

อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์กระจูดในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

The Identity of Saltmarsh bulrush at Narathiwat Province.

ชินีเพ็ญ มะลิสสุวรรณ*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลวดลายการจักสาน และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจูดที่เป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ครูศิลปาชีพเฉพาะด้านการจักสานกระจูดในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส จำนวน 5 คน ผู้แทนหน่วยงานที่ให้การส่งเสริม สนับสนุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจูดในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 10 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายการจักสานผลิตภัณฑ์กระจูดที่เป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาสมีทั้งสิ้น 40 ลวดลาย โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ลายดั้งเดิม เกิดจากการถ่ายทอด บอกร่องกันจากรุ่นสู่รุ่น มาเป็นระยะเวลา 200-300 ปี จากการนำเอาธรรมชาติในพื้นที่มาถ่ายทอดเป็นลวดลายบนเสื่อกระจูด เช่น สายน้ำ ของใช้เครื่องประดับ อาวุธ ผลไม้ สัตว์ และดอกไม้ประจำถิ่น 2) ลายใหม่ เกิดจากการนำเอาลวดลายจากต่างพื้นที่มาพัฒนาเป็นลายของกลุ่มในพื้นที่ รวมทั้งการคิดค้นลวดลายใหม่ ๆ จากสิ่งแวดล้อมหรือวัตถุต่าง ๆ รอบตัว และ 3) ลายผสมผสาน เกิดจากการนำลวดลายดั้งเดิมบางลวดลายหรือลายใหม่บางลวดลายมาประยุกต์ สำหรับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจูดที่เป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส มีทั้งสิ้น 5 แนวทาง คือ 1) การเข้าถึงปัจจัยการผลิต โดยคำนึงถึงการใช้อย่างประหยัดและการเตรียมการปลูกทดแทนในอนาคต เพื่อเป็นหลักประกันว่าจะมีกระจูดอย่างเพียงพอ 2) การสร้างองค์ความรู้ เพื่อพัฒนากระบวนการผลิต และสืบสานองค์ความรู้หรือพัฒนาลวดลายเฉพาะพื้นที่ 3) การตลาด ควรยกระดับทักษะการผลิตเพื่อการขายผลิตภัณฑ์เป็นทั้งสินค้าพรีเมียม (premium products) และสินค้าจำนวนมาก (mass production) เพื่อให้ชุมชนมีรายได้มากขึ้นและการสานต่อเทคนิคทางการตลาดดิจิทัล (digital marketing) ของคนรุ่นใหม่ 4) การสร้างการรับรู้ที่ยั่งยืน ผ่านการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง และ 5) การบริหารจัดการ ผ่านการประสานความร่วมมือในรูปแบบเครือข่าย

คำสำคัญ : อัตลักษณ์, จักสาน, กระจูด, จังหวัดนราธิวาส

*ปริญญาเอก (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต) อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Abstract

The research aimed to study the weaving patterns and the guidelines to develop bulrush products (*leperonia articulata*) of which Narathiwat province is known for. It is a qualitative research. The 10 key Informants are 5 teachers who specifically teach about bulrush weaving in Narathiwat province and 5 representatives from the office of bulrush product development and support in

Narathiwat province. The purposive sampling method was employed. The tool used first was semi-structured interview before the in-depth Interview. Furthermore, descriptive analysis was used for data analysis.

The results found that there are 40 weaving patterns of bulrush products of which Narathiwat province is known for. They are divided into 3 types as follows: 1) the original patterns were orally transmitted from generation to generation for 200 – 300 years, and the natural inspirations in the area such as rivers, stones, weapons, foods, fruits, animals, and local flowers were applied into patterns on bulrush mats, 2) the new patterns were patterns from other areas and adapted into theirs including the new inventions from the surroundings, and 3) the mixed patterns were application of old and new patterns. There are 5 development guidelines for bulrush products (*Lepironia articulata*) of which Narathiwat province is known for, as follows: 1) the accessibility of production factors should be considered regarding benefit and replacement to ensure the availability of bulrush in the future, 2) the body of knowledge should be made for production process development, the transfer of this body of knowledge, and pattern development in a specific area, 3) in the case of marketing, the skills in the production and distribution of premium products and mass production should be upgraded to increase the income of the community and maintain the technical digital marketing for the new generation, 4) the sustainable awareness should be maintained through continuous advertisement, and 5) the management through the collaboration network is also important.

