SACIT

NEW YOUNG Craft 2025

The

Next One

สืบศิลปครูช่างไทย สู่โลกหัตถกรรมยุคใหม่

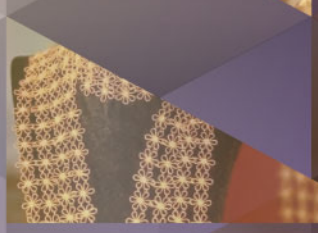
ผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมคนรุ่นใหม่ (New Young Craft) ประจำปี พ.ศ. 2568















สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน)

นางสาวอดา กลิ่นบุญฟุ้ง
Miss. Ada Klinboomfung

ผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรมคนรุ่นใหม่ ปี 2568
ศิลปหัตถกรรมด้าน งานศิลปะการปั้นของจิ๋วเสมือนจริง
Handicrafts : Miniature art of lifelike sculpture





การอนุรักษ์สืบสานภูมิปัญญา
Preserving and Continuing Traditional Wisdom

จุดเริ่มต้นของ **อดา กลิ่นบุญฟุ้ง** นับตั้งแต่เมื่อจบการศึกษาระดับปริญญาโททางด้านไอที และทำงานทางด้าน e commerce และ digital planner มาตลอด โดยเฉพาะในส่วนของการวางแผนการตลาดทางด้านออกแบบโปรโมชั่นทั้งหมด ทำให้รู้สึกว่า เหนื่อยกับการที่ต้องตื่นตัวและแข่งขันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้นึกถึงคำพูดของอาจารย์ชาวอินเดียที่สอนทางด้านไอทีสมัยที่เราศึกษาอยู่ที่ต่างประเทศว่า "ประเทศไทยมีเอกลักษณ์และความโดดเด่นทางด้านงานฝีมือเป็นอย่างมากในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากที่สุด แม้ประเทศเพื่อนบ้านจะทำงานฝีมือในประเภทและรูปแบบเดียวกัน แต่งานหัตถกรรมของไทยมีความอ่อนช้อย ประณีต พิถีพิถัน และรายละเอียดที่ลึกซึ้ง" ตอนได้ยินคำพูดเหล่านี้ทำให้ตอนนั้นรู้สึกตื้นตันในความเป็นคนไทย ประเทศไทยที่มีศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์ที่เด่นชัดครบทุกมิติ อาทิ เช่น อาหารไทย ขนมไทย เครื่องดื่ม เสื้อผ้า เครื่องประดับ ลวดลายต่าง ๆ ล้วนเป็นสัญลักษณ์ที่แทบจะไม่ต้องบรรยายเป็นคำพูด หรือตัวอักษร ว่ามาจากประเทศไหน แค่เพียงชาวต่างชาติ (มากกว่า 50%) เห็นก็รู้ได้ทันทีมาจากประเทศไทย และในช่วงต้นปี 2015 เกิดจุดเปลี่ยนลองเรียนงานปั้นของจิ๋ว แต่เรียนไปเพียง 2-3 ครั้ง รู้สึกไม่ค่อยตรงกับวัตถุประสงค์ของเรา จึงปรึกษากับพี่และทดลองปั้นกันเองโดยใช้ต้นแบบจากของจริง และรวมถึงการทดลองซื้อดินตามร้านต่างๆ ที่ขายในจตุจักรมาปั้นดู เมื่อทดสอบหลายครั้งเราพบว่า ดินไทยแต่ละที่ แต่ละร้านคุณสมบัติไม่เหมือนกัน แต่ยังไม่ใช่ลักษณะที่เราต้องการ จึงเริ่มทำการศึกษาส่วนผสมดิน และติดต่อโรงงานให้ทดลองผสมและผลิตดินในสัดส่วนตามที่เราต้องการ และได้ลงมือทำเองจริง ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ พบว่า มีโครงการจากหน่วยงานภาครัฐ ช่วยส่งเสริม สนับสนุน SME อยู่หลายโครงการ โครงการแรกที่ได้รับโอกาสเข้าร่วมคือ SME Start up จากสถาบันสิ่งทอ เป็นผู้จัดโครงการ โครงการมีระยะเวลาอบรม 3 เดือน ทำให้เราได้พบจุดเริ่มต้นในปี 2018 ที่จะสร้างแบรนด์เป็นของตัวเองขึ้น และได้ชื่อว่า **"ชอบ แฮนด์ดิคราฟ"** มาจากความคิดที่ว่า เราชอบงานของจิ๋ว และลูกค้าเราก็ชอบของจิ๋วของเรา เกิดเป็นจุดเปลี่ยนอีกครั้ง ได้รับการติดต่อให้ไปออกรายการทีวีที่เป็นรายการสดตอนเช้า ทันทีที่รายการจบ เราก็ได้รับการติดต่อจาก TCDC ว่าเห็น "ชอบ แฮนด์ดิคราฟ" ในรายการและชอบไอเดียน้ำถุง จึงชวนให้สมัคร โครงการ Craftsmanship และได้เข้าร่วมโครงการ ในปี 2019 ซึ่งเมื่อจบโครงการ Craftsmanship ทำให้ "ชอบ แฮนด์ดิคราฟ" เข้าถึงความเป็น Brand Identify มากขึ้น และได้มีผลงานชิ้นแรกที่ชื่อว่า "ศรัทธา" ได้จัดแสดงผลงานอยู่ที่ไอคอนคราฟ ไอคอนสยาม และได้รับคัดเลือกให้นำผลิตภัณฑ์ของ ชอบ แฮนด์ดิคราฟ ไปวางจำหน่ายที่ชั้น 4 โซนไอคอนคราฟ ไอคอนสยาม ตั้งแต่ปี 2019 ถึง ปัจจุบัน

