (แตกต่างจากงานหัตถกรรมทั่วไปที่ผลิตด้วยมือจะมีความงามและมูลค่าที่สูงกว่า) มิใช่ว่ามีความเรียบเนียนกว่า หรือใช้งานได้ดีกว่า แต่ขึ้นอยู่กับเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตซึ่งมีราคาที่สูง วัสดุและอุปกรณ์ต่างๆที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการผลิตก็มีราคาที่สูงด้วยเช่นกัน เช่น ใบเลื่อย หัวเจาะเพชร (หัวเจาะในการสกดหินต่างๆต้องใช้หัวเพชรในการตัดทั้งหมด) ในการผลิตก็ต้องใช้เวลาในการผลิตที่นานกว่าเพราะต้องค่อยๆตัดเฉือนทีละนิด ไม่สามารถตัดหินในทีเดียวได้ และต้องใช้น้ำเป็นตัวหล่อเลี้ยงอยู่เสมอขณะตัด เจาะหรือเฉือน เพื่อป้องกันมิให้เครื่องจักรและหัวเพชรที่ใช้ เกิดความร้อนจนชำรุดได้ (ดังภาพที่ 3.22 - 3.26)

สรุปคือครกที่ผลิตจากเครื่องจักรจะมีราคาที่สูงกว่าเท่าตัว และใช้เวลาในการผลิตที่นานกว่างานครกหินที่ผลิตด้วยการสกดมือทั้งหมด 1 ชิ้นงานจะใช้เวลาทั้งสิ้น 10 กว่าวัน แต่ถ้าใช้เครื่องจักรในการผลิต 1 ชิ้นงานสามารถผลิตได้ภายใน 1 ชั่วโมง (แต่ต้องมีค่าไฟ ค่าเครื่องมือ) ต้องผ่านกรรมวิธีหลากหลายเครื่องมือ ทั้งเครื่องกลึงสำหรับการคว้าน เครื่องส่งน้ำและหัวเพชร (ส่งผลิตที่จังหวัดตาก) เป็นต้น แต่ที่น่าแปลกใจคือผู้บริโภคกลับนิยมซื้อครกหินที่ผลิตจากมือ มิใช่ซื้อเพราะคุณภาพ หรือความเป็นศิลปหัตถกรรม แต่ด้วยเพราะราคาที่ถูกว่านั่นเอง



ภาพที่ 3.22 ผลิตภัณฑ์ครกหินในชุมชนบ้านไร่ศิลาทอง ซึ่งปัจจุบันยังคงผลิตในรูปแบบเดิม (ลงชุมชนวันที่ 29 มีนาคม 2564)



ภาพที่ 3.23 รูปแบบการผลิตครกหินด้วยมือจะต้องใช้วิธีการสีกัด และกะเทาะหินออกมาเป็นชิ้นเล็กๆทำให้เศษหินที่ได้จะมีขนาดที่เล็กและเป็นแผ่น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ รวมถึงขณะเวลาสีกัดนั้นหินจะถูกกดเฉือนลงไปอย่างแรงทำให้หินดีดออกไปเร็วและแรง จึงต้องสร้างกำแพงกันทางด้านหน้าประมาณ 2 เมตร หรือสีกัดในที่โล่ง เพื่อมิให้หินดีดกลับมายังผู้ผลิตทำให้เกิดอันตรายได้ (ลงชุมชนวันที่ 30 มีนาคม 2564)



ภาพที่ 3.24 เศษหินที่เหลือจากการสีกัดหิน จากการผลิตครกหิน จะมีลักษณะที่เป็นแผ่นและบาง มีความคมและเหลืออยู่เป็นจำนวนมาก (ลงชุมชนวันที่ 30 มีนาคม 2564)



ภาพที่ 3.25 รูปแบบการผลิตครกหิน โดยใช้เครื่องจักร จะมีเครื่องควั่น และเครื่องตัดเฉือน เพื่อให้เกิดรูปทรงกระบอกของครก ทำการตัดเฉือนให้เกิดเป็นรูปทรงกรกแล้วทำการการสีกัดด้วยมืออีกครั้ง เพื่อกะเทาะหินให้หลุดออกมาเป็นครกตามแบบที่ตัดเฉือนไว้ (ลงชุมชนวันที่ 30 มีนาคม 2564)



ภาพที่ 3.26 ภาพหินที่ใช้เครื่องจักร ในการคว้าน และตัดเฉือน จะเกิดรูปทรงที่เป็นภาพรวมของครกหิน ก่อนนำไป สกัดด้วยมืออีกครั้งเพื่อให้เกิดเป็นครกหินและทำการตกแต่งให้สมบูรณ์ โดยในการใช้เครื่องจักรนี้จะทำให้เกิดเศษหิน ที่ได้จากการคว้านและการตัดเฉือนเป็นชิ้นขนาดใหญ่ ทั้งการคว้านหินออกมาเป็นเป็นทรงกระบอกกลวง(จากหินที่ นำมา) และเศษหินที่เป็นทรงกระบอกตันจากแกนตรงกลางครก ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ (ลงชุมชนวันที่ วันที่ 10 เมษายน 2564)

โดยครกหินที่ทำด้วยมือทั้งหมด แม้ว่าจะเป็นการสร้างงานที่เป็นต้นฉบับ เป็นศิลปหัตถกรรม ที่มีมาอย่างช้านาน แต่ราคาขายจะถูกกว่าครกที่ผลิตด้วยเครื่องจักรแบบเท่าตัว รวมถึงครกที่ผลิตด้วย เครื่องจักร จะเหลือเศษวัสดุหินที่สามารถนำไปใช้งานต่อได้มากกว่าอีกด้วย ซึ่งถ้าใช้การผลิตด้วยมือ ต้องทำการกระเทาะหรือสกัดหินออกเป็นชิ้นเล็กชิ้นน้อยออกให้หมด แต่เครื่องจักรจะใช้การคว้าน เจาะทำให้เหลือเศษหินจากการผลิตซึ่งนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ ซึ่งครกหินที่สกัดด้วยมือขนาด 7 นิ้ว -8 นิ้ว ราคาอยู่ที่ประมาณ 200 บาท แต่ถ้าเป็นครกหินที่ผลิตจากเครื่องจักร ราคาใบละ ประมาณ 400-500 บาท

ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันของศิลปหัตถกรรมการผลิตครกหิน

1) ที่สำคัญคือเรื่องวัสดุหินที่หาได้ยาก ส่วนมากหินอยู่ในป่า องค์การบริหารส่วนตำบล พิชัยไม่สามารถเข้าไปเอาหินในป่ามาใช้ได้ เนื่องจากเป็นเขตป่าอนุรักษ์ ป่าสงวน (ในสมัยก่อนสามารถ เข้าไปเอาวัสดุหินมาใช้ได้เพราะกฎหมายและระเบียบยังไม่เคร่งครัดเท่าปัจจุบัน) ซึ่งส่วนมากไปเอาที่ ป่าแม่เมาะ (เขื่อนแม่ขาม) แต่ถ้าเป็นวิสาหกิจ โรงงานต่างๆจะไปรับซื้อหินกันที่จังหวัดตาก

2) วัสดุหิน แม้ว่าจะนำมาจากภูเขา ก็ไม่สามารถใช้งานแกะสลักหรือทำครกหินได้ทุกชิ้น เนื่องจากวัสดุหินมันเหมือนไข่ จะมีเปลือกทั้งสี่ 40 ชั้น ต้องดูจากการกระเทาะ ถ้าภายในหินเป็นสี

แดง หรือสีเหลืองจะใช้งานไม่ได้ เพราะเนื้อหินจะมีความอ่อนนุ่ม ไม่แน่น ทำให้การแกะสลักหรือทำครกหินไม่สามารถกระทำได้ ถ้าจะใช้งานได้ต้องเป็นหินแกรนิต จากลักษณะการไหลของหินขึ้นมาจากดิน ขุดหินขึ้นมาตรวจสอบก่อนนำกลับมาชุมชน ซึ่งต้องใช้เวลามากในขั้นตอนนี้ ต้องเลือกหินที่สามารถใช้งานได้ มิใช่ว่าหินทุกก้อนมันใช้ได้

3) ปัญหาสุขภาพจากฝุ่น เวลาทำงานต้องใส่แว่นกับผ้าปิดตา ปิดจมูก เพื่อป้องกันเศษผงหิน ซึ่งก่อให้เกิดอันตรายแก่ร่างกายและสุขภาพได้ ฝุ่นผงหินจากกระบวนการผลิตครกหินนี้ขณะผลิตจะฟุ้งไม่ทั่ว ก่อผลอันตรายมากมาย ทั้งการสูดดม การเข้าไปยังตาและปาก ส่งผลต่อระบบทางเดินหายใจ ปอดและสายตาอย่างมาก ปัจจุบันผู้ผลิตครกหินประสบอาการดังกล่าวมากมายแต่ก็เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยาก

4) ข้างต้องมีความชำนาญ และเข้าใจวัสดุหินเป็นอย่างดี ปัจจุบันเหลือผู้ที่ชำนาญน้อยลงมากเหตุจากคนรุ่นหลังไม่สานต่อ และไปทำงานยังต่างจังหวัดเป็นส่วนมาก เนื่องจากต้องมีความชำนาญขั้นสูงเพราะหินแม้จะมีความแข็งมาก แต่ในการผลิตครกหิน หินจะมีความแตกหักได้ง่ายมาก มีขอบเขตคุณสมบัติที่ชัดเจน เช่น แกะสลักหินให้มีความยาวหรือมีความเรียบมากไม่ได้ มันจะหักตามน้ำหนักของหินเป็นต้น ควบคุมคุณภาพได้ยาก

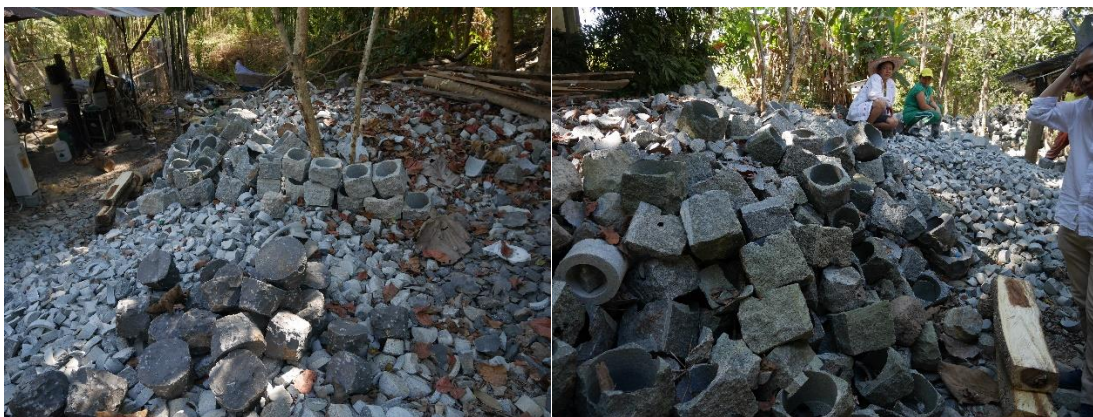
ในการพัฒนาสินค้าหรือผลงานในอนาคต

1) ในการพัฒนาควรหาแนวทางในการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่แตกต่างออกไปไม่ใช่พัฒนาครกหินเพียงอย่างเดียว หรือถ้าจะพัฒนาครกหินในรูปแบบที่ต่างออกไป ก็มีความน่าสนใจเช่นเดียวกัน แต่ต้องให้เหมาะสมต่อการใช้งานเป็นหลัก

2) ควรใช้วัสดุหินให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่าที่สุด อันเนื่องมาจากหินเป็นวัสดุที่หายากได้ขึ้นทุกวัน ต้องศึกษาคุณสมบัติของหินว่าเป็นอย่างไรก่อนการพัฒนา เพราะหินถ้าทำการแกะสลักหรือเปลี่ยนรูปแบบไปแล้ว ถ้าผลิตหรือกระเทาะพลาดเพียงครั้งเดียว ผลงานที่ได้อาจจะพังและก็ไม่สำเร็จได้ ควรให้คุณค่ากับวัสดุหินให้มากที่สุด ไม่จำเป็นต้องเป็นงานชิ้นใหญ่ (ถ้าเป็นชิ้นใหญ่จะมีน้ำหนักที่มาก) สามารถออกแบบเป็นงานชิ้นเล็กๆแต่มีคุณค่า เพิ่มมูลค่าของงานที่สูงได้

3) การนำเอาเศษวัสดุที่เหลือจากการผลิตครกหิน ทั้งจากการใช้เครื่องจักร หรือการสกัดหินด้วยมือ มาทดลองใช้ให้เกิดประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งควรสอดคล้องกับขนาด สัดส่วนของเศษหินที่เหลือมากที่สุด โดยมีต้องปรับเปลี่ยนอะไรมากมายและง่ายต่อการพัฒนา เพื่อไม่ให้เศษหินที่เหลือมากมายในชุมชนกลายเป็นเพียงขยะที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ มีค่าขึ้นจากการพัฒนา ดังภาพที่ 3.27

4) การนำหินมาใช้เป็นองค์ประกอบ ในการแต่งเติมหรือเพิ่มความงดงามให้กับผลิตภัณฑ์หรือสินค้า มากกว่าที่จะนำหินมาใช้เป็นวัสดุหลัก เนื่องจากหินขนาดใหญ่หาได้ยากและส่วนมากจะนำหินมาใช้ในการผลิตครกหินมากกว่า รวมถึงเศษวัสดุจากหินมีจำนวนมากสามารถนำไปใช้ในการตกแต่งชิ้นงานได้อย่างหลากหลาย



ภาพที่ 3.27 เศษวัสดุหินที่เหลือจากการผลิตครกหิน ซึ่งเหลือเป็นจำนวนมากในชุมชนบ้านไร่ศิลาทอง (ลงชุมชน วันที่ 10 เมษายน 2564)

3. ชุมชนเซรามิกส์ อ.เกาะคา จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านเครื่องปั้นดินเผา)

ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกส์ ใน อ.เกาะคา ในปัจจุบัน ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย โดยส่วนมากเป็นงานจำพวก แจกันกับกระถางรูปเป็นรูปทรงแบบดอกชบา(แจกันทรงดอก) สำหรับหิ้งพระ เป็นแบบขนาดเล็กๆ มีขนาด 4 -12 นิ้ว ตามขนาดความต้องการของลูกค้า เป็นงานลักษณะหล่อขึ้นรูป ซึ่งจะส่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งต่างประเทศจะส่งไปยังประเทศเมียนมาร์ และกัมพูชา โดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ทั้งนี้แล้วแต่ยอดการผลิตที่สั่งเข้ามา สำหรับแจกันทรงชบาขนาดเล็กนั้น ยังคงมียอดสั่งผลิตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก ช่วงหน้าเทศกาลปีใหม่ในประเทศเมียนมาร์ ประชาชนในประเทศ(เกือบทั้งประเทศ) จะมีประเพณีการไหว้ผีบรรพบุรุษ โดยจะทำการจุดเทียนปักลงในแจกัน เมื่อใช้เสร็จสิ้นแล้วจะทำการทิ้งแจกันนั้นทันที เป็นลักษณะการใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง จึงทำให้แจกันทรงชบามียอดสั่งผลิตและสามารถจำหน่ายได้ตลอดทั้งปี ดังภาพที่ 3.28