Keywords: Identity, Weaving, Bulrush (*Lepironia Articulata*), Narathiwat Province

บทนำ

ปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่งผลให้การสืบสานทางวัฒนธรรมในภาพรวมขาดความสมดุลระหว่างวัฒนธรรมสากลและวัฒนธรรมท้องถิ่น วัฒนธรรมที่อ่อนแอจะค่อย ๆ ถูกกลืนด้วยวัฒนธรรมที่เข้มแข็งกว่า ซึ่งวัฒนธรรมไทยถูกยอมรับว่ายังมีความเข้มแข็งไม่เพียงพอประกอบกับความเชื่อในการยอมรับความทันสมัยที่ยังไม่ถูกต้องของคนไทยส่วนใหญ่ ส่งผลให้การพัฒนาประเทศของไทยขาดความต่อเนื่อง ในกระบวนการพัฒนา จะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ผ่านมาที่เปลี่ยนแปลงแนวคิดจากความทันสมัยที่เน้นเฉพาะทางเศรษฐกิจเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับสังคม การลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม การพัฒนาที่เน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาแบบองค์รวมสู่การพัฒนาตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงมาโดยลำดับ จุดอ่อนของการพัฒนาที่ผ่านมาที่สำคัญ คือ ไม่ได้รับการพัฒนาที่ตรงตามจุดของประเทศหรือไม่ได้พัฒนาบนพื้นฐานทางวัฒนธรรมของประเทศและท้องถิ่นอย่างแท้จริง มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นทุนทางสังคมจึงยังไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนและนำมาใช้เป็นจุดแข็งในการพัฒนา ปัจจุบันการพัฒนาจึงมุ่งเน้นการพัฒนาโดยอาศัยทุนทางวัฒนธรรมมากขึ้น (ทรงคุณ จันทจร และคณะ, 2552) ทั้งนี้ จุฑาพรรณี (จามจุรี) ผดุงชีวิต (2551) ได้กล่าวว่า กระแสโลกาภิวัตน์ (globalization) หรือการไหลบ่าของกระบวนการทำให้กลายเป็นตะวันตก (westernization) ปะปนกับท้องถิ่นนิยม (localization) และตะวันออกนิยม (orientalism) จึงเป็นสาเหตุหลักประการหนึ่งของการแตกกระจายของอัตลักษณ์

กระจุก จัดอยู่ในพืชตระกูลเดียวกับกก เป็นวัชพืชที่เจริญเติบโตเป็นกลุ่มใหญ่ในแหล่งน้ำธรรมชาติ หรือในระบบนิเวศพื้นที่ตามแนวชายฝั่งและบึงมีน้ำขังตลอดปี เรียกว่า โพรหรือพู่ ในประเทศไทยพบมากแถบภาค

ตะวันออกและภาคใต้ (ส่วนจัดการประชุมชน, 2553) ซึ่งกระจุกในพื้นที่จังหวัดนราธิวาสจะมีความโดดเด่นมากกว่าพื้นที่อื่น เนื่องจากมีความเหนียว ทน สามารถเก็บไว้ได้เป็นระยะเวลาอันยาวนานโดยไม่ต้องเคลือบเงา จังหวัดนราธิวาสจึงเป็นจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถถ่ายทอดให้เห็นถึงวัฒนธรรมของคนในพื้นที่จากลวดลาย การจักสานผลิตภัณฑ์กระจุกในพื้นที่ชุมชนบ้านทอน ตำบลโคกเคียน อำเภอเมืองนราธิวาสเป็นบริเวณที่มีการสานเสื่อกระจุกที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่ง พื้นที่ทางฝั่งตะวันตกของบ้านทอนติดทะเลเป็นที่ราบดินทราย จึงเหมาะสำหรับการปลูกมะพร้าว มะม่วงหิมพานต์ ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนมะพร้าว ประมง เป็นอาชีพหลัก อาชีพรอง ได้แก่ การสานเสื่อกระจุก เลี้ยงเป็ด ไก่ วัว รวมไปถึงการทำเรือกอกและจำลองเป็นของที่ระลึก ในอดีตบ้านทอนมักสานเสื่อกระจุก โดยซื้อต้นกระจุกจากอำเภอตากใบ และอำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส ปกติชาวบ้านทอนจะสานเสื่อธรรมดา ปัจจุบันกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ได้จัดอบรมวิทยากรแม่ไก่เพื่อฝึกชาวบ้านที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกให้สามารถสานเสื่อที่มีคุณภาพ เป็นการยกระดับการส่งเสริมการผลิตให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น การผลิตกระเป่า หมวก เสื่อ แผ่นรองจานและแก้วน้ำ เป็นต้น จุริรัตน์ บัวแก้ว และคณะ (2537) กล่าวว่า การจักสานในพื้นที่ชุมชนบ้านทอน มีอยู่ในวงจำกัด เนื่องจากสภาพทางเศรษฐกิจเป็นตัวบีบให้ต้องเลือกอาชีพใหม่ที่จะช่วยครอบครัวให้มีรายได้เพิ่มขึ้น อาชีพจักสานกระจุกจึงอาจลดลงเรื่อย ๆ จนหายไปที่สุดในที่สุดซึ่งส่งผลให้หัตถกรรมพื้นบ้านของชาวไทยภาคใต้ที่มีคุณค่าและอัตลักษณ์ต้องสูญหายไป