ด้านการสืบสานคุณค่างานหัตถกรรม **"ชอบ แฮนด์ดิคราฟ"** ต้องการสะท้อนความเป็นไทยในรสนิยมแบบฉบับของเรา ผ่านงานศิลปะการปั้นเสมือนจริงในรูปแบบของจิ๋ว เกี่ยวกับอาหาร และเครื่องดื่มไทย โดยเราต้องการแสดงให้เห็นถึง **"แก่น"** ของงานหัตถกรรมการปั้นของจิ๋วที่ต้องใช้ทักษะความชำนาญที่เชี่ยวชาญในเรื่องของเทคนิคขั้นสูง ด้วยวิธีการที่เรียกว่า **"Freehand"** ในการขึ้นรูปทรง รูปร่าง การใส่รายละเอียด การประดิษฐ์ ประดอย การให้เฉดสีที่กระตุ้นทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก และจิตวิญญาณของผู้สร้างสรรค์ที่บรรจงถ่ายทอดลงไปในชิ้นงาน ซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็น DNA ที่มีอยู่ในสายเลือดของ Thai Craftsman (ไม่จำเป็นว่าจะเป็นทายาทหรือไม่ เพราะมันคือ DNA ที่ส่งผ่านทางเชื้อชาติ) การสืบสานคุณค่างานหัตถกรรมไทย ของเรา "ชอบ แฮนด์ดิคราฟ" ใช้วิธีการเล่าเรื่องราววิถีชีวิตของไทยด้วย"ความทรงจำร่วมสมัย" ในช่วงยุคปี 80's–90's ที่กลายเป็นเพียงรูปธรรมในความทรงจำ หรือการบอกเล่าต่อกันมา แล้วนำมาผสมผสานกับนามธรรมของความร่วมสมัยในปัจจุบัน ถ่ายทอดออกมาเป็นโมเดลงานศิลปะในรูปแบบของจิ๋ว ที่มีครบทั้ง 3 มิติ และเมื่อใครพบเห็น ไม่ว่าคนไทยหรือต่างชาติก็จะรับรู้ได้ทันทีว่า นี่คือ "โมเดลงานศิลปะเสมือนจริง ในรูปแบบของจิ๋วที่เป็นงานฝีมือหัตถกรรมจากประเทศไทย" จึงมีความตั้งใจเชิดชูงานฝีมือการปั้น การทำโมเดลของจิ๋ว ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในเรื่องของการออกแบบ ชิ้นงานที่มีความอ่อนช้อย ประณีต รายละเอียดที่ถ่ายทอดจากการสังเกต จดจำ และต้องใช้เวลาในการทำโมเดลจิ๋ว ทั้งหมดนี้หล่อหลอมรวมกันจนเกิดเป็น "คุณค่า" ให้เป็นที่ประจักษ์เด่นชัดมากขึ้น และยอมรับว่า "ของจิ๋ว" จากประเทศไทย มีอัตลักษณ์และคุณค่า ไม่เป็นรองชาติอื่น (ซึ่งเราได้พิสูจน์มาแล้ว 2-3 ปี)