ภาพที่ 3.28 แจกันทรงดอกชบา ขนาดเล็ก ประมาณ 4- 12 นิ้ว ซึ่งมียอดสั่งในการผลิต และสามารถจำหน่ายได้อยู่ตลอด สำหรับชุมชนเกาะคา จ.ลำปาง (ลงชุมชนวันที่ 1 เมษายน 2564)

การผลิตแจกัน กระถางรูป การผลิตเครื่องสักการะ และชุดหมูปูชา ยังคงสามารถจำหน่ายได้อยู่เสมอ เพราะในประเทศไทย และประเทศข้างเคียง เป็นสังคมแห่งเมืองพุทธ ยังคงมีรูปแบบทางวัฒนธรรม (พุทธ พราหมณ์ ผี) ในเรื่องของหิ้งพระ ศาลพระภูมิ รูปแบบต่างๆมันยังคงเดิมอยู่เสมอ

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่สุดท้ายแล้ววัฒนธรรมก็จะกลับมาอยู่ในจุดเดิมที่เคยเป็นอยู่เสมอ ดังภาพที่ 3.29



ภาพที่ 3.29 แจกัน กระถางรูป ชุดสักการบูชา ขนาดเล็กยังคงมีการผลิตและจำหน่ายได้อย่างตลอด เนื่องจาก ราคาไม่แพงมาก และมีรูปแบบสวยงาม (ลงชุมชนวันที่ 1 เมษายน 2564)

แม้ว่าการผลิตแจกันทรงดอก กระถางรูป หรือเครื่องสักการบูชาข้างต้น จะสามารถผลิตและจัดจำหน่ายได้เรื่อยๆ ตามวิถีความเชื่อและวัฒนธรรมในสังคม แต่ถ้าเทียบเป็นร้อยละของการผลิตทั้งหมด ทั้งถ้วย จาน ชาม แจกันและของตกแต่งบ้านต่างๆ ภาพรวมนั้นถือว่าลดลง และราคาตกอย่างมาก จากการแข่งขันทางการตลาดและราคาที่กดต่ำลงมามาก เช่นสินค้าเซรามิกส์ที่เริ่มต้น 5 บาทตามข้างถนนเส้นห้างฉัตร (ถ.ลำปาง-เชียงใหม่) ทำให้ราคากลางตามความเป็นจริงไม่สามารถจำหน่ายได้ (ตั้งราคาทุนยังไม่สามารถทำได้) เซรามิกส์จำเป็นต้องมีราคากลาง รวมถึงการใช้วัตถุดิบทั้งดิน การใช้ไฟฟ้าจากกรรมวิธีการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้นการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์จึงมีความจำเป็นอยู่เสมอ แต่ต้องพัฒนาให้ถูกทาง เหมาะสำหรับนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

ปัญหาที่พบ

1) วัตถุดิบมันขึ้นราคา 100 บาทต่อตัน เป็นดินสำเร็จอัดแผ่น น้ำยาเคลือบมันขึ้น 100 บาทต่อ 1 กก. ถึงแม้วัตถุดิบในการผลิตสินค้าจะเพิ่มขึ้นมาก แต่ก็ไม่สามารถเพิ่มราคาสินค้าในการจำหน่ายได้ ไม่เช่นนั้นจะไม่สามารถรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้

2) การทำรูปแบบใหม่ๆหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง มันสู้ผลิตภัณฑ์เดิมไม่ได้ เพราะเหตุผลเดียวกันคือต้องรักษาลูกค้าเก่า การออกแบบผลงานที่ทำขึ้นมาใหม่มันขายไม่ได้ เพราะลูกค้าคนกลางไม่เอา(ไม่ต้องการ) ต้องการแบบงานที่เป็นลักษณะโบราณเท่านั้น งานที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ส่วนมากเป็นของตกแต่งบ้าน ซึ่งมันต้องขึ้นอยู่กับการออกแบบเป็นสำคัญ

3) ถ้าอยากต่อยอด ต้องต่อยอดเรื่องด้านการตลาดให้ด้วย เพราะถ้าวางขายร่วมกันมันขายงานไม่ได้ เพราะราคามันแตกต่างกันสูง งานเซรามิกส์ที่มีราคา 100-200 บาท กับงานเซรามิกส์ที่มีราคา 1,500 บาทวางขายอยู่ใกล้กัน ราคาสูงขายไม่ได้แน่นอน ผู้บริโภคต้องเลือกของราคาที่ต่ำเป็นอันดับแรกเสมอในงานเครื่องปั้นดินเผา

ในการพัฒนาสินค้าหรือผลงานในอนาคต

1) คุณค่าของผลงานเซรามิกส่วนมากมันอยู่กับ**ความโบราณ ความเชื่อเรื่องวัฒนธรรม** มันจึงไม่ขายแบบนี้มานาน แต่มันมียอดการผลิตเข้ามาอยู่เรื่อยๆ มันสามารถจำหน่ายได้เรื่อยๆ ดังนั้นการพัฒนาชุดแจกัน กระถางรูป ชุดหิ้งพระ และชุดสักการบูชาต่างๆ จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจอย่างมากในการต่อยอดและสร้างสรรค์ (เป็นการพัฒนาการออกแบบจากรูปทรงแจกันแบบเดิม)

2) การออกแบบให้เกิดความแปลกใหม่นั้น ควรออกแบบงานเซรามิกไปประยุกต์ใช้ร่วมกับศิลปหัตถกรรมอื่นๆ ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะการใช้งานที่แตกต่างออกไป หรือเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับการตกแต่งบ้านที่แปลกใหม่ โดยในการพัฒนาต้องเห็นถึงคุณสมบัติและเทคนิคการผลิตเซรามิกหรือเครื่องปั้นดินเผาเป็นสำคัญ เพราะผลงานเซรามิกนั้นมีความเปราะบาง แตกหักได้ง่าย และหดตัวขณะเผาเคลือบ ดังนั้นต้องใช้ผลงานเซรามิกเป็นที่ตั้งและนำวัสดุหรือภูมิปัญญาอื่นๆ มาประกอบ

3) การออกแบบควรเน้นหนักถึง ความโบราณ เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องใช้ และการขึ้นอยู่กับความเชื่อคู่กับเรื่องวัฒนธรรม (ทำการศึกษาวรรณกรรมที่ทุกครัวเรือนจำเป็นต้องใช้)

4) ถ้าจะออกแบบและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ จำเป็นจะต้องศึกษาความต้องการของสังคมที่ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเซรามิก หรือเป็นการสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ เป็นต้น

4. ชุมชนจักสานไม้ ชุมชนบ้านห้วยเป้ง (ทักษะภูมิปัญญาด้านการจักสานไม้)

ปัจจุบัน ส่วนมากทำงานสินค้าประเภทจักสานตะกร้าทั่วไป และตะกร้าสำหรับบรรจุลูกนิมิตให้กับทางวัดในจังหวัดลำปาง เป็นการผลิตตะกร้าจักสานโดยใช้วัสดุจากทางมะพร้าว (สำหรับฐานลูกค้าเดิม)และวัสดุไม้ไผ่ จักสานลวดลายขัดแบบธรรมดา (ลายเฉลียง) การผลิตตะกร้าไม้ไผ่เอนกประสงค์ จะเลือกใช้วัสดุธรรมชาติในการผลิตทั้งตัวตะกร้า หรือจักสานมือจับตะกร้าเป็นส่วนใหญ่ (โดยตัวตะกร้าเป็นผ้าหรือวัสดุอื่นๆ) ลวดลายที่นิยมใช้ประกอบเป็น **ลายเฉลียง** เป็นลายไขว้ขัดธรรมดาใช้สำหรับลูกค้าทั่วไป และ **ลายเฉลียว** ซึ่งเป็นลายล้านนา (ลายตาล) เป็นลวดลายที่ลูกค้านิยมชอบเพราะมีความงดงาม และน่าสนใจมากกว่า ดังภาพที่ 3.30 – 3.31



ภาพที่ 3.30 ซ้ายมือ ลายเฉลียง เป็นลักษณะลายจักสานที่ไขว้กันธรรมดา ขวามือ เป็นลายเฉลียว เป็นลายที่มีการสวยงามและเป็นลวดลายที่ผู้บริโภคชื่นชอบมากกว่าลายขัดธรรมดา (ลงชุมชนวันที่ 6 เมษายน 2564)



ภาพที่ 3.31 รูปแบบตะกร้าจักสานของชุมชนบ้านห้วยเป้งที่ผลิตในปัจจุบัน ในงานชิ้นนี้ได้ประยุกต์นำเอาไม้เสียบลูกชิ้นมาใช้เป็นโครงสร้างการออกแบบ (ลงชุมชนวันที่ 6 เมษายน 2564)

ปัญหาคือเรื่องการสร้างฐานลูกค้าใหม่ การหาผู้บริโภครายใหม่ๆที่จะมาเลือกดูและซื้อสินค้า โดยปัจจุบันส่วนมากจะเป็นลูกค้าเก่าที่เคยมารับซื้อไปจำหน่ายต่อและใช้เอง แต่ทั้งนี้ต้องทำการออกแบบและพัฒนาสินค้าใหม่ๆก่อนที่จะหาตลาดใหม่ เพราะความต้องการของสินค้าและรูปแบบของสินค้าแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป

จากที่ผ่านมาทำให้ทราบว่ารูปแบบเดิมจำหน่ายได้ดีกว่า การใช้เอกลักษณ์เดิมยังเป็นจุดขายได้ดี จนบางครั้งผลิตไม่เพียงพอต่อการขาย โดยการคิดตลาดใหม่ๆนั้นต้องใช้เวลา ต้องมีการแกะจากตลาดเก่าเพื่อออกแบบสร้างตลาดใหม่ (แบบใหม่ช้าและต้องใช้เวลา แบบเดิมมีความชำนาญและขึ้นแบบได้อย่างรวดเร็ว) ดังนั้นในการพัฒนางานออกแบบใหม่ ถ้าสามารถนำตลาดเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่นตลาดเจลิยว (ตลาดดอกพิกุล ตลาดดอกจอก ตลาดเจลิยวสามเหลี่ยมและตลาดทะเลยมม) ที่มีความสวยงามและลูกค้าชื่นชอบอยู่แล้วนำมาใช้ประกอบในการออกแบบ เกิดการพัฒนารูปร่างรูปทรงที่ต่างออกไป มีการสร้างสินค้าที่มีลักษณะการใช้งานอื่นๆมากกว่าการจักสานตะกร้า ให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และเก็บองค์ประกอบที่ดีอยู่แล้วให้คงไว้



ภาพที่ 3.32 รูปแบบตะกร้าทางมะพร้าว และตะกร้าไม้ไผ่เอนกประสงค์ เป็นการจักสานแบบขายชั่วคราว(ลายเจลิยง) ซึ่งเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์จักสานของชุมชนบ้านห้วยเป้งผลิตอยู่เป็นประจำและสามารถจัดจำหน่ายได้อยู่ตลอด การออกแบบและพัฒนาตะกร้าจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาสร้างสรรค์ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น (ลงชุมชนวันที่ 7 เมษายน 2564)

การจำหน่ายในลักษณะต่างๆตามหน่วยงานภาครัฐ ที่ดำเนินการโดยสำนักงานพัฒนาการชุมชน จ.ลำปาง ซึ่งมีการเดินทางจัดบูธ (Booth) แสดงสินค้าและการจัดจำหน่าย ตามงาน OTOP ต่างๆทั่วประเทศ ที่ผ่านมาสามารถขายได้ และบางสถานที่ก็ขายได้ดี โดยมีข้อแตกต่างกันอยู่บ้าง คือ การขายปกติหรือการขายตามงาน OTOP ระดับภูมิภาค จะจำหน่ายตะกร้าได้ในราคาประมาณใบละ 300 – 350 บาท แต่ถ้านำมาออกบูธหรือจัดแสดงงานขายต่างๆในกรุงเทพฯและปริมณฑล จะสามารถขายได้ราคาใบละ 500 บาท (ต้นทุนตะกร้าอยู่ใบละ 200 บาท โดยราคาจะเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว ทำให้ทราบได้ว่าตลาดแต่ละที่มีผลต่อการขายอย่างชัดเจน (ทั้งนี้การที่จะสามารถนำสินค้ามาจัดจำหน่าย ภายใต้งาน OTOP ร่วมกับทางพัฒนาชุมชนจังหวัดได้นั้น (ทุกจังหวัด) ผลงานหรือสินค้านั้นๆ ต้องผ่านการคัดเลือกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เสียก่อน รวมถึงเมื่อผลงานผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงมีสิทธิ์เข้าสู่โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) เพื่อประเมินจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) จะได้สิทธิ์จัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Profile) ที่จะใช้ในการทำงานเชิงบูรณาการของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป)¹⁴

การนำสินค้าเพื่อนำไปจัดแสดงสินค้าและจัดจำหน่ายในงาน OTOP ในจังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑล รูปแบบการจัดงานจะมีรูปแบบที่ใหญ่กว่าระดับภูมิภาค ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคเองก็มียงบประมาณในการเลือกซื้อสินค้าที่สูงกว่า ทำให้ถ้าไม่มีการพัฒนารูปแบบของสินค้า สินค้ายังคงรูปแบบเหมือนเดิม หรือมีการเปลี่ยนแปลงที่น้อย จะทำให้ผลงานสินค้าที่นำมาจำหน่ายไม่มีความแตกต่าง จนบางครั้งก็มีรูปแบบที่คล้ายหรือเหมือนกันกับสินค้าของจังหวัดอื่นๆ ที่พบเจอกันโดยทั่วไปอยู่เป็นประจำ แม้ว่าผลงานจะได้รับการคัดเลือกจากทางจังหวัด ผ่านการคัดสรรจาก มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย เพื่อมีโอกาสเข้าร่วมงาน OTOP แต่ก็ยังเป็นสินค้าเพียงรูปแบบเดียวที่ได้รับประเมินเท่านั้น ส่วนสินค้าที่นำมาจำหน่ายรูปแบบอื่นๆส่วนมากแล้วก็ยังเป็นสินค้าที่มีอยู่แล้วในชุมชน ดังนั้นเพื่อการหาตลาดใหม่และยกระดับสินค้า ให้สามารถนำมาจำหน่ายในส่วนกลางและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้มากขึ้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาสร้างสรรค์สินค้าให้มีความน่าสนใจและแตกต่าง แม้ว่าสินค้าเดิมจะสามารถขายได้ดี แต่ราคาที่ยากก็มิได้สร้างกำไรได้มากเท่ากับการจำหน่ายในส่วนกลาง

คุณค่าของงานจักสาน ลวดลายที่มีในปัจจุบันเป็นผลงานแกะสลักลายเก่าในอดีตกมาเป็นลวดลายคู่บ้านคู่เมือง ลายใหม่ๆที่ถูกสร้างขึ้นมาก็มีความน่าสนใจเท่าสลักลายเก่าได้ ทั้งรูปแบบของลวดลาย เรื่องราวความเข้าใจของคน มีความเป็นอัตลักษณ์ ลักษณะความเป็นมา ความงดงาม ความน่าสนใจ หรือแม้กระทั่งวัสดุที่นำมาใช้ในการจักสาน กลุ่มจักสานห้วยเป้งต้องการสร้าง

