



รายงานการวิจัย

แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑
ของจังหวัดสุพรรณบุรี

The Foundation Economic Development to Reduce Community
Inequality in The 21st Century of Suphan Buri Province

โดย

นายปณณวิชญ์ แสงหล้า

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

พ.ศ. ๒๕๖๔

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 800764004



รายงานการวิจัย

แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑
ของจังหวัดสุพรรณบุรี

The Foundation Economic Development to Reduce Community
Inequality in The 21st Century of Suphan Buri Province

โดย

นายปณณวิชญ์ แสงหล้า

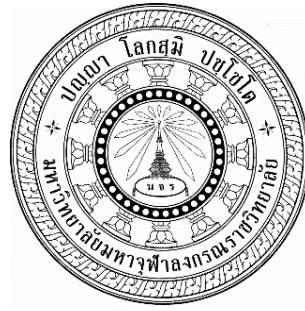
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

พ.ศ. ๒๕๖๔

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 800764004

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Research Program

The Foundation Economic Development to Reduce Community
Inequality in The 21st Century of Suphan Buri Province

By

Mr.Pannawich Saenglar

Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Suphanburi Srisuvarnabhumi Buddhist College

B.E. 2021

Research Project Funded by Mahachulalongkornrajavidyalaya University

MCU RS 800764004

(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานการวิจัย:	การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี
ผู้วิจัย:	นายปณณวิชญ์ แสงหล้า
ส่วนงาน:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ
ปีงบประมาณ:	๒๕๖๔
ทุนอุดหนุนการวิจัย:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ ๑) เพื่อการพัฒนางานองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ ๒) เพื่อการส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน ๓) เพื่อการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม เป็น การวิจัยผสมวิธีทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและ วิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยใช้วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ๓ กลุ่ม ในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ อำเภออู่ทอง ๒ กลุ่ม อำเภอศรีประจันต์ ๑ กลุ่ม ดำเนินการศึกษาองค์ความรู้ และลงพื้นที่วิจัยเชิงปฏิบัติการโครงการวิจัยย่อย ๒ และ โครงการวิจัยย่อย ๓ ในตำบลจรเข้สามพัน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการศึกษาพบว่า:-

การพัฒนางานองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ การพัฒนางานองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจฐานรากที่จะนำไปสู่การยกระดับชุมชนนวัตกรรม ได้แก่การจัดการความรู้ คือ การระดมความคิด การสร้างและการแสวงหาความรู้ การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ และการประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ ถือเป็น การเตรียมความพร้อม ส่วนด้านการพัฒนาทักษะ ให้ ความสำคัญกับการค้นหาจุดอ่อนของสมาชิกเพื่อนำไปวางแผนพัฒนานำไปสู่การลงมือปฏิบัติที่มีความ สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมและนำมาประเมินผล ด้านการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติเป็นผลที่ ได้รับจากการพัฒนาทักษะ โดยการศึกษาข้อมูลและความพร้อม การดำเนินตามขั้นตอนและประเมิน หาข้อบกพร่อง ส่วนด้านการบริหารมีการกำหนดขั้นตอนในการทำงานตั้งแต่ โครงสร้าง การจัดทำ แผนการผลิต การจัดการเรียนรู้ การจัดการตลาดที่นำไปสู่แผนธุรกิจโดยมีส่วนร่วมของรัฐเข้ามามีส่วน ร่วมสนับสนุนให้ข้อเสนอแนะ ส่วนการสังเคราะห์องค์ความรู้ ได้แก่จากการแสวงหาความรู้ คือ จัดการความรู้ไปปฏิบัติ การจัดการกิจกรรม การสร้างการมีส่วนร่วม การประเมินผลและการปรับใช้ให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์ ส่วนด้าน การนำความรู้มาจัดหมวดหมู่ ให้มีความสำคัญกับการจัดการความรู้ การ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการสกัดความรู้ และด้านการนำไปปฏิบัติให้มีความสำคัญกับกระบวนการที่เป็น ระบบและวิธีการถ่ายทอดความรู้

การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน ที่นำไปสู่ความสำเร็จมี ๓ ส่วน คือ ๑) การสร้างพลังชุมชน เป็นกระบวนการทำให้สมาชิกในชุมชนเกิดความกระตือรือร้นเปิดการรับรู้สิ่งดี ๆ เป็นการสร้างพลังเชิงบวก (Positive Energy) ๒) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ยกระดับและสร้างโอกาสในเรื่องความเสมอภาคทางเศรษฐกิจระดับครัวเรือน สามารถผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานตรงตามความต้องการของตลาด และ ๓) การส่งเสริมการสร้างทักษะความรู้การนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาการทำงานร่วมกันของสมาชิกในชุมชน การร่วมกันคิดแบบวิเคราะห์ การคิดแบบ ๒ ทาง (Two Ways) แนวทางการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้ ได้แก่ ๑) การส่งเสริมด้านการมีนวัตกรรม (ทำให้มี) ให้ชุมชนคิดวางแผนหาวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองโดยหาเครื่องมือมาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ๒) ส่งเสริมด้านการนำนวัตกรรมไปใช้ในชุมชน (มีให้ใช้) ส่วนการส่งเสริมการนำนวัตกรรมไปพัฒนา ได้แก่ การวางแผนการจัดกิจกรรมร่วมกัน ค้นหาจุดบกพร่อง ปรับปรุงขั้นตอน ปรับวัตถุดิบการผลิต

การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม นำไปสู่ความสำเร็จมี ๖ ประการ คือ ๑) การมีเป้าหมายร่วมกัน ๒) มีการเรียนรู้ร่วมกัน ๓) การมีส่วนร่วมกัน ๔) เครือข่ายความร่วมมือ ๕) ศักยภาพชุมชน ๖) ทฤษฎีสังคม การยกระดับชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ เกาะเกี่ยวประโยชน์สาธารณะ มีศักยภาพที่จะพึ่งพิงตนเองได้และการพัฒนาศักยภาพของตนได้อย่างต่อเนื่อง ส่วนการเผยแพร่การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมยกระดับชุมชนนวัตกรรม ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้ ทักษะ การจัดการต้นทุน

Research Title: The Foundation Economic Development to Reduce Community Inequality in The 21st Century of Suphan Buri Province

Researchers: Mr.Pannawich Saenglar

Department: Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Suphanburi Srisuvarnabhumi Buddhist College.

Fiscal Year: B.E. 2021

Research Scholarship Sponsor: Mahachulalongkornrajavidyalaya University.

ABSTRACT

The objectives of this research are as follows: 1) To develop the economic knowledge base of community for sustainability in 21st Century. 2) To promote bringing innovation in knowledge development to community quality of life. And 3) To manage participatory strong community to elevate innovation communities. This research work is Mixed Methods of Qualitative and Action Research with 3 groups of model community enterprise in Suphan Buri Province as follows: 2 groups of U-thong District and another 1 group of Si-prachant District. Conducting to study a knowledge and visit an action research area for sub-research projects 2 and sub-research projects 3 in Chorakhe Samphan Sub-district, U-thong District, Suphan Buri Province.

The Results of Research Work are as follows:-

The Development of Foundational Economy to reduce Community Inequality in 21st Century. The development of Foundational Economy to upgrading innovation community in knowledge management is brain storming, creating and searching for knowledge, managing knowledge systematically and knowledge processing which are the primary process of preparation. Along skill development, focusing on searching members' weak point for planning to leading to taking action that is consistent with the activities and to be evaluated is emphasized for the first priority. In terms of motivating to taking action is the result of skill development by studying data and readiness, implementing procedures and assessing defects. Moreover, in terms of management, there are clearly defined work steps from the structure to the production plan, learning management marketing management

leading to a business plan with the participation of government agencies to support suggestions. In terms of synchronizing the knowledge, searching for knowledge that is a knowledge management process to implement, event engagement, engagement building, evaluation and implementing creativity. The aspect of bringing knowledge to categorize the importance of knowledge management, learning exchange and extraction of knowledge. In terms of Implementation, focusing on systematic processes and knowledge transfer method.

Promoting the use of innovation in knowledge development to the quality of life of the community leading to success consists of 3 parts as follows: 1) Community empowerment which is the process of making the members of the community active and open to the perception of good things, creating positive energy. 2) Increasing competitiveness, upgrading and creating opportunities for economic equality at the household level, being able to produce standardized products that meet market demands. 3) Promoting the creation of knowledge skills, the use of innovation, to develop the collaboration of community members, analytical collective thinking and Two Way thinking. Ways of innovative approach to knowledge development are as follows: 1) To promote an innovation (that provides) the community to plan to find the ways to develop their own products by finding tools to help develop community products. 2) To promote the use of innovation in the community (available). In terms of Promotion the use of innovation to develop, for example: planning activities together, finding defect, improving procedures and adjusting raw materials in production.

Recommendations on participatory strong community management to upgrade innovation communities to 6 successful things as follows: 1) Having common goals 2) Learning together 3) Participation 4) Cooperation networks 5) Community potential 6) Social capital. To upgrade strong communities is relevant public interest, having the potential to be self-reliant and developing one's potential continually. In terms of dissemination of participatory strong community management to enhance the innovation community which is knowledge transfer, skills and cost management.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนใน ศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรีได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาจุฬาลง กรณราชวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อ พระสุธีรัตน บัณฑิต,รศ.ดร. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ คณะผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสถาบันวิจัยพุทธ ศาสตร์ทุกท่าน ให้คำชี้แนะที่มีคุณค่าในการดำเนินการวิจัยจนกระทั่งสัมฤทธิ์ผล ขอขอบพระคุณ พระครูวิบูลเจติยานุรักษ์, ดร. ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ที่ให้การสนับสนุน และเมตตาแนะนำการประสานงานรับรองเอกสารลงพื้นที่วิจัยทุกครั้ง ขอขอบคุณผู้ร่วมวิจัยทุกท่าน เจ้าหน้าที่สำนักงานวิทยาลัย ที่ช่วยลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัย และผู้ให้ข้อมูลสำคัญในพื้นที่วิจัยโครงการ ย่อยที่ ๑ คือ ประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกทั้งอำเภออุทุมพร ๒ แห่งได้แก่ วิสาหกิจชุมชนโสม จันท์ วิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทุมพร และ ประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพวัดลาดปลาเค้าและ สมาชิก อำเภอศรีประจันต์ และคณะผู้บริหารและสมาชิกเทศบาลตำบลจรเข้สามพัน ตลอดจน ผู้ใหญ่บ้านกลุ่มแม่บ้านในพื้นที่ที่เข้ามาร่วมดำเนินการวิจัยของตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี ให้ความร่วมมือจัดกิจกรรมโครงการย่อย ๒ และ ๓ เอื้อเพื่อเวลาให้การสัมภาษณ์ และร่วมแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยเล่มนี้ให้มีความสมบูรณ์

นอกจากนี้ ขอขอบคุณคณะผู้วิจัยทุกท่านที่มีส่วนร่วมทำให้ผลงานวิจัยนี้ประสบผลสำเร็จ ขอขอบคุณครอบครัว และผู้มีอุปการคุณ บุคคลท่านอื่นๆ ที่มีได้เอื้อนาม ได้ให้ความร่วมมือ ให้กำลังใจ และให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือสนับสนุนผู้วิจัยด้วยดี จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ หากมี ข้อผิดพลาดหรือขาดตกบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย และคณะผู้วิจัยหวังว่า การ วิจัยฉบับนี้ จะมีประโยชน์บ้างไม่มากก็น้อยต่อการพัฒนาของมหาวิทยาลัย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้สนใจที่จะศึกษาวิจัยต่อไป

นายปณณวิชญ์ แสงหล้า

๑๕ มกราคม ๒๕๖๕

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญแผนภาพ.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ.....	ฎ
บทที่ ๑ บทนำ.....	๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	๔
๑.๓ ปัญหาการวิจัย.....	๔
๑.๔ ขอบเขตการวิจัย.....	๕
๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	๕
๑.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	๘
๑.๗ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	๙
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๑๑
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา.....	๑๑
๒.๒ แนวคิดการพัฒนาที่เน้นความยั่งยืน.....	๑๙
๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก.....	๒๙
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้.....	๓๕
๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน.....	๔๗
๒.๖ แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์.....	๖๐
๒.๗ แนวคิดเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมไปใช้.....	๗๖
๒.๘ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม.....	๘๘
๒.๙ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	๑๐๐
๒.๑๐ แนวคิดการพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง.....	๑๐๗
๒.๑๑ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๑๑๒

บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย	๑๑๘
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๑๑๘
๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	๑๒๓
๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๑๒๕
๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล	๑๒๖
๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๑๒๗
๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย.....	๑๒๘
บทที่ ๔ ผลการวิจัย	๑๓๐
๔.๑ การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืน ในศตวรรษที่ ๒๑	๑๓๐
๔.๑.๑ วิสาหกิจชุมชน กลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า	๑๓๐
๔.๑.๒ วิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์.....	๑๓๙
๔.๑.๓ วิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง.....	๑๕๒
๔.๑.๔ สรุปภาพรวมการจัดการความรู้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง ๓ กลุ่ม	๑๖๗
๔.๑.๕ สังเคราะห์องค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนที่ได้จากการพัฒนา	๑๖๘
๔.๑.๖ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย.....	๑๗๑
๔.๒ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน	๑๗๖
๔.๒.๑ การพัฒนาการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน	๑๗๖
๔.๒.๒ การเสนอแนะแนวทางการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพ ชีวิตชุมชน	๑๙๕
๔.๒.๓ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน	๒๐๐
๔.๒.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย.....	๒๐๔
๔.๓ เพื่อการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม	๒๐๖
๔.๓.๑ การถ่ายทอดนวัตกรรมในการพัฒนาชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วม เพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม	๒๐๗
๔.๓.๒ การยกระดับชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่ชุมชนนวัตกรรม	๒๑๖
๔.๓.๓ การเผยแพร่การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมยกระดับชุมชน นวัตกรรม	๒๒๒
๔.๓.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย.....	๒๒๘
บทที่ ๕ สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	๒๓๑
๕.๑ สรุปผลการวิจัย	๒๓๑

๕.๑.๑	วัตถุประสงค์ข้อที่ ๑ องค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชน	๒๓๑
๕.๑.๒	วัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้ สู่คุณภาพชีวิตชุมชน	๒๓๒
๕.๑.๓	วัตถุประสงค์ข้อที่ ๓ การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับ ชุมชนนวัตกรรม	๒๓๓
๕.๒	อภิปรายผล	๒๓๔
๕.๒.๑	การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืน ในศตวรรษที่ ๒๑	๒๓๔
๕.๒.๒	การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน	๒๓๕
๕.๒.๓	การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม	๒๔๐
๕.๓	ข้อเสนอแนะ	๒๔๒
บรรณานุกรม		๒๔๔
ภาคผนวก		๒๕๙
ภาคผนวก ก	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๒๖๐
ภาคผนวก ข	หนังสือเชิญ, รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ, รายชื่อผู้ให้ข้อมูลวิจัย	๒๖๓
ภาคผนวก ค	ใบรับรองจริยธรรมการวิจัย	๒๖๗
ภาคผนวก ง	ภาพถ่ายกิจกรรมดำเนินการวิจัย	๒๗๐
ประวัติผู้วิจัย		๒๗๔

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
๑.๑	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....๘
๒.๑	ความเชื่อมโยงของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากไปสู่เศรษฐกิจสากล๕๖
๒.๒	องค์ประกอบการแพร่กระจายนวัตกรรม.....๙๐
๒.๓	รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนตามแนวคิดของ COHEN AND UPHOFF๑๐๗
๓.๑	แสดงการมีส่วนร่วมของโครงการการวิจัย๑๒๒
๔.๑	การแพร่กระจายนวัตกรรม.....๒๒๓
๔.๒	กรอบแห่งการเรียนรู้ และสร้างรายได้ ยกระดับเศรษฐกิจชุมชน๒๒๙

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
๔.๑ การจัดการความรู้และการระดมความคิดของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพ สหกรณ์วัดลาดปลาเค้า.....	๑๓๑
๔.๒ สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลประธานกลุ่มกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์.....	๑๓๙
๔.๓ กิจกรรมกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์กับการเชื่อมโยงเครือข่ายภายนอก.....	๑๔๓
๔.๔ กิจกรรมกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์กับการพัฒนาทักษะและการจัดการความรู้.....	๑๔๓
๔.๕ กระบวนการบรรจุภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์.....	๑๔๔
๔.๖ การใช้เครื่องมือในการบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์.....	๑๔๔
๔.๗ กิจกรรมการถ่ายทอดความรู้กับกลุ่มชุมชนภายนอกที่เข้ามาศึกษาดูงาน.....	๑๔๕
๔.๘ การจัดการความรู้สมาชิกและบุคคลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง.....	๑๕๖
๔.๙ กิจกรรมการแบ่งปันความรู้จากหน่วยงานภาครัฐวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง.....	๑๕๗
๔.๑๐ กิจกรรมส่งเสริมความรู้และการแบ่งปันความรู้ของวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง.....	๑๕๗
๔.๑๑ การเผยแพร่ความรู้ให้กับสมาชิกและบุคคลภายนอกกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง.....	๑๕๘
๔.๑๒ กิจกรรมการถ่ายทอดความรู้กับสมาชิกและกลุ่มเครือข่ายภายนอกของวิสาหกิจ ชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง.....	๑๖๖
๔.๑๓ การเข้าพบผู้นำชุมชนและชี้แจงวัตถุประสงค์การขอลงพื้นที่.....	๑๗๘
๔.๑๔ การเข้าพบผู้นำชุมชนเพื่อเตรียมการจัดกิจกรรมรเชิงพื้นที่.....	๑๗๙
๔.๑๕ การเข้าพบปลัดเทศบาลตำบลจรเข้สามพันเพื่อขอดำเนินการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่.....	๑๘๐
๔.๑๖ การแสดงทักษะพื้นฐานการแปรรูปปลา (ปลานิล และปลาดุก) ของชุมชน จรเข้สามพัน.....	๑๘๑
๔.๑๗ การแสดงทักษะพื้นฐานการทำขนมกง ของชุมชนจรเข้สามพัน.....	๑๘๑
๔.๑๘ การมีส่วนร่วมในการแสดงทักษะพื้นฐานผลิตภัณฑ์ของชุมชนจรเข้สามพัน.....	๑๘๒
๔.๑๙ การบรรยายให้ความรู้โดยคุณสิริกร นิลกำแหง และคุณจุฬารัตน์ คำภา.....	๑๘๓
๔.๒๐ สาธิตแสดงทักษะการผลิตขนมไทย (ขนมกง) และการแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก).....	๑๘๖
๔.๒๑ แสดงการทบทวนทักษะความรู้จากการอบรมครั้งก่อน.....	๑๘๗
๔.๒๒ แสดงการถ่ายทอดทักษะความรู้จากโครงการวิจัยย่อยที่ ๑.....	๑๘๘
๔.๒๓ แสดงบรรยากาศตัวแทนชุมชนตกลีกล้วยทักษะความรู้จากการอบรม.....	๑๘๑

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพประกอบที่	หน้า	
๔.๒๔	แสดงพลังการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้นำชุมชนตำบลจรเข้สามพัน	๑๙๕
๔.๒๕	กิจกรรมส่งเสริมด้านการมีนวัตกรรมชุมชนสู่การนำไปใช้	๑๙๖
๔.๒๖	การสัมภาษณ์แบบเจาะจงกับผู้ใหญ่วันนา อางคองหาญ	๑๙๗
๔.๒๗	การรับมอบอุปกรณ์การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน จากท่านเจ้าคณะ จังหวัดสุพรรณบุรี	๑๙๙
๔.๒๘	แสดงฉลากผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ	๒๐๒
๔.๒๙	แสดงผลิตภัณฑ์แบรนด์ ลุงพงษ์ ลุงพุง	๒๐๓
๔.๓๐	สรุปกรอบการทำงาน โครงการวิจัยย่อยที่ ๒	๒๐๕
๔.๓๑	แสดง CAKIP'G MODEL	๒๐๖
๔.๓๒	การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ	๒๐๗
๔.๓๓	การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ	๒๐๙
๔.๓๔	การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ	๒๑๐
๔.๓๕	การบรรยายของนายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ (ลุงพงษ์ ลุงพุง) วิทยากร	๒๑๑
๔.๓๖	การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ	๒๑๒
๔.๓๗	การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ	๒๑๒
๔.๓๘	การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ	๒๑๔
๔.๓๙	การเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิกในชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี	๒๑๘
๔.๔๐	การสาธิตผลิตภัณฑ์	๒๒๐
๔.๔๑	การเตรียมพร้อมเปิดตลาดตลาดชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี	๒๒๑
๔.๔๒	ดาวเทียมแสดงลักษณะภูมิประเทศของตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี	๒๒๑
๔.๔๓	วิทยากรถ่ายทอดความรู้ในโครงการ	๒๒๔
๔.๔๔	เครื่องสไลด์น้ำมันและการมอบอุปกรณ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน	๒๒๘
๔.๔๕	การเปลี่ยนรูปร่างขนมกงเป็นรูปหัวใจเพื่อความหลากหลาย และเอกลักษณ์ ในชุมชน	๒๒๘

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

ก. คำย่อเกี่ยวกับพระไตรปิฎก

อักษรย่อในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ อ้างอิงจากพระไตรปิฎก ภาษาบาลีและพระไตรปิฎก ภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย การอ้างอิงใช้ระบบระบุ เล่ม/ข้อ/หน้า หลังคำย่อกัมภีร์ ดังตัวอย่างเช่น ที.สี. (บาลี) ๙/๒๗๖/๙๗. ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๕๓/๓๗๔. หมายถึง ทีฆนิกาย สीलขนธวคคปาลี ภาษาบาลี เล่ม ๙ ข้อ ๒๗๖ หน้า ๙๗ ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ๒๕๐๐ และทีฆนิกาย ปาฎิกวรรค ภาษาไทย เล่ม ๑๑ ข้อ ๓๕๓ หน้า ๓๗๔ ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ๒๕๓๙

พระวินัยปิฎก

คำย่อ	ชื่อคัมภีร์		ภาษา
วิ.ม. (ไทย)	= วินัยปิฎก	มหาวรรค	(ภาษาไทย)
วิ.มหา. (ไทย)	= วินัยปิฎก	มหาวิภังค์	(ภาษาไทย)

พระสุตตันตปิฎก

คำย่อ	ชื่อคัมภีร์			ภาษา
ที.สี. (ไทย)	= สุตตตันตปิฎก	ทีฆนิกาย	สีลขันธวรรค	(ภาษาไทย)
ที.ม. (ไทย)	= สุตตตันตปิฎก	ทีฆนิกาย	มหาวรรค	(ภาษาไทย)
อง.จตุกก. (ไทย)	= สุตตตันตปิฎก	อังคุตตรนิกาย	จตุกกนิบาต	(ภาษาไทย)
ม.ม. (ไทย)	= สุตตตันตปิฎก	มัชฌิมนิกาย	มัชฌิมป็นณาสก์	(ภาษาไทย)
ส.นิ. (ไทย)	= สุตตตันตปิฎก	สังยุตตนิกาย	นิทานวรรค	(ภาษาไทย)
ส.ม. (ไทย)	= สุตตตันตปิฎก	สังยุตตนิกาย	มหาวรรค	(ภาษาไทย)
ขุ.ขุ. (ไทย)	= สุตตตันตปิฎก	ขุททกนิกาย	ขุททกปาฐะ	(ภาษาไทย)

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“รวบกระจุก จนกระจาย” คำกล่าวสั้น ๆ นี้ สะท้อนให้เห็น ภาพความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในสังคมไทยที่เป็นปัญหาเรื้อรังมานานของสังคมไทยที่มีปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมเป็นปัญหาหลักของรัฐบาลหลายรัฐบาลที่ผ่านมาที่มีความพยายามจะแก้ไขปัญหานี้ตั้งนั้น การขับเคลื่อน “เศรษฐกิจฐานราก” ถือเป็น ๑ ใน ๑๒ นโยบาย “ประชารัฐ” ที่รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้ ความสำคัญ มีเป้าหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ สร้างเศรษฐกิจชุมชนให้ เข้มแข็ง ประชาชนมีความสุข และมีรายได้เพิ่มขึ้น เป็นการทำงาน ร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน จึงเรียกว่า “นโยบายเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ”^๑

ผู้อำนวยการศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เปิดเผยถึงผลสำรวจดัชนีเศรษฐกิจชุมชน ประจำเดือนเมษายน ๒๕๖๒ ว่าดัชนีเศรษฐกิจชุมชนปรับตัวลดลงทุกรายการ ที่สำคัญดัชนีทุกรายการยังทรงตัวต่ำกว่าค่ากลางที่ ๕๐ ต่อเนื่อง ๓ เดือนติดต่อกัน โดยดัชนีเศรษฐกิจชุมชนปัจจุบันลดลงมาเหลือ ๔๘.๓ ดัชนีอนาคตเหลือ ๔๘.๗ และดัชนีโดยรวมเหลือ ๔๘.๕ ปัจจัยด้านลบที่กระทบต่อดัชนีเศรษฐกิจชุมชน ได้แก่ รายได้ของเกษตรกรในเดือนเมษายน ๒๕๖๒ ลดลง เพราะผลผลิตปรับลดจากสถานการณ์ภัยแล้ง กำลังซื้อประชาชนชะลอตัว ราคาน้ำมันปรับขึ้น การส่งออกลดลงจากปัญหาสงครามการค้า และจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นน้อยกว่าที่คาดไว้ ทั้งนี้ แนวโน้มดัชนีเศรษฐกิจชุมชนในอนาคต มีโอกาสปรับตัวลดลงได้อีก ตามสถานการณ์เศรษฐกิจ หากปัญหาสงครามการค้าโลกยังยืดเยื้อ การเบิกจ่ายงบประมาณประจำปียังล่าช้า รวมถึงเกิดความไม่แน่นอนทางการเมือง เนื่องจากธุรกิจชุมชนยังต้องผูกโยงเกี่ยวกับภาพเศรษฐกิจใหญ่ของประเทศอยู่ แต่ก็ยังถือว่าเศรษฐกิจชุมชนมีความผันผวนน้อยกว่าเศรษฐกิจตัวอื่น สำหรับสิ่งที่ต้องการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ประกอบด้วย การพัฒนาสินค้าชุมชนเพื่อให้มีช่องทางการตลาดมากขึ้น ลดราคาต้นทุนวัตถุดิบ เพิ่มเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ กระตุ้นใช้จ่ายในประเทศ ให้ความรู้ในการประกอบอาชีพ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ลดการเก็บภาษีซ้ำซ้อน และแก้ปัญหาหนี้ครัวเรือน ให้ความรู้ ทักษะการประกอบธุรกิจชุมชน ให้คำแนะนำด้านการเงิน พัฒนาศักยภาพธุรกิจ รวมถึงส่งเสริมช่องทางตลาด นอกจากนี้จากการสำรวจสำนักงานสภา

^๑ พรรณทิพย์ เพชรมาก และคณะ, คู่มือการส่งเสริมการพัฒนา “ระบบเศรษฐกิจฐานราก”, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนฯ, ๒๕๕๙).

พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้สำรวจหนี้ครัวเรือนในไตรมาสสองปี พ.ศ. ๒๕๖๒ เดือนกันยายน พบว่า หนี้สินครัวเรือน เท่ากับ ๑๒.๘๗ ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๖.๓ เมื่อเทียบกับร้อยละ ๖.๐ ในไตรมาสก่อน และคิดเป็นสัดส่วน ต่อ GDP เท่ากับร้อยละ ๗๘.๗

เกษตรกรรมซึ่งถือเป็นรากฐานของประเทศไทย แต่หลายสิบปีที่ผ่านมา ฐานของประเทศอยู่ในสภาพที่อ่อนแอ มีปัญหาขาดปัจจัยการผลิต ไร่ ที่ดินทำกิน เข้าไม่ถึงแหล่งทุน ขาดความรู้ในการผลิต เมื่อมีผลผลิตล้น เกินก็เกิดปัญหาด้านการตลาด พืชผลราคาตกต่ำทำให้มีปัญหาหนี้สิน มีปัญหาในครัวเรือนและสังคมติดตามมา ที่ผ่านมารัฐบาลส่วนใหญ่จะเน้นเศรษฐกิจมหภาคการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจึงถือว่าเป็นโอกาสที่ดีและเป็นจุดเริ่มต้นในการผลักดันแนวคิดโดยเอาคนเป็นที่ตั้ง พื้นที่ที่สามารถจะสร้างเศรษฐกิจทางเลือกเชื่อมโยงถึงเครือข่ายกลุ่มพื้นที่ไม่ใช่ต่างคนต่างทำหรือทำโดด ๆ เหมือนที่ผ่านมา เศรษฐกิจฐานรากคือระบบเศรษฐกิจของชุมชนที่สามารถพึ่งตนเองมีการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกันในการพัฒนาในด้านต่างๆในพื้นที่ทั้งสังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน นอกจากนี้ต้องมีแนวทางการพัฒนาและการจัดการโดยชุมชนท้องถิ่นให้ครบวงจรมากที่สุด นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้วิธีการจัดการต่าง ๆ ในชุมชนด้วยวิธีการจัดการใหม่ ๆ ทางความคิด การผลิต กระบวนการ หรือองค์กร ในการเปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องเพิ่มมูลค่าที่ก่อให้เกิดเชิงบวกเพื่อให้สิ่งต่างๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงดีขึ้น ผลผลิตเพิ่มขึ้นนำมาสู่ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ นวัตกรรมคือการนำหลักวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์ออกแบบนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนชุมชนนำไปสู่ประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากแก้ไขปัญหาในท้องถิ่นโดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ทั้งนี้การสร้างนวัตกรรมเพื่อชุมชนจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของชุมชนบนพื้นฐานความพอเพียงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการส่งเสริมสนับสนุนทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน^๒

การเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็งจึงเป็นกระแสเรียกร้องของสังคมให้หันกลับมาพิจารณารากเง้าของตนเองตั้งแต่ความเป็นจริงของสังคมและกระบวนการศึกษาเรียนรู้เพื่อให้ชุมชนพัฒนาตนเองสามารถพึ่งพาตนเองได้หากมองในแง่เศรษฐกิจสามารถพิจารณาความเข้มแข็งของชุมชนได้จากศักยภาพของชุมชนในการจัดการระบบเศรษฐกิจการปรับตัวเข้ากับการผลิตเพื่อการค้า มีกลไกในการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ มีการจัดระบบตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ^๓ กล่าวคือสามารถรุดต้นทุนด้านการผลิตและการจัดจำหน่ายสร้างมูลค่าเพิ่มนอกจากลักษณะองค์ประกอบความเข้มแข็งเหล่านี้ยังประกอบไปด้วยการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ ชุมชนมีความ

^๒ เศรษฐกิจรากหญ้าทรุดทุกหย่อมหญ้า, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.posttoday.com/economy/news/590715> [๑๘ กันยายน ๒๕๖๓].

^๓ ชมพูนุช หุ่นนาค และคณะ, “การสร้างชุมชนเข้มแข็งด้วยกระบวนการจัดการความรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์”, รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๕๙), หน้า ๒๓-๒๔.

พร้อม มีกระบวนการขับเคลื่อนที่ให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วม การกำหนดวิสัยทัศน์ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการและร่วมประเมินผลแก้ไขปัญหา มีการเรียนรู้ที่ผ่านกระบวนการมีแผนชุมชนที่เน้นการพึ่งพาตนเองและการช่วยเหลือจากแหล่งภายนอกจากการร่วมมือภาคีต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชนอื่น ๆ และนักวิชาการ เหนือสิ่งอื่นได้ถ้าชุมชนขาดการพัฒนาองค์ความรู้ที่เป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากแล้วนั้นก็ยากที่จะทำให้เกิดความเข้มแข็งและความมั่นคงนำไปสู่ความยั่งยืนได้

ชุมชนท้องถิ่นถือเป็นหน่วยพื้นฐานในการขับเคลื่อนและการพัฒนาประเทศ สามารถกล่าวได้ว่า เป็นหน่วยสำหรับการพัฒนาระดับล่างสุดในโครงสร้างการบริหารจัดการโดยภาครัฐที่เน้นการบริหาร จัดการจากบนลงล่าง หากการดำเนินนโยบายโดย ภาครัฐขาดความรู้ ความเข้าใจ และสภาพที่แท้จริงของชุมชนแล้ว การพัฒนาโดยเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนของตนเองโดยวางอยู่บนแนวทาง คือ ๑) คนมีความสำคัญ ศักยภาพหรือพลังความสามารถคนการล่มสลาย การพัฒนาหรือการเสื่อมถอยของชุมชนขึ้นอยู่กับคน ๒) การมีส่วนร่วมของประชาชนไม่ว่าจะเป็นร่วมวิเคราะห์ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติงาน ๓) การช่วยเหลือตนเอง ยึดหลักให้ประชาชนพึ่งตนเองโดยมี ภาครัฐให้การสนับสนุน ๔) การพึ่งตนเองเป็นความเชื่อในพลังความสามารถของชุมชนสร้างชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ ๕) ความคิดริเริ่มโดยยึดหลักคิดที่ว่าความคิดริเริ่มมาจากประชาชนหาโอกาสกระตุ้นให้ การศึกษา เกิดความคิดและแสดงออกซึ่งความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อหมู่บ้าน ตำบล ต้องเกิดจากความต้องการที่แท้จริง ๖) ความต้องการของชุมชนพัฒนาชุมชนต้องให้ประชาชนคิดและตัดสินใจบนฐานความต้องการของชุมชนเอง ๗) การใช้ทรัพยากรในชุมชนย่อมเป็นไปเพื่อประโยชน์ของชุมชน จึงต้องใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชน เช่น คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ ทุนทางสังคมและทรัพยากรต่าง ๆ ไม่พึ่งพาชุมชนอื่น ๆ ในการพัฒนาชุมชนของตนเอง ๘) ชีตความสามารถของชุมชนและรัฐบาลการ มุ่งเน้นให้ดำเนินการโดยคนและทรัพยากรในชุมชนเป็นสำคัญ การพัฒนาชุมชนจึงต้องคำนึงถึงขีดความสามารถของชุมชนและรัฐบาล กล่าวคือ ชุมชนที่มีความพร้อมมากก็พึ่งตนเองให้ มาก ชุมชนที่มีความพร้อมน้อย รัฐก็ให้การสนับสนุนมากขึ้นให้ได้สัดส่วนและสอดคล้องซึ่งกันและกัน ๙) การร่วมมือกันระหว่างรัฐกับประชาชนสามารถดำเนินการให้ชุมชนมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องร่วมมือกัน ๑๐) การพัฒนาแบบบูรณาการจะมุ่งเน้นด้านใดด้านหนึ่งไม่ได้ เพราะกิจกรรมในการพัฒนาชุมชนมีหลายกิจกรรมการดำเนินงานจึงต้องประสานงานกับคนหน่วยงาน องค์กรต่าง และงบประมาณจึงจะประสบความสำเร็จ ๑๑) ความสมดุลในการ พัฒนาการพัฒนาชุมชนต้องดำเนินการไปพร้อมกันทุกด้านไม่มุ่งในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เพราะกิจกรรมมีความเกี่ยวข้องกัน อย่างใกล้ชิด จึงต้องคำนึงถึงความสมดุลในการพัฒนาด้วย เช่น ความสมดุลระหว่างการพัฒนากับสิ่งแวดล้อม ความสมดุลระหว่างสิ่งที่เป็นรูปธรรมกับนามธรรม^๔

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ ให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทย จากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มี

^๔ กรมพัฒนาชุมชน, การขับเคลื่อนและการพัฒนาประเทศ, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://www.cdd.go.th/> [๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๔].

รายได้สูง มีความมั่นคงและยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยอาศัยหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อให้การพัฒนาในทุกมิติมีการบูรณาการบนทางสายกลาง นับว่าเป็นเป้าหมายที่มีความท้าทายอย่างยิ่ง เนื่องจากจะเห็นได้จากในช่วง ๕๐ ปีที่ผ่านมา ในช่วงระยะแรก (พ.ศ. ๒๕๐๐ – ๒๕๓๖) เศรษฐกิจไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อยู่ที่ ๗ – ๘ % ต่อปี อย่างไรก็ตาม ในช่วงระยะถัดมา (พ.ศ. ๒๕๓๗ – ปัจจุบัน) เศรษฐกิจไทยเริ่มมีการเติบโตในระดับเพียง ๓ – ๔ % ต่อปีเท่านั้น จึงเป็นที่มาของการนำพาประเทศก้าวสู่โมเดล “ประเทศไทย ๔.๐” หรือ “ไทยแลนด์ ๔.๐” ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและรัฐบาล จึงมีนโยบายสร้างความมั่นคงและเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งเร่งสร้างสังคมที่มีคุณภาพ โดยการขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่มีต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ตลอดจนการวางแผน การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในระยะยาว ครอบคลุมถึงการพัฒนาระบบสุขภาพมนุษย์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การสร้างความมั่นคง มั่งคั่งทางเศรษฐกิจและสังคมของ ประเทศ เป็นสิ่งสำคัญที่ประเทศต้องมีทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาระยะยาวที่ชัดเจน โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง เพื่อผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับการปฏิรูปประเทศที่มุ่งสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ในอนาคต^๕

จากเหตุผลที่ได้กล่าวอ้างมาเบื้องต้นนั้นทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ดัชนีเห็นความสำคัญของการพัฒนาองค์ความรู้ของชุมชนที่จะทำให้ชุมชนมีทักษะ กระบวนการ การจัดการ เชื่อมต่อภายในและภายนอกชุมชนนำไปสู่การพัฒนากระบวนเศรษฐกิจชุมชนทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีรูปแบบที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเองสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและรายได้ของชุมชน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและวิถีคิดสร้างการรวมกลุ่มที่มีความหลากหลายมากขึ้นโดยการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดและนำไปสู่รายได้ที่ยั่งยืนมั่นคง

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- ๑.๒.๑ เพื่อการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑
- ๑.๒.๒ เพื่อการส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน
- ๑.๒.๓ เพื่อการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม

๑.๓ ปัญหาการวิจัย

- ๑.๓.๑ การจัดการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ เป็นอย่างไร

^๕ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422 [๑๕ มีนาคม ๒๕๖๔].

- ๑.๓.๒ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน จะใช้กระบวนการอะไรในการส่งเสริม
- ๑.๓.๓ การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรมมีการจัดการอย่างไร

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

ประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากได้แก่การจัดการความรู้ แนวคิดวิสาหกิจชุมชน การนำนวัตกรรมไปใช้ แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตและแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน และการพัฒนาชุมชนเข้มแข็งและหลักการแพร่กระจายนวัตกรรม นำมาประกอบในการกำหนดกรอบในการศึกษาข้อมูลวิจัย

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านพื้นที่/องค์กร

ศึกษาองค์ความรู้กลุ่มวิสาหกิจต้นแบบ ๓ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภออุทอง ๒ แห่ง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอศรีประจันต์ ๑ แห่งนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากแล้วนำองค์ความรู้ไปวิจัยเชิงปฏิบัติโครงการย่อยที่ ๒ และ ๓ ในพื้นที่ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี กับกลุ่มสตรีแม่บ้านในพื้นที่

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านประชากร

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการลงพื้นที่สำรวจและการเก็บข้อมูลมาสังเคราะห์

๑) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบจำนวน ๓ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภออุทอง ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทอง ต่อมากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า รวม ๓ กลุ่ม ประกอบด้วยประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกจำนวน ๒๑ คน

๒) ประชากรที่อยู่ในพื้นที่นาร่องในการศึกษาวิจัยโครงการย่อย ๒ และ ๓ ได้แก่ กลุ่มแม่บ้าน ได้แก่ ประธานและคณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านวิสาหกิจชุมชนในตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้ง ๑๕ หมู่บ้าน จำนวน ๖๐ คน ได้แก่ ผู้นำท้องถิ่น จำนวน ๑๐ คน และผู้ที่เกี่ยวข้องของรัฐและเอกชน จำนวน ๔ คน รวมทั้งหมด ๖๐ คน

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนา (Development) หมายถึง แนวทางที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้และทัศนคติของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนตั้งแต่ระดับบุคคลไปสู่ระดับองค์กรเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีกว่าเดิมโดยมีรากฐานที่เหมาะสมกับบริบทการพัฒนาในพื้นที่ปรับปรุงให้ดีขึ้นและนำไปสู่ความยั่งยืนของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

การจัดการความรู้ (Knowledge management) หมายถึง การสร้างความรู้จากการแบ่งปันโดยนำความรู้ไปถ่ายทอด เกิดการสร้างสรรคผสมผสานเพื่อให้สามารถนำความรู้ไปปฏิบัติลงมือทำฝึกคิด ฝึกแก้ไขและปรับปรุงของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนในตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

การพัฒนาทักษะ (Skill development) หมายถึง การพัฒนาที่ประกอบไปด้วย การคิด การสร้างสรรคนวัตกรรม ความร่วมมือ การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีที่สอดคล้องกับการพัฒนาและอาชีพของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนในตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

กระบวนการขับเคลื่อน (Drive process) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ภายใต้การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนในตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

การบริหารจัดการ (Management) หมายถึง การจัดการที่ดำเนินการตามนโยบายกรอบของการพัฒนาความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนให้ไปตามกรอบและวัตถุประสงค์ของการจัดการความรู้ได้แก่ การคิด การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผล ของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนในตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

การส่งเสริม (Extension) หมายถึง การเกื้อหนุน การช่วยเหลือสนับสนุนให้ดีขึ้น เป็นลักษณะของการขยายผลและถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ผ่านการสังเคราะห์ เป็นการถ่ายทอดความรู้ด้วยระบบวิทยาการสมัยใหม่ (Innovation System) ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าแก่ชุมชนที่ได้รับการส่งเสริม ให้เกิดการพัฒนาตนเอง และพัฒนาสังคมต่อไปได้ โดยอาศัยพื้นฐานเดิมของชุมชนหรือภูมิปัญญาพื้นบ้าน ผสมผสานกับวิถีคิดและระบบการจัดการของสังคม^๖ ของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง สิ่งใหม่ แนวทางใหม่ รูปแบบใหม่ หรือองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ ความคิด ประดิษฐ์และสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ต่อทางด้านเศรษฐกิจและสังคม^๗ รวมถึงการนำไปประยุกต์ใช้ การรวมเอากิจกรรมที่นำไปสู่ การแสวงหาความสำเร็จเชิงพาณิชย์ ตลอดจนการมีผลประโยชน์ในทางการบริการสังคมร่วมกัน^๘ ของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

^๖ สนธยา สิทธิเกรียงไกร, “การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตามนโยบายการป้องกันยาเสพติดตามหลักทวารวดีธรรมในตำบลสวนแตง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี”, วิทยานิพนธ์, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๘), หน้า ๑๔.

^๗ พันธุ์อาจ ชัยรัตน์, บทนำ เบื้องต้นของการจัดการ นวัตกรรม การจัดการ นวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, ๒๕๔๗).

^๘ สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน, การขับเคลื่อนกระบวนการแผนชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: กลุ่มงานส่งเสริมการบริหารจัดการชุมชน, ๒๕๕๓), หน้า ๕.

คุณภาพชีวิต (Quality of Life) หมายถึง การดำเนินชีวิตที่มีความสุข ปลอดภัย เป็นอิสระ มีสิทธิเสรีภาพ มีความเสมอภาคทางสังคม พึ่งพาตนเองได้ไม่เป็นภาระของผู้อื่น หรือส่วนงานหรือองค์กรใดใด ของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลสัมฤทธิ์ (Result Based) หมายถึง งาน หรือกิจกรรมที่เกิดจากการทำงานได้ผลผลิต (Outputs) ตามเป้าหมาย และเกิดผลลัพธ์ (Outcomes) ตามวัตถุประสงค์ หรือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริงของกลุ่มแม่บ้านวิสาหกิจชุมชน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี

ชุมชนเข้มแข็ง (Strong community) หมายถึง การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อทำกิจกรรมไปสู่เป้าหมายของการเปลี่ยนแปลงนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากยกระดับชุมชนนวัตกรรมของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี

การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนและเครือข่ายระหว่างชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาและแก้ไขปัญหาหารือ ร่วมกำหนด ร่วมวางแผน ตัดสินใจและลงปฏิบัติไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนในตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี

ชุมชนนวัตกรรม (social innovation) หมายถึง การระดมทรัพยากรและขีดความสามารถศักยภาพของสมาชิกเพื่อสร้างนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์โดยมีเป้าหมายตอบสนองความต้องการของชุมชนและกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนในตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี

การเรียนรู้ร่วมกัน (Cooperative Learning) หมายถึง การเรียนที่เน้นให้ลงมือปฏิบัติเป็นกลุ่มย่อย โดยที่กลุ่มสมาชิกชุมชนที่มีความสามารถแตกต่างกัน เพื่อเสริมสมรรถภาพการเรียนรู้ซึ่งกันและกันของสมาชิกชุมชนแต่ละกลุ่ม โดยสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกันจนบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ของกลุ่มแม่บ้าน และวิสาหกิจชุมชน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี

เครือข่ายความร่วมมือ (Cooperation network) หมายถึง การเชื่อมโยงร้อยรัด เอาความพยายามและการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ และอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อปฏิบัติการจัดการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วม เพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรมของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี

ศักยภาพชุมชน (Community potential) หมายถึง ขีดความสามารถ หรือความพร้อมของชุมชนที่จะกระทำให้การสร้างชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วม เพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรมในการบริหารจัดการของสมาชิกในชุมชนของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี

๑.๖ กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ ๑.๑ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๑.๗ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑.๗.๑ ประโยชน์กับวงการวิชาการ

โครงการวิจัยย่อยที่ ๑ จะได้วิธีการจัดการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนนำไปสู่คุณภาพชีวิตของชุมชนและเป็นแนวทางในการต่อยอดองค์ความรู้ให้กับชุมชน ซึ่งสามารถนำไปขยายผลในการจัดพื้นที่ในชุมชนอื่น ๆ หรือนำกระบวนการที่ได้จากการวิจัยเข้าสู่ระบบการเรียนการสอนในสถานศึกษาและให้เป็นองค์ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป รวมถึงการสร้างผลงานที่เป็นบทความวิชาการที่ได้จากการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชน” ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่อยู่ในมาตรฐาน CTI

โครงการวิจัยย่อยที่ ๒ จะได้วิธีการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนนำไปสู่คุณภาพชีวิตของชุมชนและเป็นแนวทางในการต่อยอดองค์ความรู้ให้กับชุมชน ซึ่งสามารถนำไปขยายผลในการจัดพื้นที่ในชุมชนอื่น ๆ หรือนำกระบวนการที่ได้จากการวิจัยเข้าสู่ระบบการเรียนการสอนในสถานศึกษาและให้เป็นองค์ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป รวมถึงการสร้างผลงานที่เป็นบทความวิชาการที่ได้จากการวิจัย เรื่อง “การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน” ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่อยู่ในมาตรฐาน CTI

โครงการวิจัยย่อยที่ ๓ องค์ความรู้การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรมเป็นแนวทางในการส่งเสริมชุมชน ให้สามารถนำไปเป็นต้นแบบในการจัดพื้นที่ในชุมชนอื่น ๆ หรือนำมาประยุกต์ใช้กับระบบการเรียนการสอนในสถานศึกษา รวมถึงการสร้างผลงานที่เป็นบทความวิชาการที่ได้จากการวิจัย เรื่อง “การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม” ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่อยู่ในมาตรฐาน CTI

๑.๗.๒ ประโยชน์กับชุมชนและสังคม

พัฒนาองค์ความรู้และแนวคิดเศรษฐกิจฐานรากไปสู่การสร้างนวัตกรรมชุมชนจากการรวมกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน มีทักษะและการบริหารจัดการนำไปสู่ชุมชนต้นแบบแห่งการจัดการความรู้และการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนในตำบลจระเข้สามพัน อำเภอรือทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

มีองค์ความรู้จากการนำนวัตกรรมมาใช้ต่อยอดในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน และสร้างภูมิคุ้มกันให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้จากทรัพยากรที่มีอยู่และนำไปสู่ชุมชนต้นแบบแห่งการจัดการความรู้และการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนทำให้เกิดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนมีความหลากหลายมากขึ้นนำไปสู่รายได้ที่มั่นคง

พัฒนาการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมไปสู่การสร้างนวัตกรรมชุมชนจากการรวมกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน มีทักษะและการบริหารจัดการนำไปสู่ชุมชนต้นแบบแห่งการจัดการความรู้และการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนในตำบลจระเข้สามพัน อำเภอรือทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

๑.๗.๓ ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ

ชุมชนมีการขับเคลื่อนองค์ความรู้สู่การปฏิบัติ นำนวัตกรรมมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเกิดเครือข่ายภาคประชาสังคม ชุมชนสร้างสรรค์ นำไปสู่ชุมชนต้นแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมีความยั่งยืนและมั่นคงเกิดการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ในการเสริมสร้างแนวทางพัฒนาพื้นที่ให้เกิดความร่วมมือของภาคประชาชนเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยกระดับไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนในอนาคต

เกิดการเชื่อมโยงสู่ภายนอกจากการท่องเที่ยวในพื้นที่และรองรับการท่องเที่ยวเชิงนวัตกรรมวิถีของชุมชน ที่มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของตนเองเป็นจุดแข็งและเกิดการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ในการเสริมสร้างแนวทางพัฒนาพื้นที่ให้เกิดความร่วมมือของภาคประชาชนในการนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยกระดับไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนในอนาคต รวมถึงให้เกิดความร่วมมือในการมีส่วนร่วมและ เกิดเครือข่ายภาคประชาสังคม ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของประชาชน

ชุมชนมีการขับเคลื่อนการจัดการจัดการชุมชนเข้มแข็งไปสู่การยกระดับการนำนวัตกรรมมาใช้พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากการจัดการแบบมีส่วนร่วม นำไปสู่การขับเคลื่อนมีความยั่งยืนและมั่นคงเกิดการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ในการเสริมสร้างแนวทางพัฒนาพื้นที่ให้เกิดความร่วมมือของภาคประชาชนเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยกระดับไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนในอนาคต

๑.๗.๔ ประโยชน์เชิงนโยบาย

ชุมชนและหน่วยงานของรัฐตลอดจนภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการกำหนดนโยบายกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้สู่ขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ

หน่วยงานภาครัฐสามารถวางแผนและกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับการพัฒนาในพื้นที่ในการเพิ่มศักยภาพและโอกาสของชุมชนนำไปสู่การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดความร่วมมือของภาคประชาชนสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการบริหารจัดการและพึ่งพาตนเองได้ในอนาคต

หน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการกำหนดนโยบายกระบวนการพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเกิดเครือข่ายภาคประชาสังคม ชุมชนสร้างสรรค์ ต่อยอดชุมชนต้นแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากนำไปสู่ความยั่งยืนและมั่นคง

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าโดยอาศัยพื้นฐานแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัยมีประเด็นในการนำเสนอ ดังนี้

- ๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา
- ๒.๒ แนวคิดการพัฒนาที่เน้นความยั่งยืน
- ๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก
- ๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้
- ๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
- ๒.๖ แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- ๒.๗ แนวคิดเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมไปใช้
- ๒.๘ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม
- ๒.๙ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
- ๒.๑๐ แนวคิดการพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง
- ๒.๑๑ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา

แนวคิดการพัฒนา ในที่นี้หมายถึง แนวทางในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม ตั้งแต่ระดับบุคคล สถาบันไปจนถึงระดับสังคม จากลักษณะที่สังคมเคยเป็นอยู่ให้ก้าวไปสู่การเป็นสังคมตามแบบอย่างที่เหมาะสมหรือเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นกว่าเดิม ซึ่งอาจเรียกว่า สังคมที่ได้รับการพัฒนานั่นเอง คำว่า พัฒนา ถูกกำหนดขึ้น โดยนักวิชาการด้านต่าง ๆ แตกต่างกันไป ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาต่างมีรากฐาน พัฒนาการทางความคิดที่แตกต่างกันด้านความเชื่อ พื้นฐานของนักคิดแต่ละยุคสมัย และความเหมาะสมของสถานการณ์ภายใต้บริบทการพัฒนาที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มทฤษฎี ทฤษฎีที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีความทันสมัย ทฤษฎีการพัฒนาแบบพึ่งพา และทฤษฎีทางเลือกอื่น ๆ ได้แก่ ทฤษฎีการพัฒนาที่เน้นความต้องการขั้นพื้นฐาน และทฤษฎีการพัฒนาแบบยั่งยืนโดยมีองค์ประกอบดังนี้

๑) ความหมายของการพัฒนา

คำว่า การพัฒนา ใช้ในภาษาอังกฤษว่า Development นำมาใช้เป็นคำเฉพาะและใช้ประกอบคำอื่นก็ได้ เช่น การพัฒนาประเทศ การพัฒนาชนบท การพัฒนาเมือง และการพัฒนาข้าราชการ เป็นต้น การพัฒนาจึงถูกนำไปใช้กันโดยทั่วไปและมีความหมายแตกต่างกันออกไปดังกล่าวก่อนแล้ว เกี่ยวกับความหมายของการพัฒนานั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายความหมายทั้งความหมายที่คล้ายคลึงกัน และแตกต่างกัน ซึ่งอาจจำแนกออกได้ดังนี้

๒) ความหมายจากรูปศัพท์

โดยรูปศัพท์ การพัฒนา มาจากคำภาษาอังกฤษว่า Development แปลว่าการเปลี่ยนแปลงทีละเล็กทีละน้อย โดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้น เติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมกว่าเดิม หรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ^๑ ส่วนความหมายจากรูปศัพท์ในภาษาไทยนั้น หมายถึง การทำความเจริญ การเปลี่ยนแปลงในทางที่เจริญขึ้น การคลี่คลายไปในทางที่ดี ถ้าเป็นกริยา ใช้คำว่า พัฒนา หมายความว่า ทำให้เจริญ คือ ทำให้เติบโตได้ งอกงาม ทำให้งอกงาม และมากขึ้น เช่น เจริญทางไมตรี^๒ การพัฒนา โดยความหมายจากรูปศัพท์จึงหมายถึง การเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดความเจริญเติบโตงอกงามและดีขึ้น จนเป็นที่พึงพอใจ ความหมายดังกล่าวนี้ เป็นที่มาของความหมายในภาษาไทยและเป็นแนวทางในการกำหนดความหมายอื่น ๆ^๓

๓) ความหมายโดยทั่วไป

การพัฒนา ที่เข้าใจโดยทั่วไป มีความหมายใกล้เคียงกับความหมายจากรูปศัพท์ คือ หมายถึง การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพหนึ่งไปสู่อีกสภาพหนึ่งที่ดีกว่าเดิมอย่างเป็นระบบ หรือการทำให้ดีขึ้น กว่าสภาพเดิมที่เป็นอยู่อย่างเป็นระบบ^๔ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบทางด้านคุณภาพระหว่างสภาพการณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าในปัจจุบันสภาพการณ์ของสิ่งนั้น ดีกว่า สมบูรณ์กว่าก็แสดงว่าเป็นการพัฒนา^๕ การพัฒนา ในความหมายโดยทั่วไปจึงหมายถึง การเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดคุณภาพดีขึ้น กว่าเดิม ความหมายนี้ นับว่าเป็นความหมายที่รู้จักกันโดยทั่วไป เพราะนำมาใช้มากกว่าความหมายอื่นๆ แม้ว่าจะไม่เป็นที่ยอมรับของนักวิชาการก็ตาม

^๑ ปกรณ์ ปรียากร, ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาในการบริหารการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร: สามเจริญพานิช, ๒๕๓๘), หน้า ๑๘-๒๕.

^๒ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์, ๒๕๓๘).

^๓ สนธยา พลศรี, ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๗).

^๔ ยูวัฒน์ วุฒิเมธี, การพัฒนาชุมชน: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, (กรุงเทพมหานคร: บากกอกบลิ๊อค, ๒๕๓๔).

^๕ อ่างแล้ว, ปกรณ์ ปรียากร, ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาในการบริหารการพัฒนา, หน้า ๕.

๔) ความหมายทางเศรษฐศาสตร์

นักเศรษฐศาสตร์ได้ให้ความหมายของ การพัฒนา ว่าหมายถึง ความเจริญเติบโต โดยเน้นความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจเป็นสำคัญ เช่น ผลผลิตรวมของประเทศเพิ่มขึ้น รายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อคนของประชากรเพิ่มขึ้น^๖ มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจมากขึ้น ประชากรมีรายได้เพียงพอที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของตนได้ ซึ่งอาจสรุปได้ว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการทางสังคม ที่ผลิตออกมาในรูปซึ่งสามารถวัดได้ด้วยเกณฑ์ทางเศรษฐศาสตร์^๗ จะเห็นได้ว่า นักเศรษฐศาสตร์ได้กำหนดความหมายของการพัฒนา โดยใช้ความหมายจากรูปศัพท์และความหมายโดยทั่วไป คือ หมายถึง ความเจริญเติบโต แต่เป็นความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ตามเนื้อหาของวิชาเศรษฐศาสตร์ ซึ่งเป็นการเน้นความหมายเชิงปริมาณ คือ การเพิ่มขึ้น หรือการขยายตัวทางเศรษฐกิจมากกว่าด้านอื่นๆ

๕) ความหมายทางพัฒนาบริหารศาสตร์

นักพัฒนาบริหารศาสตร์ได้ให้ความหมายของ การพัฒนา เป็น ๒ ระดับ คือ ความหมายอย่างแคบและความหมายอย่างกว้าง ความหมายอย่างแคบ การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในตัวระบบการกระทำทำให้ดีขึ้น อันเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านคุณภาพเพียงด้านเดียว ส่วนความหมายอย่างกว้างนั้น การพัฒนา เป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงในตัวระบบการกระทำทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณและสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นไปพร้อมๆ กัน ไม่ใช่ด้านใดด้านหนึ่งเพียงด้านเดียว การพัฒนา ในความหมายของนักพัฒนาบริหารศาสตร์จะมีขอบข่ายกว้างขวางกว่าความหมายจากรูปศัพท์ความหมายโดยทั่วไป และความหมายทางเศรษฐศาสตร์ที่กล่าวมาแล้ว เพราะหมายถึง การเปลี่ยนแปลงของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งในด้านคุณภาพ (ดีขึ้น) ปริมาณ (มากขึ้น) และสิ่งแวดล้อม (มีความเหมาะสม) ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงด้านใดด้านหนึ่งเพียงด้านเดียว

๖) ความหมายทางเทคโนโลยี

ในทางเทคโนโลยี การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงระบบอุตสาหกรรม และการผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้วยนักวิทยาศาสตร์และนักประดิษฐ์ ทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงจากสังคมประเพณีนิยม เป็นสังคมสมัยใหม่ที่ทันสมัย^๘ หรือการพัฒนา คือ การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของมนุษย์ด้วยเทคโนโลยีนั่นเอง จะเห็นได้ว่า ความหมายของการพัฒนา ในทางเทคโนโลยีแตกต่างออกไป

^๖ ณัฐพล ชันธไชย, แนวความคิดและทฤษฎีในการพัฒนาประเทศและการพัฒนาชนบท, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๒๗), หน้า ๑-๒๕.

^๗ สุรินทร์ โคมิน, “ผลกระทบของ “การพัฒนา” ในแง่มุมของจิตวิทยาสังคม”, วารสารพัฒนาบริหารศาสตร์ ปีที่ ๑๙ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม ๒๕๒๒): ๓๗๔-๓๗๖.

^๘ นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์, และพูนศิริ วัจนะภูมิ, ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชนบท, ในเอกสารการสอนชุดวิชาคหกรรมศาสตร์กับการพัฒนาชุมชน หน่วยที่ ๑-๗, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, ๒๕๓๔), หน้า ๙๕.

จากความหมายที่กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยหมายถึงการเปลี่ยนแปลงสังคมให้ทันสมัยด้วยความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งเป็นความหมายอีกแนวทางหนึ่ง

๗) ความหมายทางการวางแผน

ในทางการวางแผน การพัฒนา เป็นเรื่องเกี่ยวกับการชักชวน การกระตุ้นเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ด้วยการปฏิบัติตามแผนและโครงการอย่างจริงจัง เป็นไปตามลำดับขั้นตอนต่อเนื่องกัน เป็นวงจร โดยไม่มีการสิ้นสุด ซึ่งองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ^๔ (The United National Educational, Scientific and cultural Organization: UNESCO. 1982, p. 305) สรุปได้ว่า การพัฒนาเป็นหน้าที่ (Function) ของการวางแผนและการจัดการ ดังนี้

เมื่อ $D = f(P+M)$

D = Development คือ การพัฒนา

P = Planning คือ การวางแผน

M = Management คือ การบริหารงานหรือการจัดการ

ดังนั้น การพัฒนา จะเกิดขึ้น ได้ด้วยการวางแผนที่ดี มีการบริหารงานและการจัดการอย่างเป็นระบบ ทำให้การดำเนินการเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ การพัฒนา ในความหมายของนักวางแผน จะเป็นไปอีกแนวทางหนึ่ง โดยอาจสรุปได้ว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จากการเตรียมการของมนุษย์ไว้ล่วงหน้า ในลักษณะของแผนและโครงการ แล้วบริหารหรือจัดการให้เป็นไปตามแผนและโครงการจนประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ จะเห็นได้ว่า ความหมายของการพัฒนาทางการวางแผนกำหนดให้การพัฒนาเป็นกิจกรรมของมนุษย์และเกิดขึ้นจากการเตรียมการไว้ล่วงหน้าเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้เกิดจากการวางแผนโดยมนุษย์ ไม่ใช่การพัฒนาในความหมายนี้

๘) ความหมายเกี่ยวกับการปฏิบัติ

ในขั้นของการปฏิบัติ การพัฒนา หมายถึง การชักชวนหรือการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยการปฏิบัติตามแผนและโครงการอย่างจริงจัง และเป็นลำดับขั้นตอนต่อเนื่องกัน ในลักษณะที่เป็นวงจรไม่มีการสิ้นสุด การพัฒนาในความหมายของการปฏิบัติการณ์นี้ เป็นความหมายต่อเนื่องจากความหมายทางการวางแผน โดยมุ่งเน้นถึงการนำแผนและโครงการไปดำเนินการอย่างจริงจัง และอย่างต่อเนื่อง เพราะถึงจะมีแผนและโครงการแล้ว แต่ถ้าหากไม่มีการนำไปปฏิบัติการพัฒนาก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้

๙) ความหมายทางพระพุทธศาสนา

พระราชวรมนี (ประยูรค์ ปยุตโต) ได้ให้ความหมายและอธิบายไว้ว่า ในทางพุทธศาสนา การพัฒนา มาจากคำภาษาบาลีว่า วัฒนะ แปลว่า เจริญ แบ่งออกได้เป็น ๒ ส่วน คือ การพัฒนาคน

^๔ อัจฉรา โพธิยานนท์, การศึกษากับการพัฒนาชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา, ๒๕๓๙).

เรียกว่า ภาวนา กับการพัฒนาสิ่งอื่นๆ ที่ไม่ใช่คน เช่น วัตถุสิ่งแวดลอมต่างๆ เรียกว่า พัฒนา หรือ วัฒนา เช่น การสร้างถนน บ่อน้ำ อ่างเก็บน้ำ เป็นต้น ซึ่งเป็นเรื่องของการเพิ่มพูนขยาย ทำให้มากหรือ ทำให้เติบโตขึ้น ทางวัตถุและได้เสนอข้อคิดไว้ว่า คำว่า การพัฒนา หรือ คำว่า เจริญ นั้น ไม่ได้แปลว่า ทำให้มากขึ้น เพิ่มพูนขึ้น อย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความหมายว่า ตัดหรือทิ้ง เช่น เจริญพระเกศา คือตัดผม มีความหมายว่า รก เช่น นุสยา โลกวทมน แปลว่า อย่าเป็นคนรกโลกอีกด้วย ดังนั้น การพัฒนา จึงเป็นสิ่งที่ทำแล้วมีความเจริญจริงๆ คือ ต้องไม่เกิดปัญหาติดตามมาหรือไม่เสื่อมลงกว่าเดิม ถ้าเกิดปัญหาหรือเสื่อมลง ไม่ใช่เป็นการพัฒนา แต่เป็นหายนะ ซึ่งตรงกันข้ามกับการพัฒนา^{๑๐}

กล่าวได้ว่า การพัฒนา ในทางพระพุทธศาสนา หมายถึง การพัฒนาคนให้มีความสุขมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม การพัฒนาในความหมายนี้ มีลักษณะเดียวกันกับการพัฒนาในความหมายทางด้านการวางแผน คือ เป็นเรื่องของมนุษย์เท่านั้นแตกต่างกันเพียงการวางแผนให้ความสำคัญที่วิธีการดำเนินงาน ส่วนพุทธศาสนามุ่งเน้นผลที่เกิดขึ้น คือ ความสุขของมนุษย์เท่านั้น

๑๐) ความหมายทางสังคมวิทยา

นักสังคมวิทยาได้ให้ความหมายของ การพัฒนา ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสังคม ซึ่งได้แก่ คน กลุ่มคน การจัดระเบียบความสัมพันธ์ทางสังคม ด้วยการจัดสรรทรัพยากรของสังคมอย่างยุติธรรมและมีประสิทธิภาพ^{๑๑} การพัฒนาเป็นทั้ง เป้าหมายและกระบวนการที่ครอบคลุมถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของคนต่อชีวิตและการทำงาน การเปลี่ยนแปลงสถาบันต่างๆ ทางสังคม วัฒนธรรมและการเมืองอีกด้วย นักสังคมวิทยาได้ให้ความหมายของการพัฒนา โดยเน้นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสังคม คือ มนุษย์ กลุ่มทางสังคม การจัดระเบียบทางสังคม ซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับความหมายในทางพุทธศาสนา คือ การเปลี่ยนแปลงมนุษย์และสิ่งแวดล้อมให้มีความสุขและมีลักษณะเช่นเดียวกับความหมายทางการวางแผน คือ ด้วยวิธีการจัดสรรทรัพยากรของสังคมอย่างยุติธรรม และมีประสิทธิภาพ ซึ่งนักวางแผน เรียกว่า การบริหารและการจัดการนั่นเอง

๑๑) ความหมายทางการพัฒนาชุมชน

นักพัฒนาชุมชนได้ให้ความหมายของ การพัฒนา ไว้ว่า หมายถึง การที่คนในชุมชนและสังคมโดยส่วนรวมได้ร่วมกันดำเนินกิจกรรมเพื่อปรับปรุงความรู้ความสามารถของตนเอง และร่วมกันเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตของตนเองชุมชนสังคมให้ดีขึ้น^{๑๒} การพัฒนาเป็นเสมือนกลวิธีหรือมรรควิธี (Mean) ที่ทำให้เกิดผล (Ends) ที่ต้องการ คือ คุณภาพชีวิต ชุมชน และสังคมดีขึ้น^{๑๓} นักพัฒนาชุมชน

^{๑๐} พระราชวรมุนี, (ประยูรค์ ปยุตโต), ทางสายกลางของการศึกษาไทย, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๓๐), หน้า ๑๖-๑๘.

^{๑๑} ทิตยา สุวรรณขุม, สังคมวิทยา, (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๒๗).

^{๑๒} สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, สังคมไทยแนวทางการวิจัยและพัฒนา, (ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๒๕).

^{๑๓} ยุวัฒน์ วุฒิเมธี, การพัฒนาชุมชน: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, (กรุงเทพมหานคร: บางกอกบล็อก, ๒๕๓๕).