ดังนั้นเพื่อให้เกิดการพัฒนากลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กระจุก และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาลวดลายการจักสาน และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจุกที่เป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส ส่งผลให้เกิดคุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลวดลายการจักสานผลิตภัณฑ์กระจุกที่เป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจุกที่เป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

1.1 ครูศิลปาชีพเฉพาะด้านการจักสานกระจุกในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส โดยในการวิจัยครั้งนี้จะทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง พิจารณาจากรางวัลและตำแหน่งที่ได้รับ จำนวน 5 คน

1.2 ผู้แทนหน่วยงานที่ให้การส่งเสริม สนับสนุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจุกในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส โดยในการวิจัยครั้งนี้จะทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง พิจารณาจากบทบาทหน้าที่และหน่วยงานที่สังกัด จำนวน 5 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกกลุ่มมีพื้นที่ในการพูดคุยตอบคำถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นของเครื่องมือที่สร้างขึ้นก่อนนำไปใช้กับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม และทำการตรวจสอบคุณภาพ เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ (Content Validity) และแนวทางที่ครอบคลุมของคำถาม และทำการแก้ไขข้อบกพร่องต่อไป ซึ่งการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะพูดคุยในประเด็นที่เตรียมไว้อย่างชัดเจน โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยให้ความสำคัญกับมุมมองของผู้ให้ข้อมูลหลัก ใช้การพรรณนาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ตามประเด็นเนื้อหาที่ศึกษา แบ่งแยกเป็นกลุ่มตามเนื้อหาตัวแปร และประเด็นหลักตามที่กำหนด คัดสรรข้อมูลที่ต้องการ และนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์สังเคราะห์ เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปพร้อมข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

1. ลวดลายการจักสานผลิตภัณฑ์กระจูดที่เป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ลวดลายการจักสานผลิตภัณฑ์กระจูดที่เป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส มีทั้งสิ้น 40 ลวดลาย โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ลายดั้งเดิม

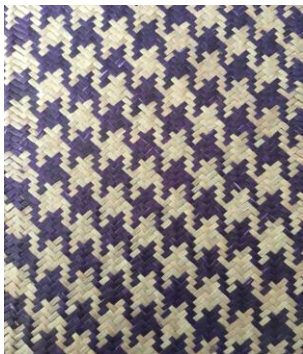
ลายดั้งเดิมที่เป็นอัตลักษณ์มีจำนวนทั้งสิ้น 23 ลวดลาย ได้แก่ 1) ลาย 2 ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ตูวอ 2) ลายแม่น้ำ ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ อาเนาะซุงา 3) ลายลูกแก้ว ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอตันหยง 4) ลายจันรอง ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอปีฆิง 5) ลายแหวน ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอจีจิง 6) ลายดอกคัลลา ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ปือแม 7) ลายธนู ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ อาเนาะปาเนาะฮาโล๊ะ 8) ลายธนู 4 ดอก ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ อาเนาะปาเนาะปือซา 9) ลาย 4 ก้าน ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ปะตাকা 10) ลายมะลิซ้อน ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ มือลอลูซง 11) ลายลูกแก้วโบราณ ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอตันหยงปือซา 12) ลายสก๊อต ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ตาเปาะจาโต 13) ลายพันฉลาม ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ กีกียู 14) ลายตีนแมว ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ตาเปาะกูจิง 15) ลายจะนะ ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ จะเนาะ 16) ลายดอกเครง ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอดูโต๊ะ 17) ลายฟักทอง ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ปาตะลาญ 18) ลายนกกระยาง ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ตาเปาะลือตี 19) ลายตาเปาะบาโก 20) ลายกรรنگ ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ซาแรบุหรง 21) ลายดอกจำปูน ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงองาโป 22) ลายกาชาด และ 23) ลายดอกขมิ้น ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอกูย

ลายดั้งเดิมเกิดจากการถ่ายทอด บอกต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น มาเป็นระยะเวลา 200-300 ปี โดยนำเอาธรรมชาติในพื้นที่มาถ่ายทอดเป็นลวดลายบนเสื่อกระจูด เช่น สายน้ำ ของใช้ เครื่องประดับ อาวุธ ผลไม้ สัตว์ และดอกไม้ประจำถิ่น ยกตัวอย่างลวดลายดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 ลายกรรنگ ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ซาแรบุหรง

ภาพที่ 2 ลาย 4 ก้าน ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ปะตাকা



ภาพที่ 3 ลายสก๊อต ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ตาเปาะจาโต

ภาพที่ 4 ลายธนู ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ อาเนาะปาเนาะฮาโล๊ะ



ภาพที่ 5 ลายปักทอง
ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ปาตะลายู



ภาพที่ 6 ลายมะลิซ้อน
ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ มือลอมชูง



ภาพที่ 7 ลายฟันฉลาม ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ กีกียู



ภาพที่ 8 ลายลูกแก้วโบราณ
ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอตันหยงปือซา

1.2 ลายใหม่

ลายใหม่ที่เป็นอัตลักษณ์มีจำนวนทั้งสิ้น 13 ลวดลาย ทั้งนี้บางลวดลายที่ผู้วิจัยไม่สามารถนำมานำเสนอได้เนื่องจากไม่มีการเก็บรวบรวมคลังลวดลายไว้ในแต่ละกลุ่ม รวมทั้งบางลวดลายต้องใช้เทคนิคขั้นสูงยากต่อการผลิต การผลิตแต่ละครั้งใช้ระยะเวลานาน และบางลวดลายไม่เป็นที่นิยมของลูกค้า ซึ่งลายใหม่ ได้แก่ 1) ลายขนมปัง ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอสะกึ 2) ลายกัณฑ์ ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บาลิง 3) ลายหัวใจ ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ฮาตี 4) ลายประดิษฐ์ 5) ลายหินแตก ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บาตูบือเลาะ 6) ลายลูกทุ ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ มูติง 7) ลายตลับ ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอตะละ 8) ลายว่าว ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ วาบูแลหรือวาบูลัน 9) ลายมังกุด ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ วอสะโต 10) ลายดอกทานตะวัน ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอมาตอ 11) ลายดวงดาว ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ มาตอฮาเกี 12) ลายซิกแซก และ 13) ลายจีน

ลายใหม่เกิดจากการนำเอาลวดลายจากต่างพื้นที่มาพัฒนาเป็นลายของกลุ่มในพื้นที่
รวมทั้งการคิดค้นลวดลายใหม่ ๆ จากสิ่งแวดล้อมหรือวัตถุต่าง ๆ รอบตัว อาทิ ลายขนมปังลายขนมปัง หรือภาษามลายู
ถิ่น เรียกว่า บุงอสะกึ เกิดจากการคิดค้นลวดลายใหม่ ภายหลังจากสังเกตลวดลายดังกล่าวที่สร้างขึ้น ทางกลุ่มกระจุดบ้าน
ทอนอามานจึงลงมติให้ตั้งชื่อลายขนมปังเนื่องจากมีลักษณะคล้ายขนมปังโอรีโอ ยกตัวอย่างลวดลายดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 9 ลายขนมปัง ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอสะกึ



ภาพที่ 10 ลายกังหัน
ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บาลิง



ภาพที่ 11 ลายตลับ
ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงอตะละ



ภาพที่ 12 ลายหัวใจ
ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ ฮาตี

1.3 ลายผสมผสาน

ลายผสมผสานที่เป็นอัตลักษณ์มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ลวดลาย ทั้งนี้มีบางลวดลายที่ผู้วิจัยไม่สามารถนำมาเสนอได้เนื่องจากไม่มีการเก็บรวบรวมคลังลวดลายไว้ในแต่ละกลุ่ม รวมทั้งบางลวดลายต้องใช้เทคนิคขั้นสูงยากต่อการผลิต การผลิตแต่ละครั้งใช้ระยะเวลาชานาน และบางลวดลายไม่เป็นที่นิยมของลูกค้า ซึ่งลายผสมผสานได้แก่ 1) ลายนกยูง ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงมื่อเงาะ 2) ลายเงาะอาลี 3) ลายอาลีบาบา 4) ลายพาน

ลายผสมผสานเกิดจากการนำลวดลายดั้งเดิมบางลวดลายหรือลายใหม่บางลวดลายมาประยุกต์ ยกตัวอย่างลวดลายดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 13 ลายนกยูง ชื่อภาษามลายูถิ่น คือ บุงมื่อเงาะ