Ada Klinboomfung's journey began after completing her master's degree in IT and working in e-commerce and digital planning, particularly in marketing and promotional design. Over time, she felt exhausted from constantly keeping up with rapidly changing technology. She recalled the words of an Indian IT professor she studied under abroad :

"Thailand possesses unique and outstanding craftsmanship within Southeast Asia. Even if neighboring countries produce similar handicrafts, Thai crafts are distinguished by their elegance, meticulousness, and intricate details."

Hearing this lled her with pride for being Thai a country rich in arts, culture, and traditions, clearly expressed through food, desserts, drinks, clothing, accessories, and patterns, all of which are instantly recognizable by foreigners as Thai.

In early 2015, she began exploring miniature sculpting but felt the initial lessons did not align with her vision. With guidance from a senior, she experimented on her own using real-life references and clay purchased from various markets. She discovered that clay properties varied widely, leading her to study clay composition and collaborate with factories to create her own custom clay. Through research, she also found government-supported SME programs. Her rst opportunity was the SME Startup program organized by the Textile Institute a three-month training that inspired her to launch her own brand in 2018, named **"CHOB Handicrafts"** derived from her love of miniature art, which her customers shared.

Soon after, she appeared on a live morning TV show. Following the broadcast, TCDC invited her to join their Craftsmanship program in 2019 after noticing her brand and her "bagged drink" concept. Completing the program helped CHOB Handicrafts establish its brand identity. Her rst major piece, "Faith", was displayed at ICONCRAFT, ICONSIAM, and her products have been sold on the 4th oor of ICONCRAFT since 2019.

In preserving the value of handicrafts, **"Chop Handicraft"** aims to reect Thainess and our unique tastes through realistic sculpting in miniatures, depicting Thai food and beverages. We aim to showcase the "essence" of miniature craftsmanship, which requires skill and expertise in advanced techniques. We use a "freehand" method for shaping, detailing, creating, and embellishing, evoking the emotions, feelings, and spirit of the creator who meticulously applies these elements. These elements are inherent in the DNA of Thai craftsmen (not necessarily descendants, as this DNA is passed down through ethnicity). To preserve the value of Thai handicrafts, "Chop Handicraft" uses a method of telling stories of Thai life through "contemporary memories" from the 1980s and 1990s, which have become tangible memories. Or, through word of mouth, combined with contemporary abstraction, these three-dimensional miniature art models are instantly recognizable to anyone who sees them, whether Thai or foreign, as "realistic miniature art models crafted from Thailand." The aim is to celebrate the craftsmanship of sculpting and miniature model making, which boasts unique designs. The pieces are graceful and delicate, with details informed by observation, memorization, and the time required to create the miniature models. All of this fuses together to create a more pronounced "value." It's also acknowledged that "miniatures" from Thailand possess unique identities and value, second only to those from other nations (as we've proven over the past 2-3 years).






地主神位

ภูมิปัญญาที่สะท้อนทักษะฝีมือเชิงช่าง
Wisdom Reflecting Craftsmanship

อดา กลิ่นบุญฟุ้ง รังสรรค์ชิ้นงานที่เป็นงานศิลปหัตถกรรมผสมผสานความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ช่วยสร้างคุณค่ามากขึ้น แม้ว่าต้นทุนในการผลิตจะสูง แต่เราคิดว่า ยังเป็นสิ่งที่คุ้มค่าแก่การลงทุน เพราะช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าและเอกลักษณ์ที่สร้างความจดจำได้ง่ายขึ้นเช่นการพัฒนาปรับปรุงสูตรของดินที่ใช้สำหรับในการปั้นช่วยให้ชิ้นงานมีความสมจริงมากยิ่งขึ้น และมีการทดลอง ทดสอบ คุณภาพของดินปั้น กับผู้เชี่ยวชาญด้านวัตถุดิบและวัสดุทางด้านงานหัตถกรรมของฮองกง การนำเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมการพัฒนาสูตรส่วนผสมในตัวเรซิ่น ช่วยในการลดกลิ่นและประหยัดเวลาในการรอแห้งได้เร็วขึ้น 60% การนำเทคโนโลยีทางด้านการพิมพ์ด้วยนวัตกรรมหมึกพิมพ์แบบใหม่ ช่วยให้โลโก้บนตัวชิ้นงานมีความคงทนและคมชัดมากขึ้น การนำเทคโนโลยีมาช่วยในเรื่องการทำบรรจุภัณฑ์ที่ประหยัดเวลา และลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์