¹⁴ ศึกษาข้อมูลการศึกษาแนวคิด จากโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2562 (OTOP Product Champion : OPC) ในรายงานวิจัย

เอกลักษณ์ของลวดลายสานที่เป็นของกลุ่ม เน้นลวดลายและความดั้งเดิม รวมถึงสร้างคนรุ่นใหม่มาต่อยอดให้มากขึ้น มีให้ภูมิปัญญานี้สูญหายไปจากจังหวัดลำปาง



ภาพที่ 3.33 รูปแบบการจักสานของชุมชนบ้านห้วยเป้ง แม้ว่ารูปแบบการจักสานจะมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างในปัจจุบัน แต่สุดท้ายแล้วรูปแบบ และการจักสานเดิมก็ยังคงความเป็นอัตลักษณ์ชุมชน และสามารถนำไปใช้จักสานเป็นรูปแบบสินค้าเพื่อจำหน่ายได้อยู่เสมอ ดังนั้นในการพัฒนารูปแบบสินค้า ควรมีการนำรูปแบบหรือลายจักสานเดิมมาใช้ในการออกแบบร่วม ให้ผลงานแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นบ้านห้วยเป้งได้ (ลงชุมชน วันที่ 7 เมษายน 2564)

มีความต้องการอยากนำเอาลวดลายเก่า (ลายเฉลียว- ลายดอกจอก ลายพิกุล เฉลียว สามเหลี่ยม) มาสร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ใช้ลวดลายดั้งเดิมแต่สร้างบุคลิกและลักษณะของผลงานขึ้นมาใหม่แตกต่างจากสิ่งเดิม ให้ก่อเกิดเป็นผลงานอันมีเอกลักษณ์มากขึ้นของชุมชน

วัสดุธรรมชาติหายากก็จริงแต่มันก็มีคุณค่าอย่างมาก แม้ว่าไม่ไผ่ราคาสูงขึ้น แต่ไม่ไผ่ไม่ได้ดีกว่าหวาย ไม่ไผ่อยู่ภายนอกมันกรอบหัก ใช้ได้ประมาณ 8-10 ปี แต่วัสดุหวายจะคงทนกว่าไผ่ หวายสามารถคงทนอยู่ได้เป็นหลัก 10 ปี ซึ่งการนำวัสดุทั้งไม้ไผ่ หรือหวายมาใช้ในการจักสานย่อมเป็นผลที่ดีกว่าการใช้วัสดุเทียมหรือวัสดุทางอุตสาหกรรม ที่ผ่านมาถึงแม้ว่าวัสดุทางธรรมชาติจะหาได้ยากขึ้น แต่ทั้งนี้ถ้าการนำวัสดุดังกล่าว มาใช้อย่างคุ้มค่า ก่อเกิดคุณค่า สามารถนำมาใช้งานให้เกิดการสร้างมูลค่าที่มากขึ้น วัสดุไม้ไผ่หรือหวายก็ยังคงมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้เช่นเดิม จากระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมาหน่วยงานทางภาครัฐ พยายามให้มีการปรับเปลี่ยนการใช้วัสดุ ให้ทดลองใช้วัสดุทางอุตสาหกรรมทดแทนวัสดุธรรมชาติ เช่น หวายเทียม เส้นพลาสติก หรือแม้กระทั่งพลาสติก PE ซึ่งในตอนแรกเริ่มก็สามารถจำหน่ายได้ เป็นที่นิยม ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี เพราะจากความแปลกใหม่ มีสีสันสวยงาม แต่เวลาผ่านไป ผู้บริโภคกลับเข้าสู่ความต้องการวัสดุธรรมชาติ ความโหยหาวัสดุจากธรรมชาติ ทำให้ราคาหรือความนิยมของการจักสานวัสดุเทียมลดลง และเป็นที่ต้องการในตลาดน้อยลงมาก สุดท้ายความเป็นธรรมชาติ ความดั้งเดิมก็กลับมาแทนที่และเป็นที่นิยมอีกครั้ง จากความต้องการของสังคมโลกในปัจจุบัน ทำให้ทราบว่าไม่ว่าจะเกิดเปลี่ยนแปลงอย่างไร ความเป็นธรรมชาติและความเป็นดั้งเดิมก็ยังคงอยู่เสมอ

5. จากการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กลุ่มชุมชนศิลปหัตถกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่นในจังหวัดลำปาง จำนวน 4 กลุ่ม ได้แนวในการพัฒนาได้ดังนี้

1) แนวคิดในการออกแบบและพัฒนา ควรแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

รูปแบบที่ 1 : เปลี่ยนไม่มาก ปรับจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เดิม (คิดเป็นร้อยละ 70 ของการพัฒนาทั้งหมด)¹⁵ เป็นแนวคิดการต่อยอดในรูปแบบเดิมๆ พัฒนาตามการทำงานในรูปแบบที่กระทำอยู่ เสมือนงานเดิมที่มีอยู่มาพัฒนาหรือประกอบเข้าด้วยกันใหม่ เป็นการประกอบแบบจากการนำผลงานภูมิปัญญาในแต่ละที่มาใช้ร่วมกัน (ปรับเปลี่ยนเพียงเล็กน้อย เพื่อการทำงานที่คล่องตัว สะดวกและมีความเข้าใจเดิมอยู่แล้ว ผลิตตามความเข้าใจเดิมจากความเคยชินไม่ซับซ้อน)

รูปแบบที่ 2 : เปลี่ยนใหม่ทั้งหมด คิดและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมใหม่ (คิดเป็นร้อยละ 30 ของการพัฒนาทั้งหมด) เป็นการออกแบบและสร้างรูปแบบใหม่ๆ มีการนำมิติทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญามาใช้ในการออกแบบ การปรับงานเข้าสู่งานศิลปหัตถกรรมดั้งเดิมที่งดงามแต่ปรับให้เหมาะสมกับปัจจุบัน เน้นแสดงศักยภาพทักษะเชิงช่างในการสร้างสรรค์ของชุมชน การใช้แนวคิดการพัฒนาเข้าสู่การออกแบบมากขึ้น ให้เกิดความแตกต่างและแปลกใหม่ (ทำให้เกิดรูปแบบใหม่ๆ ที่น่าสนใจ แตกต่างและเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง) การผลิตสอดคล้องกรรมวิธีแบบเดิม แต่เปลี่ยนแปลงตามการออกแบบรูปลักษณะและการนำไปใช้ประกอบในผลงาน

2) ทดลองการตั้งคำถามเพื่อศึกษาแนวคิดและทัศนคติของชุมชนต่อการพัฒนาผลงาน

ในขั้นตอนแรก กลุ่มชุมชนเน้นหนักไปยังแนวทางการพัฒนาในรูปแบบที่ 1 เพราะความคุ้นเคย การทำงานเดิมที่มีอยู่ สามารถสร้างงานขึ้นได้เลย โดยไม่ต้องกังวลต่อความผิดพลาด เพราะต้องการความคงสภาพเดิม ลักษณะการทำงานเหมือนเดิมเกือบ 100 % ไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงวิธีคิดและการผลิต ให้เกิดเป็นผลงานใหม่จากการปรับปรุง ต้องการทำงานรูปแบบเดิมๆ ไม่ยุ่งยาก ช่างสล่ามีความเข้าใจงานอยู่แล้ว เช่นการกลึงครกไม้ แล้วปรับขนาดเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

แต่เมื่อผู้ปฏิบัติงานได้ให้ข้อมูล นำเสนอวิธีการ และแนวคิดผลงานออกแบบใหม่ (นำเสนอจำนวน 2 ครั้ง) แล้วให้กลุ่มชุมชนตัดสินใจอีกครั้ง พบว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีคิดและทัศนคติที่ดีขึ้น มีความเข้าใจและยอมรับ ทราบถึงขีดความสามารถของตนเองในการพัฒนา การเปลี่ยนแปลงในรูปแบบที่ 2 และ รูปแบบที่ 3 มีความน่าสนใจและเป็นไปได้ในการออกแบบ ชุมชนทั้ง 4 กลุ่มเกิดความสนใจ ชื่นชอบ มีความต้องการทดลองสร้างงาน และเกิดความท้าทายต่อตนเองมาก

¹⁵ ข้อมูลมีความสอดคล้องกับจากการศึกษาแนวคิด การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมกับกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง เพื่อให้ได้หลักการและข้อมูลที่สอดคล้องกับการพัฒนาที่ถูกต้อง ตามเกณฑ์ยุทธศาสตร์ของชาติและกลยุทธ์ของจังหวัดลำปาง จากการสัมภาษณ์หลักการในการพัฒนาผลงานหัตถอุตสาหกรรม วันที่ 24 มีนาคม 2564 ณ.ห้องพัฒนาการชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชน ชั้น 3 สำนักงานจังหวัดลำปาง

ขึ้น และเห็นว่าการออกแบบและพัฒนาลักษณะนี้ จะสามารถพัฒนาขีดความสามารถ สร้างแนวคิดใหม่ ๆ และยกระดับรูปแบบผลงานหัตถอุตสาหกรรมในชุมชนได้มาก พร้อมทั้งแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปางได้อย่างชัดเจน

เมื่อทำการนำเสนอเสร็จสิ้น และย้อนถามกลับไปยังแนวคิดและการออกแบบพัฒนา รูปแบบที่ 1 ซึ่งเป็นที่ต้องการเดิมของชุมชน อันเป็นการนำผลงานเก่าและทำการตัดทอนลงไปส่วนหนึ่งแต่ยังคงมีความงามและน่าสนใจ พบว่า กลุ่มชุมชนกลับเห็นด้วยกันทั้งหมดว่า ควรเลือกแนวคิดการออกแบบและพัฒนาในรูปแบบที่ 2 และรูปแบบที่ 3 มากกว่า เพราะด้วยความน่าสนใจ ความแปลกใหม่และการนำภูมิปัญญาทั้ง 4 กลุ่มมาใช้ในการออกแบบร่วมกันได้ดีและเหมาะสมกว่า นั้นแสดงให้เห็นว่า เมื่อกลุ่มชุมชนได้เข้าใจและตระหนักถึงแนวคิดในการพัฒนา ก่อเกิดภาพในมุมมองที่ต่างออกไปและเข้าใจว่าเมื่อพัฒนาแล้วจะได้อะไร เกิดผลลัพธ์ในการพัฒนาอย่างไร จึงเกิดแรงผลักดันและมองเห็นถึงศักยภาพของตนเองต่อการสร้างสรรค์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (ภาพที่ 3.34)



ภาพที่ 3.34 ทดลองการตั้งคำถามเพื่อศึกษาแนวคิดและทัศนคติของชุมชนต่อการพัฒนาผลงาน ทำการนำเสนออธิบายแนวคิด และรูปแบบในการพัฒนาให้แก่ชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 กลุ่ม ให้เกิดเห็นความแตกต่าง ระหว่างแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบเดิมที่ชุมชนต้องการ และแนวคิดการผสมผสานภูมิปัญญาให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งผลที่ได้รับคือ การเปลี่ยนมุมมองต่อการพัฒนา การรับรู้ถึงขีดความสามารถของตนเอง การแบ่งสัดส่วนของการสร้างสรรค์ผลงาน และรู้ว่าการพัฒนานั้นสามารถกระทำได้

ขั้นตอนการปฏิบัติงานการศึกษาแนวคิดและทัศนคติของชุมชนต่อการพัฒนาผลงาน

2.1) เริ่มต้นจากการให้ข้อมูลเรื่องการพัฒนาผลงาน

2.2) ทำการออกแบบและพัฒนาผลงานที่ง่าย ไม่ซับซ้อน ดัดแปลงให้เป็นผลงานที่เคยทำอยู่เสมอ

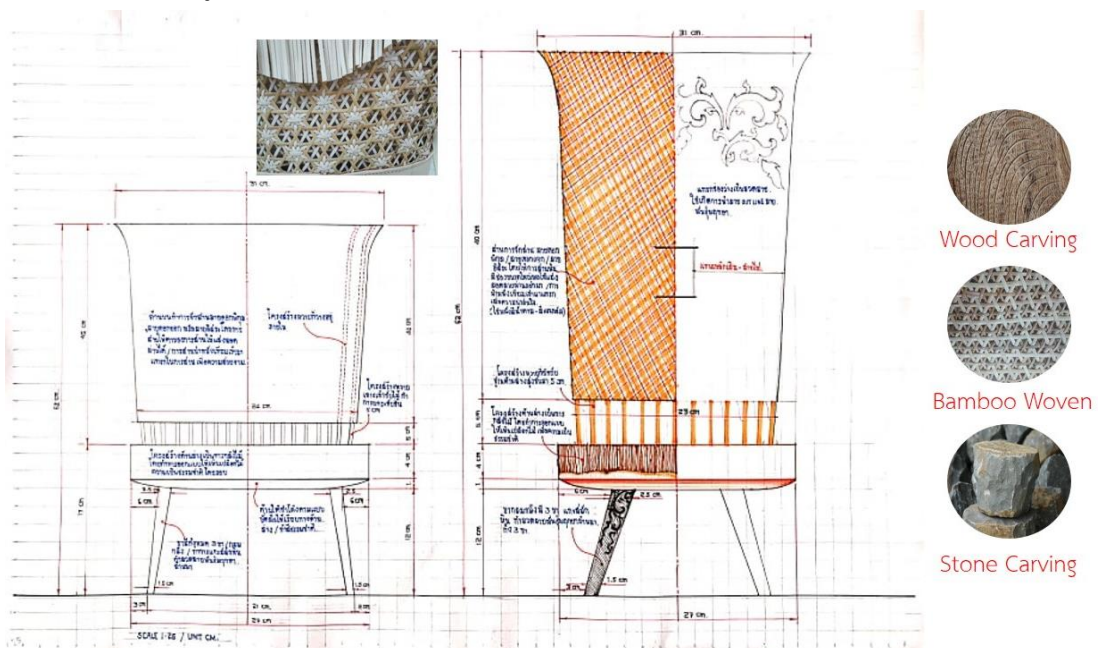
ผลลัพธ์ : สามารถผลิตได้ทันที ลักษณะแบบนี้ดีที่สุด เหมาะสำหรับการพัฒนาอย่างยิ่ง เป็นรูปแบบแนวคิดที่ชุมชนต้องการ (ความคิดนี้ เป็นแนวคิดที่ชุมชนต้องการ และปฏิเสธแนวคิดใหม่ มาโดยตลอดจากการทำงานที่ง่าย สะดวกและไม่ต้องการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน) ดังภาพที่ 3.35



ภาพที่ 3.35 รูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมที่ชุมชนต้องการพัฒนา

2.3) ทำการออกแบบและพัฒนาแนวคิดให้มากขึ้น มีการนำวัฒนธรรม ทักษะเชิงช่างที่มีความชำนาญอยู่แล้วมาประยุกต์และปรับเล็กน้อย ผสมกับความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นผลงานที่น่าสนใจ โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบเบื้องต้น Sketch Design ประกอบการอธิบายแบบงาน