ได้ให้ความหมายของ การพัฒนา ไว้ใกล้เคียงกับนักสังคมวิทยา คือ เป็นวิธีการเปลี่ยนแปลงมนุษย์และสังคมมนุษย์ให้ดีขึ้น แต่นักพัฒนาชุมชนมุ่งเน้นที่มนุษย์ในชุมชนต้องร่วมกันดำเนินงานและได้รับผลจากการพัฒนาร่วมกัน

จากความหมายในด้านต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่า การพัฒนา มีความหมายที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างการออกไปบ้าง ซึ่งถ้าหากพิจารณาจากความหมายเหล่านี้ อาจสรุปได้ว่า การพัฒนา หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงของสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ดีขึ้น ทั้งทางด้านคุณภาพ ปริมาณ และสิ่งแวดล้อม ด้วยการวางแผนโครงการและดำเนินงานโดยมนุษย์ เพื่อประโยชน์แก่ตัวของมนุษย์เอง

๒.๑.๑ แนวคิดทฤษฎีของการพัฒนา สามารถแบ่งได้ ดังนี้

๑) ทฤษฎีความทันสมัย

แนวทางการพัฒนาโดยอาศัยทฤษฎีความทันสมัย (Modernization Theory) นับว่าได้รับความนิยมนอย่างสูงในประเทศตะวันตกในช่วงปลายสงครามโลกครั้งที่สอง เนื่องจากเมื่อใช้วิธีการวิเคราะห์ทางประวัติศาสตร์การพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ แล้วเห็นว่า ประเทศแถบยุโรป และประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งพัฒนาแล้วได้ใช้แนวทางในการพัฒนาพื้นฟูประเทศของตนเป็นผลสำเร็จ ดังนั้นแนวคิดการพัฒนาตามแบบจำลองดังกล่าว จึงได้แพร่กระจายได้รับการนำไปใช้เป็นกระแสหลักในการพัฒนาประเทศด้อยพัฒนาต่างๆ ผลงานด้านวิชาการที่เกี่ยวกับการพัฒนาในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ส่วนใหญ่เน้นการนำเอาแบบจำลองความทันสมัยเป็นองค์ความรู้สำคัญในการประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ ของประเทศ

แนวคิดการพัฒนาตามแบบจำลองความทันสมัยนี้เน้นการพัฒนาที่ต้องดำเนินไปพร้อมๆ กันในมิติต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และระบบการเมือง

๒) ด้านเศรษฐกิจ

จะเน้นที่การพัฒนาประเทศให้กลายเป็นประเทศอุตสาหกรรม ส่งเสริมการลงทุนสนับสนุนด้านการสร้างพร้อมในเรื่องสาธารณูปโภคและกิจกรรมเพื่อการผลิตในระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ ให้ความสำคัญกับการลงทุนจากต่างประเทศโดยเชื่อว่าการสะสมทุนจะทำให้เกิดการลงทุนสูงขึ้น การยกระดับผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศและผลักดันให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ (growth) จะส่งผลดีให้ประเทศชาติสามารถยกระดับการพัฒนาประเทศไปสู่ภาวะประเทศที่มั่นคงได้ต่อไป นักเศรษฐศาสตร์ชื่อ รอสโทว์ (Walt W. Rostow) ถือได้ว่าเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อแนวคิดการพัฒนาโดยการอธิบายให้เห็นวิวัฒนาการของสังคมตามลำดับขั้นของความเจริญทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยการวิเคราะห์ในแง่ประวัติศาสตร์และทฤษฎีทางเศรษฐกิจเป็นกรอบความคิดเขาเสนอว่า ประเทศต่างๆ ต้องผ่านขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงของสังคม ๕ ขั้นตอน กล่าวคือ^{๑๔}

^{๑๔} Walt Whitman Rostow., *The Stage of Economic Growth a Noncommunist Manifesto*, (England: Cambridge, 1960), p. 178.

ขั้นแรกเรียกว่าสังคมโบราณ (The traditional society) ลักษณะการดำรงของผู้คนมีลักษณะเป็นสังคมดั้งเดิม กล่าวคือ ความเป็นอยู่มีลักษณะการพึ่งพาผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเป็นผลผลิตที่พึ่งพาสภาพธรรมชาติความเป็นอยู่ของผู้คนอาศัยแรงงานในครัวเรือน การซื้อขายแลกเปลี่ยนมีอยู่ในขอบเขตที่จำกัด ในสังคมโบราณชีวิตความเป็นอยู่มีความผันผวน ขึ้นอยู่กับสภาพความแปรปรวนทางธรรมชาติ โรคระบาด และการสงครามที่มีอย่างต่อเนื่อง ชีวิตของผู้คนจึงเชื่อในเรื่องชะตาเป็นสำคัญ ผู้ที่มีอำนาจปกครองมักเป็นเจ้าของที่ดิน และมีอิทธิพลในการกำหนดภาวะเศรษฐกิจของประเทศ

ขั้นที่สองเรียกว่าการเตรียมเพื่อทะยานขึ้น (The pre-conditions for take-off society) ลักษณะของเศรษฐกิจในสังคมที่อยู่ในขั้น ตอนนี้จะพบว่า ประชาชนเริ่มตระหนักในความต้องการของตนเองที่จะเปลี่ยนแปลงชีวิตไปสู่วิถีชีวิตที่เชื่อว่าดีกว่า เริ่มมีการเตรียมการเพื่อให้สังคมมีการพัฒนา การขยายตัวด้านโครงสร้างขั้นพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพ เกิดการผลิตผลผลิตทางการเกษตรอย่างรวดเร็ว มีการขยายตัวด้านการศึกษา ในสังคมเกิดนักคิดและกลุ่มผู้คิดตัวในสังคมที่พยายามผลักดันให้มีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นในประเทศ

ขั้นที่สามเรียกว่าการทะยานขึ้น (Take-off) ในขั้นนี้ เป็นขั้นที่มีความสำคัญที่สุดต่อการพัฒนาในระยะต่อไปและในบางประเทศขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่กินเวลามากที่สุด คุณลักษณะสำคัญที่แสดงให้เห็นว่าสังคมได้ก้าวเข้าสู่ขั้นตอนนี้ คือการพิจารณาจากการลงทุนและการออมของชาติซึ่งจะเพิ่มจากร้อยละ ๕ ไปสู่อ้อยละ ๑๐ หรือมากกว่า อันเป็นผลจากความก้าวหน้าด้านอุตสาหกรรม ธุรกิจภาคที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่นับเป็นส่วนสร้างรายได้สำคัญให้กับประเทศ ตามแนวคิดของรอสโทว์แล้ว การค้าและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศนับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเร่งให้อัตราการเติบโตให้กับประเทศกำลังพัฒนา แต่ไม่มีผลมากนักสำหรับประเทศด้อยพัฒนา ในช่วงเวลานี้จะเกิดสถาบันทางการเมืองและสังคมเพื่อสนับสนุนและรองรับการขยายตัวของธุรกิจภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการที่จะเกิดขึ้น สืบเนื่องจากการผลิตอย่างมาก

ขั้นที่สี่เรียกว่าการเร่งรัดเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตเต็มที่ (The drive to maturity stage) ในขั้นตอนนี้ระบบเศรษฐกิจจะประสบความสำเร็จมีการนำความรู้ทางวิชาการและเทคโนโลยีเครื่องจักรกลต่าง ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตและบริการต่าง ๆ มีการผลิตสินค้าทดแทนสินค้าที่เคยนำเข้า นอกจากนั้น ความสามารถในการผลิตที่สูงขึ้น ทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น ในอัตราที่สูงกว่าอัตราการเติบโตของประชากร

ขั้นที่ห้าการบริโภคขนานใหญ่หรือนักเศรษฐศาสตร์บางท่าน เรียกขั้นนี้ว่า ขั้นอุดมโภคา (The mass-consumption society) ในขั้นตอนนี้ การผลิตมุ่งเน้นที่สินค้าและบริการประเภทคงทนและถาวร (durable consumers' goods), เป็นต้นว่า รถยนต์ วิทยุ โทรทัศน์ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกประเภทต่าง ๆ เช่นเครื่องซักผ้า, เครื่องดูดฝุ่น, เครื่องปรับอากาศ

แนวคิดนี้ได้รับการตอบสนองนำไปใช้เป็นกรอบในกระบวนการสร้างความทันสมัยให้กับประเทศด้อยพัฒนาต่างๆ และในประเทศไทยเราก็รับเอาการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายของการพัฒนานับตั้ง แต่เริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรกในปี ๒๕๐๔

๓) ด้านสังคม

แนวความคิดการพัฒนาตามแบบจำลองความทันสมัยจะแบ่งแยกสังคมออกเป็นสองประเภท คือสังคมดั้งเดิม (tradition societies) และสังคมทันสมัย (modernized societies) หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ สังคมประเทศด้อยพัฒนา (underdeveloped societies) กับสังคมประเทศพัฒนาแล้ว (developed societies) นั่นเอง การพัฒนาคือการเปลี่ยนแปลงจากสังคมดั้งเดิมไปสู่สังคมทันสมัย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวต้องอาศัยการเปลี่ยนค่านิยม ท่าทีความคาดหวังในชีวิตของผู้คนในสังคมให้เป็นที่ไปตามแบบสังคมสมัยใหม่ เลินเนอร์ (Lerner) นักสังคมวิทยาผู้สนใจศึกษาในกระบวนการสร้างความทันสมัยเสนอว่าบุคลิกภาพและกระบวนการคิดของคนในสังคมที่สำคัญที่เอื้อต่อการเปลี่ยนไปสู่ความทันสมัยมีอยู่ ๓ ประการ ได้แก่

(๑) การเอาใจเขามาใส่ใจเรา (empathy) เลินเนอร์อธิบายความหมายว่าคนแต่ละคนจะมีปฏิกริยาตอบสนองต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ต่างๆ ตามลักษณะการรับรู้ทางสังคมของตน สำหรับสังคมทันสมัยสมาชิกส่วนใหญ่ในสังคมจำเป็นต้องมีคุณลักษณะความสามารถในการเอาใจเขามาใส่ใจเรานั้นเองคือความเข้าใจผู้อื่น ความสามารถที่จะรับรู้เหตุการณ์สถานการณ์ต่างๆ ได้ราวกับที่ผู้อื่นคิด

(๒) การเคลื่อนไหว (mobility) สำหรับความคิดของเลินเนอร์ mobility นี้ ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการย้ายถิ่นหรือการเปลี่ยนแปลงทางลักษณะภูมิศาสตร์ แต่หมายถึงภาวะทางจิตใจตลอดจนบุคลิกภาพที่กระตือรือร้น การเปิดกว้างยอมรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ไม่ยึดติดกับบทบาทหน้าที่หรือสถานภาพเดิมของตนเอง ความสามารถในการปรับตัวและการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นปัจจัยสำคัญของสมาชิกในสังคมที่พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมทันสมัย

(๓) การมีส่วนร่วมอย่างสูง (high participation) สำหรับความคิดของเลินเนอร์ การเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมแห่งความทันสมัยจำเป็นต้องอาศัยสมาชิกในสังคม ซึ่งมีลักษณะการไม่วางเฉยหรือเป็นผู้ถูกกระทำ (passive) คือการยอมให้ผู้อื่นมาใช้อิทธิพลต่อความคิดขึ้นน้ำให้ทำตามในเรื่องต่างๆ แต่ต้องการสมาชิกในสังคมที่มีลักษณะเป็นผู้กระทำ (active) มีส่วนร่วมและมีอิสระในการตัดสินใจด้วยมุมมองของตนเอง^{๑๕}

๔) ด้านการเมือง

แนวคิดด้านการเมืองตามทฤษฎีความทันสมัยที่มีอิทธิพลอย่างสูงได้แก่แนวคิดและงานเขียนของ อัลมอนด์ (Gabrial A.Almond) และ เพาเวลล์ (C.B. Powell) ทั้ง สองระบุว่าการพัฒนาทางการเมืองที่จะนำไปสู่ความทันสมัยเน้นที่เกณฑ์สำคัญ ๓ ประการ คือ มีการแยกแยะโครงสร้างต่าง ๆ ทางสังคม (structural differentiation) การมีระบบย่อยที่มีอิสระ (subsystem autonomy) และมีการรวมกลุ่มคนวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน (cultural secularization) ดังนั้นลักษณะ

^{๑๕} Lerner, Daniel., *The Passing of Traditional Society: Modernization in the Middle East*, (New York: The Free Press, 1968).

การเมืองที่เหมาะสมกับการผลักดันประเทศเข้าสู่ภาวะความทันสมัยคือ การปกครองอย่างมีเหตุผล เปิดโอกาสให้มีการวิพากษ์วิจารณ์ประเด็นต่าง ๆ ในสังคม^{๑๖}

๒.๒ แนวคิดการพัฒนาที่เน้นความยั่งยืน (Sustainable Development)

เป็นแนวคิดที่เกิดจากการประชุม Brundtland commission เมื่อปี ๑๙๘๗ ซึ่งมุ่งที่จะแก้ปัญหาการพัฒนาที่ถูกครอบงำด้วยกระบวนทัศน์ที่เน้นเศรษฐกิจเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา เนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในช่วงที่ผ่านมา เกิดจากการขยายตัวทางการผลิตอย่างรวดเร็ว มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นปัจจัยหลักของการผลิตโดยปราศจากการวางแผน การใช้ประโยชน์อย่างรอบคอบและการป้องกันความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดการสะสมของ ปัญหาความเสื่อมโทรม และความร่อยหรอของทรัพยากรธรรมชาติตามระดับของการผลิตโดยรวม ที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งได้นำไปสู่ความขัดแย้งทางสังคมอันเกิดจากการแย่งชิงทรัพยากรและเชื่อมโยงไปถึง ความไม่เท่าเทียมกันในการครอบครองทรัพยากรระหว่างคนกลุ่มต่างๆในสังคม โดยพฤติกรรมการผลิตและการบริโภคที่เป็นการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสร้างปัญหามลพิษของคนในสังคมทำให้วิถีการดำเนินชีวิตขาดความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่า ทั้งทางธรรมชาติ ศิลปกรรมและวัฒนธรรม และที่มากไปกว่านั้น ก็คือ ภาวะตกต่ำและเสื่อมโทรมของธรรมชาติทำให้คนจนและผู้ยากไร้ มีความจำเป็นที่จะต้องบุกเบิกเข้าไปใช้ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้นเพียงเพื่อที่จะมีชีวิตอยู่รอดไปเพียงวันหนึ่ง ๆ เป็นผลให้สภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอยู่ในภาวะเสื่อมโทรมอย่างหนัก ในขณะที่เดียวกันความเสื่อมโทรมของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ก็ยิ่งเร่งให้คนจนและผู้ยากไร้มีความยากลำบากมากขึ้นในการดำรงชีวิต ผลสุดท้ายพวกเขาที่ยังยากจนลงกว่าเดิม

แนวคิดการพัฒนาที่เน้นความยั่งยืนจึงเกิดขึ้นเพื่อที่จะพิทักษ์และคุ้มครองธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืนยาวนานไปจนถึงอนาคต เพื่อสนองต่อความจำเป็นในความอยู่รอดของคนรุ่นหลัง หากก็ไม่ละเลยต่อชีวิตความเป็นอยู่ในคนในรุ่นปัจจุบัน ซึ่ง หลักการพื้นฐานที่สำคัญของการพัฒนาที่เน้นความยั่งยืน มี ๓ ประการ คือ ๑) การให้ความสำคัญสูงสุดแก่คุณค่าของสิ่งแวดล้อม อันเป็นมิติแห่งความยั่งยืนของระบบนิเวศ ๒) การขยายมิติเวลา ไปสู่ออนาคต ซึ่งเป็นมิติแห่งการมีวิสัยทัศน์ที่ยาวไกล และ ๓) ความยุติธรรม อันเป็นมิติแห่งความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคม โดยในการประชุมสุดยอดเพื่อการพัฒนาสังคม (The world summit for social development) เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๓๘ ที่กรุงโคเปนเฮเกนได้สรุปว่า การพัฒนาสังคมจะต้องยึดคนเป็นศูนย์กลาง จุดมุ่งหมายของการพัฒนาคือ การขจัดความยากจนที่แท้จริง การกระจายความยุติธรรมและการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ทั้งนี้เรื่องที่ต้องดำเนินการโดยเร่งด่วนได้แก่

^{๑๖} Almond, G.A. & B.G. Powell., *Comparative Political Today*, (Boston: Little, Brown & Co., 1976).

ประชากร สุขภาพอนามัย การศึกษา การจ้างงาน ที่อยู่อาศัย สิ่งแวดล้อม ภัยพิบัติต่างๆ อาชญากรรม และความมั่นคงของชาติ^{๑๗}

ความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development) นั้นเป็นคำที่ใช้กันมากในการพัฒนาประเทศ มีการให้คำนิยามแตกต่างกันไปตามการแปลความของประเทศต่างๆ และได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายทัศนะ ดังนี้ คำว่ายั่งยืน (Sustainable) เป็นคำที่มาจากภาษาลาติน คือ Sustenere ซึ่งหมายถึง การส่งเสริมหรือสนับสนุน (Uphold) โดย เรดคลิฟท์ กล่าวว่า ความยั่งยืนนั้นเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือกระบวนการเพื่อสนับสนุน (Uphold) หรือปกป้อง (defended) ความสามารถในการดำรงอยู่^{๑๘}

คณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development [WCED]^{๑๙} หรือที่เรียกในอีกนามหนึ่งว่าคณะกรรมการบรันท์แลนด์ (Brundtland Commission) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ “การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่สนองตอบ ต่อความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมยอมลดความสามารถของเขาในการที่จะสนองตอบความต้องการของตนเอง” (Sustainable development is development that meets the needs for the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs) ทั้งนี้ การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีระบบสังคมที่เป็น สังคมธรรมรัฐ มีระบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่มั่นคง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอกมีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีประชาชนรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่าโดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นฐานในการผลิตเพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

องค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือ องค์การยูเนสโก (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนหมายถึง การพัฒนาที่สนองความต้องการของประชาชนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้ประชาชนรุ่นต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมยอมลดความต้องการของตนเอง” (Sustainable

^{๑๗} สุภางค์ จันทวานิช, วิศนี ศิลตระกูล, แนวคิดและเครื่องชี้วัดการพัฒนาสังคมและ คุณภาพชีวิตของประเทศไทย, อ้างถึงใน อนุชาติ พวงสำลี, การพัฒนาแนวคิดและเครื่องชี้วัดทาง สังคมและคุณภาพชีวิตในต่างประเทศ, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๓๙).

^{๑๘} Redclift, Micheal., Sustainable Development: Economic and the Environment, In M.Rediclift and C.Sage (eds), Strategics for Sustainable Development :Local Agenda for the Southern Hemisphere, (U.K.: John Wiley & Sons Ltd., 1994) , p. 17-18. อ้างถึงใน พระมหาสุพร รุกขิตตมโม ดร., พระพุทธศาสนากับการพัฒนาที่ยั่งยืน, พิมพ์ครั้งที่ ๑. (นครราชสีมา: หจก.มิตรภาพการพิมพ์, ๒๕๖๑), หน้า ๑๓.

^{๑๙} World Commission on Environment and Development, Our common future, Oxford, (Great Britain: Oxford University Press, 1987), p. 43.

development refers to development that fulfills the current needs of populations without compromising the needs of future generations) และได้ขยายความว่าการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นความเข้าใจกว้าง ๆ เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ทางธรรมชาติและเศรษฐศาสตร์ ขณะเดียวกันก็เกี่ยวข้องกับ หลักฐานทางวัฒนธรรมที่พร้อมด้วยการยึดถือความเป็นมนุษย์ และด้วยวิธีการ ใดๆ ก็ตามแต่ ต้องทำให้เขาตระหนักถึงความสัมพันธ์ของเขากับคนอื่น ๆ รวมทั้งเขารับผิดชอบต่อความต้องการจำเป็นตามแนวคิดพื้นฐานใหม่ที่จินตนาการไว้ เพื่อ ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนชาวโลกและเพื่อการเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยอันยั่งยืนยาวนานของชีวิตมนุษย์ควรตั้งอยู่บนรากฐานทางวัฒนธรรมที่ยึดถือคุณค่าของ ความเป็นมนุษย์ด้วย^{๒๐}

เรดคลิฟท์กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) มีข้อควรพิจารณา ๒ ประเด็น คือ ประเด็นแรก การพัฒนาที่ยั่งยืน ควรได้รับการพิสูจน์ว่าเป็นแนวคิด (Concept) อย่างหนึ่งที่เป็นประโยชน์ ส่วนประเด็นที่สอง การพัฒนาที่ยั่งยืนก่อให้เกิดความจำเป็น ที่ต้องใช้สติปัญญา มากพอ ๆ กับความจำเป็นที่จะต้องใช้ความเห็น หรือนโยบายในทางการเมือง เพราะความคิดเรื่อง ความยั่งยืนสะท้อนถึงความกังวลในเรื่องเงื่อนไข หรือความจำกัดที่เกี่ยวกับมนุษย์ อันเนื่องมาจากการใช้ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำไปสู่ความไม่พอใจของบรรดามวลมนุษย์ทั้งหลาย^{๒๑}

พระธรรมปิฎก กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนคือการพัฒนาที่มีคุณภาพครบทั้งสามด้าน ประกอบด้วย ชีวิตมนุษย์สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีหลักการสำคัญอยู่ที่เพื่อประโยชน์สุขของคนส่วนใหญ่ลดการเบียดเบียนกันและเกื้อกูลต่อกันให้มากขึ้น^{๒๒}

ชัยยศ อิ่มสุวรรณ์ กล่าวว่าแนวความคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นยุทธศาสตร์ของการพัฒนาที่ต้องการการจัดทรัพยากรทั้งธรรมชาติและมนุษย์ รวมทั้งทรัพยากรการเงินและวัสดุทั้งปวงให้เป็นไปในทิศทางที่ก่อให้เกิดความมั่งคั่ง และอยู่ดีกินดีโดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติเพื่อสงวนไว้สำหรับคนรุ่นหลัง และการที่จะบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งจะเกิดการสมดุลของการพัฒนา เศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมได้นั้นจะต้องพัฒนาคนให้มีความรู้ ความสามารถมีศักยภาพในการจัดการการพัฒนา^{๒๓}

^{๒๐} UNESCO-ACEID., *Educating for a Sustainable Future: A Trans disciplinary Vision for Concerted Action*, Report of the Third UNESCO-ACEID International Conference, (Bangkok Thailand, 1997), p. 6-23 อ้างถึงใน พระมหาสุพร รุกขิตตมโม ดร., *พระพุทธศาสนากับการพัฒนาที่ยั่งยืน*, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (นครราชสีมา: หจก.มิตรภาพการพิมพ์, ๒๕๖๑), หน้า ๑๔.

^{๒๑} Redclift, Micheal., อ้างถึงใน พระมหาสุพร รุกขิตตมโม ดร., *พระพุทธศาสนากับการพัฒนาที่ยั่งยืน*, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (นครราชสีมา: หจก.มิตรภาพการพิมพ์, ๒๕๖๑), หน้า ๑๕.

^{๒๒} พระธรรมปิฎก (ป. อ. ปยุตฺโต), *การพัฒนาที่ยั่งยืน*, (กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกมลคีมทอง, ๒๕๔๙), หน้า ๑๐๖ อ้างถึงใน พระมหาสุพร รุกขิตตมโม ดร., *พระพุทธศาสนากับการพัฒนาที่ยั่งยืน*, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (นครราชสีมา: หจก.มิตรภาพการพิมพ์, ๒๕๖๑), หน้า ๑๕.

^{๒๓} ชัยยศ อิ่มสุวรรณ์, “การพัฒนาแบบการศึกษาชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”, *วิทยานิพนธ์ปริญญาคุษภักดิ์บัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๓), หน้า ๒.

นิตยา กมลวาทนนิศา ได้ให้แนวคิดว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่ดำเนินไปโดยคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต เป็นการพัฒนาที่คำนึงถึงความเป็น “องค์รวม” คือ การกระทำสิ่งใดต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งอื่น ๆ ซึ่งการพัฒนาตามแนวคิดนี้ยึดหลัก ความรอบคอบ และค่อยเป็นค่อยไป รวมทั้งเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนไม่ได้ปฏิเสธ “ระบบเทคโนโลยี” เพียงแต่ต้องคำนึงว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นเป็นไปในทาง สร้างสรรค์หรือทำลาย^{๒๔}

ประเทศไทยได้รับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนมาปรับใช้ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะที่ ๘ (พ.ศ. ๒๕๔๐-๒๕๔๔) รัฐได้เน้นการพัฒนาคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาเน้นการพัฒนาอย่างองค์รวมโดยใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนให้ดีขึ้นจนกระทั่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะที่ ๙ (พ.ศ. ๒๕๔๕ -๒๕๔๙) ซึ่งเป็นกรอบทิศทาง การพัฒนาประเทศที่ได้ัญเชิญและยึดแนวคิด “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเป็นปรัชญาทางในการบริหาร ประเทศ โดยยึดหลักทางสายกลาง มุ่งการพัฒนาที่มีดุลยภาพระหว่างมิติทาง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูลกันสู่การพัฒนาอย่างมีคุณภาพ มั่นคงและยั่งยืน นับเป็นการพัฒนาประเทศอย่างองค์รวม โดยประชาชนที่ส่วนร่วม มุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน คือ การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของประชาชนอย่างถาวร^{๒๕}

จากความหมายที่กล่าวมาเบื้องต้นนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืนจากการยึดถือความเป็นมนุษย์ และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรที่อยู่รอบตัวให้เกิดความสมดุลไม่ว่าจะเป็นสังคม เศรษฐกิจ การเมือง โดยนำองค์ความรู้ที่มีอยู่จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกคนรุ่นหนึ่งที่ไม่ส่งผลกระทบต่อมาภายหลัง และคำนึงถึงเทคโนโลยีที่นำมาใช้เป็นไปในทิศทางสร้างสรรค์ โดยพัฒนาคนเป็นศูนย์กลางแบบองค์รวมยึดหลักทางสายกลางในการดำเนินการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม พัฒนาศักยภาพของคนให้มีความรู้ ความสามารถ มีศักยภาพในการจัดการพัฒนามีดุลยภาพทั้งระหว่างมิติการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูลและมีคุณภาพ มีความมั่นคงและยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

การพัฒนาที่ยั่งยืนคืออะไร

การพัฒนาที่ยั่งยืนคือการพัฒนาที่เน้นให้มนุษย์คำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติบนโลกและให้มีการดำเนินการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยให้เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนทั้งในยุคปัจจุบันและยุคต่อ ๆ ไปอย่างเท่าเทียมกัน

^{๒๔} นิตยา กมลวาทนนิศา, “บริบทไทยว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน”, วารสารเศรษฐกิจและสังคม ปีที่ ๔๐ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-มิถุนายน ๒๕๔๖): ๑๔.

^{๒๕} พระมหาสุพร รุกขิตธมโม ดร., พระพุทธศาสนากับการพัฒนาที่ยั่งยืน, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (นครราชสีมา: หจก.มิตรภาพการพิมพ์, ๒๕๖๑), หน้า ๑๘.

หลักการสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การสร้างสมดุลระหว่าง ๓ มิติของการพัฒนาอัน ได้แก่

๑) มิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน คือการพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ กระจายรายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะคนที่มีรายได้น้อย

๒) มิติการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาคนให้มีความรู้ มีสมรรถนะและมีผลิต คุณภาพสูงขึ้น ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพ และเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้

๓) มิติการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการให้ทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่ระบบ นิเวศสามารถฟื้นตัวกลับสภาพเดิมได้ การปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อมในระดับที่ระบบนิเวศสามารถ ดูดซับและทำลายมลพิษนั้นได้ โดยให้สามารถผลิตมาทดแทนทรัพยากรประเภทที่ใช้แล้วหมดไปได้

ทั้งนี้ การพัฒนาที่ยั่งยืนจะทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีระบบสังคมที่เป็นสังคม ธรรมรัฐ มีระบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่มั่นคง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก มี คุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ประชาชนรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า โดยเฉพาะการใช้ ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นฐานในการผลิต เพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

การพัฒนาที่ยั่งยืนจะสำเร็จได้จะต้องพัฒนาคนให้มีจริยธรรม สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป. อ.ปยุตโต) ได้สรุปให้เห็น ปัญหาในการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ไม่ประสบความสำเร็จนั้น เกิดจากกิเลส ๓ อย่าง ที่ขัดขวางจริยธรรม คือ ตัณหา มานะ และทิฐิ เราจึงต้องพัฒนาคนและเศรษฐกิจให้คู่ขนานไปกับการ พัฒนาจริยธรรม ดังนั้น ระบบการพัฒนาที่ยั่งยืน จึงขึ้นอยู่กับ ๔ ปัจจัย ได้แก่

๑) มนุษย์: ต้องพัฒนาคนให้มีคุณภาพ มีสุขภาพดี ขยัน อดทน รับผิดชอบ มีฝีมือ มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ พร้อมทั้งจะเป็นกำลังสำคัญในระบบเศรษฐกิจและสังคมที่จัดสรรให้ เกื้อหนุน และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยให้การศึกษา

๒) สังคม: จัดระบบสังคม ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง การบริหาร ตลอดจนกิจการต่าง ๆ ให้ผสมกลมกลืนสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันบนฐานแห่งความรู้ความเป็นจริง สร้างบรรยากาศ แห่งความไม่เบียดเบียน บรรยากาศแห่งความช่วยเหลือเกื้อกูล พิทักษ์ปกป้องคนที่อยู่ในสถานะต่าง ๆ ซึ่งมีโอกาสและมีความสามารถต่างกัน

๓) ธรรมชาติ: วิถีชีวิตการพัฒนาที่ยั่งยืนให้มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติและดำรงชีวิต ให้สอดคล้องและกลมกลืนกับธรรมชาติ

๔) เทคโนโลยี: การพัฒนาเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีที่เกื้อกูล ไม่ทำลายธรรมชาตินำของ เสียมาผลิตเวียโนใช้ประโยชน์ สังคมไทยต้องพัฒนาเทคโนโลยีควบคู่ไปกับการพัฒนาตนเอง ต้องใช้ เทคโนโลยีเป็นส่วนประติษฐ์เสกสรรของมนุษย์อย่างไม่ประมาทและเพื่อเกื้อหนุนให้ตนเองมีชีวิตดีงาม สมบูรณ์ มีอิสรภาพและสันติสุข^{๒๖}

^{๒๖} กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), ๒๕๕๖), หน้า ๑๒, ๑๔.

องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน

มีสถาบันและนักวิชาการสาขาต่าง ๆ ได้ให้แนวทางในการจัดองค์ประกอบการพัฒนาที่ยั่งยืนที่มีความหมายคล้ายคลึงกัน เช่น

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่เน้นให้มนุษย์คำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติบนโลก และให้มีการดำเนินการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยให้เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนทั้งในยุคปัจจุบันและยุคต่อ ๆ ไปอย่างเท่าเทียมกัน หลักการสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การสร้างสมดุลระหว่าง ๓ มิติของการพัฒนา อันได้แก่

๑) มิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ กระจายรายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะคนที่มีรายได้น้อย

๒) มิติการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาคนให้มีความรู้มี สมรรถนะและมีผลิตภาพสูงขึ้น ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพ และเป็นสังคม แห่งการเรียนรู้

๓) มิติการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ในปริมาณที่ระบบนิเวศสามารถฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ การปล่อยมลพิษออกสู่ สิ่งแวดล้อมในระดับที่ระบบนิเวศสามารถดูดซับและทำลายมลพิษนั้นได้โดยให้ สามารถผลิตมาทดแทนทรัพยากร ประเภทที่ใช้แล้วหมดไปได้^{๒๗}

พระพรหมคุณาภรณ์ ซึ่งกล่าวว่า กระแสในการพัฒนาแบบใหม่มี ๒ กระแส คือ กระแสแรกเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวคิดของคณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (CSD) คือมุ่งพัฒนาควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญแก่สิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการเพิ่มจำนวนประชากร ส่งผลให้เกิดปัญหาทรัพยากรย่อยหรือ และการเกิดมลภาวะ กระแสที่สองคือ การพัฒนาตามแนวคิดของยูเนสโก (UNESCO) ที่ให้ความสำคัญแก่คุณค่าของมนุษย์และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาสำหรับชาวพุทธ แล้วการพัฒนาที่ยั่งยืนควรเป็นการพัฒนาเพื่อสร้างสังคมที่ยั่งยืนควบคู่กับตอบสนองความต้องการของตนได้โดยไม่ส่งผลกระทบต่อสัตว์โลก และประชาชนรุ่นต่อ ๆ ไปในอนาคตต้องเตือนไว้ นั่นหมายความว่า การทำกิจกรรมของมนุษย์ต้องสอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ ต้องบูรณาการทั้งเศรษฐกิจ และธรรมชาติเข้าด้วยกัน เพื่อจะพิทักษ์รักษาทรัพยากรธรรมชาติ และกำจัดความยากจนออกไป ดังนั้นการพัฒนาที่ยั่งยืนจึงมีแนวทางสรุปได้ดังนี้

๑) ต้องมีการวางนโยบายประชากรให้เหมาะสม เช่น ควบคุมจำนวนประชากรด้วยการวางแผนครอบครัว ในการแก้ปัญหาประชากรที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือการแก้ปัญหาทางการศึกษา เพราะจะครอบคลุมไปถึงการแก้ปัญหาอื่น ๆ ทั้งหมด ทั้งปัญหาความยากจน สาธารณสุข ตลอดจนการอนุรักษ์ธรรมชาติ

^{๒๗} กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน*, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), ๒๕๕๖), หน้า ๑๒.

๒) ต้องอนุรักษ์หรือสงวนทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถดำเนินการได้หลายวิธีเช่น การประกาศพื้นที่เป็นป่าสงวน วนอุทยานแห่งชาติ เขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าการฟื้นฟูแหล่งธรรมชาติที่เสื่อมโทรม การรักษาดิน น้ำและอากาศให้ปลอดภัย สารเคมีและมลภาวะ

๓) การผลิตเทคโนโลยีกำจัดน้ำเสีย ตลอดจนการปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิตไม่สุรุ่ยสุร่าย ประหยัดพลังงาน

การพัฒนาที่ยั่งยืนจะสำเร็จได้จะต้องพัฒนาคนให้มีจริยธรรม ปัญหาในการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ไม่ประสบความสำเร็จนั้น เกิดจากกิเลส ๓ อย่าง ที่ขัดขวางจริยธรรม คือ ตัณหา มานะ และทิฐิเรา จึงต้องพัฒนาคนและเศรษฐกิจให้คู่ขนานไปกับการพัฒนา จริยธรรม ดังนั้น ระบบการพัฒนาที่ยั่งยืนจึงขึ้นกับ ๔ ปัจจัย ได้แก่

๑) มนุษย์: ต้องพัฒนาคนให้มีคุณภาพ มีสุขภาพดีขยัน อดทน รับผิดชอบ มีฝีมือ มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ พร้อมทั้งจะเป็นกำลังสำคัญในระบบเศรษฐกิจและสังคมที่จัดสรรให้เกื้อหนุน และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยให้การศึกษาและจัดสรรปัจจัยเกื้อหนุน

๒) สังคม: จัดระบบสังคม ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง การบริหาร ตลอดจนกิจการต่างๆ ให้ผสมกลมกลืนสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันบน พื้นฐานแห่งความรู้ความเป็นจริง สร้างบรรยากาศแห่งความไม่เบียดเบียน บรรยากาศแห่งความช่วยเหลือเกื้อกูล พิทักษ์ปกป้องคนที่อยู่ในสถานะต่างๆ ซึ่งมี โอกาสและมีความสามารถต่างกัน

๓) ธรรมชาติ: วิธีการพัฒนาต้องยึดหลักให้มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติและดำรงชีวิตให้สอดคล้องและกลมกลืนกับธรรมชาติ

๔) เทคโนโลยี: การพัฒนาเทคโนโลยีการใช้เทคโนโลยีที่เกื้อกูล ไม่ทำลายธรรมชาตินำของเสียมาผลิตเวีย่นใช้ประโยชน์ใหม่ สังคมไทยต้องพัฒนา เทคโนโลยีควบคู่ไปกับการพัฒนาตนเอง ต้องใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนประติษฐ์เสกสรรของมนุษย์อย่างไม่ประมาทและเพื่อเกื้อหนุนให้ตนเองมีชีวิตดีงาม สมบูรณ์ มีอิสรภาพและสันติสุข แนวคิดและองค์ประกอบการพัฒนาที่ยั่งยืนข้างต้น^{๒๘}

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ได้สรุปองค์ประกอบการพัฒนาที่ยั่งยืนว่า

๑) เป็นการพัฒนาที่ดำเนินไป โดยคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม และสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต

๒) เป็นการพัฒนาที่คำนึงถึงความเป็น “องค์รวม” คือมองว่าการจะทำสิ่งใดต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสิ่งอื่นๆ ดังนั้น การพัฒนาแนวนี้จึงยึด หลักความรอบคอบ และค่อยเป็นค่อยไป

^{๒๘} พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตโต), การพัฒนาที่ยั่งยืน, พิมพ์ครั้งที่ ๑๒, (กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกมลคีมทอง, ๒๕๕๒).

๓) การพัฒนาอย่างยั่งยืนไม่ได้ระบุว่าต้องปฏิเสศ “ระบบเทคโนโลยี” เพียงแต่ต้องคำนึงว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นเป็นไปในทางสร้างสรรค์หรือทำลาย^{๒๙}

วรัญญู เวียงอำพล กล่าวไว้ว่า การพัฒนาแบบยั่งยืนต้องเป็นการสร้างสรรค์ให้ชีวิตและสังคมดีขึ้น โดยต้องมีการพัฒนา ๔ องค์ประกอบ คือ ธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม สังคม จิตใจ/ มนุษย์และเศรษฐกิจ ดังนี้

๑) ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ ยังคงสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติให้เหมือนเดิมที่สุดไม่ควรให้ธรรมชาติเปลี่ยนแปลงไปมากนักหรือถ้าจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงต้องชดเชยหรือทดแทนธรรมชาติที่เสียไปมนุษย์ต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะสู่สิ่งแวดล้อมการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลเอกชนและประชาชนจะต้องได้รับความสนใจทั้งในระดับนโยบายระดับการวางแผนและระดับปฏิบัติ

๒) สังคมคือ ประชาชนมีคุณภาพดีกินดีอยู่ดีสังคมปลอดภัยสงบสุขเป็นสังคมที่ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันยังคงมีวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

๓) จิตใจและมนุษย์ต้องมีการพัฒนาทั้งด้านร่างกายและจิตใจให้เข้มแข็งและสมบูรณ์อยู่เสมอ โดยเฉพาะในเรื่องของจิตใจ

๔) เศรษฐกิจ ต้องมีการหมุนเวียนของรายได้มีมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น มีการผลิตที่เหมาะสมกับทรัพยากรและความต้องการของผู้บริโภค โดยที่การผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์แบบใหม่ที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วประหยัด และปลอดภัยให้แก่ชุมชนรวมทั้งเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร^{๓๐}

สมพร แสงชัย อธิบายการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้โดยมีองค์ประกอบดังนี้

๑) ระบบการพัฒนามนุษย์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการพัฒนา หากต้องการจะแก้ไขปัญหาการพัฒนาอย่างแท้จริงและนำเอามนุษย์ที่พัฒนาแล้วมาเป็นแกนกลางของการพัฒนามนุษย์จึงจะเข้าถึงความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์และมีชีวิตที่ดีงามและช่วยให้บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนได้การพัฒนามนุษย์มี ๓ ระดับคือ

(๑) ระดับพฤติกรรม โดยการสร้างพฤติกรรมเคยชินที่ดีพฤติกรรม เคยชินอิทธิพลต่อจิตใจและปัญญา หากพฤติกรรมเคยชินเกื้อกูลต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเกิดขึ้น จนกลายเป็นวัฒนธรรมและวินัย การบังคับควบคุมหรือการใช้อำนาจก็ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้น

^{๒๙} สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, “โครงการพัฒนาด้านชีวิต การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย”, รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๔๗), หน้า ๒-๗.

^{๓๐} วรัญญู เวียงอำพล, การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๖), หน้า ๒๙-๓๐.

(๒) ระดับจิตใจ ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและปัญญา จิตใจ ประสานกับพฤติกรรม และทำให้พฤติกรรมยั่งยืนด้วยการสร้างความรู้สึกที่ดีต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความรู้สึกสันโดษอย่างฉลาดและมีจุดหมายการมีสติไม่ปล่อยตัวและใจให้ตัวเองขึ้นต่อวัตถุและสิ่งบริโภคมามากเกินไป การมีอุดมคติและปณิธานในหน้าที่การงานและการบรรลุจุดหมายแห่งชีวิตและการมีทางจิตที่คิดให้

(๓) ระดับปัญญาซึ่งเป็นตัวแก้ปัญหาและจัดปรับพฤติกรรมและจิตใจให้ลงตัวพอดี เพราะปัญญามองเห็นระบบปัจจัยสัมพันธ์แห่งสรรพสิ่งซึ่งนำไปคิดและพิจารณาถึงเหตุปัจจัย ทำให้เกิดความพอดีเพราะบริโภคด้วยปัญญาตรวจสอบพฤติกรรมโดยไม่ประมาทและขจัดความเชื่อถือ ค่านิยม และแนวคิดที่ผิดๆ พร้อมทั้งส่งเสริมสิ่งที่ดีงามเข้ามาแทนที่

๒) ระบบการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากต้องมีมนุษย์ที่พัฒนาแล้วเป็น แกนกลางของการพัฒนาในฐานะทรัพยากรมนุษย์แล้วยังต้องมีสังคมที่เกิดจากเจตจำนงของมนุษย์และเป็น ประโยชน์ ต่อมนุษย์สังคมต้องเกื้อกูลต่อธรรมชาติ ไม่เบียดเบียนมนุษย์แต่ส่งเสริมมนุษย์และธรรมชาติสร้างความสมดุลแห่งการพัฒนาทางเศรษฐกิจด้วยมีขมิมาปฏิบัติที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ ช่วยเหลือ ผู้อื่น และสิ่งที่มีชีวิตกับระบบนิเวศลดความต้องการทางวัตถุลง บริโภคเพื่อคุณค่าแท้จริงของชีวิตทำงานเพื่อ พัฒนาศักยภาพของมนุษย์ลดการแข่งขันและเพิ่มความร่วมมือและสร้างระบบเศรษฐกิจที่รู้จัก ประมาณพอดี ส่วนเทคโนโลยีซึ่งเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตต้องถูกใช้อย่างมีสติ และเป็น คุณอย่างแท้จริง รู้จักประมาณและมีสัมมาทิฐิ รู้จักพัฒนาและควบคุมตนเองและเน้นการพัฒนา คุณภาพของคนและให้คนเข้าถึงธรรมชาติการศึกษาต้องเน้นการพัฒนามนุษย์โดยบูรณาการจริยธรรม เข้ากับวิชาการและวิทยาการทั้งหมดและการเมืองต้องมาจากประชาชนและเป็นธรรมาธิปไตย

๓) ระบบธรรมชาติ จะถูกอนุรักษ์ได้ ถ้ามนุษย์มีทัศนคติที่ดีต่อธรรมชาติและเห็นว่าตนเอง เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ เพราะมนุษย์ทุกคนอยู่ภายใต้กฎธรรมชาติ มนุษย์ไม่ควรแปลกแยกจาก ธรรมชาติและมนุษย์ควรทำความดีคืนให้แก่ธรรมชาติด้วยกล่าวโดยสรุปการพัฒนาที่ยั่งยืนประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆดังนี้

(๑) เศรษฐกิจ เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนทั้งในยุคปัจจุบัน และ ยุคต่อๆ ไป อย่างเท่าเทียมกันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต มีการผลิตที่เหมาะสมกับ ทรัพยากรและความต้องการของผู้บริโภค โดยที่การผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ รวมถึงเป็นการ พัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ มีมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น และมีการกระจาย รายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะคนที่มียาได้ต่ำ

(๒) สังคม เป็นการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน พัฒนาค้นหาให้มีความรู้ มีสมรรถนะและมีผลิต ภาพสูงขึ้น ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพ เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ รวมถึงการจัดระบบสังคม ตลอดจนถึงกิจการต่าง ๆ ให้ผสมกลมกลืนสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันบนพื้นฐานแห่งความรู้ความ เป็นจริง สร้างบรรยากาศแห่งความไม่เบียดเบียน บรรยากาศแห่งความช่วยเหลือเกื้อกูล พิทักษ์ ปกป้องคนที่อยู่ในสถานะต่าง ๆ ซึ่งมีโอกาสและมีความสามารถต่างกัน คนในสังคมมีคุณภาพดี กินดี อยู่ดี เป็นสังคมปลอดภัยสงบสุข และมีวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

(๓) ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน คือการพัฒนาที่ ดำเนินไปโดยคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสนองความต้องการใน

ปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต คงสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติให้เหมือนเดิมที่สุด ไม่ควรให้ธรรมชาติเปลี่ยนแปลงไปมากนัก หรือถ้าจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง ต้องชดเชยหรือทดแทนธรรมชาติที่เสียไป ต้องอนุรักษ์หรือสงวนทรัพยากร สิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่ระบบนิเวศสามารถฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ โดยให้สามารถผลิตมาทดแทนทรัพยากรประเภทที่ใช้แล้วหมดไปได้ วิธีการพัฒนาต้องยึดหลักให้มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติและดำรงชีวิตให้สอดคล้องและกลมกลืนกับธรรมชาติ มนุษย์ต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะสู่สิ่งแวดล้อม การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลเอกชน และประชาชน จะต้องได้รับความสนใจทั้งในระดับนโยบาย ระดับการวางแผน และระดับปฏิบัติ

๔) มนุษย์ เป็นการพัฒนามนุษย์ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการพัฒนา ต้องมีการพัฒนามนุษย์ทั้งด้านร่างกายและจิตใจให้เข้มแข็งและสมบูรณ์อยู่เสมอ ให้มีคุณภาพ มีสุขภาพดี ขยัน อดทน รับผิดชอบ มีสติไม่ปล่อยตัวและใจให้ขึ้นต่อวัตถุและสิ่งบริโภคมามากเกินไป มีฝีมือ มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญพร้อมที่จะเป็นกำลังสำคัญในระบบเศรษฐกิจและสังคมที่จัดสรรให้เกื้อหนุน และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยให้การศึกษาและจัดสรรปัจจัยเกื้อหนุน การสร้างพฤติกรรมเคยชินที่ดี หากพฤติกรรมเคยชินเกื้อกูลต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเกิดขึ้นจนกลายเป็นวัฒนธรรมและวินัย การบังคับควบคุมหรือการใช้อำนาจก็ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้น

๕) เทคโนโลยี เป็นการพัฒนาเทคโนโลยี โดยใช้เทคโนโลยีที่เกื้อกูล ไม่ทำลายธรรมชาติ มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์แบบใหม่ที่สุดสอดคล้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต้องคำนึงว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้น เป็นไปในทางสร้างสรรค์หรือทำลาย ใช้เทคโนโลยีอย่างมีสติ และเป็นคุณอย่างแท้จริง รู้จักประมาณและมีสัมมาทิฐิ รู้จักพัฒนาและควบคุมตนเองต้องพัฒนาเทคโนโลยีควบคู่ไปกับการพัฒนาตนเอง เพื่อเกื้อหนุนให้ตนเองมีชีวิตดีงาม สมบูรณ์ และสันติสุข

เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนมีขอบข่ายและเนื้อหาที่กว้างขวางมากมี ๒ ประการ คือ

๑) ความสมดุล (Equilibrium) นั่นคือ การพัฒนาที่สอดคล้องกว้างขวางและเชื่อมประสานกันอย่างมีดุลยภาพทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ทั้งในลักษณะสัดส่วนปริมาณ และการกระจาย

๒) ความเท่าเทียมกัน (Equation) คือ ผลที่ได้จากการพัฒนาจะต้องกระจายไปอย่างเท่าเทียมกันในทุกมิติของพื้นที่ และช่วงเวลา ทั้งมนุษย์และสิ่งแวดล้อม^{๓๑)}

^{๓๑)} สามชาย ศรีสันต์, สังคมวิทยากับการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๙), หน้า ๕-๑๘, ดลพัฒน์ ยศธร, “การนำเสนอรูปแบบการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนแนวพุทธศาสตร์”, วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒), หน้า ๕๒.

กรอบแนวทางการประเมินความยั่งยืนของระบบเกษตรและอาหาร หรือ SAFA (Sustainability Assessment of Food and Agriculture systems) เป็นกรอบแนวทางในการประเมินความยั่งยืนใน ๔ มิติคือ สิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และการบริหารจัดการในห่วงโซ่อุปทาน ตัวชี้วัดของ SAFA ประกอบด้วย ๒๑ ประเด็นหลัก และ อีก ๕๘ ประเด็นย่อย รวม ๑๑๘ ตัวชี้วัด อย่างไรก็ตามตัวชี้วัดนี้ถือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินความยั่งยืน ดังนี้

ก. มิติการบริหารจัดการในห่วงโซ่อุปทานประกอบด้วยจริยธรรมในการบริหาร ความรับผิดชอบการมีส่วนร่วม นิติรัฐและการบริหารแบบองค์รวม

ข. มิติสิ่งแวดล้อมประกอบด้วยสภาพแวดล้อม น้ำที่ดิน ความหลากหลายทางชีวภาพ ทรัพยากรและพลังงานและสวัสดิภาพของสัตว์

ค. มิติเศรษฐกิจประกอบด้วยการลงทุนความเปราะบางคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ เศรษฐกิจ ชุมชน

ง. มิติสังคมที่มักมองเรื่องคุณภาพชีวิต ประกอบด้วยวิถีชีวิตที่มีคุณค่าการคาที่เป็นธรรม สิทธิแรงงานความเท่าเทียมความปลอดภัยของมนุษย์และสุขภาพความหลากหลายทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามในการศึกษาชิ้นนี้จะเลือกเฉพาะประเด็นมิติทางสังคมเป็นหลักและจะเลือกเฉพาะตัวชี้วัดบางตัวมาเลือกใช้เท่านั้น^{๓๒}

๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

เศรษฐกิจฐานรากมีอยู่ควบคู่กับเศรษฐกิจกระแสหลักและมีความคล้ายคลึงกับแนวคิด เศรษฐศาสตร์วัฒนธรรมและวัฒนธรรมชุมชน เศรษฐกิจฐานรากเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนที่มุ่งเน้น การกระจายความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจตามแนวระนาบหรือการกระจายตัว ขณะที่ระบบเศรษฐกิจทุนหรือเศรษฐกิจรัฐให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจตามแนวดิ่งหรือเป็นแบบกระจุกตัว ลักษณะสำคัญของระบบเศรษฐกิจชุมชน ได้แก่ หน่วยการผลิตอยู่ในครอบครัว มีการผลิตที่คำนึงถึงความอยู่รอดของครอบครัวเป็นสำคัญ มีการพึ่งพาตนเองด้านแรงงานและทรัพยากรท้องถิ่นภายในชุมชน เน้นการตลาดใกล้ตัวก่อนจะขยายออกไปสู่ตลาดไกลตัว นอกจากนี้ระบบเศรษฐกิจชุมชนจะต้องเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรม หรือเป็นลักษณะเศรษฐกิจที่เอื้อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาและพัฒนาตนเองได้ ซึ่งเป็นไปในทางตรงกันข้ามกับระบบเศรษฐกิจทุนที่เข้าไปรุกกล้าและทำลายความเป็นชุมชน เช่น สภาพการแก่งแย่งแข่งขันทางเศรษฐกิจทำให้ความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนเสื่อมถอยลงไป การผลักดันให้แรงงานครอบครัวกลายเป็นแรงงานรับจ้าง การให้คุณค่ามนุษย์เป็นเพียงแรงงานในระบบทุน^{๓๓} แนวคิดของเศรษฐกิจชุมชนนั้นมีความสอดคล้องกับ

^{๓๒} FAO., SAFA (Sustainability Assessment of Food and Agriculture systems) GUIDELINES, Version 3.0, (2014), p. 20 [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.cusri.chula.ac.th/> [๒๓ สิงหาคม ๒๕๖๒].

^{๓๓} ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), ๒๕๔๔).

หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กล่าวคือ แต่ละแนวคิดต่างให้ความสำคัญกับจัดการทุนภายในชุมชนอย่างสร้างสรรค์โดยไม่มุ่งหวังผลกำไรทางธุรกิจอีกทั้งยังมุ่งเน้นไปที่การพึ่งพาตนเองเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทุนภายในชุมชนที่กล่าวถึง คือ ทุนธรรมชาติ ทุนผลผลิต ทุนความรู้ ทุนภูมิปัญญา ทุนความสัมพันธ์อันดีที่พี่น้องและเครือญาติ เป็นต้น ที่สำคัญแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมุ่งเป้าไปที่การพัฒนาเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของชุมชนชนบท การให้ความสำคัญกับภาคการเกษตร การพึ่งพาตนเองเพื่อลดความเสี่ยงจากความเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอก การใช้ศักยภาพของชุมชนเป็นต้นทุนหลัก เน้นการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนและชุมชนมากกว่าการซื้อขายแลกเปลี่ยน และมีการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนากิจกรรมอย่างสร้างสรรค์^{๓๔}

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาตามแนวทางของเศรษฐกิจฐานรากเป็นหนทางหนึ่งของความอยู่รอดท่ามกลางเศรษฐกิจทุนหรือเศรษฐกิจกระแสหลักที่ทำให้ชุมชนเสี่ยงต่อความสูญเสียฐานทรัพยากรและความล่มสลายทางวัฒนธรรม ซึ่งอยู่ภายใต้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนที่นานาประเทศผลักดันเรื่อยมาทั้งนี้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนมุ่งเน้นการพัฒนาระบบเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สังคมแห่งความเสมอภาคและเท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากรและการดำรงชีวิต และอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยองค์ความรู้และภูมิปัญญาของตนเองเป็นสำคัญในประเทศไทย รัฐได้อัญเชิญหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักของการพัฒนาอย่างยั่งยืนนับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๙ (พ.ศ. ๒๕๔๕-๒๕๔๙) เป็นต้นมา เช่น การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ขณะเดียวกันชุมชนหลายแห่งในประเทศไทยยังคงเศรษฐกิจฐานรากด้วยสำนักแห่งความเป็นชุมชนและเข้าไปสัมพันธ์กับระบบทุนเท่าที่จำเป็น โดยการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเป็นต้นทุนการผลิต การผลิตข้าวเพื่อการบริโภค การอาศัยแรงงานครอบครัวและชุมชนในระบบการผลิต การใช้ชีวิตอย่างพอเพียง การรวมกลุ่มและเครือข่ายเพื่อการจัดสรรทรัพยากรและผลผลิตการดำรงไว้ซึ่งสังคมและวัฒนธรรมแห่งการพึ่งพาและช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เป็นต้น^{๓๕}

๒.๓.๑ ปัจจัยที่เป็นโอกาสของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

ตามเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน โอกาสของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากขึ้นกับทุนทางสังคม (Social Capital) ของชุมชนในฐานะปัจจัยนำเข้าเป็นสำคัญ ทุนทางสังคมหมายถึง การนำทุนหรือศักยภาพที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาอย่างบูรณาการ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุน

^{๓๔} กระทรวงศึกษาธิการ, **การจัดการและวางแผนธุรกิจ**, (กรุงเทพมหานคร: ศรีสยาม พริ้นท์แอนด์แพคเกจ, ๒๕๕๖).

^{๓๕} ทิววัลย์ สัจจันทร์, **พลวัตการเกษตรและเศรษฐกิจชุมชนภาคกลาง**, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยทรศน์, ๒๕๔๖).

กายภาพ ทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และทุนทางวัฒนธรรม^{๓๖} ทุนทางสังคมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการยึดโยงพลังทางสังคมในชุมชนอันเป็นพื้นฐานสำคัญของความเป็นชุมชนเข้มแข็งและการพัฒนาที่ยั่งยืน^{๓๗} อีกนัยหนึ่งทุนทางสังคมเปรียบเสมือนฐานพลังภายในชุมชนที่เข้าไปขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจชุมชน เช่น การกระจายแรงงาน เงินทุนและทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนเกิดขึ้นมาจากความสัมพันธ์อันดีต่อกัน วัฒนธรรมเอื้ออาทร ถ้อยทีถ้อยอาศัยและการช่วยเหลือเกื้อกูล การอาศัยทุนทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนเป็นฐานของการผลิต การรวมกลุ่มทางสังคมเพื่อร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ และสร้างอำนาจต่อรองทางธุรกิจ การถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาภายในชุมชน การช่วยกันดำเนินกิจกรรมการผลิตและกิจกรรมอื่นในชุมชน การสร้างเครือข่ายในการติดต่อสื่อสารหรือเจรจาต่อรองเศรษฐกิจ ดังนั้นการดำรงรักษาและรื้อฟื้นทุนทางสังคมจึงนับเป็นโอกาสของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มศักยภาพความอยู่รอดท่ามกลางความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคแห่งความทันสมัย และการเปิดรับระบบทุนขนาดใหญ่ที่เข้าไปใช้ทรัพยากรชุมชนได้อย่างเสรี

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (๒๕๕๐) อธิบายทุนทางสังคมในแง่ของการรวมกลุ่ม ร่วมคิด ร่วมทำผ่านความผูกพัน ความเชื่อใจ และวัฒนธรรมโดยมีองค์ประกอบที่ยึดโยงทุนทางสังคม ๔ ด้านได้แก่ ๑) คน ต้องมีคุณธรรมจริยธรรม มีศักยภาพในการเรียนรู้ รู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลง มีการรวมกลุ่ม มีความรู้และทักษะด้านอาชีพ ที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ๒) สถาบัน ช่วยหนุนเสริมพลังความร่วมมือของคนในชุมชน และทำให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างสันติ เช่น สถาบันครอบครัวช่วยหล่อหลอมจิตสำนึกเพื่อส่วนรวมและสำนึกผิดชอบชั่วดี สถานศึกษาช่วยสร้างศรัทธา ยึดเหนี่ยว และขัดเกลาจิตใจ สถาบันการเมืองการปกครองคอยควบคุมระเบียบและกฎระเบียบของสังคม สถาบันการศึกษาเป็นแหล่งความรู้เชิงวิชาการและบ่มเพาะคุณธรรมจริยธรรม เป็นต้น ๓) วัฒนธรรม กระตุ้นสำนึกในรากเหง้าและสำนึกในการสืบทอดความเชื่อ ความศรัทธาศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติ และ ๔) ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการดำรงชีวิตที่ได้รับการสั่งสมและปฏิบัติสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น

ประเทศไทยยังมีโอกาสของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากโดยการพัฒนาค้นทั้งด้าน ความรู้ ภูมิปัญญา ชีตความสามารถในการดำเนินงานและการวางแผนการทำงานอย่างมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างทุนทางสังคมที่เข้มแข็ง ในทำนองเดียวกัน ขวัญกมล ดอนขวา และณัชชา ลิมปศิริสุวรรณ^{๓๘}

^{๓๖} ปันณพงค์ วงศ์ณาศรี, “ทุนทางสังคมกับข้อเสนอเชิงนโยบายของการบูรณาการทุนทางสังคม เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น”, สารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๑ (๒๕๖๑): ๙๙-๑๑๔.

^{๓๗} ไพบูลย์ สงวนศิริธรรม, แผนแม่บทเพื่อการฟื้นฟูชาติ, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๑).

^{๓๘} ขวัญกมล ดอนขวา และณัชชา ลิมปศิริสุวรรณ, “โมเดลเชิงสาเหตุและผลของกระบวนการเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”, วารสารสมาคมนักวิจัย ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๘):

พบว่า ปัจจัยสำคัญของการขับเคลื่อนกระบวนการเศรษฐกิจชุมชนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการผลิต คือ ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้นำและสมาชิก กลุ่มอาชีพ กลุ่มหรือองค์กรของชุมชน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผู้นำและสมาชิกกลุ่มอาชีพสามารถร่วมคิดและวางแผนด้านการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ คือ การที่สมาชิกในชุมชนตระหนักถึงผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน และมีความตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีการจัดการกำไรส่วนเกินที่เกิดขึ้นเพื่อสาธารณประโยชน์ของชุมชน เช่น การอนุรักษ์เหยี่ยวชน คนชรา และคนพิการ การสนับสนุนระบบสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน การเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในชุมชน การสร้างการเรียนรู้กระบวนการดำเนินงานเศรษฐกิจชุมชน และปลูกฝังจิตสำนึกเพื่อส่วนรวมให้กับคนในชุมชน

นอกจากนี้ มงคล ด่านธานินทร์ ยังชี้ว่า การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนควรให้ความสำคัญกับปัจจัยต่อไปนี้ ๑) การพัฒนาผู้นำด้านเศรษฐกิจชุมชนให้มีทักษะด้านการบริหารจัดการ และมีความรู้ความสามารถด้านการวิเคราะห์การผลิต การแปรรูป การค้า และการติดต่อกับภายนอก ๒) การยกระดับความรู้ความสามารถของชาวบ้านด้านการผลิตและการแปรรูป ๓) การพัฒนาเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้เชิงอุดมการณ์และเทคนิคการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน ๔) การพัฒนากลุ่มและองค์กรชุมชนให้มีความรู้ความเข้าใจในการสร้างและดำเนินงานในรูปแบบของกลุ่ม ๕) การพัฒนาทุนพื้นฐานด้านเศรษฐกิจ โดยการระดมทุนออมทรัพย์เพื่อจัดตั้งกองทุนในหมู่บ้าน หรือการขอรับการสนับสนุนจากภายนอก ๖) การพัฒนาพื้นฐานทางกายภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งน้ำเพื่อการบริโภค และการเกษตรความพร้อมเหล่านี้จะช่วยให้อาชีพชุมชนสามารถดำเนินกิจกรรมการผลิตและนอกการผลิตได้อย่างต่อเนื่องรวมถึงการแปรรูป เช่น การทำจักสานไม้ไผ่และหวาย การทำดอกไม้ประดิษฐ์ การทำไวน์ผลไม้ การทำเครื่องปั้นดินเผา การสร้างพื้นที่ลานค้าชุมชนให้เป็นตลาดกลางซื้อขายสินค้า หรือการสร้างกิจกรรมร้านค้าชุมชนสำหรับจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสมาชิก การพัฒนาการท่องเที่ยว และการพัฒนาศูนย์ให้บริการแบบ One-Stop-Service เป็นต้น^{๓๔}

๒.๓.๒ องค์กรประกอบและตัวชี้วัดเศรษฐกิจฐานราก

องค์กรประกอบของเศรษฐกิจฐานรากที่ควรได้รับการส่งเสริมให้เข้มแข็งเพื่อผลักดันโอกาสของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน ได้แก่

๑) การเป็นเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเอง มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและเทคโนโลยีพื้นบ้านรวมทั้งสร้างพื้นฐานของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างเข้มแข็ง

๑๓๔, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.ar.or.th/ImageData/Magazine/38//DL_226.pdf?t=6 [๑๔ กันยายน ๒๕๖๓].

^{๓๔} มงคล ด่านธานินทร์, แนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๑).

๒) การพึ่งแรงงานภายในครอบครัว หรือให้ครอบครัวเป็นหน่วยการผลิต มีการพึ่งพากันเองในครอบครัวและชุมชน

๓) การสร้างกิจกรรมเศรษฐกิจที่ช่วยสร้างกระบวนการเรียนรู้ เพื่อให้ชุมชนมีความพร้อมทางกายใจและสติปัญญาในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ดี

๔) มีการพัฒนาอย่างบูรณาการ กล่าวคือ พัฒนาค้นคว้าไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมตลอดจนมีระบบการจัดการทุนมนุษย์ สังคม ทรัพยากร วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์และการเงิน

๕) มีระบบเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานคุณธรรมและวัฒนธรรมไทย ดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจด้วยสัจจะ ความดี เมตตา เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และธรรมะ

๖) มีการรวมกลุ่ม ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์ รวมทั้งร่วมสร้างพลังการเจรจาต่อรอง และการประสานงานอันเชื่อมโยงกับประชาสังคมและเศรษฐกิจพอเพียง

๗) มีสำนึกความเป็นเจ้าของร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมและพัฒนาชุมชน รวมทั้งมีระบบการอยู่ร่วมกันอย่างเคารพกติกาและจารีตประเพณีของชุมชน

๘) การร่วมมือประกอบอาชีพในและนอกภาคการเกษตร และขยายกลุ่มออกไปในระดับชุมชน

๙) มีความสามารถในการพัฒนาตนเองเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน มีการสร้างความร่วมมือหลายระดับ และเชื่อมโยงชุมชนและเครือข่ายการค้าดำเนินกิจกรรมนอกชุมชน

๑๐) การสร้างองค์กรและเครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อช่วยด้านการผลิต การแปรรูป การค้า กิจกรรมชุมชน การจัดสวัสดิการ เช่น การรวมตัวในรูปแบบสหกรณ์

๑๑) การรวมตัวกันของเครือข่ายระดับชาติที่ประกอบด้วยทุกภาคส่วนในสังคมเพื่อสร้างพลังของประชาคม ที่มีสังคมและวัฒนธรรมของตนเอง

๑๒) การสนับสนุนให้ชุมชนเป็นผู้ประกอบการทางเศรษฐกิจผ่านการตัดสินใจร่วมกันของคนในชุมชนนอกเหนือไปจากการผลิตเพื่อบริโภคอย่างพอเพียง

๑๓) การมีกลุ่มการผลิตและการจำหน่าย มีระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานและสามารถเพิ่มมูลค่าสู่การเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจภายนอกมีการตลาดที่เกษตรกรเป็นผู้กำหนดราคาได้เอง ไม่ใช่กำหนดราคาโดยตลาด

๑๔) มีการจัดเก็บข้อมูลที่รอบด้าน เป็นระบบ และทันสมัยนอกจากนี้ยังค้นพบ ตัวชี้วัดของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากออกเป็น ๕ ระดับ ซึ่งกำหนดโดยสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) หรือ พอช.^{๕๐} ดังนี้

(๑) ตัวชี้วัดระดับบุคคลหรือสมาชิก ทำบัญชีครัวเรือน อาชีพรายได้มั่นคง สุขภาพคนในครอบครัวแข็งแรง มีการปรับเปลี่ยนวิถีการผลิตไปสู่บริโภคในครัวเรือนโดยไม่เบียดเบียนผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม มีจิตสาธารณะเพิ่มขึ้น รวมทั้งวัดจากจำนวนเงินออมที่เพิ่มขึ้น จำนวนหนี้สินที่ไม่ก่อรายได้ลดลง จำนวนทรัพย์สินเพิ่มขึ้นนอกจากนี้ยังสามารถประเมินดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจระดับครัวเรือน^{๕๑} ดังนี้ ๑) ความเพียงพอและความสม่ำเสมอของการผลิตข้าวเพื่อการบริโภค ๒) ความมั่นคงของการผลิตพืชเพื่อขายโดยวัดจากความหลากหลายของชนิดพืช อัตราส่วนรายได้ต่อต้นทุนการผลิต สัดส่วนต้นทุนที่ไม่เป็นเงินต่อต้นทุนรวม และสัดส่วนกำไรสุทธิต่อรายได้จากการปลูกเพื่อขาย ๓) ความสมดุลทางเศรษฐกิจโดยวัดจากอัตราส่วนรายได้ต่อรายจ่ายในครัวเรือน การกักขังและความสามารถในการชำระหนี้ และ ๔) ภูมิคุ้มกันของครัวเรือน การมีอาหารเพียงพอกับสมาชิกในครัวเรือน การถือครองที่ดินเพื่อให้เป็นมรดกตกทอด ระบบการผลิตแบบพึ่งพาทรัพยากรในครัวเรือน ความรู้ในการจัดการรายจ่าย ความอบอุ่นของครอบครัว การได้รับปัจจัยพื้นฐานและสิทธิพื้นฐานอย่างเท่าเทียม

(๒) ตัวชี้วัดระดับกลุ่ม สมาชิกมีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก มีการบริหารจัดการอย่างโปร่งใส มีฐานข้อมูลสมาชิก มีการจัดสรรผลกำไรเพื่อประโยชน์ส่วนรวม มีคนทำงานหลากหลายวัยและกำหนดบทบาทหน้าที่ชัดเจน มีการขยายกิจกรรมเศรษฐกิจฐานราก มีการแบ่งปันปัจจัยการผลิตและผลผลิตที่เชื่อมโยงกับตลาดภายนอก รวมทั้งวัดจากร้อยละครัวเรือนที่ร่วมเป็นสมาชิก จำนวนสมาชิกกลุ่มกองทุนหมุนเวียน รายได้และผลกำไรจากการดำเนินงานของกลุ่ม นอกจากนี้ยังสามารถพิจารณาตัวชี้วัดทางการเงินจากความสามารถในการคืนเงินกู้ ความพอเพียงเงินกู้ ประสิทธิภาพการใช้จ่าย และการสืบทอดของคณะกรรมการ รวมทั้งพิจารณาตัวชี้วัดทางสังคมและคุณภาพชีวิตร่วมด้วยจากการมีส่วนร่วมของสมาชิก การมีเงินสวัสดิการที่เพียงพอ การเข้าถึงคนจน การประกอบอาชีพ เงินกู้ยืมที่ลดลง สังคมที่เท่าเทียม

(๓) ตัวชี้วัดระดับชุมชนหรือหมู่บ้าน มีการวิเคราะห์ศักยภาพ ปัญหา และทุนชุมชน มีแผนชีวิตหรือแผนแม่บทชุมชน มีการเชื่อมโยงการผลิต การแปรรูป และการบริการเพื่อประโยชน์ส่วนรวม มีการเชื่อมโยงทุนชุมชน มีระบบข้อมูลและชุดความรู้ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ รวมทั้งวัดจากร้อยละครัวเรือนที่ทำบัญชีครัวเรือน ร้อยละครัวเรือนที่มีอาชีพและรายได้มั่นคง ร้อยละครัวเรือนที่

^{๕๐} คณะอนุกรรมการยุทธศาสตร์เศรษฐกิจฐานราก (บก.), **คู่มือการส่งเสริม การพัฒนา ระบบเศรษฐกิจฐานราก**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักสนับสนุนขบวนการชุมชนและสำนักสื่อสารการพัฒนา สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน), ๒๕๕๙).