CHOB Handicrafts reects Thai culture through realistic miniature representations of Thai food and beverages. Ada employs advanced freehand techniques to sculpt shapes, textures, and details, adding color and emotional nuance that conveys the creator's spirit. This approach embodies the DNA of Thai craftsmanship skills passed down through heritage rather than bloodline. Her brand tells stories of Thai life through the "shared memories" of the 1980s–1990s, blended with contemporary abstract elements, creating three-dimensional miniature art instantly recognizable as Thai handmade crafts.

Ada combines traditional craftsmanship with innovative technology. Although production costs are high, the investment enhances the uniqueness and value of each piece. She improves clay formulas for realism, tests materials with Hong Kong experts, develops resin formulas to reduce odor and drying time by 60%, and uses innovative printing technology to create durable, sharp logos. Packaging is also optimized for efciency and cost.













เอกลักษณ์ผลงานที่โดดเด่น ผลงานสำคัญและความภาคภูมิใจ
Uniqueness, Signature works, and Pride

ทั้งนี้ งานแฮนด์ดิคราฟ จะโดดเด่นด้วยการมีทักษะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีความชำนาญทางด้านการปั้น ขึ้นรูปทรงแบบ Freehanded ที่ใช้ความชำนาญเฉพาะบุคคลในการสร้างชิ้นงานศิลปะขนาดจิ๋วที่มีคุณค่า รายละเอียดรูปทรงที่อ่อนโยน ทำให้ทุกชิ้นงานมีเอกลักษณ์ของตนเอง

มุมมองการให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพด้านทักษะฝีมือ จากการศึกษาข้อมูล และการสังเกตพบว่า **"ของจิ๋ว"** เป็นสินค้าที่อยู่ในความต้องการซื้ออย่างต่อเนื่อง (Demand) ในกลุ่มตลาดของที่ระลึก แต่ยังมีกลุ่มนักสะสม หรือ ลูกค้าที่ยังต้องการ (Supply) งานปั้นของจิ๋วที่มีความละเอียด สวยงาม ประณีต สมจริง คุณภาพสูง เน้นงานฝีมือที่มีคุณค่าและรสนิยม ซึ่งเหล่านี้ คือ ช่องว่าง (Pain Point) ในตลาดของจิ๋วของไทย เราจึงนำ Pain Point นี้มาเริ่มต้นสร้างความแตกต่างในกลุ่มธุรกิจของจิ๋วในประเทศ การพัฒนาฝีมือการปั้น เทคนิคการสร้างผิวสัมผัส ความสามารถพิเศษในการจำแนกชนิดสีด้วยตาเปล่าเพื่อนำมาผสมให้ได้สีที่คล้ายคลึงกับงานจริง และยังรวมไปถึงรสนิยมในการเลือกวัสดุ เครื่องมือ อุปกรณ์ที่จะใช้ในการทำงาน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นส่วนประกอบที่สำคัญทั้งสิ้น ที่เราจะได้ชิ้นงานที่มีความลงตัว ตลอดระยะเวลา 6-7 ปี ในการเริ่มทำแบรนด์ ชอบ แฮนด์ดิคราฟ มีการพัฒนา ปรับตัว ตลอดเวลารวมถึงเรื่องของ R&D ให้กับทุกชิ้นงานของเรา ด้วยการหาข้อมูล การศึกษาประวัติความเป็นมาเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้ง เหล่านี้ล้วนเป็นแนวทางความคิดของการสร้างสรรค์ นอกจากนี้การไปเรียนรู้ ฝึกทักษะตามสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวกับงานฝีมือ งานช่าง (Craftmanship) เพื่อเพิ่มความรู้ที่เกี่ยวกับ วัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้กันในประเทศแล้ว (เพื่อรู้ว่าไทยเรามีจุดเด่น และเอกลักษณ์แล้ว) เรายังไปศึกษาดูงานนิทรรศการที่ต่างประเทศ รวมทั้งการสำรวจตลาดของจิ๋วของที่ระลึก เพื่อสังเกต เรียนรู้ เทคนิคการทำ การใช้วัสดุ อุปกรณ์ อื่นที่ในประเทศไม่ค่อยมี รวมถึงการเรียนรู้งานศิลปะที่เป็นงานฝีมือแขนงอื่น แล้วนำมาบูรณาการใหม่ให้เป็นอัตลักษณ์ของเราเองที่ไม่ซ้ำใคร เราเชื่อว่า การค้นหาและพบตัวตนจากความสามารถของเราเอง "เป็นการให้เกียรติและเคารพตนเอง" "ชอบ แฮนด์ดิคราฟ" ไม่เคยที่จะหยุดนิ่งในเรื่องของ R&D ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนทักษะของงานฝีมือเท่านั้น แต่เรามีการลงทุนในการพัฒนาทุกส่วนที่เกี่ยวข้องควบคู่ไปพร้อมกันทุกด้าน ทุกมิติ เช่น