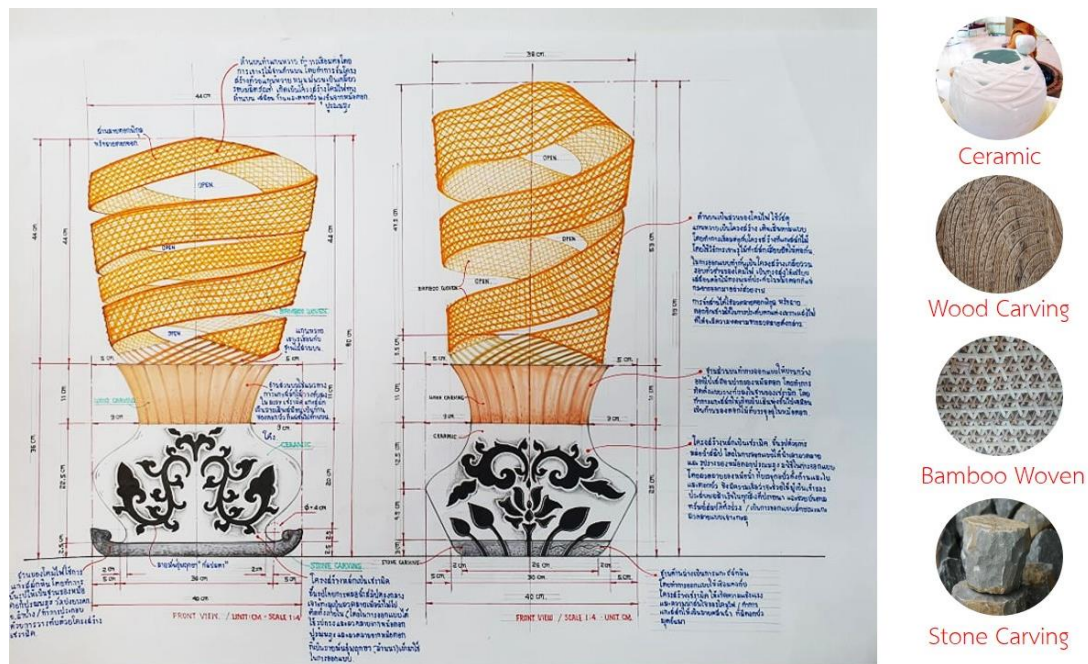
ผลลัพธ์: ชุมชนทั้ง 4 แห่งเลือกที่จะพัฒนาในรูปแบบที่ 2 เพราะมีความน่าสนใจกว่าและปรับรูปแบบเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แม้จะยากต่อความเข้าใจ แต่ชุมชนพร้อมจะทดลองพัฒนาร่วมกัน และยกเลิกงานในรูปแบบที่ 1 ที่ตนเองต้องการ ดังภาพที่ 3.36



ภาพที่ 3.36 แนวคิดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่ 2 เป็นการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบที่แตกต่างออกไป มีการนำมิติทางวัฒนธรรมเข้ามาใช้ร่วมในการออกแบบ การศึกษากรรมวิธีการนำภูมิปัญญาที่ต่างกันเข้ามาใช้ผสมผสานร่วมกัน และสร้างสรรค์ผลงานที่มีความแตกต่างและน่าสนใจมากขึ้นแต่ไม่มีความซับซ้อนมากนัก

2.4) รูปแบบที่ 3 ออกแบบให้เกิดความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น มีการนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่เป็นอัตลักษณ์ มาใช้ร่วมในการออกแบบ การกลับคืนสู่ความวิจิตร งดงามและความประณีตดั้งเดิมจากศิลปะเชิงช่าง สู่การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม โดยผู้ปฏิบัติงานได้ทำการออกแบบเบื้องต้น Sketch Design ประกอบการอธิบายแบบงาน

ผลลัพธ์: ชุมชนทั้ง 4 กลุ่ม เมื่อได้เห็นผลงานออกแบบและรับฟังแนวความคิดการพัฒนา ซึ่งรูปแบบทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน ชุมชนเกิดความท้าทายและอยากจะทำทดลองทำงานที่มีความประณีตอีกครั้ง แม้ว่าจะทำยาก ใช้เวลานาน เกิดความสับสนต่อแบบและกรรมวิธีการผลิต แต่ชุมชนก็มีความท้าทาย และเห็นว่าตนเองมีขีดความสามารถเพียงพอ พร้อมนำทักษะเชิงช่างที่งดงามยกระดับเข้าสู่งานออกแบบ และปรับตัวในสังคมปัจจุบันได้ ดังภาพ 3.37



ภาพที่ 3.37 แนวคิดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่ 3 เป็นการพัฒนาในรูปแบบที่มีความซับซ้อนมากขึ้น มีการนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาใช้ร่วม มีอัตลักษณ์บ่งบอกความเป็นตัวตนอย่างชัดเจน การนำเทคนิคเชิงช่างที่มีความประณีต งดงามเข้าสู่การผลิตมากขึ้น สามารถยกระดับงานหัตถกรรมสู่งานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม และเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรมให้เกิดความแตกต่างและน่าสนใจได้

2.5) สรุปผลว่า ชุมชนศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 กลุ่ม ได้คัดเลือกแนวคิดใหม่ในรูปแบบที่ 2 และรูปแบบที่ 3 เข้าสู่การพัฒนาผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง ที่มุ่งจะพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่สู่ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ และการสร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่เป็นผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม

3) ผลสรุปและข้อเสนอแนะ ที่ต้องนำไปใช้ในกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายจากการประชุมกลุ่มย่อย โดยสรุปผลเป็นรายข้อดังนี้

3.1) ในการทำงานจากภูมิปัญญาทุกกลุ่ม ควรใช้เทคนิคดั้งเดิม (การทำงานด้วยมือ) ให้มากที่สุด เพื่อคงความเป็นผลงานศิลปหัตถกรรมที่มีคุณค่า และมีลักษณะเฉพาะตัวของชุมชน

3.2) ทุกภูมิปัญญาควรใช้ทรัพยากรพื้นถิ่น และวัสดุธรรมชาติให้เกิดความคุ้มค่าให้มากที่สุด ทั้งวัสดุจากไม้ หิน ดิน หวาย และไม้ไผ่)

3.3) ทุกภูมิปัญญาควรนำทักษะเชิงช่างมาใช้ให้เกิดประโยชน์ แต่ต้องไม่ควรมากเกินความจำเป็น ต้องรักษาความงดงามและนำมาใช้ในสัดส่วนที่เหมาะสม

3.4) ควรมีการออกแบบและพัฒนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาให้แตกต่างออกไป เพื่อลดความซ้ำซ้อนและสินค้าที่เหมือนกัน กับชุมชนในจังหวัดอื่นๆ ที่มีภูมิปัญญาเหมือนกัน หรือใกล้เคียงกัน (ทั้งในการจำหน่าย และการแสดงสินค้าในงานต่างๆ) รวมถึงการมองหากลุ่มตลาดผู้บริโภคใหม่ๆ

3.5) ผลิตภัณฑ์และสินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน ควรเพิ่มประโยชน์ใช้สอย เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าสำหรับผู้บริโภค

3.6) ควรออกแบบผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน เนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการใช้จ่ายมากขึ้น

3.7) ควรออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ตามเกณฑ์และเงื่อนไข ของการรับรองมาตรฐานชุมชน (มผช.)และ OTOP Product Champion

3.8) การพัฒนาผลงานต่างๆ ผู้ปฏิบัติงานต้องทำความเข้าใจกับช่างผู้ผลิต (ผู้ปฏิบัติงานศิลปหัตถกรรม) ให้มาก ต้องเรียนรู้และเข้าใจทัศนคติ แนวคิด และความต้องการของช่างควบคู่ไปกับการพัฒนา รวมถึงอธิบายหลักการของโครงการ เพื่อให้แนวคิดการพัฒนานั้นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ให้มากที่สุด ลดความอคติ ขัดแย้งและเห็นต่าง ให้ผลงานที่พัฒนานั้นได้ผลลัพธ์ตามความคิดของคนทุกกลุ่ม (ช่าง = ศิลปิน ต้องทำความเข้าใจ ผลงานที่ได้ต้องมีพึงพอใจของช่างผู้ผลิตประกอบด้วย)

3.9) ผลงานที่ได้ ต้องมีคุณค่าและความคุ้มค่า

3.10) ในการออกแบบและพัฒนาผลงานใหม่นั้น เป็นเรื่องยากต่อการผลิต ทั้งความเข้าใจในแบบ กระบวนการทำงานที่หลากหลายขั้นตอน และค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าปกติ ดังนั้นผลงานใหม่ที่ได้ ต้องมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และสามารถพัฒนา ต่อยอดเป็นผลงานอื่นๆได้อย่างต่อเนื่อง

3.11) ในงานแกะสลักไม้ ควรใช้ไม้ฉำฉาในการทำงาน เพราะเป็นวัสดุที่มีในชุมชน แต่ข้อเสียคือในฤดูร้อนไม้จะมีการแตกร้าว ผู้ออกแบบต้องทำความเข้าใจคุณสมบัติและลักษณะเฉพาะของวัสดุ (ควรทำงานฤดูฝนเพราะไม้จะไม่แตกและเนื้อไม้มีความอ่อน)

3.12) การพัฒนาเปลี่ยนแปลงต้องไม่มากจนเกินไป ให้คงความเป็นเอกลักษณ์เดิมไว้ หรือถ้าเป็นสิ่งใหม่ต้องอยู่ภายใต้กรรมวิธีการผลิตแบบเดิม

3.13) ในการสร้างสรรค์ควรหาจุดร่วมของการผสมผสานภูมิปัญญาเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ หรือการนำวัสดุทางธรรมชาติมาใช้ร่วมกันในการออกแบบ เช่น วัสดุหวาย ไม้ไผ่ เป็นต้น แต่ถ้ามีวัสดุทางอุตสาหกรรมเข้ามาร่วมได้แต่ไม่ควรมากจนเกินไป

3.14) ในงานแกะสลักหิน ส่งผลถึงสุขอนามัยของช่างผู้ผลิต และวัสดุหินที่หาได้ยาก ดังนั้นผลงานที่ได้ต้องคุ้มค่า มีคุณค่าและก่อให้เกิดประโยชน์ให้มากที่สุด

3.15) งานแกะสลักหิน ในการทำงานหินมีความแตกหักง่าย ไม่สามารถซ่อมแซมได้ รวมถึงเงื่อนไขในการแกะสลักนั้นไม่สามารถทำงาน แกะสลักหินให้มีความยาวและความเร็วไวได้มากนัก เพราะหินจะหักตามน้ำหนักของตัววัสดุเอง

3.16) ควรมีการนำเศษหินที่เหลือจากการผลิตครกหินมาใช้ประโยชน์ เพราะเศษหินที่เหลือมีจำนวนมากในชุมชน ไม่ได้ใช้ประโยชน์ใดๆ และไม่สามารถย่อยสลายได้ ถ้าสามารถนำมาใช้ออกแบบและพัฒนาได้จะเป็นการนำเอาวัสดุหินมาใช้ได้อย่างคุ้มค่า

3.17) การพัฒนางานเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกส์ ควรศึกษาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วนำไปพัฒนาต่อได้ เพราะสินค้าบางชนิดมีฐานลูกค้าเดิมอยู่จำนวนมาก (เป็นการรักษารฐานลูกค้าเก่า-ผลงานใหม่ๆ บางครั้งพ่อค้าคนกลางไม่ต้องการ)

3.18) งานเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกส์ ควรเน้นถึงความเป็นลักษณะโบราณ มีความเชื่อเรื่องวัฒนธรรม เช่น ชุตแจกัน กระถางรูป ชุตหิ้งพระ และชุดสักการะบูชาต่างๆ เพราะเป็นสิ่งที่มีการผลิตอยู่ตลอด (เป็นสังคมเมืองพุทธ) แนวคิดการพัฒนาจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจอย่างมาก

3.19) ในการออกแบบและพัฒนา การนำเอาเครื่องปั้นดินเผาหรือเซรามิกส์ ไปร่วมกับภูมิปัญญาหรือวัสดุอื่นๆ ต้องทำความเข้าใจคุณสมบัติและลักษณะเฉพาะ เพราะวัสดุมีความเปราะบางแตกหักง่าย ดังนั้นถ้าจะนำไปผสมผสานควรคำนึงถึงงานเซรามิกส์เป็นตัวตั้งและนำวัสดุ ภูมิปัญญาอื่นๆ เข้ามาประกอบ

3.20) ในการจักสาน รูปแบบเดิมยังคงจำหน่ายได้ดีกว่ารูปแบบใหม่ๆ การใช้เอกลักษณ์ยังเป็นจุดขายได้ดี (การจักสานมีความเป็นเอกลักษณ์ มีเรื่องราว ความเป็นมาและความเข้าใจของคน)

3.21) วัสดุในการจักสานมีต้นทุนที่สูง ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบต้องมีความเหมาะสมและจำหน่ายได้ในราคาที่ดี

3.23) วัสดุทางธรรมชาติ เช่น หวาย และไม้ไผ่ จะมีมูลค่าและความน่าสนใจสูงกว่าเส้นพลาสติกมาก (ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมวัสดุธรรมชาติซึ่งมีคุณค่ามากกว่าวัสดุทางอุตสาหกรรมอย่างมาก)

3.24) ควรนำลวดลายดั้งเดิม คือการจักสานลายเฉลียว ลายเฉลียวสามเหลี่ยม ลายดอกพิกุลและลายดอกจอก มาใช้สร้างสรรค์ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เป็นการนำลวดลายจักสานดั้งเดิมแต่นำมาใช้ประกอบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดรูปแบบชิ้นงานใหม่ๆ

3.25) ในการจักสานควรต้องมีความถี่ และมีลวดลายที่ชัดเจน จึงจะสามารถนำไปประกอบร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

3.26) ถ้าใช้เซรามิกส์มาประยุกต์เข้ากับการจักสาน เซรามิกส์จะต้องมีพื้นที่ส่วนที่จักสานมากเพียงพอสำหรับนำมือเข้าไปจักสานได้ ถ้าไม่วางแผนก่อนจะไม่สามารถกระทำได้

3.27) การนำวัสดุหินมาใช้ในการประยุกต์หรือแกะสลัก ขนาดความยาวไม่ควรเกิน 20 ซม. และกว้างไม่เกิน 5 ซม. เพราะถ้ามีขนาดมากกว่านั้นหินจะหักได้ รวมถึงวัสดุหินก็เหมือนลักษณะของลายไม้ ต้องทำการแกะหินตามลายเช่นกัน

3.28) ในการกลึงไม้แล้วทำการเจาะส่วนใดๆเจาะ ต้องรอไม้แห้งเสียก่อน เพราะไม้จะมีการหดตัวถ้ายังมีความชื้น การเจาะต่างๆอาจคลาดเคลื่อนจากการออกแบบได้

3.29) เวลาแกะสลักไม้ต้องแกะสลักตามลายไม้เท่านั้นไม่ควรแกะตามขวาง ไม้สักเป็นไม้เนื้อแข็งแต่เนื้อไม้มันมีลักษณะที่เปราะ ดังนั้นถ้าใช้ไม้สักในการทำงานต้องมีการวางแผนให้ชัดเจนว่าจะใช้ส่วนใด ลายไม้แบบไหนเพราะจะได้แกะสลักให้ถูกต้อง ลดความเสี่ยงจากการหัก