^{๕๑} อรทัย มิ่งฉัตร และกัลยารัตน์ ลิ้มเสวี, “ดัชนีความยั่งยืนของเศรษฐกิจระดับครัวเรือน ชุมชนปกากะญอบ้านห้วยส้มป่อย โครงการหลวง ห้วยส้มป่อย กลุ่มน้ำแม่เตี้ยะตอนบน จังหวัดเชียงใหม่”, **รายงานการวิจัย**, (เชียงใหม่: มูลนิธิโครงการหลวง, ๒๕๕๒), [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.faed.mju.ac.th/download/get_file.asp?ref=557 [๒๑ กันยายน ๒๕๖๓].

ผลิตเพื่อการบริโภค ร้อยละครัวเรือนที่สมาชิกวัยทำงานมีงานทำ ร้อยละครัวเรือนที่มีหนี้สินไม่ก่อรายได้อัตนลง ร้อยละครัวเรือนที่มีทรัพย์สินเพิ่มขึ้น ร้อยละครัวเรือนที่มีเงินออมเพิ่มขึ้น ร้อยละครัวเรือนที่ปรับเปลี่ยนไปสู่การผลิตที่ไม่เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และทรัพยากรธรรมชาติ และจำนวนพื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์และเกษตรกรรมยั่งยืน

(๔) ตัวชี้วัดระดับตำบล มีแผนพัฒนาตำบล มีเครือข่ายในตำบลและระหว่างตำบลที่เชื่อมโยงการผลิต การแปรรูป และการบริการ มีการเชื่อมเครือข่ายกับภาครัฐกิจและภาคีการพัฒนา ด้านการผลิตการแปรรูป และการบริการ มีการลงทุนระดับตำบล มีกลไกที่เป็นศูนย์กลางจำหน่าย และเชื่อมการตลาดและเจรจาทางการค้า มีการพึ่งพาตนเอง รวมทั้งวัดจากร้อยละครัวเรือนในตำบลที่ทำบัญชีครัวเรือนร้อยละครัวเรือนในตำบลที่มีอาชีพและรายได้มั่นคง ร้อยละครัวเรือนในตำบลที่ผลิตเพื่อการบริโภคร้อยละครัวเรือนในตำบลที่มีหนี้สินไม่ก่อรายได้อัตนลง ร้อยละครัวเรือนในตำบลที่มีทรัพย์สินเพิ่มขึ้นร้อยละครัวเรือนในตำบลที่มีเงินออมเพิ่มขึ้น จำนวนกลุ่มอาชีพ จำนวนกลุ่มที่มีการดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจฐานรากต่อเนื่อง ร้อยละของผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมเศรษฐกิจฐานราก จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสามารถจำหน่ายในตลาดในและนอกชุมชนได้ และจำนวนพื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์และเกษตรกรรมยั่งยืนในตำบล

(๕) ตัวชี้วัดระดับจังหวัด มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก มีกลไกร่วมระหว่างรัฐชุมชน เอกชนนักวิชาการ และประชาสังคมในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก มีการจัดทำผังเมืองสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก มีกลไกร่วมในการจัดการสินค้าจากชุมชนและตำบลสู่การกระจายไประดับจังหวัดมีการเชื่อมโยงเครือข่ายระดับจังหวัดเพื่อเชื่อมโยงทุนชุมชนสำหรับการพัฒนา มีการผลักดันนโยบายรัฐเพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งวัดจากระดับคุณภาพของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก จำนวนผลผลิตเด่นจากฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมจังหวัด การปรับนโยบายและกติกาสื่อต่อการประกอบกิจการชุมชน จำนวน SME ชุมชนที่ได้มาตรฐาน ร้อยละของพื้นที่เกษตรอินทรีย์ของจังหวัด จำนวนพื้นที่ที่มีการจัดโซนการผลิต

๒.๔ แนวคิดการจัดการความรู้ (KM)

นิยามของการจัดการความรู้

Newman, Brian - เป็นกลุ่มของกระบวนการต่าง ๆ ที่ดำเนินการเกี่ยวกับการสร้าง การกระจาย และการใช้ประโยชน์ของความรู้

Trapp - เป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยงานต่าง ๆ จำนวนมากซึ่งมีการบริหารจัดการในลักษณะของการบูรณาการ (Integrated) เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ที่คาดหวังไว้ การจัดการความรู้จึงเป็นแนวคิดองค์รวมที่จะจัดการบริหารจัดการทรัพยากรที่เป็นความรู้ในองค์กร^{๔๖}

^{๔๖} Trapp, H., *Benefits of An Intranet-Based Knowledge Management System Measuring the Effects*, (1999), [Online], from: <http://www.avinci.delcompetence/publikatioeu/diplomarbeitsheftolgetrapp.pdf> [Retrieved June 4, 2005].

Sveiby - เป็นศิลปะของการสร้างคุณค่าจากทรัพย์สินที่แตะต้องไม่ได้ (Intangible assets) ขององค์กรการจัดการความรู้เป็นการรวบรวมวิธีปฏิบัติขององค์กรและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างการนำไปใช้ และการเผยแพร่ความรู้และบริบทต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ^{๔๓}

สรุป การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการที่มีกระบวนการและเป็นระบบตั้งแต่การประมวลผลข้อมูล (Data) สารสนเทศ (Information) ความคิด (Knowledge) ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคล เพื่อสร้างความรู้ (Knowledge) และจะต้องมีการจัดเก็บในลักษณะที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ โดยอาศัยช่องทางที่สะดวก เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชุมชนให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนและสังคม และที่สำคัญต้องสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนในอดีต และการพัฒนาการจัดการความรู้จะต้องประกอบด้วย การจัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การลงทุน และการใช้เทคโนโลยี การบริการ การจัดการ สภาพแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์กรเอกชน ส่วนงานราชการที่เกี่ยวข้องเป็นสำคัญ

๒.๔.๑ กระบวนการจัดการความรู้

กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นกระบวนการที่จะช่วยให้เกิดพัฒนาการของความรู้ หรือการจัดการความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กร มีทั้งหมด ๗ ขั้นตอน คือ

๑) การค้นหา/บ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) สืบค้น/ค้นหา ภายในองค์กร/หน่วยงาน ว่ามีความรู้อะไร อยู่ในรูปแบบใด อยู่ที่ใครและความรู้อะไรที่องค์กรจำเป็นต้องมี เพื่อให้องค์กรวางแผนจัดการความรู้และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๒) การสร้างและการแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) เป็นขั้นตอนในการดึงความรู้จากแหล่งต่างๆ ที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายมารวมไว้ เพื่อจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ใช้

๓) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) เป็นขั้นตอนในการจัดทำสารบัญ และจัดแบ่งความรู้ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้รวบรวมการค้นหา การนำไปใช้ทำได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้โดยง่าย

๔) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) เป็นขั้นตอนการปรับปรุงและประมวลผลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจและใช้ได้ง่าย กำจัดความรู้ที่ไม่เกิดประโยชน์ตามเป้าหมายวิสัยทัศน์หรือเป็นขยะความรู้

๕) การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) ในการเข้าถึงความรู้ องค์กรต้องมีวิธีการในการจัดเก็บและกระจายความรู้เพื่อให้ผู้อื่นใช้ประโยชน์ได้ โดยทั่วไปการกระจายความรู้ให้ผู้ใช้มี ๒ ลักษณะ คือ

^{๔๓} Sveiby, K-E., What is knowledge management, (2001), [Online], from: <http://www.Sveiby.com.au/knowledgemanagement.html>. [Retrieved April 20, 2010].

“Push” การป้อนความรู้ เป็นการส่งข้อมูล/ความรู้ให้ผู้รับโดยผู้รับไม่ได้ร้องขอ เช่น การส่งหนังสือเวียนแจ้ง

“Pull” การให้โอกาสเลือกใช้ความรู้ โดยผู้รับสามารถเลือกรับหรือใช้แต่เฉพาะ ข้อมูล/ความรู้ที่ต้องการเท่านั้น

๖) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) การแบ่งปันความรู้ประเภท ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) การแบ่งปันความรู้ที่อยู่ในคน (Tacit Knowledge)

๗) การเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้ของบุคลากรจะทำให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ ขึ้นซึ่งจะไป เพิ่มพูนองค์ความรู้ขององค์กรที่มีอยู่แล้วให้มากขึ้นเรื่อย ๆ ความรู้นี้ก็จะถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความรู้ ใหม่อีกเป็นวงจรที่ไม่มีที่สิ้นสุด ที่เรียกว่า “วงจรแห่งการเรียนรู้”

โดยสรุปการจัดการความรู้เป็นกระบวนการหนึ่ง ซึ่งช่วยองค์การในการระบุ คัดเลือกรวบรวม เผยแพร่และโอนย้ายสารสนเทศที่มีความสำคัญ อีกทั้งยังประกอบด้วยความรู้และความชำนาญงานโดยจัดเก็บไว้ในฐานความรู้ขององค์การ ซึ่งความรู้เหล่านี้จะช่วยแก้ปัญหาอันเกิดจากการทำงานที่มักเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอโดยกระบวนการจะเริ่มต้นตั้งแต่ การระบุถึงความรู้ที่ต้องการ สร้างรูปแบบของกาจัดเก็บความรู้อย่างเป็นทางการ ในการเพิ่มมูลค่าของรู้นั้นทำได้ด้วยการนำความรู้ไปใช้อีกบ่อยครั้งเท่าที่ต้องการ ดังนั้นในองค์การที่ประสบผลสำเร็จจะต้องสามารถปรับเปลี่ยนความรู้ให้อยู่ในรูปแบบของทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) โดยมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบุคคลและการเผยแพร่กระจายความรู้อย่างกว้างขวาง จนก่อให้เกิดฐานความรู้ขนาดใหญ่ที่สามารถเรียกใช้เพื่อการแก้ไขปัญหภายในองค์การแห่งการเรียนรู้และยังนำไปสู่การสร้างความรู้ที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และมีการปรับเปลี่ยนความรู้ให้ทันสมัยขึ้นอย่างไม่มีวันจบสิ้น โดยที่วิภูจักรด้านการจัดการความรู้มี ๖ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การสร้างความรู้ ซึ่งกำหนดได้จากการกระทำของบุคคล

ขั้นตอนที่ ๒ การจับความรู้ โดยการคัดเลือกความรู้ที่มีมูลค่าและสมเหตุสมผล

ขั้นตอนที่ ๓ การปรับความรู้ โดยมีการจัดบริบทความรู้ใหม่ที่น่าไปปฏิบัติได้

ขั้นตอนที่ ๔ การเก็บความรู้ โดยทำ การจัดเก็บความรู้ที่มีประโยชน์ไว้ภายในฐาน ความรู้ ซึ่งผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกเมื่อที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ ๕ การจัดการความรู้ โดยทำการปรับความรู้ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ซึ่งมักจะมี การตรวจสอบและทบทวนถึงความตรงประเด็นและความถูกต้องของความรู้อยู่เสมอ

ขั้นตอนที่ ๖ การเผยแพร่ความรู้ โดยนำเสนอความรู้ซึ่งถูกจัดให้อยู่ในรูปแบบที่บุคคลต้องการไม่ว่าจะเป็นที่ใดหรือเวลาใดก็ตาม

๒.๔.๒ กรอบแนวคิดการจัดการความรู้

แผนผังอิชิคาวะ (Ishikawa diagram) หรือแผนผังก้างปลา (หรือในชื่ออื่นของไทยเช่น ตัวแบบทูน่า หรือตัวแบบปลาตะเพียน) เป็นกรอบแนวคิดอย่างง่ายในการจัดการความรู้ โดยให้การจัดการความรู้เปรียบเสมือนปลา ซึ่งประกอบด้วยส่วนหัว ลำตัว และหาง แต่ละส่วนมีหน้าที่ที่ต่างกัันดังนี้

๑) ส่วนหัวและตา (Knowledge Vision - KV) มองว่ากำลังจะไปทางไหน ซึ่งต้องตอบให้ได้ว่า "ทำ KM ไปเพื่ออะไร"

๒) ส่วนกลางลำตัว (Knowledge Sharing - KS) ส่วนที่เป็นหัวใจให้มีความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่วยเหลือ เกื้อกูลกันและกัน

๓) ส่วนหาง (Knowledge Assets - KA) คือ สร้างคลังความรู้ เชื่อมโยงเครือข่าย ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ "สะบัดหาง" สร้างพลังจากชุมชนแนวปฏิบัติ

สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.) ในประเทศไทย ได้พัฒนาตัวแบบทูล่า เป็น "ตัวแบบปลาตะเพียน" โดยมองว่าองค์กรมีหน่วยงานย่อย ซึ่งมีความแตกต่างกัน รูปแบบความรู้ แต่ละหน่วยจึงต้องปรับให้เหมาะสมกับบริษัทของตน แต่ทั้งฝูงปลาจะหันหน้าไปทิศทางเดียวกัน

กรอบความคิดของ Holsapple^{๔๔} ได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับพัฒนาการของแนวคิดของการจัดการความรู้ ๑๐ แบบมาประมวลซึ่งแสดงถึงส่วนประกอบของการจัดการความรู้ (KM elements) เพื่อนำไปจัดระบบเป็นองค์ประกอบหลัก ๓ ด้านของการจัดการความรู้ (Three-fold framework) ได้แก่ ทรัพยากรด้านการจัดการความรู้ กิจกรรมการจัดการความรู้และอิทธิพลของการจัดการความรู้ และให้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ให้ข้อคิดเห็น วิจารณ์และข้อเสนอแนะ ได้ผลออกมาเป็นกรอบความร่วมมือ (Collaborative Framework)

๒.๔.๓ ทักษะเพื่อการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ

ถ้าทุกคนในองค์กรมีแนวทางการจัดการความรู้โดยมีการเรียนรู้ และมีการพัฒนาแนวความคิดตลอดจนพัฒนาความสามารถใหม่ๆ ของตนเองให้เกิดขึ้นและเคลื่อนไหวอยู่ในองค์กรตลอดเวลา จะส่งผลดีต่อองค์กรโดยรวม ซึ่งการเรียนรู้ในองค์กรนั้น ประกอบด้วยหลักการ ๕ ประการ (The Fifth Discipline) ตามแนวคิดของ Senge^{๔๕} ที่กล่าวว่าเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ทั้งองค์กร ดังนี้

๑) มีความคิดความเข้าใจเชิงระบบ (System Thinking) โดยทุกคนต้องมีความสามารถในการเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบ นอกจากมองภาพรวมแล้ว ต้องมองรายละเอียดของส่วนประกอบย่อยในภาพนั้นให้ออกด้วย ซึ่งหลักการข้อนี้สามารถแก้ไขปัญหาที่สลับซับซ้อนต่าง ๆ ภายในองค์กรได้

^{๔๔} Holsapple, C. W., & K. D. Joshi., "An Investigation of Factors that Influence the Management of Knowledge in Organizations", *Journal of Strategic Information Systems*, Vol. 9 No. 2/3, (2001): 235-260.

^{๔๕} Senge, P. M., *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*, (New York: Doubleday, 1990).

๒) มุ่งสู่ความเป็นเลิศและรอบรู้ (Personal Mastery) โดยมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองให้ไปถึงเป้าหมายด้วยการสร้างวิสัยทัศน์ของตนเอง (Personal Vision) เมื่อลงมือกระทำต้องกระทำด้วยความมุ่งมั่นสร้างสรรค์ มีการใช้ข้อมูลข้อเท็จจริง เพื่อคิดวิเคราะห์และตัดสินใจ (Commitment to the Truth) อย่างเป็นระบบ ซึ่งการคิดตัดสินใจที่ดีและเป็นระบบนั้น จะช่วยให้การทำงานดำเนินไปด้วยดีโดยอัตโนมัติ

๓) มีรูปแบบวิธีการคิดและมุมมองที่เปิดกว้าง (Mental Model) โดยผลลัพธ์ที่จะเกิดจากรูปแบบแนวคิดนี้จะออกมาในรูปของผลลัพธ์ ๓ ลักษณะ คือ

(๑) เจตคติ หมายถึง ท่าทีหรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์ หรือเรื่องราวใดๆ

(๒) ทศนคติหมายถึง แนวความคิดเห็น

(๓) กระบวนทัศน์หมายถึง กรอบความคิด หรือแนวปฏิบัติที่ปฏิบัติตามๆ กันไปจนกระทั่งกลายเป็นวัฒนธรรมองค์การในที่สุด

๔) มีการสร้างและสานวิสัยทัศน์ร่วมกันของคนในองค์การ (Shared Vision) โดยวิสัยทัศน์ขององค์การ นับว่าเป็นความมุ่งหวังขององค์การที่ทุกคนต้องร่วมกันบูรณาการให้เกิดเป็นรูปธรรมในอนาคต ซึ่งลักษณะวิสัยทัศน์ขององค์การที่ดี คือ กลุ่มผู้นำต้องเป็นฝ่ายเริ่มต้นนำเข้าสู่กระบวนการพัฒนาวิสัยทัศน์อย่างจริงจัง ซึ่งวิสัยทัศน์จะต้องมีรายละเอียดชัดเจนเพียงพอที่จะนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติได้ และวิสัยทัศน์ขององค์การต้องเป็นภาพบวกต่อองค์การเสมอ และ

๕) มีการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learn) โดยองค์การมุ่งเน้นให้ทุกคนในทีมมีส่วนร่วมกันว่า กำลังทำอะไร ทำอย่างไร และจะทำอะไรต่อไปซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณค่าของงานอย่างแท้จริงนั่นเอง

๒.๔.๔ การจัดการความรู้สู่ความสำเร็จ

ปัจจุบันการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้หลายองค์การพยายามสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจของตนเอง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ในการทำงาน เพื่อให้การทำงานนั้น สะดวกรวดเร็วลดความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้น แต่ทั้งนี้ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยในการขับเคลื่อนองค์การให้เจริญก้าวหน้า นั่นก็คือ “บุคลากรในองค์การ” โดยบุคลากรในองค์การจะต้องมีการพัฒนาความรู้ อยู่สม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและนำไปสู่ประสิทธิผลขององค์การนั่นเอง ซึ่งการที่จะทำให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการเพิ่มคุณภาพของบุคลากร โดยการให้ความสำคัญกับความรู้ ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าอย่างยิ่งขององค์การ

ทั้งนี้ ทุกคนในองค์การจึงจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ต้องรับผิชอบต่อความคิดใหม่ๆ ของตน และต้องพยายามพัฒนาความคิดเหล่านั้นให้เป็นจริงที่สุดเท่าที่จะทำได้ ส่วนผู้นำมีหน้าที่สร้างสภาพแวดล้อมที่เปิดโอกาสให้บุคลากรได้เพิ่มพูนความรู้และดำเนินตามความคิดของบุคลากรเอง (Marquardt, 1996) ดังนั้น แนวคิดในการบริหารจัดการองค์การ ที่ได้รับความสนใจอย่างมากก็คือ

แนวคิดการจัดการความรู้ โดยแนวคิดการจัดการความรู้ได้เริ่มต้นและเป็นที่ยอมรับอย่างสูง ในช่วงปี ค.ศ. ๑๙๙๕-๑๙๙๖ หลังจากที Kujiro Nonaka และ Hirotaka Takeuchi ตีพิมพ์หนังสือ “The Knowledge Creating company” ออกมาเผยแพร่ ซึ่งทั้งสองท่านได้เสนอแนวคิดที่เน้นเรื่องการสร้างและกระจายความรู้ในองค์กรระหว่างความรู้ที่มีอยู่ในตัวคน/รู้ความโดยนัย (Tacit Knowledge) กับความรู้ที่อยู่ในรูปแบบสื่อ/เอกสาร/ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) โดยใช้โมเดล SECI-Knowledge Conversion ในการอธิบาย ทำให้หนังสือดังกล่าว มีอิทธิพลอย่างสูงต่อวงการธุรกิจ ตั้งแต่ปี ๑๙๙๗ เป็นต้นมา ความรู้ที่มีอยู่ในตัวคน/รู้ความโดยนัยเป็นความรู้ที่สามารถถ่ายโอนผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมที่เป็นความรู้โดยปริยายในผู้อื่น ซึ่งความรู้โดยปริยายนี้ จะกลายเป็นความรู้ที่ชัดแจ้งผ่านกระบวนการถ่ายโอนความรู้ โดยความรู้ที่ชัดแจ้งจะสามารถโอนไปยังความรู้ที่ชัดแจ้งในคนอื่น ๆ ผ่านกระบวนการของการรวมกันนั่นเอง โดย The SECI model เป็นกระบวนการในการสร้างความรู้ที่เกิดจากการผสมผสานระหว่าง ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) ที่ประกอบด้วย ๔ กระบวนการ คือ

S = Socialization คือ การสร้างความรู้ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์โดยการพบปะสมาคม และพูดคุยกับผู้อื่น ซึ่งจะเป็นการถ่ายทอด แบ่งปันความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลไปให้ผู้อื่น

E = Externalization คือ การนำความรู้ในตัวบุคคลที่ได้นำมาพูดคุยกันถ่ายทอดออกมาให้เป็นสิ่งที่จับต้องได้หรือเป็นลายลักษณ์อักษร

C = Combination คือ การผสมผสานความรู้ที่ชัดแจ้งมารวมกัน และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้สามารถนำความรู้นั้นไปใช้ในทางปฏิบัติได้

I = Internalization คือ การนำความรู้ที่ได้มาใหม่ไปใช้ปฏิบัติหรือลงมือทำจริงๆ โดยการฝึกคิด ฝึกแก้ปัญหาจนกลายเป็นความรู้และปรับปรุงตนเอง

ทั้งนี้ ผู้นำทางธุรกิจมากมายต่างตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ อีกทั้งมีการตีพิมพ์หนังสือเกี่ยวกับแนวคิดนี้ออกเป็นจำนวนมากและได้รับความนิยมนิยามแพร่หลาย ได้แก่ “Intellectual Capital” ของ Tom Stewart, “The New Organization Wealth” ของ Karl Erik Sveiby^{๔๖} และ “The Ken Awakening” ของ Debra Amiotion นอกจากนี้ Stewart^{๔๗} ได้เสนอแนวคิดว่า ความรู้เป็นทรัพยากรที่สำคัญมากกว่าทรัพย์สินทางการเงิน ตำแหน่งทางการตลาด เทคโนโลยี หรือสินทรัพย์อื่นๆ ขององค์กร ดังนั้น บริษัทต่างๆ ต้องเพิ่มขีดความสามารถในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและผู้บริโภคผ่านกระบวนการจัดการความรู้ โดยองค์กรจะต้องเปลี่ยนแปลงระบบโครงสร้าง และวิธีการสื่อสาร เพื่อแก้ไขปัญหาขององค์กร

^{๔๖} K. Sveiby., *The New Organization Wealth: Managing and Measuring Knowledge-Base Assets*, (San Francisco: Barrett-Koehler, 1997).

^{๔๗} Stewart, Thomas A., *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*, (New York: Doubleday, 2001).

(Davenport & Prusak)^{๔๘} เนื่องจากความรู้เปรียบเสมือนพลังงานที่สำคัญสำหรับองค์กรแห่งการเรียนรู้ซึ่งจะทำให้องค์กรเติบโตก้าวหน้าต่อไป นอกจากนี้ Nanoka และ Takeuchi^{๔๙} ได้อธิบายเรื่อง การจัดการความรู้ไว้อย่างน่าสนใจว่า ความสามารถขององค์กรในการสร้างสรรค์ จัดเก็บ และกระจายความรู้เป็นความสามารถที่สำคัญของการเป็นผู้นำในการแข่งขันทั้งในด้านคุณภาพ ความรวดเร็ว นวัตกรรม และราคาซึ่งการที่องค์กรจะสามารถแปลงความรู้เป็นพลังแห่งองค์กรได้นั้น ต้องอาศัยการพัฒนาและการนำเอากระบวนการรวมถึงกลไกต่างๆ มารวมกันจัดเก็บเป็นความรู้ เพื่อส่งเสริมและกระจายความรู้ออกไป ทั้งนี้ เพื่อง่ายต่อการนำไปใช้ประโยชน์ ในขณะที่ Marquardt ได้เสนอตัวแบบเชิงระบบของการจัดการความรู้จากแหล่งความรู้ไปสู่การใช้ความรู้ให้เป็นประโยชน์ มี ๖ ขั้นตอนได้แก่

- ๑) การแสวงหาความรู้ (Acquisition)
- ๒) การสร้างความรู้ (Creation)
- ๓) การจัดเก็บความรู้ (Storage)
- ๔) การวิเคราะห์และทำเหมืองความรู้ (Analysis and Data Mining)
- ๕) การถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ (Transfer and Dissemination) และ
- ๖) การประยุกต์ใช้และการทำให้ข้อมูลถูกต้องและเที่ยงตรง (Application and Validation)

โดย Marquardt เสนอแนวคิดไว้ว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้ จะเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล เมื่อดำเนินการตามกระบวนการทั้ง ๖ ขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นตามลำดับอย่างต่อเนื่องโดยสิ่งที่ Marquardt^{๕๐} ได้กล่าวถึงไว้นี้ Nanoka เรียกว่า ทูทางปัญญาที่มีในตัวพนักงาน ซึ่งได้แก่ ความชำนาญ ความทรงจำความเชื่อ และสมมติฐานต่างๆ ของบุคคล ซึ่งล้วนแต่มีค่าต่อองค์กรเป็นอย่างยิ่ง ความรู้เช่นนี้ยากที่จะอธิบายหรือสื่อสารออกมาได้ แต่สามารถทำให้เกิดประโยชน์อย่างใหญ่หลวงต่อองค์กรได้ สำหรับ Hurley and Green^{๕๑} ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า การจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่มีการจัดระเบียบเพื่อสร้างสรรค์องค์กร และใช้ความรู้เพื่อสนับสนุนและปรับปรุงองค์กรโดย Franklin ได้กล่าวว่า ความสำเร็จของการจัดการความรู้เกิดจากการผสมผสานการทำงานระหว่างองค์ประกอบของการจัดการความรู้ ซึ่งประกอบไปด้วยสิ่ง

^{๔๘} Davenport, T., & Prusak, L., **Working knowledge: How organizations manage what they know**, (Boston: Harvard Business School Press, 1998).

^{๔๙} Nonaka, I. & Takeuchi, H., **Hitobashi on knowledge**, (Singapore: John Wiley and Sons, 2004).

^{๕๐} Marquardt, M. J., **Building the Learning Organization: A System Approach to Quantum Improvement and Global Success**, (New York: McGraw-Hill, 1996).

^{๕๑} Hurley, T. A., and Green, C.W., "Knowledge Management And The Nonprofit Industry: A Within And Between Approach", **Journal of Knowledge Management Practice**, (May, 2004), [Online], from: <http://www.tlinc.com/articl66.htm> [Retrieved 11 July 2021].

ต่อไปนี้เป็น^{๕๒}

๑) คน (People) เป็นกลยุทธ์หลักที่องค์การใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมุ่งที่ความสามารถของคนในองค์การที่จะสร้างนวัตกรรมและมีความคล่องตัวที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามสภาวะการณ์ การพัฒนาคนในองค์การจึงมีความสำคัญอันดับแรก

๒) กระบวนการ (Process) ของการจัดการความรู้ประกอบด้วยแนวทางและขั้นตอนของการจัดการความรู้ต้องระบุประเภทของสารสนเทศที่ต้องการ ทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก เป็นการแยกแยะว่า ความรู้ชนิดใดที่ควรนำมาใช้ในองค์การ แล้วนำความรู้้นั้นมากำหนดโครงสร้างรูปแบบและตรวจสอบความถูกต้องขั้นตอนของการจัดการความรู้ จึงประกอบไปด้วย ๓ ขั้นตอนได้แก่

(๑) การจัดหาความรู้จากแหล่งความรู้ต่างๆ (Knowledge Acquisition) ซึ่งเป็นขั้นตอนของการพัฒนาและการสร้างความรู้ใหม่ เช่น การวิจัยและพัฒนาซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชุมศักดิ์ อินทร์รักษ์^{๕๓} ที่กล่าวสนับสนุนว่า การได้มาซึ่งความรู้จำเป็นต้องอาศัยการวิจัย จะทำให้มีความรู้ใหม่อยู่เสมอ เมื่อนำผลการวิจัยไปใช้ก่อให้เกิดปัญหาใหม่ก็มีการวิจัยใหม่ ค้นพบสิ่งใหม่และมีการนำผลการวิจัยนั้นไปพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

(๒) การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) เป็นการใช้ความรู้ร่วมกันในองค์การมี ๔ ระดับได้แก่ Know What (รู้ว่าคืออะไร) Know How (รู้วิธีการ) Know Why (รู้เหตุผล) และ Care Why (ใส่ใจกับเหตุผล)

(๓) การใช้หรือเผยแพร่ความรู้ (Knowledge Utilization) เป็นการเผยแพร่ความรู้ให้คนในองค์การสามารถเข้าถึงความรู้ในองค์การได้เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจและการดำเนินงาน

๓) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) เป็นเครื่องมือที่พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของความรู้ในองค์การให้เป็นความรู้ที่เกิดประโยชน์ต่อบุคคลในเวลาและรูปแบบที่บุคคลนั้นต้องการ เรียกว่า “ระบบบริหารความรู้”

นอกจากนี้ยังมีผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลช่วยสนับสนุนต่อการใช้ความรู้ร่วมกันขององค์การ คือการมีวัฒนธรรมองค์การแบบเปิดเผยไว้วางใจกัน มีค่านิยมร่วมกัน ตลอดจนการส่งเสริมความคิดริเริ่ม กล้า คิด กล้า ทำในสิ่งใหม่และการมีระบบการให้รางวัลแก่ผู้ที่มีผลการ

^{๕๒} Franklin, Ben., **Knowledge management synergy**, (2007), [Online], from: <http://www.providersedge.com.kma> [Retrieved 11 July 2021].

^{๕๓} ชุมศักดิ์ อินทร์รักษ์, **การบริหารงานวิชาการและการนิเทศภายในสถานศึกษา**, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (ปัตตานี: ฝ่ายเทคโนโลยีทางการศึกษา สำนักงานวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, ๒๕๕๑).

ปฏิบัติงานที่ดีเยี่ยม (Gruber)^{๕๔} ขณะเดียวกัน Hussain and Others^{๕๕} ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วยวัฒนธรรมองค์การ ยุทธศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hurley^{๕๖} ที่ศึกษาพบว่า รูปแบบสำหรับการจัดการความรู้นั้นควรประกอบด้วยพื้นฐานทางด้านข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยี วัฒนธรรม และองค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันประกอบด้วยปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และปัจจัยด้านกระบวนการ

ดังนั้น เมื่อสรุปโดยภาพรวมจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของการจัดการความรู้ที่นำไปสู่ความสำเร็จ ประกอบด้วย

๑) วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นหลักการสำคัญในการนำเอาการจัดการความรู้มาปฏิบัติในองค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องเริ่มต้นด้วยความเข้าใจถึงวิสัยทัศน์ พันธกิจและยุทธศาสตร์ขององค์การ เนื่องจากยุทธศาสตร์เป็นตัวบ่งบอกถึงทิศทางในทางปฏิบัติว่าองค์การควรทำงานอย่างไร เพื่อให้วิสัยทัศน์ที่ถูกกำหนดขึ้นสัมฤทธิ์ผลได้มากที่สุด และต้องสื่อสารถึงวิสัยทัศน์ขององค์การ ให้บุคลากรในองค์การเข้าใจอย่างชัดเจน

๒) มีบุคลากรที่มีความสามารถมีทักษะในการเรียนรู้คิดทำสิ่งใหม่ๆ และสามารถแก้ไขปัญหาได้ ตลอดจนมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

๓) ภาวะผู้นำแห่งการเรียนรู้ การจัดการความรู้จะต้องมีผู้นำที่มีบุคลิกภาพของความเป็นผู้นำ และพร้อมให้การสนับสนุนผู้ใต้บังคับบัญชา เปิดโอกาสให้ผู้ตามมีอิสระในการทำงานและได้พัฒนาตนเอง

๔) โครงสร้างขององค์การ การจัดระบบโครงสร้างขององค์การที่กระจายอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบและส่งเสริมการมีส่วนร่วม มีการติดต่อสัมพันธ์กันภายในและภายนอกองค์การเพื่อให้เกิดการประสานงานที่ดี

^{๕๔} Gruber. H.G., “Does organizational Culture Affect the Sharing of Knowledge, The Case of A Department in High-Technology Company”, **A thesis**, The Faculty of Graduate Studies and Research in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Master of Management Studies, (Ontario: Carleton University Ottawa, 2000).

^{๕๕} Hussain, Fareed and Others., **Managing Knowledge Effectively**, [Online], from: <http://www.tlinc.com/articl66.htm> [Retrieved 15 April 2021].

^{๕๖} Hurley, T. A. & Green. C. W., **Creating a knowledge management culture : the role of task, structure, technology and people in encouraging knowledge creation and transfer**, [Electronic Version], Retrieve June 8, 2008, from Mid West Academy Web site :[http://64.233.169.104/searchq= cache: 3bHjmNR6rwJ:www.midwestacademy.org/Proceedings/2005/papers/HurleyGreen %2520revision.](http://64.233.169.104/searchq=cache:3bHjmNR6rwJ:www.midwestacademy.org/Proceedings/2005/papers/HurleyGreen%2520revision.)

๕) บรรยากาศและวัฒนธรรมองค์การเป็นแบบเปิดเผย ผู้ปฏิบัติงานร่วมมือกันทำงานเป็นอย่างดีมีความพึงพอใจในการทำงาน ไว้วางใจและยอมรับซึ่งกันและกัน ตลอดจนมีค่านิยมร่วมกันและทำงานเป็นทีม

๖) เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการสื่อสารแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลและช่วยในการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ

๗) ระบบการจัดการ มีการจัดระบบงานซึ่งมีบุคลากรรับผิดชอบ มีระบบและกลไกการนิเทศและการประกันคุณภาพภายในอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

๘) การเสริมแรงจูงใจ ให้การเสริมแรงจูงใจแก่บุคลากรเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน การส่งเสริมความก้าวหน้าการยกย่องชมเชยและการให้รางวัล

๒.๔.๕ การจัดการความรู้กับวัฒนธรรมองค์การ

จากการศึกษางานวิจัยของ Patrick S. W. Fong and Cecilia W. C. Kwok^{๕๗} ที่ได้ทำการศึกษา เรื่องวัฒนธรรมองค์การและการจัดการความรู้ ความสำเร็จในระดับโครงการและองค์การพบว่า กลยุทธ์การจัดการความรู้มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงองค์การและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์การ โดยการจัดการความรู้จะดำเนินการได้ผลดีนั้น ต้องประกอบไปด้วยการได้รับความร่วมมือจากพนักงานในองค์การ การวิจัยการประชุมสัมมนา การมีปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคล ภาระงานและอินเทอร์เน็ต ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์ในการแข่งขัน โดยถ้าองค์การมีสิ่งเหล่านี้จะทำให้องค์การสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ดังนั้นวัฒนธรรมองค์การ (Organization Culture) นั้นนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้บริหารไม่ควรมองข้าม เนื่องจากการที่องค์การมีวัฒนธรรมที่เข้มแข็งจะเป็นแนวทางที่ผู้บริหารสามารถใช้ในการที่จะนำพาองค์การไปสู่ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้เช่นกัน ซึ่งแนวคิดด้านวัฒนธรรมองค์การของ Dension (2007) ได้นำเสนอรูปแบบของการตรวจสอบวัฒนธรรมองค์การ สำหรับนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่กระทบต่อผลการปฏิบัติงาน โดยแบ่งเป็น ๔ รูปแบบ ซึ่งอาศัยเกณฑ์ของความยืดหยุ่นและความมั่นคงกับการมุ่งเน้นภายในและภายนอกองค์การซึ่งประกอบไปด้วย

๑) การมีส่วนร่วมแบบเกี่ยวข้องในการปฏิบัติพันธกิจ (Involvement) สมาชิกในองค์การจะรู้สึกได้ถึงมีส่วนร่วมขององค์การ เนื่องจากได้รับอำนาจให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการบริหารงานอย่างเต็มที่ (Empowerment) และลักษณะการทำงานที่มุ่งเน้นทีมงาน (Team Orientation) ทำให้เกิดการพัฒนาความสามารถของบุคลากร

๒) ความสอดคล้องต้องกัน (Consistency) ของสมาชิกในองค์การทำให้การทำงานบรรลุเป้าหมายได้ดี เนื่องจากพนักงานมีการยอมรับในค่านิยม (Core Value) ร่วมกันซึ่งนำไปสู่ความรู้สึกอัน

^{๕๗} Patrick S. W. Fong. & Cecilia W. C. Kwok., “Organizational Culture and Knowledge Management Success at Project and Organizational Levels in Contracting Firms”, *Journal of construction engineering and management*, Vol. 135 No. 12 (December, 2009): 1348-1356.

เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันด้วยการร่วมคาดหวังสิ่งที่ตรงกันทำให้เกิดการตกลงเห็นพ้องต้องกัน (Agreement) ได้ง่ายขึ้น สามารถหาข้อสรุปในประเด็นที่ต้องการวิพากษ์วิจารณ์ร่วมกันส่งผลให้มีการทำงานร่วมกันเป็นอย่างดีโดยอาศัยการประสานงานระหว่างหน่วยงานและนำงานนั้นมาบูรณาการร่วมกัน (Coordination and Integration) จนงานเสร็จสิ้น

๓) ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) เป็นการมุ่งตอบสนองสิ่งแวดล่อมภายนอกองค์กร การปรับตัวได้ดั่งนั้น คือ การสร้างสรรค์การเปลี่ยนแปลง (Creating Change) ดังนั้นองค์กรจึงต้องมีการเรียนรู้คือ การสะสมความรู้และพัฒนาความสามารถของบุคลากรให้มากขึ้น เพื่อที่จะให้รับและแปลความหมายจากสัญญาณที่ส่งมาจากสิ่งแวดล่อมภายนอกในการสร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดขึ้น

๔) การมุ่งเน้นพันธกิจ (Mission) เมื่อองค์กรตั้งมั่นในพันธกิจนั้นหมายถึง ทุกคนในองค์กรต้องร่วมรับรู้ในพันธกิจนั้นและสามารถเข้าใจถึงทิศทางของกลยุทธ์ที่องค์กรใช้ในพันธกิจนั้น เมื่อทุกคนสามารถก้าวตามที่กลยุทธ์กำหนดแล้วก็จะสามารถมุ่งไปยังเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับพันธกิจและวิสัยทัศน์ขององค์กรนอกจากนี้

จากการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการความรู้เชิงมโนทัศน์ของ Lee (1997) ซึ่งได้อธิบายว่ากระบวนการจัดการองค์ความรู้จะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้เป็นคือ วัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ความรู้ สาธารณูปโภคทางเทคโนโลยี ข้อมูลสารสนเทศ ความรู้ ความรู้เกี่ยวกับองค์กร การปฏิบัติที่ดีที่สุดในองค์กร และสมรรถนะหลักและการบูรณาการสมรรถนะหลัก การจะนำรูปแบบจัดการความรู้แบบใดไปใช้ในองค์กรนั้น ต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรนั้นๆ ที่สำคัญคือต้องเหมาะสมกับวัฒนธรรมขององค์กรนั้นๆ ด้วย ซึ่งแต่ละองค์กรไม่จำเป็นต้องยึดติดรูปแบบใดแบบหนึ่ง ซึ่งองค์กรหนึ่งอาจใช้รูปแบบหนึ่งประสบความสำเร็จ แต่รูปแบบนั้นอาจไม่สามารถนำไปใช้ในอีกองค์กรหนึ่งได้ บางองค์กรอาจต้องใช้รูปแบบการจัดการความรู้แบบผสมผสานกันหลายรูปแบบจึงจะสำเร็จ

๒.๔.๖ การจัดการความรู้กับภาวะผู้นำในองค์กร

สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผลการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรมีประสิทธิภาพ นั่นคือ ภาวะผู้นำของผู้บริหารนั่นเอง ซึ่งผู้นำต้องไม่เพียงมีอำนาจตามหน้าที่ในการบริหารเท่านั้น ยังต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์และความรู้สึกของบุคลากรด้วย โดยเป็นการนำผ่านการมอบหมายอำนาจหน้าที่และการสนับสนุน ทั้งนี้ผู้นำต้องสนับสนุนให้มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ให้มีการทำงานเป็นทีมและสามารถพัฒนาบุคลากรที่มีความแตกต่างกันได้ ผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะใช้มุมมองด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้เชื่อมโยงกับส่วนอื่นๆ ทำให้เกิดการพัฒนาคนและความเป็นมืออาชีพได้ (Daft, 2006) ดังนั้นความสำคัญของผู้นำมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งลูกค้าคู่แข่ง เทคโนโลยีและกฎหมาย ผู้นำอาจเป็นตัวแปรไปสู่ความล้มเหลวในการปฏิบัติงานตามระบบงานได้ (Suvasubramaniam,

Murry, Avolio, & Jung, 2002 อ้างถึงใน นพคุณ ทอดสนิท, ๒๕๕๒)^{๕๘} ทั้งนี้แนวคิดของ Bass and Avolio^{๕๙} ได้กล่าวถึงภาวะผู้นำแบบที่มีพิสัยเต็ม (The full range of leadership) ว่าเป็นช่วงของการใช้ภาวะผู้นำทั้งสามแบบที่มีความต่อเนื่องกันระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) และภาวะผู้นำแบบตามสบาย (Laissez-faire leadership) โดย

- ๑) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) ประกอบไปด้วย
 - (๑) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized influence)
 - (๒) การจูงใจเพื่อสร้างแรงดลใจ (Inspirational leadership)
 - (๓) การกระตุ้นการใช้ทุนทางปัญญา (Intellectual stimulation)
 - (๔) การคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized consideration)
- ๒) ภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) ประกอบไปด้วย
 - (๑) การให้รางวัลตามสถานการณ์ (Contingent reward)
 - (๒) การบริหารแบบวางเฉย (management by exception)
- ๓) ภาวะผู้นำแบบตามสบาย (Laissez-faire leadership)

จากการที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพจะมีแนวทางเพื่อริเริ่มสิ่งใหม่โดยมุ่งเน้นให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งให้อิสระเพื่อให้เกิดการพัฒนา ส่วนภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนให้ความสำคัญกับความสมดุลของงานที่ทำอยู่ มีการควบคุมการทำงานที่ชัดเจนเน้นในเรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นหลัก ส่วนภาวะผู้นำแบบตามสบายนั้นผู้บริหารจะปล่อยให้สิ่งต่าง ๆ เกิดขึ้นหรือปล่อยให้ตามยถากรรมมากกว่า เมื่อเกิดปัญหาหรือข้อผิดพลาดก็จะวางเฉยไม่สนใจเกี่ยวข้องแต่จะพยายามเอาตัวรอดไม่ตัดสินใจ ไม่ให้ข้อมูลย้อนกลับ ไม่สนใจหรือให้แรงจูงใจแก่ผู้บังคับบัญชา เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้นำยังมีหน้าที่ สร้างสภาพแวดล้อมที่เปิดโอกาสให้บุคลากรได้เพิ่มพูน ความรู้และดำเนินตามความคิดของบุคลากรนั้นด้วย (Marquardt) นอกจากนี้จากการศึกษา ทบทวน วรรณกรรมต่างๆ ในเรื่องของการวัดผลการปฏิบัติงานนั้น ตามแนวคิดของ Mathis and Jackson^{๖๐} ได้อธิบาย ไว้อย่างน่าสนใจว่าองค์ประกอบของผลการปฏิบัติงานนั้น ประกอบด้วย ประสิทธิภาพของงาน คุณภาพของงาน และความสามารถเกี่ยวกับงาน ซึ่งด้านประสิทธิภาพของ งานนั้น เป็นความสำเร็จของการปฏิบัติที่เป็นไปตาม จำนวนที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชาหรือเป็นไปตามที่ผู้บังคับบัญชากำหนดไว้ ด้านคุณภาพของงาน เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานได้ถูกต้อง

^{๕๘} นพคุณ ตันติกุล, พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงปฏิรูปเมืองไทยและรวมล้านนาเป็นเอกรัฐชาติไทย, (เชียงใหม่: ลานนาคอมพิวเตอรพริ้นตัง, ๒๕๔๘).

^{๕๙} Bass, B. M., & Avolio, B. J., *Transformational Leadership Development*, Polaris, (California: Consulting Psychologists Press, 1994).

^{๖๐} Mathis, R. L., & Jackson, J. H., *Human resource management*, 10th ed. (Cincinnati, OH: South-Western, 2004).

สมบูรณ์ ตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ และด้านความสามารถ เกี่ยวกับงานเป็นความรู้ ความเข้าใจใน ขั้นตอนและวิธีการเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ซึ่งในปัจจุบันจะพบว่ามีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงระหว่าง องค์กร เพราะฉะนั้นองค์กรแต่ละแห่งจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเพิ่มศักยภาพ และประสิทธิภาพใน การปฏิบัติงานของบุคลากรทุกคน เพื่อที่จะสร้างความก้าวหน้าให้กับองค์กรของตนเอง ซึ่งผลการ ปฏิบัติงานที่ดีเป็นสิ่งที่ยังองค์กรทุกแห่ง พึงปรารถนา อาจกล่าวได้ว่า ผลการปฏิบัติงานที่ดี จะสะท้อน ให้เห็นถึงศักยภาพ ความทุ่มเท ความตั้งใจ ในการทำงานของบุคลากรนั่นเอง

สรุป

การที่องค์กรจะบริหารจัดการองค์กรให้ประสบ ความสำเร็จ โดยใช้กระบวนการจัดการ ความรู้ที่ขึ้นอยู่ กับรูปแบบของวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งสู่การเรียนรู้ร่วมกัน ของบุคลากรในองค์กร ซึ่งผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็น เครื่องมือในการพัฒนาเปลี่ยนแปลงการทำงานของ บุคลากรได้ โดย เริ่มต้นจากการจำแนกให้ได้ว่าองค์กรที่ ท่านบริหารนั้น มีวัฒนธรรมองค์กรแบบใดและพิจารณา ว่า จะพัฒนาหรือเสริมสร้างวัฒนธรรมที่ต้องการด้วยวิธีใด ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับเป้าหมาย ลักษณะขององค์กร สถานการณ์ของการแข่งขันของแต่ละองค์กร และปัจจัยอื่น ๆ ที่แวดล้อมองค์กรนั้น ดังนั้นจึงไม่มี วัฒนธรรมแบบใดที่ ถือได้ว่าดีที่สุดที่สามารถใช้ได้กับทุกองค์กร ส่วนด้าน ภาวะผู้นำในองค์กรนั้น ผู้นำในองค์กรต้องเป็นแรง ขับเคลื่อนที่สำคัญ ที่กระตุ้นให้ทุกคนในองค์กรเกิดการ เรียนรู้ร่วมกัน และเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เมื่อ ทุกคนเกิดการเรียนรู้ร่วมกันและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แล้วนั้น สิ่งก็ตามมาคือผลการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศนั่นเอง

๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน

“วิสาหกิจชุมชน” อาจจะเป็นคำใหม่ที่หลาย ๆ คนยังไม่เข้าใจ และเข้าใจผิดไปว่าเป็นการ ช่วยเหลือของภาครัฐในด้านการสนับสนุนเงินทุนเพื่อประกอบอาชีพเหมือนหลาย ๆ โครงการที่ ผ่าน มา ซึ่งวิสาหกิจชุมชน เกิดขึ้นหลังจากที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจพอเพียงควบ คู่ขนานไป กับ เศรษฐกิจกระแสหลัก อันเนื่องมาจากว่าเศรษฐกิจกระแสหลักก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำระหว่าง รายได้ ของประชาชนและก่อให้เกิดปัญหาสังคมตามมามากมาย

วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจ พอเพียง มาพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” นั้นสามารถใช้คำว่า “ธุรกิจ ชุมชน ” แทน ได้ อันเนื่องมาจากว่าชุมชนไม่ใช่รัฐ ดังนั้นสถาน-ประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของก็ต้อง จัดว่าเป็นของ ภาคเอกชนเช่นเดียวกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วถ้าหากใช้คำว่าธุรกิจนั้นก็หมายถึงการ แสวงหากำไรเป็นที่ตั้งแต่สถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของนั้นก็กลับมีแนวคิดที่เน้นการพึ่งพาอาศัย กันมากกว่าการแสวงหากำไรดังนั้นจึงควรใช้คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” เช่นเดียวกับ “รัฐวิสาหกิจ” ที่ หลายคนรู้จักโดยวิสาหกิจชุมชนนั้นจัดเป็นกลุ่มกิจกรรมของชุมชนที่ชุมชนคิดได้จากการ เรียนรู้ไม่ใช่ กิจกรรมเดียว ๆ ที่ทำเพื่อมุ่งสู่ตลาดใหญ่ และไม่ ใช้กิจกรรมที่ซับซ้อนอะไร ล้วนแล้วแต่เป็นการทำกิน ทำใช้ทดแทนการซื้อจากตลาดได้และเป็นการจัดการระบบการผลิตและบริโภคที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน

เช่น การจัดการเรื่องข้าว หมู เห็ด เป็ด ไก่ ผัก ผลไม้ น้ำยาสระผม สบู่ น้ำยาล้างจาน หรืออื่น ๆ ที่ชุมชนทำได้เองโดยไม่ยุ่งยากนัก การทำกินทำให้ตลาดแทนการซื้อขายและยังช่วยให้ระบบเศรษฐกิจใหญ่เข้มแข็งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการจัดระบบเศรษฐกิจใหม่ ให้เป็นฐานที่เป็นจริงในชุมชน เพราะถ้าชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ กระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเปรียบเศรษฐกิจพอเพียงเหมือนเสาเข็มของตึกที่ทำให้ตึกมั่นคงแข็งแรงเศรษฐกิจของประเทศก็จะเข้มแข็งและอยู่ได้ ที่ผ่านมาระบบเศรษฐกิจในประเทศเปรียบเหมือนการสร้างตึกที่มีฐานแคบ ถ้าฐานไม่แข็งแรงตึกก็พังลงมา ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญในการสร้างฐานมั่นคงให้กับประเทศได้ โดยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับรากหญ้าให้เข้มแข็งและกระจายโอกาสการประกอบอาชีพให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และลดภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น

“วิสาหกิจชุมชน” จัดเป็นองค์กรภาคประชาชนที่ไม่มีรูปแบบ ไม่ได้เป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย แห่งและพาณิชย์ การสนับสนุนจึงไม่เป็นระบบและไม่มีเอกภาพ ส่งผลให้มีปัญหาในการดำเนินงาน เพราะวิสาหกิจชุมชนบางแห่งไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือภาคเอกชน และบางครั้งมีการ สนับสนุนจากภาครัฐแต่ไม่ตรงความต้องการที่แท้จริง พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ จึงได้ถูกประกาศใช้อย่างเป็นทางการและมี ผลบังคับใช้เมื่อวันที่ ๑๙ มกราคม พ.ศ. ๒๕๔๘ เพื่อแก้ไข ปัญหาดังกล่าว

คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” แปรจากภาษาอังกฤษว่า “Enterprise” แปลว่า “การประกอบการ” หรือจากคำว่า “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” (SMCE : Small and Micro Community Enterprise) เกิดขึ้นและแพร่หลาย เดิมใช้คำว่า “อุตสาหกรรมชุมชน” เน้นกระบวนการผลิต และ “ธุรกิจชุมชน” จะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ โดยมีความหมายดังต่อไปนี้

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การรวมตัวของคนในชุมชนเป็นกลุ่มเกษตรกรสหกรณ์หรือธุรกิจขนาดเล็กในชนบทเพื่อดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของธุรกิจ

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกัน ประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของ ครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง ธุรกิจที่เป็นของชุมชนเพื่อชุมชนและบริหารจัดการโดยชุมชน ซึ่งเป็นการบริหารเน้นการกระทำในเชิงธุรกิจแตกต่างจากการกุศลหรือการช่วยเหลือเกื้อกูลในลักษณะของ สหกรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจชุมชน จำเป็นจะต้องแข่งขันทั้งในด้านต้นทุนและคุณภาพกับกิจการที่แสวงหากำไรของธุรกิจเอกชนตามปกติ แต่ที่จำเป็นต้องจัดทำเป็นธุรกิจก็เพราะสมาชิกแต่ละคนไม่มีความสามารถและความเข้มแข็งทางการเงินพอที่จะแข่งขันได้กับธุรกิจของเอกชนเหล่านี้

กฎหมายกำหนดให้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอย่างครบวงจร

๑) ระดับปฐมภูมิ ส่งเสริมการจัดตั้งการให้ความรู้ การศึกษาวิจัยในการนำชุมชนมาใช้เหมาะสมกับการร่วมมือกันในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้

๒) ระดับสูงขึ้นไป ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์การรักษาคุณภาพการศึกษาวิจัยเทคโนโลยีและการตลาด การสร้างความเชื่อถือทางธุรกิจ และความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค การประสานงานแหล่งเงินทุนเพื่อให้สามารถเป็นผู้ประกอบการหรือพัฒนาไปสู่การประกอบธุรกิจขนาดย่อม และขนาดกลางต่อไป

๓) การส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนรัฐจะให้การสนับสนุนการจัดตั้งการประกอบการ การตลาด ความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายหรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน^{๖๑}

ศรีปริญญา ฐูประจ่าง ได้ให้ความหมาย วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) มีความหมายในแต่ละหน่วยงานแตกต่างกันตามวิสัยทัศน์ นโยบาย และคุณลักษณะของหน่วยงานนั้นๆ

ในความหมายของต่างประเทศ หมายถึง การประกอบการหรือโครงการ/กิจการของคนในชุมชน โดยมุ่งประโยชน์เชิงพาณิชย์และผลทางสังคมให้กับชุมชนเป็นตัวชี้วัด แสดงความยั่งยืนของชุมชน โดยมุ่งรักษาความสมดุลของสิ่งแวดล้อมและสวัสดิการภายในชุมชน สำหรับในประเทศไทย หมายถึง การประกอบกิจการโดยชุมชน นำทุนในชุมชนผสมผสานกับองค์ความรู้ใหม่และเทคโนโลยีผลิตสินค้าและบริการให้ชุมชนมีอาชีพและรายได้พึ่งตนเองได้

สำหรับกรมการพัฒนาชุมชน ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชนว่า วิสาหกิจชุมชนนั้นไม่ใช่ธุรกิจ หากแต่วิสาหกิจชุมชนตามความหมายของกรมการพัฒนาชุมชนให้น้ำหนักกับหลักความสามัคคีธรรมของชุมชน ผนึกกำลังหล่อหลอม ความคิดเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน สร้างสรรค์การประกอบกิจการโดยชุมชนจากพื้นฐานภูมิปัญญาเดิม ผสมผสานองค์ความรู้ใหม่ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม มาบริหารจัดการต้นทุนในชุมชนให้เกิดผลผลิตที่มีรรถประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน โดยการสร้างอาชีพที่ยั่งยืนและรายได้ที่มั่นคง^{๖๒}

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘ ได้ให้ความหมายไว้ว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว^{๖๓}

^{๖๑} พรชัย พันธุ์ธาดาพร, “การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”, รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, ๒๕๕๘), หน้า ๒๔-๒๖.

^{๖๒} ศรีปริญญา ฐูประจ่าง อ้างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อม, แนวคิดวิสาหกิจชุมชน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://file.siam2web.com/trdm/article/2013328_38233.pdf. [๒๗ มีนาคม ๒๕๖๔]

^{๖๓} สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘, (กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ๒๕๔๘).

อารี วิบูลย์พงศ์ และคณะ ได้ให้ความหมายว่า กิจกรรมของชุมชนโดยชุมชน เพื่อชุมชนและเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางสังคมของชุมชนในการดำเนินกิจกรรมของชุมชน^{๖๔}

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๕๖, หน้า ๑) ให้ความหมายไว้ว่ากิจกรรมของชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการบริการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็คนนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อรายได้และการพึ่งพาตนเองของครอบครัวในชุมชน และระหว่างชุมชน โดยใช้ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม วิถีตนเองโดยยึดเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง เพื่อเป็นส่วนต่อยอดให้เศรษฐกิจข้างบนที่แข็งแรงเพราะมีรากฐานที่แข็งแรง^{๖๕}

๒.๕.๑ ความเป็นมาของแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้ทรงพระราชทานพระราชดำริในการพัฒนาชุมชน เพื่อความยั่งยืน โดยหลักการ “ทฤษฎีใหม่” ๓ ขั้น คือ^{๖๖} (ศรีปริยญา ฐประจ่าง, ๒๕๔๖)

ขั้นที่ ๑ มีความพอเพียง เลี้ยงตนเองได้ บนพื้นฐานของความประหยัด และจัดการใช้ง่าย

ขั้นที่ ๒ รวมพลังกันในรูปแบบกลุ่มเพื่อการผลิต การตลาด การจัดการ รวมทั้งด้านสวัสดิการ การศึกษา และการพัฒนาสังคม

ขั้นที่ ๓ สร้างเครือข่าย กลุ่มอาชีพและขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย โดยประสานความร่วมมือกับภาครัฐกิจ ภาคองค์กรพัฒนาเอกชน และภาคราชการในด้านเงินทุนการตลาด การผลิต การจัดการและข่าวสารข้อมูล

๒.๕.๒ องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน

กิจการของชุมชนที่นับได้ว่าเป็นวิสาหกิจชุมชน ควรมีองค์ประกอบ ดังนี้

- ๑) เป็นกิจการของชุมชนที่ประกอบกิจการด้านการผลิต บริการ และอื่นๆ
- ๒) ทุนในการดำเนินงาน จะใช้ทั้งทุนภายนอกและทุนของชุมชน
- ๓) เป็นกิจการที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน
- ๔) เป็นกิจการที่เน้นการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้

^{๖๔} อารี วิบูลย์พงศ์ และคณะ, “ร้อยแปดวิสาหกิจ (ใน) ชุมชน: แนวทางวิจัยกลยุทธ์ กรณีศึกษา”, รายงานการวิจัย, (เชียงใหม่: ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๙), หน้า ๕.

^{๖๕} สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, *วิสาหกิจชุมชนกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.spx>. [๕ มีนาคม ๒๕๖๔].

^{๖๖} ศรีปริยญา ฐประจ่าง, *ภูมิปัญญาพื้นบ้านเพื่อการศึกษา*, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๖).

- ๕) เป็นกิจการที่เน้นการบริหารจัดการโดยคณะบุคคลในชุมชน
- ๖) เป้าหมายของกิจการเพื่อการพึ่งตนเองและเป็นการสร้างรายได้
- ๗) ผลการดำเนินกิจกรรมส่งผลประโยชน์แก่ชุมชน^{๖๗}

จินตนา กาญจนวิสุทธิ ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนดังนี้

๑) ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการหลักอาจมีบุคคลภายนอกมีส่วนร่วมในลักษณะของการถือหุ้นได้เพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมมือและให้ความช่วยเหลือแต่ไม่ใช่ผู้ถือหุ้นใหญ่ที่จะทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจ

๒) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชนเน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุดแต่อาจนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้

๓) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมโดยชุมชน ชุมชนมีความรู้มีภูมิปัญญาหากชุมชนมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมชุมชนจะเกิดความเชื่อมั่นในตนเองและริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ โดยไม่เลียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จจากแหล่งอื่น ๆ ซึ่งเป็นการพัฒนาศักยภาพของชุมชน

๔) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากลฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยประยุกต์ให้ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากล

๕) มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ คือมีหลายประสานและผนึกกำลังและเกื้อกูลกัน

๖) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ ซึ่งการเรียนรู้ คือหัวใจของกระบวนการพัฒนาเพื่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เป็นวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้

๗) มีการพึ่งพาตนเองเป็นเป้าหมายสำคัญที่สุดของการประกอบการ

๒.๕.๓ กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

ประเภทวิสาหกิจชุมชนมีนักวิชาการได้ให้นิยามไว้ ดังนี้

จินตนา กาญจนวิสุทธิ โดยกล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท ดังนี้

๑) วิสาหกิจชุมชนผลิตผล ไม่ใช่การเชื่อมโยงที่ถูกต้องพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อใช้ในท้องถิ่น มีการผลิตหลักอยู่ ๕ ชนิด คือ ข้าว อาหาร สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไปและผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน

๒) วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถออกสู่ตลาดใหญ่ได้ เพราะมีลักษณะเฉพาะตัวมีเอกลักษณ์ท้องถิ่นบางอย่าง หรืออาจมีสูตรเคล็ดลับหรือมีคุณภาพดีในระดับ

^{๖๗} ศรีปริญญา รูปกระจ่าง อ่างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อม, แนวคิดวิสาหกิจชุมชน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://file.siam2web.com/trdm/article/2013328_38233.pdf. หน้า ๒, [๒๗ มีนาคม ๒๕๖๔].

มาตรฐานสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ^{๖๘}

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร โดยกล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนแบ่งออกเป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๑) ระดับพื้นฐาน ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการเพื่อให้เกิดผลผลิตหรือการให้บริการที่จะนำไปใช้เพื่อการอุปโภค บริโภคมุ่งเน้นการลดรายจ่าย การประหยัดและออมเพื่อให้ดำรงชีวิตได้อย่างพอเพียงทั้งระดับชุมชน ครัวเรือน และระหว่างชุมชน หรือเรียกว่าวิสาหกิจแบบพอเพียง

๒) ระดับพัฒนา ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการขยายช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นจากชุมชนตนเองไปยังชุมชนอื่นมีการประกอบเพื่อให้เกิดผลผลิตหรือการให้บริการเพื่อการลดรายจ่ายและมีส่วนเหลือสามารถนำไปแบ่งปันแลกเปลี่ยนหรือจำหน่ายให้เกิดรายได้เพิ่ม

๓) ระดับก้าวหน้า ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่มีการขยายช่องทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นไปยังตลาดขายสินค้าทั่วไปมีการประกอบการทั้งภาคการผลิตและการบริการมุ่งการเพิ่มรายได้ไปสู่การลงทุน ลดการนำเข้า เพื่อการส่งออกของผลิตภัณฑ์ ขยายกิจการขณะเดียวกันก็สามารถจัดสรรผลกำไร เพื่อสวัสดิการของชุมชนหรือเพื่อกิจกรรมสาธารณประโยชน์ สร้างความมั่งมีศรีสุขของครอบครัว ชุมชน ขยายไปถึงระหว่างชุมชนนำไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป^{๖๙}

ในการแบ่งประเภทของวิสาหกิจชุมชนสามารถมองได้หลายมิติกล่าวคือแบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก และแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจ ชุมชน การแบ่งตามลักษณะการประกอบการเป็นหลัก สามารถแบ่งออกได้ ๒ ประเภท ดังนี้

๑) วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งมี อยู่ ๕ อย่าง คือ ข้าว อาหาร สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ในขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไปจะทำได้ เป็นของต้องกินต้องใช้ ประจำวัน มีมูลค่ามากกว่าครึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งปีของ แต่ละครัวเรือน แต่ชาวบ้านทั่วไปไม่ว่าอยู่ใกล้เมืองหรือไกลเมืองต่างก็ซื้อกินซื้อใช้

๒) วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ ได้เพราะมีลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น บางอย่างอาจมีสูตรเด็ดเคล็ดลับหรือคุณภาพดีในระดับมาตรฐาน สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็คือหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า

ส่วนการแบ่งตามการจัดระดับและขั้นตอนการพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชนสามารถแบ่งออกได้ ๒ ประเภท ดังนี้

^{๖๘} จินตนา กาญจนวิสุทธิ, เส้นทางวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งพาตนเอง, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๘), หน้า ๕-๖.

^{๖๙} ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร, การจัดการและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน, (สงขลา: สถาบันสันติศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ๒๕๕๖), หน้า ๓.

๑) ระดับครอบครัว คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพึ่งตนเองเป็นการประกอบกิจกรรมเพื่อกินใช้ในครอบครัวเพื่อทดแทนการพึ่งพาจากภายนอก เช่นการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรไว้ใช้กินในครอบครัว

๒) ระดับชุมชนและเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียงเป็นการประกอบกิจการโดยกลุ่มเพื่อตอบสนองการอุปโภคบริโภคในชุมชนและเครือข่ายซึ่งสามารถที่จะพัฒนาให้เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้าได้เพื่อที่จะแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้

ทั้งนี้ การประกอบการวิสาหกิจชุมชนไม่ได้เน้นเพื่อกำไรสูงสุด แต่จะเน้นที่ การลดค่าใช้จ่าย การสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกและคนในชุมชนให้พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน^{๗๐}

๒.๕.๔ รูปแบบดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

รูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มี ๒ รูปแบบคือ(ศรีปริญา ธูปกระจ่างม อ่างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อม)

๑) วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเดี่ยว ได้แก่ วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเพียงหนึ่งเดียว โดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียว และไม่สร้างเครือข่ายกับวิสาหกิจอื่นๆ โดยมีผลผลิตมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการได้

๒) วิสาหกิจที่ประกอบกิจการในรูปเครือข่าย ได้แก่ วิสาหกิจที่มีปฏิสัมพันธ์กับกิจการอื่นๆ โดยแต่ละวิสาหกิจต่างมีการประกอบการตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกิจการ หากแต่มีปฏิสัมพันธ์กันแบบพึ่งพา เกื้อกูล เชื่อมโยงในรูปแบบต่างๆ เช่น ๑) เครือข่ายกิจกรรม เกื้อกูลกันมากขึ้นเป็นเครือข่ายกัน ทั้งที่เป็นกิจกรรมประเภทเดียวกัน และ/หรือหลายประเภท ๒) เครือข่ายพื้นที่ ได้แก่ วิสาหกิจที่ดำเนินการอยู่ในระดับพื้นที่เดียวกัน เช่น ระดับหมู่บ้านหรือตำบลด้วยกันหรือต่างระดับพื้นที่กัน เช่น วิสาหกิจระดับหมู่บ้านกับตำบลมาเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกัน^{๗๑}

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร กล่าวว่า รูปแบบวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามขอบข่ายของกิจการที่ประกอบการกำหนดไว้ ๒ รูปแบบ ดังนี้

๑) วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการเดี่ยวหรือครอบครัว คือ วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการที่มีการบริหารจัดการโดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียว โดยมีผลผลิตมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือหนึ่งการบริการ

๒) วิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการในรูปเครือข่าย คือ วิสาหกิจชุมชนที่มีความสัมพันธ์กับกิจการอื่น ๆ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนนั้น มี ๒ ประเภท คือ

(๑) เครือข่ายภายใน เป็นเครือข่ายที่มีการจัดการความสัมพันธ์ในระดับหมู่บ้านตำบล

^{๗๐} พรชัย พันธุ์ธาดาพร, “การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”, รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, ๒๕๕๘), หน้า ๒๗-๒๘.