ภาพที่ 14 ลายอาลีบาบา

2. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจูดที่เป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส

จากการศึกษาวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจูดที่เป็นอัตลักษณ์ในพื้นที่จังหวัดนราธิวาส มีทั้งสิ้น 5 แนวทาง คือ

2.1 การเข้าถึงปัจจัยการผลิต

การเข้าถึงปัจจัยการผลิต โดยคำนึงถึงการใช้ประโยชน์และการเตรียมการปลูกทดแทนในอนาคต เพื่อเป็นหลักประกันว่าจะมีกระจูดอย่างเพียงพอ เนื่องจากปัญหาหลักแรกที่ต้องได้รับการใส่ใจ คือ “แหล่งกระจูด” และ “มีกระจูดที่เพียงพอ” ต่อการผลิตให้กับกลุ่มชุมชน พื้นที่หลายแหล่งในจังหวัดนราธิวาสโดยเฉพาะในอำเภอบาเจาะถูกแปรเปลี่ยนจากการใช้ประโยชน์จากที่ดินทำให้อัตราการตัดและรักษาทรัพยากรของชุมชนไปพร้อมกัน

2.2 การสร้างองค์ความรู้

ควรให้ความสำคัญกับการสร้างองค์ความรู้ เพื่อพัฒนากระบวนการผลิต และสืบสานองค์ความรู้หรือพัฒนาลวดลายเฉพาะพื้นที่ เพื่อพัฒนากระบวนการผลิต และสืบสานองค์ความรู้หรือพัฒนาลวดลายเฉพาะพื้นที่ เนื่องจากเมื่อกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กระจูดได้รับการฝึกอบรมการผลิตเชิงพาณิชย์กับเครือข่ายผลิตภัณฑ์กระจูดระดับปริมณฑลจังหวัด ทำให้มองเห็นความแตกต่างของเทคนิคและการสร้างสรรค์ลวดลายไปไกลจากมุมมองเดิมมาก และได้รับการถ่ายทอดความคิดเห็นความเร็วของสานกระจูดด้วยความชำนาญที่จะผลิตเชิงพาณิชย์ได้ทันต่อความต้องการ ทักษะในการยกระดับตั้งแต่การเตรียมกระจูด การเล่นสี การใช้สีปลอดภัย การออกแบบลาย รวมไปถึงการตลาดที่ไม่หยุดนิ่งเสมอ ทำให้ได้รับแรงบันดาลใจที่จะกลับมาพัฒนาเครือข่ายผลิตภัณฑ์กระจูดให้มากกว่าเดิม เพื่อเรียนรู้และแบ่งปันกันนำไปสู่รายได้และความสุขของการเรียนรู้ใหม่ของทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่จะมาสานต่อการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นมาสร้างสรรค์งานสืบต่อกัน

2.3 การตลาด

ควรยกระดับทักษะการผลิตเพื่อการขายผลิตภัณฑ์เป็นทั้งสินค้าพรีเมียม (premium products) และสินค้าจำนวนมาก (mass production) เพื่อให้ชุมชนมีรายได้มากขึ้นและการสานต่อเทคนิคทางการตลาดดิจิทัล (digital marketing) ของคนรุ่นใหม่ โดยการสร้างตลาดใหม่ที่จะทำให้กลุ่มชุมชนที่ผลิตผลิตภัณฑ์กระจุดมีรายได้มากขึ้นและสามารถพัฒนาไปสู่การสร้างกลไกทางการตลาดที่เปลี่ยนตามสมัยนิยมควรสร้างสองทิศทางหลัก คือ การสร้างตลาดสินค้าพรีเมียมและการเข้าถึงตลาดกลุ่มผู้ซื้อรายใหญ่ให้ได้ ผ่านการสร้างการรับรู้ด้วยการสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันอย่างเป็นจริงเป็นจังสู่การสร้างผลิตภัณฑ์กระจุดของจังหวัดนราธิวาสให้มีแบรนด์ด้วยการเป็นสินค้าแฮนด์เมด (hand made) ใช้สีปลอดสารพิษ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการใช้กลไกสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการควบคุมการผลิต มาเป็นการรับรองคุณภาพและความแตกต่างในอนาคต