3.30) วัสดุหินแกะสลักให้มีความโค้งได้ยาก ไม่ควรใช้วิธีนี้ในการออกแบบ

3.31) การนำอัตลักษณ์ของลำปาง หรืออัตลักษณ์ของทางภาคเหนือ(ล้านนา) มาใช้ร่วมในการออกแบบและพัฒนา มีความน่าสนใจ มีความท้าทาย ชุมชนทั้ง 4 กลุ่มกล้าที่จะลองผิดลองถูกเพื่อให้ได้ผลงาน (อัตลักษณ์ลำปาง อาทิ ช้าง 4 งา, สะพานรัษฎา, สะพานออเรน, วัดพระธาตุลำปางหลวง, ลายไทยล้านนา, สถาปัตยกรรมล้านนา และหินโป่งช้าง เป็นต้น)

3.32) การร่วมมือกัน (การทำงานแบบรวมกลุ่ม) ในการผสมผสานภูมิปัญญา และวัสดุทางธรรมชาติ มีความน่าสนใจมาก นำไปสู่แนวคิดใหม่ ช่างได้เรียนรู้ซึ่งกันและกัน และวิธีการสร้างสรรค์ผลงานให้เกิดความแตกต่างได้

3.33) ชุมชนแนะนำหินโป่งช้าง ควรนำมาใช้ประยุกต์ด้วยในอนาคต เพราะเป็นหินที่มีในจังหวัดลำปาง มีชื่อเสียงระดับประเทศ (ช้าง หมายถึงความคงกระพัน หินโป่งช้างมีลักษณะเป็นแก้วใส และมีใยอยู่ภายใน ต้องผ่านการเจียรเสียก่อน พบได้ที่ อ.เถิน มีสีเขียว สีส้ม และสีขาวใส เป็นทรายแก้ว สามารถนำไปออกแบบเป็นจิวเวอร์รี่และของประดับตกแต่งได้

3.1.2 การศึกษาชุดข้อมูล สำหรับการออกแบบสร้างสรรค์ (Data for Creative)

เมื่อเข้าใจถึงชุดข้อมูล สำหรับปัจจัยและเงื่อนไขก่อนการพัฒนา (Factors and Conditions) ในส่วนแรกที่เกี่ยวข้องกับกรอบแผนพัฒนาจังหวัด การศึกษาเงื่อนไขการทำงานศิลปหัตถกรรมในภาพรวม และการศึกษา การสำรวจข้อมูลเชิงลึกของชุมชนที่คัดเลือกแล้วนั้น ส่วนต่อไปที่ต้องศึกษา คือ เกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆที่เป็นข้อมูลกำกับแนวทางการออกแบบ ให้ผู้ศึกษาสามารถพัฒนาการสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับโจทย์ แผนและนโยบายของจังหวัดและประเทศได้ โดยต้องคำนึงถึงเกณฑ์และหลักการสำคัญ 4 ข้อดังนี้

3.1.2.1 แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

เกณฑ์ที่ต้องทำความเข้าใจเป็นข้อแรก คือเกณฑ์และเงื่อนไข ที่เกิดจากการกำกับของกรอบ แผนพัฒนาจังหวัด ตามประเด็นยุทธศาสตร์ของจังหวัด กลยุทธ์และหัวข้อย่อย โดยในแต่ละประเด็น ยุทธศาสตร์ได้ทำการแจกแจงเกณฑ์แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของแต่ละกลุ่ม อัน ประกอบด้วยแนวทางหลักและแนวทางรอง ซึ่งมีผลลัพธ์ที่ต้องกำหนดไว้ 3 ส่วน คือ **ต้นทาง** (แนวทางหลักคือการวิจัย) **กลางทาง** (แนวทางหลักคือการพัฒนาธุรกิจ การพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน) และ **ปลายทาง** (แนวทางหลักคือการพัฒนาตลาด) ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนี้จะประกอบด้วยเนื้อหาของเกณฑ์และเงื่อนไข ที่ผู้ปฏิบัติงานต้องดำเนินการทำงานตามข้อมูลที่ถูกกำหนดไว้ ข้อมูลที่กำหนดไว้นั้นจะแปร ผลเป็นขอบเขตของการศึกษาข้อมูล และขอบเขตของการออกแบบ ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก การผสมผสานภูมิปัญญาพื้นถิ่น ให้เกิดทิศทางที่สามารถตอบโจทย์การทำงานได้ทั้งระบบ และผลงาน ที่ได้รับการพัฒนาจะส่งผลกระทบต่อทั้งส่วนของต้นทาง กลางทางและปลายทางได้อย่างไร ครบถ้วน สมบูรณ์ทุกข้อหรือไม่ โดยคำตอบจะมุ่งไปยังตัวชี้วัดการทำงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ด้วยเหตุผลนี้ ต้องทำการสรุปในส่วนข้อที่ 3.1.1.1 ให้ได้ว่า งานอยู่ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ของ จังหวัดข้อใด อันจะส่งผลถึงแผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า(Value Chain) โดยโครงการออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาพื้นถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทาง เศรษฐกิจ ได้ถูกระบุอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ที่ 4 ข้อที่ 1 สามารถสรุปและแจกแจงข้อมูล ที่ต้องปฏิบัติให้สอดคล้องตามแผนงานห่วงโซ่คุณค่าดังภาพที่ 3.38

แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า VALUE CHAIN

โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 4 : เสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยการส่งเสริมสนับสนุนการรวมกลุ่ม และพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน

บนฐานรากของความรู้สมัยใหม่และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ข้อที่ 1 : โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์สู่ตลาดสากล

VALUE CHAIN	ต้นทาง	กลางทาง		ปลายทาง
แนวทางหลัก	การวิจัยและพัฒนา	พัฒนาธุรกิจและเพิ่มมูลค่าสินค้า	การพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน	พัฒนาตลาด
แนวทางรอง (ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ หัตถอุตสาหกรรม สินค้าชุมชน)	<ul style="list-style-type: none">- สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรม ผนวกกับความโดดเด่นของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น- สร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงวิชาการ ไปสู่การปฏิบัติงานในเชิงธุรกิจ- สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none">- ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมผนวกกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม- พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นของฝากของที่ระลึกระดับพรีเมียม- ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย วิสาหกิจชุมชน ด้วยฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none">- พัฒนาระบบรับรองมาตรฐานสินค้าและบริการ รวมทั้งกำหนดให้มีมาตรฐานธุรกิจภาคบริการตามมาตรฐานสากล- ส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ กลุ่มอาหารและสินค้าเพื่อสุขภาพ และบริการสุขภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐาน	<ul style="list-style-type: none">- จัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการตามแหล่งชุมชน แหล่งการค้าที่มีศักยภาพหรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆโดยต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานท้องถิ่นทุกระดับ- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ช่องทางทั้งแบบ Online และ Offline- สนับสนุนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสม เพื่อขยายตลาดสินค้าและบริการทั้งในและต่างประเทศ- สนับสนุนการสร้างธุรกิจกรรมในย่านพื้นที่การค้า (Creative Space)

อ้างอิง : เอกสารการประชุมคณะกรรมการขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัดลำปาง วันที่ 6 ธันวาคม 2562 ณ ห้องประชุมชั้น 2 (ศรีสวนดุสิต) มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาออกที่ตั้งลำปาง
กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดลำปาง

ภาพที่ 3.38 ตัวอย่างแผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อทำความเข้าใจหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการทำงาน

3.1.2.2 ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานพัฒนาชุมชน

เมื่อทำความเข้าใจถึงการทำงานจากแผนพัฒนาจังหวัด จนถึงหลักเกณฑ์แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งเป็นนโยบายและระเบียบทางราชการ แต่ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของกลุ่มว่าด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ผู้ดูแลและรับผิดชอบหลักของโครงการคือ **สำนักงานพัฒนาชุมชนของจังหวัด** ซึ่งจะมีแบบแผนการปฏิบัติงาน แนวคิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ขั้นตอนและการดำเนินงานต่อยอดจากแผนงานเดิม หรือเป้าประสงค์เดิมที่วางไว้ ดังนั้นเงื่อนไขต่อมาคือ การทำความเข้าใจเหตุและผลต่างๆในการพัฒนาผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมของชุมชน มีแผนงานพัฒนาเดิมที่ผ่านมาอย่างไร มีกลยุทธ์อย่างไร มีแนวคิดในการพัฒนาผลงานหรือสินค้าของชุมชนในทิศทางใด ที่ผ่านมามีปัญหาอะไร และควรแก้ไขอย่างไร แน่นอนว่าต้องมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาของจังหวัด แต่ข้อมูลในเชิงลึกบางส่วนที่เป็นลักษณะจำเพาะเจาะจง เป็นหลักการที่สำคัญ แสดงให้เห็นความต่อเนื่อง หรือชุดข้อมูลเดิมที่จะต้องใช้เป็นส่วนหนึ่งในแนวความคิด เพื่อลดความสับสนและทำงานซ้ำซ้อน ให้สามารถปฏิบัติงานได้ต่อเนื่องจากข้อมูลเดิมที่มีอยู่ ซึ่งส่วนนี้ต้องศึกษาข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาชุมชนเป็นหลัก เสมือนเป็นชุดข้อมูลและทิศทางสำคัญในการพัฒนาอีกส่วนหนึ่งควบคู่กับแผนพัฒนาจังหวัด โดยได้ทำการศึกษาและสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน และนักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ (ผู้ช่วยหัวหน้ากลุ่มงานฯ) ในสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง ได้ผลสรุปข้อมูลจากการศึกษาดังนี้ (ดังภาพที่ 3.39-3.40)

สรุปผล การศึกษาโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ส่วนของแนวทางการคัดเลือกผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมทั้ง 4 ชุมชน เพื่อทำการออกแบบและพัฒนา จากการศึกษาข้อมูล การประชุมร่วมกับพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง เวทีการจัดประชุมร่วมกับสำนักงานจังหวัดลำปาง และการลงพื้นที่หัตถกรรมชุมชนทั้ง 4 กลุ่ม ได้ผลดังนี้

1. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมจากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย ต้องคำนึงถึงคุณสมบัติและลักษณะเฉพาะของวัสดุ (วัสดุไม้ หิน เครื่องปั้นดินเผา และไม้ไผ่) รวมถึงความสามารถทักษะเชิงช่างเป็นหลัก เพื่อศึกษาแนวคิดการผสมผสาน ทั้งจากตัววัสดุและทักษะเชิงช่างได้อย่างเหมาะสม (ทั้งส่วนความแข็งแรงของโครงสร้าง ความเป็นไปได้ในการผสมผสาน สวยงาม ความน่าสนใจ และการนำวัสดุ รวมถึงทักษะเชิงช่างมาใช้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์ให้มากที่สุด และสอดคล้องกับเกณฑ์พิจารณา จากโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2562 (OTOP Product Champion : OPC)
2. ต้องทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ
 - 2.1 การต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเดิม เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีในชุมชนให้มีการต่อยอดและส่งเสริมผลิตภัณฑ์เดิมที่ยังคงเป็นที่นิยมสามารถจำหน่ายได้ เป็นการพัฒนามรดกฐานเดิมที่มีอยู่
 - 2.2 การพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นแนวคิดนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมที่น่าสนใจ แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมและเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาด
3. ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม โดยใช้การจากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายนั้น จำเป็นต้องทำการพัฒนาในแต่ละกลุ่ม (ทำการแยกกลุ่ม) โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มและให้แต่ละกลุ่มชุมชนนั้นเป็นหัวหน้ากลุ่มในแต่ละหัตถกรรมที่ตนเองชำนาญ เช่น กลุ่มที่ 1 หมู่บ้านแกะสลักบ้านหลุก(ทักษะภูมิปัญญาด้านการแกะสลักไม้) จะทำการพัฒนาจากทักษะการแกะสลักไม้เป็นหลัก โดยมีการนำทักษะภูมิปัญญาอีก 3 ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตามสัดส่วนการออกแบบที่เหมาะสมอีกครั้ง ซึ่งผลงานในกลุ่มที่ 1 นั้น รูปแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมที่ได้ จะมีแนวคิดและความคิดสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์จากการแกะสลักไม้เป็นหลัก (การแกะสลักไม้เป็นขอบเขตการออกแบบหลัก) อันมีภูมิปัญญาอีก 3 ส่วนเป็นส่วนประกอบเพิ่มเติมตามคุณสมบัติ ให้เกิดเป็นการผสมผสานภูมิปัญญาที่น่าสนใจ
4. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ภูมิปัญญาทั้ง 4 กลุ่ม เนื่องจากในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น อาจมีเงื่อนไขการพัฒนาที่ต่างกัน ทั้งในเรื่องประโยชน์ใช้สอย ความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ที่ต่อ ความแข็งแรง ความงาม การเชื่อมต่อของวัสดุ และความเหมาะสมในการนำมาใช้เชิงการจัดองค์ประกอบทางศิลปะ ทั้งนี้ในการออกแบบจะคำนึงถึงแนวคิดการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายเป็นหลัก

ภาพที่ 3.39 การสรุปผลข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน ในสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง ข้อมูลจะมีความจำเพาะและลงลึกในปัจจัย เงื่อนไข และความต้องการพัฒนาในชุมชนนั้นๆ เพื่อให้เป็นไปตามแผนแนวทางในการพัฒนา และสอดคล้องกับการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ความต้องการของชุมชนจากการทำงานที่ผ่านมา ชิดความสามารถทางศิลปหัตถกรรมของชุมชน และแนวคิด วิธีการออกแบบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต



ภาพที่ 3.40 ตัวอย่างการสรุปผลการศึกษาและแนวคิด การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ในการออกแบบและพัฒนาให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง โดยได้ผลสรุปโครงการฯ ต้องทำการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเดิม และการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม ไปพร้อมกันทั้ง 2 ส่วน เพื่อได้ผลงานทางหัตถอุตสาหกรรมที่พัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มชุมชนหัตถกรรมทั้ง 4 ชุมชนให้มากที่สุด รวมถึงแนวคิดต้องสอดคล้องกับเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ซึ่งจะทำการอธิบายในหัวข้อที่ 3.2

3.1.2.3 หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion: OPC)