^{๗๑} ศรีปริญา ธูปกระจ่างม อ่างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อม, แนวคิดวิสาหกิจชุมชน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://file.siam2web.com/trdm/article/2013328_38233.pdf. หน้า ๒, [๒๗ มีนาคม ๒๕๖๔].

(๒) เครือข่ายภายนอกเป็นเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ในระดับจังหวัด ภูมิภาค เครือข่าย^{๗๒}

๒.๕.๕ ระดับวิสาหกิจชุมชน

ศรีปริญญา ฐปกระจำง กล่าวถึงระดับวิสาหกิจชุมชนมี ๓ ระดับ สอดคล้องตามทฤษฎีใหม่ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๙ ดังนี้คือ

๑) วิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐาน ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการเพื่อให้เกิดผลผลิต มีพอที่จะนำไปกินไปใช้อย่างพออยู่พอกิน

๒) วิสาหกิจชุมชนระดับพัฒนา ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบเพื่อให้เกิดผลผลิตมีพอกินพอใช้ เพื่อลดรายจ่ายและมีส่วนเหลือสามารถนำไปแบ่งปัน แลกเปลี่ยนหรือจำหน่ายให้เกิดรายได้เพิ่ม นำไปสู่การอยู่ดีกินดีของครัวเรือนชุมชนและระหว่างชุมชน

๓) วิสาหกิจชุมชนระดับก้าวหน้า ได้แก่ วิสาหกิจที่มีการประกอบการมุ่งสู่การเพิ่มรายได้ ไปสู่การขยายการลงทุน งดการนำเข้าเพื่อการส่งออกของผลิตภัณฑ์ ขยายกิจการ ขณะเดียวกันก็สามารถจัดสรรผลกำไร เพื่อสวัสดิการของชุมชนหรือเพื่อกิจการสาธารณะประโยชน์ สร้างความมั่งมีศรีสุข ของครัวเรือน ชุมชน ขยายไปถึงระหว่างชุมชนและนำไปสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป^{๗๓}

วิชิต นันทสุวรรณ ได้ให้ระดับ วิสาหกิจชุมชนแบ่งออกเป็น ๕ ระดับ คือ

๑) วิสาหกิจชุมชนระดับครอบครัว เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียงซึ่งมีการ ประกอบกิจกรรมที่เริ่มต้นจากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรไว้ใช้ไว้กินในครอบครัวหรือสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อการอุปโภคบริโภคภายในครัวเรือนของตนเองเป็นหลักและทดแทนการพึ่งพาจากภายนอก ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมามีความหลากหลาย ผลิตเพื่อการพึ่งพาตนเองลดรายจ่ายจากการซื้อ และป้องกันไม่ให้เงินของชุมชนไหลออกไปนอกชุมชนโดยไม่จำเป็น

๒) วิสาหกิจชุมชนระดับชุมชน เป็นวิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียงมีการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างครอบครัวที่อยู่ในชุมชนเดียวกัน เพราะการพึ่งพาตนเองในบางกรณีก็ไม่สามารถทำได้เองโดยลำพังครอบครัวเดียว ต้องซื้อสินค้าจากเพื่อนบ้านในชุมชนเดียวกันเป็นการลดภาระการซื้อของแพงหรือช่วยลดรายจ่ายให้แก่เพื่อนบ้าน

๓) วิสาหกิจชุมชนระดับเครือข่ายเป็นวิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียงที่ประกอบกิจการโดยกลุ่มเนื่องจากในบางกรณีชุมชนเพียงชุมชนเดียวก็ไม่สามารถพึ่งตนเองได้ จึงต้องมีหลายชุมชนร่วมมือกันเป็นระบบ พึ่งพาอาศัยระหว่างชุมชนที่มีผลผลิต และทรัพยากรที่แตกต่างกัน เพื่อตอบสนองความ

^{๗๒} ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร, การจัดการและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน, (สงขลา: สถาบันสันติศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ๒๕๕๖), หน้า ๓.

^{๗๓} ศรีปริญญา ฐปกระจำง อ้างถึงใน วิชิตวิชิต งามละม่อม, แนวคิดวิสาหกิจชุมชน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://file.siam2web.com/trdm/article/2013328_38233.pdf. หน้า ๒, [๒๗ มีนาคม ๒๕๖๔].

ต้องการในการอุปโภคของทุกชุมชนและเครือข่าย

๔) วิสาหกิจชุมชนเพื่อการจัดการผลผลิตส่วนเกินเป็นวิสาหกิจชุมชนแบบพอเพียงผสมกับแบบก้าวหน้าโดยการดำเนินการในรูปแบบผลผลิตหรือทรัพยากรของชุมชนสร้างผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องเพื่อเพิ่มมูลค่าและตอบสนองการตลาดภายนอกชุมชนและเครือข่ายดังนั้นการตลาดของวิสาหกิจชุมชนเพื่อการจัดการผลผลิตส่วนเกินคือ การตลาดนอกชุมชนโดยนำสินค้าที่เหลือจากการใช้ภายในชุมชนออกวางจำหน่ายและนำเงินจากคนภายนอกชุมชนเข้าสู่หมู่บ้าน

๕) ระดับธุรกิจ วิสาหกิจชุมชนแบบก้าวหน้าเป็นการประกอบการที่ริเริ่มจากฐานครอบครัวพัฒนาจนถึงขั้นธุรกิจโดยมีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำออกตลาดใหญ่ได้มีคุณภาพดีได้มาตรฐาน และสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าอื่นได้^{๗๔}

๒.๕.๖ การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน ได้มีการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในปี พ.ศ. ๒๕๔๖ ดังนี้

๑) การดำเนินโครงการคลินิกสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้คำแนะนำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะให้บริการทางวิชาการและส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้แก่ประชาชนทุกรูปแบบ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมประสานและแสวงหาทรัพยากรโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในด้านข้อมูล ทุน การผลิต การตลาด และการประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการบูรณาการและสร้างเครือข่ายแก่ประชาชน

๒) โครงการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัด ใช้กลยุทธ์ในกระบวนการพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยจังหวัดพิจารณาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติครบองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ กิจกรรมของชุมชนดำเนินการโดยทุนของชุมชน และมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม ดำเนินการด้วยหลักสามัคคีธรรมเน้นกระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้/ประชาคมตำบล และมีเป้าหมายการพึ่งพาตนเองของชุมชนจังหวัดละ ๑ แห่ง เพื่อการประชาสัมพันธ์งานวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน และติดตามประเมินผล ศึกษากระบวนการก่อเกิดและพัฒนา เพื่อผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบที่มีศักยภาพนำไปสู่การขยายผลต่อไป

๓) การจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (Outlet) เพื่อเพิ่มแหล่งจำหน่ายและกระจายสินค้าให้กับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

๔) ดำเนินการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจชุมชน เพื่อให้ผู้นำเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน มีความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจชุมชนและสามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการด้านวิสาหกิจชุมชนต่อไป

๕) จัดสัมมนาการจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

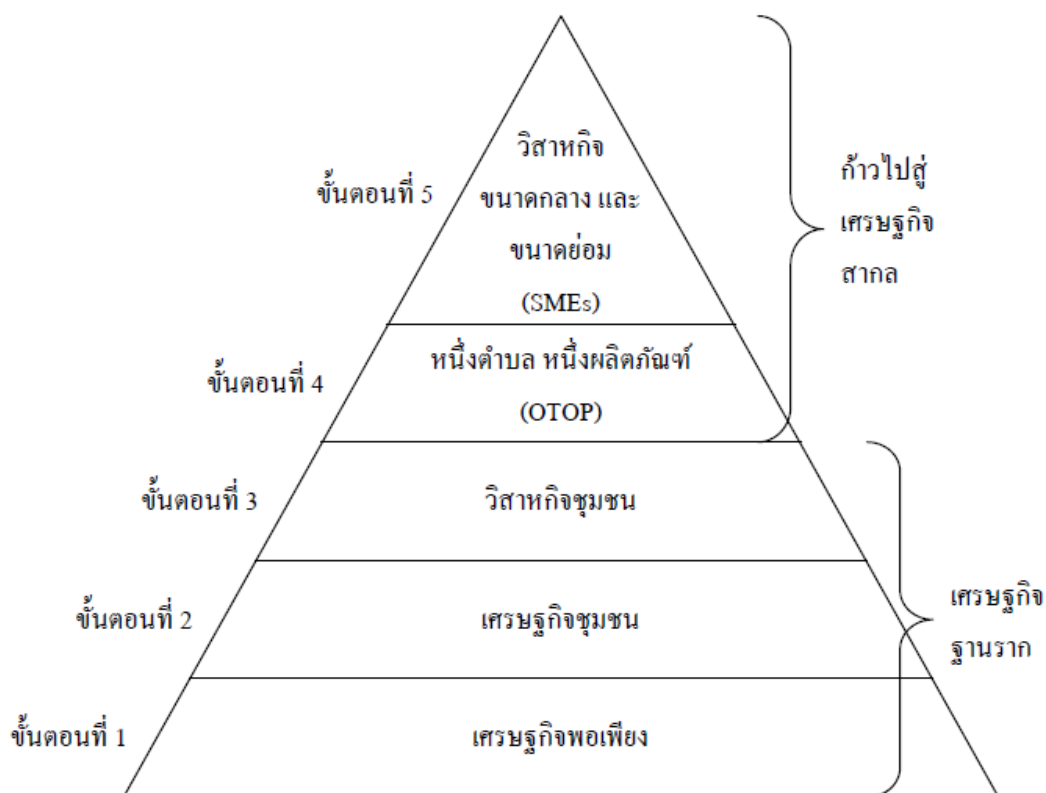
๖) ฝึกอบรมพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิตพัฒนาคุณภาพบรรจุภัณฑ์

^{๗๔} วิจิต นันทสุวรรณ, แผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจ, (กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์, ๒๕๔๔), หน้า ๒๐-๒๑.

- ๓) การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น บริหารจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน
 ๔) การประชุมเชิงปฏิบัติการเพิ่มพูนทักษะด้านการบริหารจัดการ
 ๕) ฝึกอบรมสร้างวิทยากรท้องถิ่นวิสาหกิจชุมชน ศพข. เขต 1,3,5,6,7,8,9
 ๑๐) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านวิสาหกิจชุมชน
 ๑๑) สนับสนุนการบันทึกและเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น
 ๑๒) การวิจัยประเมินผลการมีส่วนร่วมด้านวิสาหกิจชุมชนจึงเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชน เป็นงานพัฒนาชุมชน ด้วยวิสาหกิจชุมชน คือ กิจกรรมการพัฒนาชุมชน ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน

สรุปแนวคิดวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจสากล

การประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่การประชาคม เป็นหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และในที่สุดจะก้าวไปถึงการเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และสามารถพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากไปสู่เศรษฐกิจสากล (Local Link - Global Reaches) ได้ดังนี้



แผนภาพที่ ๒.๑ ความเชื่อมโยงของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากไปสู่เศรษฐกิจสากล
 ที่มา: ศรีปริญา ธูปกระจ่าง ^{๗๕}

^{๗๕} ศรีปริญา ธูปกระจ่าง อ้างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อม, แนวคิดวิสาหกิจชุมชน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://file.siam2web.com/trdm/article/2013328_38233.pdf. หน้า ๒, [๒๗ มีนาคม ๒๕๖๔].

วิสาหกิจชุมชนกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน โดยนำเอา เศรษฐศาสตร์ชุมชนหรือเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบยกตัวอย่างเช่น ในตำบล หนึ่งวิสาหกิจชุมชน ๒๐-๓๐ อย่างและทำการผลิตเพื่อบริโภคในท้องถิ่นลดการซื้อจากภายนอกได้ ประมาณหนึ่งในสี่วิสาหกิจชุมชนที่ตอบสนองความจำเป็นพื้นฐานและวงจรชีวิตของชุมชนจะทำให้เกิด ระบบเศรษฐกิจชุมชนระบบที่พึ่งพาตนเองได้ชุมชนมีรายรับมากกว่ารายจ่ายผลิตอาหารและ ปัจจัยพื้นฐานได้เองถ้าไม่มีวิสาหกิจชุมชนไม่มีเศรษฐกิจชุมชนชุมชนก็ได้แต่รอรับความช่วยเหลือจากรัฐหรือจากภายนอกต้องขึ้นอยู่กับคนอื่นพึ่งตนเองไม่ได้กลายเป็นระบบอุปถัมภ์ที่ชุมชนต้องพึ่งพาคนอื่นตลอดไปยกตัวอย่าง ตำบลไม้เรียง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ปลุกยางเป็นหลักและทำสวนผลไม้บ้าง มีรายได้จากการปลุกยางและสวนผลไม้ปีละประมาณ ๑๐๐ ล้านบาท มีรายจ่ายประมาณ ๒๐๐ ล้านบาท ทำให้อยู่ในวังวนของหนี้สินที่เพิ่มขึ้นทุกปี แต่วันนี้ชาวบ้านเหล่านี้ได้เรียนรู้ได้เข้าใจสภาพ ชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองดีขึ้น ได้รู้ว่าทำไมต้องเป็นหนี้มากขนาดนั้น จึงตัดสินใจทำแผนวิสาหกิจ ชุมชนจากที่ทำเริ่มต้น ๒-๓ อย่างมาเป็น ๖๐ อย่างในปัจจุบัน มีการจัดระบบชุมชนใหม่ โดยใช้ทุนของ ชุมชนให้มากที่สุด ทำให้เกิดระบบอาหาร ระบบของใช้ ระบบทุน ระบบการผลิต ระบบ การจัดการการผลิตและระบบตลาดขึ้นมา โดยระบบต่าง ๆ เหล่านี้มีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น โรงงานยาง การเลี้ยงไก่ กบ ปลา การปลูกผัก สมุนไพร ยาสมุนไพร ปุย น้ำหมักชีวภาพ ทั้งนี้ยังไม่ได้รวมกับการ ท่องเที่ยวชุมชนและ กิจกรรมด้านสุขภาพต่าง ๆ ซึ่งตำบลไม้เรียงกำลังพัฒนาเริ่มต้นมาพร้อม ๆ กัน เหล่านี้ถือว่าอยู่ในระบบ และวิถีชุมชนที่พวกเขากำหนดเองและให้ชุมชนได้เป็นศูนย์กลางของการ พัฒนา

ทุนของวิสาหกิจชุมชน

ทุนของวิสาหกิจชุมชนนั้นมีทั้งทุนที่เป็นเงิน ทุนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ป่า ทุนที่เป็น ผลผลิต ทุนความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะต่าง ๆ วัฒนธรรม ทุนทางสังคม หรือความเป็นพี่น้องความ ไว้วางใจกันของชุมชนเครือข่ายความสัมพันธ์ของสมาชิกชุมชนวิสาหกิจชุมชนจะใช้ทุนตัวเองเป็นหลัก แต่ ก็ไม่ ปฏิเสธเงินจากภายนอกเพียงแต่รับเงินทุนจากภายนอกบนพื้นฐานความคิดใหม่ คือการพึ่งตนเอง พึ่งทุนที่ตนเองมีเป็นหลัก โดยเงินทุนจากภายนอกจะเข้าไปสมทบทุนของชุมชนใน ขณะที่ชุมชนมี ทรัพยากร ความรู้ มีปัญญาและอื่น ๆ ซึ่งตีเป็นเงินหรือประเมินค่าไม่ได้แต่ในกรณีที่ชุมชนมีความ ต้องการเพิ่มทุนเพื่อลงทุนในวิสาหกิจชุมชนโดยสามารถไปขอกู้จากธนาคารออมสินธนาคาร เพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตรซึ่งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้จัดงบประมาณ ไว้ถึง ๑๐,๐๐๐ ล้านบาท เพื่อรองรับวิสาหกิจชุมชนหรือกองทุนต่าง ๆ ที่มีนโยบายในช่วยเหลือการ ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

การจัดการการผลิตและการตลาดวิสาหกิจชุมชน

การจัดการการผลิตและการตลาดเป็นเรื่องที่ชุมชนต้องเรียนรู้ โดยเรียนรู้ว่าจะจัดการ อย่างไม่ให้ ชุมชนมารวมกันวางแผนการผลิต การตลาดการบริโภคพร้อมกันไม่ใช่ต่างคนต่างทำและใน ที่สุดก็ทำซ้ำ กันผลิตล้นเกินและขายไม่ออกชุมชนต้องสร้างวงจรเศรษฐกิจชุมชนขึ้นมาใหม่ เชื่อมโยง

ทุกเรื่องที่ทำได้อาหาร ข้าวของเครื่องใช้และทำแบบประสานพลังให้เกิดผลทวีคูณ ไม่ใช่ทำเพื่อแข่งขันกันขาย เหมือน ทำกล้วยฉาบทั้งตำบล ทำแชมพูทุกหมู่บ้าน หรือคนปลูกข้าวก็ปลูกได้ข้าวมาก็เอาไว้กินส่วนหนึ่งที่เหลือ ก็ขายให้กับพ่อค้า พ่อค้าก็ เอาไปแปรรูปแล้วเอาข้าวสารกลับไปขายในหมู่บ้าน คนปลูกข้าวขาย ข้าวเปลือกราคาถูกลง แต่คนซื้อข้าวสารกลับซื้อข้าวในราคาแพง

ในการที่จะทำตลาดของวิสาหกิจชุมชนนั้นต้องมีเป้าหมายในการผลิตก่อนว่าต้องการทำการผลิตเพื่อบริโภคภายในครอบครัวในชุมชนหรือระหว่างชุมชนทำการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการและจัดการผลผลิตให้ได้ก่อนถ้าผลผลิตนั้นไปได้ดีแล้วจึงค่อยเพิ่มปริมาณการผลิตหรือหากว่าผลิตเกินบ้างตัวในชุมชนนั้นมีความโดดเด่นมีคุณภาพมีลักษณะเฉพาะตัวพอที่นำออกไปจำหน่ายสู่ท้องตลาดได้ก็เป็นเรื่องของกลไกการตลาดที่ต้องการผลิตที่มีคุณภาพมีลักษณะเฉพาะซึ่งตลาดวิสาหกิจชุมชนนั้นแบ่งได้เป็น ๓ ประเภท ดังนี้

๑) ตลาดพอเพียง หมายถึง ตลาดท้องถิ่นตลาดภายในชุมชนและระหว่างชุมชนหรือในเครือข่าย

๒) ตลาดผูกพัน หมายถึง ตลาดที่มีการตกลงหรือเซ็นสัญญาซื้อขายระหว่างองค์กรหน่วยงาน นอกชุมชน เช่น โรงพยาบาลหนึ่งตกลงซื้อข้าวกล้องจากชุมชนปีหนึ่ง ๑๐ ตัน รัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งตกลง ซื้อผ้าฝ้ายทอมือจากชุมชนปีละ ๑๐,๐๐๐ เมตร เพื่อให้พนักงานตัดชุดใส่วันศุกร์ เป็นต้น

๓) ตลาดทั่วไป หมายถึง ตลาดที่ต้องแข่งขันกับคนอื่น ในเมือง หรือส่งออกต่างประเทศ

ความพร้อมของชุมชนเพื่อการทำวิสาหกิจชุมชน

ความพร้อมของชุมชนเพื่อการทำวิสาหกิจชุมชนนั้นอย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติของชุมชนที่มี จุด แข็ง ๓ อย่าง กล่าวคือ

๑) ความหลากหลายทางชีวภาพเป็นชุมชนที่ยังมีป่า มีดิน น้ำ ธรรมชาติ ที่มากด้วยสิ่งที่มีคุณค่าต่อชีวิตเป็นอาหาร เป็นยา เป็นของใช้ต่าง ๆ ถ้าหากค้นให้พบคุณค่า สิ่งเหล่านั้นก็จะมีมูลค่า ดู แต่ หญ้าเหี่ยวหมู หญ้าคา หญ้าแพรก ซึ่งคนยุคใหม่วันนี้เรียกกันว่า “วัชพืช ” และพยายามทำลายด้วยสารเคมีก็ล้วนมีคุณค่าเป็นยาอายุวัฒนะ เป็นยาขับปัสสาวะ ลดความดัน สามารถใช้แทนยาสมัยใหม่ได้

๒) ภูมิปัญญาของท้องถิ่นแม้ว่าในปัจจุบันเรื่องภูมิปัญญาของท้องถิ่นจะหายไปพร้อมกับคนรุ่น เก่า แต่ก็ยังมีเหลืออยู่ไม่น้อยหากรู้จักค้นหา นำมาประยุกต์และผสมผสานกับความรู้ใหม่ ๆ ในปัจจุบันก็อาจจะได้สิ่งที่มีคุณค่าและมูลค่า

๓) เครือข่ายของความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในชุมชนคนในชุมชนนั้นต้องมีความร่วมมือร่วมใจ กันจัดการองค์กรชุมชนและเครือข่ายสามารถพึ่งพาอาศัยกันร่วมกันจัดการทรัพยากรผลผลิตต่าง ๆ แบ่งกันผลิตและร่วมกันบริโภคเป็นชุมชนพึ่งตนเองได้

วิสาหกิจชุมชนกับแผนแม่บทชุมชน

เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการเรียนรู้และการจัดการแบบใหม่ซึ่งการทำแผนชุมชนถือว่าเป็นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้ชุมชนได้ค้นหาศักยภาพ

ตนเอง และสามารถพัฒนาศักยภาพดังกล่าวไปสู่การพึ่งตนเองได้ แผนแม่บทชุมชนใช้เครื่องมือในการทำวิจัยชุมชนที่เรียกว่า “ประชาพิจัย” หรือชื่อเต็มว่า “ประชาพิจัยและพัฒนา (People Research and Development-PR&D) ซึ่งหมายถึงการวิจัยของชุมชนโดยชุมชนและเพื่อชุมชน เพราะฉะนั้น แผนแม่บทชุมชนจึงไม่ได้เป็นการนั่งคิดเอาเองเป็นแผนที่เกิดจาก “ข้อมูล” แต่ก็ไม่ใช่อ้อมกอดที่เป็นเพียง ปัญหาและความต้องการของชุมชนเท่านั้นแต่รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและสถานการณ์โลกในปัจจุบันที่มีผลต่อวิถีชีวิตของชุมชนประวัติความเป็นมารวมไปถึงรากเหง้าที่ช่วยกันสืบค้นเพื่อค้นหา เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเองเรียนรู้ว่ามีทรัพยากรอะไรบ้างโดยเฉพาะ ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน มีผลผลิต รายรับ รายจ่าย มากน้อยเท่าใดในชุมชน เพื่อที่จะได้ค้นหา สภาพแวดล้อมที่แท้จริงและหาทางแก้ไขปัญหาของชุมชนได้อย่างถูกต้องและยั่งยืน ในการทำแผนแม่บทชุมชนนั้น แต่ละชุมชนก็ใช้ระยะเวลาไม่เท่ากัน ปกติใช้เวลาประมาณ ๕-๖ เดือน ถ้าหากไม่มีปัญหาและอุปสรรคมากเกินไปแต่หากชุมชนมีปัญหาที่มีความแตกแยกเป็นกลุ่ม เป็นพวก รวมกันไม่ติดหรือคนน้อยคนอื่นไปทำงานต่างถิ่นกันหมดในกระบวนการเรียนรู้ก็อาจเป็นปีหรือมากกว่า อย่างไรก็ตามวิธีการที่ถูกต้องเหมาะสม คือ ให้ชาวบ้านเป็นคนคิดทำแผนเองทุกขั้นตอน เพื่อเป็นแผนชีวิตของชุมชนเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่บอกว่าชุมชนต้องการจะไปไหนและทำอย่างไรให้ไปถึงจุดหมาย เป็นแผนที่ประกอบไปด้วยวิสัยทัศน์พร้อมกับแผนงานและโครงการต่าง ๆ ที่ชุมชนร่วมกันคิดร่วมกันทำด้วยทุนตนเองและหากมีทุนของทางราชการหรือองค์กรภายนอกเข้าไปเสริมการดำเนินงานของชุมชนก็จะทำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้นแทนที่จะสะสมทุนของชุมชนเองเป็นระยะเวลานาน หลายชุมชนได้แผนแม่บทแต่ไม่เกิดวิสาหกิจชุมชนเนื่องจากกระบวนการเรียนรู้ไม่มีประสิทธิภาพพอฐานคิดไม่ แน่นรวมไปถึงการบริหารจัดการแผนแม่บทในชุมชนไม่เกี่ยวเนื่องหรือกิจกรรมไม่สนับสนุน เกื้อกูลกัน การทำแผนที่ดินนอกจากจะรู้ปัญหา ความต้องการของชุมชนแล้ว ยังจะได้รู้ว่ามีทุนท้องถิ่นอะไรบ้าง เช่น บางชุมชนจับปลากระตักได้คิดเป็นมูลค่าปีละ ๕ ล้านบาท แต่ซื้อน้ำปลาปีละ ๗๐๐,๐๐๐ บาท แต่ถ้า พวกเขา นำปลากระตักมาแปรรูปเป็นน้ำปลาก็จะสามารถทดแทนการซื้อจากตลาดได้ การมีข้อมูลการ บริโภคอุปโภคก็จะทำให้การจัดการการผลิตและการอุปโภคบริโภคได้สามารถที่จะช่วยให้ออกแบบได้ว่าควรผลิตเท่าไร จึงจะเพียงพอต่อความต้องการของชุมชน การมีข้อมูลบริโภค รายรับ รายจ่าย หนี้สินเป็นสิ่งที่สำคัญมากเพราะทำให้ชุมชนตระหนักถึงสภาพที่แท้จริงของชุมชน อันเกิดจากพฤติกรรมของตนเองและสามารถที่จะทำให้ชุมชนนั้นปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำรงชีวิตจากการที่เคยซื้อกินสามารถที่จะลงมือทำเอง ปลูกเอง เลี้ยงเอง แปรรูปเอง และบริโภคเองได้

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

คำว่า “เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน” มีความหมายหลายอย่างตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน หมายถึงกลุ่มคนที่รวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชนเพื่อประกอบการวิสาหกิจชุมชนในขณะที่ชาวบ้านทั่วไปและองค์กรพัฒนาเอกชนใช้คำนี้เพื่อหมายถึงองค์กรชุมชนต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กันเป็นเครือข่ายแม้จะมีความหมายต่างกันแต่เนื้อหาสำคัญอันเดียวกัน คือ ความสัมพันธ์ ระหว่างคนหรือองค์กรในท้องถิ่น ซึ่งเกิดขึ้นเพราะมีคนเชื่อมโยงเครือข่าย เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนนั้นมี ๒ ประเภท คือ (๑) เครือข่ายภายในเป็นเครือข่ายที่มีการจัดการความสัมพันธ์ในระดับหมู่บ้าน ตำบล และ (๒) เครือข่ายภายนอกเป็นเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ในระดับอำเภอ จังหวัด

ภาค แต่เนื่องจากระบบโครงสร้างสังคมสมัยใหม่ไม่ค่อยเอื้อให้คนในชุมชนมีความสัมพันธ์กันเหมือนเมื่อก่อนคนในหมู่บ้านเดียวกันไปมาหาสู่ช่วยเหลือเกื้อกูลกันพึ่งพาอาศัยธรรมชาติไม่ต้องออกไปหากินไกล ๆ ทำให้คนใกล้ชิดกันวันนี้สถานการณ์เปลี่ยนไปจำเป็นต้องมีคนเชื่อมคนเชื่อมองค์กร เพื่อให้ผู้คนมีความสัมพันธ์กันและช่วยเหลือซึ่งกันและกันเหมือนที่เคยทำในอดีตแต่ต่างกันในรูปแบบ ซึ่งต้องพัฒนาให้เหมาะสมต่อไป

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญมากถ้ามีคนรวมกันตั้งเป็นองค์กรในชุมชนและเชื่อมโยงกันในตลาดหรือระหว่างตำบลก็จะเกิดพลัง ถ้ามีการจัดการที่ดีก็จะทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งเพราะจะมีการจัดการเรื่องการผลิต การบริโภค ใครจะผลิตอะไร จัดการอย่างไร ถ้ามีเครือข่ายกว้างก็จะทำให้จัดการการผลิตหลายอย่างได้คล่องตัว เช่น ปลูกผักแค่นี้ก็แปลงก็กินได้ทั้งหมู่บ้านถ้าปลูกผักกันหลายคนก็จะต้องมีตลาดที่กว้างกว่าซึ่งในกรณีนี้ตลาดเครือข่ายจะช่วยได้มาก ทำให้ปลูกผัก เลี้ยงสัตว์ ผลิตปุ๋ย และอย่างอื่นได้ปริมาณมากและราคาก็จะถูกลง ในปีหนึ่ง ๆ แต่ละตำบลใช้จ่ายในเรื่องของข้าว ปลาอาหาร เครื่องดื่ม ของใช้ ปุ๋ยตำบลละกว่า ๕๐ ล้านบาท บางแห่งมากกว่า ๑๐๐ ล้านบาท ถ้ามีการจัดการดีตลาดท้องถิ่นก็จะเป็นของชุมชนวิสาหกิจชุมชนที่ชาวบ้านจะเป็นคนกำหนดราคาเองได้โดยไม่ต้องไปถามพ่อค้าว่าจะซื้อเท่าไร ตลาดวิสาหกิจชุมชนดังนั้น ชุมชนจึงควรเป็นผู้กำหนดราคาเองวิสาหกิจชุมชนกับโครงการต่าง ๆ ของรัฐ

วิสาหกิจชุมชนนั้นเกี่ยวข้องกับโครงการของรัฐบาลที่ได้ดำเนินการมาแล้วอย่างเช่นโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ๑ ล้านบาท โครงการพักชำระหนี้ กล่าวคือ เนื่องจากการคิดและการจัดการวิสาหกิจชุมชนทำให้ชุมชนมีระบบการคิดการจัดการที่ชัดเจนแยกแยะได้ว่าอะไรทำเพื่อกินเพื่อใช้สินค้าอะไรดีพอที่จะเอาออกสู่ตลาดใหญ่แล้วเรียกผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้านมีความภาคภูมิใจในการนำเสนอสู่ตลาดใหญ่ว่า “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ในแง่ของการจัดการกองทุนชุมชน เงินกองทุนหมู่บ้าน ๑ ล้านบาท เป็นแนวทางที่ชุมชนสามารถนำไปเสริมความเข้มแข็งของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันการขาดการจัดการกองทุนที่ดี ขาดความรู้ ความเข้าใจ มุ่งเน้นเพียงแต่การเพิ่มรายได้ อาจก่อให้เกิดหนี้สินเป็นปัญหาที่จะตามมา ดังนั้น การจัดระเบียบเศรษฐกิจใหม่ของชุมชนเรียนการรู้จักตนเองชุมชนโลก รวมไปถึงการพัฒนาศักยภาพ ด้วยการจัดการอย่างพอเพียง ทำให้สามารถลดรายจ่ายและมีรายได้สูงขึ้นในกรณีที่เป็นหนี้ระบบการจัดการนี้สามารถที่จะแบ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นไปใช้หนี้ได้^{๗๖}

๒.๖ แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

สำหรับความหมายของผลิตภัณฑ์ ได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้อย่างหลากหลายดังต่อไปนี้

^{๗๖} พรชัย พันธุ์ธาดาพร, “การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”, รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, ๒๕๕๘), หน้า ๒๘-๓๒.

สุดาตวง เรืองรุจิระ ได้ให้ความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดที่เสนอขายต่อตลาด เป้าหมายที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ มีทั้งลักษณะที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม สิ่งที่ต้องจับต้องได้ (Tangible) คือ สินค้าที่มีตัวตน (Physical Product) มีรูปร่าง มองเห็น และสามารถสัมผัสได้ สิ่งที่ต้องจับต้องไม่ได้ (Intangible Product) หรือ บริการ (Service) หมายถึง กิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่เสนอขายแก่ลูกค้า^{๗๖}

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้ให้ความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ผู้ขายเสนอขายต่อตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจอยากได้เป็นเจ้าของ และซื้อมาเพื่ออุปโภคบริโภคอันเป็นการตอบสนองความต้องการ คำว่า ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้มีความหมายจำกัดเพียงวัตถุที่มีรูปร่างจับต้องได้เท่านั้น แต่ยังหมายถึงผลิตภัณฑ์บริการ สถานที่องค์กรหรือบุคคลและความคิดผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดลูกค้ากลุ่มที่ด้านผลิตภัณฑ์ที่ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

- ๑) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)
- ๒) พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ ฯลฯ
- ๓) การกำหนดตำแหน่ง (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย
- ๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น
- ๕) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)^{๗๗}

ชาญชัย อาจินสมาจาร กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ที่ดี คือ คุญแจสู่ความสำเร็จของตลาด ผลิตภัณฑ์เป็นตัวแทนของความคาดหวังของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความพึงพอใจของสังคม ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จประกันถึงความส่งเสริมตัวเอง ถ้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นั่นก็คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ดีควรก่อให้เกิดความกระตือรือร้นเพิ่มเติม ซึ่งมีความสำคัญต่อองค์การตลาด มันให้ความอิสระแก่ตลาดในการตัดสินใจ สำหรับนักการตลาด ความหมายของผลิตภัณฑ์ถูกตัดสินใจโดยความต้องการของผู้บริโภค^{๗๘}

^{๗๖} สุดาตวง เรืองรุจิระ, **นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา**, (กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, ๒๕๓๘).

^{๗๗} ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, **การบริหารการตลาดยุคใหม่**, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท อีระฟิล์ม และไอเท็กซ์ จำกัด, ๒๕๔๑), หน้า ๒๐๓.

^{๗๘} ชาญชัย อาจินสมาจาร, **หลักการตลาด**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ปัญญาชน, ๒๕๕๑).

วารุณี ตันติวังศ์วานิช และคณะ กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การผสมผสานของสินค้าและบริการที่กิจการเสนอต่อตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วยความหลากหลายคุณภาพ การออกแบบ รูปแบบ ตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การบริการ^{๘๐}

สุปัญญา ไชยชาญ กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์แต่ละรายการที่มีวางจำหน่ายอยู่ตามท้องตลาดจำนวนมากมาขายทุกวันนี้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งสามกลุ่มในระบบการตลาด อันได้แก่ ผู้ผลิตผู้ขายและผู้บริโภค อาจเห็นเป็นคนละอย่างเพราะต่างคนก็ต่างมุมมอง เช่น เข็มขัดเพียงหนึ่งเส้นผู้ผลิตอาจคิดถึงความต้องการของตลาด การออกแบบ วัสดุที่ใช้ในการผลิต กรรมวิธีการผลิตต้นทุนการผลิต และกำไรที่จะได้รับ ส่วนผู้ขายอาจคิดถึงความต้องการของตลาด การโฆษณา และกำไรที่จะได้รับ สำหรับผู้บริโภคอาจคิดถึงความสะดวกสบายดูเด่นสะดุดตา ความคงทนถาวรราคาที่ต้องชำระ และความภูมิใจเมื่อได้คาดไปรอดเพื่อน เป็นต้น^{๘๑}

วิทวัส รุ่งเรืองผล กล่าวว่า แนวคิดนี้เกิดขึ้นหลังจากยุคแนวคิดเน้นการผลิตเพื่อฟู มีการผลิตสินค้าได้มากขึ้นในต้นทุนที่ไม่ได้เปรียบเสียเปรียบกันมากนัก ผู้บริโภคจึงเริ่มตระหนักถึงคุณภาพของสินค้ามากขึ้น ในยุคนั้นนักการตลาดเริ่มให้ความสำคัญกับแนวคิดเน้นผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพสูงกว่าเดิม เช่น รถที่แข็งแรงขึ้น มีความเร็วสูงขึ้น วิทยุมีเสียงชัดเจนขึ้น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การที่ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีบางครั้งก็ยังไม่ใช่ว่าผู้บริโภคต้องการ อาจเป็นเพราะราคาแพงเกินไปหรือผู้บริโภคไม่รู้สึกรู้ว่าคุณภาพหรือคุณสมบัติที่ดีขึ้นของสินค้าเป็นสิ่งจำเป็น เช่น เครื่องเล่นวิดีโอเทปที่ตั้งโปรแกรมอัดเทปได้ล่วงหน้า ๑ เดือน ผู้บริโภคส่วนใหญ่อาจไม่รู้สึกรู้ว่าอยากจ่ายเงินแพงขึ้นเพื่อคุณสมบัตินี้เพราะแทบไม่มีโอกาสใช้งานตามคุณสมบัตินี้ ทำให้สินค้าที่มีคุณภาพสูงบางครั้งกลับมียอดจำหน่ายไม่สูงนัก^{๘๒}

จากความหมายแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตของนักวิชาการแต่ละท่านนั้น การผลิตคือการตอบสนองความต้องการไม่จำกัดเฉพาะวัตถุแต่รวมถึงการให้บริการคุณภาพและช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยความหลากหลาย คุณภาพ รูปแบบ การออกแบบ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และการประชาสัมพันธ์ ที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภคทั้งความสะดวกสบาย ความคงทนทำให้รู้ถึงคุณสมบัติที่ดีของสินค้านั้น ๆ นำไปสู่ความประทับใจและบอกต่อ

๒.๖.๑ แนวคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ความหมายของการพัฒนาผลิตภัณฑ์

^{๘๐} วารุณี ตันติวังศ์วานิช และคณะ, **หลักการตลาด**, (กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า, ๒๕๔๖).

^{๘๑} สุปัญญา ไชยชาญ, **หลักการตลาด**, พิมพ์ครั้งที่ ๒. (กรุงเทพมหานคร: พี.เอ.ลิฟวิง, ๒๕๔๓), หน้า ๒๑๘.

^{๘๒} วิทวัส รุ่งเรืองผล, **หลักการตลาด Principle of Marketing**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๕), หน้า ๒.

Fuller, G. W. ได้ให้ความหมายว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์มากมาย และมีลักษณะครอบคลุมกว้างขวาง แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ ต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างผลกำไรและเพื่อความอยู่รอดของบริษัท โดยทั่วไปสามารถรวบรวมความหมายของคำว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกเป็น ๗ ประเภท ดังนี้

๑) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการขยายสายการผลิต โดยใช้กระบวนการผลิตที่มีอยู่ (line extensions)

๒) การสร้างแนวคิดใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม (repositioned existing product) เป็นการปรับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในแง่ของการใช้งาน โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงคุณสมบัติหลัก ซึ่งบางครั้งเป็นไปตามข้อเสนอของผู้บริโภค

๓) ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ (new form of existing products)

๔) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงสูตรที่มีอยู่แล้ว (reformulation of existing products)

๕) ผลิตภัณฑ์ใหม่ในบรรจุภัณฑ์ใหม่ (new packaging of existing products)

๖) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม (innovative products/ make changes in an existing product) เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม

๗) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ (creative product/ bring into existence, the rare, never before-seen product)^{๘๓}

สุดาดวง เรืองรุจิระ ยังได้ให้ความเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใดๆ ที่กิจการนำเสนอต่อตลาดแล้วทำให้ตลาดมีโอกาสเลือกเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์ใหม่อาจเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่เคยมีผู้ผลิตมาก่อน เริ่มมีผู้ผลิตรายแรกของโลกจัดเป็นนวัตกรรม (Innovation) หรืออาจเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของกิจการที่เพิ่งนำออกจำหน่ายเป็นครั้งแรก หรืออาจดัดแปลงปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์ที่เคยจำหน่ายอยู่เดิม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีเหตุผลและความสำคัญ ดังนี้

๑) เพื่อรักษาสถานภาพการแข่งขัน ปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันในตลาดธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่องจากคู่แข่งที่เพิ่มขึ้นได้ส่งผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ซึ่งส่งผลต่อส่วนแบ่งทางการตลาดที่ถูกละทิ้งไป การออกผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดจะช่วยรักษาฐานการแข่งขันและส่วนแบ่งตลาดไว้ได้

๒) เพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์เดิมวัฏจักรวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไปจะมีช่วงเวลาที่สูง เมื่อผลิตภัณฑ์เริ่มเข้าสู่ช่วงท้ายของวงจรชีวิต หมายความว่า ผลิตภัณฑ์นั้นไม่ก่อประโยชน์หรือมียอดขายที่ตกลง การออกผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดเพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์เก่าจะช่วยรักษาชื่อเสียงของบริษัท

^{๘๓} Fuller, G.W., *New Product Development from Concept to Marketplace*, Boca Raton, Florida, (USA: CRC Press, Inc., 1994).

ทดแทนปริมาณขายกาไรของผลิตภัณฑ์เดิมและสามารถนาทรัพยากรจากผลิตภัณฑ์เดิมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

๓) เพื่อใช้สมรรถนะส่วนเกินให้เกิดประโยชน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อใช้สมรรถนะทางการตลาด การขาย และการผลิตที่เหลือให้เกิดประโยชน์ เหตุผลสำคัญ คือ การกระจายต้นทุนคงที่ไปยังจำนวนผลิตที่มากขึ้น เพื่อให้ต้นทุนรวมต่อหน่วยทั้งผลิตภัณฑ์เดิม และผลิตภัณฑ์ใหม่ลดลงมากพอที่จะเสนอราคาขายที่ต่ำกว่าคู่แข่งและมีกำไรที่มากขึ้น

๔) เพื่อปรับการเคลื่อนไหวเนื่องจากฤดูกาลให้น้อยลง ฤดูกาลที่แปรผันอาจส่งผลต่อทรัพยากรต่างๆ ของธุรกิจที่อาจไม่เพียงพอ หรืออาจเหลือใช้การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถขายหรือผลิตได้เมื่อพ้นฤดูกาลไปแล้วยอมทำให้การผันแปรต่างๆ ลดลง และเป็นการใช้ทรัพยากรของกิจการให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๕) เพื่อลดการเสี่ยงภัย เช่น ผลิตภัณฑ์ล้าสมัย ลูกค้ายึดความนิยม ปริมาณขายไม่มากพอกิจการมีผลิตภัณฑ์จำหน่ายในตลาดน้อย เป็นต้น สภาวะการณ์เหล่านี้ อาจส่งผลให้เกิดภาวะขาดทุน การเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ การเพิ่มปริมาณการขายให้ครอบคลุมตลาด ย่อมช่วยกระจายความเสี่ยงจากความผันผวนในตลาดที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

๖) เพื่อการใช้ผลพลอยได้ให้เกิดประโยชน์ สินค้าใหม่ที่พัฒนาจากผลพลอยได้หรือของทิ้งแล้วในธุรกิจ อาจนำมาซึ่งยอดขายหรือกำไรที่เพิ่มขึ้น

๗) เพื่อโอกาสใหม่ จากการที่ธุรกิจเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด อาจทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค จนกิจการสามารถผลิตและดาเนินงานการตลาด และความต้องการเช่นนี้ จึงถือเป็นโอกาสอันดีที่ธุรกิจจะเข้าไปตอบสนององความต้องการด้วยผลิตภัณฑ์ของตนเอง นำมาซึ่งกำไรและส่วนครองตลาดที่มากขึ้น^{๘๔}

๒.๖.๒ หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ว่า ผลิตภัณฑ์ที่ดีย่อมเกิดมาจากการออกแบบที่ดีในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์เสนอแนวคิดให้ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมตามหลักการออกแบบ โดยหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ควรคำนึงดังนี้

- ๑) หน้าที่ใช้สอยและความสะดวกสบายในการใช้
- ๒) ความปลอดภัยและความแข็งแรง
- ๓) ความสวยงาม^{๘๕}

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาจแบ่งวิธีการออกเป็น ๒ ขั้นตอน คือ การออกแบบลักษณะโครงสร้าง (Construction Design) และการออกแบบกราฟิก หรือลวดลายบนบรรจุภัณฑ์

^{๘๔} สุดาตวง เรืองรุจิระ, นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา, (กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, ๒๕๓๘).

^{๘๕} ธีระชัย สุขสด, การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๔).

๑) การออกแบบลักษณะโครงสร้าง (Construction Design) ความหมายของการออกแบบโครงสร้าง หมายถึง กระบวนการทางความคิดโดยรวบรวมองค์ประกอบทั้งหลายเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เพื่อวางแผนกำหนดรูปแบบ ขนาด รูปร่าง รูปทรง และประเภทของวัสดุบรรจุที่จะนำมาผลิต และประกอบเป็นภาชนะบรรจุ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษา การขนส่ง หน้าที่ใช้สอย และอำนวยความสะดวกต่อการเปิดปิดภาชนะบรรจุเพื่อใช้ผลิตภัณฑ์ที่ถูกบรรจุไว้ภายใน การกำหนดโครงสร้างของภาชนะบรรจุนั้นใช้อาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ประกอบกัน เพื่อให้ได้รูปร่าง ขนาด และมิติที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ซึ่งมีรูปทรงต่างๆไม่ว่าจะเป็นแบบเรขาคณิต หรือรูปทรงอิสระ ทั้งนี้การกำหนดขนาดของโครงสร้างภาชนะบรรจุก็มีผลต่อการใช้พื้นที่ของตู้คอนเทนเนอร์ ในกระบวนการขนส่งสินค้า นอกจากรูปร่างและรูปทรงแล้ววัสดุที่ใช้ก็ยังมีผลต่อความแข็งแรงทนทาน สามารถปกป้องสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหาย ทั้งด้านกายภาพและคุณภาพในเส้นทางการขนส่ง ทั้งนี้วัสดุบรรจุแต่ละชนิดต่างก็มีข้อจำกัดและแตกต่างกันไป

หลักการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยทั่วไปภาชนะบรรจุสามารถแยกเป็นภาชนะบรรจุชั้นปฐมภูมิ หรือสำหรับขายปลีก (Primary or Retail Packaging) ซึ่งจะเป็นชั้นที่วัสดุบรรจุสัมผัสกับผลิตภัณฑ์โดยตรง จึงอาจกล่าวได้ว่าภาชนะบรรจุชั้นนี้ จะถูกกำหนดโดยลักษณะของผลิตภัณฑ์เอง เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทมีคุณสมบัติทางกายภาพที่แตกต่างกันไป เช่น ขนาด รูปทรง ปริมาตร ความหนาแน่น น้ำหนัก คุณสมบัติทางเคมี เช่น ส่วนประกอบหรือส่วนผสม ของแข็ง ของเหลว แก๊ส นอกจากนี้ยังต้องศึกษาถึงลักษณะ สาเหตุที่มีผลให้ผลิตภัณฑ์เกิดการเสื่อมเสียด้านคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคด้วย ดังนั้นการเลือกวัสดุเพื่อใช้ทำภาชนะบรรจุที่เหมาะสมจะสามารถคุ้มครองป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ได้ดี อีกทั้งยังต้องอำนวยความสะดวกต่อการ จับ ถือ หิ้ว และการนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้^{๘๖}

นอกจากนี้ จากสังคมปัจจุบันซึ่งประกอบด้วยผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย ดังนั้นแนวความคิดการออกแบบเพื่อมวลชน (Universal Design) จึงถูกนำมาประยุกต์ในการออกแบบโครงสร้างภาชนะบรรจุในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการใช้งานของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมได้ทุกเพศทุกวัย ปราศจากข้อจำกัดด้านสภาพ ความสามารถทางกายภาพใดๆ ของผู้ใช้งาน โดยยึดหลักการพื้นฐาน ๗ ประการ ได้แก่ ใช้ได้เหมือนกันทุกคน (Equitability) ใช้ได้โดยสะดวกคล่องตัวตามศักยภาพของแต่ละบุคคล (Flexibility) เรียบง่ายและเข้าใจได้ง่าย (Intuitive Use) ให้ข้อมูลที่จำเป็นได้อย่างถูกต้องชัดเจน (Simple Perceptible Information) ป้องกันอันตรายหรือข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจ (Tolerance for Error) พยายามหรือกำลังมือใช้งาน (Low Physical Effort) ขนาดและพื้นที่การใช้งานเหมาะสม (Appropriate Size and Space) ซึ่งหลักการดังกล่าวนี้สามารถนำมาประยุกต์เพื่อสร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์การออกแบบภาชนะบรรจุในปัจจุบันได้ดี^{๘๗}

^{๘๖} สุมาลี ทองรุ่งโรจน์, Packaging Design ออกแบบบรรจุภัณฑ์, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: มิตรสัมพันธ์ กราฟิก จำกัด, ๒๕๕๕).

^{๘๗} เลอพงค์ จารุพันธ์, แนวคิดและกรณีศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาดและโลจิสติกส์, พิมพ์ครั้งที่ ๑, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด, ๒๕๕๘).

๒) การออกแบบกราฟิก หรือ ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ (Graphic Design) การออกแบบกราฟิก หรือ ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ หมายถึงวิธีการกำหนดลักษณะตลอดจนรายละเอียดของลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ในอันที่จะมีผลทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น ดึงดูดความสนใจ ทราบถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้น เป็นการสร้างบุคลิกลักษณะพิเศษของสินค้าอันจะนำมาซึ่งความทรงจำของผู้บริโภค ทั้งหมดนี้ก็โดยอาศัยเทคนิคในการออกแบบข้อความโฆษณา สัญลักษณ์ หรือ เครื่องหมายการค้า ตลอดจนการให้สีสันท่างๆประกอบกัน โดยก่อนที่จะทำการออกแบบก็ต้องมีการพิจารณาและศึกษาสภาวะของตลาด อุปนิสัยของผู้บริโภครวมทั้งกลุ่มเป้าหมายของสินค้า เช่น เพศ อายุ ฐานะ การศึกษา ตลอดจนความคิดเห็น และความรู้สึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของเดิมหรือคู่แข่งในตลาด ความเป็นไปได้ในด้านเทคนิค การผลิต การวางจำหน่าย ยอดการจำหน่ายของสินค้านี้ เพื่อจะได้วางนโยบายได้ถูกต้องในการที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าได้อย่างเหมาะสมต่อไป อย่างไรก็ตามการออกแบบกราฟิกที่ดีนั้น จึงควรต้องพิจารณาการออกแบบทั้งส่วนในกับส่วนนอกให้มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันดังนั้นเราจึงต้องแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ประเภท คือการออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบลวดลายสีสันทัน ซึ่งทั้ง 2 อย่างนี้จะต้องมีความสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกันด้วย

การออกแบบกราฟิกจึงเป็นการกำหนดคุณลักษณะรายละเอียดในรูปลักษณะของงานสร้างสรรค์ทางด้านศิลปะอันเชื่อมโยงจินตนาการให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกไปในทางที่ดี ดึงดูดความสนใจเกิดมโนภาพสรรพคุณสินค้า และกระตุ้นให้เกิดความทรงจำในผลิตภัณฑ์นั้นๆ

๒.๖.๓ กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์

นิรัช สุตสังข์ เสนอกระบวนการของ Earle เป็นแนวทางในการทำงานโดยกระบวนการในการออกแบบนั้นมี ๖ ขั้นตอน คือ

๑) ขั้นตอนการตีปัญหา (Problem Identification) ประกอบด้วย ข้อกำหนดปัญหา (Problem Statement) ข้อบังคับของปัญหา (Problem Requirement) ขอบเขตของปัญหา (Problem Limitation) ภาพร่าง () การรวบรวมข้อมูล (Data Collection) โดยขั้นตอนนี้จะนำไปสู่ Concept ใหม่ในการออกแบบ

๒) ขั้นตอนความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Preliminary Ideas) ประกอบด้วยตนเองกับกลุ่ม (Individual VS Team) การวางแผนกิจกรรม (Plan of Action) การระดมสมอง (Brainstorming) การสเก็ตช์และจดบันทึก (Sketching and Notes) วิธีการวิจัย (Research Methods) การสำรวจ (Survey methods)

๓) ขั้นตอนการกลั่นกรองและออกแบบ (Design Refinement) ประกอบด้วย สัดส่วนทางกายภาพ (Physical Properties) การประยุกต์ทางเรขาคณิต (Application of Geometry) เงื่อนไขการกลั่นกรอง (Refinement Considerations) ชิ้นส่วนมาตรฐาน (Standard Parts)

๔) ขั้นตอนการวิเคราะห์ (Analysis) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ประโยชน์ในการใช้สอย (Function Analysis) การวิเคราะห์ทางวิศวกรรม (Engineering Analysis) การวิเคราะห์ตลาดของผลิตภัณฑ์ (Market and Product Analysis) การวิเคราะห์รายละเอียด (Specification Analysis)

การวิเคราะห์ความแข็งแรง (Strength Analysis) การวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์ (Economic Analysis) การวิเคราะห์หุ่นจำลอง (Model Analysis)

๕) ขั้นตอนการตัดสินใจ (decide) เป็นการตัดสินใจของผู้เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญในการให้การยอมรับ (Accept) ปฏิเสธ (Reject) หรือนำมาซึ่งการประยุกต์ (Combine) ทำต่อเนื่อง (continue) หรือหยุด (Stop)

๖) ขั้นตอนการทำให้เป็นผลสำเร็จ (Implementation) คือการนำมาสร้างและผลิตขึ้นจริง^{๘๘}

๒.๖.๔ รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์

๑) รูปแบบมาก่อนประโยชน์ใช้สอย (Function follows form) เป็นวิธีการออกแบบที่นิยมความงามของรูปร่างเป็นหลัก โดยยึดแนวคิดที่ว่าความงามต้องมาก่อนประโยชน์ใช้สอยเสมอ และมักจะถูกนำมาใช้อธิบายขั้นตอนในการปฏิบัติการเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นความงามเป็นหลัก จุดประสงค์ที่สำคัญก็เพื่อยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น เพื่อนำไปสู่การเพิ่มราคาสินค้า

๒) ประโยชน์ใช้สอยก่อนรูปแบบ (Form follows function) เป็นวิธีการออกแบบของหลุยส์ สุลิวาน (Louis Sullivan) ที่นิยมประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก (Functionalism) ภายใต้ปรัชญาที่ว่าประโยชน์ใช้สอยต้องมาก่อนความงามเสมอ และถูกนำมาใช้อธิบายขั้นตอนในการปฏิบัติการเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตจำนวนมาก โดยให้ความสำคัญการออกแบบที่สอดคล้องกับการทำงานของเครื่องจักร การประหยัดวัสดุ ความสะดวกในการใช้งาน การคงคลัง และการขนส่ง เป็นต้น สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบของสถาบันเบาเฮาส์ (Bauhaus) ประเทศเยอรมนี คือให้ความสำคัญด้านประโยชน์ใช้สอย วัสดุกรรมวิธีการผลิตโดยเครื่องจักรทางอุตสาหกรรม และการใช้รูปร่างเรขาคณิตที่เรียบง่าย ปราศจากการประดับตกแต่งเกินความจำเป็นยังคงเป็นแบบอย่างของการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงอุตสาหกรรมสมัยใหม่ที่น่าสนใจ แนวทางการออกแบบดังกล่าวประกอบด้วยลักษณะสำคัญ คือ รูปร่าง สีสัน และประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับสภาพความเป็นของสังคม ราคาเหมาะสมกับกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ซื้อหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์

๑) หน้าที่ใช้สอย (Function) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ สามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่จำเป็นต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง

^{๘๘} นิรัช สุตสัง, การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนส์ไตร์, ๒๕๔๘).

๒) ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปร่าง ขนาด สี สันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกๆ ที่คนเราสัมผัสได้ ก่อนมักเกิดจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นไม่เหมือนกับการกำหนดรูปร่างและสีในงานจิตรกรรม ซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตรกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นจำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสีในระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใจใด ๆ ที่เป็นตัวชี้วัดขาดความผิด แต่คนเราส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงามในทิศทางเดียวกันตามธรรมชาติ ตัวอย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ของที่ระลึก และของตกแต่งบ้านต่าง ๆ ความสวยงามก็คือหน้าที่ใช้สอยนั่นเอง และความสวยงามจะสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้

๓) ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่าง ๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา และสรีรวิทยา ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิภาค และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบ

๔) ความปลอดภัย (Safety) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคหรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แนบมากับผลิตภัณฑ์ด้วย

๕) ความแข็งแรง (Construction) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัวทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่าง ๆ จากการใช้งาน ตัวอย่างเช่น การออกแบบเพอร์นิเจอร์ที่ดีต้องคำนึงถึงความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย

๖) ราคา (Cost) ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้นิคม หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่าง ๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

๗) วัสดุ (Materials) การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทุ่นความร้อน ทุ่นกรดต่าง ไม่ลื่น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต สั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อม ด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ ก็เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลดปริมาณขยะโลก

๘) กรรมวิธีการผลิต (Production) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้ รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการประหยัด

แนวคิดเรื่องตราสินค้า

แนวคิดในเรื่องการสร้าง “ตราสินค้า” หรือ “แบรนด์ (Brand)” เกิดขึ้นมามากกว่า ๕,๐๐๐ ปีแล้ว แต่เพิ่งเป็นกระแสอย่างแท้จริงเมื่อไม่กี่ปีมานี้เอง อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ที่เปลี่ยนวิถีคิดจากเศรษฐกิจที่เน้นการผลิตระบบอุตสาหกรรม (Mass Production) มาเป็นเน้นความต้องการของกลุ่มลูกค้า (Mass Customization) แทน ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกเพิ่มขึ้น และด้วยเหตุที่คนแต่ละคนมีชีวิตประจำวันที่เร่งรีบ ทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโดยวิธีเดิม ๆ ด้วยการเปรียบเทียบรูปลักษณ์ และประโยชน์ที่ได้รับอาจไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน รวมถึงการแข่งขันทางการค้าในสังคมยุคข่าวสารซึ่งมีการลอกเลียนรูปลักษณ์ของสินค้าทันทีที่วางจำหน่าย ทั้งที่คุณภาพของสินค้าอาจไม่แตกต่างกันมาก ผู้บริโภคจึงมักตัดสินใจเลือก โดยพิจารณาจากสัญลักษณ์หรือแบรนด์ที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะตัว แบบของสินค้า สถานที่ที่วางจำหน่าย กลุ่มผู้บริโภค ราคา ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้านั้น และที่สำคัญซึ่งจะขาดเสียมิได้คือผู้ผลิต ดังนั้นชื่อเสียงของผู้ผลิตจึงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจนอาจกล่าวได้ว่าความเชื่อถือในตัวสินค้าจะมีผลต่อการซื้อสินค้ามากกว่ารูปลักษณ์และประโยชน์ที่จะได้รับเสียอีก^{๙๙}

Philip Kotler กล่าวว่า แบรนด์หมายถึง กลุ่มของความเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นจากชื่อเครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ความแตกต่างระหว่างชื่อและแบรนด์ก็คือชื่อเป็นเพียงสิ่งที่ใช้เรียกเท่านั้น ส่วนชื่อนั้นจะกลายเป็นแบรนด์ได้ก็ต่อเมื่อผู้คนนำชื่อนั้นไปเชื่อมโยงเข้ากับสิ่งอื่น ๆ^{๑๐}

Marty Neumeier กล่าวว่า แบรนด์ไม่ใช่สิ่งที่คุณบอกว่าคุณเป็นอย่างไร แต่เป็นสิ่งที่บุคคลภายนอกมองว่าคุณเป็นอย่างไรต่างหาก^{๑๑}

^{๙๙} สุมิตรา ศรีวิบูลย์, ออกแบบระบบมาตรฐานอัตลักษณ์เพื่อการสร้างอัตลักษณ์ที่ยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร: อีเลิฟแวนด์คัลเลอร์ส จำกัด, ๒๕๕๔).

^{๑๐} Philip Kotler Kellogg on Branding, (ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์, แปล), (กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ท, ๒๕๕๑).

^{๑๑} Marty Neumeier (2003) อ้างถึงใน สุมิตรา ศรีวิบูลย์, ออกแบบระบบมาตรฐานอัตลักษณ์เพื่อการสร้างอัตลักษณ์ที่ยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร: อีเลิฟแวนด์คัลเลอร์ส จำกัด, ๒๕๕๔).

Alina wheeler กล่าวว่า แแบรนด์ คือคำสัญญา แนวคิดหลัก และความคาดหวังเกี่ยวกับองค์กร สินค้า หรือบริการ ที่อยู่ในใจผู้บริโภค ผู้ประกอบการจะอย่างไรที่จะทำให้ผู้บริโภคหลงรักแบรนด์ เชื่อถือและพัฒนาจนกลายเป็นความภักดี เลือกซื้อ และเชื่อมั่นในแบรนด์นั้นเหนือกว่าแบรนด์อื่น อาจกล่าวได้ว่า แแบรนด์ก็คือ ชื่อ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่สามารถ ระบุถึงความแตกต่างของสินค้าหรือบริการ ระหว่างผู้ผลิตแต่ละราย ไม่ว่าจะเกิดจากประสบการณ์ส่วนตัว ข้อมูลทางการค้า หรือการสื่อสารระหว่างบุคคล สิ่งเหล่านี้ล้วนมีความหมายต่อผู้บริโภคทั้งสิ้น ดังนั้น การที่แบรนด์จะสามารถเข้าไปอยู่ในจิตใจของผู้บริโภคในทุกความคิดความรู้สึก ภาพที่เกิดขึ้นในใจ ความเชื่อ ท่าทีพฤติกรรม และอื่น ๆ นั้นมีผลมาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคทั้งสิ้น บุคคลส่วนมากยอมรับว่าอารมณ์และความรู้สึกที่เกิดขึ้นในใจนั้นมักอยู่เหนือเหตุผล เมื่อถึงจุดที่จะต้องเลือกแบรนด์ องค์กรไม่สามารถควบคุมภาพความรู้สึกหรือนิยามของแบรนด์ที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภค แต่การตัดสินใจเลือกนั้นจะเกิดขึ้นได้จากการที่องค์กรหรือแบรนด์นั้นสามารถสื่อสารถึงคุณลักษณะที่สินค้าหรือบริการนั้นแตกต่างจากผู้อื่นอย่างต่อเนื่อง และนานเพียงพอที่จะทำให้คุณลักษณะเฉพาะนั้นยังปรากฏในใจผู้บริโภค หรืออาจกล่าวให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น คือแบรนด์มีใช้สิ่งที้องค์กรบอกว่าตนเองเป็นอย่างไร แต่ในทางกลับกัน แแบรนด์คือสิ่งที่สาธารณชนรับรู้ในสิ่งที้องค์กรนั้น ๆ เป็น^{๗๒}

ตราสินค้าหรือแบรนด์ (Brand) คือสิ่งที่ช่วยสร้างความแตกต่างของสินค้าให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภค ระหว่างสินค้าที่มีแบรนด์กับสินค้าที่ไม่มีแบรนด์ เนื่องจากว่าแบรนด์จะเป็นตัวกลางในการสื่อสารถึงความแตกต่างของสินค้าให้ผู้บริโภครับรู้ ในหลายๆครั้งที่เมื่อผู้บริโภคเปรียบเทียบสินค้าระหว่างผู้ผลิต ๒ ราย ถึงแม้ว่าสินค้าทั้ง ๒ แแบรนด์นี้จะมีคุณสมบัติหรือคุณประโยชน์ที่เหมือนกันทุกประการ แต่ผู้บริโภคก็อาจจะรู้สึกว่สินค้าทั้ง ๒ ขึ้นนี้มีความแตกต่างกันซึ่งความแตกต่างที่เกิดขึ้นในใจผู้บริโภคนี้มีอิทธิพลมาจากความพึงพอใจในแต่ละแบรนด์ที่แตกต่างกัน และนำไปสู่การเลือกตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน^{๗๓}

ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ชื่อ (Name) คำ (Word) สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) เพื่อระบุถึงสินค้าหรือบริการของผู้ขาย^{๗๔}

ตราสินค้าหรือแบรนด์ (Brand) คือ ภาพลักษณ์ หรือความคาดหวังที่ ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์ หรือบริการขององค์กร แแบรนด์จึงมิใช่เป็นเพียงสัญลักษณ์ทางการค้า หรือโลโก้ (Logo) หากแต่เป็นเรื่องราวทั้งหมดที่ผู้บริโภครับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์^{๗๕}

^{๗๒} Alina wheeler (2006) อ้างถึงใน สุมิตรา ศรีวิบูลย์, ออกแบบระบบมาตรฐานอัตลักษณ์เพื่อการสร้างอัตลักษณ์ที่ยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร: อีเลฟแวนด์คัลเลอร์ส จำกัด, ๒๕๕๔).

^{๗๓} วิทยา จารุพงษ์ศิโสภณ, **Strategic Brand Management กลยุทธ์การบริหารแบรนด์**, (กรุงเทพมหานคร: แพลน พรินติ้งจำกัด, ๒๕๕๗).

^{๗๔} เสาวลักษณ์ ชาญเขียว, **การบริหารการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ ๑**, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, ๒๕๕๓).

^{๗๕} ชัยรัตน์ อัครวางกูร, **ออกแบบให้โดนใจ, พิมพ์ครั้งที่ ๓**, (เชียงใหม่: วิทอินบ็อคซุช, ๒๕๕๐).

การออกแบบตราสินค้า

เนื่องจากแต่ละองค์กรต่างก็มีโครงสร้างลำดับชั้นตราสินค้า (Brand Hierarchy) ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้แต่ละองค์กรจึงมีแนวทางการสร้างตราสินค้าที่หลากหลายและแตกต่างกันไปด้วย ทั้งนี้ในการสร้างตราสินค้านั้นไม่มีกฎเกณฑ์ หรือขั้นตอนที่แน่ชัดว่าจะต้องมีกี่ลำดับชั้น หรือองค์กรควรวางโครงสร้างอย่างไร แต่ทว่ากลยุทธ์ทั้ง ๓ ด้านที่ได้รับความนิยมต่อไปนี้ อาจเป็นแนวทางบางส่วนที่ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างตราสินค้าได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๑) การใช้ความโดดเด่นขององค์กรได้แก่ การใช้ตราสินค้าองค์กร (Corporate Brands) เป็นชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ เช่น เนสเล่ท์ไอศกรีม (Nestle Ice Cream) หรือการใช้ชื่อของร้านค้าปลีกเป็นชื่อตราสินค้า (House Brands) เช่น น้ำยาล้างจานเทสโก้โลตัส (Tesco Lotus) เป็นต้น

๒) การใช้ตราสินค้านำร่วมกัน ได้แก่ การใช้ตราสินค้าคู่กัน ๒ ตราสินค้า (Dual Brands) ที่มีความโดดเด่นใกล้เคียงและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เช่น เนสเล่ท์ (Nestle) และ คิทแคท (Kit Kat) หรือการใช้ตราสินค้าของผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายสนับสนุน (Endorsed Brands) หรือการใช้ตราสินค้าที่มีแบรนด์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสนับสนุน เช่น แคดเบอรี เดรี่ มิลค์ (Cadbury's Dairy Milk) เป็นต้น

๓) การใช้ความโดดเด่นของตราสินค้าได้แก่ การใช้ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งโดยเฉพาะ (Mono Brand) เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขเพดดิกรี (Pedigree) ซึ่งอยู่ในเครือของมาร์ส (Mars) หรือการใช้ชื่อ ตราสินค้าอื่นที่ไม่เปิดเผยชื่อองค์กรอย่างชัดเจน เช่น ช็อกโกแลตทวิคซ์ (Twix) ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่รู้ว่าเป็นเครือของมาร์ส (Mars) ด้วยเช่นเดียวกัน^{๓๖}

๒.๖.๕ แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นสินค้าในชุมชน ก่อให้เกิดรายได้ในระดับครัวเรือน ในขณะที่ชุมชนจะผลิตสินค้าอะไรสักชิ้นจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่นำไปสู่ความต้องการทางการตลาดที่นอกเหนือจากคุณภาพหรือสรรพคุณของสินค้า อาทิเช่น แบรินด์สินค้า การรับประกันคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ ความคุ้มค่า เป็นต้น

จิตพนธ์ ชุมเกตู ได้สรุปแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไว้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึงความต้องการของผู้ผลิตที่ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้น จนสามารถต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์เดิม เป็นการสร้างผลกำไรให้กับองค์กรหรือบริษัทเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างสมรรถนะทางการแข่งขัน ลดการเสี่ยงภัยทางการตลาดที่ลูกค้าเสื่อมความนิยมลง เป็นการสร้างโอกาสใหม่ในการขยายช่องทางการตลาดมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของตนเองมีความ

^{๓๖} วิทยา จารุพงศ์โสภณ, Strategic Brand Management กลยุทธ์การบริหารแบรนด์, (กรุงเทพมหานคร: แพลน พรินต์ติ้งจำกัด, ๒๕๕๗), หน้า ๓๐๘-๓๐๙.

