



จากการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีขนาดการผลิตที่เหมาะสมสอดคล้องกับความสามารถ ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค เน้นตอบสนองตลาดภายในท้องถิ่น ภูมิภาคตลาดในประเทศ

การสืบทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านงานหัตถกรรมสาขาโลหะเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การจัดนิทรรศการ เผยแพร่ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น ป้ายไวนิล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ (ใบปลิว) การเชิญพ่อครูแม่ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น มาสาธิตและให้ความรู้ นอกจากนี้ได้มีการส่งเสริมการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งโครงการช่างรุ่นใหม่อื่นๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้หัตถกรรมสาขาต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ ไปถ่ายทอดและทำให้หัตถกรรมท้องถิ่นยังคงมีผู้สืบทอดต่อไป



**Research Title** Applied an Edict of a King in Sufficiency Economy to Inherit the Local Knowledge in the Field of Handicrafts in Chiang Mai Province, the Department of Metal Works

**Researcher** Assist Prof. Ruth Prawang

**Research Fund** National Research Council of Thailand (NRCT)

**Period of Research** 2011

### ABSTRACT

The purposes of this study aim to 1) study the context and potential of local Metal Works handicraft wisdoms in Chiang Mai Province, (2) analyze the consistency of self-sufficiency economy and local wisdoms of Metal Works handicraft in Chiang Mai Province, and (3) inherit local Metal Works handicraft wisdoms in Chiang Mai Province in order to publicize in local level, community level, national level, and international level. The study is performed from 10 sample groups in 5 district; Chom Thong District, Doi Saket District, Mae Rim District, Saraphi District, and San Patong District using Qualitative Study and Participatory Action Research.

For the research result, it is found that entrepreneurs reside in Mueang District, San Kamphaeng District, Doi Saket District, San Sai District, and San Patong District. Most raw materials and equipments are from manufacturing sources in the community, and secondly, raw materials are purchased from manufacturing sources outside the community. Administration is performed with family members, self administration, and administration with group members. For manufacturing location, mostly, sample groups' houses and private locations are used. Products are invented and designed by groups themselves. For public relations, it is performed via market fairs or Wua Lai Walking Street and Sunday Walking Street (Thapae), and public relations via printing media; such as magazines, flyers, and online media.

According to SWOT Analysis, Strengths are good knowledge, being expertise in iron work for long time, and always performing marketing promotion. **Weakness** is lack of creating product symbol, design, and package. **Opportunity** is that the government supports small and middle businesses more. **Treats** is that there are many competitors causing entrepreneurs to always invent and develop their products.

For the consistency analysis of the self-sufficiency economy and local Metal Works handicraft wisdoms inheritance, not-expensive technology is applied, focusing on risk distribution from product diversity, manufacturing size proper with potential, not taking advantages from consumers, responding local and domestic markets.

For local Metal Works handicraft wisdom inheritance, there are public relations by arranging exhibitions to publicize local wisdoms, publishing media: such as vinyl signs, electronic medias, printing medias, printing medias (flyers), inviting scholars and craftsmen to demonstrate and teach their knowledge. Moreover, there are product promotion and distribution which promotes arranging new craftsmen project in order to allow later generations to learn handicrafts of Chiang Mai Province and to make local handicrafts sustainable.