จากข้อมูลของแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง ในข้อที่ 3.1.2.2 ได้เห็นถึงเงื่อนไขสำคัญ สำหรับการออกแบบและพัฒนาอีกประการหนึ่ง นั่นคือหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ที่มีรายละเอียดและเงื่อนไข ตัวชี้วัดเป็นรายข้อ สำหรับเป็นแนวคิดการออกแบบให้ปฏิบัติ ซึ่งเกณฑ์ดังกล่าวจะกลายเป็นปัจจัยและเงื่อนไขที่สำคัญ ภายหลังการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะหลักเกณฑ์นี้จะเป็นตัวบ่งชี้คุณภาพของผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมจากแผนพัฒนาประเทศ ว่ามีความถูกต้องสอดคล้องตามเกณฑ์การชี้วัดหรือไม่ และเป็นเกณฑ์ของค่าการให้คะแนนเพื่อจัดกลุ่มระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ของผลงาน OTOP ระดับประเทศ ผลงานจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP จึงจำเป็นต้องผ่านกระบวนการต่างๆ และสามารถได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากทางจังหวัดให้ได้เสียก่อน จึงสามารถเข้าร่วมการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยได้ (การให้ค่าดาวแก่ผลิตภัณฑ์) นั้นแสดงให้เห็นชัดเจนว่า ในการพัฒนาผลงานนั้น ถ้าคิดแต่เรื่องความคิดสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียวแต่ไม่ทำตามขั้นตอน ตามหลักการหรือไม่มีการศึกษาข้อมูลมากพอ แม้ผลงานผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกมาน่าสนใจมากเพียงใด ก็ไม่สามารถตอบโจทย์หลักเกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ได้

โดยแนวทางและหลักเกณฑ์ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) เกิดจากกรมพัฒนาชุมชนได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการอำนาจการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอน.นตม) ให้รับผิดชอบดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่ง

ผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion) ต่อเนื่องจากการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เป็นประจำทุก 2 ปี เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ผลิต OTOP ได้มีโอกาสพัฒนาให้มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถเป็นแหล่งสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชน อีกทั้งเป็นการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP และชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานในระดับสากล โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ

1. เพื่อจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)
2. เพื่อจัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Profile) ที่จะใช้ในการทำงานเชิงบูรณาการของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. เพื่อประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถใช้เป็นแหล่งสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน
4. เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP และชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

โดยรอบคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย มีดังนี้

1. สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Equity)
2. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous and Consistent)
3. ความมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีความภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (Satisfaction)
4. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนเชิงพื้นที่

หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ได้กำหนดให้มีการพิจารณาในการให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้ารับการคัดสรรฯ ในระดับประเทศ โดยมีคณะกรรมการดำเนินการ คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ระดับประเทศ ตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ เป็นผู้พิจารณาให้ค่าคะแนน โดยองค์ประกอบ และเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ของผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก (เป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับโครงการ) จะมีองค์ประกอบ 3 ส่วนที่ต้องนำมาใช้เป็นปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการออกแบบและพัฒนา ดังนี้ (เกณฑ์ดังกล่าวส่งผลต่อผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้รับการพัฒนา เนื่องจากต้องนำผลิตภัณฑ์ที่หลุดอุตสาหกรรมที่ได้ เข้าร่วมคัดสรรฯจากโครงการ เพื่อพัฒนาตลาดและได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้า)

ส่วน ก. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) **คัดสรรและให้ค่าคะแนนระดับจังหวัด**

ด้านการผลิต (12 คะแนน)

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (9 คะแนน)

ด้านความเข้มแข็งของชุมชน (9 คะแนน)

ส่วน ข. ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (25 คะแนน) **คัดสรรและให้ค่าคะแนนระดับจังหวัด**

ด้านการตลาด (11 คะแนน)

ด้านความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (14 คะแนน)

- เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น / เอกลักษณ์ของท้องถิ่น

ส่วน ค. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (45 คะแนน) **คัดสรรและให้ค่าคะแนนระดับประเทศ**

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (40 คะแนน)

- มีความประณีต เรียบร้อยในการผลิต

- รูปลักษณ์โดยรวม / การออกแบบ / ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบต่างๆ อันมา

จาก กรณีใช้ภูมิปัญญาเดิมและกรณีแนวคิดสร้างสรรค์

- คุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์นั้นพึงมี

- คุณภาพของวัสดุ / วัตถุดิบที่ใช้

- ความมีเอกลักษณ์ในการออกแบบ

- การใช้งาน

ด้านโอกาสทางการตลาด (5 คะแนน) (กรมการพัฒนาชุมชน, คู่มือแนวทางและหลักเกณฑ์การ คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย, 2562: 51-55) สรุปได้ดังภาพที่ 3.41

การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ใช้กรอบแนวคิดจากเกณฑ์ในการพิจารณาโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย โดยมีองค์ประกอบ 3 ส่วนดังนี้



ภาพที่ 3.41 หลักเกณฑ์การคัดสรรฯ เพื่อใช้เป็นแนวคิดและตัวชี้วัด ก่อนในการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยของผลิตภัณฑ์ประเภท

ของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ส่วน โดยผลรวมของคะแนนจะเป็นเกณฑ์ชี้วัดสำหรับจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ซึ่งอธิบายในข้อที่ 3.1.3 ส่วนของหลักเกณฑ์การประเมิน (Assessment criteria)

3.1.2.4 การทำความเข้าใจในงานออกแบบ (ความต้องการของผู้บริโภค และแนวโน้มการออกแบบ (Trend))

ในหัวข้อนี้เป็นหัวข้อที่ผู้ปฏิบัติงานนั้นต้องมีความเชี่ยวชาญ มีทักษะและเข้าใจในกระบวนการอยู่แล้วในระดับหนึ่งเป็นนักคิด เป็นผู้สร้างสรรค์ผลงานออกแบบ แม้ว่ากระบวนการนี้เป็นสิ่งที่เข้าใจบ้างแล้ว แต่ก็เป็นส่วนที่สำคัญที่ต้องทำการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการค้นคว้าหาวิธีการคิดวิเคราะห์ และกระบวนการพัฒนาผลงานออกแบบในรูปแบบต่างๆต่อไป ซึ่งการทำความเข้าใจในงานออกแบบ เสมือนเป็นการวิจัยเชิงการออกแบบเช่นกัน ถือเป็นเรื่องที่ผู้ออกแบบต้องคำนึงถึง เพราะต้องเข้าใจและทราบถึงสิ่งที่ตนเองมีความประสงค์จะศึกษาและออกแบบ (เป็นการตั้งคำถามในงานออกแบบ) ว่าสิ่งที่ต้องการนั้นมีวัตถุประสงค์อะไร มีขอบเขตการศึกษาอย่างไร ใช้วัสดุอะไร (คุณสมบัติและลักษณะเฉพาะของวัสดุ) ใช้เทคนิคอะไร(ขอบเขตของกระบวนการทางศิลปหัตถกรรม) มีกรรมวิธีการผลิตแบบไหน(สามารถใช้ความเป็นอุตสาหกรรมมาน้อยเพียงใด) ทำเพื่อใคร ที่ไหนและคาดหวังต่อผลลัพธ์อย่างไร อันเป็นผลที่คาดว่าจะได้รับในการออกแบบนั้นเป็นต้น ดังนั้นการทำความเข้าใจในงานออกแบบ จึงเป็นสิ่งที่สำคัญประการหนึ่งในการดำเนินงาน เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาและผลงานออกแบบสร้างสรรค์ที่ต้องการ ดังภาพที่ 3.42

การออกแบบ เป็นกิจกรรมของมนุษย์ ที่ควบคู่กับการดำรงชีวิต เพราะในการดำรงชีวิตของมนุษย์นั้นจะต้องมีการกำหนด มีการวางแผนเป็นขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ **และต้องเป็นสิ่งที่งาม**

ผลิตภัณฑ์หมายถึงอะไร
สิ่งที่มนุษย์ค้นคว้า ออกแบบ ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการดำรงชีพ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หมายถึงอะไร
กระบวนการค้นคว้า คิดออกแบบ แก้ไขและปรับปรุงเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น



*** สิ่งจำเป็นต้องศึกษา ในงานวิจัยเกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอย

Gavin Ambrose and Paul Harris. Design Thinking. AVA Publishing SA. 2010. P.12-35

ภาพที่ 3.42 กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่นักออกแบบต้องทำการวางแผนให้ชัดเจน เพื่อการออกแบบนั้นบรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการได้

การออกแบบคือกิจกรรมการแก้ปัญหา เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ เป็นการกระทำของมนุษย์ ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการแจ้งผลเป็นสิ่งใหม่ๆ มีทั้งที่ออกแบบเพื่อสร้างขึ้น

ใหม่ให้แตกต่างจากของเดิม หรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม ความสำคัญของการออกแบบเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่จะทำให้กระบวนการในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมาย เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกนำเอาองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดเป็นรูปทรงใหม่ที่สามารถสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้าง และสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้น

โดยสิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึง คือความต้องการของมนุษย์ การเสาะแสวงหา ความต้องการทั้งทางด้านร่างกาย(หน้าที่ใช้สอย การใช้งานหรือการรองรับกิจกรรมต่างๆของมนุษย์) และจิตใจ(ความมีคุณค่า ความงาม) การศึกษาแนวทางการออกแบบในหลากหลายแง่มุม ทั้งแนวโน้มการออกแบบ (Trend), ความต้องการของสังคม, สไตล์ (Style) และแฟชั่น(Fashion) ที่เป็นปัจจุบัน, การมองวัสดุอย่างเข้าใจ หรือการศึกษาผลงานออกแบบใหม่ๆเป็นต้น ดังนั้นนักออกแบบต้องให้ความสำคัญในการศึกษางานออกแบบ มิใช่เพียงแต่ผิวเผินหรือมองเพียงแค่รูปร่างรูปทรงเท่านั้น นั่นคือการศึกษาแก่นของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีวันหมดและพร้อมที่จะเกิดขึ้นใหม่ได้เสมอ การเรียนรู้หรือศึกษาผลงานของนักออกแบบ ควรศึกษาให้ลึก วิเคราะห์ถึงวิธีคิด วิธีการได้มาของแนวคิดในการออกแบบ เพื่อทำการสะสมวิธีคิดในลักษณะต่างๆให้มากและหลากหลายที่สุด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการคิดพัฒนาผลงานของตนเอง การเรียนรู้ ศึกษาความคิดของ นักออกแบบชั้นเยี่ยมเป็นการพัฒนาความเข้าใจงานออกแบบระดับสากลที่ตรงประเด็นเห็นผลที่สุด(จุฑามาส บรรณรักษ์ธรรม และปิติ อัมระรงค์ อ่างใน คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2549: 4)

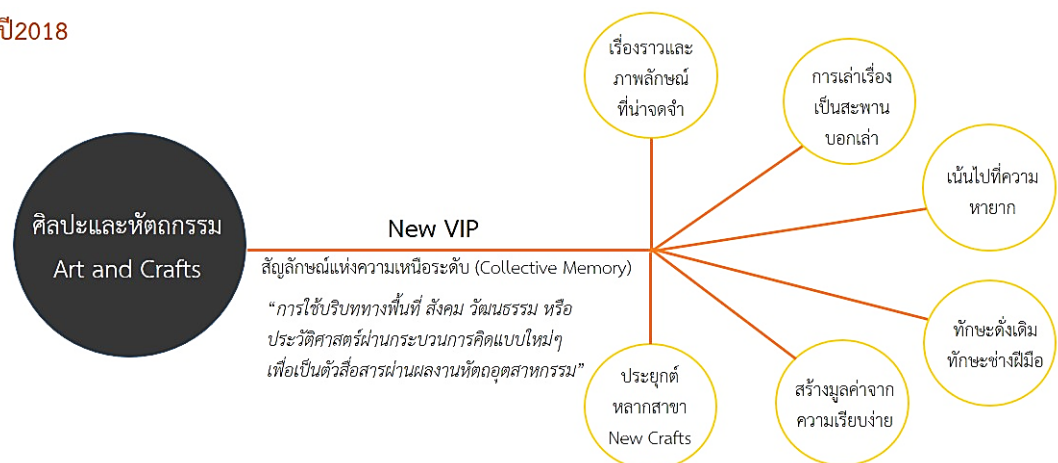
การทำความเข้าใจในงานออกแบบ ก็เปรียบเสมือนขอบเขตของการศึกษาข้อมูล การศึกษา การสำรวจ การวิเคราะห์แนวทาง และทิศทางของงานออกแบบ เพื่อทำการศึกษาเข้าสู่แนวคิดของการออกแบบ ให้ผู้ออกแบบได้นำข้อมูลเหล่านั้น นำไปใช้ในการแก้ไขปัญหางานออกแบบ และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของมนุษย์ให้ดียิ่งขึ้น, มีความคิดริเริ่มในการสร้างสรรค์งานออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมทั้งในปัจจุบันและอนาคต, เรียนรู้ศึกษาและปรับปรุงวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและสามารถแข่งขันกับตลาดได้, มีความเข้าใจพื้นฐานทางสังคมและความสัมพันธ์ของมนุษย์เป็นหลัก รวมถึงเป็นนักสังเคราะห์ที่สามารถผลิตงานออกแบบเป็นรูปธรรมและเหมาะสมกับการใช้งานของสภาพสังคมนั้นๆเช่น การสร้างแนวทางใหม่ในการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคมไทยยุคใหม่ โดยเข้าใจรากเหง้าวัฒนธรรมของตนเองอย่างแท้จริง (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548: 67)

โดยในโครงการฯได้ทำการศึกษาแนวโน้มในการออกแบบเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนา จากแนวคิด Trend ปี 2018 และTrend ปี 2020 ได้ผลสรุปแนวคิด ดังนี้

1.แนวโน้มการออกแบบ Trend ปี 2018 ยังคงมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนา เพราะเป็นข้อมูลที่ยังคงอยู่ในกระแสนิยม เป็นแนวคิดการรักษาวินัยธรรมและภูมิปัญญาในแต่ละท้องถิ่น ให้เกิดการเรียนรู้ อนุรักษ์ ไปพร้อมกับการพัฒนา ให้วัฒนธรรมมีการปรับเปลี่ยนและอยู่ร่วมในสังคมปัจจุบันได้ โดย Trend ปี2018 ในหมวดของศิลปะและหัตถกรรม(Art and Crafts) มุ่งเน้นถึง New VIP – สัญลักษณ์

แห่งความเหือระดับ (Collective memory) ซึ่งลักษณะรูปแบบของ New VIP สัญลักษณ์แห่งความเหือระดับนั้น ได้ตระหนักและมุ่งเน้นถึงเรื่องราวและภาพลักษณ์ที่น่าจดจำ โดยเน้นไปที่ความหายาก ทักษะดั้งเดิม ทักษะช่างฝีมือและคุณค่าดั้งเดิม การสร้างมูลค่าจากความเรียบง่าย แนวทางการทำงานศิลปะและหัตถกรรมในปัจจุบันจะเป็นลักษณะประยุกต์และร่วมมือกัน แบบหลากหลาย ไม่ได้ต่างคนต่างอยู่ แต่เป็นการประสานกระบวนการผลิตแบบใหม่เข้ากับทักษะ ฝีมือดั้งเดิมอย่างเข้าอกเข้าใจ เพื่อก่อให้เกิดอุตสาหกรรมงานฝีมือใหม่(New Craft) ที่เน้นหนักเรื่องพื้นที่แห่งการเรียนรู้ศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง และการแสดงออก การเป็นสะพานเชื่อมต่อเพื่อบอกเล่า เรื่องราวระหว่างบุคคล เชื่อมต่อกับความรู้สึกของผู้คนและชุมชน ดังนั้นแนวคิดในการพัฒนาผลงานสร้างสรรค์จึงไม่ได้อยู่ที่เรื่องของผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องเป็นการสร้างการเชื่อมโยงถึงบริบทของพื้นที่ เรื่องราวในอดีต ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมผ่านแพลตฟอร์มใหม่ๆ ซึ่งตามหลักการทางวิทยาศาสตร์และจิตวิทยาแล้ว วิธีการเล่าเรื่องแบบนี้จะช่วยกระตุ้นสมองหลายๆส่วน ไม่ว่าจะเป็นส่วนการประมวลผลภาพ เสียง กลิ่น การ เคลื่อนไหว และความคิด ซึ่งต่างมีส่วนในการสร้างอารมณ์ ทำให้ผู้สนใจตั้งใจฟังและจดจำเรื่องราว ด้วยเหตุนี้ตั้งแต่การสร้างแบรนด์สินค้า การทำโฆษณาและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จึงต่างใช้การสร้างเนื้อหาแบบ Storytelling ในการสร้างความผูกพันระหว่างผู้คนกับผลงานให้มากที่สุด ดังภาพที่ 3.43 (เจาะเทรนด์โลก 2018 โดย TCDC. Online. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2564)