ได้เปรียบกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งรายอื่นๆ^{๙๗} นอกจากนี้จิตพนธ์ได้เสนอแนวคิดของ Fuller, G.W. (1994) ซึ่งให้คำอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีลักษณะครอบคลุมกว้างขวาง แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ ต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ que สร้างผลกำไร และเพื่อความอยู่รอดของบริษัท โดยทั่วไปสามารถรวบรวมความหมายของคำว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ออกเป็น ๗ ประเภท ดังนี้

๑) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการขยายสายการผลิต โดยใช้กระบวนการผลิตที่มีอยู่ (line extensions)

๒) การสร้างแนวคิดใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม (repositioned existing product) เป็นการปรับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในแง่ของการใช้งาน โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงคุณสมบัติหลัก ซึ่งบางครั้งเป็นไปตามข้อเสนอของผู้บริโภค

๓) ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ (new form of existing products)

๔) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงสูตรที่มีอยู่แล้ว (reformulation of existing products)

๕) ผลิตภัณฑ์ใหม่ในบรรจุภัณฑ์ใหม่ (new packaging of existing products)

๖) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม (innovative products/ make changes in an existing product) เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม

๗) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ (creative product/ bring into existence, the rare, never before-seen product)

พรรณิภา ชาวคำ ได้เสนอแนวคิดเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไว้ว่า เป็นการปรับปรุง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าและโอกาสทางการตลาดมากขึ้น ด้วยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาปรับประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ๖ ขั้นตอน คือ^{๙๘}

๑) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

๒) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

๓) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

๔) การพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์

๕) การพัฒนาด้านภูมิปัญญา

๖) การพัฒนาเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

^{๙๗} จิตพนธ์ ชุมเกต, “การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่าง ยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี”, รายงานการวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๖๐), หน้า ๑๐.

^{๙๘} พรรณิภา ชาวคำ และคณะ, “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย”, วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - เมษายน ๒๖๖๑): ๑๗๒.

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์มากมายและมีลักษณะกว้างขวาง คือ ต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างผลกำไรและเพื่อความอยู่รอดของบริษัท โดยทั่วไปสามารถรวบรวมความหมายของคำว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกเป็น ๗ ประเภท คือ^{๙๙}

๑) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการขยายสายการผลิต โดยใช้กระบวนการผลิตที่มีอยู่ (Line Extensions)

๒) การสร้างแนวคิดใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม (Repositioned Existing Product) เป็นการปรับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในแง่ของการใช้งาน โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงคุณสมบัติหลัก ซึ่งบางครั้งอาจเป็นไปตามความประสงค์ของผู้บริโภค

๓) ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ (New Form of Existing Products)

๔) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงสูตรที่มีอยู่แล้ว (Reformulation of Existing Products)

๕) ผลิตภัณฑ์ใหม่ในบรรจุภัณฑ์ใหม่ (New Packaging of Existing Products)

๖) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม (Innovative Products / Make Changes in an Existing Products) เป็นลักษณะการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม

๗) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ (Creative Product / Bring into Existence, The Rare, Never Before-seen Product)

ในโลกของการแข่งขันทางการตลาดด้วยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ถือว่าเป็นการเพิ่มตัวเลือกให้กับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ใหม่อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยมีใครผลิตมาก่อน หรือดัดแปลงพัฒนาจากผลิตภัณฑ์เดิม รวมถึงการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) ที่เรียนรู้จากประสบการณ์ ความเชื่อ ประเพณีวัฒนธรรม ผสมผสานกับนวัตกรรมวิทยาการพื้นฐานที่มีอยู่เป็นแนวคิดการปรับปรุง พัฒนา สืบทอดภูมิปัญญา จนเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้จากนวัตกรรมชุมชน (Local Innovation) ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมา นั้น มีเหตุผลประกอบหลายประการดังต่อไปนี้

๑) เพื่อรักษาสถานภาพการแข่งขัน เพราะในปัจจุบันสถานการณ์การแข่งขันทางการตลาดเกือบทุกธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากคู่แข่งที่เพิ่มขึ้นทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดที่ถูกแบ่งไปจำนวนมาก การออกผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดจะช่วยรักษาฐานการแข่งขันและส่วนแบ่งตลาดไว้ได้

๒) เพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์เดิม วัฏจักรวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ปกติจะมีช่วงเวลาที่สั้น เมื่อผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่วงท้ายของวงจรชีวิต หมายถึงผลิตภัณฑ์นั้นมียอดขายที่ตกลง การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สู่ตลาดเพื่อทดแทนผลิตภัณฑ์เก่าจะช่วยรักษาชื่อเสียงและรายได้ของบริษัท ทดแทนผลตอบแทนและกำไรของผลิตภัณฑ์เดิม ตลอดจนสามารถนำทรัพยากรจากผลิตภัณฑ์เดิมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

^{๙๙} Fuller, G.W., *New Product Development from Concept to Marketplace*, CRC Press, Inc. USA.: Boca Raton, Florida.

๓) เพื่อใช้สมรรถนะส่วนเกินให้เกิดประโยชน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อผลทางการตลาด การขาย และการผลิตที่เหนือให้เกิดประโยชน์ เหตุผลสำคัญ ก็คือ การกระจายต้นทุนคงที่ไปยังจำนวนผลิตภัณฑ์ที่มากขึ้น เพื่อให้ต้นทุนรวมต่อหน่วยทั้งผลิตภัณฑ์เดิม และผลิตภัณฑ์ใหม่ลดลงมากพอที่จะเสนอราคาขายที่ต่ำกว่าคู่แข่งและมีกำไรที่มากขึ้น

๔) เพื่อปรับการเคลื่อนไหวเนื่องจากฤดูกาลให้น้อยลง ฤดูกาลที่แปรผันอาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรต่างๆ ของธุรกิจที่อาจไม่เพียงพอ หรืออาจเหนือใช้การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถขายหรือผลิตได้เมื่อพ้นฤดูกาลไปแล้วยอมทำให้การผันแปรต่างๆ ลดลง และเป็นการใช้ทรัพยากรของกิจการให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๕) เพื่อลดความเสี่ยง เช่น ผลิตภัณฑ์ล้ำสมัย ลูกค้านิยมความนิยม ปริมาณขายไม่มากพอ กิจการมีผลิตภัณฑ์จำหน่ายในตลาดน้อย เป็นต้น สภาวะการณ์เหล่านี้อาจส่งผลให้เกิดภาวะขาดทุนการเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ การเพิ่มปริมาณการขายให้ครอบคลุมตลาด ย่อมช่วยกระจายความเสี่ยงภัยจากความผันผวนในตลาดที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

๖) เพื่อการใช้ผลพลอยได้ให้เกิดประโยชน์ สินค้าใหม่ที่พัฒนาจากผลพลอยได้หรือของทิ้งแล้วในธุรกิจ อาจนำมาซึ่งยอดขายหรือกำไรที่เพิ่มขึ้น

๗) เพื่อโอกาสใหม่ จากการที่ธุรกิจเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด อาจทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์จากผู้บริโภค จนกิจการสามารถผลิตและดำเนินงานการตลาด และความต้องการเช่นนี้ จึงถือเป็นโอกาสอันดีที่ธุรกิจจะเข้าไปตอบสนองความต้องการด้วยผลิตภัณฑ์ของตนเอง นำมาซึ่งกำไรและการครอบครองตลาดที่มากขึ้น

สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึง การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ๆ ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้เป็นสินค้าที่จำหน่ายอย่างมีความสวยงามและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเป็นการสร้างสรรค์ รังสรรค์ ด้วยจินตนาการ ความคิด แรงบันดาลใจจากสิ่งที่มีอยู่รอบ ๆ ตัว ในครอบครัวหรือในชุมชน

พรพิมล คักดา และคณะ ได้อธิบายถึงกรอบทฤษฎีที่กำหนดโดยมีจุดมุ่งหมายในการออกแบบงานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดซึ่งมีความแตกต่างกัน เช่น หน้าที่ใช้สอยและความสะดวกสบายในการใช้งาน (Function and Ergonomics) ความปลอดภัยและความแข็งแรงทนทาน (Safety and Contraction) และความสวยงาม (Aesthetics)^{๑๐๐} ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ

๑) หน้าที่ใช้สอย (Function) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ สามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมี

^{๑๐๐} พรพิมล คักดา และคณะ, “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน จังหวัดนครปฐม”, รายงานการวิจัย, (นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, ๒๕๖๑), หน้า ๙.

ประสิทธิภาพ ซึ่งในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่มันต้องใช้งานไประยะหนึ่งจึงจะทราบถึงข้อบกพร่อง

๒) ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or Sales Appeal) ผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปร่าง ขนาด สี สีสันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามของผลิตภัณฑ์จะเป็นความพึงพอใจอันดับแรกที่สามารถสัมผัสได้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องยึดข้อมูล กฎเกณฑ์ รูปร่าง และสี เป็นทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน เพราะมนุษย์แต่ละคนมีการรับและพึงพอใจในเองของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัวในการตัดสินใจใดๆ แต่ความสวยงามของผลิตภัณฑ์จะสร้างความประทับใจและพลังในการตัดสินใจแก่ผู้บริโภค

๓) ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics) ผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องได้รับการออกแบบให้เข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่าง ๆ ของผู้ใช้ ความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา (Psychology) และสรีระวิทยา (Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิภาค และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น

๔) ความปลอดภัย (Safety) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ถ้าเป็นอันตรายต่อผู้ใช้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนแนบมากับผลิตภัณฑ์นั้นด้วย

๕) ความแข็งแรง (Construction) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว มีความทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ มีโครงสร้างมีความเหมาะสมกับการใช้งาน เช่น เฟอร์นิเจอร์ที่ดีต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างของผู้ใช้ด้วย

๖) ราคา (Cost) ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร จะช่วยให้สามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณการราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้วัสดุ ในการพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นด้วย

๗) วัสดุ (Materials) การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส พื้นผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดต่างไม่สิ้น ฯลฯ ดูแลรักษาได้ง่ายด้วยการใช้วัสดุที่หมุนเวียน (recycle) ก็เป็นสิ่งนี้นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลดกันลดปริมาณขยะของโลก

๘) กรรมวิธีการผลิต (Production) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรเน้นออกแบบให้ผลิตได้อย่างรวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ หรือออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม

สำหรับชุมชนที่ต้องต่อสู้กับปัญหาความยากจน เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้นโดยการสนับสนุนให้ชุมชนโดยใช้ต้นทุนภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่น พัฒนาเป็น

ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ มาสร้างเป็นจุดขายให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเอง มีความเชื่อพื้นฐานว่าการให้ชุมชนได้คิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองด้วยตนเอง จะทำให้ชุมชนได้รับการพัฒนาให้เห็นแนวทางและกระบวนการในการสร้างเศรษฐกิจชุมชนฐานราก ซึ่งจะสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น อย่างไรก็ตามสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเป็นระบบ ทั้งเรื่องการจัดการด้านการตลาด การจัดการการผลิต และการบริหารจัดการกลุ่ม ปัญหาสำคัญทั้ง ๓ ด้านนี้ถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้ผู้ผลิตจะขาดแรงจูงใจในการพัฒนาสินค้า ให้มีเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

นอกจากกลุ่มสมาชิกในชุมชนแล้ว กรมการพัฒนาชุมชนซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีความใกล้ชิดกับชุมชน ได้มีนโยบายการขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อยกระดับการพัฒนาสินค้า หนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่สำคัญคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างเครือข่ายประเภท และยกระดับผลิตภัณฑ์สู่ระดับสากล โดยแบ่งหมวดผลิตภัณฑ์ออกเป็น ๔ กลุ่ม^{๑๑๑} ได้แก่ กลุ่มดาวเด่นสู่สังคม (กลุ่ม A) กลุ่มอนุรักษ์สร้างคุณค่า (กลุ่ม B) กลุ่มพัฒนาสู่การแข่งขัน (กลุ่ม C) และกลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (กลุ่ม D) เป็นการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนอีกทางหนึ่งด้วย

๒.๗ แนวคิดเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมไปใช้

เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และธุรกิจ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์การต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องคิดค้น เพื่อสรรค์สร้างสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ ดังนั้นนวัตกรรมจึงมีความสำคัญกับองค์กรและมนุษย์ทุกคนบนโลก ข้อจำกัดของทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีในโลกในปัจจุบันเริ่มลดน้อยลงไปเรื่อย ๆ และกำลังจะหมดไปในอนาคต จึงส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติต้องพยายามแสวงหาวิธีที่จะทำให้ธุรกิจของตนเองอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนที่เห็นอย่างชัดเจนและกำลังเป็นปัญหาใหญ่ของเศรษฐกิจในโลกก็คือ ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างมาก ทำให้ธุรกิจรถยนต์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ต้องใช้น้ำมันเป็นพลังงานในการขับเคลื่อน ต้องพยายามค้นคิดหาพลังงานอื่นมาทดแทน จนเกิดเป็น Hybrid Car รถยนต์ลูกผสมที่ใช้ทั้งน้ำมันและพลังงานไฟฟ้าขับเคลื่อน ทำให้ประหยัดน้ำมันได้อย่างมาก และยังช่วยลดมลภาวะ

สำหรับนวัตกรรมในบริบทขององค์กรหรือกิจการ สามารถแยกมุมมองในการคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ คือเป็นนวัตกรรมที่คิดขึ้นมาเพื่อรองรับและตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ ของลูกค้าโดยเฉพาะ เป็นการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีหรือวิธีการใช้ รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น การสร้างสรรค์พัฒนาหรือสร้างการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในกระบวนการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการ

^{๑๑๑} สุภาพร พรหมมะเร็ง, “แนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน”, วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ปีที่ ๒๑ (เดือนมกราคม - ธันวาคม ๒๕๖๑): ๒๕๑.

ผลิต การส่งมอบ ขั้นตอนหน้าที่รับผิดชอบ ลักษณะงาน และเป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยน ยุทธศาสตร์หรือวิธีดำเนินงานธุรกิจแบบใหม่ ๆ ทั้งระบบ

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฐานรากให้เข้มแข็ง เป็นไปเพื่อการแก้ปัญหาความยากจน โดยต้องพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในลักษณะองค์รวมทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และ ภูมิปัญญาที่พึ่งพาตนเองได้ ในการพัฒนาชุมชนชนบทและชุมชนเมืองให้มีความเชื่อมโยงพึ่งพากัน กระบวนการพัฒนาทั้งระบบให้ทั่วถึงทุกชุมชนเพื่อลดช่องว่างทางสภาพ และ ความเหลื่อมล้ำใน สังคม^{๑๐๒} ในเศรษฐกิจชุมชนจะต้องมีความแตกต่างจากแนวคิดเรื่อง เศรษฐกิจรัฐ หรือเศรษฐกิจทุน กล่าวคือ เศรษฐกิจชุมชน จะต้องมีความเป็นความเจริญที่กระจาย ไม่กระจุกตัว การติดต่อค้าขาย จะเป็นแนวนอนที่มีการติดต่อซื้อขายกันโดยตลาดท้องถิ่น ซึ่งแนวนอนที่สุดผู้คนในชุมชน ต้องมีการช่วยเหลือกันและกันเป็นเครือข่าย แทน การแข่งขันแย่งชิงพื้นที่ เพราะเศรษฐกิจชุมชนเป็นเศรษฐกิจ ของชาวบ้าน ที่มีมิติทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ความสงบสุขและจิตใจ ที่ดีงาม ผสมผสานอยู่อย่าง กลมกลืน^{๑๐๓} หลักการสำคัญอีกประการหนึ่งในการส่งเสริมศักยภาพเศรษฐกิจชุมชน คือ การส่งเสริม ให้มีการพัฒนา ศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งผลผลิตชุมชน (Community product) นั้น จะต้องเป็น นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชนนั้น ๆ เพราะอย่างน้อยชุมชนนั้น ๆ ก็มีรากฐานมา จากวิถีการดำรงชีวิต ความเชื่อ วัฒนธรรม และประเพณีของผู้คนในกลุ่มสังคมเดียวกัน ที่มีความ เฉลียวฉลาด ความรู้ความสามารถขั้นพื้นฐานในการคิดค้นหรือการสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ใดใดก็ตาม ขึ้นมาเพื่อใช้ประโยชน์ และที่สำคัญจะต้องมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งหลายเหล่านั้นจากคนรุ่นหนึ่ง ไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ผลผลิตชุมชนในแต่ละแห่งจึงมีคุณค่าทางจิตใจต่อคนในท้องถิ่นนั้น ๆ เพราะเป็น สิ่งที่ผูกพันคนในท้องถิ่นเข้าด้วยกันและเป็นความภาคภูมิใจของคนในชุมชนอย่างแท้จริง^{๑๐๔} อย่างไรก็ตามการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสืบสาวเข้าไปถึงวิถีการดำเนินชีวิต (Way of life) หรือรูปแบบแห่งพฤติกรรมของสมาชิกในชุมชน (Behavior patterns) อันได้แก่ ศาสนา ปรัชญา ภาษา กฎหมาย การปกครอง ศิลปะวิทยาการ เครื่องใช้ต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งมีการส่งต่อและสืบทอดแนวคิด ทักษะ การประพฤติปฏิบัติตนสืบทอดกันมา วัฒนธรรมก็เป็นรากฐานจากส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์ ผลผลิตที่มีการส่งสมประสบการณ์ของคนหลายชั่วอายุ ในขณะที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ มนุษย์สร้างขึ้น และต้องเปลี่ยนแปลงไป เช่น วัฒนธรรมการแต่งกาย วัฒนธรรมการบริโภค และวัฒนธรรมด้านภาษา

^{๑๐๒} สรรเสริญ วงศ์ชู่อุ่ม, *การพัฒนาประเทศ*, (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๖), หน้า ๑๔.

^{๑๐๓} ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, *แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม*, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันวชิรธรรม, ๒๕๔๘), หน้า ๓๖.

^{๑๐๔} วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล, “รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาดของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชน”, *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒, (๒๕๕๑): ๕๙.

ความเชื่อ คุณค่า ค่านิยม อุดมการณ์ และโลกทัศน์ ล้วนเป็นโครงสร้างทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่ออย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างมากมาย^{๑๐๕}

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ^{๑๐๖} ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม ไว้ว่า ความสำคัญของนวัตกรรมที่มีต่อผู้ประกอบการ คือ การให้ความหมายของนวัตกรรมมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ตามพื้นฐานความรู้ของผู้ให้คำนิยาม แต่อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่เป็นแก่นหลักของการให้คำนิยามของนวัตกรรม ก็จะประกอบด้วยมิติทางด้าน ดังนี้

- ๑) ความใหม่ (Newness)
- ๒) ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits)
- ๓) การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea)

ซึ่งผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ที่ดีได้นั้น จะต้องเป็นผู้ที่มีลักษณะของการเป็นผู้นำทีม ผู้นำองค์กร และแสวงหาโอกาสเพื่อสร้างนวัตกรรม ผู้ประกอบการ ที่มีความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมนับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ และเชิงความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ จะพบได้ว่า ในส่วนของนโยบายระดับประเทศของไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมและผู้ประกอบการ โดยได้มีการจัดตั้งสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ให้ทำหน้าที่ในการส่งเสริม สนับสนุน และการพัฒนานวัตกรรมขึ้นในหมู่ผู้ประกอบการ หรือธุรกิจทุกๆ ประเภท ทั้งในลักษณะของการยกระดับนวัตกรรม การส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรม และการสร้างระบบและองค์การนวัตกรรม เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งทางด้านความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของประเทศ อย่างเป็นทางการ

ดร.ศศิประภา ชัยประสิทธิ์^{๑๐๗} ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ ความสำคัญขององค์กรแห่งนวัตกรรมในการแข่งขันยุคใหม่ ไว้ว่า การสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรมนับว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจ และการสร้างให้องค์กรเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในยุคปัจจุบันเนื่องจากถ้าองค์กรไม่สามารถพัฒนา และเปลี่ยนแปลงตนเองด้วยสิ่งใหม่ๆ แล้วย่อมเป็นการยากที่จะทำให้้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากความสำเร็จขององค์กรที่เป็นผู้นำตลาดนั้นมักเกิดขึ้นจากการนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมทางด้านสินค้า ด้านกระบวนการทำงาน ด้านการให้บริการ ด้านการจัดการ หรือด้านการตลาด

สรุปได้ว่า การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยนวัตกรรมเป็นทางเลือกสำคัญของผู้ประกอบการ องค์กร และผลิตภัณฑ์ชุมชนในประเทศไทย เพื่อแสวงหาโอกาส การได้เปรียบทางการ

^{๑๐๕} ชาย นครชัย, การส่งเสริมความเข้มแข็งของวัฒนธรรมไทย: ศึกษามุมมองของเยาวชนไทยต่อการรื้อฟื้นของวัฒนธรรมต่างชาติ, (กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, ๒๕๖๑), หน้า ๗.

^{๑๐๖} สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, “นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ”, *วารสารบริหารธุรกิจ*, ปีที่ ๓๓ ฉบับที่ ๑๒๘, (ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๓): ๔๙-๖๕.

^{๑๐๗} ศศิประภา ชัยประสิทธิ์, ดร., “องค์กรแห่งนวัตกรรม ทางเลือกใหม่ของผู้ประกอบการยุคใหม่”, *วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*, ๓๐, (๒๕๕๓): ๖๓.

แข่งขัน ซึ่งเป็นแนวคิดที่สามารถลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ดังนั้นแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจะเป็นแนวคิดที่นำไปสู่กระบวนการขจัดปัญหาที่เกี่ยวข้องกันเป็นลูกโซ่ทั้งปัญหาด้านการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา สิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต ของภาคประชาชนโดยเฉพาะชุมชนที่อยู่ในชนบทหรือพื้นที่ห่างไกลให้มีอาชีพที่มั่นคง มีรายได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อภาพรวมของประเทศ ให้มีความมั่นคงจากระบบเศรษฐกิจฐานราก อย่างยั่งยืนต่อไป

๒.๗.๑ การประเมินและติดตามผลการส่งเสริมการนำนวัตกรรมไปใช้

ความรู้เป็นคำที่มีความหมายกว้างและยากที่จะทำความเข้าใจ เพราะคำว่าความรู้นั้นเป็นนามธรรม มองไม่เห็น สัมผัสไม่ได้ สังเกตได้ยาก หลายคนจึงสงสัยว่า ความรู้คืออะไร ความรู้มาจากไหน และเราจะตรวจสอบความรู้ได้อย่างไร ความสับสนและกังขาในคำอธิบายที่ได้รับก็มีมากมายอยู่แล้วยังต้องหาวิธีการหรือกระบวนการจัดการกับความรู้เหล่านั้นอีกด้วย นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึง “ความรู้” ไว้หลายประเด็น ดังนี้

๑) Davenport and Prusak^{๑๐๘} ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า ความรู้ หมายถึง ส่วนผสมของกรอบประสบการณ์ คุณค่า สารสนเทศ ที่เป็นสภาพแวดล้อมและกรอบการทำงาน สำหรับการประเมิน และการรวมกันระหว่างประสบการณ์และสารสนเทศใหม่

๒) Hideo Yamazaki^{๑๐๙} ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า ความรู้เป็นสารสนเทศที่ผ่านกระบวนการคิดเปรียบเทียบ คัดเลือก ปรับปรุงให้เกิดการเชื่อมโยงกันทุกส่วนจนเกิดเป็นความเข้าใจ และสามารถนำความเข้าใจนั้นไปใช้ประโยชน์ในการประมวลผล สรุปผล ก่อนตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยไม่ได้จำกัดช่วงเวลาแต่อย่างใด

๓) ศาสตราจารย์นายแพทย์ วิจารณ์ พานิช^{๑๑๐} ได้กล่าวถึงความรู้ไว้ในหนังสือ การจัดการความรู้กับการบริหารราชการไทย ว่าความรู้นั้นมีอยู่หลายด้านและหลายมิติ ดังนี้คือ

- ความรู้ คือ สิ่งที่เราสามารถนำไปใช้ไม่หมด ไม่สึกหรอ แต่จะงอกเงย พอกพูน และดีงามมากขึ้น
- ความรู้ คือ ระบบสารสนเทศที่นำไปสู่การปฏิบัติ
- ความรู้ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้น ณ จุดที่ต้องการใช้ความรู้ นั้น ๆ เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับบริบทและการกระตุ้นให้เกิดความต้องการรู้

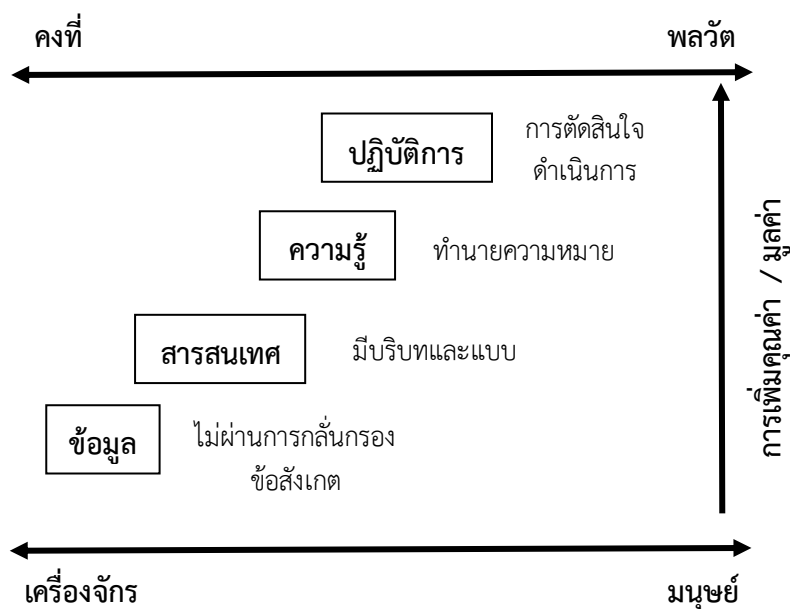
ในช่วงยุคแรก ๆ ของการพัฒนาศาสตร์ทางการจัดการความรู้ เป็นเพียงการศึกษาว่า ความรู้ทั้งหลายนั้นมาจากการจัดระบบและการตีความระบบสารสนเทศ (Information) ไปตามบริบท

^{๑๐๘} พรธิดา วิเชียรปัญญา, การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์ใช้, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมการพิมพ์, ๒๕๔๗), หน้า ๒๐.

^{๑๐๙} สำนักงาน ก.พ.ร. และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, คู่มือจัดทำแผนการจัดการความรู้, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ก.พ.ร., ๒๕๔๘), หน้า ๘.

^{๑๑๐} วิจารณ์ พานิช, การจัดการความรู้กับการบริหารราชการไทย, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม, ๒๕๔๘), หน้า ๕-๖.

ในช่วงเวลานั้น ซึ่งระบบสารสนเทศนั้นได้มาจากการประมวลผลข้อมูล (Data) ที่สำคัญความรู้จะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใด ๆ เลย ถ้าไม่นำไปสู่กระบวนการปฏิบัติหรือการตัดสินใจ ดังแผนผังต่อไปนี้



สรุปได้ว่า ความรู้ คือ ข้อมูลสารสนเทศที่เกิดจากการผสมผสานข้อมูล ทักษะเข้ากับประสบการณ์ ให้กลายเป็นความรู้รอบรู้ในบริบทนั้น ๆ ในส่วนของการแปลความหมายหรือการแสดงความคิดเห็นให้เป็นสารสนเทศที่มีคุณค่าสูงพร้อมนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการตัดสินใจ การลงมือปฏิบัติการในการทำงานอย่างหนึ่งอย่างใดนั่นเอง

นอกจากความหมายของความรู้ที่ได้กล่าวไว้ในเบื้องต้นแล้วนั้น เราจะต้องศึกษาและหาความหมายองค์ประกอบอื่น ๆ ของความรู้ เช่น แหล่งความรู้ ประเภทของความรู้ ระดับความรู้ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างองค์ความรู้หรือการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ซึ่งในที่นี้จะกล่าวเฉพาะการจัดการองค์ความรู้ โดยใช้โมเดล SECEI Knowledge Conversion ของ Nonaka ในการอธิบายความรู้ทั้ง ๔ ชั้น ดังนี้^{๑๑๑}

ขั้นที่ ๑ กระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization: Tacit Knowledge of Tacit Knowledge) เป็นกระบวนการแบ่งปันประสบการณ์และการสร้างความรู้ที่เป็นนัย โดยที่บุคคลสามารถรับความรู้ที่เป็นนัยได้โดยตรงจากผู้อื่นโดยปราศจากการใช้ภาษาหรือการพูดคุยใด ๆ ทั้งสิ้น กล่าวคือ บุคคลจะได้รับความรู้ผ่านการดำรงชีวิตร่วมกันกับผู้อื่น มีการสังเกตซึ่งกันและกัน อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกัน สิ่งสำคัญที่จะได้จากขั้นตอนนี้ คือ ประสบการณ์ (Experience) เพราะประสบการณ์เกิดจากการสังเกต การลอกเลียนแบบ การฝึกหัด ฝึกฝน และลงมือปฏิบัติ เช่น พนักงาน

^{๑๑๑} Nonaka, kujiro & Takeuchi, Hirotaka., **Classic work: Theory of Organizational Knowledge Creation**, In Morey, D., Maybury, M.T. & Thuraisingham, B.M. Knowledge Management: Classic and Contemporary Work, (Mass.: The MIT Press, 2000).

เข้าใหม่จะเรียนรู้การทำงานจากพนักงานที่มีประสบการณ์ผ่านการฝึกอบรมแบบ On the job training ความรู้ที่ได้รับมาหรือความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นมาในขั้นตอนนี้จึงมีลักษณะที่เรียกว่า “ความรู้ที่เห็นพ้องต้องกัน” (Sympathetic Knowledge)

ขั้นที่ ๒ กระบวนการกระจายสู่ภายนอก (Externalization: From Tacit Knowledge to Explicit Knowledge) ในขั้นตอนเป็นการแสดงให้เห็นว่า ความรู้ที่เป็นนัย หรือความรู้ที่มีอยู่ในตัวคน จะเชื่อมต่อเข้ากับความคิดที่ชัดเจน คือความรู้ในขั้นที่ ๑ จะถูกนำมาแสดงในรูปแบบที่สามารถเข้าใจได้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น ในขั้นตอนนี้ถือว่าเป็นหัวใจของกระบวนการสร้างความรู้ เพราะความรู้ที่เป็นนัยถูกทำให้ชัดเจน ผ่านการเปรียบเทียบ การใช้ตัวอย่าง การสร้างแนวคิดร่วม ขั้นตอนนี้มีลักษณะที่เรียกว่า “ความรู้ที่เกี่ยวกับการสร้างแนวคิด” (Conceptual Knowledge)

ขั้นที่ ๓ การหลอมรวมเข้าด้วยกัน (Combination: Explicit Knowledge to Explicit Knowledge) ในขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการทำให้ความคิดต่าง ๆ เป็นระบบให้มากที่สุด เพื่อให้กลายเป็นความรู้ที่ชัดเจน ความรู้ที่ได้ในขั้นนี้จะถูกรวมกันโดยอาศัยการแลกเปลี่ยนของบุคคลเป็นหลัก ความรู้จะเกิดการรวมตัวกันผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การประชุมสัมมนา การสนทนา การติดต่อบนออนไลน์ เป็นต้น ความรู้ลักษณะนี้เรียกว่า “ความรู้ที่เป็นระบบ” (Systematic Knowledge)

ขั้นที่ ๔ กระบวนการหลอมรวมเข้าสู่ภายใน (Internalization: Explicit Knowledge to Tacit Knowledge) ขั้นตอนนี้เป็นการของการประมวลผลให้ความรู้ที่ชัดเจน กลายเป็นความรู้ที่เป็นนัย กล่าวคือ ความรู้ ที่ชัดเจน เป็นที่ประจักษ์) จากขั้นที่ ๓ จะเปลี่ยนกลับไปเป็นความรู้โดยนัยอีกครั้ง ซึ่งเปรียบเทียบกับ การเรียนรู้จาก การกระทำ (Learning by Doing) ประสบการณ์ที่ผ่านขั้นที่ ๑ - ๒ - ๓ ซึ่งประสบการณ์เหล่านั้น จะทำให้บุคคลกลายเป็นทรัพย์สินที่มีค่า ชุดความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นมานี้เรียกว่า “ความรู้เชิงปฏิบัติการ” (Operational Knowledge)

สรุปได้ว่า การจัดการความรู้เป็นกระบวนการหรือขั้นตอนสำคัญในการส่งต่อองค์ความรู้ หากปฏิบัติตามโมเดลที่กล่าวมาในเบื้องต้นนั้นจะเข้าใจง่าย ทำได้ง่าย แต่อย่างไรก็ตามการแบ่งปันองค์ความรู้ที่เป็นนัยให้ผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมใน (ขั้นที่ ๑) หรือการเปลี่ยนให้เป็นความรู้ที่ชัดเจน ผ่านกระบวนการกระจายสู่ภายนอก (ขั้น ๒) จึงไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะมีหลายปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง นอกจากนี้กระบวนการจัดการความรู้เพื่อแบ่งปัน ส่งต่อ ให้เกิดองค์ความรู้ก็เป็นปัจจัยสำคัญเช่นกัน

๒.๗.๒ การเชื่อมโยงเครือข่ายการพัฒนานวัตกรรม

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า นวัตกรรม นั้นหมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม ก็น่าจะเป็นบทสรุปที่มีความกระชับและชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมุมมอง

ทางด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านเทคโนโลยี ด้านการจัดการ หากได้พิจารณาในประเด็นที่เป็นแก่นหลัก พบว่ามีอยู่ ๓ ประเด็น คือ^{๑๑๒}

๑) ความใหม่ (Newness) เป็นสิ่งที่จะได้รับการยอมรับว่า มีคุณลักษณะเป็นนวัตกรรมได้นั้น ประการแรกจะต้องมีมิติของ ความใหม่ หมายถึง เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิม หรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้

๒) ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) ในมิติประการที่สองนี้ ก็คือ การให้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ หรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรม จะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าที่เพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้น ๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิด ขึ้นอาจจะสามารถวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง หรือไม่เป็นตัวเงินโดยตรงก็ได้

๓) การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) ในมิติประการสุดท้ายของการเป็นนวัตกรรม ก็คือ การใช้ความรู้และ ความคิดสร้างสรรค์ หมายความว่า สิ่งที่จะถือเป็นนวัตกรรม ได้นั้นจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการ ลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ เป็นต้น

นวัตกรรม ถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ สำหรับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน โอกาสทางการตลาด และความสำเร็จให้แก่ธุรกิจ เกิดขึ้นจากการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของการเปลี่ยนแปลง ให้เป็นโอกาสในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจจนเป็นที่เข้าใจ โดยทั่วกันว่า การเป็นผู้ประกอบการ และการมีนวัตกรรมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แนวคิดในการศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญระหว่าง การเป็นผู้ประกอบการ และนวัตกรรม มีการกล่าวถึงและศึกษากันมาเป็นเวลา ก่อนช้านานพอสมควร แต่แนวคิดทางด้านของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์ พึ่งจะได้รับความสนใจและมีการศึกษากัน จากความสำคัญของนวัตกรรมกับการเป็นผู้ประกอบการดังที่กล่าวถึงข้างต้นจะพบว่า นวัตกรรม จะเกิดได้ก็ต่อเมื่อได้มีการผสมผสานของสถานะการเป็นผู้ประกอบการ และความรู้ เพื่อทำให้เกิดความคิดใหม่ที่ส่งผลต่อการเกิดนวัตกรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Gurteen (๑๙๙๘) ที่ได้ให้ทัศนะว่าผู้ประกอบการที่มีความรู้ และสามารถที่จะเข้าถึงความรู้ โดยสามารถจัดการกับความรู้ ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิด นวัตกรรม ในระยะหลังจะพบว่า มีการใช้กันมากขึ้นแต่ก็ได้มีการให้ความหมายที่ชัดเจน โดยนัยเป็นการผสมผสานความหมายระหว่างคำว่า Entrepreneurs กับคำว่า Innovation แตกต่างกันไป สำหรับผู้ประกอบการที่สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ด้วยนวัตกรรม และสะท้อนให้เห็นว่านวัตกรรมมีความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ เช่น Google ที่ประสบความสำเร็จในการสร้างนวัตกรรมด้านการค้นหาข้อมูล Amazon ที่สามารถครองตลาดการจำหน่ายหนังสือด้วยการพัฒนานวัตกรรมด้านช่องทางการจำหน่ายรูปแบบใหม่ โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

^{๑๑๒} สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, “นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ”, วารสารบริหารธุรกิจ, ปีที่ ๓๓ ฉบับที่ ๑๒๘, (ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๓): ๕๔.

Starbuck ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ที่ประสบความสำเร็จจากการพัฒนา นวัตกรรมเครื่องดื่มกาแฟ ที่สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการดำเนิน ชีวิตและวัฒนธรรม และ Microsoft ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ ซอฟต์แวร์ ที่ครองตลาดโลกด้วยการมีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง และนวัตกรรม กระบวนการที่สร้าง พันธมิตรทางธุรกิจ และการสร้างอิทธิพลเหนือช่องทาง การจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ เดิม ๆ เป็นต้น

วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล^{๑๑๓} ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง การส่งเสริมการเรียนรู้ของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชน ไว้ว่า หลักการสำคัญประการหนึ่งในการส่งเสริมศักยภาพเศรษฐกิจชุมชนของรัฐคือ การส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์ชุมชน (Community product) นั้น เป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาชาวบ้านอันมีรากฐานมาจากวิถีการดำรงชีวิต ความเชื่อ วัฒนธรรม และประเพณีของผู้คนในกลุ่มสังคมใดสังคมหนึ่ง ที่ได้ใช้ความเฉลียวฉลาด ความรู้ ความสามารถขั้นพื้นฐานในการประดิษฐ์คิดค้นหรือการสรรสร้างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ในการต่างๆ และได้มีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละท้องถิ่นของสังคมไทยจึงมี คุณค่าทางจิตใจต่อคนในท้องถิ่นนั้นๆ เพราะเป็นสิ่งที่มีผูกพันคนในท้องถิ่นเข้าด้วยกัน และเป็น ความภาคภูมิใจของคนในชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งรูปแบบการส่งเสริมให้มีการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ รัฐบาลได้จัดทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ขึ้นในปีพุทธศักราช ๒๕๔๕ โดยเป็น แนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นของตนเองซึ่งต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรท้องถิ่นมาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและจุดขายที่สอดคล้องกับ วัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น นอกจากนี้แนวคิดผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่อยู่ในโครงการดังกล่าวนี้ยังหมายถึง การบริการ การดูแล อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การ ท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนจนถึงการแลกเปลี่ยน เรียนรู้เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนโดยให้ภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วน ภูมิภาคเป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุน

สรุปได้ว่า การแข่งขันกันทางธุรกิจโดยเฉพาะเศรษฐกิจฐานรากในศตวรรษที่ ๒๑ นี้ นวัตกรรม ถือว่าเป็นสิ่งที่มีบทบาทและความสำคัญอย่างมาก ในการสร้างศักยภาพการแข่งขันทาง การค้าทั้งในระดับธุรกิจภูมิภาค และระดับประเทศ ทั้งนี้เพราะความได้เปรียบในเชิงประสิทธิภาพของ การดำเนินงานไม่ใช่สิ่งที่กระทำได้อย่างอีกต่อไป และยังคงกลายเป็นข้อกำหนดพื้นฐานของการประกอบ ธุรกิจไปแล้ว ขณะที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือ บริการใหม่ๆ ที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพยากรใน ท้องถิ่น ภูมิปัญญาของตนเอง และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้ได้ความรู้อย่างเข้มข้น จนกลายเป็น สิ่งที่มีความสำคัญและยังสามารถที่จะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ บูรณาการผลิตภัณฑ์เก่าให้มีคุณค่า รวมถึงการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาดได้เป็น อย่างดี

^{๑๑๓} วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล, “รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาดของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชน”, วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒, (๒๕๕๑): ๕๗-๖๘.

๒.๗.๓ ความหมายและแนวคิดนวัตกรรมและการบริหารจัดการ

นวัตกรรม (Innovation) มีรากศัพท์มาจาก innovare ในภาษาละติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือก็คือ “การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่นโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม” แนวความคิดนี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาในช่วงต้นศตวรรษที่ ๒๑ โดยจะเน้นไปที่การสร้างสรรค์ การวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อันจะนำไปสู่การได้มาซึ่ง นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Innovation Technology)

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม (innovation) คือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม” และหมายรวมถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการผลิต หรือบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ตลอดจนการปรับปรุงเทคโนโลยี การแพร่กระจายเทคโนโลยี การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการฝึกอบรมที่นำมาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะในรูปแบบของการเกิดธุรกิจ การลงทุน ผู้ประกอบการ หรือตลาดใหม่ หรือรายได้แหล่งใหม่ รวมทั้งการจ้างงานใหม่ นวัตกรรมจึงเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้ และความคิดสร้างสรรค์มาผนวก กับความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจ นวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่ อันจะนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรและประเทศ

เศรษฐกิจ ชัยสนิท ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึงการทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยวิธีการใหม่ ๆ และยังสามารถหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการ หรือองค์กร ไม่ว่าจะการเปลี่ยนนั้นจะเกิดขึ้นจากการพัฒนาต่อยอด การเปลี่ยนแปลง การประยุกต์ หรือกระบวนการ และในหลายสาขา เชื่อกันตรงกันว่า การที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นนวัตกรรมได้นั้น จะต้องมีความใหม่อย่างเห็นได้ชัด และความใหม่นั้นจะต้องเพิ่มมูลค่าสิ่งต่างๆ ได้อีกด้วย โดยเป้าหมายของนวัตกรรมคือการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก เพื่อให้สิ่งต่าง ๆ เกิดเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น นวัตกรรมก่อให้เกิดได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น และเป็นที่มาสำคัญของความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และสังคมของชาติ^{๑๑๔}

Toffler ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรม เป็นการผสมผสานระหว่างเครื่องมือกล และเทคนิคต่าง ๆ ที่มี ๓ ลักษณะประกอบกันได้แก่ ๑) จะต้องเป็นการสร้างสรรค์ขึ้นใหม่

^{๑๑๔} เศรษฐชัย ชัยสนิท, **นวัตกรรมและเทคโนโลยี**, (๒๕๕๓), [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://it.east.spu.ac.th/informatics/admin/knowledge/A307Innovation%/20and%20Technology.pdf>. [๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๔].

(creative) และเป็นความคิดที่สามารถปฏิบัติได้ (feasible idea) ๒) จะต้องสามารถนำไปใช้ได้ผลจริง (practical application) ๓) มีการเผยแพร่ออกสู่ชุมชน (Distribution)^{๑๑๕}

Hughes ให้ความหมายของนวัตกรรม (innovation) ไว้ว่าเป็นการนำวิธีการใหม่ ๆ มาปฏิบัติ หลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนามาเป็นขั้น ๆ แล้ว โดยเริ่มมาตั้งแต่การ ๑) คิดค้น (Invention) ๒) การพัฒนา (Development) หรือ โครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) ๓) นำไปปฏิบัติจริง (Implement)^{๑๑๖}

โดยสรุปแล้ว นวัตกรรมหมายถึง ความคิดและกระบวนการใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน หรือ การพัฒนาที่แตกต่างจากของเดิมให้ดีขึ้น และเมื่อนำมาใช้สามารถทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๒.๗.๔ นวัตกรรมและการบริหารจัดการ

Adair ได้กล่าวถึง นวัตกรรมและการบริหารจัดการภายใต้องค์ประกอบขององค์การที่มีการสร้างสรรค์ และพัฒนานวัตกรรม ไว้ดังนี้^{๑๑๗}

๑) ผู้บริหารจะต้องมีความมุ่งมั่นในการสร้างนวัตกรรม เนื่องจากผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรม และการสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น ผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่เอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลงในองค์การและมีบทบาทเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ ผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและมีภาวะผู้นำในการจัดการและสร้างแรงบันดาลใจให้แก่บุคลากรในองค์การ

๒) มีบรรยากาศในการทำงานที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรม บุคลากรทุกคนมีส่วนร่วมสร้างบรรยากาศในองค์การที่เอื้อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญ ๓ ปัจจัย คือ การกระตุ้นซึ่งกันและกัน (Mutual Stimulation) การให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) และการวิพากษ์วิจารณ์เชิงสร้างสรรค์ (Constructive Criticism) องค์การที่ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและทำงานเป็นทีมจะต้องกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม มีการแบ่งปันข้อเท็จจริงและข้อมูลที่เกี่ยวข้องแก่พนักงาน รวมทั้งการเตรียมพร้อมในการจัดสรรให้ทรัพยากรที่สำคัญสำหรับการศึกษาและการฝึกอบรม มีการสื่อสารภายในองค์การซึ่งเน้นการสื่อสารโดยการพูดคุยมากกว่าการใช้ลายลักษณ์อักษรและจะให้การเคารพกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน นวัตกรรมต้องการทีมงานที่มีการสื่อสารในแนวขวาง (Lateral Communication) ที่ดีเยี่ยมและมีความยืดหยุ่นของโครงสร้าง

^{๑๑๕} Alvin, Toffler., *The Third Wave*, (New York: William Morrow, 1980).

^{๑๑๖} Bijker, W. E. Hughes, T. P. & Pinch, T., *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*, (Cambridge, Mass: MIT Press, 1987).

^{๑๑๗} Adair, J.E., *Effective Innovation: How to Stay Ahead of the Competition*, (London: Pan Books, 1996).

๓) การยอมรับความผิดพลาดหรือความล้มเหลวอันเป็นผลจากความกล้าเสี่ยง องค์กรต้องทำให้พนักงานรับรู้ถึงความผิดพลาดหรือล้มเหลวเป็นเรื่องที่สามารถเกิดขึ้นได้เสมอในการสร้างนวัตกรรมและไม่ใช้สิ่งที่น่ากลัว ความผิดพลาดหรือล้มเหลวจะกลายเป็นบทเรียนที่มีประโยชน์ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน องค์กรและหัวหน้าต้องยอมรับความผิดพลาดหรือความล้มเหลวจากการสร้างนวัตกรรมได้และจะไม่มีการทำงานโทษสำหรับความผิดพลาดหรือล้มเหลวนั้น แต่พนักงานก็สามารถระมัดระวัง ความผิดพลาดและล้มเหลวที่จะเกิดขึ้นได้โดยการประเมินความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นก่อนการลงมือสร้างสรรค์นวัตกรรม

๔) การสื่อสารในระดับเดียวกัน ความเป็นอิสระของการไหลเวียนข้อมูลทำให้ผู้จัดการค้นพบความคิดใหม่ การรวบรวมข้อมูลและสนับสนุนให้เป็นนวัตกรรม ซึ่งเกิดจากการติดต่อสื่อสารที่ใกล้ชิดและความถี่ระหว่างหน่วยงาน ควรเน้นที่การสื่อสารใน แนวขวางเช่นเดียวกับการสื่อสารแนวตั้งที่เป็นการจัดเตรียมทรัพยากรและข้อมูล

๕) โครงสร้างองค์กรที่มีความยืดหยุ่น โครงสร้างองค์กรแบบสิ่งมีชีวิต (Organism) จะมีความยืดหยุ่นและจะส่งผลต่อบรรยากาศที่ช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมมากกว่าโครงสร้างองค์กรแบบเครื่องจักร (Mechanism) ที่มีการควบคุมเข้มงวด ความยืดหยุ่น เป็นกุญแจสำคัญต่อองค์กรอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็ความยืดหยุ่นของบุคคล ทีมงาน หรือองค์กรและสามารถช่วยในการเผชิญหน้าหรือตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ได้สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือการสื่อสารจึงจำเป็นต้องลดอุปสรรคระหว่างพนักงานที่แตกต่างกันน้อยลงด้วย การให้มีช่องการสื่อสารแบบเปิดกว้างระหว่างผู้วิจัยกับพนักงานฝ่ายผลิต ผู้วิจัยกับพนักงานการตลาด และผู้วิจัยกับลูกค้า ในองค์กรที่ยืดหยุ่นและเปิดนั้น มีการปรับตัวให้เข้ากับการพัฒนาแบบใหม่และการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วซึ่งทำให้มีแนวโน้มให้เกิดการเรียนรู้และความอยากรู้อยากเห็น

๖) การมีมุมมองในระยะยาว การสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่เป็นสิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นได้อย่างทันทีทันใด เพราะจะต้องมีการดำเนินการในขั้นตอนต่าง ๆ ก่อนที่จะเกิดเป็นนวัตกรรมขึ้นมา ดังนั้นองค์กรต้องมีความมุ่งมั่นในการสนับสนุนทางการเงินแก่การวิจัยและการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อให้ได้เป็นนวัตกรรมที่สร้างผลกำไรและความสำเร็จให้กับองค์กรในอนาคต

Christiansen ได้กล่าวถึงการจัดการของผู้บริหารในองค์กรขนาดใหญ่ที่ต้องการจะพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรนวัตกรรม โดยได้ระบุองค์ประกอบขององค์กรนวัตกรรมว่าประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้^{๑๑๘}

๑) วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ (Vision and Strategy) วิสัยทัศน์จะเป็นการกำหนดแนวทางการพัฒนาองค์กรว่าจะพัฒนาไปอย่างไร จะบอกถึงแนวทางการตลาดเทคโนโลยี และบทบาทขององค์กรในอนาคต ดังนั้นการมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและมีความเป็นไปได้ จึงช่วยสร้างแรงบันดาลใจ

^{๑๑๘} Christiansen, J. A., *Building the Innovative Organization: Management Systems that Encourage Innovation*, (Hampshire: Macmillan Press, 2000).

ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม องค์การที่จะพัฒนาไปสู่องค์กรนวัตกรรมนั้น จะต้องให้ความสำคัญกับนวัตกรรมในทุกระดับดังนั้นองค์การจะต้องมีกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมอย่างจริงจังในระยะยาว ซึ่งจะทำให้การบริหารจัดการในองค์การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความคิดใหม่ ๆ รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรให้กับการสร้างนวัตกรรม กลยุทธ์องค์การที่ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมจะส่งผลให้บุคลากรในองค์การมีความคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Idea) ซึ่งได้แบ่งกลยุทธ์ออกเป็น ๓ ระดับ คือ กลยุทธ์ระดับองค์การ (Corporate Strategy) กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ (Business Unit Strategy) และระดับหน้าที่รับผิดชอบในกลยุทธ์ (Responsibility for Strategy)

๒) ระบบการจัดการความสามารถ (The Competence Management System) องค์การต้องมีระบบการจัดการความสามารถที่จะทำให้ทราบถึงความสามารถขององค์การหรือบุคลากรภายในองค์การ ที่มีอยู่นั้นว่า สนับสนุนเป้าหมายหรือการปฏิบัติงานขององค์การในปัจจุบันหรือไม่ ซึ่งระบบนี้จะทำให้ทราบถึงช่องว่างหรือ ระยะห่างของความสามารถที่องค์การมีอยู่ในปัจจุบันกับเป้าหมายที่องค์การอยากจะเป็นในอนาคต ระบบนี้จะกำหนดและตัดสินว่าองค์การควรสร้างและพัฒนาความสามารถและทักษะอะไรที่จะส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ในการสนับสนุนนวัตกรรมนั้นระบบการจัดการความสามารถจะต้องสนับสนุนเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร (Information) และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยให้เกิดนวัตกรรมรวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการถ่ายโอนความสามารถเกี่ยวนวัตกรรมภายในองค์การ เช่น การลงทุนเพื่อสร้างการเรียนรู้ที่ช่วยสร้างหรือเพิ่มทักษะในการสร้างนวัตกรรม การสร้างห้องค้นคว้าเพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้ของพนักงาน

๓) มีเป้าหมาย (Goal) เป้าหมายในการสร้างนวัตกรรมนั้นต้องระบุไว้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับนวัตกรรมในทุกระดับ คือ ระดับองค์การ ระดับหน่วยธุรกิจ ระดับทีมงานและระดับบุคคล แต่ทั้งนี้เป้าหมายในทุกระดับต้องมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน การตั้งเป้าหมายที่ดีควรตั้งขึ้นมาจากการเปรียบเทียบกับผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา ผลการปฏิบัติงานของคู่แข่งการกำหนดจากความต้องการของลูกค้า และจากวิสัยทัศน์ภายในขององค์การ โดยเป้าหมายที่กำหนดขึ้นนั้นจะต้องสามารถวัดได้ซึ่งอาจวัดจากมิติทางด้านเทคโนโลยี ด้านความรู้สึก ด้านการยอมรับของตลาด และอาจเพิ่มเติมมุมมองทางด้านการเงินเข้าไปด้วย สิ่งสำคัญในการกำหนดเป้าหมายทางด้านนวัตกรรมที่ควรคำนึงถึง คือ การให้ความสำคัญกับลูกค้า ด้วย

๔) มีโครงสร้างองค์การที่ชัดเจน (Organization Structure) โครงสร้างองค์การสามารถทำให้เกิดผลกระทบที่แตกต่างหลากหลายของความสามารถทางด้านนวัตกรรมขององค์การได้ ผลกระทบพื้นฐานได้แก่ การทำงานของพนักงาน การให้ความสนใจของพนักงานและการสื่อสารในองค์การ โครงสร้างองค์การแบบแบ่งชั้นสายการบังคับบัญชา (Hierarchy) แบบดั้งเดิมนั้นจะแบ่งตามหน้าที่การทำงาน (Functional Organization) โดยที่พนักงานที่ทำงานในฝ่ายใดก็จะรายงานผลการปฏิบัติงานไปยังหัวหน้าฝ่ายงานของตน ส่วนหัวหน้าฝ่ายแต่ละฝ่ายนั้นก็รายงานผลการปฏิบัติงานไปยังผู้จัดการทั่วไป ดังนั้นแล้วผู้จัดการทั่วไปจึงเป็นบุคคลเดียวที่ทำงานแบบข้ามสายงาน (Cross-Functional) ซึ่งโครงสร้างองค์การที่แบ่งตามหน้าที่การทำงานนี้ก็ยังคงมีอยู่ทั้งในองค์การขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ทั้งนี้โครงสร้างองค์การแบบแบ่งชั้น

๒.๗.๕ ความสำคัญของนวัตกรรม

“นวัตกรรม” หรือ “Innovation” มีความสำคัญดังนี้

๑) เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และธุรกิจ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องคิดค้น เพื่อสรรค์สร้างสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ

๒) Innovation มีความสำคัญกับองค์กรและมนุษย์ทุกคนบนโลก คือ ข้อจำกัดของทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีในโลก ซึ่งลดน้อยลงไปเรื่อย ๆ และกำลังจะหมดไป จึงส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติต้องพยายามแสวงหาวิธีที่จะทำให้ธุรกิจของตนเองอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนที่เห็นอย่างชัดเจนและกำลังเป็นปัญหาใหญ่ของเศรษฐกิจในโลกก็คือ ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างมาก ทำให้ธุรกิจรถยนต์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ต้องใช้น้ำมันเป็นพลังงานในการขับเคลื่อน ต้องพยายามค้นคิดหาพลังงานอื่นมาทดแทน จนเกิดเป็น Hybrid Car รถยนต์ลูกผสมที่ใช้ทั้งน้ำมันและพลังงานไฟฟ้าขับเคลื่อน ทำให้ประหยัดน้ำมันได้อย่างมาก และยังช่วยลดมลภาวะ

๒.๘ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

๒.๘.๑ ความหมายของนวัตกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับทฤษฎีนวัตกรรม พบว่า มีนักวิชาการหลายท่านนิยามไว้หลากหลาย ดังนี้

“นวัตกรรม” คือ การนำวิธีการใหม่ๆ มาปฏิบัติหลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนาแล้ว โดยมีขั้นตอน ดังนี้ ขั้นการคิดค้น (Innovation) ขั้นการพัฒนา (Development) และขั้นนำไปปฏิบัติจริง ซึ่งทำให้เกิดความแตกต่างจากการปฏิบัติเดิม ๆ ที่เคยปฏิบัติมา

“นวัตกรรม” (Innovation) คือ ความคิด การกระทำหรือวัตถุใหม่ๆ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่นๆ ของการยอมรับในสังคม ดังข้อความ “Innovation is a new idea, practice or object, that is perceived as new by the individual or other unit of adoption”

สำหรับการพิจารณาว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นนวัตกรรมนั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขา ดังนั้น นวัตกรรมของสังคมใดสังคมหนึ่งอาจไม่ใช่ นวัตกรรมของสังคมอื่น ๆ ก็ได้ ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของกลุ่มบุคคลนั้นว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขาหรือไม่อีกประการหนึ่ง ความใหม่ (new ness) อาจขึ้นอยู่กับระยะเวลาด้วย สิ่งใหม่ ๆ ตามความหมายของนวัตกรรม ไม่จำเป็นต้องใหม่จริง แต่อาจจะหมายถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นความคิดหรือการปฏิบัติที่เคยทำกันมา

แล้วแต่ได้หยุดไประยะเวลาหนึ่ง ต่อมาได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมาทำใหม่ เนื่องจากเห็นว่าสามารถช่วยแก้ปัญหาในสภาพการณ์ใหม่นั้นได้ก็นับว่าเป็นสิ่งใหม่ได้ ดังนั้น ความใหม่ของนวัตกรรมอาจหมายถึงสิ่งใหม่ ๆ ใน ๓ ลักษณะ ได้แก่ สิ่งใหม่ที่ยังไม่เคยมีผู้ใดเคยทำมาก่อน สิ่งใหม่ที่ดีที่เคยทำมาแล้วล้าสมัยไปแล้วได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่เพราะเหมาะสม และสิ่งใหม่ที่มีการพัฒนามาจากของเก่าเดิมที่มีอยู่เดิม^{๑๑๙}

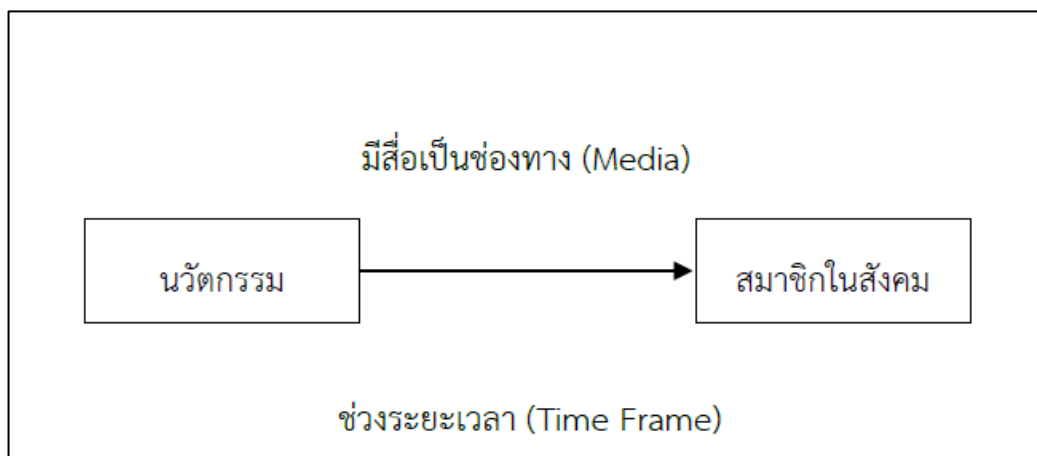
ส่วนการกำหนดนวัตกรรม ประกอบด้วยลักษณะต่างๆ ดังนี้ ๑) เป็นสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อน ๒) เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้ว แต่ไม่นำมาใช้ประโยชน์ ต่อมาได้มีการนำมาใช้ประโยชน์ ๓) เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วแต่ไม่นำมาใช้ในเวลาหนึ่งและไม่ได้ได้รับความนิยม ต่อมานำมาใช้ใหม่ภายใต้สถานการณ์และเงื่อนไขใหม่ที่เปลี่ยนไป ๔) เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วใช้ได้ดีในสังคมอื่นหรือประเทศอื่นแล้วนำมาใช้อีกสังคมหนึ่งหรืออีกประเทศหนึ่ง และ ๕) เป็นการพัฒนาปรับปรุงจากของเดิมที่มีอยู่ให้มีลักษณะต่างจากต้นแบบ เพื่อให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม^{๑๒๐}

๒.๘.๒ การเผยแพร่กระจายนวัตกรรม

การเผยแพร่กระจายนวัตกรรม เป็นการสื่อสารที่มุ่งเผยแพร่วิธีปฏิบัติใหม่ และในการเผยแพร่ นวัตกรรม สามารถแบ่งได้เป็น ๔ องค์ประกอบ ได้แก่ ๑) นวัตกรรม (Innovation) ความคิดใหม่หรือสิ่งใหม่ที่บุคคลค้นพบ ๒) การสื่อสาร (Communication) การเผยแพร่ นวัตกรรมให้เป็นที่รู้จักและยอมรับกันในสังคม จำเป็นต้องใช้การสื่อสารเพื่อเผยแพร่สิ่งใหม่ โดยองค์ประกอบหลักที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการสื่อสารคือ ผู้ส่งสารที่เป็นบุคคลซึ่งค้นพบ หรือมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นๆ ตัวนวัตกรรมที่ต้องการเผยแพร่ และผู้รับสารที่ยังขาดความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับนวัตกรรม ๓) ช่วงระยะเวลา (Time Frame) เมื่อบุคคลได้รับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในสังคมจาเป็นอย่างยิ่งที่เขาต้องใช้เวลาในการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งใหม่จากผู้นำนวัตกรรมเข้ามา โดยบุคคลจะยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่นั้น ขึ้นอยู่กับการประเมินผลที่ผ่านกระบวนการรับรู้ การทำความเข้าใจ แล้วส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่จะนำไปประกอบการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรมนั้น และ ๔) สมาชิกในระบบสังคม (In a Social System) คือ ประชากรซึ่งอยู่ในระบบสังคมมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันไปตามแต่ละกลุ่ม โดยความแตกต่างที่เกิดขึ้นนี้ ย่อมส่งผลถึงการยอมรับ นวัตกรรมที่มีในสังคมด้วย

^{๑๑๙} ปราณธีร์ รังแก้ว, “กระบวนการนำเครื่องบดย่อยขยะเอนกประสงค์ไปใช้ในเขตอำเภอสาร์ภักดิ์ จังหวัดเชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๕), หน้า ๕, ๙.

^{๑๒๐} กฤษณ์นัต วัฒนารงค์, เทคโนโลยีเทคนิคศึกษา, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, ๒๕๓๖), หน้า ๑๐๔.



ภาพที่ ๒.๒ องค์ประกอบการแพร่กระจายนวัตกรรม (Rogers, E. M. Diffusion of innovations. New York Press, 2003 อ้างถึงใน ปราณธีร์ รังแก้ว, ๒๕๕๕, หน้า ๑๑-๑๒.)

๒.๘.๓ กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม คือ ขั้นตอนที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับนวัตกรรม โดยได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรมออกเป็น ๕ ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นความรู้ (Knowledge) ขั้นการโน้มน้าวใจ (Persuasion) ขั้นการตัดสินใจ (Decision) ขั้นการดำเนินการ (Implementation) และขั้นการยืนยัน (Confirmation) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑) ขั้นความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้รับการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อนวัตกรรม โดยเมื่อบุคคลมีโอกาสดูเห็นนวัตกรรมและคุณลักษณะต่างๆ ของนวัตกรรม บุคคลอาจกระตือรือร้น (Active) ในการแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาจากแหล่งสารต่างๆ อาทิ สื่อมวลชน ผู้นำทางความคิด ในขณะที่บุคคลบางกลุ่มอาจไม่กระตือรือร้น (Passive) โดยได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ด้วยความบังเอิญ หรือเนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้เผยแพร่ข่าวสารอย่างไรก็ตาม การกระตุ้นให้บุคคลได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารต่างๆ มักนิยมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากในช่วงเวลานั้นๆ ได้เป็นอย่างดี โดยข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่มักเผยแพร่ในช่วงนี้ ได้แก่

(๑) ข้อมูลพื้นฐาน (Software Information) ได้แก่ ข้อมูลที่ให้ความรู้พื้นฐานหรือทำให้เกิดความตระหนักเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยมากมักเป็นข้อมูลที่ช่วยตอบคำถามว่านวัตกรรมดังกล่าวได้แก่อะไร และมีประโยชน์อย่างไร

(๒) ความรู้ด้านการใช้ (How-to Knowledge) ได้แก่ ข้อมูลที่อธิบายสถานที่ซึ่งบุคคลสามารถแสวงหานวัตกรรมต่างๆ ได้ สรรพคุณต่างๆ ของนวัตกรรม และแนวทางการนำนวัตกรรมดังกล่าวมาใช้ประโยชน์

(๓) ความรู้เชิงหลักการ (Principles Knowledge) ได้แก่ แนวคิดสำคัญต่างๆเกี่ยวกับนวัตกรรม เช่น นวัตกรรมดังกล่าว “ใหม่” จริงหรือไม่ นวัตกรรมดังกล่าวแตกต่างจากนวัตกรรมอื่นๆ ที่ผ่านมาหรือไม่อย่างไร

๒) ขั้นการโน้มน้าวใจ (Persuasion) โดยสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคลในช่วงเวลานี้ได้แก่ การที่บุคคลเริ่มมีความคิดเห็น หรือมีการเปรียบเทียบนวัตกรรมทั้งในด้านบวกและด้านลบโดยใช้ช่วงเวลานี้ ผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่นวัตกรรมจะต้องพยายามให้ข้อมูลเพื่อให้บุคคลให้ความสนใจนวัตกรรม และมีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรมในช่วงเวลานี้ สื่อบุคคลจะมีบทบาทสำคัญกว่าสื่อมวลชน โดยสื่อบุคคลเจ้าหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจนในแง่มุมต่างๆ เพื่อให้ผู้รับนวัตกรรมเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน ในขณะเดียวกันกลุ่มเพื่อน หรือคนใกล้ชิดที่รับนวัตกรรมไปก่อนหน้านั้นอาจมีบทบาทในการทำให้บุคคลคิดที่จะเลียนแบบพฤติกรรมดังกล่าว

๓) ขั้นการตัดสินใจ (Decision) เป็นขั้นตอนที่บุคคลประเมินองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เช่น ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความคิดเห็นของตนและคนใกล้ชิดต่อนวัตกรรม ทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้หากมีการยอมรับนวัตกรรม เป็นต้นในขั้นตอนนี้ผู้เผยแพร่ นวัตกรรมมักจะพยายามกระตุ้นด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้บุคคลตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม อาทิการให้ความช่วยเหลือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม การให้ทดลอง การสาธิต การใช้บุคคลต้นแบบ ฯลฯ

๔) ขั้นการดำเนินการ (Implementation) เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะเริ่มนำนวัตกรรมที่ตนตัดสินใจรับมาใช้ หรือทดลองใช้โดยในขั้นนี้ ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทสำคัญมากต่อการรับนวัตกรรม โดยเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาสะท้อนให้เห็นความสำคัญของนวัตกรรมต่อบุคคล ข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานที่ซึ่งสามารถเข้าถึงนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม เป็นต้น โดยข้อมูลต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการยืนยันการใช้นวัตกรรมต่อไป

๕) ขั้นการยืนยัน (Confirmation) เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อยืนยันความคิดที่ว่า “ตนสมควรรับนวัตกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง” หรือ “ตนสมควรปฏิเสธนวัตกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง” โดยในขั้นตอนนี้บุคคลที่เคยปฏิเสธนวัตกรรมอาจเปลี่ยนใจกลับมารับนวัตกรรมก็ได้ เนื่องจากได้รับข้อมูลข่าวสารในด้านที่ดีเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ขณะเดียวกันบุคคลที่รับนวัตกรรมไปแล้วอาจเกิดการลังเล สับสน หรือตัดสินใจยุติการรับนวัตกรรมนั้นก็ได้เช่นกันหากได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมในด้านไม่ดี

ดังนั้น ในขั้นตอนนี้ผู้ที่เผยแพร่นวัตกรรมจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะนำไปสู่การยืนยันว่าจะยอมรับนวัตกรรมนั้นต่อไป นอกจากนี้ บทบาทและลักษณะของผู้รับนวัตกรรมมีความสำคัญต่อการยอมรับหรือปฏิเสธอีกด้วย^{๑๒๑}

๒.๘.๔ ประเภทของผู้รับนวัตกรรม

ลักษณะของบุคคลที่ยอมรับนวัตกรรม สามารถแบ่งออกเป็น ๕ ประเภท ดังนี้^{๑๒๒}

^{๑๒๑} ปราณธีร์ รังแก้ว, “กระบวนการนำเครื่องบดย่อยขยะเอนกประสงค์ไปใช้ในเขตอำเภอสาร์ภักดิ์ จังหวัดเชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๕), หน้า ๑๑-๑๒.

