

ปีที่ 31 ฉบับ 10840 วันจันทร์ที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 หน้า 24



กรุงเทพธุรกิจ

Biz@Design

● สุวิทย์ วงศ์รุจิรวาณิชย์

facebook.com/SuwitBrand

## จาก 'กลอง' สู่ 'โหนด'



แม้ว่าไทยจะเต็มไปด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย แต่ละภาคแต่ละชุมชนต่างมีเอกลักษณ์และวิถีชีวิตที่แตกต่าง เช่น งานปักบนผืนผ้าที่สวยงามและละเอียดอ่อนของเผ่าม้ง งานทอผ้าชิ้นลาย

น้ำไหลของชาวนาน งานผ้าปาละงิง ผ้าทอมือลายบล็อกไม้ ภูมิปัญญาของชาวบ้านสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นต้น แต่ความมั่นคงทางด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่ได้เป็นเครื่องการันตีว่า เราสามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับภูมิปัญญาเหล่านั้นได้

วันนี้มีตัวอย่างดีๆ ของการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับภาพลักษณ์ให้กลายเป็นสินค้าที่ระลึกกับ "โหนด" คอลเลคชันจากหมู่บ้านทำกลอง จ.อ่างทอง ซึ่งเป็นหมู่บ้านทำกลองที่มีชื่อเสียงระดับโลกก็ว่าได้ ทักษะงานช่างทำกลองเป็นความเชี่ยวชาญด้านงานหัตถกรรมของชุมชน



ที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น แต่กลองเป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะทางและเฉพาะกลุ่ม ทำให้ไม่เหมาะกับการซื้อขายในรูปแบบสินค้าที่ระลึกมากนัก

ด้วยเหตุนี้ ทีมงานจึงนำทักษะความเชี่ยวชาญด้านการผลิตกลอง เช่น การกลึงไม้ รูปทรงความโค้ง การชิงหนังหน้ากลองและการชิงเชือก มาพลิกแนวคิดต่อยอดเป็นของตกแต่งภายในบ้าน โดยปรับรูปทรงให้เหมาะสมกับการใช้งานสอดคล้องกับการตกแต่งบ้าน

เช่น โคมไฟแขวนเพดาน ความโปร่งแสงของหนังวัวช่วยทำให้แสงไฟนุ่มนวลขึ้น แจกัน ที่ใช้ความเชี่ยวชาญของการกลึงไม้ผสมผสานกับเทคนิคการชิงเชือก ถาด ที่ใช้วิธีการชิงหนังด้วยการดอกหมุดมาทำเป็นก้นถาด และยังสามารถใช้ตีเป็นเครื่องดนตรีได้ด้วย ส่วนสีไม้มีให้เลือกทั้งสีธรรมชาติ สีน้ำตาลเข้มและสีดำ พร้อมเชือกสีแดงตัด(แดง), ขี้ผึ้ง(เหลือง), เขียวดิน(เขียว), ครามฝรั่ง(น้ำเงิน) และดำเขม่า(ดำ) ให้คุณเลือกจับคู่ผสมสีบนชิ้นงาน

อีกหนึ่งแนวคิดที่น่าสนใจในการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น จากผลิตภัณฑ์เดิมๆ ที่ไม่ค่อยถูกซื้อไปเป็นของที่ระลึกส่งงานนอกแบบตกแต่งบ้าน เป็นการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากสิ่งที่เราทำ พร้อมเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ที่สำคัญยังช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนด้วย