- การหาวัสดุทดแทน เพื่อลดระยะเวลาในบางขั้นตอน และได้คุณภาพชิ้นงานที่ดีมากขึ้น
- การหาวัสดุที่คล้ายของจริง ที่สามารถนำมาลดขนาด ย่อส่วนให้เล็กจิ๋ว เพื่อใช้ประกอบในชิ้นงานให้มีความสมบูรณ์แบบมากขึ้น
- การหาวัสดุสำหรับพัฒนาคุณภาพงานปั้น ที่ให้ผลลัพธ์ออกมาใกล้เคียงหรือคล้ายต้นแบบของจริงมากที่สุด
- การศึกษา ค้นหาวิธี เทคนิค ในการลดปริมาณของเสีย ที่เกิดจากความผิดพลาดในการใช้วัสดุ
- การพัฒนาความรู้ในเรื่องกราฟิกมาช่วยออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้เป็นสากล

ผลลัพธ์ของการพัฒนาทุกด้าน ทุกมิติ เป็นการสร้างความเชื่อมั่น เชื่อถือ และกลายเป็น Brand Royalty เพราะกลุ่มลูกค้าหรือผู้ติดตามจะเห็นว่า ชอบ แฮนด์ดิคราฟ มีการเติบโตและพัฒนาก้าวหน้าขึ้นอยู่ตลอดเวลา และยังคงเอกลักษณ์ในเรื่องของรายละเอียด ความประณีต งานฝีมือไทยในทุกชิ้นงานของเรา ทำให้ทุกก้าวของการพัฒนา จะมีเรื่องการปรับราคาเข้ามาในบางจังหวะ แต่ไม่เป็นปัญหาสำหรับลูกค้าที่รู้จักชอบ แฮนด์ดิคราฟ เป็นอย่างดี เพราะกลุ่มลูกค้าเรามีรสนิยมที่เน้นในเรื่องของ "คุณค่า" มากกว่าใช้ราคาเป็นเกณฑ์กำหนดว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อ เราพบว่าการลงทุนในเรื่องของ R&D ที่ความตั้งใจ ทุ่มเท มุ่งมั่นในการปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด ณ เวลานั้น ๆ จะทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของธุรกิจจะเติบโตไปอย่างต่อเนื่อง และสร้างแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ได้อีกด้วย