2.4 การสร้างการรับรู้ที่ยั่งยืน

การสร้างการรับรู้ที่ยั่งยืนผ่านการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง ในรูปแบบ “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ที่ต้องตอบสนองการแก้ไขปัญหาสังคม จังหวัดนราธิวาสอาศัยเศรษฐกิจชุมชน เป็นหนึ่งในเครื่องมือและกลไกการพัฒนาที่ชักชวนความขัดแย้งและสร้างการมีงานทำมาช่วยกันพัฒนาบ้านเกิดและลดปัญหาการหลงผิดของเยาวชนไปก่อความรุนแรงได้ ส่งผลให้เศรษฐกิจของจังหวัดที่ได้รับการพัฒนา

2.5 การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการ ผ่านการประสานความร่วมมือในรูปแบบเครือข่าย ซึ่งปัจจุบันมีคณะทำงานด้านการแปรรูปที่มีส่วนราชการในภูมิภาคและในจังหวัดนราธิวาสหลายหน่วยที่ได้ช่วยพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์กระจุดมาอย่างต่อเนื่อง อาทิ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 ที่จัดตั้งหน่วยย่อยในศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิภพทองอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สำนักงานเหล่ากาชาดจังหวัดนราธิวาส สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนราธิวาส สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดนราธิวาส สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนราธิวาส สถาบันการศึกษาที่มีนักวิชาการและนักศึกษาเป็นต้น

อภิปรายผล

ลวดลายที่เกิดขึ้นจากการจักสานกระจุดถือเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการบันทึกไว้ (record culture) ซึ่งหมายถึงบางส่วนของวัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่และได้รับการบันทึกหรือผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดต่อมา หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “วัฒนธรรมแห่งยุคสมัย” (culture of the period) เป็นส่วนหนึ่งของ “ประเพณีในการเลือกสรร” (selective tradition) เนื่องจากว่าในชีวิตประจำวันของคนเรามีวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ตลอดเวลา แต่ประเพณีในการเลือกสรรจะทำหน้าที่คัดเลือกให้วัฒนธรรมบางอย่างถูกผลิตซ้ำให้มีชีวิตยืนยาวต่อไป เนื่องจากเป็นการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางวัฒนธรรมซึ่งมีผลต่อการรับรู้ความหมายทางวัฒนธรรมเทคโนโลยี กลุ่มคนและสังคมมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างและการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของกลุ่มเพราะสมาชิกในกลุ่มมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความรู้ทางวัฒนธรรมตลอดเวลา ซึ่งการผลิตซ้ำสามารถทำได้โดยการสื่อสารผ่านตัวบุคคล

สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ลายดั้งเดิม เกิดจากการถ่ายทอด บอกต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น มาเป็นระยะเวลา 200-300 ปี ผ่านการนำเอาธรรมชาติในพื้นที่มาถ่ายทอดเป็นลวดลายบนเสื่อกระจุด เช่น สายน้ำ ของใช้ เครื่องประดับ อาวุธ ผลไม้ สัตว์ และดอกไม้ประจำถิ่น ซึ่งการบอกเล่าเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face to face) ถูกใช้ในการแบ่งปันความรู้ร่วมกันอย่างกว้างขวาง การใช้รูปแบบการสื่อสารด้วยการบอกเล่าสามารถพบได้ตั้งแต่ในระดับครอบครัว กลุ่มเพื่อนหรือในกลุ่มที่ทำงาน ความรู้ที่ถูกพูดซ้ำอย่างต่อเนื่องจะกลายมาเป็นแหล่งข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ในการสื่อสารด้วยวิธีการบอกเล่า คำศัพท์หรือเรื่องราวที่ถูกนำมาใช้สื่อสารจะมีลักษณะเฉพาะเจาะจง (กาญจนาแก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551) โดยจะเห็นได้จากผลการวิจัยที่พบว่า ลวดลายการจักสานกระจุดมีชื่อเป็นภาษามลายูถิ่นเกือบทั้งหมด อาทิ ลายบุงตันหยง หรือลายลูกแก้ว เป็นลายดั้งเดิมที่มีต้นกำเนิดมาจากดอกไม้ประจำถิ่น คือ ดอกพิกุล ซึ่งในภาษามลายูถิ่นเรียกดอกพิกุลว่า ดอกตันหยง จึงเรียกลวดลายดังกล่าวว่า บุงตันหยง แต่ต่อมาเพี้ยนมาเป็นลายลูกแก้ว