^{๑๒๒} เรื่องเดียวกัน หน้า ๑๙-๒๐.

๑) กลุ่มผู้แนะนำนวัตกรรม (Innovator) ผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยีหรือนักประดิษฐ์ หรือผู้สร้างกระบวนการสังคมให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม โดยกลุ่มผู้ริเริ่มมีลักษณะกล้าเสี่ยง มีการเดินทางไปมาหาสู่กับสังคมภายนอกบ่อยกว่าสมาชิกกลุ่มอื่นๆ มีการศึกษา มีสถานภาพทางสังคมสูง นอกจากนั้นกลุ่มนี้นิยมการเปลี่ยนแปลง เมื่อกลุ่มริเริ่มยอมรับนวัตกรรมใดแล้ว จะเกิดกระบวนการสื่อสารให้บุคคลกลุ่มถัดมาได้รับรู้ข้อมูลและเกิดการยอมรับ

๒) กลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมง่าย (Early Adopters) กลุ่มคนที่ชอบลองสิ่งใหม่ๆ เป็นกลุ่มนำสมัยชอบความเป็นผู้นำ กลุ่มนี้มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มแรกในด้านการศึกษาและสถานภาพทางสังคมสูง แต่ไม่นำเสนอเท่ากลุ่ม Innovations เพราะมีความรอบคอบมากกว่าเป็นกลุ่มที่ได้รับค่านิยมจากสังคม เป็นผู้มีการศึกษา มีความสามารถในการให้คำแนะนำและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ดีในสังคม

๓) กลุ่มผู้ยอมรับเร็ว (Early Majority) กลุ่มคนที่มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจสูง และมักให้ความสนใจกับสมาชิกกลุ่มอื่นๆ โดยเฉพาะกลุ่มผู้นำและกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมง่าย เป็นกลุ่มที่กว่าจะตัดสินใจยอมรับความรู้ใหม่ๆ หรือนวัตกรรมใหม่ๆ จะคิดอย่างรอบคอบ และการยอมรับความรู้หรือนวัตกรรมใหม่ๆ จะเป็นผลมาจากการตัดสินใจของกลุ่ม Innovator และกลุ่ม Early Adopters อีกทั้ง Early Majority จะใช้เวลาในการตัดสินใจ

๔) กลุ่มผู้ยอมรับช้า (Late Majority) เป็นกลุ่มคนที่กว่าจะยอมรับสิ่งใหม่ๆ หรือนวัตกรรมใหม่ๆ การยอมรับนวัตกรรมเป็นผลมาจากความจำเป็นด้านเศรษฐกิจและจากแรงกดดันของเครือข่ายที่เป็นเพื่อนสมาชิกในกลุ่ม

๕) กลุ่มล่าช้า (Laggard) เป็นกลุ่มผู้คล้อยตามยอมรับนวัตกรรมช้าที่สุด หรือก้าวไม่ทันกลุ่มอื่น เพราะผู้นำความคิดเห็น หรือกลุ่มทางสังคมแทบไม่มีอำนาจในการผลักดันให้บุคคลกลุ่มนี้ยอมรับนวัตกรรมได้เลย ทำให้เกิดความไม่เข้าใจและอาจไม่ยอมรับนวัตกรรมได้ จึงต้องใช้ความพยายามและเวลาในการโน้มน้าวเพื่อให้กลุ่มบุคคลกลุ่มนี้เกิดการยอมรับนวัตกรรมแต่ในขณะเดียวกันเมื่อบุคคลกลุ่มนี้ยอมรับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นแล้ว นวัตกรรมดังกล่าวอาจเป็นเรื่องปกติที่ยอมรับและปฏิบัติกันจนเคยชินสำหรับคนทั่วไป

๒.๘.๕ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเร็วในการรับนวัตกรรม

ปัจจัยในการรับนวัตกรรมของบุคคลในช่วงระยะเวลาหนึ่งอาจมีความแตกต่างกันทางด้านความเร็วในการยอมรับซึ่งมีทั้งยอมรับช้าหรือเร็วกว่ากันขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ได้แก่

๑) การรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรม (Perceived Attributes of Innovation) คุณลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความเร็วในการยอมรับนวัตกรรม แบ่งได้เป็น ๕ ประการ คือ

(๑) ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative advantages) หมายถึง ประโยชน์ของนวัตกรรมหรือประโยชน์จากการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งผู้รับนวัตกรรมสามารถนำไปพิจารณาเปรียบเทียบกับข้อเสนออื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสถานภาพ ความง่ายในการนำไปใช้ หรือจำนวนราคา

(๒) ความเข้ากันได้ (Compatibility) หมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมเห็นว่านวัตกรรมนั้นมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับตนในด้านต่างๆ อาทิ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และทักษะต่างๆ เป็นต้น

(๓) ความไม่ซับซ้อน (Non-complexity) หมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมไม่ต้องทุ่มเทเวลายาวนานในการทำความเข้าใจหรือเรียนรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นๆ

(๔) โอกาสในการทดลองใช้ (Trial ability) หมายถึง โอกาสที่ผู้รับนวัตกรรมจะทดลองใช้นวัตกรรม โดยไม่มีเงื่อนไขผูกมัดที่จะต้องรับนวัตกรรม

(๕) โอกาสในการสังเกตได้ (Observability) หมายถึง การที่ผู้รับนวัตกรรมสามารถสังเกตเห็นการใช้นวัตกรรมของบุคคลอื่นๆ ได้ทั้งในเชิงรูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ได้รับ และผลกระทบต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

๒) ลักษณะการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Type of Innovation-Decision) เป็นรูปแบบการตัดสินใจในนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเร็วหรือการยอมรับช้าประกอบด้วย

(๑) การเลือกตัดสินใจนวัตกรรม (Optional Innovation-Decision) หมายถึง การตัดสินใจของแต่ละบุคคลทางปทัสถานของระบบและระบบเครือข่ายระหว่างบุคคล มีผลในการเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธในนวัตกรรม

(๒) ความร่วมมือในการตัดสินใจในนวัตกรรม (Collective Innovation-Decision) หมายถึง การเห็นพ้องกันระหว่างสมาชิกทั้งหมด มีผลต่อการตัดสินใจในนวัตกรรม

(๓) อำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจในนวัตกรรม (Authority Innovation-Decision) หมายถึง บุคคลที่มีอำนาจ ตำแหน่ง หรือความรู้ความชำนาญมีผลต่อการตัดสินใจในนวัตกรรม^{๑๒๓}

๓) ลักษณะของการตัดสินใจในนวัตกรรมต่างๆ จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หากผู้มีอำนาจเป็นผู้ตัดสินใจสั่งการให้สมาชิกในสังคมยอมรับนวัตกรรมนั้นๆ ตลอดจนกำหนดกฎหมายต่างๆ เพื่อบังคับการใช้นวัตกรรม (authority decision making) แทนการปล่อยให้สมาชิกในสังคมมีโอกาสตัดสินใจด้วยตนเอง (optional decision making) นอกจากนั้น การตัดสินใจโดยกลุ่มที่บุคคลสังกัดอยู่ (collective decision making) ก็มีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดการเร่งการยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในบางกรณี อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการตัดสินใจสั่งการโดยผู้มีอำนาจจะเป็นแนวทางที่สะท้อนความรวดเร็วในการรับนวัตกรรม แต่ก็ยังเป็นแนวทางที่มักถูกตั้งคำถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของนวัตกรรมและสิทธิของสมาชิกในสังคมในการเลือกรับนวัตกรรม

๔) ระบบสังคม (Nature of the Social System) หมายถึง ระบบสังคมประเภทต่างๆ มีอิทธิพลต่อการจะรับหรือไม่รับนวัตกรรม หรือรับเร็วรับช้าด้วย เนื่องจากที่สังคมแตกต่างกันสามารถร่วมกันแก้ไขปัญหาเพื่อบรรลุเป้าหมายเดียวกันได้ โดยอาศัยสมาชิกใหม่ในหน่วยสังคมเอง ผู้นำและความพยายามของผู้รับผิดชอบสภาพของสังคมตลอดจนความสัมพันธ์ของสมาชิกในสังคม เป็นส่วน

^{๑๒๓} ปราณธีร์ รุ่งแก้ว, “กระบวนการนำเครื่องบดย่อยขยะเอนกประสงค์ไปใช้ในเขตอำเภอสาร์ภักดิ์จังหวัดเชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๕), หน้า ๑๒-๑๓.

หนึ่งของปัจจัยที่สำคัญในการยอมรับนวัตกรรมของสมาชิกในสังคม ตัวอย่างเช่น ในสังคมสมัยใหม่ โดยเฉพาะในกรณีที่นวัตกรรมนั้นๆ ไม่สอดคล้องกับขนบธรรมเนียมประเพณีของสมาชิกในสังคม นอกจากนั้น สังคมที่แยกตัวออกจากสังคมอื่น ก็มีแนวโน้มที่สมาชิกในสังคมจะปฏิเสธนวัตกรรมต่างๆ ได้ง่าย

๕) ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Extent of Chang Agents' Promotion Efforts) หมายถึง ความพยายามของคณะทำงานที่ใช้สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมเพื่อความสำเร็จ เพื่อเกิดการยอมรับตัดสินใจในนวัตกรรม โดยผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ บุคคลภายนอกที่มีอิทธิพลในการชักจูงให้ผู้อื่นตัดสินใจรับนวัตกรรม โดยผู้นำการเปลี่ยนแปลงมักเป็นบุคคลที่มีความพยายาม ความอดทนสูง มีความสามารถในการแสดงให้ประชาชนเห็นประโยชน์ของนวัตกรรม และชี้ให้เห็นความสอดคล้องของนวัตกรรมและความต้องการของประชาชน นอกจากนั้น ผู้นำการเปลี่ยนแปลงยังเป็นบุคคลที่สามารถเข้ากันได้กับชุมชนเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ความโดดเด่นของบทบาทผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อการตัดสินใจของสมาชิกอาจแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ ในบางกรณีผู้นำการเปลี่ยนแปลงอาจทำหน้าที่ชี้ให้เห็นความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงในบางกรณีผู้นำการเปลี่ยนแปลงอาจเป็นบุคคลที่มีความสนิทสนมกลมเกลียวกับสมาชิกในสังคม และสามารถชักจูงให้ผู้รับนวัตกรรมสืบทอดบทบาทการเป็นนายหน้าการเปลี่ยนแปลง^{๑๒๔}

Rogers (1995) ได้กล่าวถึงปัจจัยด้านคุณลักษณะของนวัตกรรมนั้นเป็นส่วนประกอบของการแพร่กระจายของนวัตกรรมด้วยซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ของผู้รับนวัตกรรมในการศึกษาศึกษาเฉพาะคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่ออัตราการรับนวัตกรรมได้ดังนี้

๑) คุณลักษณะในประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ องค์การหรือบุคคลรับรู้ว่าการนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ดีกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิมหรือมีประโยชน์มากกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิม เช่นประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบด้านเศรษฐศาสตร์ คือ ความคุ้มค่าหรือประสิทธิภาพในการทำงานหรือประโยชน์เชิงเปรียบเทียบด้านสังคม ความสะดวกหรือความพึงพอใจ ยิ่งเห็นประโยชน์จากนวัตกรรมมากเท่าไรอัตราการรับนวัตกรรมยิ่งมากขึ้นเท่านั้น

๒) คุณลักษณะความเข้ากันได้ (Compatibility) คือ ระดับที่นวัตกรรมได้รับการมองว่าสอดคล้องกับเทคโนโลยีหรือการทำงานแบบเดิมสอดคล้องกับค่านิยมความต้องการและประสบการณ์ของผู้รับนวัตกรรม การรับนวัตกรรมซึ่งไม่สอดคล้องหรือเข้ากันไม่ได้กับค่านิยมจะเป็นกระบวนการที่ช้ามากเพราะผู้รับนวัตกรรมจะต้องเปลี่ยนแปลงค่านิยมของตนเองเสียก่อนจึงจะทำให้การรับนวัตกรรมประสบความสำเร็จ

๓) คุณลักษณะความซับซ้อน (Complexity) คือ ระดับที่นวัตกรรมได้รับการมองว่ายากต่อการใช้หรือยากต่อความเข้าใจ ยิ่งมีความซับซ้อนมากเท่าไรการรับนวัตกรรมก็จะเป็นไปอย่างช้ามาก

^{๑๒๔} ปารีชาติ สถาปิตานนท์, การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๙).

๔) คุณลักษณะความสามารถในการนำไปทดลองใช้ (Triability) คือ ระดับนวัตกรรมซึ่งสามารถทดลองรับไปใช้บนพื้นฐานจำกัดหนึ่ง ซึ่งนวัตกรรมที่สามารถนำไปทดลองใช้และเห็นผลย่อมทำให้อัตราการรับนวัตกรรมสูงด้วย

๕) คุณลักษณะการสังเกตได้ (Observability) คือ ระดับของผลที่เกิดจากนวัตกรรมที่สามารถมองเห็นได้โดยผู้อื่น ยิ่งถ้าผลทางนวัตกรรมสามารถเห็นชัดเจนยิ่งทำให้การรับนวัตกรรมมีมากขึ้น^{๑๒๕}

๒.๘.๖ รูปแบบการถ่ายทอดนวัตกรรม

เมื่อเข้าใจกระบวนการและปัจจัยต่าง ๆ ในการถ่ายทอดนวัตกรรม ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมจำเป็นต้องเข้าใจรูปแบบในการถ่ายทอดนวัตกรรมเพื่อให้สามารถเลือกรูปแบบที่เหมาะสมในการถ่ายทอดนวัตกรรม รูปแบบการถ่ายทอดที่ปรากฏโดยทั่วไปมี ๕ รูปแบบ ดังนี้^{๑๒๖}

๑) การถ่ายทอดด้วยการสั่งการ (Authority innovation-decision model) เป็นการถ่ายทอดโดยชักจูงให้ผู้นำที่มีอำนาจสั่งการหรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจเห็นความสำคัญของการใช้นวัตกรรมเป็นผู้ตัดสินใจและตัดสินใจสั่งการไปยังผู้ใช้ซึ่งอยู่ในระดับที่ต้องรับฟังคำสั่งให้ใช้นวัตกรรมนั้น

การถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้ผู้มีอำนาจเป็นผู้ตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมโดยผู้ปฏิบัติ หรือผู้ที่ต้องนำนวัตกรรมไปใช้จริง ไม่มีโอกาสในการรับรู้ เลือกรับหรือตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม มีหน้าที่เพียงรับคำสั่งและกระทำตามการตัดสินใจที่ส่งผ่านลงมาจากเบื้องบนเท่านั้น การถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้ปรากฏบ่อยในสังคมที่มีลักษณะเป็นทางการ (formal) มากกว่าในสังคมลักษณะเป็นกันเอง (Informal)

ข้อดี: การถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยวิธีนี้สามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว

ข้อเสีย: ผู้รับนวัตกรรมไปใช้ไม่มีความเข้าใจนวัตกรรมอย่างถ่องแท้ นอกจากนี้บรรยากาศในการดำเนินการเปลี่ยนแปลงตึงเครียด และการถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยวิธีนี้ทำให้การใช้นวัตกรรมไม่ยั่งยืน เพราะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้นำที่มีอำนาจสั่งการผู้รับนวัตกรรมมักจะเลิกใช้นวัตกรรม

๒) การถ่ายทอดโดยใช้มนุษย์สัมพันธ์ (Human interaction model) เป็นการถ่ายทอดโดยการชักจูงบุคคลซึ่งจะเป็นผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมหรือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำนวัตกรรมไปใช้ โดยให้ความรู้ ความเข้าใจ และให้ความช่วยเหลือใน

การทดลองใช้ เพื่อให้บุคคลผู้นั้นสามารถตัดสินใจได้ว่าต้องการรับนวัตกรรมไว้ใช้ต่อไปหรือควรหยุดใช้นวัตกรรมนั้น

^{๑๒๕} Rogers, E. M., *Diffusion of innovations*, 3rd ed., (New York: Free, 1995).

^{๑๒๖} อัญญา พิทยาพิทักษ์ และธันยวิช วิเชียรพันธ์, “การถ่ายทอดนวัตกรรม: หลักการและรูปแบบ”, *วารสารบรรณศาสตร์ มศว.* ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๕).

การถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้ให้ความสำคัญกับบุคคลในกลุ่มที่ต้องใช้นวัตกรรมมากขึ้น โดยมีการศึกษาค้นคว้าถึงตัวแปรที่ทำให้เข้าใจผู้นำนวัตกรรมไปปฏิบัติ เช่น สภาพภูมิหลังของผู้ที่จะต้องใช้นวัตกรรม ทั้งในแง่เศรษฐกิจสังคม ลักษณะส่วนตัวโดยทั่วไป ปฏิกริยาโต้ตอบต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ตลอดจนความต้องการที่แท้จริง เพื่อให้ผู้ปฏิบัติเกิดการยอมรับนวัตกรรมได้เร็วขึ้น ผู้ที่เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดนวัตกรรม นอกจากจะต้องใส่ใจในเรื่องการออกแบบ การสร้างและการวัดผลนวัตกรรมแล้ว จะต้องศึกษาทำความเข้าใจกับกลุ่มบุคคลที่จะต้องใช้นวัตกรรม โดยพยายามหาทางให้นวัตกรรมที่สร้างขึ้นสามารถตอบรับกับความต้องการที่แท้จริงของบุคคลที่จะต้องใช้นวัตกรรม การถ่ายทอดนวัตกรรมโดยใช้นุขยสัมพันธ์มุ่งความสนใจไปที่การติดตามปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ระหว่างการถ่ายทอดนวัตกรรม โดยผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมจะหาข้อมูลในการสร้างนวัตกรรม การประเมินผลนวัตกรรมและการถ่ายทอดนวัตกรรมซึ่งขั้นตอนดังกล่าวเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ควรใช้ผู้รับผิดชอบกลุ่มเดียวในการลงมือทำมากกว่าการแยกความรับผิดชอบออกเป็นส่วน ๆ โดยมุ่งความสนใจไปที่ลักษณะการยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในกลุ่มที่จะต้องใช้นวัตกรรม

ข้อดี: การถ่ายทอดนวัตกรรมลักษณะนี้ไม่เกิดปัญหาเรื่องความขัดแย้งในระหว่างการถ่ายทอด บรรยากาศในการดำเนินการเปลี่ยนแปลงไม่ตึงเครียด

ข้อเสีย: ผู้รับนวัตกรรมมักจะยึดติดกับผู้นำความเปลี่ยนแปลง เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง ผู้นำความเปลี่ยนแปลง อาจทำให้เกิดการเลิกใช้นวัตกรรมกลางคัน ทำให้ไม่ยั่งยืน และส่วนใหญ่ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยนุขยสัมพันธ์มักจะมุ่งความสนใจไปที่กระบวนการเปลี่ยนแปลงและการถ่ายทอดมากเกินไป โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนในการใช้นวัตกรรม

๓) การถ่ายทอดโดยให้ผู้ใช้มีส่วนร่วม (User participation model) รูปแบบนี้ถ่ายทอดนวัตกรรมไปสู่ตัวผู้ใช้โดยตรง เพื่อให้ผู้ใช้ประเมินและตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้นรูปแบบการถ่ายทอดนวัตกรรมนี้มีการกระจายอำนาจให้ผู้ใช้ใช้นวัตกรรมเป็นผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจยอมรับการใช้นวัตกรรมโดยไม่ได้มอบอำนาจแก่คณะผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น การให้ผู้ใช้ใช้นวัตกรรมสามารถทำหน้าที่ตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องให้ผู้ใช้มีความรู้และมีความคุ้นเคยกับนวัตกรรมนั้นในระดับหนึ่ง ผู้ใช้นวัตกรรมยังต้องรับผิดชอบในการเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่นวัตกรรมและอำนวยความสะดวกในการใช้นวัตกรรมให้กับกลุ่มผู้ใช้นวัตกรรมร่วมกัน

ข้อดี: การถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้ไม่มีปัญหาเรื่องการต่อต้านและความขัดแย้ง เพราะทุกคนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของงาน

ข้อเสีย: นวัตกรรมอาจจะถูกดัดแปลงเพื่อให้เข้ากับวิถีชีวิต และความต้องการของคนส่วนใหญ่ที่ไม่อยากสูญเสียความเคยชินมากเกินไป จนกระทั่งนวัตกรรมไม่ได้ก่อประโยชน์อย่างเต็มที่

๔) การถ่ายทอดแบบผสม (Eclectic process of change model) การถ่ายทอดรูปแบบนี้เป็น การถ่ายทอดนวัตกรรมผ่านตัวกลาง โดยมีผู้ทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่เชื่อมระหว่างกลุ่มผู้ต้องการถ่ายทอดนวัตกรรมกับกลุ่มผู้ต้องการใช้นวัตกรรม การถ่ายทอดรูปแบบนี้อาจจำเป็นต้องใช้วิธีการถ่ายทอดทั้ง ๓ รูปแบบที่กล่าวข้างต้นผสมผสานกันไป ซึ่งทำให้เกิดรูปแบบการถ่ายทอดใหม่ที่มีการ

ผสมผสานทั้ง ๓ รูปแบบในสัดส่วนที่แตกต่างกันตามที่ทำกรถ่ายทอดและทำหน้าที่เป็นตัวกลางเลือกใช้

ข้อดี: การถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้แก้ไขปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดนวัตกรรมเพียงรูปแบบเดียว

ข้อเสีย: รูปแบบการถ่ายทอดด้วยวิธีนี้จำเป็นต้องใช้เวลาและการเตรียมการมากกว่าการถ่ายทอดรูปแบบอื่น

๕) การถ่ายทอดโดยใช้ความศรัทธา

การถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้เริ่มนิยมใช้ในยุคหลัง ๆ โดยเน้นการสร้างความรู้สึกให้ผู้ใช้นวัตกรรมเต็มใจรับนวัตกรรมไปใช้ด้วยตัวเอง ส่วนใหญ่จะเริ่มต้นด้วยการทำให้กลุ่มผู้ใช้รู้สึกมั่นใจว่า เมื่อได้รับนวัตกรรมดังกล่าวแล้วจะเกิดความเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น แม้ว่าผู้ใช้ยังไม่ได้รู้จักนวัตกรรมดังกล่าว แต่เกิดความศรัทธาและได้ตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมเรียบร้อยแล้ว การถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้แบ่งเป็น ๒ ลักษณะคือ

ลักษณะที่ ๑ ศรัทธาในผู้เผยแพร่วัตกรรม

การถ่ายทอดลักษณะนี้อาศัยความศรัทธาในตัวบุคคลหรือองค์กรที่นำเสนอนวัตกรรม โดยผู้ที่เผยแพร่นวัตกรรมจะเป็นผู้ที่รู้จักตัวนวัตกรรมเป็นอย่างดีและเป็นผู้ที่ตัดสินใจรับนวัตกรรมเรียบร้อยแล้ว ความศรัทธาในตัวบุคคลที่เผยแพร่วัตกรรมโดยส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นจากบุคคลที่อยู่ในระดับผู้นำ เป็นบุคคลที่มีบารมี ที่ทุกคนยอมรับและรับรู้ว่าจะเจตนาในการกระทำของบุคคลผู้นี้ คือการทำให้ประโยชน์ต่อสังคมเสมอ เช่น การถ่ายทอดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ ที่เริ่มต้นด้วยการที่ประชาชนยอมรับนวัตกรรมด้วยความศรัทธาในพระบารมีของพระองค์ จึงศึกษาหลักการในตัวนวัตกรรมและเมื่อเข้าใจในหลักการของนวัตกรรมแล้ว ความศรัทธาในตัวนวัตกรรมจึงตามมา หรือกรณีของความศรัทธาที่มีต่อองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ ไม่หวังผลกำไร หรือเป็นมูลนิธิ เช่น ยูนิเซฟ หรือ ยูเนสโก ซึ่งเป็นองค์กรที่รู้จักดีว่ามีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาให้เกิดความเจริญในชุมชน ดังตัวอย่างในกรณีการถ่ายทอดนวัตกรรมโรงเรียนเพื่อนเด็ก (Child Friendly School) ในประเทศไทย เป็นต้น การถ่ายทอดนวัตกรรมนี้เริ่มต้นโดยโรงเรียนส่วนใหญ่ไม่ได้รู้จักนวัตกรรมนี้ แต่เชื่อว่ายูนิเซฟสามารถทำให้โรงเรียนและชุมชนได้รับการพัฒนา จึงยอมรับที่จะนำนวัตกรรมดังกล่าวมาใช้

ข้อดี: โอกาสเกิดความขัดแย้งในกลุ่มผู้รับนวัตกรรมมีน้อย และการถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้มีความยั่งยืน

ข้อเสีย: การถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้จำกัดเฉพาะบุคคล หรือองค์กรที่มีประวัติหรือผลงานซึ่งมีความน่าเชื่อถือในความเห็นของผู้รับนวัตกรรมแล้วเท่านั้น

ลักษณะที่ ๒ ศรัทธาในผลของนวัตกรรม

การถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยวิธีนี้เป็นแนวคิดใหม่ ซึ่งเริ่มต้นจากบุคคลกลุ่มหนึ่งที่ยอมรับในนวัตกรรมร่วมกันนำนวัตกรรมมาทดลองใช้ในลักษณะของโครงการนำร่องโครงการเล็ก ๆ โดยพยายามศึกษาและดำเนินการด้วยความทุ่มเทและตั้งใจ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีเป็นการสร้าง

ศรัทธาในผลของงานให้แก่สาธารณชนยอมรับ จากนั้นจึงใช้ผลของงานดังกล่าวไปเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายใหม่ที่เกิดความศรัทธามาร่วมกันขยายผล เช่น กรณีตัวอย่างของโรงเรียนในโครงการประกาศาปัญหา (Lighthouse project) ของมูลนิธิศึกษาพัฒนาเป็นต้น การถ่ายทอดนวัตกรรมนี้ใช้วิธี มุ่งดำเนินการในส่วนเล็ก ๆ จนประสบผลสำเร็จเป็นที่พอใจระดับหนึ่งเพื่อสร้างศรัทธาก่อน แล้วจึงขยายผลออกไปยังส่วนอื่นของสังคมในระดับเดียวกันจากนั้นจึงเริ่มดำเนินการด้วยการเลือกทำงานกับบุคคลที่มีทัศนคติที่ตรงกันซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีแนวโน้มในการรับนวัตกรรมได้เร็วมารับการถ่ายทอดนวัตกรรม เพื่อนำไปปฏิบัติเป็นกลุ่มนำร่อง (Pilot projects) ในที่ต่าง ๆ ทุกระดับของสังคมไทยซึ่งการถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยวิธีดังกล่าวทำให้การดำเนินงานมีปัญหาน้อย และก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม เมื่อกลุ่มอื่น ๆ ที่เคยไม่มั่นใจในนวัตกรรมเกิดความศรัทธาในผลของนวัตกรรมจึงเข้าร่วมกระบวนการ ทำให้สามารถขยายผลถ่ายทอดนวัตกรรมในวงกว้างมากขึ้นเรื่อย ๆ

ข้อดี: โอกาสเกิดความขัดแย้งในกลุ่มผู้รับนวัตกรรมมีน้อย และการถ่ายทอดนวัตกรรมรูปแบบนี้มีความยั่งยืน

ข้อเสีย: ต้องใช้เวลาในการถ่ายทอดมาก เนื่องจากต้องใช้ผลจากการใช้นวัตกรรมในการสร้างความศรัทธาการขยายผลโดยใช้การถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยศรัทธาทั้ง ๒ ลักษณะนี้ ส่วนใหญ่ใช้รูปแบบในการถ่ายทอดที่ผสมผสานกัน คือมีการใช้รูปแบบร่วมกันกับการถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยการสั่งการและการถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยมนุษยสัมพันธ์เพราะจะส่งเสริมให้กระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมสมบูรณ์มากขึ้น โดยไม่กระทบกับจุดยืนหรือหลักการของนวัตกรรม ซึ่งเริ่มต้นโดยผู้ที่เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดนวัตกรรมเป็นผู้ที่ตัดสินใจเลือกนวัตกรรมจากความศรัทธา ตั้งแต่แรก ต่อมาจึงเริ่มกระบวนการถ่ายทอดที่แท้จริง โดยระหว่างดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมนั้น มีวิธีในการถ่ายทอดแตกต่างกันเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับนวัตกรรม เช่น ผู้รับนวัตกรรมบางกลุ่มชอบวิธีการถ่ายทอดแบบบอกให้ทำผู้รับนวัตกรรมบางกลุ่มชอบวิธีการถ่ายทอดแบบให้ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมเสนอความคิดหรือแนะนำวิธี หรือผู้รับนวัตกรรมบางกลุ่มชอบวิธีการถ่ายทอดแบบร่วมกันคิด ร่วมกันทำเป็นต้น

๒.๘.๗ ปัจจัยความสำเร็จในการถ่ายทอดนวัตกรรม

เมื่อผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมศึกษากระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดนวัตกรรมรวมทั้งข้อดีข้อเสียของรูปแบบของการถ่ายทอดนวัตกรรม รวมทั้งประเมินและตัดสินใจเลือกแนวทางที่ต้องการในการถ่ายทอดนวัตกรรมแล้วสิ่งสำคัญที่ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมควรคำนึงถึงคือในการถ่ายทอดนวัตกรรมด้วยรูปแบบและวิธีการใดก็ตามมีปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้กระบวนการถ่ายทอดประสบผลสำเร็จประกอบไปด้วย ๖ ปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยที่ ๑ การวางแผนเชิงมหภาค แต่ดำเนินงานแบบจุลภาค กล่าวคือในการทดลองนำกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมไปใช้ ควรจะเริ่มใช้กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเล็กเพื่อการบริหารจัดการที่ง่าย คล่องตัว ซึ่งทำให้มีแนวโน้มที่นวัตกรรมจะประสบความสำเร็จสูง โดยผลที่ได้จากการถ่ายทอด

นวัตกรรมแล้วประสบผลสำเร็จจะสร้างศรัทธา ทำให้บุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องเริ่มมีพฤติกรรมตื่นตัว และสามารถสื่อสารให้คนทั่วไปรับรู้อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในที่สุด

ปัจจัยที่ ๒ การสำรวจทัศนคติผู้รับนวัตกรรม ควรหาแนวทางในการสืบ สืบเสาะ สำรวจความคิดเห็นด้านความต้องการในตัวนวัตกรรมใหม่ จากผู้รับนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องในปัจจุบัน เพราะจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการวางแผนการดำเนินการ และจะทำให้ความสำเร็จในการถ่ายทอดนวัตกรรมมีความเป็นไปได้สูงกว่าการดำเนินการแบบไร้ข้อมูลหรือข้อเท็จจริง

ปัจจัยที่ ๓ การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นโดยตลอดกระบวนการต้องมีการสื่อสารระหว่างกันทุกระยะเพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและค่อย ๆ ผสมผสานการสร้างการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดการยอมรับจากกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและกลุ่มที่มีความคิดเห็นที่ขัดแย้งกับแนวคิดการถ่ายทอดนวัตกรรมทั้งนี้สิ่งหนึ่งที่พึงระวังและควรระลึกร่วมคือต้องให้ความสำคัญกับผู้เกี่ยวข้องทุกกลุ่มโดยไม่ละเลยกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดเป็นอันขาด

ปัจจัยที่ ๔ การสร้างฐานข้อมูลและแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้นวัตกรรม การเตรียมแผนสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงเพื่อใช้นวัตกรรม โดยจัดให้มีฐานข้อมูลกลางและแหล่งเรียนรู้เพื่อบริการให้คำปรึกษาด้านการดำเนินการใช้นวัตกรรม ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ การสื่อสาร ปรึกษาหารือ เพื่อแก้ปัญหาการสอนงานและการปรับแผนงานเพื่อให้สามารถนำนวัตกรรมไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ที่รับผิดชอบในการดำเนินการส่วนนี้ ควรให้ผู้ที่มีประสบการณ์การใช้นวัตกรรม ผู้ที่มีความศรัทธาต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อใช้นวัตกรรมดังกล่าว ตลอดจนผู้ที่เคยนำนวัตกรรมนี้ไปใช้แล้ว ประสบผลสำเร็จ ซึ่งแหล่งข้อมูลกลางและช่องทางดังกล่าวจะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ที่เปลี่ยนมาใช้ นวัตกรรมไม่ต้องดำเนินการตามลำพัง และไม่รู้สึกลำบากใจอีกทั้งยังทำให้ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรมทราบความเคลื่อนไหวเมื่อมีผู้เปลี่ยนมาใช้นวัตกรรมใหม่เพิ่มขึ้น

ปัจจัยที่ ๕ การประเมินสถานการณ์เป็นระยะเพื่อการเตรียมแผนสำรอง การตรวจสอบและประเมินสถานการณ์เป็นระยะ ๆ ทำให้สามารถรู้ว่าแผนที่ดำเนินการใช้อยู่ต้องมีการปรับเปลี่ยนอย่างไร และเมื่อเจอเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดหรือปัญหาควรตั้งรับอย่างไร เช่น ในช่วงระยะการส่งเสริมการใช้นวัตกรรม หากมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารควรทำเช่นไร ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวมีความเป็นไปได้จริง และส่งผลต่อกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรม ดังนั้นหากผู้ถ่ายทอดมีกาประเมินสถานการณ์ เป็นระยะและคิดวางแผนงานไว้ล่วงหน้าจะช่วยลดความเสียหายเมื่อเกิดสถานการณ์ดังกล่าวได้

ปัจจัยที่ ๖ การจัดการประชุมเพื่อนำเสนอผลและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ใช้นวัตกรรม ภายหลังจากการดำเนินการถ่ายทอดนวัตกรรมเสร็จสิ้นลง ควรจัดให้มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในสิ่งที่ปฏิบัติได้ดี ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเห็นแบบอย่างในการดำเนินการใช้นวัตกรรมที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและทำให้ผู้ที่เข้าร่วมรับฟังเกิดความมั่นใจในการดำเนินการเปลี่ยนแปลง ไปสู่การใช้นวัตกรรมใหม่ นอกจากนี้การนำเสนอสิ่งที่ปฏิบัติได้ดีจะทำให้ผู้นำเสนอวิธีปฏิบัติเกิด

ความรู้สึกเป็นเจ้าของในการดำเนินการใช้นวัตกรรม ซึ่งจะช่วยให้เกิดความยั่งยืนในการใช้นวัตกรรมใหม่่อีกทางหนึ่ง^{๑๒๗}

๒.๙ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

ความหมายของการมีส่วนร่วม

คลาสเปอร์สัน และเบรทแบงค์ (Klansperson & Biobank, 1974 อ้างถึงใน ทานตะวัน อินทร์จันทร์)^{๑๒๘} ให้ความหมายว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนทำตนเป็นผู้สร้างสรรค์กิจกรรมในกระบวนการพัฒนาซึ่งจะบังเกิดผล คือ สามารถแสดงบทบาทที่สร้างสรรค์ได้ และผลของกิจกรรมจะต้องย้อนกลับมาสู่พวกเขาเอง United Nations Research Institute of Social Development (UNRISD) ระบุความหมายว่าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประชาชนในเรื่อง ๑) การตัดสินใจ ๒) การเข้าร่วมกิจกรรม ๓) การร่วมรับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมที่เกิดจากกิจกรรมนั้น ๆ

สหประชาชาติ^{๑๒๙} ให้ความหมาย การมีส่วนร่วม (Participation) ไว้ว่า

- ๑) การมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา
- ๒) การเข้ามามีส่วนร่วมให้เกิดการพัฒนา
- ๓) การเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจในเรื่องพัฒนา

ลิส (Lisk, 1985 อ้างถึงใน ปรีดา เจษฎารางกุล)^{๑๓๐} ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีความสัมพันธ์กับแนวคิดของการเชื่อใจและการ

^{๑๒๗} Wiwat Ruenglerpanyakul; & Thanyawich Vicheanpant, The Project Based Learning Approach in Constructionism School, In The 32nd Annual Thailand TESOL International Conference on Teacher Collaboration: Shaping the Classroom of the Future Proceedings, 27-28 January 2012, Bangkok, Thailand. Bangkok: The Organization of English Teachers in Thailand., อ้างถึงใน ธัญญา พิทยาพิทักษ์ และธัญวิษ วิเชียรพันธ์, “การถ่ายถอดนวัตกรรม: หลักการและรูปแบบ”, วารสารบรรณศาสตร์ มศว. ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๕).

^{๑๒๘} ทานตะวัน อินทร์จันทร์, “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนย่อยในเขตเทศบาลเมืองลำพูน”, รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๖), หน้า ๑๙.

^{๑๒๙} United Nation Organnization, “United Nation Department of International Economic and Social affair”, Popular Participation as Strategy for Program Community Level Action and Development, Report of The Meeting for The Adhoc Group of Expert, (New York: United Nation, 1981), p. 11.

^{๑๓๐} ปรีดา เจษฎารางกุล, “การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขตเทศบาลเมืองคูต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี”, รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๕๐), หน้า ๒๔.

ยอมรับตนเองเพื่อที่จะนำไปสู่การมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถสังเกตได้จากระดับความพึงพอใจ ระดับความไว้วางใจและต้องครอบคลุมทัศนคติความคาดหวังและกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติร่วมกัน

เฮต แฟร์ไชลด์ และคณะ (Fairchild, et. al., 1964 อ้างถึงใน ทานตะวัน อินทร์จันทร์)^{๑๓๑} ได้ให้ความหมายของคำว่าความร่วมมือไว้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมร่วมกันหรือการเข้ามามีส่วนติดต่อสัมพันธ์กันและอาจหมายถึงสถานการณ์ทางสังคมด้วยก็ได้

วิลเลียม (Erwin, 1976 อ้างถึงใน ปรีดา เจษฎารางกุล)^{๑๓๒} ได้ให้ความหมายไว้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องข้องในการดำเนินงานพัฒนาความคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเองเน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างเข้มข้นกับประชาชนใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนแก้ไขร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุน ติดตามการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

อาภรณ์พันธ์ จันทรสว่าง^{๑๓๓} ได้อธิบายเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่าการมีส่วนร่วม (Participation) เป็นผลมาจากการเห็นพ้องต้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้องต้องกันจะต้องมีมากจนเกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อปฏิบัติ กล่าวคือ จะต้องเป็นความเห็นพ้องต้องกัน จะต้องมีความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติการนั้น ๆ เหตุผลเบื้องต้นของการที่มีคนมารวมกันได้ ควรจะต้องมีการตระหนักว่าปฏิบัติการทั้งหมด หรือการกระทำทั้งหมดที่ทำโดยกลุ่มหรือทำในนามกลุ่มนั้นกระทำผ่านองค์การ (Organization) ดังนั้นองค์การจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลง

ไพรัตน์ เตชะรินทร์^{๑๓๔} ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชนว่า หมายถึง กระบวนการรัฐ การทำการส่งเสริม ชักนำ สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งในรูปส่วนบุคคลกลุ่มคน ชุมชน สมาคม มูลนิธิและองค์กรอาสาสมัครรูปต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องร่วมกัน ให้บรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้

^{๑๓๑} ทานตะวัน อินทร์จันทร์, “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนย่อยในเขตเทศบาลเมืองลำพูน”, **รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๖), หน้า ๑๙.

^{๑๓๒} ปรีดา เจษฎารางกุล, “การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขต เทศบาลเมืองคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี”, **รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๕๐), หน้า ๒๔.

^{๑๓๓} อาภรณ์พันธ์ จันทรสว่าง, **คำบรรยายลักษณะวิชาทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน ๒**, ภาคการศึกษาที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๒), หน้า ๑๙.

^{๑๓๔} ไพรัตน์ เตชะรินทร์, **นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจุบัน** อ้างใน ทวีทอง หงส์วิวัฒน์ (บรรณาธิการ), **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์การศึกษานโยบายสาธารณะสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๒๗), หน้า ๖.

ปรัชญา เวสารัชช^{๑๓๕} ได้นิยามความหมายของการมีส่วนร่วมว่า เป็นการที่ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องโดยใช้ความพยายามหรือทรัพยากรในส่วนของตนต่อกิจกรรมซึ่งมุ่งสู่การพัฒนาชุมชน โดยการมีส่วนร่วมต้องมีองค์ประกอบดังนี้

- ๑) ประชาชนเข้าเกี่ยวข้องในกิจกรรมการพัฒนา
- ๒) ผู้เข้าร่วมได้ใช้ความพยายามบางอย่างส่วนตัว เช่น ความคิด ความรู้ ความสามารถ แรงงาน หรือทรัพยากรบางอย่าง เช่น เงินและวัสดุในกิจกรรมพัฒนา

วรรณิการ์ ภูมิวงศ์พิทักษ์^{๑๓๖} ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ดังนี้

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการที่ให้ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มคนที่เห็นพ้องต้องกันเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบในการดำเนินงาน โดยการร่วมคิด ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และร่วมในการติดตามประเมินผล

ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์^{๑๓๗} ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงน่าจะหมายถึง การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการและควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากรและปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกของสังคมและได้พัฒนา การรับรู้ และภูมิปัญญา ซึ่งแบ่งออกในรูปของการตัดสินใจในการกำหนดชะตาชีวิตของตนเองอย่างเป็นตัวของตัวเอง

มรกต ศรีรัตน (อ้างถึงใน ณรงค์ วารีชล)^{๑๓๘} ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วมหมายถึงการเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ และอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น ทำให้เกิดการร่วมรับผิดชอบกับกลุ่ม

^{๑๓๕} ปรัชญา เวสารัชช, *การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อพัฒนาชนบท*, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๘), หน้า ๕.

^{๑๓๖} วรรณิการ์ ภูมิวงศ์พิทักษ์, “ปัญหาและอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการครอบครัวและชุมชนพัฒนา: ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนดวงแข เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร”, *วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต*, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๐), หน้า ๑๒.

^{๑๓๗} ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์, *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา*, (กรุงเทพมหานคร: คัดดีโสภณการพิมพ์, ๒๕๒๗), หน้า ๒.

^{๑๓๘} ณรงค์ วารีชล, “การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาเทศบาลสู่มืองน่าอยู่: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลบางพระ”, *ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๑), หน้า ๕.

พีรพล ไชยพงศ์^{๑๓๙} กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่รัฐส่งเสริม ชักนำ สนับสนุน และสร้างโอกาสให้ประชาชน ทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มชน ชมรม สมาคม มูลนิธิ และองค์กร อาสาสมัครรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหลายเรื่อง ร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้

กลุ่มสังคมศาสตร์สาธารณสุข (อ้างถึงใน ขนิษฐา ศรีนนท์)^{๑๔๐} ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วมว่าการมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การสร้างประชาธิปไตย คือ อำนาจแห่งการ กำหนดการพัฒนาให้แก่ประชาชน ในกระบวนการนี้อย่างน้อยที่สุดประชาชนต้องมีการกำหนด วางแผนและดำเนินการในเรื่องที่ตัวเองมีผลต่อการปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่ และอนาคตของพวกเขาซึ่งจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อประชาชนได้อำนาจ ได้ทรัพยากรของพวกเขา กลับคืนมา และนั่นย่อม หมายถึง กระบวนการทางประชาธิปไตยและการปกครองตนเอง

วิลเลียม (William, 1980 อ้างถึงใน ธนวัฒน์ คำภีลานนท์)^{๑๔๑} กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องกับสังคมด้านจิตใจและอารมณ์ (Mental and Emotional Involvement) ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์ (Group Situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้ กระทำการให้ (Contribution) บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับ กลุ่ม

สรุปจากความหมายของการมีส่วนร่วม ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า “การมีส่วนร่วม” หมายถึง การที่ประชาชนหรือกลุ่มบุคคลมีแนวคิดหรือจุดมุ่งหมายที่เหมือนกันเข้ามาดำเนินการนั้น ให้แล้วเสร็จตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดแล้วรับผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งต้องเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

^{๑๓๙} พีรพล ไชยพงศ์, “การมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับชีวิต ร่างกายและทรัพย์สินของประชาชน: ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลอ้อมน้อยอำเภอกะทุมแบน จังหวัดสมุทรสาคร”. **วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๓๙), หน้า ๘.

^{๑๔๐} ขนิษฐา ศรีนนท์, “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนย่อยต่อการวางแผนพัฒนา”, **ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๑), หน้า ๓๕.

^{๑๔๑} ธนวัฒน์ คำภีลานนท์, “การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่น เทศบาลเมืองคูคต จังหวัดปทุมธานี”, **วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต**, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ๒๕๕๐), หน้า ๙.

๒.๙.๑ ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

ทฤษฎีการกระทำทางสังคม (The Theory of Social Action) ของ เยอวมาลย์ จ้อยจูฟี^{๑๔๒} ได้อธิบายถึงการกระทำทางของมนุษย์ (Action of Human) ในลักษณะที่สามารถนำไปปรับใช้ทางสังคมทั่วไป กล่าวคือ การกระทำใด ๆ ของมนุษย์จะขึ้นอยู่กับความสนใจ และระบบค่านิยมของบุคคล

๑) บุคลิกภาพของแต่ละบุคคล (Personality)

๒) ระบบสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่ (Social System)

๓) วัฒนธรรม (Culture) ในสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่และวัฒนธรรมนี้จะเป็นตัวกำหนดเกี่ยวกับความคิด ความเชื่อถือ (Idea of Believes) ความสนใจ (Primary of Interest) และระบบค่านิยมของบุคคล (System of Value Orientation)

จำนง อติวัฒนสิทธิ์^{๑๔๓} ได้ศึกษาเรื่องการกระทำของมนุษย์ (Human Action) โดยให้กำหนดความการกระทำ ว่าเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งที่เป็นแบบเปิดและลึกลับ ซึ่งบุคคลผู้ทำกำหนดให้มีความหมายเป็นส่วนตัว ความเข้าใจในระบบความหมายเกิดขึ้นได้ ๒ ประการ กล่าวคือ

๑) ความหมายส่วนตัวจากการกระทำของบุคคลหนึ่งสามารถเข้าใจได้จากการสังเกตโดยตรง

๒) มีการเข้าใจสิ่งเร้า เราสามารถแสดงความรู้สึกออกมาด้วยตัวเราเองในการให้เหตุผลซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของผู้นำหรือถ้าการกระทำของบุคคลไม่มีเหตุผลแล้วอาจจะเข้าในส่วนประกอบแห่งอารมณ์ที่มีการกระทำเกิดขึ้น โดยอาศัยการเข้าไปมีส่วนร่วมที่มีความเห็นอกเห็นใจต่อมนุษย์ผู้สังเกตไม่จำเป็น ต้องเห็นด้วยกับแนวทฤษฎีหรือจุดมุ่งหมายขั้นสูงสุดหรือค่านิยมของผู้นำ แต่โดยสติปัญญาแล้วเราอาจเข้าใจสถานการณ์และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง อีกนัยหนึ่งการกระทำบางอย่างเกิดขึ้นจากแรงกระตุ้นสามารถถือได้ว่าการอธิบายที่แท้จริงของการกระทำเพราะแรงกระตุ้นจะมีอยู่ในส่วนลึกของจิตใจผู้กระทำและสำหรับผู้สังเกตนั้น แรงกระตุ้นเป็นพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับการศึกษา พฤติกรรมและเวเบอร์ได้กล่าวว่า การกระทำทางสังคม ๓ ชั้น คือ

(๑) การกระทำที่มีเหตุผลเป็นการกระทำที่ใช้วิธีการอันเหมาะสมในอันที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ที่เลือกไว้อย่างมีเหตุผล การกระทำดังกล่าวมุ่งไปในด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม

(๒) การกระทำที่เกี่ยวกับค่านิยม เป็นการกระทำเช่นนี้มุ่งไปในด้านจริยธรรมและศีลธรรมอย่างอื่น เพื่อดำรงไว้ซึ่งความเป็นระเบียบในชีวิตทางสังคม

^{๑๔๒} เยอวมาลย์ จ้อยจูฟี, “การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นต่อการจัดการมูลฝอย: ศึกษาเฉพาะกรณีศึกษาเทศบาลตำบลแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี”, วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก, ๒๕๔๒), หน้า ๑๕-๑๖.

^{๑๔๓} จำนง อติวัฒนสิทธิ์, ประวัติแนวความคิดทางสังคม, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๒), หน้า ๖๐-๖๓.

(๓) การกระทำตามประเพณี เป็นการกระทำที่ไม่เปลี่ยนแปลง โดยยึดแบบอย่างที่ทำกันมาในอดีตเป็นหลัก พฤติกรรมการกระทำตามประเพณีที่ไม่คำนึงถึงเหตุผล

๒.๙.๒ ลักษณะและรูปแบบของการมีส่วนร่วม

แอนดรูว์ และสติเฟล (Andrew & Stiefel, 1980 อ้างถึงใน ทานตะวัน อินทร์จันทร์)^{๑๔๔} ได้กล่าวถึงลักษณะของการมีส่วนร่วมไว้ ๔ ประการ คือ

- ๑) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- ๒) การมีส่วนร่วมในขั้นปฏิบัติการ
- ๓) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์
- ๔) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

อิระวัชร จันทรประเสริฐ (อ้างถึงใน ณรงค์ วารีชล)^{๑๔๕} กล่าวไว้คือ

๑) การมีส่วนร่วมในลักษณะตัวบุคคล ให้ความสำคัญกับปัจเจกบุคคล ที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ

๒) การมีส่วนร่วมในลักษณะของกลุ่มขบวนการ ที่มุ่งสร้างพื้นฐานอำนาจจากการสร้างกลุ่มและโครงสร้างภายในหน่วยงาน

๓) การมีส่วนร่วมในลักษณะโครงการ ให้ความสำคัญที่การจัดโครงการอันก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมที่ดี เน้นกลุ่มเป้าหมาย การถ่ายทอดระบบเทคนิค ความรู้ การกระจายอำนาจสู่ประชาชน

๔) การมีส่วนร่วมในลักษณะสถาบัน ให้ความสำคัญในแง่ของการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสถาบัน มีการถ่ายทอดหรือขยายโครงการสร้างอำนาจของกลุ่ม ผลประโยชน์และชนชั้นทางสังคม

๕) การมีส่วนร่วมในลักษณะนโยบาย เน้นเรื่องหลักการยอมรับการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้เสียเปรียบในสังคม และนำมากำหนดนโยบายและแผนงานระดับชาติ

สุธี ศรสวรรค์^{๑๔๖} ได้แบ่งรูปแบบของการมีส่วนร่วมออกเป็น ๑๐ แบบ ดังนี้

- ๑) การมีส่วนร่วมประชุม

^{๑๔๔} ทานตะวัน อินทร์จันทร์, “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนย่อยในเขตเทศบาลเมืองลำพูน”, **รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๖), หน้า ๑๙.

^{๑๔๕} ณรงค์ วารีชล, “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาเทศบาลสุ่มเมืองน่าอยู่: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี”, **ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๑), หน้า ๖.

^{๑๔๖} สุธี ศรสวรรค์, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของมุสลิม: ศึกษาเฉพาะกรณีตำบลคลองตะเคียน อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”, **ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคม สาขาพัฒนาสังคม**, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๓๘), หน้า ๓๗-๓๘.

- ๒) การมีส่วนร่วมออกเงิน
- ๓) การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ
- ๔) การมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ
- ๕) การมีส่วนร่วมสัมภาษณ์
- ๖) การมีส่วนร่วมเป็นผู้ชักชวน
- ๗) การมีส่วนร่วมเป็นผู้บริโภคร
- ๘) การมีส่วนร่วมเป็นผู้ประกอบการ
- ๙) การมีส่วนร่วมเป็นผู้ใช้แรงงาน
- ๑๐) การมีส่วนร่วมออกวัสดุอุปกรณ์

แชพิน (Chapin อ้างถึงใน ยุพิน ระพีพันธุ์)^{๑๔๗} ได้ทำการศึกษาแบบของการมีส่วนร่วม และแบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น ๔ แบบ ดังนี้

- ๑) การมีส่วนร่วมร่วมประชุม
- ๒) การมีส่วนร่วมออกเงิน
- ๓) การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ
- ๔) การมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ

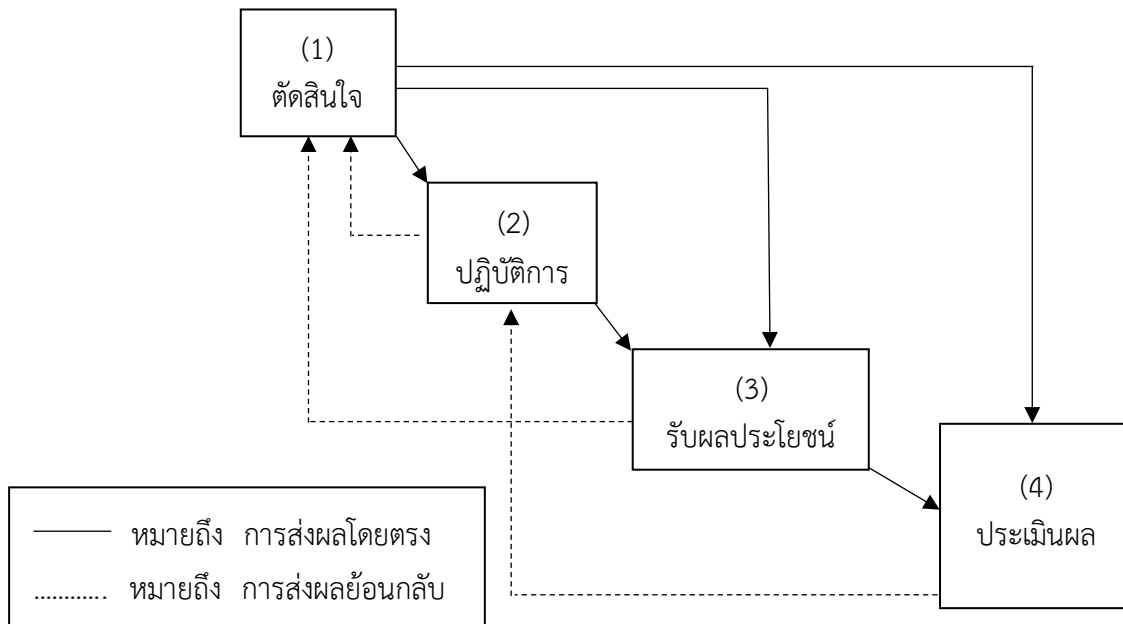
โคเฮน และอัฟฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff, 1977 อ้างถึงใน ธนวัฒน์ คำภีลานนท์)^{๑๔๘} ได้ อธิบายและวิเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วมโดยสามารถแบ่งออกเป็น ๔ รูปแบบ คือ

- ๑) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วย ๓ ขั้นตอน คือ ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจและตัดสินใจลงมือปฏิบัติการ
- ๒) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบไปด้วยการสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การเข้าร่วมในการบริหารและการประสานขอความร่วมมือ
- ๓) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ทางด้านต่าง ๆ ประกอบไปด้วยผลประโยชน์ทางด้านวัสดุ ผลประโยชน์ทางสังคมและผลประโยชน์ส่วนบุคคล
- ๔) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เกี่ยวกับการควบคุมและการตรวจสอบการดำเนินงานกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

^{๑๔๗} ยุพิน ระพีพันธุ์, “ความรู้ ทักษะคิดและการจัดการที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชน ในการจำแนกประเภทมูลฝอยที่ใช้ในชีวิตประจำวันก่อนทิ้งในเขต เทศบาลเมืองพนัส อำเภอพนสนิม จังหวัด ชลบุรี”, *วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๔) หน้า ๒๑.

^{๑๔๘} ธนวัฒน์ คำภีลานนท์, “การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่น เทศบาล เมืองคูคต จังหวัดปทุมธานี”, *วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต*, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ๒๕๕๐), หน้า ๒๑-๒๒.

รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนที่โคเฮน และอัฟฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff, 1977) เสนอไว้สรุปได้ดังภาพที่ ๒.๓ ที่แสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในขั้นการตัดสินใจมีความสำคัญมากสาเหตุว่าการตัดสินใจจะส่งผลต่อการปฏิบัติการ และการปฏิบัติการจึงมีผลต่อไป ยังการรับผลประโยชน์และการประเมินผลในขณะเดียวกัน เพราะฉะนั้นการตัดสินใจจะมีผลโดยตรงต่อการรับผลประโยชน์และการประเมินผลด้วย



ภาพที่ ๒.๓ รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนตามแนวคิดของ Cohen and Uphoff

๒.๑๐ แนวคิดการพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง

ความหมาย

การให้นิยามความหมายของ “ชุมชนเข้มแข็ง” มีบริบทที่แตกต่างกัน กล่าวคือ หากประสบการณ์ของนักพัฒนาเอกชน หรือนักวิชาการสายชุมชน ในแง่มุมมองประสบการณ์ของการพัฒนา เพราะการพัฒนาชุมชนที่ประสบความสำเร็จจนสามารถความเข้มแข็งของชุมชนได้นั้นจะมีเงื่อนไขหรือตัวแปรที่ต่างกันไป ทั้งนี้เพราะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของชุมชนเป็นสำคัญด้วย ชุมชนอาจมีความแตกต่างกันออกไปในบริบทแวดล้อม เช่น ระบบการบริหารจัดการ เครือข่าย ภาวะผู้นำ การเรียนรู้ หรือการมีส่วนร่วมภายในชุมชน จิตสำนึกภายในชุมชน หรือศักยภาพในการพึ่งตนเองของชุมชน โครงสร้างอำนาจรัฐ หรือกลไกในระบบเศรษฐกิจของสังคม เป็นต้น

ดังนั้น เมื่อชุมชนมีความแตกต่างกันไปในเชิงบริบทแวดล้อม ความสำเร็จของการพัฒนาให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชนหนึ่ง อาจไม่ใช่คำตอบที่ถูกต้องลงตัวสำหรับอีกชุมชนหนึ่งย่อมเป็นไปได้ แต่อาจมีความเหมือนหรือคล้ายคลึงกันบ้างในรูปแบบของการดำเนินงานซึ่งอาจใช้แม่แบบหรือประยุกต์ใช้ในงานพัฒนาชุมชนอื่นๆ

คำว่า “ชุมชนเข้มแข็ง” จึงเป็นคำกล่าวซึ่งได้รับการสนใจจากองค์กรภาครัฐและเอกชน มูลนิธิ สมาคมต่างๆ โดยไม่ขาดสาย ถ้าจะมีงานหรือกิจกรรมใดที่เกี่ยวกับการพัฒนาซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับชุมชนแล้ว มักจะต้องมีการเอ่ยหรือพูดถึง “ชุมชนเข้มแข็ง” อยู่เสมอ โดยการกล่าวถึง อาจจะมีหมายถึง “เพื่อให้ชุมชนนั้นเข้มแข็งต่อไป” หรือ “การที่จะให้ชุมชนเข้ามาร่วมเพื่อให้เกิดความสำเร็จของโครงการ เพราะชุมชนนั้นๆ มีความเข้มแข็ง” หรือ “การกระจายอำนาจให้แก่การปกครองส่วนท้องถิ่นหรือชุมชน เพื่อให้มีความอิสระในการปกครองตนเอง ให้ชุมชนเข้มแข็งต่อไป” เป็นต้น

การพิจารณาว่าชุมชนมีความเข้มแข็งมากน้อยเพียงใดนั้น ต้องพิจารณาหรือมองทางใดทางหนึ่งในสองประเด็นก่อน คือ

๑) ชุมชนมีความเข้มแข็งเป็นพื้นเดิมพอสมควรแล้ว (ซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก) จะมากน้อยมากขึ้นอยู่กับศักยภาพของชุมชน จึงอาจจะพร้อมรับบริการหรืองบประมาณที่มีองค์กรหรือผู้มอบให้นำไปเพิ่มพูนการพัฒนาให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น

๒) ชุมชนบางแห่งยังมีความอ่อนแอ (ซึ่งมีค่อนข้างมากในประเทศด้วยพัฒนาหรือกำลังพัฒนา) ยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะช่วยเหลือตนเองในเกือบทุกองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาล เอกชนที่จะให้ความช่วยเหลือ ก็มีเจตจำนงที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพของชุมชนนั้น ๆ ให้พัฒนาขึ้นจนแข็งแรง^{๑๔๙}

ความเข้มแข็งของชุมชน คือการที่ประชาชนในชุมชนต่างๆ ของเมืองหรือชนบทรวมตัวกันเป็น “องค์กรชุมชน” โดยมีการเรียนรู้ การจัดการและการแก้ไขปัญหาาร่วมกันของชุมชน จนเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาทั้งทางดำเนินเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมภายใน ชุมชน ตลอดจนมีผลกระทบต่อภายนอกชุมชนที่ดีขึ้นตามลำดับ โดยจะเรียกชุมชนนี้ว่า กลุ่ม ชมรม สหกรณ์ บริษัท องค์กรชาวบ้าน เครือข่าย หรืออื่น ๆ ที่มีความหมายแสดงถึงการร่วมมือช่วยเหลือกัน เพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน และด้วยความเอื้ออาทรต่อชุมชนอื่น ๆ ในสังคมด้วย^{๑๕๐}

ชุมชนเข้มแข็งในมิติของชุมชนไม่เรียง หมายถึง ชุมชนที่คิดพึ่งตนเอง จัดการตนเองดูแลซึ่งกันและกันได้

“ความเข้มแข็งของชุมชน” โดยใช้คำกล่าวที่ว่า “ความเป็นชุมชน” (Ciritiy) หมายถึง ลักษณะของความเข้มแข็งของชุมชนประการหนึ่ง โดยกล่าวว่า “ความเป็นชุมชนมิใช่สิ่งจำเป็นสำหรับชาวบ้านเท่านั้นหากแต่จำเป็นสำหรับองค์กรทุกชนิด ถ้ามหาวิทยาลัยมีความเป็นชุมชนวิชาการ (Academic Commnity) มหาวิทยาลัยก็จะมีพลังทางด้านสติปัญญามากกว่านี้ หรือการที่พระสงฆ์สร้างความเป็นชุมชนขึ้นในวัดหรือหมู่คณะ การพระศาสนาจะมีพลังมากขึ้น เป็นต้น” นอกจากชุมชน

^{๑๔๙} โกวิท วัฒนงาม, การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น, (กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์, ๒๕๕๓).

^{๑๕๐} อีรพริษฐ์ แก้วหาญ, กระบวนการเสริมสร้างความเข้มแข็ง: ประชาคม ประชาสังคม, (ขอนแก่น: โครงการจัดตั้งมูลนิธิเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง ชมรมนักวิชาการสาธารณสุขภาคตะวันออกเฉียงใต้, ๒๕๕๓).

เข้มแข็ง (Civil Commnity) ยังกล่าวถึง “ชุมชนยั่งยืน” (Sustainable Community) คือ วัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่ถูกหยิบยกมากล่าวในกระบวนการพัฒนาชุมชน ซึ่งโดยความหมายแล้วก็มีนัยเป็นอย่างเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ก็มีการตั้งข้อสังเกตต่อความเข้มแข็งของชุมชนไว้ว่า ถ้าประชาชนรวมตัวกันและมีการจัดการ จะเกิดทุนทางสังคม (Social Capital) ซึ่งเป็นทุนที่สำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดพลังในการแก้ไขปัญหาชุมชน

ส่วนชุมชนเข้มแข็งในมิติการพัฒนาชุมชนได้ให้ความหมายไว้ว่า ปรัชญาของการพัฒนาชุมชน ตั้งอยู่บนพื้นฐานแห่งความเชื่อมั่นและความศรัทธาในมนุษย์ชาติว่าทุกคนมีคุณค่าและมีความหมาย มีศักดิ์ศรี ศักยภาพหรือพลังความสามารถของมนุษย์เป็นอย่างมาก มนุษย์แต่ละคนย่อมมีความสามารถที่จะพัฒนาตนเองได้ถ้ามีโอกาส การพัฒนาชุมชนจึงต้องพัฒนาบุคคลให้มีความเสมอภาคในการดำรงชีวิต โดยใช้วิธีการให้การศึกษาละการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มปรัชญาของการพัฒนาชุมชนนี้มีความสอดคล้องกับปรัชญาการเมือง แบบเสรีประชาธิปไตยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะหลักการปกครองตนเองและกระจายอำนาจให้แก่ชุมชนท้องถิ่น เมื่อนำปรัชญาการพัฒนาชุมชนมาแปลงเป็นแนวคิดและหลักการพัฒนาชุมชน จึงเป็นการเน้นถึงการให้ความสำคัญกับคนว่า เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญมากที่สุดในการพัฒนาชุมชน เป็นการเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วม และสามารถนำความรู้ความสามารถมาพัฒนาชุมชนให้พึ่งตนเองได้

อุทัย คุลเกษม และอรศรี งามวิจิตรพงษ์^{๑๕๑} ลักษณะเด่นของชุมชนเข้มแข็งมี ๓ ประการ คือ ประการแรก สามารถรวมตัวกันได้อย่างเหนียวแน่น สมาชิกมีความรักและผูกพันต่อกันและต่อชุมชน และมีความรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ประการที่สอง มีศักยภาพที่จะพึ่งพิงตนเองได้ในระดับสูง แม้จะต้องพึ่งพิงภายนอกอยู่บ้าง แต่อำนาจตัดสินใจในทุกด้านยังอยู่ที่ชุมชน และประการที่สาม มีการพัฒนาศักยภาพของตนได้ อย่างต่อเนื่อง โดยกระบวนการเรียนรู้ต่าง ๆ

ดังนั้นคำว่า “ชุมชนเข้มแข็ง” จึงหมายถึง การที่สมาชิกในชุมชนรักและผูกพันต่อกันต่อชุมชน มีความรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน มีศักยภาพที่จะพึ่งพิงตนเองในระดับสูง แม้จะต้องพึ่งพิงภายนอกบ้าง แต่อำนาจการตัดสินใจทุกคนยังอยู่ที่ชุมชน รวมไปถึงมีการพัฒนาศักยภาพของตนได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยกระบวนการเรียนรู้ต่างๆ โดยไม่สูญเสียลักษณะเฉพาะของชุมชน

๒.๑๐.๑ องค์ประกอบของชุมชนเข้มแข็ง

คณะอนุกรรมเสริมสร้างความสำเร็จของชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาวิกฤตภายในของคณะกรรมการ นโยบายสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดองค์ประกอบของชุมชนเข้มแข็งไว้ ดังนี้

- ๑) บุคคลหลากหลายที่รวมตัวกันเป็นองค์กรชุมชนอย่างเป็นทางการหรือไม่ก็ได้
- ๒) มีเป้าหมายร่วมกันและยึดโยงเกาะเกี่ยวกันด้วยประโยชน์สาธารณะและของสมาชิก
- ๓) มีจิตสำนึกการพึ่งตนเอง รักษาเอื้ออาทรต่อกัน และมีความรักท้องถิ่น ชุมชน

^{๑๕๑} อุทัย คุลเกษม และอรศรี งามวิจิตรพงษ์, “ระบบการศึกษากับชุมชน: กรอบแนวคิดและข้อเสนอเพื่อการศึกษาการวิจัย”, รายงานการวิจัย (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๐).