ผลงานที่อดา กลิ่นบุญฟุ้ง มีความภาคภูมิใจ คือ ผลงานภายใต้ concept **"Capture of Moment"** ซึ่งได้แรงบันดาลใจในการออกแบบ ชิ้นงาน ทุกชิ้น ภายใต้คอนเซปนี้มาจาก ความระลึกความทรงจำที่ประทับใจในรสชาติ รูปทรง บรรจุภัณฑ์ ที่เกิดขึ้นเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่ง แต่ก็ยังอยู่ในความทรงจำ แล้วนำมาถ่ายทอดออกมาเป็นงานศิลปะของจิ๋ว ผสมผสานนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้ยิ่งมีคุณค่า และได้รับความนิยมอย่างมากต่อเนื่องมากกว่า 2 ปี คือโมเดลน้ำถุงชาไทยเย็น แม่เหล็ก (Thai Milk Tea) และโมเดลลูกมะพร้าว (Young Coconut) แม่เหล็ก ทั้งสองผลงานนี้ สร้างยอดขายที่ดีอย่างต่อเนื่องและทำให้แบรนด์ **CHOB Handicrafts** มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากกลุ่มชาวจีน และชาวเอเชียที่กระจายอยู่ทั่วโลก (เพราะกลุ่มนี้ติดต่อแลกเปลี่ยนผ่านแอพพลิเคชั่นของจีน และใช้ภาษาจีนเป็นหลักและอาศัยหลายประเทศ)







CHOB Handicrafts is distinguished by personalized freehand sculpting, resulting in miniature artworks of exceptional delicacy and precision. Miniatures remain in high demand among collectors and souvenir buyers, yet high-quality, lifelike, artisanal miniatures were scarce in Thailand. Ada identied this market gap, continuously improving her sculpting techniques, color-matching skills, material selection, and overall design. Over 6–7 years, she has rened her brand through R&D, historical research, craft studies, and international market exploration, developing a unique identity. Her dedication demonstrates respect for herself and her craft.

Ada is not only focused on craftsmanship skills, but also invest in developing all related aspects simultaneously, in every aspect and dimension. These include:

- Finding substitute materials to reduce the time required for certain steps and improve the quality of the nished-product.
- Finding materials that resemble the real thing, which can be scaled down and reduced to a miniature size for use in assembling the nished product, enhancing its perfection.
- Finding materials to improve the quality of the sculpture, ensuring results that are as close to or identical to the original prototype as possible.
- Researching and discovering methods and techniques to reduce waste resulting from material errors.
- Developing knowledge of graphics to aid in packaging design, elevating the product's value to an international level.

Ada's notable works include the **"Capture of Moment"** series, inspired by memorable avors, shapes, and packaging from the past, transformed into miniature art with modern technological enhancements. Popular works include miniature magnetic Thai milk tea bags and young coconut models, which have been widely recognized and sold to Asian collectors globally via Chinese social media platforms

การพัฒนาสร้างสรรค์ปรับประยุกต์ หรือต่อยอดผลงาน
Developing, Adapting, and Expanding Her Work

อดา กลิ่นบุญฟุ้ง มุ่งเน้นความ **“ชอบ แฮนด์ดิคราฟ”** มี Passion ของความสนุก ความสนใจสังเกตสิ่งรอบตัว วิถีการใช้ชีวิตของผู้คนจากยุคหนึ่งไปสู่อีกยุคหนึ่ง ชอบคิดที่จะหยิบโน่นผสมนี้โดยใช้การดีไซน์เป็นตัวเชื่อมความต่างให้กลายเป็นชิ้นงานที่ลงตัวได้อย่างสมบูรณ์ สไตล์ของแนวทางการออกแบบไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ในความร่วมสมัยของ ชอบ แฮนด์ดิคราฟ ที่มีส่วนผสมของนวัตกรรม เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเติมเต็มให้รูปแบบของจิ๋ว มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่ซ้ำใคร เราชอบเป็นนักคิดสร้างสรรค์ที่ดึงรูปธรรมในยุค 80’s-90’s (บางอย่างเลือนรางจากความทรงจำ) ผสมผสานกับรสนิยมความร่วมสมัยของนามธรรมในปัจจุบัน เช่น รูปธรรมที่เป็นชาไทยใส่ถุงมัดเชือกได้รับความนิยมอย่างมากในยุคก่อนนั้น แต่การเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทำให้มีการปรับเปลี่ยนเป็นชาไทยใส่แก้วแทน เราจึงนำ นามธรรม คือ “ชาไทย” ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน มาออกแบบโดยดึงชาไทยในอดีตกลับมาอีกครั้งที่เป็น “โมเดลชาไทยใส่ถุงมัดเชือกแดง” ในรูปแบบของจิ๋ว ที่สื่อด้วยศิลปะการผสมสี ที่ผสมกันอย่างลงตัวเข้าถึงอารมณ์รสชาติของชาไทยที่กลมกล่อม พร้อมด้วยโลโก้ CHOB ที่ใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมการพิมพ์แบบใหม่ เป็นความนิยมตามร้านเครื่องดื่มในปัจจุบัน ทำให้โมเดลชาไทยถุงจิ๋วของ CHOB ยืนยันว่า เราคือ The originality of creativity.