Trend ปี2018



ภาพที่ 3.43 แนวโน้มการออกแบบ Trend ปี 2018 ในหมวดของศิลปะและหัตถกรรม(Art and Crafts) มุ่งเน้นถึง New VIP – สัญลักษณ์แห่งความเหือระดับ (Collective memory)

2.แนวโน้มการออกแบบ Trend ปี 2020 ระบุว่าสังคมปัจจุบันเน้นหนักเรื่องความเอื้ออารี (Kindness) เป็นสำคัญเพราะคือแก่นรากลึกบ่งบอกความเป็นมนุษย์ เป็นอารมณ์พื้นฐานในการควบคุมตนเอง ซึ่งปัจจุบันสิ่งนี้เริ่มสูญหายไป โดยความเอื้ออารีตามแนวโน้มการออกแบบได้แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบได้แก่

2.1 ความอ่อนโยน การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น การเคารพผู้อื่น การยอมรับวัฒนธรรม ภูมิปัญญาที่แตกต่าง ใส่ความเข้าใจร่วมกัน

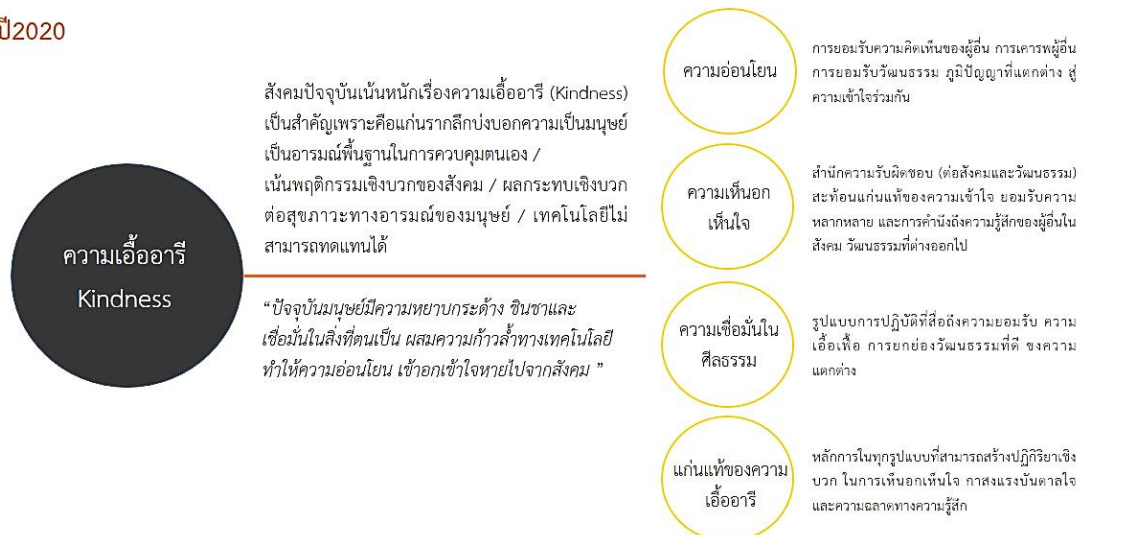
2.2 ความเห็นอกเห็นใจ คือสำนึกความรับผิดชอบ (ต่อสังคมและวัฒนธรรม) สะท้อนแก่นแท้ของความเข้าใจ ยอมรับความหลากหลายและการคำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่นในสังคม วัฒนธรรมที่ต่างออกไป

2.3 ความเชื่อมั่นในศีลธรรม คือ รูปแบบการปฏิบัติที่สื่อถึงความยอมรับ ความเอื้อเพื่อการยกย่องวัฒนธรรมที่ดี ขงความแตกต่าง

2.4 แก่นของความเอื้ออารี คือ หลักการในทุกรูปแบบที่สามารถสร้างปฏิริยาเชิงบวก ในการเห็นอกเห็นใจ กาสงแรงบันดาลใจ และความฉลาดทางความรู้สึก ดังภาพที่ 3.44

ในประเด็นดังกล่าวหากเปรียบเทียบกับในอดีตแล้ว บทบาทเหล่านี้มักเป็นของศาสนจักร และศาสนาซึ่งแนบแน่นกลมเกลียวอยู่กับสังคม ทั้งยังถือเป็นผู้กำหนดธรรมเนียมด้านต่างๆรวบรวมถึงทักษะความรู้ จนถึงการส่งต่อข้อมูลเกี่ยวกับการมีศีลธรรมอันดี การพัฒนาทางด้านการออกแบบ เป้าหมายเพื่อให้ผู้คน สามารถรับมือกับปัญหา เพราะไม่ว่าเศรษฐกิจในสังคมโลกจะย่ำแย่แค่ไหน ปัญหาไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่ ยังคงอยู่คู่กับมนุษย์ ดังนั้นความสามารถในการสร้างความรู้สึเชิงบวก เป็นความต้องการเชิงนามธรรม แม้ไม่ใช่ในรูปแบบปัจจัย 4 แต่ก็เป็นที่จำเป็นอันส่งผลเชิงบวกต่อสังคม ดังนั้นแนวโน้มการออกแบบ ในเหตุผลความเอื้ออารีจึงมีผลกระทบเชิงบวกต่อสุขภาวะทางอารมณ์ของมนุษย์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เทคโนโลยีที่ล้ำสมัย หรือปัญญาประดิษฐ์ AI ก็ไม่สามารถสร้างแทนได้

Trend ปี2020



ภาพที่ 3.44 แนวโน้มการออกแบบ Trend ปี 2020 เน้นหนักเรื่องความเอื้ออารี (Kindness) เป็นสำคัญเพราะคือแก่นรากลึกบ่งบอกความเป็นมนุษย์

สรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดคุณค่าของผู้บริโภคยุคใหม่ จึงอยู่ที่ความเชื่อ การยอมรับในวัฒนธรรม ภูมิปัญญาที่แตกต่างและประสบการณ์ที่ผู้บริโภคที่สั่งสมผ่านชีวิต ซึ่งเรียกว่า สไตล์ที่มีมุมมองความคิด (Mind style) รวมถึงการเดินหน้าพัฒนาการออกแบบด้วยความเคารพและให้เกียรติความหลากหลาย เพราะทุกวันนี้ความหลากหลายคือนิยามความร่วมมือ (เจาะเทรนด์โลก 2020 โดย TCDC. Online. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2564: 72-122)

3.1.3. หลักเกณฑ์การประเมิน (Assessment Criteria)

เมื่อทำการศึกษา ออกแบบและพัฒนาผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ตามปัจจัยและเงื่อนไขก่อนการพัฒนา (Factors and conditions) และการศึกษาชุดข้อมูล สำหรับการออกแบบสร้างสรรค์ (Data for Creative) ตามที่ได้อธิบายไปข้างต้น ขั้นตอนต่อมาคือเกณฑ์การประเมินผลงานผลิตภัณฑ์ โดยเกณฑ์และเงื่อนไขในการประเมินนั้นแบ่งได้ 2 ส่วนคือ

3.1.3.1 ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์, กลยุทธ์ และหัวข้อย่อยของยุทธศาสตร์ ตามแผนพัฒนาจังหวัด เป็นเกณฑ์การประเมินตัวชี้วัดของทางจังหวัดที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมที่ได้ออกแบบและพัฒนาขึ้น ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากกรอบแผนพัฒนาจังหวัด ในการคัดเลือกเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ สู่ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และหัวข้อย่อย (ตามหัวข้อที่ 3.1.1.1) เพื่อนำเข้าแผนปฏิบัติงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) (ตามหัวข้อที่ 3.1.2.1) จึงส่งผลถึงหัวข้อของตัวชี้วัดนั้นๆต่อมา ซึ่งปัจจัยและเงื่อนไขทั้งหมดจะเป็นการจัดหมวดหมู่ ชุดประเด็นยุทธศาสตร์ตามที่ผู้ปฏิบัติงานและสำนักงานพัฒนาชุมชนได้ตกลงกัน โดยจากตัวอย่าง (ภาพที่ 3.45) อันเป็นโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งอยู่ใน**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3** เรื่อง สินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์นี้คือ

1 การจัดจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมที่ได้ออกแบบพัฒนาขึ้น จำเป็นต้องสามารถจำหน่ายได้มากขึ้น ร้อยละ 3 ต่อปี ซึ่งตัวชี้วัดนี้ต้องเกิดจากการส่งเสริมด้านการขายจากสำนักงานจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ในการวางแผนนโยบาย กลยุทธ์การขายและการจัดแสดงสินค้าในรอบปี ทั้งนี้เพื่อที่จะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขายและการจัดจำหน่ายของสำนักงานจังหวัด ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้พัฒนาขึ้น จำเป็นต้องได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และ**ได้เข้าร่วมการคัดสรรจัดระดับผลิตภัณฑ์** (ในหัวข้อที่ 3.1.3.2) รวมถึงได้รับการประเมินค่าได้ระดับดาว ซึ่งไม่ควรต่ำกว่า 3 ดาว อันเป็นเงื่อนไขที่สำคัญ ดังนั้นการออกแบบและพัฒนาจึงต้องศึกษาข้อมูลตามข้อมูลต่างๆที่ได้รับไว้ในบทความให้ครบถ้วน ซึ่งนักออกแบบและผู้ปฏิบัติงานมักมองข้าม และใส่ใจเพียงการออกแบบเท่านั้น โดยไม่ศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขต่างๆโดยรอบ เป็นลักษณะงานที่เห็นผลในระยะสั้นเท่านั้น (ในโครงการฯ ผลงานสร้างสรรค์จะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) อย่างน้อย 1 ผลิตภัณฑ์ ต่อ 1 กลุ่มศิลปหัตถกรรม)

2. ผลงานหรือสินค้าหัตถอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนาขึ้น ต้องมีความน่าสนใจ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของผลงานได้ยื่นคำขอ และผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ต่อปี โดยผลงานจากการออกแบบและพัฒนา จำเป็นต้องได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน อันเป็นจุดเริ่มต้นของการเข้าร่วมคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ส่งงานการแสดงผลสินค้า และการจัดจำหน่ายในอนาคต แม้ว่าภาพรวมของทั้งโครงการต้องผ่านการรับรอง มผช. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ต่อปี ซึ่งเรามิอาจทราบถึงจำนวนโครงการต่างๆที่มีอยู่ทั้งหมด

ดังนั้นในฐานะนักออกแบบและผู้สร้างสรรค์ผลงาน จึงต้องพยายามสร้างสรรค์ผลงานออกมาให้เป็นที่ยอมรับ และตอบโจทย์แผนพัฒนาจังหวัดและประเทศ ตามปัจจัย เงื่อนไขและเกณฑ์ต่างๆที่กำหนด เพื่อผ่านการรับรองฯให้สำเร็จ จึงจะสามารถตอบโจทย์เริ่มต้นก่อนสู่เงื่อนไขอื่นๆต่อไป

ตัวชี้วัด

ข้อที่ 1 : ร้อยละการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

ข้อที่ 2 : ร้อยละของผู้ประกอบการที่ยื่นคำขอ ที่ผ่านการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ต่อปี

มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิกและหัตถอุตสาหกรรม

ข้อมูล (ปีงบประมาณ พ.ศ.)	มูลค่าการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เซรามิก	มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หัตถอุตสาหกรรม
๒๕๕๖	๒,๔๑๙,๖๙๗,๑๖๕	๔,๔๓,๔๗๗,๙๖๙
๒๕๕๗	๒,๕๑๙,๒๓๗,๙๖๖	๕,๑๓,๖๘๙,๒๒๙
๒๕๕๘	๒,๔๓๘,๔๑๓,๘๓๑	๕,๕๖,๙๒๖,๑๑๕
๒๕๕๙	๒,๓๘๒,๐๖๒,๕๙๓	๖,๒๔,๔๗๒,๔๓๖
๒๕๖๐	๒,๓๑๓,๓๔๓,๙๑๔	๗,๓๖,๘๗๗,๔๘๐
๒๕๖๑	๒,๓๒๓,๓๔๔,๓๓๘	๖,๑๕,๖๒๙,๐๒๓
* ๒๕๖๒	๒,๑๖๑,๙๒๐,๓๙๔	๖,๒๕,๘๕๓,๔๙๐

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ข้อมูล	จำนวนผู้ประกอบการที่ ยื่นคำขอมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	จำนวนผู้ประกอบการที่ ยื่นคำขอที่ผ่านการรับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	ร้อยละผู้ประกอบการที่ ผ่านการรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)
๒๕๕๗	๘๐	๗๒	๙๐%
๒๕๕๘	๑๒๒	๙๓	๗๖.๒๓%
๒๕๕๙	๑๐๖	๘๒	๗๗.๓๖%
๒๕๖๐	๑๐๘	๗๖	๗๐.๓๗%
๒๕๖๑	๗๑	๕๓	๗๔.๖๑%
* ๒๕๖๒	* ๑๕๖	* ๑๔๐	✓ ๘๙.๗๔%

อ้างอิง : เอกสารการประชุมคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัดลำปาง วันที่ 6 ธันวาคม 2562 ณ. ห้องประชุมชั้น 2 (ครัวสวนดุสิต) มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งลำปาง
กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดลำปาง

ภาพที่ 3.45 หลักเกณฑ์การประเมิน (Assessment criteria) โดยมีปัจจัยและเงื่อนไข 2 ข้อได้แก่ การจัดระดับ

ผลิตภัณฑ์ (Product Level) และ ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์, กลยุทธ์ และหัวข้อย่อยของยุทธศาสตร์ ตามแผนพัฒนา
จังหวัด

3.1.3.2 จัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level)