- ๔) มีอิสระในการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำและร่วมรับผิดชอบ
- ๕) มีการระดมใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ
- ๖) มีการเรียนรู้ เชื่อมโยงกัน เป็นเครือข่ายและติดต่อสื่อสารกันหลายรูปแบบ
- ๗) มีการจัดกิจกรรมที่เป็นสาธารณะของชุมชนอย่างต่อเนื่อง
- ๘) มีการจัดการบริหารกลุ่มที่หลากหลายและเครือข่ายที่ดี
- ๙) มีการเสริมสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่หลากหลายของชุมชนสืบทอดกันตลอดไป

ดังนั้นองค์ประกอบของชุมชน จึงจะต้องประกอบด้วย

- ๑) มีการร่วมตัวกันภายในชุมชน
- ๒) เป็นการร่วมตัวเพื่อทำกิจกรรมสาธารณะหรือร่วมกันแก้ปัญหาชุมชนอย่างต่อเนื่อง
- ๓) มีจิตสำนึกของการพึ่งตนเอง
- ๔) มีอิสระในความคิด การแสดงความคิดเห็น และอิสระในการตัดสินใจได้ด้วยชุมชน

ตนเองหรือกลุ่ม

- ๕) ใช้ทรัพยากรภายในชุมชนอย่างคุ้มค่า
- ๖) มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทั้งภายในและภายนอกชุมชน
- ๗) มีการเสริมสร้างให้ทุกคนในชุมชนมีความเป็นผู้นำ ทั้งในการนำตนเองและชุมชน

๒.๑๐.๒ ลักษณะของชุมชนเข้มแข็ง

สัญญา สัญญาวิวัฒน์^{๑๕๖} ได้กล่าวถึง ลักษณะของชุมชนเข้มแข็ง โดยสรุปเป็น ๔ ประการ คือ

๑) เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Learning Community) กล่าวคือ การที่ชุมชน (คนในชุมชน) มีการเรียนรู้ และรู้เท่าทันข่าวทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมทั้งชุมชนมีการเพิ่มพูนความรู้ในคนต่างๆอย่างสม่ำเสมอ

๒) เป็นชุมชนที่มีการจัดการตนเอง (Community Management) ด้วยระบบการบริหารจัดการในกิจกรรมที่สำคัญ ๔ ประการ คือ การวางแผน การจัดกระบวนการขององค์กรภายในชุมชน การลงมือปฏิบัติตามแผนงาน และมีการประเมินผล

๓) เป็นชุมชนที่มีจิตวิญญาณ (Spntality) กล่าวคือ ชุมชนมีจิตสำนึก มีจิตวิญญาณ ซึ่งอาจหมายถึง ความรักดี ความรัก ความห่วงหา ความรู้สึกเป็นเจ้าของในชุมชน โดยมีสิ่งยึดเหนี่ยวร่วมกันในชุมชน

๔) เป็นชุมชนที่มีสันติภาพ (Peccef) กล่าวคือ การเป็นชุมชนที่มีความสงบสุข คนในชุมชนมีจิตใจที่เยือกเย็น มีคุณภาพ และคุณธรรม

^{๑๕๖} สัญญา สัญญาวิวัฒน์, ทฤษฎีสังคมวิทยา : เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ ๗, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐).

ทวีศักดิ์ นพเกษร^{๑๕๓} ได้กล่าวว่า ชุมชนจะเข้มแข็งได้ต้องมีลักษณะของความเป็นประชาสังคมสูง โดยประชาสังคมจะมีส่วนในการถักทอความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในชุมชน และประชาสังคมที่เข้มแข็งจะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบเหล่านี้ คือ

๑) จิตสำนึกประชาสังคม (Civic Consciouness) คือ การสำนึกว่าตนเป็นเจ้าของปัญหาชุมชน และมีเจตจำนงที่จะเข้าร่วมรับผิดชอบและร่วมแก้ไขปัญหากับฝ่ายต่างๆ ยอมรับในการรวมตัวและความคิดเห็นอย่างเท่าเทียมกัน ด้วยมิตรภาพในการเรียนรู้ร่วมกันหรือแก้ปัญหาที่เผชิญอยู่ ให้มีความสำคัญกับศักยภาพของปัจเจกชนในชุมชน ยอมรับและเห็นคุณค่าของความแตกต่างหลากหลายของสมาชิกในชุมชนในการร่วมทำงานด้วยกัน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแก้ปัญหาชุมชนเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดสำนึกความเป็นชุมชน

๒) โครงสร้างพื้นฐานสาธารณะและช่องทางสื่อสาร หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อให้ผู้มีโอกาสสื่อสารพูดคุยถึงปัญหาร่วมกันไม่ว่าจะเป็นการพูดที่เป็นทางการหรือไม่ทางการ การให้มีเวทีประชาคม (Civic Fonm) ในรูปแบบต่างๆจึงเป็นที่ที่สร้างความเป็นพลเมืองให้แก่ประชาชน ในการร่วมกันแก้ไขปัญหากของชุมชนและสาธารณะ โดยโครงสร้างพื้นฐาน (Civic Infastrucion) นี้แยกได้หลายระดับพื้นฐานที่สุด คือ การพบปะของผู้คนเป็นครั้งคราว เช่น การพบปะกันกับเพื่อนบนในวัด การพูดคุยถึงประเด็นสาธารณะต่างๆ ระดับถัดมา คือ การรวมตัวกันเป็นกลุ่มงานคนใดคนหนึ่งหรือเป็นองค์กร เช่น กลุ่มสหกรณ์ กลุ่มออมทรัพย์ เป็นต้น ระดับสูงสุด คือ องค์กร (Umbrella Ongaiaton) เป็นที่เชื่อมองค์กรสมาชิกและสมาชิกเข้าหากันเป็นเครือข่ายชุมชน องค์กรต่างๆในประชาสังคมที่เข้มแข็งการพบปะกันในเวทีประชาสังคม ประชาชน มีโอกาสเข้าร่วมในการพูดถึงปัญหาความเป็นอยู่ของชุมชนไม่เพียงในเวทีวงเล็กหากแต่รวมไปถึงเวทีสาธารณะขนาดใหญ่ด้วย

๓) กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน และการตัดสินใจ การตัดสินใจในกิจกรรมสาธารณะ จำต้องดำเนินการหลังกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งหมายถึง สิ่งซึ่งประชาชนเรียนรู้ซึ่งกันและกันผ่านการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดกับคนในชุมชนสาธารณะ ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ไม่ใช่ประชาชนหรือชุมชนเพียงรับฟังข้อมูลและข้อเสนอแนะเท่านั้น ประชาชนจำต้องพูดคุยถกเถียง แลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพราะไม่มีใครประสบการณ์ที่เหมือนกันในเรื่องเดียวกับ ต่างคนมีประสบการณ์และมองสิ่งเดียวกันจากมุมมองและการให้คุณค่าที่แตกต่างกัน ชุมชนที่มีประชาคมที่เข้มแข็งจึงเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้

๔) ภาวะการณำ และผู้นำชุมชน ลักษณะเด่นของชุมชนที่มีความเป็นประชาสังคมมิได้อยู่ที่จำนวนและแหล่งที่อยู่ของผู้นำ แต่อยู่ที่วิถีทางที่ผู้นำสัมพันธ์กับคนอื่น ผู้นำต้องสร้างโอกาสให้แก่ผู้ที่มีส่วนร่วม และริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่ผูกขาดความคิด หรือการเป็นเจ้าของปัญหาหรือเจ้าของชุมชนชุมชนจะเต็มไปด้วยภาวะการณำจากผู้คนที่หลากหลายที่มีความสามารถต่าง ๆ กัน มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มองปัญหาชุมชนอย่างเชื่อมโยงพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลความคิดเห็น ผู้นำที่

^{๑๕๓} ทวีศักดิ์ นพเกษร, *วิกฤตสังคมไทยกับบทบาทวิทยากรกระบวนการ*, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนเพื่อสังคม ธนาการอมสิน, ๒๕๔๒).

หลากหลายเหล่านี้จะไม่ค่อยแตกต่างจากชาวบ้านคนอื่น คือ ไม่มีชนชั้นผู้นำที่แยกจากผู้ตามและคอยปกป้องฐานะของตนเอง รวมทั้งการควบคุมการกระทำของผู้อื่นอย่างเข้มงวดหากแต่ผู้นำที่ผึกตัวเองเข้ากับชุมชนอย่างแนบแน่น และร่วมทำประโยชน์เพื่อชุมชน

๕) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสถาบันและชุมชนที่มีความเข้มแข็งเป็นประชาสังคมมักจะพึ่งพาสถาบันของรัฐเพียงอย่างเดียว ตรงกันข้ามชุมชนที่ไม่เข้มแข็ง มักจะไม่พึ่งพารัฐ ส่งผลให้รัฐมีภาระรับผิดชอบชุมชนทุกคนจนไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทุกด้าน นำมาซึ่งความไร้ประสิทธิภาพในที่สุด สำหรับความเป็นประชาสังคมนั้น ความสัมพันธ์แนวระนาบ ในชุมชนที่ไม่เป็นประชาสังคมพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคนหรือความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสถาบันทางสังคมเป็นความสัมพันธ์ในแนวตั้งหรือแบบอุปถัมภ์ ข้อมูลที่ไหลผ่านช่องทางความสัมพันธ์ในแนวตั้งมักเชื่อถือได้น้อย และความสัมพันธ์ในแนวตั้งยังมีส่วนก่อให้เกิดการปกครองแบบมาเฟียที่ทำให้เศรษฐกิจการเมืองเกิดความล้มเหลว

๒.๑๑ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญกมล ดอนขวา^{๑๕๔} ได้ทำการวิจัย การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า ได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ๑) ผลกระทบทางตรงของปัจจัยผลักดันเศรษฐกิจชุมชน ที่มีต่อกิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน ๒) ผลกระทบทางตรงของกิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน ที่มีต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกินของชุมชน และ ๓) ผลกระทบทางตรงและผลกระทบทางอ้อมของปัจจัยผลักดันเศรษฐกิจชุมชน ที่มีต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกินของชุมชน โดยเน้นศึกษากลุ่มอาชีพที่ประสบความสำเร็จใน ๖ จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ จังหวัดนครราชสีมา อุบลราชธานี สุรินทร์ ขอนแก่น อุดรธานี และจังหวัดเลย สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบ่งชั้น (Stratify random sampling) และแบบง่าย (Simple random sampling) จำนวน ๔๐๘ ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยผลักดันเศรษฐกิจชุมชนในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีผลกระทบทางตรงต่อกิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชนในด้านการขายมากที่สุด โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ ๐.๕๑๓ ส่วนกิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชนในด้านการขาย มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกินของชุมชนในด้านการให้ความอนุเคราะห์ชุมชนมากที่สุด โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ ๐.๔๑๗ ทางด้านปัจจัยผลักดันเศรษฐกิจชุมชนด้านการพัฒนาพื้นฐานทางกายภาพมีผลกระทบทางตรงต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกินของชุมชนในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมากที่สุด โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ ๐.๔๓๔ นอกจากนี้ปัจจัยผลักดันเศรษฐกิจชุมชนในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีผลกระทบทางอ้อมต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกิน

^{๑๕๔} ขวัญกมล ดอนขวา, “การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”, รายงานการวิจัย, สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, (นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, ๒๕๕๕).

ของชุมชนในด้านการให้การศึกษามากที่สุด โดยมีขนาดของผลกระทบเท่ากับ ๐.๓๐๒ ดังนั้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทางการพัฒนาผู้นำเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาสมาชิกกลุ่มและการพัฒนาเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน มีผลต่อการเพิ่มยอดขายจากการขายสินค้าภายในชุมชน โดยรายได้จากการขายจะมีผลต่อขนาดของการจัดสรรกำไรไปช่วยเหลือกิจกรรมต่างๆ ทางสังคมในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วยในด้านการให้การศึกษามากที่สุด

วรบุษ กุอุทา และคณะ^{๑๕๕} แนวทางส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการในด้านที่สามารถพัฒนาเป็นศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการวิสาหกิจชุมชน และหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพรวมถึงองค์ความรู้ที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๔๐๐ ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ทดสอบ F-test One-way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาองค์ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนในการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการตลาด ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ด้านการวางแผน ด้านการผลิต แปรรูป ด้านการจัดการองค์การ ด้านเงินทุน และด้านการรายงานและการจัดการรายงานมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เนื่องจากหน่วยงานต่าง ๆ ยังให้ความสำคัญกับด้านนี้ค่อนข้างน้อย (๓.) ประเภทกิจการและขนาดของวิสาหกิจชุมชนที่แตกต่างกันมีแนวทางส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนที่แตกต่างกัน

จิตพนธ์ ชุมเกต^{๑๕๖} ได้ทำการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ๒) เพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ที่แสดงถึงคุณค่าและอัตลักษณ์ของชุมชน และ ๓) ศึกษาแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของหมู่บ้านไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

^{๑๕๕} วรบุษ กุอุทาและคณะ, “แนวทางส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง”, วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม – ธันวาคม ๒๕๖๑).

^{๑๕๖} จิตพนธ์ ชุมเกต, “การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี”, รายงานการวิจัย, คณะวิทยาการจัดการ, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๖๐).

สำหรับเป็นแนวทางส่งเสริมเพื่อให้ชุมชนนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต ขั้นตอนการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิจัยออกเป็น ๓ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ผลลัพธ์ที่มีอยู่ในชุมชนนั้น ได้แก่ ผลลัพธ์แปรรูปจากหนังแพะ ชีสนมแพะแปรรูป ผลิตภัณฑ์นมแปรรูป งานศิลปหัตถกรรม เช่น หมอนหนุน ผลิตภัณฑ์จากเมล็ดกระถิน ผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝก ผลิตภัณฑ์จากรกบวหอม ผลิตภัณฑ์จากใบตะโก เป็นต้น วัสดุส่วนใหญ่เป็นวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น สำหรับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของหมู่บ้านไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น พบว่า ผลลัพธ์ที่พัฒนาขึ้น ควรสื่อให้เห็นถึง ผลลัพธ์ที่เกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้น ดูมีคุณค่า มีมาตรฐาน มีเอกลักษณ์โดดเด่นเน้นเรื่องราว วิธีการดำเนินชีวิตของชาวบ้านไทยมุสลิม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยให้เศรษฐกิจของคนในชุมชนแข็งแกร่งขึ้น นำรายได้ให้กับชาวบ้านมากยิ่งขึ้น สำหรับแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนมุสลิม สามารถแบ่งออกเป็น ๓ ส่วน ส่วนแรกคือ การเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ประกอบด้วย การเรียนรู้ ภูมิปัญญา การรวมกลุ่ม และการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ส่วนที่สอง คือกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยพิจารณาถึงทุนของชุมชน การสำรวจตลาด และส่วนที่ ๓ เป็นการจัดการชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน และระบบการเรียนรู้โดยมีภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแกนกลาง

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ^{๑๕๗} ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมและการนำนวัตกรรมไปใช้ในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดความมั่นคง ยั่งยืน จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องเกี่ยวกับความหมาย ประเภท และความสำคัญของนวัตกรรมที่มีต่อผู้ประกอบการ การทำให้สามารถสรุปได้ว่าการให้ความหมายของนวัตกรรมมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ตามพื้นฐานความรู้ ของผู้ให้คำนิยาม แต่อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่เป็นแก่นหลักของการให้คำนิยามของนวัตกรรม ก็จะประกอบด้วยมิติทางด้าน ๑) ความใหม่ (Newness) ๒) ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) และ ๓) การใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) ส่วนการจำแนกประเภทของนวัตกรรมอาจจะมี ความแตกต่างกันออกไป ตามบริบทและเป้าประสงค์ของการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรม จากการทบทวนวรรณกรรมผู้เขียนพบว่า การจำแนกนวัตกรรมมีมุมมองได้ ๓ มิติ คือ ๑) มิติด้านเป้าหมายของนวัตกรรม สามารถจำแนกได้ ๒ ประเภท คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) ๒) มิติด้านการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรม พบว่ามีการ แบ่งประเภทของนวัตกรรมตามระดับหรือลักษณะของการเปลี่ยนแปลงได้ ๒ ประเภท คือ นวัตกรรมที่มีลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) และนวัตกรรมที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) และ ๓) มิติด้านการส่งผลกระทบต่อ ขอบเขตของการดำเนินงาน พบว่ามีการแบ่งเป็น ๒ ประเภท คือ นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี (Technological Innovation) และนวัตกรรมด้านการบริหาร (Administrative

^{๑๕๗} สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, “นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ”, วารสารบริหารธุรกิจ, ปีที่ ๓๓ ฉบับที่ ๑๒๘, (ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๕๓): ๕๔.

Innovation) นอกจากนี้ยังพบว่านวัตกรรม ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้าง ความสามารถในการ แข่งขันของผู้ประกอบการ ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการก็เป็นกลไกสำคัญในการสร้างนวัตกรรม

เสฏฐวุฒิ หนู่มคำ และคณะ^{๑๕๘} ได้ทำการวิจัย เรื่อง นวัตกรรมพัฒนาพื้นที่เพื่อยกระดับ เศรษฐกิจฐานรากและหนุนเสริมผู้ประกอบการชุมชนด้านการเกษตรในเขตพื้นที่กิ่งเมืองกิ่งชนบท จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การพัฒนาระบบบริหารจัดการงานวิจัยของสถาบันวิจัยใน ๓ ประเด็น ประกอบด้วย ๑) การปรับเปลี่ยนโครงสร้างหน่วยงานในการดำเนินการ และการปรับปรุงระบบและ กลไกในการบริหารจัดการการเงิน ๒) เกิดรูปแบบการพัฒนานักวิจัยหน้าใหม่ผ่านกระบวนการบูรณา การการอบรมร่วมกับการจัดการเรียนการสอน ๓) เกิดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหาร งานวิจัยเชิงพื้นที่ กระบวนการสร้างการเรียนรู้สามารถตอบสนองกับผู้ใช้ และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน พื้นที่มากขึ้น รวมไปถึง ทำให้เกิดความเชื่อมโยงกระบวนการทำงานวิจัยเข้ากับทุนเดิมและแผน ยุทธศาสตร์ในระดับต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่ง โจทย์วิจัย โดยการประยุกต์หลักการและเครื่องมือต่างๆ ได้แก่ Problem Tree, Objective Tree และ Logical Framework โดยเกิดรูปแบบและเส้นทางการ ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเหมาะสมกับศักยภาพคนในท้องถิ่น และความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว มีการรวมกลุ่มและเครือข่าย การพัฒนาผู้ประกอบการด้าน การเกษตร ๕ รวมถึงเชื่อมโยงการพัฒนาด้านการเกษตรของผู้ประกอบการชุมชนด้านการเกษตรใน พื้นที่สามตำบล ซึ่งจะเป็นรากฐานในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชนในพื้นที่ต่อไป

ศรณพ เทพแก้ว^{๑๕๙} ได้ทำการศึกษาวิจัย การสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคมในวิสาหกิจชุมชน ข้าวบ้านอุ่มแสง จังหวัดศรีสะเกษ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการก่อรูป กระบวนการองค์ประกอบการ สร้างสรรค์นวัตกรรมสังคมและแนวทางการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้างบ้านอุ่มแสง จังหวัด ศรีสะเกษ ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การรวมกลุ่มการทำนาอินทรีย์โดยการนำองค์ความรู้การทำเกษตร อินทรีย์ การจัดการพื้นที่และเทคโนโลยีสมัยใหม่ผสมผสานเข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นและหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง การสร้างสรรค์นวัตกรรมแบบใหม่โดยนำข้อดีของการบริหารสหกรณ์ วิสาหกิจ ชุมชน และบริษัทเอกชนมาประยุกต์ในการขับเคลื่อนผ่าน ๓ กลไก คือ ผู้นำ กรรมการและสมาชิก พร้อมนำระบบพี่เลี้ยงที่เป็นเครือข่ายของกลุ่มมาช่วยสร้างความเชื่อถือนและวิธีการผลิตแบบใหม่รวมทั้ง มีทีมผู้นำสร้างสรรค์รุ่นใหม่ประจำหมู่บ้านและการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานของรัฐและองค์กร ระหว่างประเทศ ผลการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ปรากฏนวัตกรรมต่าง ๆ ได้แก่ นวัตกรรมเปลี่ยน แนวคิด นวัตกรรมองค์ความรู้ใหม่ด้านเกษตรอินทรีย์ นวัตกรรมจัดการพื้นที่ นวัตกรรมการ

^{๑๕๘} เสฏฐวุฒิ หนู่มคำ และคณะ, “นวัตกรรมพัฒนาพื้นที่เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและหนุนเสริม ผู้ประกอบการชุมชนด้านการเกษตรในเขตพื้นที่กิ่งเมืองกิ่งชนบท จังหวัดเชียงใหม่”, รายงานการวิจัย, (เชียงใหม่: กองทุนสนับสนุนการวิจัยมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, ๒๕๖๑), หน้า ๔.

^{๑๕๙} ศรณพ เทพแก้ว, “การสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคมในวิสาหกิจชุมชนข้าวบ้านอุ่มแสง จังหวัด ศรีสะเกษ”, ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรังสิต, ๒๕๖๒).

รวมกลุ่มและนวัตกรรมเชื่อมโยงตลาดโลก ทั้งหมดสะท้อนถึงการจัดการแบบใหม่มุ่งสร้างความเข้มแข็งภายในกลุ่ม สร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนมีความเป็นอยู่พอเพียงพึ่งพาตนเองหลักโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและมีสำนึกร่วมกับท้องถิ่นผสมผสานกับภาวะผู้นำ

ธีรศักดิ์ อุ่นอารมณเลิศ และคณะ^{๑๖๐} การพัฒนารูปแบบการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้าง ศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์

กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีวัตถุประสงค์ดังนี้ ๑) ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ๒) ศึกษาสภาพการณ์ ความต้องการจำเป็น และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ๓) พัฒนารูปแบบการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และ ๔) ทดสอบรูปแบบการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ประธานหรือตัวแทนสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีวิถีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า

๑) ผลศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน พบว่าการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ในการสร้างนวัตกรรมเพื่อดำเนินการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ ผักและผลไม้ ภาคกลางตอนล่าง ควรจะส่งเสริมให้ระดับรากหญ้าเข้าใจถึงแก่นแท้ของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงก่อน เพื่อเป็นรากฐานที่ดีในการพัฒนาในอนาคต และควรคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในกระบวนการทำงาน รวมถึงการผสมผสานกันระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกิดขึ้น โดยการขับเคลื่อนหรือส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ควรมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีการประชุมเพื่อการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

^{๑๖๐} ธีรศักดิ์ อุ่นอารมณเลิศ และคณะ, “การพัฒนารูปแบบการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้าง ศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง”, รายงานการวิจัย, (สถาบันวิจัยและพัฒนา: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘).

๒) ผลการศึกษาสภาพการณ์ ความต้องการจำเป็น และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่าปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านนวัตกรรมกระบวนการสูงสุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๓) รองลงมาคือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๓๑) หากพิจารณาถึงปัญหาต่างๆ ของวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๘๓) โดยมีปัญหาด้านเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศสูงสุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๐) รองลงมาคือ ปัญหาด้านการผลิต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๙๘) ทั้งนี้ปัจจัยด้านการบริหารและพัฒนาบุคลากร ภาวะผู้นำของประธาน/หัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชน การมีส่วนร่วม การจัดการความรู้ บรรยากาศแห่งการเรียนรู้ในองค์กร ทักษะทางสังคม และการสนับสนุนจากเครือข่ายภายนอก มีความสัมพันธ์กับการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕

๓) ผลการพัฒนาารูปแบบการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง มีองค์ประกอบสำคัญ ๕ องค์ประกอบคือ (๑) วิสาหกิจชุมชน (๒) นักพัฒนา (๓) ประชาชนชาวบ้าน (๔) นักวิชาการ และ (๕) ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยจะต้องมีปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญอีก ๔ ปัจจัยคือ (๑) การใช้ทรัพยากรในชุมชน (๒) การพัฒนาทางจิตใจและการช่วยเหลือเกื้อกูล (๒) ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพ และ (๔) การจัดการความรู้ โดยในการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงนั้นควรจะมีขั้นตอนในการดำเนินการ ๙ ขั้นตอนคือ (๑) การวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน (๒) การสำรวจภูมิปัญญาและทุนทางสังคม (๓) การวิเคราะห์ตลาด (๔) การจัดการความรู้ (๕) การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์/กระบวนการ (๖) การตรวจสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์/กระบวนการ (๗) การผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบ/กระบวนการ (๘) การทดสอบตลาด/การทดลองกระบวนการ (๙) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์/กระบวนการ

๔) ผลการทดสอบรูปแบบการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ในจังหวัดภาคกลางตอนล่าง พบว่าวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนานวัตกรรมในรูปแบบต่างๆ โดยวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกผักข้าว บ้านปลักไม้ลาย จ.นครปฐม ดำเนินการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในกลุ่มเครื่องสำอางที่ผลิตจากผักข้าว ดำเนินจัดทำบรรจุภัณฑ์สำหรับการจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องสำอางที่ทำมาจากกระดาษจากผักตบชวา ที่สามารถย่อยสลายได้ และมีต้นทุนที่ถูกลง และดำเนินการปรับปรุงตราสินค้า ส่วนวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาหมึก อ.สองพี่น้อง จ.สุพรรณบุรี ดำเนินการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ คือ การนำปลาหมึกมาปรุงเป็นอาหารคือ ยำปลาหมึก เพื่อความสะดวกกับผู้บริโภค และดำเนินจัดเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์สำหรับการบรรจุปลาหมึก ให้สามารถรักษาคุณภาพของปลาหมึกไว้ได้นอกจากนี้ก็ยังจัดทำบรรจุภัณฑ์สำหรับการจัดจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึก และเปลี่ยนแปลงตราสินค้าใหม่

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี” มีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ ๒) เพื่อการส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน ๓) เพื่อการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดการวิจัยไว้ดังนี้

- ๓.๑ รูปแบบการวิจัย
- ๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
- ๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- ๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล
- ๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล
- ๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

รูปแบบวิธีการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งวิจัยในเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในภาคสนาม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกหรือสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus group) และงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research) ที่มุ่งนำผลการวิจัยมาใช้ในการแก้ปัญหาและพัฒนากระบวนการดำเนินงานของกลุ่มผลิตสินค้าชุมชน ซึ่งกระบวนการใช้ประโยชน์ (Utilization Process) โดยการลงพื้นที่ศึกษาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบในจังหวัดสุพรรณบุรีจำนวน ๓ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภออุทอง ๒ แห่ง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอศรีประจันต์ ๑ แห่ง ลงพื้นที่แต่ละพื้นที่เพื่อหาข้อมูลที่จะนำมาสังเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน แล้วนำไปสร้างองค์ความรู้เป็นเครื่องมือเรียนรู้เชิงปฏิบัติการโครงการย่อยที่ ๒ และ ๓ มีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

๑) การศึกษาในเชิงเอกสาร (Documentary Study) ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานราก หนังสือ รายงานการวิจัย เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ กระบวนการสร้าง การใช้ตัวชี้วัดและแนวทางการจัดการความรู้เศรษฐกิจฐานรากโดยมีการดำเนินการ ดังนี้

(๑) ศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหนังสือ รายงานการวิจัย และเอกสารอื่นๆ โดยอาศัยแนวคิดการจัดการความรู้เศรษฐกิจฐานราก

(๒) ทำการศึกษาสังเคราะห์กระบวนการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการนำความรู้มาจัดการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการนำไปปฏิบัติ

(๓) ศึกษาวิเคราะห์องค์ความรู้ การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนและรายได้ที่ยั่งยืน

๒) การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในภาคสนาม (Field Study) เพื่อทราบถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ นำมาสู่กระบวนการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนในพื้นที่ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทง จังหวัดสุพรรณบุรี ที่เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

(๑) ทำการศึกษาและคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรีจำนวน ๓ กลุ่ม ที่เป็นต้นแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความสำคัญของเรื่อง พัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน ๓ กลุ่ม ในเขตตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทง ๒ แห่ง และ ในอำเภอศรีประจันต์ ๑

(๒) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประชุม จำนวน ๓ กลุ่มโดยมีการศึกษาการพัฒนาองค์ความรู้ดังต่อไปนี้

(๒.๑) การจัดการความรู้

(๒.๒) การพัฒนาทักษะ

(๒.๓) การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ

(๒.๔) การบริหารจัดการ

๓.๑.๑ ส่วนการส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

รูปแบบการวิจัย

กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research) ซึ่ง การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารและกระบวนการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเชิงปฏิบัติการ อันมีสาระสำคัญ ดังนี้

๑) การลงพื้นที่วิจัย จัดประชุมสร้างกระบวนการปฏิบัติการวิจัยโดยการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ด้วยการนำชุดนวัตกรรมที่ได้จากกระบวนการศึกษา ในโครงการวิจัยย่อยที่ ๑ มาเสนอกับสมาชิกในชุมชน เพื่อหาความต้องการที่แท้จริงแบบมีส่วนร่วม อาจสัมภาษณ์เจาะจงเป็นรายบุคคล

ประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับคณะแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน กลุ่มละ ๓๐ คนจำนวน ๒ กลุ่ม (๑๕ หมู่บ้าน) โดยมีการจัดกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยนวัตกรรม ดังต่อไปนี้

(๑.๑) ถ่ายทอดความรู้/แนวคิดเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

(๑.๒) ส่งเสริมการมีทักษะการใช้นวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

(๑.๓) การลงมือปฏิบัติการนำนวัตกรรมมาใช้ในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

(๑.๔) สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

(๑.๕) การติดตามประเมินผลการนำนวัตกรรมมาใช้

สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย กลุ่มผู้นำชุมชนในพื้นที่ และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

๒) การสัมมนากลุ่มย่อย (Focus group) เพื่อสรุปผลการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน กับกลุ่มประชาชนในชุมชน ผู้นำชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

๓) จัดประชุมเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และต่อยอดองค์ความรู้ ระหว่างกลุ่มประชาชนในชุมชน ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน และคณะผู้วิจัยจัดทำมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยเรียนเชิญผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว และประสบการณ์ท้องถิ่น

เป้าหมายเชิงปฏิบัติการ

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลเบื้องต้นของบริษัทพื้นที่วิจัย ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และสำรวจความต้องการของชุมชนภาคสนามด้วยวิธีการดังต่อไปนี้ คือ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ร่วมวางแผนการบริหารจัดการชุมชน กำหนดนวัตกรรมจากวิถีชุมชนท้องถิ่น และการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก นโยบายองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการส่งเสริมจากพัฒนาชุมชนจังหวัด โดยมีกระบวนการ ๓ ขั้นตอน ดังนี้

๑) ขั้นตอนการเตรียมการ โดยการนำชุดความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้นวัตกรรม มายกระดับการพัฒนาด้วยการปฏิบัติการ ทำความเข้าใจร่วมกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลวิจัย เป้าหมายในพื้นที่ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการรับการพัฒนาของชุมชน และผลิตภัณฑ์ที่ต้องการใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาสินค้า ในส่วนที่จะดำเนินงานด้านการจัดการการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ดังนี้

(๑) จัดประชุมกลุ่มย่อย แบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม ๆ ๕๐ คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่มรองประธานกลุ่ม ผู้นำชุมชน องค์กรท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เพื่อชี้แจงการทำความเข้าใจการใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมกัน

(๒) จัดทำแบบสำรวจความต้องการแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป้าหมาย

(๓) ร่วมกันพิจารณาคัดเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพสินค้า และวิเคราะห์ปัญหาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่เดิม

(๔) นำเสนอรูปแบบและกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามความต้องการของชุมชน ด้วยเรียนรู้ร่วมกัน และสร้างเครือข่ายการเรียนรู้

๒) ขั้นตอนการดำเนินการ โดยการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามความต้องการของกลุ่มที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน จากการลงพื้นที่วิจัยสำรวจความต้องการใช้นวัตกรรมชุมชนด้วยการสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาบทบาท อำนาจ และภารกิจร่วมกันของสมาชิกในชุมชน องค์กรในชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ของชุมชนตำบลระเซ่สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ในการดำเนินงานด้านจัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยนวัตกรรม และการยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ด้วยขั้นตอนดังนี้

(๑) คณะวิจัยได้มอบวิทยากรผู้เชี่ยวชาญในด้านวิธีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เทคนิคการแปรรูป วิธีการและกระบวนการ ให้สมาชิกในกลุ่มได้ลงมือปฏิบัติการใช้เครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เลือกไว้พร้อม ๆ กัน วิเคราะห์ปัญหาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่เดิม

(๒) สังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของสมาชิกในกลุ่ม ขณะลงมือปฏิบัติร่วมกัน เก็บรายละเอียดเพื่อเป็นแนวทางการแก้ปัญหาและอุปสรรค มาสร้างเป็นแผนงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์

(๓) สัมภาษณ์ผลของการที่ได้จากการลงมือปฏิบัติการเรียนรู้ จากกระบวนการและขั้นตอนการดำเนินการ

(๔) จัดประชุมเพื่อสรุปประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติการ พร้อมทั้งร่วมกันเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา

๓) ขั้นตอนการติดตามและประเมินผลการใช้งานนวัตกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ได้รับการถ่ายทอดจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ สร้างกิจกรรมกระบวนการ ซึ่งเป็นการทำงานที่เป็นการสะท้อนผลการปฏิบัติงาน ด้วยการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมและนำนวัตกรรมนั้นมาใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างแท้จริง ดังนี้

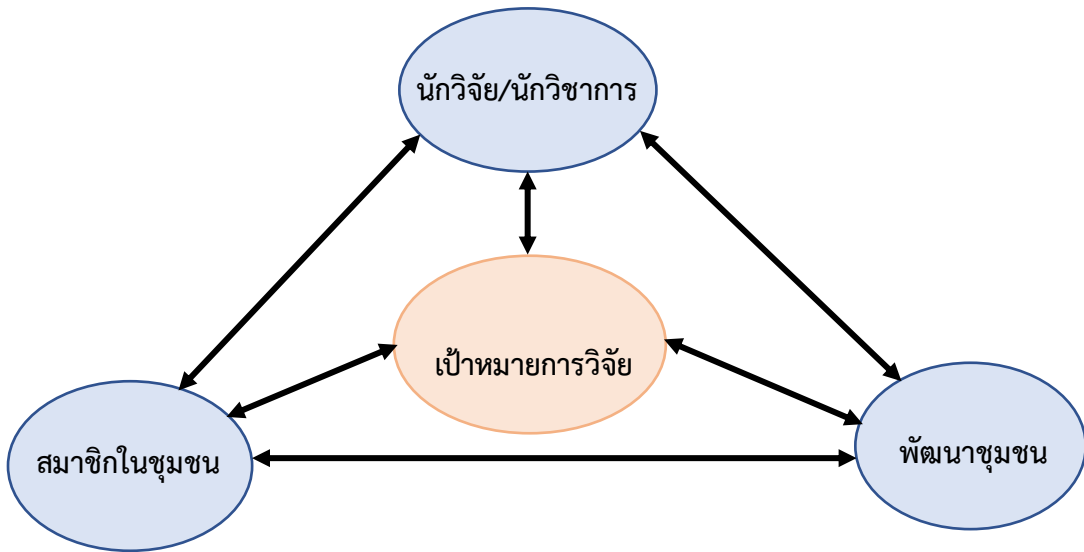
(๑) จากผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาด้วยนวัตกรรมชุมชน และวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ

(๒) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่ได้รับหลังจากการลงมือปฏิบัติการ

(๓) จากการวิเคราะห์ทักษะและองค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และแนวคิดด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่อไป

ขั้นตอนการมีส่วนร่วมประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การปฏิบัติ (Action) การสังเกต (Observing) และการสะท้อนกลับ (Reflecting) ตามแนวคิดของ Kemmis & McTaggart (1990) และแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการวิจัย และการมีส่วนร่วมของฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้เห็นบทบาทหน้าที่ของผู้เข้าร่วมการวิจัยและแนวทางปฏิบัติได้อย่างชัดเจน มีรูปแบบดังนี้^๑

^๑ ไพโรจน์ ชลารักษ์, “การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม”, วารสารราชภัฏตะวันออก, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๔๘): ๒๐-๒๑.



ภาพที่ ๓.๑ แสดงการมีส่วนร่วมของโครงการการวิจัย

ลำดับขั้นตอนกระบวนการวิจัย ตามลำดับกิจกรรมดังนี้

กิจกรรมที่ ๑ การจัดประชุมวางแผนการนำนวัตกรรมไปใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าชุมชน โดยกิจกรรมนี้เป็นการจัดประชุมร่วมกับสมาชิกชุมชนในพื้นที่วิจัย เพื่อนำเสนอประโยชน์ของการนำนวัตกรรมไปใช้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

กิจกรรมที่ ๒ การนำนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการผลิตสินค้าชุมชน โดยการจัดทำนวัตกรรมต้นแบบ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง

กิจกรรมที่ ๓ การระดมความคิดเห็นจากการสังเกตการณ์ใช้นวัตกรรมในการพัฒนาการผลิตสินค้าชุมชน

กิจกรรมที่ ๔ การติดตามลำดับขั้นตอนกระบวนการวิจัย ตามลำดับกิจกรรมดังนี้ ประเมินผล ตรวจสอบ และปรับปรุงการนำนวัตกรรมไปใช้ในการผลิตสินค้าชุมชน ตลอดจนการวางแผนแนวทางในการแก้ปัญหาในระยะยาว

๔) โครงการขยายผลสัมฤทธิ์และการเชื่อมโยงเครือข่าย เพื่อการประชาสัมพันธ์ และการยอมรับในวงระดับที่กว้างขึ้น

๓.๑.๒ การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม จังหวัดสุพรรณบุรี

เป้าหมายเชิงคุณภาพ

๑) การศึกษาในเชิงเอกสาร (Documentary Study) ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการชุมชนเข้มแข็งกับการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานราก หนังสือ รายงานการวิจัย เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ ความ

เป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ กระบวนการสร้าง การใช้ตัวชี้วัดและแนวทางการจัดการจัดการความรู้ เศรษฐกิจฐานรากโดยมีการดำเนินการ ดังนี้

(๑) ศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหนังสือ รายงานการวิจัย และเอกสารอื่นๆ โดยอาศัยแนวคิดการมีส่วนร่วม แนวคิดการนำนวัตกรรมไปใช้

(๒) ทำการศึกษาวิเคราะห์จัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมได้แก่ ๑) มีเป้าหมายร่วมกัน ๒) การเรียนรู้ร่วมกัน ๓) การมีส่วนร่วม ๔) เครือข่ายความร่วมมือ ๕) ศักยภาพชุมชน ๖) ทุนภูมิสังคม ๗) การบริหารจัดการ

(๓) ศึกษาวิเคราะห์รูปแบบ การจัดการชุมชนเข้มแข็งเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม

๒) โดยมีขั้นตอนการลงพื้นที่วิจัย ดังนี้

(๑) ทำการศึกษาและคัดเลือกกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความสำคัญของเรื่องการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรมคือ กลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน จำนวน ๑๔ หมู่บ้าน ในเขตตำบลระเซ่สามพัน อำเภอร่องทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยแบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม

(๒) สร้างกิจกรรมระดมการถ่ายทอดนวัตกรรมนำไปสู่การจัดการชุมชนเข้มแข็ง การยกระดับชุมชนนวัตกรรม ได้แก่

(๒.๑) ด้านการประสานงานกลุ่ม

(๒.๒) ด้านการระดมความคิดและการถ่ายทอดนวัตกรรมโดยการนำทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในท้องถิ่น

(๒.๓) ด้านการติดตามและประเมินผลการถ่ายทอดนวัตกรรมจากการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น

(๓) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับคณะแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมการถ่ายทอดนวัตกรรมนำไปสู่การยกระดับชุมชนนวัตกรรม กลุ่มละ ๑๐ คน จำนวน ๔ กลุ่ม

(๔) ดำเนินการศึกษาระดับแนวคิด รูปแบบ การจัดการ การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม จัดการเกี่ยวกับตัวชี้วัดในลักษณะของการวิเคราะห์เชิงลึก โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการศึกษาวิจัย

๓) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

การวิจัยเป็นการศึกษาวิจัยในเชิงลึกมุ่งเน้นการสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ร่วมกับคณะแม่บ้านและคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน ตามที่กล่าวแล้ว เพื่อให้เห็นแนวคิดหลักการ รูปแบบ การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม โดยแบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม กลุ่มละ ๑๐ คน จำนวน ๑๔ หมู่บ้าน

๓.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

โครงการย่อยที่ ๑ ศึกษาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ๓ กลุ่ม ในจังหวัดสุพรรณบุรีได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอร่องทอง ๒ แห่ง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสรีประจันต์ ๑ แห่ง

โครงการย่อยที่ ๒ และ ๓ พื้นที่ดำเนินการวิจัยตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

๓.๒.๑ ประชากร

โครงการย่อยที่ ๑ ศึกษาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ๓ กลุ่ม ในจังหวัดสุพรรณบุรีได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภออุ้มทอง ๒ แห่ง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอศรีประจันต์ ๑ แห่ง ประธาน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน ๒๑ คน

โครงการย่อยที่ ๒ และ ๓ ประชากรตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี คณะแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน กลุ่มละ ๓๐ คน จำนวน ๒ กลุ่ม (๑๕ หมู่บ้าน)

๓.๒.๒ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย

โครงการย่อยที่ ๑ การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ จังหวัดสุพรรณบุรี จากวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ๓ กลุ่มได้แก่

กลุ่มที่ ๑ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้าอำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

- | | |
|------------------------------|--|
| ๑) นายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ดา | ประธานกลุ่มกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า |
| ๒) นางสาวรุ่งทิพย์ เกตุปลั่ง | เหรัญญิก |
| ๓) นายสมพร ศรีศักดิ์ดา | หัวหน้าฝ่ายจัดการวัตถุดิบ |
| ๔) นางสาวละมัย ศรีศักดิ์กา | หัวหน้าฝ่ายการตลาด |
| ๕) นายละเอียด แฉกแสงทอง | กรรมการ |
| ๖) นางลำจวน ศรีศักดิ์ดา | กรรมการ |
| ๗) นางพัชรีญา มโหฬาร | กรรมการ |
| ๘) นายเสกศักดิ์ แฉกแสงทอง | กรรมการ |

กลุ่มที่ ๒ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุ้มทอง อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

- | | |
|-------------------------------|------------------------------------|
| ๑) นางสาวสุดาวรรณ สิริวนิชย์ | ประธานกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุ้มทอง |
| ๒) นายชาติรี รักรธรรม | กรรมการ |
| ๓) นางสาวสุจิรา วิหกมาส | กรรมการ |
| ๔) นายอำนาจ บุญพรหม | กรรมการ |
| ๕) นางสาวกิ่งแก้ว ชาวไร่เหนือ | กรรมการ |
| ๖) นายพิภพ เวียงคำ | กรรมการ |
| ๘) นายพงษ์ศิลา หวังวก | สมาชิกกลุ่ม |

กลุ่มที่ ๓ วิสาหกิจโสมจันทร์ ตำบลสระยายโสม อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------------|
| ๑) นางสาวสุภัศรณี พงษ์พานิช | ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ |
| ๒) นางสาวรัชณี ศิริสุรพงศ์ | กรรมการ |
| ๓) นางวิชัย ครองยุติ | กรรมการ |

๔) นายโหมศักดิ์ ครอบงายุติ	กรรมการ
๕) นางสาวเนียง ครอบงายุติ	กรรมการ
๖) นางสาวสมบุญ น้ำใจดี	กรรมการ
๗) นางสาววาสนา ครอบงายุติ	สมาชิก
๘) นางคะนิง ยอดใจดี	สมาชิก

โครงการย่อยที่ ๒ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน
จำนวน ๒ กลุ่ม ๆ ละ ๓๐ คน ซึ่งเป็นตัวแทนจาก คณะกรรมการหมู่บ้าน กลุ่มแม่บ้าน
ตัวแทนวิสาหกิจชุมชน และผู้นำท้องถิ่น โดยใช้วิธีการเจาะจง

โครงการย่อยที่ ๓ การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม
ประธานกลุ่มและคณะกรรมการกลุ่ม แบ่งออกเป็น ๕ กลุ่ม กลุ่มละ ๑๐ คน จำนวน ๔
กลุ่ม ๑๕ หมู่บ้าน ในตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการตาม**โครงการย่อยที่ ๑** เน้นการศึกษาวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมทั้งการ
เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย เอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ จาก
การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลนั้นเน้นวิธีการแสวงหาความรู้ และประเมินจากวิเคราะห์แนวคิด
รูปแบบ การจัดการ กระบวนการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการ
พัฒนาการจัดการความรู้เศรษฐกิจฐานราก โดยดำเนินการและใช้เครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่

๑) การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ประธาน กลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ โดยพัฒนาแบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาจากเอกสาร รายงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหา
แนวคิด หลักการ ความเป็นมา กระบวนการวิเคราะห์ กระบวนการพัฒนาความรู้ โดยจากกิจกรรม
การจัดการความรู้ จากการพัฒนาทักษะ การคิดสร้างสรรค์ และการลงมือปฏิบัติ การนำนวัตกรรมมา
ใช้ ของวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ

๒) กำหนดกรอบในการศึกษาข้อมูลร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่และประธานกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนเพื่อทราบถึงทิศทางกระบวนการศึกษาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานราก

๓) การสังเกต ซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของประธานวิสาหกิจชุมชน
เพื่อให้สามารถมองเห็นองค์ความรู้กระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนดังนั้น จึงมี
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

(๑) แบบสัมภาษณ์ (Inter-view Guideline) และแนวคำถามสำหรับการสนทนา
ประธานวิสาหกิจชุมชนกับองค์ความรู้ที่ได้จากการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับผลสัมฤทธิ์และเป็น
ต้นแบบศูนย์การเรียนรู้ในพื้นที่ ในประเด็นการพัฒนาองค์ความรู้ ได้แก่ การจัดการความรู้ การพัฒนา
ทักษะ การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ และการบริหารจัดการ

โครงการย่อยที่ ๒ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

- ๑) การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) กลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน โดยพัฒนาแบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาจากเอกสาร
- ๒) การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่และกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน
- ๓) ใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ (Inter-view Guideline) และแนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนกับองค์ความรู้ที่ได้จากการพัฒนาและผู้ที่เกี่ยวข้อง

โครงการย่อยที่ ๓ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

- ๑) การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) กลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน โดยพัฒนาแบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาจากเอกสาร รายงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาแนวคิดหลักการ ความเป็นมาการมีส่วนร่วมและการนำนวัตกรรมไปใช้
- ๒) การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่และกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนเพื่อทราบถึงทิศทางกระบวนการมีส่วนร่วมนำนวัตกรรมไปใช้
- ๓) การสังเกต ซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้สามารถมองเห็นองค์ความรู้กระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยออกเป็น ๖ ระยะ มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ ๑ ประชุมเตรียมความพร้อมของคณะนักวิจัยของโครงการวิจัย และกำหนดประเด็นของโครงการวิจัยการก่อสร้างเครื่องมือประกอบการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กระบวนการและขั้นตอนการปฏิบัติการวิจัยโครงการย่อยที่ ๒ และ ๓ โดยการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ประกอบการวิจัย ได้แก่ เครื่องบันทึกภาพและเสียง และความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือการทำงานใบนุญาตจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ที่มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ระยะที่ ๒ กำหนดประเด็นในการศึกษาวิจัยและลงพื้นที่ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกรณีศึกษาที่เป็นแบบอย่างที่ดี (ระยะที่ ๑) ศึกษาบริบทโดยรวมของพื้นที่วิจัยเพื่อหาความเข้มแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง ๓ กลุ่มในพื้นที่อำเภออุ้มผาง ๒ แห่ง และอำเภอศรีประจันต์ ๑ และพื้นที่วิจัยนำองค์ความรู้ไปสู่การปฏิบัติการจากการกำหนดประเด็นการศึกษาวิจัยของโครงการย่อยที่ ๒ และ ๓ (ระยะที่ ๒) เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ทั้ง ๓ ด้าน ด้วยการสนทนากลุ่ม (ระยะที่ ๑)

ระยะที่ ๓ จัดพิมพ์เอกสารความก้าวหน้าเพื่อนำเสนอรายงานความก้าวหน้าแก่แหล่งทุนสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงรายงานความก้าวหน้างานวิจัยและนำเครื่องมือการวิจัยไปทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ในการจัดทำวิจัยฉบับสมบูรณ์

ระยะที่ ๔ ตรวจสอบข้อมูลที่จะนำมาวิจัยในประเด็นของการจัดการองค์ความรู้ที่จะนำมาพัฒนาที่นำมาปรับปรุงแก้ไข และ ตรวจสอบกระบวนการส่งเสริมการนำนวัตกรรมไปใช้และการมีส่วนร่วม นำนวัตกรรมไปใช้ (ระยะที่ ๒) โดยโครงการย่อยที่ ๑ ดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชน ต้นแบบทั้ง ๓ กลุ่ม ทำหนังสือประสานงานถึงประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบได้แก่อำเภออุทอง ๒ กลุ่ม และอำเภอศรีประจันต์ ๑ กลุ่ม ของจังหวัดสุพรรณบุรีและองค์กรบริหารส่วนตำบลและผู้นำท้องถิ่นในพื้นที่วิจัยเชิงปฏิบัติการของตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อกำหนดวัน เวลาสถานที่ในการเก็บข้อมูลและการสัมภาษณ์นำข้อมูลมาประกอบการวิจัย ลงพื้นที่ชี้แจงรายละเอียดในการดำเนินการ ตามวัตถุประสงค์ และขั้นตอนในการสัมภาษณ์ ทำความเข้าใจข้อคำถามและวิธีจัดบันทึกของผู้วิจัยและขอความอนุเคราะห์จากประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับข้อมูลที่จะนำมาถ่ายทอด เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เกี่ยวกับการพัฒนาองค์ความรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ที่มีความละเอียดถี่ถ้วนนำมาประกอบในการวิจัย (ระยะที่ ๓) โครงการย่อยที่ ๒ และ ๓ จัดกิจกรรมพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตทดสอบจากการนำนวัตกรรมมาใช้ตามแผนงาน (ระยะที่ ๓) และสรุปข้อมูลตามวัตถุประสงค์แต่ละโครงการย่อย และสรุป

ระยะที่ ๕ การสรุปองค์ความรู้การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำพัฒนาองค์ความรู้และกระบวนการนำนวัตกรรมไปใช้และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในนำนวัตกรรมไปใช้พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๑ เพื่อศึกษาการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ วัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ เพื่อศึกษาการส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน และวัตถุประสงค์ข้อที่ ๓ เพื่อศึกษาการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม

ระยะที่ ๖ จัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เพื่อเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณชน หนังสือสรุปองค์ความรู้ จำนวน ๑๐ เล่ม และการเผยแพร่สู่สื่อสารมวลชน สื่อสารสนเทศ วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ และการจัดพิมพ์เอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาทั้งในเชิงเอกสาร (Documentary Research) และข้อมูลเชิงประจักษ์ จากการสัมภาษณ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจต้นแบบและจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มวิสาหกิจ เป็นกระบวนการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์โดยการสรุปตามสาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนดไว้ โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามประเด็นหัวข้อดังนี้

โครงการย่อยที่ ๑ การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ จังหวัดสุพรรณบุรี

- ๑) วิเคราะห์แนวคิด การพัฒนาองค์ความรู้

๒) สังเคราะห์การจัดการความรู้

๓) นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มาทำการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลพื้นฐานกับการลงมือปฏิบัติของประธานวิสาหกิจชุมชนจากบริบทของชุมชนในการดำเนินกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากสู่การปฏิบัติการส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

๔) การนำเสนอรูปแบบและกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานราก

๕) การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลโดยการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎี เพื่อให้เห็นกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานราก

โครงการย่อยที่ ๒ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

๑) วิเคราะห์แนวคิด การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

๒) นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมาทำการสังเคราะห์การนำนวัตกรรมไปพัฒนา

โครงการย่อยที่ ๓ การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรมจังหวัดสุพรรณบุรี

๑) วิเคราะห์แนวคิด ความหมายของการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานราก

๒) ศึกษาวิเคราะห์กระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมและพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานราก

๓) นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มาทำการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลพื้นฐานกับระดับการลงมือปฏิบัติของกลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชนจากการดำเนินกิจกรรมที่มีความสอดคล้อง การถ่ายทอดนวัตกรรมและการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานราก

๔) การนำเสนอรูปแบบการถ่ายทอดนวัตกรรมและกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานราก

๕) การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลโดยการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎี

๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปกระบวนการวิจัยดังนี้

๑) เป็นการนำเสนอผลการวิจัยกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี การบรรยายตามวัตถุประสงค์การวิจัยในลักษณะการพรรณนาความ (Descriptive Presentation) ประกอบภาพถ่ายพร้อมการบรรยายจากการจัดกิจกรรมพื้นที่วิจัย

๒) ผลการลงพื้นที่ศึกษาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ๓ กลุ่มในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภออุทุมพร ๒ กลุ่ม และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า สู่การพัฒนาองค์ความรู้ นำมาสังเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน แล้วนำไปสู่กระบวนการส่งเสริมการนำ

นวัตกรรมและการจัดการชุมชนเข้มแข็งเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม ของโครงการย่อยที่ ๑ และ ๒ ในพื้นที่ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี

๓) จัดกิจกรรมกลุ่มย่อย จากการนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยโครงการย่อยที่ ๑ นำมา แบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม ผู้นำชุมชน องค์กรท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เพื่อชี้แจงการทำความเข้าใจการใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ร่วมกัน ทำการสำรวจความต้องการ ร่วมกันคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาพัฒนาและนำเสนอรูปแบบ และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สัมภาษณ์ผลของการลงมือปฏิบัติ จัดประชุมสรุปปัญหาและ เสนอแนะ ทั้งการมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม

๔) ได้ชุดความรู้พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก จำนวน ๓ เล่ม ได้แก่องค์ความรู้การพัฒนา เศรษฐกิจฐานราก การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้ และชุดความรู้การจัดการชุมชน เข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม รายงานวิจัยจำนวน ๓ เล่ม ได้บทความวิจัย จำนวน ๓ เรื่อง และได้วีดิทัศน์ ๓ เรื่อง ได้แก่ การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานราก การส่งเสริม การนำนวัตกรรมในการ และการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม

๕) กลุ่มสตรีแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน นำชุดความรู้ทั้ง ๓ เล่ม ไปแนวทางในการจัดการ รวมกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้มีกระบวนการที่ถูกต้องและนำไปประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนใน พื้นที่ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี ต่อไป

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี” เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยใช้ มีวัตถุประสงค์ ๓ ประการ คือ ๑) เพื่อการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ ๒) เพื่อการส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน ๓) เพื่อการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยดังนี้

๔.๑ การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑

๔.๒ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

๔.๓ เพื่อการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม

๔.๑ การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษ

ที่ ๒๑

จากการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ๓ กลุ่มได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอดำรง ๒ กลุ่ม และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสรีประจันต์ ๑ กลุ่ม โดยศึกษาการพัฒนาองค์ความรู้ได้แก่ ๑) การจัดการความรู้ ๒) การพัฒนาทักษะ ๓) การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ ๔) การบริหารจัดการ การสังเคราะห์องค์ความรู้และองค์ความรู้ที่ได้นำไปสู่การปฏิบัติ

๔.๑.๑ วิสาหกิจชุมชน กลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า

๑) การจัดการความรู้

สัมภาษณ์ นายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า จากการระดมความคิดในสมาชิกกลุ่มที่มีเป้าหมายเดียวกัน สิ่งที่เราสามารถขับเคลื่อนได้ สิ่งที่เราไม่ได้คือการให้ความรู้โดยประสานงานกับหน่วยราชการได้ให้สมาชิกเข้าร่วมฝึกอบรมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มโดยมีฐานทางภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่แล้วนำเข้า

สู่การอบรมความรู้ในเรื่องการแปรรูปกับหน่วยงานภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นการจัดการต้นทุน กระบวนการผลิต การจัดทำบัญชีและความรู้ด้านมาตรฐานการผลิต^๑



ภาพประกอบที่ ๔.๑ การจัดการความรู้และการระดมความคิดของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า

สัมภาษณ์นางสาวรุ่งทิพย์ เกตุปลั่ง เภรัญญิกกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่าให้สมาชิกกลุ่มช่วยกันระดมความคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมของในการประชุมใหญ่ของกลุ่มวิสาหกิจเพื่อนำเสนอช่องทางในการพัฒนา นอกจากนี้ให้สมาชิกได้เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับการแปรรูปอาหารเพื่อที่จะได้มีองค์ความรู้และยังมีการให้ความรู้จากหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นการจัดการต้นทุน การผลิตที่ได้มาตรฐานตาม อย. การพัฒนาการสร้างแบบเป็นต้น^๒

สัมภาษณ์นายสมพร ศรีศักดิ์ รองประธานกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า การจัดการความรู้ของกลุ่มจะเน้นการระดมความคิดก่อนเพื่อชี้ให้เห็นว่าสมาชิกทุกคนสามารถวางเป้าหมายร่วมกันได้ โดยให้สมาชิกทุกคนได้เข้าร่วมฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปไม่ว่าจะเป็นการจัดการต้นทุน การผลิตตามมาตรฐานที่หน่วยงานภาครัฐได้วางระบบไว้ และการเชื่อมโยงกับสถาบันอุดมศึกษาได้เข้ามาให้ความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ แปรนต์สินค้าและการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปเป็นต้น^๓

สัมภาษณ์ นางสาวละมัย ศรีศักดิ์ เลขาธิการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า การจัดการความรู้ของกลุ่มอันดับแรกคือการระดมความคิดก่อนเพื่อให้สมาชิกได้

^๑ สัมภาษณ์ นายสมพงศ์ ศรีศักดิ์, ประธานกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า, เมื่อวันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^๒ สัมภาษณ์ นางสาวรุ่งทิพย์ เกตุปลั่ง, เภรัญญิกกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า, เมื่อวันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^๓ สัมภาษณ์ นายสมพร ศรีศักดิ์, รองประธานกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า, เมื่อวันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.

วางเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อระดมความคิดแล้วก็นำมาสู่ เข้าสู่กระบวนการฝึกอบรมในด้านความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่จะดำเนินการไม่ว่าจะเป็นด้านกระบวนการทั้งต้น ทุน การผลิต มาตรฐานการผลิตตามหน่วยงานภาครัฐกำหนด การพัฒนาต่อยอดและการบริหารจัดการวางแผนเช่น การทำบัญชีเพื่อที่จะได้รับรู้ข้อมูลที่ต้องการ^๔

สัมภาษณ์ นายละเอียด แฉกแสงทอง กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า จุดเริ่มต้นของการจัดการความรู้คือการระดมความคิดในสมาชิกกันก่อนเพื่อให้ได้ ข้อตกลงไปในทิศทางเดียวกันจะได้ไม่มีปัญหาในการส่งเสริมการเรียนรู้เพราะสมาชิกทุกมีเป้าหมาย เดียวกัน จากนั้นก็มาสู่การเข้าถึงความรู้ก็เป็นการจัดการอบรมให้ความรู้โดยเชื่อมโยงกับหน่วยงาน ภาครัฐให้เข้าช่วยสนับสนุนถ่ายทอดความรู้ ทั้งการแปรรูป การจัดการต้นทุน การบริหาร เช่น การทำ บัญชี และการต่อยอดผลิตเพื่อให้เกิดความหลากหลาย เป็นต้น^๕

สัมภาษณ์ นางลำจวน ศรีศักดิ์ กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า การจัดการความรู้ในกลุ่มวิสาหกิจเราจุดเริ่มต้นมาจากการระดมความคิดในสมาชิกที่ได้จากการ ไปศึกษาดูงานนอกสถานที่โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนที่เขาประสบความสำเร็จ อย่างเช่น อยุธยาที่มีการ แปรรูปปลา นำมาทำปลาล้าหลายรูปแบบ ซึ่งมีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของพื้นที่ เมื่อระดม ความคิดกันแล้วจากการเสนอความคิดเห็นของสมาชิกก็มาสู่กระบวนการจัดฝึกอบรมสมาชิกที่ไม่มี ทักษะด้านการแปรรูปหรือองค์ความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วย สนับสนุนไม่ว่าจะเป็นกระบวนการแปรรูปที่ถูกต้องโดยเฉพาะเรื่องของส่วนผสมปริมาณการใช้สารกัน เสียด การจัดการต้นทุนการผลิต และการผลิตที่ได้มาตรฐาน การสร้างแบรนด์และพัฒนาความคิดต่อ ยอดโครงการในอนาคตและการจัดทำบัญชีเพื่อให้ได้รู้รายรับรายจ่ายนำมาวางแผนในการผลิตต่อไป^๖

สัมภาษณ์ นางพัชรีญา มโหฬาร กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า การจัดการความรู้อันดับแรกจะให้ความสำคัญกับการระดมความคิดเพื่อที่จะดำเนินกิจกรรม ตามความต้องการของสมาชิกสืบเนื่องจากการไปศึกษาดูงานนอกสถานที่และได้เห็นการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในพื้นที่แล้วเข้าร่วมรับการฝึกอบรมจากหน่วยงาน ภาครัฐในพื้นที่ที่มาให้คำแนะนำไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการ กระบวนการแปรรูป การจัดการต้นทุน การจัดทำบัญชีและมาตรฐานการผลิตตามข้อกำหนดนอกจากนั้นก็มีการสนับสนุนด้านความรู้ ด้านนวัตกรรมในการจัดการแปรรูป^๗

^๔ สัมภาษณ์ นางสาวละมัย ศรีศักดิ์, เลขานุการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า, เมื่อวันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^๕ สัมภาษณ์ นายละเอียด แฉกแสงทอง, กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า, เมื่อวันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^๖ สัมภาษณ์ นางลำจวน ศรีศักดิ์, กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า, เมื่อวันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^๗ สัมภาษณ์ นางพัชรีญา มโหฬาร, กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า, เมื่อวันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.

สัมภาษณ์ นายเสกศักดิ์ แฉกแสงทอง กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า เรามีการระดมความคิดเพื่อที่จะดำเนินกิจกรรมตามความต้องการของสมาชิกจากการไปศึกษาดูงานนอกสถานที่และได้เห็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีความใกล้เคียงกับบริบทของชุมชนเราไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดได้จึงนำมาสู่การเข้าร่วมรับการฝึกอบรมจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ที่มาให้คำแนะนำทั้งการบริหารจัดการ กระบวนการแปรรูป การจัดการต้นทุน การจัดทำบัญชีเพื่อรองรับการวางแผนกรณีมีการขยายตัวของกลุ่มสมาชิกและมาตรฐานการผลิตตามข้อกำหนดนอกจากนี้ก็มีสถาบันอุดมศึกษาให้ความรู้ด้านนวัตกรรมในการจัดการแปรรูป^๔

สรุปกระบวนการจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้ามีดังนี้

๑. การระดมความคิดเกี่ยวกับกิจการทั้งหลายของกลุ่มฯ
๒. การจัดการฝึกอบรมความรู้กระบวนการแปรรูปและลดปริมาณการ
๓. การจัดการต้นทุนการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์
๔. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐาน อย.และการรับรองด้านมาตรฐานการผลิต
๕. การพัฒนาความคิดริเริ่มหรือโครงการในอนาคต คือการพัฒนาการสร้างแบรนด์สินค้า
๖. การพัฒนานวัตกรรมในการแปรรูปผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอก
๗. การจัดทำบัญชีและการวางแผนและการบริหารจัดการจากการสนับสนุนภาครัฐให้ความรู้

ซึ่งสอดคล้องกับหลักแนวคิดของ นักคิดสำคัญชาวญี่ปุ่น คือ Nonaka กับ Takeuchi แห่งสำนัก Hitosubashi ได้ทำการวิจัยและนำเสนอแนวคิดที่สำคัญในหนังสือ ชื่อ “The Knowledge-Creating Company (1995)” แบบจำลอง SECI (SECI Model) ซึ่งแบ่งกระบวนการในการสร้างความรู้ออกเป็น ๔ ขั้นตอน คือ

S = Socialization เป็นการสร้างความรู้ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์ด้วยการพบปะสมาคมหรือการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น การพูดคุย ใช้เวลาอยู่ด้วยการสอนงาน ฝึกงาน เป็นต้นซึ่งจะเป็นการถ่ายทอด แบ่งปัน ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลไปให้ผู้อื่น

E = Externalization เป็นการถ่ายทอดความรู้ โดยการอธิบายหรือแสดงความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลออกมาให้เป็นที่ประจักษ์ เพื่อให้ผู้อื่นได้รับการแบ่งปัน โดยการแปลงความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลออกมาเป็นแนวคิด ภาษาสัญลักษณ์ ลายลักษณ์อักษร เช่น คู่มือ ตำรา ภาพ การบันทึกเสียง เป็นต้น

^๔ สัมภาษณ์ นายเสกศักดิ์ แฉกแสงทอง, กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า, เมื่อวันที่ ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.