ทั้งนี้มีแนวคิดการประยุกต์ สร้างสรรค์และพัฒนาว่า เมื่อเราไม่เคยหยุดพัฒนาความสามารถในสร้างชิ้นงานในทุกมิติครบด้านแล้ว เราต้องมีการพัฒนาทางความคิดสร้างสรรค์โดยการออกไปศึกษา ดูงานจัดแสดงของจิ๋วยังต่างประเทศ เพื่อศึกษาเรื่องวัตถุดิบและวัสดุในการทำงานศิลปหัตถกรรมจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในต่างประเทศอีกด้วย ที่สำคัญในทุกความก้าวหน้าของการพัฒนา ทางเรา ชอบ แฮนด์ดิคราฟ ไม่ได้มีการพัฒนาไปด้านเดียว แต่เราทำการสำรวจ สอบถามความคิดเห็นจากลูกค้าหรือแฟนคลับของ CHOB โดยตรง อยู่อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจาก ลูกค้ากลุ่มหลักที่เกิดขึ้นเองโดยทางเราไม่ได้มีการโปรโมทไปยังประเทศจีน หรือ จ้างพรีเซ็นเตอร์ แต่ลูกค้าจากจีน และชาวเอเชียทั่วโลกรู้จักผลงานของเรา จากสื่อโซเชียลในกลุ่มประเทศจีน และพวกเค้าเหล่านี้มี “Brand Royalty” ที่จริงใจ โดยเรียกเราว่า **“CHOB”**

Ada combines creativity, observation, and design to merge past and present, integrating 1980s–1990s forms with contemporary aesthetics. For instance, her miniature Thai tea bag model revives the nostalgic tied-bag presentation, paired with modern printing for branding, emphasizing originality and creativity. She studies international exhibitions, sourcing materials and techniques not available domestically, ensuring her work is uniquely her own. Customer feedback from global collector’s guides product development, fostering brand loyalty.












CHOB
HANDICRAFTS

ความมุ่งหวังตั้งใจในการอนุรักษ์และสืบทอดงานศิลปหัตถกรรม
Aiming to Preserve and Continue the Legacy of Handicrafts

อดา กลิ่นบุญฟุ้ง มองว่างานศิลปะการปั้นของจิ๋ว เสมือนจริงภายใต้กรอบชอบ แฮนด์ดิคราฟ ยังคงรักษามาตรฐานการาปั้นแบบ Freehanded ไว้ดังเดิม แม้ว่าจะมีความต้องการในปริมาณมากขึ้นเรื่อย แต่เรายังคงเน้นการสร้างคุณค่าให้กับแต่ละรูปแบบชิ้นงาน โดยมีการปรับหรือนำเทคนิคทางศิลปะด้านอื่นเข้ามาผสมผสาน ให้ยิ่งเป็นเอกลักษณ์ของเรา ที่สินค้าหัตถกรรมที่ผลิตไม่มีที่ชิ้น และราคาอยู่ในระดับเป็นของสะสมมากยิ่งขึ้น ในอนาคตเราจะสร้างสรรค์ผลงานชิ้นงานที่ค่อย ๆ ปรับไปเป็นของสะสมคือ การผสมงานศิลปะของไทยเข้าไปควบคู่กัน และมีการวางแผนทางการตลาด สำหรับ ชอบ แฮนด์ดิคราฟ ผลงานทางด้านโมเดลศิลปะการปั้นของจิ๋วที่มีการพัฒนาและสร้างสรรค์ในปัจจุบัน ได้รับการยอมรับเป็น อย่างมาก ต่อยังคงต่อเนื่องในตลาดต่างประเทศ เช่นจีน และอีกหลายประเทศ โดยเราใช้โซเชียลของจีนเป็นหลักในการโปรโมทแบรนด์