นอกจากลายดั้งเดิมแล้ว ยังมีลายใหม่ที่เกิดจากการนำเอาลวดลายจากต่างพื้นที่มาพัฒนาเป็นลายของกลุ่มในพื้นที่ รวมทั้งการคิดค้นลวดลายใหม่ ๆ จากสิ่งแวดล้อมหรือวัตถุต่าง ๆ รอบตัว อาทิ ลายประดิษฐ์ ซึ่งจอร์จัน บัวแก้ว และสมบุญ ณะสุข (2537) ระบุว่า เดิมชาวบ้านนำกระจูดมาสานเป็นเสื่อก็เพื่อประโยชน์ใช้สอยในครัวเรือนเป็นหลัก ปัจจุบันเมื่อผลิตภัณฑ์เหล่านั้นได้เปลี่ยนแปลงมาเป็นการผลิตเพื่อจำหน่าย จึงมีการใช้สี การดัดแปลงลวดลาย ซึ่งล้วนมาจากการดัดแปลงจากลายดั้งเดิม รวมทั้งลายผสมผสานที่เกิดจากการนำลวดลายดั้งเดิมบางลวดลายหรือลายใหม่บางลวดลายมาประยุกต์ สอดคล้องกับข้อมูลของจุฑาพรรณ (จามจุรี) ผดุงชีวิต (2551) ที่กล่าวว่า วัฒนธรรม อัตลักษณ์และการสื่อสารนั้นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ วัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางคั่นระหว่างธรรมชาติของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความเชื่อ ค่านิยม โลกทัศน์ ดังนั้นวัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ ซึ่งกลไกที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย 1) นวัตกรรม (innovation) จากการค้นพบลวดลายใหม่ ๆ 2) การแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (diffusion of innovation) จากการยืมวัฒนธรรมจากสังคมอื่น อาทิ ลายจะนะ หรือลายจะนะ ซึ่งลวดลายดังกล่าวมาจากพื้นที่อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา และ 3) การรับวัฒนธรรมหรือเรียนรู้วัฒนธรรมอื่น (acculturation) เกิดขึ้นโดยการได้รับอิทธิพลของวัฒนธรรมหลัก อาทิ ลายบุงอสะกึ หรือลายขนมปัง เกิดจากการคิดค้นลวดลายใหม่ ซึ่งภายหลังการสังเกตลวดลายดังกล่าวที่สร้างขึ้น ทางกลุ่มกระจูดบ้านทอนอามานจึงลงมติให้ตั้งชื่อลายขนมปังเนื่องจากมีลักษณะคล้ายขนมปังโอรีโอ ทั้งนี้ เจริญชัย อิศรเดช (2552) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงสื่อมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ โดยอาจเริ่มจากการมองทำที่ของอัตลักษณ์ใหม่ที่มีต่ออัตลักษณ์เก่าในสังคมที่ซู้อัตลักษณ์จากการบริโภค จะทำให้อัตลักษณ์พื้นที่แบบดั้งเดิมกลายเป็นสิ่งที่ล้าสมัย จนทำให้ถูกผลัดออกไป อาจกล่าวได้ว่าลวดลายดั้งเดิมอาจถูกลดทอนลงแต่จะมีการแทนที่ด้วยลวดลายใหม่ๆ ซึ่งเกิดจากกระแสโลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

จากการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการ ผ่านการประสานความร่วมมือในรูปแบบเครือข่าย เป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจูด ซึ่งสอดคล้องกับภุรีนัฐร์ โชติวรรณ (2559) กล่าวว่า ทูทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้ชุมชนผ่านวิกฤตเศรษฐกิจ หากแต่ต้องอาศัย “ทุน” ชนิดอื่น ๆ คือ “ทุนทางสังคม” ในรูปแบบของเครือข่ายความสัมพันธ์ทั้งในลักษณะความสัมพันธ์แบบเครือข่าย ทรัพยากร และในลักษณะของการจัดตั้งกลุ่มรวมไปถึงความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและองค์กรพัฒนาเอกชนต่าง ๆ ทั้งนี้ นอกเหนือจากการบริหารจัดการงานวิจัยยังพบว่า การเข้าถึงปัจจัยการผลิต การสร้างองค์ความรู้ และการตลาด ยังเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการพัฒนา ซึ่งการผลิตสินค้าหัตถกรรมและสินค้าแปรรูปในชุมชนถือเป็นกิจสำคัญที่สามารถสร้างรายได้และรองรับแรงงานนอกฤดูกาลเกษตร แนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นเหมาะสมกับยุคสมัยในปัจจุบันสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย พยายามลดต้นทุนในการผลิตด้วยการเลือกใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นโดยไม่ทำให้คุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ลดลง ควรส่งเสริมอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาไม่ให้สูญหาย สนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์สาธิตกระบวนการ การผลิต การจัดนิทรรศการและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ภายในท้องถิ่น เพื่อเป็นแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับผู้เยี่ยมชม ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นทำให้คุณค่าทางอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยที่ศิลปหัตถกรรมเหล่านั้นได้ส่งคุณค่าความเป็นท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคไว้พร้อมที่จะได้รับการสืบทอดและประยุกต์ใช้ในวิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนแม้กระแสโลกาภิวัตน์ ความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทต่อชุมชนและท้องถิ่น (ทรงคุณ จันทจร และคณะ, 2552 ; ชินีเพ็ญ ศรีชัย, 2550)

สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน (2560) ที่กล่าวถึงการเชื่อมโยงสินค้าโอท็อปที่สะท้อนเอกลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตในท้องถิ่นนั้น ๆ เข้ากับแหล่งท่องเที่ยวและบริการของภาครัฐ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน แบ่งการพัฒนาออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ P : People ด้านชุมชน คือ คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาหมู่บ้านอย่างเข้มแข็ง P : Product ด้านพัฒนา คือ การนำเอาผลผลิตในพื้นที่มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อปที่โดดเด่น P : Preserve ด้านอนุรักษ์ คือ การที่คนในชุมชนสามารถรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นไว้ได้อย่างเหนียวแน่น ถือเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมให้ชุมชนได้ตื่นตัวและเกิดการรวมพลังของชุมชนในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทรัพยากรของชุมชนให้มีคุณค่า ช่วยสร้างงานและ

รายได้แก่ชุมชน และสามารถจูงใจให้บุคคลทั่วไปได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้และท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นับเป็นการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ที่มีชีวิตชีวา มีเสน่ห์ และพร้อมเติบโตต่อไปอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้ประโยชน์

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม สนับสนุนการผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระจุดควรขยายช่องทางในการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ

1.2 หน่วยงานภาครัฐควรมีการเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงานร่วมกับภาคเอกชนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล พัฒนาต่อยอดการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาองค์ความรู้ ทั้งในภูมิภาค ระดับประเทศและต่างประเทศ

1.3 ควรยกระดับทักษะการผลิตกระจุดเพื่อการขายผลิตภัณฑ์เป็นทั้งสินค้าพรีเมียม (premium products) และสินค้าจำนวนมาก (mass production) เพื่อให้ชุมชนมีรายได้มากขึ้นและรุ่นใหม่มาสานต่อเทคนิคทางการตลาดดิจิทัล (digital marketing)

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์กระจุดผ่านอัตลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยการนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อขยายช่องทางการตลาด

2.2 ควรศึกษาวิจัยการสื่อสารเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจุดภายใต้กลไกภาครัฐ

2.3 ควรศึกษาวิจัยการตลาดดิจิทัล (digital marketing) สำหรับผลิตภัณฑ์กระจุด

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2555). สื่อเก่า-สื่อใหม่ : สัญลักษณ์ อุดมการณ์. พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- จूरินทร์ บัวแก้ว และสมบูรณ์ ธนะสุข. (2537). “หัตถกรรมพื้นบ้าน : ศึกษาเฉพาะกรณีผลิตภัณฑ์กระจุด”. ปัตตานี : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต. (2551). วัฒนธรรม อัตลักษณ์ อารยธรรม และสังคมมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 2. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉินิเพ็ญ ศรีชัย. (2550). “การสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายแบบมีส่วนร่วมของแกนนำเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดนราธิวาส”. ในวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ทรงคุณ จันทจร และคณะ. (2552). คุณค่าอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคใต้. สถาบันวิจัยศิลปะและวัฒนธรรมอีสาน. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เชียรชัย อิศรเดช. (2552). อัตลักษณ์กับสื่อ : ตัวตนกับการสื่อสาร. นิเทศศาสตรปริทัศน์. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 หน้า 25-39. คณะนิเทศศาสตร์. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ภูริณัฐร์ โชติวรรณ. (2559). การทอเสื่อกกกับทุนของชุมชนบางสระเก้าในจังหวัดจันทบุรี. สักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 22(Special Issue), 1-17.
- ส่วนจัดการป่าชุมชน. (2553). กรมป่าไม้รายงานสรุปผลภูมิปัญญาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 เรื่อง หัตถกรรมจักสานกระจุด. สำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ ที่ 11 (สุราษฎร์ธานี). กรมป่าไม้. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2560). ของดีบ้านฉัน : หมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว
ปี พ.ศ. 2560 OTOP Village. กรมการพัฒนาชุมชน. กระทรวงมหาดไทย.