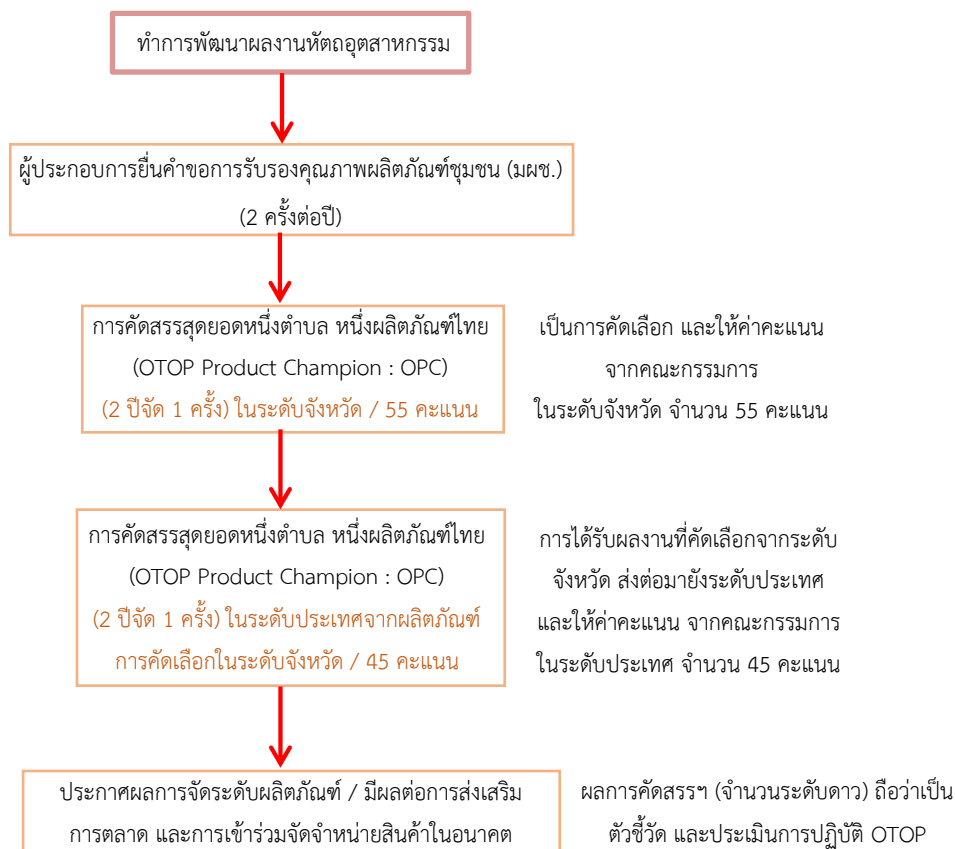
การจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) จากการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ถือว่าเป็นเกณฑ์การประเมินของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน เนื่องจากการจัดระดับคือการให้ค่าดาวในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ส่งผลต่อ
ตัวชี้วัดว่าผลงานนั้นเข้าเกณฑ์ระดับใดของการคัดสรรในประเทศ โดยผ่านการวัด (การให้คะแนน)
จากคณะกรรมการซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญตามสาขาวิชา และผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ โดย
ระดับดาวจะเป็นตัวชี้วัดสำคัญว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆ มีคุณภาพ มีมาตรฐานมากน้อยเพียงใด รวมถึงการ
ผลักดัน การให้สิทธิ การสนับสนุนในเรื่องการส่งเสริมการขาย การแสดงสินค้าทั้งในและนอกประเทศ
จากภาครัฐ ในอนาคตต่อไป (เหตุนี้ทำให้ต้องศึกษาและปฏิบัติ ตามเกณฑ์ เงื่อนไขและหัวข้อในแต่ละ
ด้านประกอบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์)

ซึ่งการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ผล
การดำเนินงานคัดสรรจัดระดับผลิตภัณฑ์มีระดับเดียว คือระดับประเทศเท่านั้น โดยใช้หลักเกณฑ์
เฉพาะแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ซึ่งกำหนดค่าคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน
ประกอบด้วยหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 3 ด้านคือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของ
ชุมชน หลักเกณฑ์ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพของ

ผลิตภัณฑ์ (ดังภาพที่ 3.46) ซึ่งจะนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ ตามคะแนน ดังนี้

1. ระดับ 5 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 90 – 100 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน หรือ มีศักยภาพในการส่งออก
2. ระดับ 4 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 80 – 89 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับ ระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากล
3. ระดับ 3 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 70 – 79 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลาง ที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้
4. ระดับ 2 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 50 – 69 คะแนน) เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ
5. ระดับ 1 ดาว (ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมากและพัฒนาได้ยาก

มผช. คือ มาตรฐานที่กำหนดเพื่อ สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ทำให้เกิดเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่นที่มีคุณภาพ เป็นการนำภูมิ ปัญญาท้องถิ่นของไทยสู่สากล โดยใช้ แรงงานและทรัพยากรในท้องถิ่น และ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน มผช. จึงช่วย ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมด้านการตลาดให้ เป็นที่ยอมรับ สร้างความมั่นใจแก่ผู้ผลิต และผู้บริโภค และเน้นให้มีการพัฒนา แบบยั่งยืน



ภาพที่ 3.46 ขั้นตอนการยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และเมื่อยื่นรับรอง มผช.ผ่านแล้ว จึงสามารถนำผลงานนั้นเข้าสู่การคัดเลือกโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ของระดับจังหวัดลำปาง และในระดับประเทศต่อไป ซึ่งการคัดสรรมีการประเมินโดยการให้ค่าคะแนนในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ให้ค่าคะแนนแต่ละด้านและแต่ละข้อ (ตามหัวข้อที่ 3.1.2.3) เพื่อทำการการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level)

สรุปและอภิปรายผล ปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมในจังหวัดลำปาง

ในการออกแบบและพัฒนาผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม มีปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการพัฒนามากมายหลากหลายประเด็น มากกว่าการคิดสร้างสรรค์และออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการชุมชนหรือนักออกแบบเองเท่านั้น โดยผู้ปฏิบัติงานได้ทำการศึกษาปัจจัย และเงื่อนไขของการพัฒนาผลงาน OTOP จาก โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในจังหวัดลำปาง โดยทำการสรุปปัจจัยและเงื่อนไขต่างๆเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา เป็นเกณฑ์และชุดข้อมูลเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด ซึ่งได้จำแนกออกมาเป็น 3 ส่วน และเรียงตามความสำคัญเพื่อสร้างระบบแผนการดำเนินงานมิให้หลุดจากขอบเขตหรือเงื่อนไขที่ภาครัฐได้ระบุไว้ อันได้แก่

1. การศึกษาชุดข้อมูล สำหรับปัจจัยและเงื่อนไขก่อนการพัฒนา (Factors and Conditions) ประกอบด้วย

1.1 การศึกษาทิศทางและกรอบแผนพัฒนาจังหวัด ซึ่งจุดเริ่มต้นของการทำงานทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับจังหวัด เพื่อตอบโจทย์แผนพัฒนาประเทศ ตามกรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดทั้งประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และหัวข้อย่อย

1.2 การศึกษาศักยภาพชุมชนในภาพรวม (SWOT Analysis) โดยต้องทำการศึกษาเป็นภาพรวม ทั้งชุมชนที่เป็นผลิตภัณฑ์แบบเดียวกัน ผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน และผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)

1.3 การศึกษาและสำรวจ ข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถ ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตของชุมชน ที่ทำการคัดเลือกสู่การออกแบบและพัฒนา

2. การศึกษาชุดข้อมูล สำหรับการออกแบบสร้างสรรค์ (Data for Creative) ประกอบด้วย

2.1 แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นข้อมูลที่จะแปรผลเป็นขอบเขตของการศึกษาข้อมูล และขอบเขตของการออกแบบของการพัฒนา ให้เกิดทิศทางที่สามารถตอบโจทย์การทำงานได้ทั้งระบบ และผลงานที่ได้รับการพัฒนาจะส่งผลกระทบต่อโจทย์ส่วนของต้นทาง กลางทางและปลายทางได้อย่างไร

2.2 ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานพัฒนาชุมชน เป็นข้อมูลในเชิงลึกที่จำเพาะเจาะจง เป็นหลักการที่สำคัญแสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่อง หรือชุดข้อมูลเดิมที่จะต้องใช้เป็นส่วนหนึ่งในแนวความคิดออกแบบสร้างสรรค์ ซึ่งส่วนนี้ต้องศึกษาข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาชุมชนเป็นหลัก

2.3 หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion: OPC) เป็นหลักเกณฑ์ เพื่อใช้เป็นแนวความคิดการสร้างสรรค์และตัวชี้วัด ก่อนในการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม

2.4 การทำความเข้าใจในงานออกแบบ (ความต้องการของผู้บริโภค และแนวโน้มการออกแบบ (Trend))

3. หลักเกณฑ์การประเมิน (Assessment Criteria) ประกอบด้วย

3.1 ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์, กลยุทธ์ และหัวข้อย่อยของยุทธศาสตร์ ตามแผนพัฒนาจังหวัด ซึ่งเป็นเกณฑ์การประเมินของทางจังหวัด ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมที่ได้ออกแบบขึ้น อันเป็นผลสืบเนื่องจากแผนพัฒนาจังหวัด ในการคัดเลือกเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ สู่ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และหัวข้อย่อย

3.2 การจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) เป็นตัวชี้วัดว่าผลงานนั้นเข้าเกณฑ์ระดับใดของการคิดสรรในประเทศ โดยผ่านการวัด (การให้คะแนน) จากคณะกรรมการซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญตามสาขาวิชาและผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ โดยระดับดาวจะเป็นตัวชี้วัดสำคัญของผลิตภัณฑ์นั้นว่า มีคุณภาพ มีมาตรฐานมากน้อยเพียงใด

จากชุดข้อมูลที่กล่าวมา เป็นชุดข้อมูลที่มีความจำเป็นต้องการศึกษาและนำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อเป็นกรอบแนวคิดของการออกแบบสร้างสรรค์ มิให้หลุดจากฐานข้อมูล ประเด็นและกฎเกณฑ์ที่ถูกกำหนดไว้ นักออกแบบและผู้ปฏิบัติงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ต้องทำความเข้าใจในชุดปัจจัยและเงื่อนไขเหล่านี้ให้ลึกซึ้งและชัดลึกมากพอ อันจะนำพาผลงานที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นร่วมกับชุมชนเกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับนโยบายของคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดระดับผลิตภัณฑ์สู่การพัฒนา รวมถึงการจัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Profile) ที่จะใช้ทำงานเชิงบูรณาการของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถใช้เป็นแหล่งสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชน นั้นแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยและเงื่อนไขต่างๆที่ได้ชี้แจง ข้อมูลต่างๆเหล่านี้ล้วนแล้วจะส่งผลต่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมสำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในประเทศไทย ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยใช้ Coding Techniques¹⁶

นำผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และการสรุปข้อมูลแบบพรรณนา จากการการเข้าร่วมประชุมฯ การประชุมเชิงปฏิบัติการและการจัดประชุมกลุ่มย่อย ทั้ง 4 แห่ง มาทำการเรียบเรียงและ

¹⁶ อารี วิบูลย์พงศ์. การประยุกต์การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในงาน R4S. การประชุมและอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร นักวิจัยเพื่อชุมชนและสังคม หัวข้อ การเขียนรายงานและบทความสู่ตำแหน่งวิชาการ 26-27 ตุลาคม 2562

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยใช้ Coding Techniques คือ การเข้ารหัสเป็นกระบวนการจัดหมวดหมู่ข้อมูลดิบที่สำคัญ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดทำรูปแบบหรือแผนภาพความสัมพันธ์เพื่อใช้ตอบคำถามของงานวิจัยหรือประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยการวิเคราะห์ต้องทำการจัดการข้อมูล การตัดข้อมูลส่วนที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ทั้ง จัดรวมข้อมูลรหัสเดียวกันหรือแบ่งย่อยหมวดหมู่ตามรหัส ด้วยแนวคิดหรือประเด็นซ้ำๆ เพื่อใช้เป็นประเด็นหลักที่จะเชื่อมต่อ หรือจัดรวมหมวดหมู่ข้อมูลที่เข้ารหัสเป็นประเด็นหลักและประเด็นรอง โดยการสรุปผลเริ่มจากการกำหนดประเด็นหลัก และประเด็นรอง และให้คำจำกัดความหรือนิยามของแต่ละหมวดหมู่ (วัชรินทร์ อินทรพรม, 2561: 134-333)

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา Content Analysis โดยใช้ Coding Techniques เพื่อสรุปถึงปัจจัยและเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมในจังหวัดลำปาง เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาสร้างสรรค์ในขั้นตอนต่อไป จากการประชุมทั้ง 4 แห่ง ได้แก่

1.การประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การตลาด¹⁷

2.การประชุมประชาคมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (พ.ศ. 2561-2565) ฉบับทบทวนปี 2564 ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม¹⁸

3. โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ประจำปี 2562 ระดับจังหวัด¹⁹

4. จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) รับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ร่วมกับกลุ่มศิลปินหัตถกรรมทั้ง 4 ชุมชน (เป็นกลุ่มชุมชนที่คัดเลือกนำภูมิปัญญามาใช้พัฒนาร่วมกัน)²⁰ และการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง

ได้ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา Content Analysis โดยใช้ Coding Techniques ดังนี้

¹⁷ จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) วันที่ 6-7 มิถุนายน 2562 ณ ห้องประชุมจาววัง โรงแรมริเจนท์ ลอดจ์ อ.เมือง จ.ลำปาง โดยได้รับความร่วมมือจากพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยและบริษัท ปรีณ คอมเมอร์เชียล จำกัด

¹⁸ การประชุมประชาคมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวนปี 2564 วันที่ 6 – 7 พฤศจิกายน 2562, วันที่ 18 พฤศจิกายน 2562 และสรุปผลวันที่ 6 และ 19 ธันวาคม 2562 ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม โดยมีเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นแหล่งสินค้าอัตลักษณ์ทางอุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ จากทุนทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นจุดเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของภาคเหนือ ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน ณ.ห้องประชุม ชั้น 2 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งลำปาง อ.เมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

¹⁹ โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2562 (OTOP Product Champion : OPC) ประจำปี 2562 ระดับจังหวัด ระหว่างวันที่ 10 – 17 พฤษภาคม 2562 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level)ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) และเพื่อจัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Profile) ที่จะใช้ในการทำงานเชิงบูรณาการของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเป็นการประชาสัมพันธ์ และเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถใช้เป็นแหล่งสร้างรายได้ และความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน รวมถึงเป็นการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP และชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

²⁰ จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) รับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ร่วมกับกลุ่มศิลปินหัตถกรรมทั้ง 4 ชุมชน ในวันที่ 19 เมษายน 2564 ซึ่งได้แก่ 1. หมู่บ้านแกะสลักบ้านหลุก 2.ชุมชนบ้านไร่ศิลาทอง 3. ชุมชนเขามังกร อ.เกาะคา 4. ชุมชนจักสานไผ่ ชุมชนบ้านห้วยเป้ง เพื่อเพื่อระดมความคิดเห็นต่อแนวทาง ความเป็นไปได้ในการพัฒนารูปแบบการประยุกต์และบูรณาการใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่นร่วมกัน รวมถึงการศึกษารูปแบบของสินค้าที่มีความเหมาะสมในสังคมปัจจุบัน (เป็นการศึกษาเพื่อให้ชุมชนได้มีส่วนร่วม และกำหนดโจทย์ร่วมกันในการพัฒนาผลงาน)