ทางด้านสังคม สำหรับอดา กลิ่นบุญฟุ้ง มองว่า การมีส่วนร่วม หรือการแบ่งปันให้กับสังคมรอบตัวเป็นเรื่องที่สำคัญ และควรทำอย่างต่อเนื่อง เพราะประเทศเราจะพัฒนาไปในทิศทางที่ดีได้ ทุกคนในสังคมต้องมีส่วนร่วมไปพร้อมกัน โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ

ด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน มีการนำแก้ว ขวดน้ำพลาสติก นำมาใช้ซ้ำเป็นอุปกรณ์ในการทำงาน หรือการลดปริมาณขยะจากการคำนวณการใช้กระดาษให้เหลือทิ้งน้อยที่สุด การเลือกใช้วัสดุคุณภาพสูงเพื่อการสะสมได้หลายสิบปี รวมถึงการเลือกซื้อวัสดุ อุปกรณ์จากแหล่ง หรือโรงงานผลิตที่มีมาตรฐานในการกำจัดของเสีย หรือปล่อยของเสียสู่สิ่งแวดล้อม

ด้านการให้ความช่วยเหลือ มีการจ้างงาน แบบรายครั้ง สำหรับผู้ที่ต้องการมีรายได้เสริม นิยมให้คำแนะนำเรื่องการหารายได้พิเศษมากกว่าการก่อให้เกิดหนี้สิน

ด้านการแบ่งปัน ในระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่าน (หลังสถานการณ์โควิค) มีผลประกอบการที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้เราสามารถแบ่งปันด้วยการบริจาคเงินให้กับโรงพยาบาลรัฐ การช่วยสนับสนุนทุนการศึกษา การบริจาคเงิน **ช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติ** (ซึ่งในปัจจุบันเกิดขึ้นอย่างบ่อยครั้ง และเราไม่ได้คำนึงในเรื่องช่วยการลดหย่อนภาษี)

ด้านการทำหน้าที่ที่เป็นพลเมืองที่ดี ด้วยการชำระภาษีรายได้ อย่างต่อเนื่องทุกปี

ด้านคุณธรรม ศีลธรรม ความซื่อสัตย์ จรรยาบรรณ เป็นสิ่งที่เรามุ่งมั่นและยึดถือในการดำเนินธุรกิจเรื่อยมา

เราเชื่อว่า หากทุกคนร่วมมือร่วมใจช่วยเหลือกันจะทำให้สังคมไทยกลายเป็นสังคมที่น่าอยู่และพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

Ada maintains Freehanded miniature sculpting standards, even with growing demand. She integrates other artistic techniques to create limited, collectible pieces with enduring value. **CHOB Handicrafts** has been recognized internationally, particularly in China, with marketing primarily through Chinese social media platforms.

Social Responsibility Ada believes in contributing to society across ve dimensions :

- **Environment & Sustainability :** Reusing materials, reducing waste, selecting long-lasting quality materials, and sourcing from environmentally responsible suppliers.
- **Support :** Providing freelance work opportunities and advice for supplemental income.
- **Sharing :** Donating prots post-COVID to hospitals, scholarships, and natural disaster relief.
- **Civic Duty :** Paying taxes consistently.
- **Ethics & Integrity :** Upholding honesty, morality, and professional conduct in business.

She believes that collective effort strengthens Thai society and promotes continuous positive development.



ประวัติส่วนตัว

ชื่อ – นามสกุล : นางสาวอดา กลิ่นบุญฟุ้ง
วัน เดือน ปี (เกิด) : 06/04/2523 **อายุ :** 45 ปี
ชื่อ-นามสกุล(ภาษาอังกฤษ) : Miss. Ada Klinboomfung
การศึกษา : ปริญญาโท
ทำงานศิลปหัตถกรรมด้าน :
งานศิลปะการปั้นเสมือนจริงในรูปแบบของจิ๋ว
ระยะเวลาในการทำงาน : 6-7 ปี
จำนวนสมาชิกภายในกลุ่ม : -
ชื่อแบรนด์ : -
จังหวัด : กรุงเทพมหานคร

ช่องทางการติดต่อ

Telephone number : 099-192-4715
Line ID : baanchan14
E-mail : chobhandicrafts@gmail.com
Facebook : chobhandicrafts

SACIT

โครงการเชิดชูผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรม ปี 2568
สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน)