C = Combination เป็นการผสมผสาน โดยนำความรู้ที่ซัดแน่นมาสร้างสรรค์ หรือเปลี่ยนแปลงให้เป็นความรู้ที่ซัดแน่นในเรื่องใหม่ ๆ มีความซับซ้อนมากขึ้น หรือเป็นขั้นเป็นตอนมากขึ้น เพื่อให้สามารถนำความรู้นั้นไปใช้ในทางปฏิบัติได้ง่ายขึ้น

I = Internalization เป็นการนำความรู้ที่ได้มาใหม่ไปใช้ปฏิบัติหรือลงมือทำจริง ๆ จนกลายเป็นความรู้ของตนเอง ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนความรู้ที่ซัดแน่นให้กลายเป็นความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล

ดังนั้น กระบวนการในการสร้างความรู้ที่จะเกิดประโยชน์จริง ๆ นั้น จะต้องมีการนำความรู้ไปลงมือปฏิบัติ และมีการหมุนเวียนกระบวนการ SECI ไปเรื่อย ๆ อย่างไม่มีวันยุติ นำไปสู่การปรับปรุงตนเองของบุคลากรและองค์กรอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

๒) การพัฒนาทักษะ

สัมภาษณ์ นายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า การใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต โดยทางกลุ่มจะดูพื้นฐานของสมาชิกว่ามีความสามารถในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์หรือนอกจากนั้นก็จะเป็นการขั้นตอนการแปรรูปจะมีหน่วยงานภาครัฐได้เข้ามาให้คำแนะนำก็จะมีผลการประเมิณผลการทำงานของสมาชิกเพื่อหาทางส่งเสริมทักษะที่ขาดเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพตามขั้นตอนที่มีการวางแผนกันไว้

สัมภาษณ์นางสาวรุ่งทิพย์ เกตุปลั่ง เภรัญญิกกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า ทางกลุ่มจะให้สมาชิกสามารถใช้เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ได้โดยจะมีการจัดการอบรมให้ความรู้ในการใช้อุปกรณ์และการผสมสูตรต่าง ๆ ที่ได้จากการอบรมโดยจะมีขั้นตอนการดำเนินการเป็นระบบโดยให้สมาชิกลงมือปฏิบัติทุกคน โดยเริ่มต้นจากความสามารถและความถนัดของแต่ละคน แล้วจัดแยกกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับการทำงาน

สัมภาษณ์นายสมพร ศรีศักดิ์ รองประธานกลุ่มวิสาหกิจ จะให้ความสำคัญกับความสามารถของสมาชิกโดยแยกกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับพื้นฐานความรู้โดยให้สมาชิกได้ลงมือปฏิบัติตามความถนัดของตนเองหลังจากนั้น วิเคราะห์ผลจากการลงมือปฏิบัติแล้วจัดการพัฒนาความรู้เพิ่มเติมให้กับสมาชิก

สัมภาษณ์ นางสาวละมัย ศรีศักดิ์ เลขาธิการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า จะจัดกระบวนการโดยทดสอบความสามารถของสมาชิกแต่ละคนก่อนแล้วนำไปสู่การเรียนรู้โดยจะแยกตามความถนัดแล้วสลับเปลี่ยนหน้าที่เพื่อให้สมาชิกได้มีทักษะไม่ว่าจะขั้นตอนการผลิต การผสมสูตรและการใช้เครื่องมือ

สัมภาษณ์ นายละเอียด แฉกแสงทอง กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า เน้นการลงมือปฏิบัติและวิเคราะห์ความสามารถสมาชิกแต่ละคนเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้มีทักษะการลงมือปฏิบัติได้จริง โดยจะให้ผ่านการฝึกอบรมแล้วลงมือปฏิบัติและส่งเสริมให้คำแนะนำโดยมีระบบพี่เลี้ยงคอยช่วยเหลือ

สัมภาษณ์ นางลำจวน ศรีศักดิ์ กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า จะดำเนินการสำรวจความสามารถของสมาชิกแต่ละท่านก่อนว่ามีทักษะอะไรบ้างและวิเคราะห์

จะพัฒนาทักษะด้านไหนก่อน โดยสร้างทางเลือกจากง่ายไปหายากและทำการประเมินว่าจะจัดประเภทการพัฒนาทักษะ โดยมีการวางแผนให้ดำเนินการตามขั้นตอนและสุดท้ายจะประเมินผล

สัมภาษณ์ นางพัชรีญา มโหฬาร กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า จากจุดเริ่มของการพัฒนาทักษะสมาชิกทุกคนจะได้การทดสอบความสามารถก่อนเพื่อจะได้แยกแยะและส่งเสริมให้มีทักษะเพิ่มในแต่ละด้านเพื่อให้สมาชิกสามารถลงมือปฏิบัติและแก้ไขปัญหาได้จากประสบการณ์ในการทำงาน

สัมภาษณ์ นายเสกศักดิ์ แฉกแสงทอง กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า จะมีการสำรวจความสามารถของสมาชิกแต่ละคนก่อนว่ามีความถนัดด้านไหนแล้วจึงจัดลำดับตามความถนัดเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ได้เร็วขึ้นจากง่ายไปหายาก โดยจัดทางเลือกตามความถนัดของสมาชิกไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ การผสมสูตร โดยการทดสอบและให้คำแนะนำช่วยกันเพื่อให้สมาชิกได้มีความสามารถลงมือปฏิบัติได้จริงนอกจากนั้นก็นำมาสู่การประเมินการทำงานเพื่อหาทางพัฒนาทักษะของสมาชิกให้มีความชำนาญ โดยจัดการวางแผน เช่น ส่งเสริมความรู้เพิ่มเติมในเรื่องที่ขาดทักษะ เข้าร่วมอบรมความรู้จากหน่วยงานภาครัฐหลังจากนั้นก็มาสู่การประเมินตามแนวทางที่ได้ปฏิบัติเพื่อให้ทราบผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาทักษะเป็นข้อมูลในการแก้ไขปัญหาการพัฒนาทักษะของสมาชิกต่อไป

สรุปกระบวนการพัฒนาทักษะของกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้าโดยมีกระบวนการดังนี้

๑. สำรวจความถนัดของสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถแตกต่างกันเป็นการเตรียมความพร้อมในการดำเนินกิจกรรม
๒. วิเคราะห์ความถนัดเพื่อแยกความสามารถของสมาชิกเพื่อให้การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มไม่สะดุดหรือติดขัดกระบวนการทำงาน
๓. สร้างทางเลือกในการพัฒนาทักษะ จัดการส่งเสริมความรู้ที่ขาดหายเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพจากง่ายไปหายาก
๔. ประเมินทางเลือกเพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาทักษะ ผลจากการลงมือปฏิบัติจะทำให้รู้ว่าสมาชิกขาดทักษะด้านไหนที่ควรเน้นและส่งเสริมให้มีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน
๕. วางแผนในการส่งเสริมทักษะ คือการสนับสนุนส่งเสริมให้สมาชิกมีทักษะที่สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้
๖. ประเมินติดตามแก้ไขปัญหาการพัฒนาทักษะ จัดการส่งเสริมความรู้เพิ่มเติมโดยเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐให้เข้ามาสนับสนุน

๓) การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ

สัมภาษณ์ นายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า โดยการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐผลักดันและส่งเสริม ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้ การสนับสนุนแหล่งทุน อุปกรณ์และบุคลากร และบูรณาการการทำงานของสมาชิกเพื่อให้เกิดการเดินหน้าที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มโดยมีการจัดทำแผนงาน เช่น แผนธุรกิจจะมีการขับเคลื่อน

กิจกรรมกลุ่มโดยการเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชนนอกจากนี้ยังกำหนดบทบาทของสมาชิกแต่ละคนให้ทำหน้าที่โดยมีการวางแผนโครงสร้างการทำงานให้เป็นระบบ และมีการติดตามประเมินผลจากการจัดการประชุมผลการดำเนินงานเดือนละ ๒ ครั้ง

สัมภาษณ์นางสาวรุ่งทิพย์ เกตุปลั่ง เภรัญญิกกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางกลุ่มได้วางไว้โดยเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอกไม่ว่าจะเป็นสถานศึกษา หน่วยงานรัฐ และเอกชน โดยมีการวางแผนในการทำงาน

นายสมพร ศรีศักดิ์ รองประธานกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า ทางกลุ่มจะสร้างความเข้าใจให้กับสมาชิกเพื่อให้การดำเนินงานให้เป็นไปตามระบบที่ได้วางกันไว้ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การจัดจำหน่าย การแบ่งแยกหน้าที่ จะทำให้การทำงานมีความเป็นระบบมากขึ้น

สัมภาษณ์ นางสาวละมัย ศรีศักดิ์ เลขาธิการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า มีการบูรณาการการทำงานของสมาชิกเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นการผลิต การประสานงานกับหน่วยงานของรัฐเพื่อขอรับการส่งเสริมทั้งด้านการตลาด การพัฒนาความรู้เพิ่มเติมให้มีความต่อเนื่องอยู่ตลอด

สัมภาษณ์ นายละเอียด แฉกแสงทอง กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติจะต้องเชื่อมโยงกับหน่วยงานของภาครัฐ ซึ่งทางกลุ่มจะดำเนินการบูรณาการตามนโยบายหน่วยงานของรัฐและความต้องการของตลาดโดยจะดำเนินการวางแผนการผลิตให้ตรงตามเป้าหมายโดยจะมีข้อมูลมาประกอบการดำเนินงาน

สัมภาษณ์ นางลำจวน ศรีศักดิ์ กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า มาจากการวางแผนของกลุ่มที่ได้ตกลงกันไว้โดยมีขั้นตอนกระบวนการและบูรณาการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การเกิดโรคระบาดจะหาทางแก้ไขเพื่อให้การขับเคลื่อนวิสาหกิจสามารถเดินหน้าได้ โดยจะประสานงานกับภาครัฐตลอดเวลาและสร้างความเข้าใจกับสมาชิกให้รับรู้ร่วมกันแล้วลงมือปฏิบัติไปกรอบที่ได้ตกลงกันไว้

สัมภาษณ์ นางพัชรีญา มโหฬาร กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า เราจะมีกำหนดบทบาทของสมาชิกในการขับเคลื่อนการทำงานให้เป็นไปตามเป้าหมายโดยมีการวางแผนการผลิต แยกประเภทการทำงานของแต่ละคนเพื่อให้การเกิดการขับเคลื่อนไม่ว่าจะเป็นฝ่ายประสานงานการตลาด ฝ่ายผลิต ต้องมีความเชื่อมโยงข้อมูลกันตลอดเพื่อให้การทำงานไม่สะดุดนอกจากนี้ก็จะประสานงานกับหน่วยงานรัฐในพื้นที่มาให้คำแนะนำในการดำเนินงานในแต่ละช่วง

สัมภาษณ์ นายเสกศักดิ์ แฉกแสงทอง กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า กลุ่มของเราจะเน้นสร้างความเข้าใจและมีการวางแผนกันให้เป็นระบบเพื่อให้การดำเนินงานสามารถเดินหน้าได้ ไม่ว่าจะเป็นการการจัดจำหน่าย การส่งเสริมให้สมาชิกพัฒนาทักษะความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำมาต่อยอดและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ แต่ต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันโดยจะมีข้อมูลประกอบการพัฒนาผลิตของกลุ่มจากหน่วยงานภาครัฐและผู้บริโภคที่มีผลตอบรับกลับคืนมา

สรุปของการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า โดยมีกระบวนการดังนี้

๑. การเสริมสร้างและพัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่มโดย การศึกษาข้อมูลและความพร้อมของสมาชิก
๒. การบูรณาการประสานงานการทำงานร่วมกันทั้งสมาชิกด้วยกันและหน่วยงาน ภาครัฐ
๓. การกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกเพื่อให้การทำงานเป็นระบบ เน้นการมีส่วนร่วมในการทำงาน
๔. การดำเนินงานตามแผนที่ได้กำหนดร่วมกันโดยการดำเนินการตามลำดับขั้นจะทำให้ ไม่เกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันทีหรือปรับแผนการทำงาน
๕. การติดตามประเมินผลจากการจัดการประชุมกลุ่มเดือนละ ๒ ครั้ง จะทำให้ได้รับรู้ ข้อมูลร่วมกันแล้วหาทางออกที่เหมาะสมในการดำเนินกิจกรรม

๔) การบริหารจัดการ

สัมภาษณ์ นายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า ทางกลุ่มจะดูในเรื่องการจัดการระบบก็จะมีการแบ่งงานตามหน้าที่รับผิดชอบ และการจัดการ ด้านตลาดโดยการลดปัญหาการประสานงานกับผู้ซื้อผลิตของกลุ่มจัดการระบบขนส่งโดยตรง

สัมภาษณ์นางสาวรุ่งทิพย์ เกตุปลั่ง เภรัญญิกกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลา เค้า พบว่า ได้รับการถ่ายทอดจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ได้เข้ามาช่วยในการจัดการไม่ว่าจะเป็น ด้านวัตถุดิบ การจัดการ กระบวนการบริหารไม่ว่าจะเป็นการจัดทำบัญชีเพื่อให้ได้รับรู้ข้อมูลทำให้ไม่ ผิดพลาดในการทำงานและเกิดผลกระทบต่อการทำงานของกลุ่ม

สัมภาษณ์ นายสมพร ศรีศักดิ์ รองประธานกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์ วัดลาดปลาเค้า พบว่า การบริหารจัดการกลุ่มประธานกลุ่มจะจัดลำดับความสำคัญของการทำงานโดย การแบ่งงานตามความเชี่ยวชาญของสมาชิก และการมอบหมายภาระงานที่แต่ละท่านรับผิดชอบแม้ว่า งานจะมีลักษณะแตกต่างกันก็ตาม และการติดตามประเมินผลไม่ว่าจะเป็นการจัดจำหน่าย การจัดการ พื้นที่ การประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย โดยจะมีการประชุมชม เดือนละ ๒ ครั้ง เพื่อให้เห็นความคืบหน้าในการทำงานของกลุ่ม

สัมภาษณ์ นางสาวละมัย ศรีศักดิ์ เลขาธิการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลา เค้า พบว่า มีการกำหนดโครงสร้างหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจน แต่จะเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิก เพื่อให้การทำงานสามารถดำเนินการควบคู่ไปด้วยกันไม่ว่าจะเป็นฝ่ายการตลาด ฝ่ายผลิต ฝ่าย ประสานงาน เพื่อนำข้อมูลทุกฝ่ายมารวมกัน

สัมภาษณ์นายละเอียด แฉกแสงทอง กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลา เค้า พบว่า การบริหารจัดการก็จะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มจากการที่ได้ร่วมวางแผนงานกัน โดยมีกระบวนการแบ่งแยกภาระงานและหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละสมาชิก ส่วนด้านการจัดการ ตลาดประธานวิสาหกิจชุมชนก็มีการปรับเปลี่ยนจากเดิมมีการจัดส่งผ่านบริษัทรับส่งสินค้า และก็มี ผลกระทบตามมาคือไม่สามารถรับรู้เรื่องปัญหาของผู้บริโภคจึงทำเดินการซื้อระบบ แฟรนไชส์ของ

บริษัทขนส่งแห่งหนึ่งนำมาบริหารจัดการเองเพื่อความสะดวกในการประสานงานกับผู้บริโภคและเพื่อจะได้รับความรู้ปัญหาโดยตรง

สัมภาษณ์ นางลำจวน ศรีศักดิ์ดา กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า การบริหารจัดการกลุ่มจะเน้นบุคลากรหรือคน เป็นหลักโดยเฉพาะทักษะความสามารถเพื่อให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงาน ต่อมาก็คจะเป็นต้นทุนในการดำเนินการจะมีหน่วยงานของรัฐเข้ามาช่วยให้คำแนะนำทั้งด้านการจัดทำบัญชีและการจัดการต้นทุนที่เหมาะสม ส่วนด้านวัตถุดิบของกลุ่มจะเน้นวัตถุดิบที่อยู่ในพื้นที่เพื่อให้ไม่มีปัญหาเรื่องผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตเพราะกลุ่มมาจากการแปรรูปปลาเป็นหลักดังนั้นวัตถุดิบในพื้นที่สามารถรองรับการดำเนินการได้

สัมภาษณ์ นางพัชรีญา มโหฬาร กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า การบริหารจัดการกลุ่มจะมีกระบวนการคือ การบริหารจัดการคน การดำเนินการเรื่องต้นทุน โดยหน่วยงานรัฐได้เข้ามาร่วมวางแผน การจัดการตลาดจากเดิมมีบริษัทรับส่งสินค้ามาบริการปัจจุบันดำเนินการจัดซื้อแฟรนไชส์มาดำเนินการเองเพื่อความสะดวกในการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ส่วนด้านการวางแผนก็จะมีแผนธุรกิจที่ดำเนินการวางแผนไว้เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานที่ถูกต้องโดยมีภาครัฐมาให้คำแนะนำตลอดจนสถาบันอุดมศึกษา ด้านการพัฒนามาก็จะมีการส่งเสริมเข้าร่วมกิจกรรมอบรมความรู้ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สมาชิกได้มีทักษะและความรู้เพิ่มเติม

สัมภาษณ์ นายเสกศักดิ์ แฉกแสงทอง กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า พบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มจะแบ่งแยกหน้าที่ การตลาดจะมีการจัดส่งเองจากการซื้อระบบแฟรนไชส์บริษัทขนส่งนำมาดำเนินการเพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ ส่วนกระบวนการแปรรูปยึดตามมาตรฐานของหน่วยงานภาครัฐเป็นหลักโดยสมาชิกทุกคนต้องรับรู้ข้อมูลตั้งแต่กระบวนการผลิต การบรรจุ และหีบห่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของหน่วยงาน และการประเมินติดตามผลจากดำเนินกิจกรรมของกลุ่มจะมีการประชุมชนเดือนละ ๒ ครั้งเพื่อจะได้รับความรู้ปัญหาของการดำเนินงานกลุ่ม โดยสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและหาทางออกที่เหมาะสมร่วมกัน

สรุปการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า โดยมีกระบวนการดังนี้

๑. เน้นที่บุคลากรให้มีความรู้ความสามารถอย่างเป็นระบบโดยการสร้างการมีส่วนร่วม
๒. การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบโดยแยกหน้าที่รับผิดชอบชัดเจนเพื่อให้เป็นเป็นรูปธรรมในการทำงานและจะทำให้การประสานงานเป็นไปตามระบบแต่จะเน้นการสร้างความร่วมมือกัน
๓. การบริหารจัดการต้นทุน การวางแผนธุรกิจ การจัดทำบัญชีให้เป็นระบบโดยมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาถ่ายทอดความรู้เป็นเป็นแนวทางในการทำงานที่ถูกต้อง
๔. การจัดการตลาดที่เชื่อมโยงกับผู้บริโภค โดยการจัดการขนส่งด้วยตนเองจากการซื้อระบบแฟรนไชส์นำมาบริหารจัดการทำให้เกิดการรับรู้ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค นำมาสู่การแก้ไขปัญหาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคโดยตรงทั้งระบบออนไลน์และออฟไลน์

๕. การติดตามประเมินผลการดำเนินการ เน้นการจัดการประชุมร่วมกันเดือนละ ๒ ครั้งเพื่อศึกษาผลกระทบร่วมกันและหาทางออกที่เหมาะสมกันโดยให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมระดมความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหา

๔.๑.๒ วิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์



ภาพประกอบที่ ๔.๒ สัมภาษณ์และเก็บข้อมูลประธานกลุ่มกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์

๑) การจัดการความรู้

สัมภาษณ์ ผู้ใหญ่สุภัทสรณ์ พงษ์พานิช ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า การจัดการความรู้ของกลุ่มจุดเริ่มต้นตามพระราชดำรัสในหลวงรัชกาลที่ ๙ หนึ่งบ้านจะมีกล้วยน้ำหว้าหนึ่งกอ เริ่มต้นจากปัญหาเศรษฐกิจ ชาวบ้านทำนาทำไร่ไม่มีรายได้เสริม และอาศัยช่วงเวลาว่างจึงชักชวนนำมาสู่การระดมความคิดของสมาชิกในพื้นที่หาทางร่วมกัน ด้านการนำองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนจากปราชญ์ชาวบ้านที่มีองค์ความรู้แล้วมาจัดการอบรมการเรียนรู้จะทำอย่างไรนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างเป็นมูลค่าและส่งเสริมรายได้ และต่อยอดโดยไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ที่มีกระบวนการแปรรูปวัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ในลักษณะเดียวกันนำมาศึกษาเป็นต้นแบบ โดยประสานความร่วมมือกับภาครัฐในพื้นที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือแนะนำไม่ว่าจะเป็น พัฒนา ชุมชน, พาณิชย์จังหวัด, สาธารณสุข, สำนักอุตสาหกรรมภาค ๘ และสำนักงานเกษตรและเจ้าหน้าที่เคหะกิจเกษตรลงมาให้ความรู้ และการเข้ามาให้การสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อำนวยความสะดวกให้ทั้งทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์หน่วยงานดังกล่าวที่ได้กล่าวมาได้เข้ามาช่วยฝึกทักษะกับสมาชิกให้มีความรู้ในการแปรรูปและเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานภาครัฐทุกครั้งเมื่อมีโครงการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มาจากกล้วยหรือนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ตัวอื่น ๆ และขั้นตอนการแปรรูปจะมีระบบพี่เลี้ยงคอยช่วยเหลือสมาชิกที่ยังขาดทักษะและประสบการณ์ในการแปรรูป^๙

สัมภาษณ์ นางสาวรัชนี ศิริสุรพงศ์ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์พบว่า การจัดการความรู้ของกลุ่ม จุดเริ่มคือการไปศึกษาดูงานนอกพื้นที่ที่มีสภาพแวดล้อมและวัตถุดิบที่สามารถนำมา

^๙ สัมภาษณ์ นางสาวสุภัทสรณ์ พงษ์พานิช, ผู้ใหญ่บ้านและประธานกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์, เมื่อวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

แปรรูปได้เหมือนกันแล้วมาสู่การระดมความคิดของสมาชิกเพื่อให้ได้วางเป้าหมายร่วมกันโดยจะเน้นระบบหุ้นส่วนเพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมที่จะพัฒนาวิสาหกิจ และได้นำวัตถุดิบที่เป็นกล้วยเฉพาะที่ได้รับมอบจากทางการเกษตรได้นำมาปลูกแล้วนำมาสู่การแปรรูปอาศัยองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทดสอบและได้มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนส่งเสริมวิธีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและการเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานภาครัฐไม่ว่าจะเป็นพัฒนาชุมชน สาธารณสุข ในเรื่องความปลอดภัยทางอาหารและกระบวนการแปรรูปที่ถูกต้องส่วนขั้นตอนกระบวนการ ก็จะมีระบบในการดำเนินการจากการให้คำแนะนำทั้งหน่วยงานภาครัฐและสถาบันอุดมศึกษาได้เข้ามามีส่วนร่วม^{๑๐}

สัมภาษณ์ นางวิชัย ครอบงุมยติ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์ พบว่า กระบวนการจัดการความรู้เริ่มของกลุ่มคือ การไปศึกษาดูงานที่เป็นต้นแบบแล้วนำมาระดมความคิดสมาชิกในกลุ่มโดยเฉพาะสิ่งที่จะสามารถนำมาพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้นั้นจึงสนใจที่จะแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มาจากกล้วยเนื่องจากในพื้นที่มีการเพาะปลูกเป็นจำนวนมาก มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐทั้งพัฒนาชุมชน ให้คำแนะนำไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมภาค ๘ ในด้านการทดลองใช้อุปกรณ์และสถาบันอุดมศึกษาที่มาช่วยในการจัดการกระบวนการผลิตทั้งระบบเครื่องมือที่ได้นำมาทดสอบทดลองให้สมาชิกได้มีทักษะการใช้งาน และมีระบบการจัดการความรู้เป็นระบบที่เลี้ยงที่มีประสบการณ์มาก่อนในการแปรรูปอาหารมาคอยกำกับและสอนงานร่วมทำให้เกิดการสร้างความรู้เข้าใจระหว่างสมาชิกในกลุ่ม^{๑๑}

สัมภาษณ์ นายไพฑูริย์ ครอบงุมยติ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์ การจัดการความรู้ของกลุ่มเราจะเน้นกระบวนการระบบที่เลี้ยงที่คอยให้คำแนะนำสมาชิกไม่มีประสบการณ์ในการแปรรูปจากสมาชิกที่มีประสบการณ์เพื่อที่จะได้สร้างความเข้าใจแต่จะมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนส่งเสริมในการสร้างองค์ความรู้และส่งเสริมโดยมีการฝึกอบรมเพิ่มเติมทั้งกระบวนการผลิต มาตรฐานการผลิต ทำให้สมาชิกมีการทำงานที่ได้ตามมาตรฐานของหน่วยงานรัฐกำหนดและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามาสนับสนุนนอกจากนั้นก็เข้าร่วมอบรมพัฒนาทักษะกับหน่วยงานภาครัฐที่ได้มีการเชื่อมโยงกันเพื่อให้สมาชิกได้มีการพัฒนาความรู้มากยิ่งขึ้น

สัมภาษณ์ นางสาวเนียง ครอบงุมยติ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า การจัดการความรู้เริ่มต้นก็คือการระดมความคิดและสร้างความเข้าใจกับสมาชิกในกลุ่มโดยเฉพาะประธานวิสาหกิจชุมชนท่านได้เป็นผู้ประสานงานสมาชิกในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจ โดยการพาสมาชิกไปศึกษาดูงานที่มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นนั้นและมีความใกล้เคียงกับพื้นที่ ก็คือกล้วยแล้วนำมาสู่การพัฒนาองค์ความรู้โดยมีกระบวนการดังนี้ ประสานกับหน่วยงานภาครัฐโดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้ดำเนินการติดต่อทั้งท้องถิ่นและสถาบันอุดมศึกษาได้เข้ามาแนะนำ กระบวนการผลิตขั้นตอน การพัฒนาทักษะการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ นอกจากนั้นก็ยังเป็นมาตรฐานการผลิตที่

^{๑๐} สัมภาษณ์ นางสาวรัชชัญญ์ ศิริสุพงษ์, สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์, เมื่อวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^{๑๑} สัมภาษณ์ นางวิชัย ครอบงุมยติ, สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์, เมื่อวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

เป็นไปตามกรอบของหน่วยงานรัฐรับรอง ส่วนการจัดการความรู้สมาชิก จะใช้ระบบพี่เลี้ยงในการถ่ายทอดทักษะและให้คำแนะนำขั้นต้นทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ระหว่างสมาชิกในการลงมือปฏิบัติ และการส่งสมาชิกเข้าร่วมอบรมเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับแปรรูปตามวัตถุดิบของกลุ่มมีแล้วนำมาประยุกต์พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้นทั้งการระดมความคิดของสมาชิก^{๑๒}

สัมภาษณ์ นางสาวสมบุญ น้ำใจดี สมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่ากระบวนการจัดการความรู้ ต้องมาจากการระดมความคิดสมาชิกในกลุ่มกันก่อนเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่มีเป้าหมายเดียวกัน หลังจากที่ได้ไปศึกษาดูงานนอกสถานที่แล้วนำมาประกอบการพิจารณาให้สมาชิกได้เห็นความเป็นไปได้ในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มในพื้นที่โดยเฉพาะผลผลิตที่สามารถนำมาแปรรูปได้และมีความใกล้เคียงกับการลงไปศึกษาดูงาน จึงนำมาสู่การจัดการรอบการเรียนรู้ให้ถูกต้องที่จะนำไปสู่การต่อยอดและสร้างสรรค์จากการประสานงานกับหน่วยงานรัฐทั้ง พัฒนาชุมชน องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สาธารณสุข อุตสาหกรรมภาค ๘ และหลายหน่วยงานทั้งสถาบันอุดมศึกษาก็ได้เข้ามามีส่วนสนับสนุนส่งเสริมไม่ว่าจะเป็นเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ส่วนระบบการดำเนินการจัดการความรู้จะเน้นที่ระบบพี่เลี้ยง การจดบันทึกข้อมูลทุกครั้งเมื่อมีการแปรรูปเพื่อจะได้ไม่เกิดข้อผิดพลาดในการทำงานครั้งต่อไป ทั้งสูตรผสมกระบวนการแปรรูปเพื่อป้องกันปัญหาการจัดการทรัพยากรในการทำงาน^{๑๓}

สัมภาษณ์ นางสาววาสนา ครองยุติ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า การจัดการความรู้เริ่มต้นจากการไปศึกษาดูงานและมาระดมความคิดตัวบ่งชี้ของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่คือการทำกล้วยตาก กล้วยอบ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมจะสามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างไร จึงดำเนินการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงการทดลองทำตามที่ได้ไปศึกษาดูงานมา จึงทำให้เห็นถึงความแตกต่างของวัตถุดิบจากการลองผิดลองถูก และหน่วยงานภาครัฐมาให้ความรู้เพิ่มเติมทั้งทางด้านเทคนิควิธีการ กระบวนการการแปรรูปที่ถูกต้องเหมาะสมกับคุณสมบัติของวัตถุดิบที่นำมาพัฒนา โดยให้สมาชิกทุกคนได้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการกับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นพัฒนาชุมชน สาธารณสุข เกษตรอำเภอและสถาบันอุดมศึกษาที่มาให้การสนับสนุนเทคนิคกระบวนการต่าง ๆ วิธีการถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างสมาชิกที่ไม่มีประสบการณ์ก็จะใช้ระบบพี่เลี้ยงให้คำแนะนำจากสมาชิกที่ผ่านประสบการณ์แปรรูปมาแล้วมาช่วยกำกับดูแลการผลิตทำให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกด้วยกันตลอดมา^{๑๔}

สัมภาษณ์ นางคะนิง ยอดใจดี สมาชิกวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่าการจัดการความรู้วิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ จากการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาสร้างมูลค่าเพิ่ม จุดเริ่มต้นจากการศึกษาดูงานนอกสถานที่ของผู้นำชุมชนได้พาสมาชิกกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน มาสู่การระดมความคิดของสมาชิกโดยการสร้างความเข้าใจและความเป็นไปได้ในการพัฒนาและประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนการเรียนรู้ด้านการแปรรูปผลผลิตที่มีอยู่ทั้งองค์ความรู้เดิมและองค์ความรู้ใหม่มีการผสมผสานพัฒนาต่อ

^{๑๒} สัมภาษณ์ นางสาวเนียง ครองยุติ, สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์, เมื่อวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^{๑๓} สัมภาษณ์ นางสาวสมบุญ น้ำใจดี, สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์, เมื่อวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^{๑๔} สัมภาษณ์ นางสาววาสนา ครองยุติ, สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์, เมื่อวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

ยอดได้ โดยจะให้สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมของภาครัฐในด้านการสร้างอาชีพการแปรรูปผลิตเพื่อให้ได้มีองค์ความรู้และทักษะนำมาพัฒนา กลุ่ม กระบวนการจัดการความรู้จะใช้ระบบพี่เลี้ยงคอยแนะนำการลงมือปฏิบัติจากสมาชิกที่มีประสบการณ์แปรรูปมาก่อนทั้งการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ การผสมสูตร การกำหนด โดยมีการจัดการจัดบันทึกขั้นตอนการดำเนินการทั้งการแยกประเภทและรูปแบบ ส่วนมาตรฐานหน่วยงานรัฐจะเข้าส่งเสริมให้ได้รับการรับรองโดยมีเกณฑ์กำกับดูแลอีกขั้นตอน จึงทำให้สมาชิกกลุ่มมีความเข้าใจในการดำเนินงานได้อย่างถูกต้องเป็นระบบ^{๑๕}

สรุปกระบวนการจัดการความรู้วิสาหกิจโสมจันทร์

กระบวนการจัดการความรู้ เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมได้รับการสืบทอดโดยนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น คือ กล้วยน้ำว่า “พันธุ์สุพรรณบุรีกาบขาว” นำมาแปรรูป ซึ่งเป็นการถนอมอาหารแบบไทยๆ โดยนำเทคโนโลยีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาทดแทน ใช้ในการบริหารจัดการเพื่อให้ผลิตทันต่อความต้องการของตลาด โดยมีกระบวนการจัดการรู้โดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ที่มีอยู่เดิมจากการสืบทอดนำมาต่อยอดโดยมีกระบวนการดังนี้

๑. การบ่งชี้ความรู้ คือ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดนำมาถ่ายทอด มีรูปแบบการถ่ายทอดแบบไหน องค์ความรู้นี้อยู่กับใคร แล้วมาจัดการวางกรอบในการเรียนรู้ที่จะนำไปสู่การต่อยอดและสร้างสรรค์ จัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ในการรองรับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ได้องค์ความรู้จากคนรุ่นก่อนได้เข้ามาถ่ายทอดกระบวนการในการจัดการทรัพยากร

๒. การสร้างและการแสวงหาความรู้ เป็นขั้นตอนในการดึงความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ที่มีองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปอาหาร ไม่ว่าจะเป็น พัฒนาชุมชน, พาณิชยจังหวัด, สาธารณสุข, สำนักอุตสาหกรรมภาค ๘ และสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนตลอดจนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้เข้ามาสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานให้กับหน่วยงานอื่นเข้ามามีส่วนร่วมการส่งเสริมการเรียนรู้ของกลุ่มทั้งการพัฒนาทักษะการจัดระบบการเรียนรู้ และวิธีการที่จะทำให้ได้มาตรฐานและคุณภาพตาม เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่วางไว้ เพื่อให้หน่วยงานภายนอกได้รับรู้



^{๑๕} สัมภาษณ์ นางคะนิงนิต ยอดใจดี, สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์, เมื่อวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.



ภาพประกอบที่ ๔.๓ กิจกรรมกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์กับการเชื่อมโยงเครือข่ายภายนอก

๓. การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ คือจัดทำบันทึกข้อมูลกระบวนการในการผลิตและแปรรูปวิธีขั้นตอน จัดแบ่งกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ที่ การถ่ายทอดความรู้โดยใช้ระบบพี่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำประเภทการแปรรูปผลผลิต เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในการทำงานที่ดีร่วมกันของสมาชิก



ภาพประกอบที่ ๔.๔ กิจกรรมกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์กับการพัฒนาทักษะและการจัดการความรู้

๔. การประมวลและการกลั่นกรองความรู้ เกิดจากประชุมร่วมกันเพื่อเสนอแนะและปรับปรุงผลผลิตจากผลตอบรับของผู้บริโภคเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทำให้ได้กระบวนการใหม่ ๆ ที่เหมาะสมในการดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นระบบการบริหารจัดการ การพัฒนาการผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มและปรับปรุงวิธีการผลิตแบบเดิม ๆ ที่ทำให้เกิดความล่าช้าหรือไม่สอดคล้องกับกระบวนการใหม่ ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความทันสมัยไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต เช่น ผลิตภัณฑ์ที่นำมาบรรจุห่อ หรือรูปลักษณะ การจัดวาง การบรรจุ ที่มีมาตรฐานตากรอบของสาธารณสุขนำไปสู่การรับรองมาตรฐานและการยอมรับของผู้บริโภค



ภาพประกอบที่ ๔.๕ กระบวนการบรรจุภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์

๕. การเข้าถึงความรู้ สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ทุกคนที่เข้ามารวมกลุ่มสามารถเข้าถึงกระบวนการและความรู้ในการแปรรูปผลผลิตโดยการจัดการความรู้จากการอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้ ไม่ว่าจะเป็นเทคนิค กระบวนการ ตลอดจนการประยุกต์และต่อยอดโดยมีข้อมูลทางการตลาดนำมาประกอบในการเรียนรู้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับสมาชิกให้สร้างสรรค์และมุ่งมั่นในการแปรรูปผลผลิตโดยมีองค์ความรู้ที่ได้รับจากการถ่ายทอดนำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยจะกระจายความรู้ ๒ ลักษณะ ได้แก่ ๑) การป้อนความรู้ คือการจัดอบรมเพื่อให้สมาชิกได้มีทักษะและความรู้เพิ่มเติมจากการแปรรูปที่หลากหลายโดยไม่มีการร้องขอจะจัดการพัฒนาเสริมความรู้ให้ตลอดและต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นวิธีการใหม่ ๆ หรือการสร้างนวัตกรรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานของอุดมศึกษา ภาครัฐ เอกชนที่เข้ามาเสริมสนับสนุนให้ความช่วยเหลืออนุเคราะห์ในการถ่ายทอดวิทยาการต่าง ๆ ๒) การให้สมาชิกเลือกใช้ความรู้และความสนใจที่ตนถนัดในการแปรรูปผลผลิตภัณฑ์โดยสามารถเรียนรู้ในสิ่งที่สมาชิกต้องการเพิ่มเติมทักษะของตนเองได้เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดผลผลิตและมีความคุ้นเคยกับอุปกรณ์เพื่อให้เกิดทักษะการใช้งานและรองรับกรณีเมื่อสมาชิกบางคนติดภารกิจไม่สามารถมาเข้าร่วมผลิตทำให้สมาชิกท่านอื่นสามารถดำเนินการทำงานได้กับอุปกรณ์ทุกชนิดที่นำมาช่วยในการผลิตสินค้าวิสาหกิจชุมชนได้โดยไม่มีปัญหา ซึ่งตรงนี้เป็นกรวางแผนบริหารจัดการเพื่อให้การผลิตมีความต่อเนื่อง



ภาพประกอบที่ ๔.๖ การใช้เครื่องมือในการบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์

๖. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จะมีระบบพี่เลี้ยงที่มีองค์ความรู้ช่วยในการถ่ายทอดเทคนิคให้กับสมาชิกที่เข้ามาร่วมเพื่อให้การเรียนรู้ได้มีความรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นประเภทการบรรจุภัณฑ์ การแปรรูป ส่วนผสม กระบวนการและขั้นตอนเป็นต้น เพื่อให้การทำงานไปในทิศทางสอดคล้องกับเป้าหมายของวิสาหกิจชุมชนและสมาชิก โดยจะมีแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบ่งออกเป็นกลุ่มการเรียนรู้ตามความถนัดของสมาชิกแต่ละคน โดยให้สมาชิกที่มีทักษะและความรู้ที่ได้รับการอบรมมาช่วยถ่ายทอดความรู้เป็นการเรียนรู้ร่วมกันในสมาชิกคือ รู้เรื่องอะไร รู้วิธีการ รู้เรื่องเหตุผลต้องมีกระบวนการแบบนี้ และใส่ใจกับกระบวนการที่จะเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้จึงเป็นตัวแปรสำคัญอย่างมากในการถ่ายทอดทักษะต่าง ๆ ให้สมาชิกทุกคนได้มีส่วนร่วมในการรวมกลุ่มสมาชิกและทำให้เกิดความเข้าใจในการแปรรูปผลิตภัณฑ์



ภาพประกอบที่ ๔.๗ กิจกรรมการถ่ายทอดความรู้กับกลุ่มชุมชนภายนอกที่เข้ามาศึกษาดูงาน

๗. การเรียนรู้ เป็นหัวใจสำคัญของวิสาหกิจโสมจันทร์ เพราะจะทำให้สมาชิกมีทักษะมีความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ซึ่งการเพิ่มพูนความรู้สมาชิกเป็นการต่อยอดความรู้เดิมที่มีอยู่ให้มีความรู้ใหม่คือจุดประกายให้สมาชิกให้แสวงหาความรู้ใหม่ ๆ นำมาประยุกต์ใช้กับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้เป็นจุดเด่นหรือเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ตลอดจนการได้แนวทางในการจะประยุกต์ใช้ผลผลิตในชุมชนนำมาสู่การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตไม่ใช่เฉพาะกล้วยอย่างเดียวซึ่งในพื้นที่มีผลผลิตอย่างอื่น เช่น อ้อย ข้าวโพด ถั่ว ข้าว และอื่น ๆ สามารถนำมาต่อยอดในการแปรรูปผลผลิตได้จากการได้เรียนรู้เทคนิคไม่ว่าจะเป็นในด้านส่วนผสม วิธีการต่าง ๆ ที่จะนำมาสู่การสร้างคุณภาพผลผลิต

๒) การพัฒนาทักษะ

สัมภาษณ์ ผู้ใหญ่สุภัทสรณ์ พงษ์พานิช ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า จะให้ความสำคัญกับเรื่องระบบเป็นหลักโดยสมาชิกทุกคนจะได้รับการส่งเสริมทักษะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทั้งจากทางปราชญ์ชาวบ้านที่มีการสืบทอดต่อกันมาและจากหน่วยงานรัฐ เช่นเคหะเกษตรที่อยู่ในพื้นที่เข้ามาช่วยเหลือเรื่องเทคนิค วิธีการ กระบวนการ โดยมีขั้นตอนเป็นลำดับ ก่อนจะพัฒนาทักษะเหล่านี้ทางกลุ่มก็จะมีการสำรวจความสามารถของสมาชิก เรื่องพื้นความรู้ไม่ว่าจะเป็นการแปรรูปขั้นตอนต่าง ๆ มีพื้นฐานมากน้อยแค่ไหน เพื่อจะได้หาช่องทางในการส่งเสริมทักษะให้สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมของสมาชิก

สัมภาษณ์ นางสาวรัชชีย์ ศิริสุรพงศ์ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า สิ่งแรกต้องสำเร็จความถนัดและความสามารถของสมาชิกก่อนมีทักษะในด้านการแปรรูปหรือไม่เพื่อจะได้หาช่องทางในการส่งเสริมให้มีความรู้และทักษะในการทำงาน เริ่มจากง่ายไปหายากโดยการสร้างทางเลือกให้สมาชิกเริ่มต้นในการเรียนรู้และลงมือทำ เช่น การล้าง การใช้เครื่องมือ การผสม เริ่มจากง่ายไปหายากเพื่อจะได้เห็นกระบวนการและส่งเสริมให้ความรู้ด้านทักษะเพิ่มเติมสำหรับสมาชิกที่ขาดความรู้ในด้านนี้ เช่น การใช้เครื่องมือที่เป็นอุปกรณ์ช่วยในการผลิต มีการประเมินผลทักษะของสมาชิกเพื่อจะได้แยกกลุ่มความถนัดในเบื้องต้นเพื่อให้กิจกรรมของสมาชิกสามารถดำเนินการไปได้ โดยจะมีพี่เลี้ยงคอยกำกับอีกชั้นตอนหนึ่งจากผู้มีประสบการณ์ แล้วมีการวางแผนในการส่งเสริมอย่างไรที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดทักษะในการทำงานได้อย่างถูกต้อง นอกจากนั้นก็จะมีการประเมินเป็นช่วง ๆ เพื่อให้จะได้ความสามารถของสมาชิกแต่ละคนและนำมาสู่การจัดประเภทงานให้ถูกต้องตามความสามารถและความถนัด

สัมภาษณ์นางวิชัย ครองยุติ พบว่า ก่อนที่จะมีการลงปฏิบัติจะมีการสอบถามความถนัดของสมาชิกแต่ละคนเพื่อป้องกันความปลอดภัยจากการใช้อุปกรณ์และความเสียหายจากการแปรรูปเพื่อจะได้วิเคราะห์ความถนัดของสมาชิกเพราะการแปรรูปจะมีความละเอียดอ่อนดังนั้นต้องเริ่มจากยากไปหาง่ายก่อนเพื่อสร้างความคุ้นเคยกับอุปกรณ์ โดยสร้างทางเลือกให้สมาชิกที่ยังขาดทักษะในแต่ละด้านเข้าอบรมกับหน่วยงานภาครัฐเพิ่มเติมเพื่อจะได้เกิดทักษะไม่ว่าจะเป็นการใช้เครื่อง การผสมสูตร และการจัดบันทึก การวัดเป็นต้น

สัมภาษณ์นายโชคศักดิ์ ครองยุติ พบว่า ส่วนใหญ่จะยังไม่มีความถนัดในการแปรรูปจึงจำเป็นต้องสำรวจตรวจสอบเบื้องต้นก่อนที่จะดำเนินการพัฒนาทักษะให้กับสมาชิกโดยจะเน้นจากยากไปหาง่าย ในฐานะตนเองมีประสบการณ์จากการอยู่ในโรงงานแปรรูปอาหาร จะให้ทางเลือกกับสมาชิกได้ลงมือปฏิบัติเพื่อไม่เกิดความอึดอัดในการทำงานแล้วทำประเมินดูว่าสมาชิกท่านไหนมีความถนัดอะไรบ้างจะได้แยกประเภทการทำงานให้ถูกต้องแล้วนำมาสู่การส่งเสริมพัฒนาทักษะที่ขาดหายไปเพื่อรองรับการทำงานและแรงงานที่ขาดหายไปกรณีที่สมาชิกบางท่านไม่สามารถเข้าร่วมดำเนินการแปรรูปกรณีที่ดีดูจะส่วนตัวและจะมีการติดตามดูว่าหลังจากที่การส่งเสริมทักษะแล้วสมาชิกมีความชำนาญมากขึ้นหรือไม่เพื่อจะได้รองรับการทำงานและต่อยอดการใช้งานในอุปกรณ์อื่น ๆ ได้ต่อไป

สัมภาษณ์ นางสาวเนียง ครองยุติ พบว่าจากประสบการณ์ของตนเริ่มต้นไม่ทักษะการแปรรูปอาหารและการใช้เครื่องมือบางประเภทตลอดจนเทคนิคการผลิตต่าง ๆ ทางประธานวิสาหกิจดำเนินการสำรวจความถนัดเบื้องต้นเพื่อหาช่องทางในการพัฒนาทักษะที่ขาดหายของสมาชิกเพื่อที่จะได้รองรับการผลิตการแปรรูปของวิสาหกิจกลุ่ม โดยเน้นทางเลือกจากง่ายไปหายากก่อนเป็นอันดับแรกหลังจากนั้นก็มีการประเมินพัฒนาการของสมาชิกเริ่มมีทักษะความรู้ในระดับไหนและวางแผนที่จะส่งให้สมาชิกได้มีความรู้ทักษะในด้านนั้นโดยการเชื่อมโยงความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐได้เข้ามาส่งเสริมอีกทางหนึ่ง

สัมภาษณ์ นางสาวสมบุญ น้ำใจดี พบว่า จากจุดเริ่มต้นจะมีการสำรวจความถนัดของสมาชิกก่อนแล้วนำมาสู่การส่งเสริมโดยการสร้างทางเลือกให้สมาชิกจากจุดเริ่มต้นง่ายไปหายาก โดยจะ

ประเมินผลจากการลงมือปฏิบัติเพื่อจะให้เห็นสิ่งที่จะต้องพัฒนา โดยประธานจะมีการวางแผนการส่งเสริมทักษะของสมาชิกไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมฝึกอบรมการใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ของหน่วยงานรัฐ เช่นอุตสาหกรรมภาค ๘ ได้ให้ไปทดสอบเครื่องมือที่ช่วยในการแปรรูปผลผลิต

สัมภาษณ์นางสาววาสนา ครองยุติ พบว่า กระบวนการพัฒนาทักษะของสมาชิกจำเป็นต้องสำเร็จความถนัดและความสามารถของแต่ละคนก่อนเพราะบางท่านไม่เคยเรียนรู้เทคนิคการแปรรูปอาหารมาก่อน จำเป็นต้องหาทางเลือกให้เขาได้ลงมือปฏิบัติจากจุดเล็ก ๆ ไปจุดใหญ่ทำให้เกิดความคิดเคย โดยมีการประเมินติดตามผลการดำเนินการเพื่อจะได้วางแผนส่งเสริมซึ่งทางกลุ่มวิสาหกิจได้มีการวางระบบนี้ไว้แล้ว เมื่อมีสมาชิกใหม่เข้ามาร่วมกลุ่ม

สัมภาษณ์นางคะนิง ยอดใจดี พบว่า ทุกครั้งเมื่อมีสมาชิกใหม่เข้ามาจะมีการสอบถามถนัดทั้งการใช้เครื่อง การแปรรูปอาหารอื่น ๆ มาก่อนหรือไม่ เพื่อที่จะได้จัดการส่งเสริมทักษะให้ถูกต้องโดยการสร้างทางเลือกที่เหมาะสมกับความถนัดก่อนหลังจากนั้นก็มีการวางแผนที่จะส่งเสริมให้มีความชำนาญมากขึ้นโดยการส่งเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานภาครัฐและประเมินทักษะหลังจากเข้าอบรมกับหน่วยงานภาครัฐแล้วควรที่จะแก้ไขอะไรบ้างเพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการทำงานของกลุ่มวิสาหกิจต่อไป

สรุปการพัฒนาทักษะของกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์ มีความสอดคล้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มมาซีพวดลาดปลาเค้าอำเภอสรีประจัน ได้แก่ การจัดการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น การเสริมสร้างทางเลือกให้สมาชิกจากจุดเล็กไปหาจุดใหญ่โดยมีการประเมินทางเลือกที่เหมาะสมกับการพัฒนาทักษะในเบื้องต้นนำมาสู่การวางแผนส่งเสริมสมาชิกให้มีทักษะและความรู้เพิ่มเติมจากการเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานภาครัฐทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่โดยมีการติดตามผลสัมฤทธิ์จากการเข้าพัฒนาทักษะจากผลการปฏิบัติงานของสมาชิก

๓) การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ

สัมภาษณ์ ผู้ใหญ่สุภัสสรณ์ พงษ์พานิช ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า จะต้องสร้างความเข้าใจกับสมาชิกถึงจุดมุ่งหมายของกลุ่มจากจุดเริ่มต้นปัญหา ด้าน เศรษฐกิจ และรายได้ ถึงกระบวนการที่จะนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มจะสามารถดำเนินการขับเคลื่อนไปได้อย่างไรโดยเข้าถึงสมาชิกให้ได้มีส่วนร่วมทั้งการแสดงความคิดเห็นการเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในการปฏิบัติ โดยมีการดำเนินการพัฒนาทั้งทางด้านทักษะ ความรู้ที่เกี่ยวข้องให้กับสมาชิก เช่นการจัดการเรียนรู้ของกลุ่มสมาชิกโดยใช้จากการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติจะเน้นระบบพี่เลี้ยง โดยมีการประเมินผลการดำเนินงานจากปรีกษาาร่วมกันในรูปแบบการจัดประชุมกลุ่มเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาอุปสรรคและหาทางที่เหมาะสมในการดำเนินการและการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐเข้ามาส่งเสริมให้เกิดการดำเนินงาน

สัมภาษณ์ นางสาวรัชชีย์ ศิริสุรพงศ์ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า สิ่งแรกจะต้องการสร้าง ความเข้าใจกับสมาชิกจากที่ผ่านมาประธานกลุ่มจะเป็นผู้ประสานงานชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ และเป้าหมายที่จะดำเนินการรวมถึงแนวทางในการพัฒนากิจกรรมของกลุ่มและการเข้าถึงองค์ความรู้ที่จะนำมาสู่การพัฒนาวิสาหกิจ เช่น การจัดทำระบบบัญชีเป็นต้น

สัมภาษณ์นางวิชัย ครอบงูติ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์ พบว่า การสร้างความเข้าใจ ถือเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายของการรวมกลุ่มโดยมีแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลผลิตที่มีอยู่ในชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น มาสู่การพัฒนาและเข้าถึงองค์รู้จากภายนอกโดยมีหน่วยงานภาครัฐได้เข้ามาส่งเสริมสามารถนำมาต่อยอดได้ จากการสังเกตยังพบว่าที่ผ่านมาการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ทำให้สมาชิกทุกคนมีการพัฒนาทักษะและความรู้มากขึ้น แสดงให้เห็นจากผลการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้นเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค รวมถึงมาตรฐานการผลิตการได้รับการรับรองตามมาตรฐานของหน่วยงานรัฐ

สัมภาษณ์นายโชคศักดิ์ ครอบงูติ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์พบว่า ทุกครั้งไม่ว่าจะพัฒนาผลิตภัณฑ์อะไรก็ตามที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัตถุดิบคือกล้วยประธานวิสาหกิจจะจัดการสร้างความเข้าใจกับสมาชิกก่อนว่าสามารถจะดำเนินการได้หรือไม่อย่างไรเพื่อจะได้วางกรอบการทำงานร่วมกันให้ไปในทิศทางที่ถูกต้อง การเข้าถึงจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกโดยเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นเพื่อจะได้วางแผนพัฒนาต่าง ๆ ให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นการประสานความร่วมมือกับภาครัฐ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะจะเป็นรูปแบบกิจกรรมของกลุ่มที่สามารถเชื่อมโยงกับภายนอกได้

สัมภาษณ์ นางสำเนียง ครอบงูติ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์ พบว่า ไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอะไรในกลุ่มทุกครั้งก็จะมีการสร้างความเข้าใจกันก่อนเพื่อจะให้เกิดการมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติกิจกรรมของกลุ่ม ต่อจากนั้นก็จะเป็นการเข้าถึงความรู้ที่จะนำมาพัฒนาทักษะไม่ว่าจะจะเป็นกระบวนการขั้นตอน การจัดการต่าง ๆ ที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่ได้จากการแปรรูปกล้วยมาต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ของสมาชิกได้ เมื่อมีการพัฒนาขึ้นมาแล้วก็จะมี การประเมินผลจากการตอบรับของผู้บริโภค ตลอดจนการผลิตและการจัดการตลาดมีข้อบกพร่องอะไรบ้างที่จะต้องนำมาแก้ไขปรับปรุงต่อไป

สัมภาษณ์ นางสมบุรณ์ น้ำใจดี สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า การระดมความคิดและการสร้างความเข้าใจร่วมกันโดย จากการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นเพื่อทำให้สมาชิกได้มีความเชื่อมั่นในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มทั้งระบบและกระบวนการไม่ว่าจะเป็นการจัดการความรู้ของสมาชิก การส่งเสริมทักษะที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยมีกระบวนการที่มีความต่อเนื่องจนถึงเป้าหมายที่วางไว้ของกลุ่ม

สัมภาษณ์นางสาววาสนา ครอบงูติ สมาชิกวิสาหกิจโสมจันทร์ พบว่า ที่ผ่านจะเน้นการสร้าง ความเข้าใจ การเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐที่ได้เข้ามาสนับสนุนกิจกรรมทั้งการให้ความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและการลงมือปฏิบัติโดยจะเน้นไม่เกิดความยุ่งยากโดยแบ่งแยกงานเป็นระบบตั้งแต่การสำรวจความถนัดของสมาชิก การกำหนดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ การวางระเบียบกฎเกณฑ์ในการทำงานเพื่อให้เกิดระบบที่ชัดเจน

สัมภาษณ์นางคะนิง ยอดใจดี พบว่า คือการสร้างการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอกที่เข้ามาสนับสนุนส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจในเรื่องความรู้ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติ โดยมีการจัดระบบการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มทั้งการลงมือปฏิบัติ โดยมีกระบวนการกำหนดขั้นตอนทำให้เกิดความ

ต่อเนื่องกิจกรรมของกลุ่มไม่ว่าจะเป็นด้านการประชาสัมพันธ์ การกำหนดรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ

สรุปการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์มีกระบวนการดังนี้

๑. การสร้างความเข้าใจ การรับรู้ร่วมกับกับกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจทั้งวัตถุประสงค์ เป้าหมายและผลที่จะได้รับการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์

๒. การเข้าถึง แหล่งเรียนรู้โดยเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน เข้ามาสนับสนุนพัฒนาองค์ความรู้ไปสู่การปฏิบัติ

๓. การพัฒนา การต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายจากการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ จากการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ ไม่ว่าจะเป็นด้านกระบวนการ ทักษะ การบริหารจัดการวัตถุดิบที่ สอดคล้องและเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

๔. การประเมิน จากกิจกรรมกลุ่มที่ได้ดำเนินการขับเคลื่อนโดยจะมีการประชุม ร่วมกันเดือนละ ๒ ครั้ง กรณีมีปัญหาเร่งด่วนที่จำเป็นจะต้องแก้ไขไม่ว่าจะเป็นกระบวนการผลิต การ จัดการตลาดโดยเฉพาะในด้านขจัดกระบวนการที่ไม่จำเป็นในการแปรรูปโดยให้สมาชิกเสนอปัญหา ขึ้นมาที่ได้ประสบพบในการผลิตมีผลกระทบและเป็นอุปสรรค แล้วนำเข้ามาร่วมกัน พิจารณาและ หาทางแก้ไขเพื่อให้ไม่มีอุปสรรคต่อการทำงานของสมาชิก

๔) การบริหารจัดการ

สัมภาษณ์ ผู้ใหญ่สุภัทสรณ์ พงษ์พานิช ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า จะมีการวางแผนโดยเฉพาะวัตถุดิบที่รองรับการแปรรูปก็คือกล้วย โดยการประสานงานกับกลุ่มสมาชิกที่ปลูกกล้วยโดยมีการวางแผนปลูกเพื่อให้ได้ผลผลิตต่อเนื่องและไม่ล้นตลาดทางกลุ่มจะมีการรับซื้อจาก ชุมชน และการจัดทำแผนการผลิตเพื่อไม่เกิดผลกระทบต่อการจัดเก็บโดยขอความรู้จากหน่วยงาน ภาครัฐในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็น ศูนย์การเรียนรู้นอกโรงเรียนที่มีโครงการพัฒนาชุมชนมาให้ความรู้และ แนะนำเพิ่มเติมทั้งเทคนิคและวิธีการโดยผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม โดยมีการวางแผนการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดภายนอกเพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อต้นทุน และใน ด้านการจัดสรรผลประโยชน์จะใช้แนวทางการถือหุ้นเป็นการแบ่งปันผลประโยชน์ตามสัดส่วนของหุ้น ที่เข้ามาร่วมลงในกิจกรรมการแปรรูปของกลุ่มวิสาหกิจ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความ ทันสมัยการยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานภาครัฐ

สัมภาษณ์ นางสาวรัชณี ศิริสุรพงศ์ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า จะเน้น ด้านแผนการผลิตมาเป็นอันดับแรกเพื่อไม่เกิดผลกระทบและมีปัญหากับสมาชิก และการจัดการเรียนรู้ สิ่งใหม่ให้มีความต่อเนื่องทั้งทักษะของสมาชิกและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วย โดยจะ ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐในพื้นที่และสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาเข้ามามีส่วนร่วม

สัมภาษณ์นางวิชัย ครอบงุมติ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์ พบว่า การบริหารงานของ กลุ่มจะมีการจัดทำแผนการผลิตเพื่อให้มีระบบในการทำงาน การบริหารจัดการกลุ่มทั้งค่าตอบแทน และผลประโยชน์ที่ได้รับจากการขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่ม ส่วนด้านการจัดการเรียนรู้จะเชื่อมโยง กับภาครัฐกรณีขาดความรู้ที่จะนำมาต่อยอดโดยการร้องขอให้เข้ามาช่วยอบรมเพิ่มเติม ส่วนด้าน แผนการตลาดประธานวิสาหกิจมีการศึกษาข้อมูลและวางแผนร่วมกันกับสมาชิกไม่ว่าจะเป็น การ

กำหนดราคาที่สุดค้ำกับตลาดและมีความเหมาะสมแต่เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดจึงปรับแผนการตลาดใหม่ทั้งดำเนินการผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์จากคู่ค้าเก่าที่เคยได้สั่งสินค้าไปจัดจำหน่าย โดยรับฟังข้อเสนอแนะแล้วนำมาปรับแก้ไขและมีการนำเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค

สัมภาษณ์นายโชคศักดิ์ ครอบงุมติ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์ พบว่าให้ความสำคัญของการวางแผนเป็นอันดับแรกเพราะว่าเป็นการควบคุมการผลิตไม่ให้มีผลกระทบต่อทุนในการดำเนินการด้านการจัดการเรียนทางกลุ่มจะประสานความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบโดยร้องขอสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีการพัฒนาในรูปแบบใหม่มาช่วยส่งเสริม ทั้งการจัดทำแผนการตลาดหรือแผนธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการผลิตการประชาสัมพันธ์และการประเมินติดตามผลของกลุ่ม ซึ่งสถานการณ์โรคระบาดมีผลกระทบต่อกลุ่มจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนแผนการจัดจำหน่ายที่เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน ทางกลุ่มจะเน้นการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์จากการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า

สัมภาษณ์ นางสำเนียง ครอบงุมติ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์ พบว่า อันดับแรกของกลุ่มก็คือการจัดการกลุ่มการระดมความคิดหรือข้อเสนอแนะของสมาชิกซึ่งที่ผ่านมาก็จะมีการแบ่งแยกการดำเนินงานทั้งการจัดสรรผลประโยชน์โดยยึดหยุ่นส่วน ส่วนการจัดการทำงานของสมาชิกที่ถือหยุ่นไม่มากก็จะมีการจัดสรรรายได้ให้เป็นรายวันในช่วงเข้ามาทำงานในกลุ่ม แต่เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดจึงมีการสลับเปลี่ยนกันมาปฏิบัติตามยกยอการสั่งซื้อสินค้า ทางกลุ่มจะมีการวางแผนร่วมกันกับชาวที่นำผลผลิตมาจำหน่ายโดยการจะจัดลำดับการเพาะปลูกเพื่อไม่ให้ผลผลิตล้นตลาดจะทำให้เกิดผลกระทบในการจัดเก็บและการแปรรูป นอกจากนั้นก็จะเป็นการจัดการเรียนรู้ของสมาชิกกรณีมีองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่สามารถนำต่อยอดการผลิตจากเดิมให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบใหม่ มีการผสมผสานวัตถุดิบเพิ่มเติม เช่น จากธัญพืชเป็นต้น นอกจากนั้นก็จะเป็นการจัดทำแผนการตลาด สืบเนื่องสถานการณ์โรคระบาดทางกลุ่มจึงมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านระบบออนไลน์ควบคู่กับระบบออฟไลน์ด้วย ส่วนการผลิตและการจัดการสินค้านั้นทางกลุ่มเราได้นำเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้าช่วยในการแปรรูป และมีการค้าประกันผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคกรณีเกิดปัญหาไม่ว่าจะเป็นการจัดส่งหรือเกิดการเสียหาย

สัมภาษณ์ นางสมบุญรณ์ น้ำใจดี สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า ในการบริหารจัดการกลุ่มของสมาชิกโสมจันทร์จะเริ่มจากการจัดการกลุ่มสมาชิกแล้วนำมาสู่กระบวนการจัดทำแผนการตลาดเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบทั้งต้นทุนและวัตถุดิบควบคู่กับการจัดการความรู้ของสมาชิกด้วยเพื่อจะได้นำมาประยุกต์ใช้กับการแปรรูป และมีการจัดทำแผนการตลาดโดยการศึกษาข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคปัจจุบันทั้งข้อเสนอแนะที่ได้รับกลับมาแต่ด้วยสถานการณ์โรคระบาดจึงปรับใช้การสื่อสารผ่านระบบออนไลน์เป็นหลักโดยมีฐานลูกค้าที่มียอดการสั่งซื้อช่วยประชาสัมพันธ์ให้จากช่องทางกานสื่อสารออนไลน์ ส่วนการผลิตและการจัดการสินค้านั้นจะให้ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่สามารถนำมารองรับการผลิตจากยอดการสั่งซื้อให้มีความทันสมัยมากขึ้น และบริหารจัดการเรื่องการเงินส่งเพื่อให้เกิดผลกระทบตามมาเนื่องจากผลิตภัณฑ์กลุ่มของเราจะเน้นสินค้าที่มีคุณภาพด้านสุขภาพของผู้บริโภคเป็นหลักเพราะสินค้าของกลุ่มจะไม่มีส่วนผสมของสารกันบูด ส่วนการติดตามประเมินผลจะดูจากผลตอบรับและการยอดการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นั้นส่วนผลิตภัณฑ์ที่ทำการทดสอบ

ตลาดถ้าไม่มียอดการสั่งซื้อก็จะชะลอการแปรรูปไปก่อน ส่วนการบริหารจัดการผลประโยชน์ของสมาชิกนั้นจะกำหนดเป็นค่าแรงเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานในการผลิต สุดท้ายก็จะเป็นเรื่องการจัดทำงบ โดยได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่มาให้ความรู้และวิธีการดำเนินการ เพื่อที่จะได้บริหารจัดการต้นทุนได้อย่างถูกต้อง

สัมภาษณ์นางสาววาสนา ครอบงายติ สมาชิกวิสาหกิจโสมจันทร์ พบว่า การบริหารจัดการกลุ่มของเราไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการตลาด การจัดการความรู้จะทำควบคู่กันไปแต่ด้วยสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นทำให้จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงแผนการตลาดใหม่โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลักจากการจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้าน ส่วนแผนการผลิตจะกำหนดกระบวนการจัดการวัตถุดิบที่มีความต่อเนื่องโดยประสานงานกับชาวบ้านที่ดำเนินการเพาะปลูกกล้วยให้ทั้งระยะทางการเพาะปลูกเพื่อจะได้มีวัตถุดิบในการแปรรูปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การจัดการผลิตและการจัดการสินค้าจะนำเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาช่วยในการผลิต ส่วนการจัดการสินค้านั้นทางกลุ่มระบบคลังไว้แต่จะไม่เก็บไว้มากจนเกินไปเพราะอายุของผลิตภัณฑ์ของเราจะมีระยะไม่เกิน ๑ อาทิตย์ เพราะไม่มีส่วนผสมของสารกันบูด นอกจากนี้ก็จะมีกิจกรรมผลการดำเนินงานของกลุ่มมีการประชุมงานเดือนละ ๒ ครั้งหรือ ๑ ครั้งถ้าไม่มีปัญหาในการบริหารจัดการ ส่วนการบริหารจัดการผลประโยชน์ของสมาชิกที่ได้เขาทำงานจะให้เป็นค่าแรงเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบแรงงานในการผลิต

สัมภาษณ์นางคะนิง ยอดใจดี สมาชิกวิสาหกิจชุมชนโสมจันทร์ พบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มเราเริ่มต้นจากการจัดการกลุ่มทั้งการมีส่วนร่วมและการให้ความร่วมมือ ต่อจากนั้นก็จะเป็นการจัดทำแผนการผลิต แผนการตลาด ควบคู่กับการจัดการเรียนรู้ของสมาชิก และการผลิตการจัดการสินค้าแล้วนำมาสู่ การประเมินและติดตามผลเพื่อจะได้รับรู้ปัญหาที่เกิดขึ้น ส่วนการประชาสัมพันธ์จะเน้นผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลักสืบเนื่องจากการเกิดโรคระบาด ส่วนผลประโยชน์ของสมาชิกนั้นจะเป็นจะกำหนดเป็นค่าแรงเพื่อลดปัญหาแรงงานในภาคการผลิต

สรุปกระบวนการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑. การจัดการกลุ่มทั้งการประสานงานการระดมความคิดการสร้างการมีส่วนร่วม
๒. การจัดทำแผนการผลิตเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อต้นทุนโดยจะเป็นรูปแบบที่เหมาะสม การผสมผสานร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง
๓. การจัดการเรียนรู้ ดำเนินการให้สมาชิกที่มีองค์ความรู้ในการถนอมอาหารจากภูมิปัญญาพื้นที่มาเรียนรู้เพิ่มกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อที่จะได้เทคนิควิธีการต่าง ๆ นำมาประยุกต์กับภูมิปัญญาการแปรรูปแบบเดิมของชุมชนและลงมือปฏิบัติ
๔. การจัดทำแผนการตลาด ได้แก่ ๑) การกำหนดเป้าหมายและสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก และการวางเป้าหมายที่สามารถประเมินได้ ได้แก่ การทดสอบตลาดผลตอบกลับมาของผู้บริโภคและความสอดคล้อง นำมาพิจารณาหาช่องทางที่จะดำเนินการจัดการตามแผน ๒) การกำหนดงบประมาณในการดำเนินการผลิตที่มาจากร้อยละของยอดขายจากการทดสอบตลาด ๓) พิจารณาความสามารถของผู้ถือหุ้น ๔) กำหนดคู่แข่งทางการตลาดที่มีผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันเพื่อที่จะสร้าง

ความแตกต่าง ๕) กำหนดปริมาณงานที่จะต้องดำเนินการผลิต ๖) สร้างความแตกต่างในการให้บริการกับผู้ซื้อได้แก่การรับประกันสินค้ากรณีเกิดความเสียหาย

๕. การผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่ม จากการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมโดยคำนึงถึงการเก็บรักษาในระยะยาวจึงระดมความคิดและไปศึกษากับหน่วยงานของรัฐไม่ว่าจะเป็นพัฒนาชุมชน สาธารณสุข เคหะเกษตร มาให้คำแนะนำในกระบวนการตลอดจนคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางสังคมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยมีมาตรฐานโดยยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

๖. การประชาสัมพันธ์ จะเน้นการตลาดโดยตรงจากการออกบูทแต่เนื่องสถานการณ์การโรคระบาดจึงปรับการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบออนไลน์ที่มีช่องทางการจำหน่ายหลายช่องทาง

๗. การประเมินและติดตามผล มีการประเมินผลการตอบรับผลิตภัณฑ์ที่นำออกมาจำหน่ายทั้งยอดการสั่งซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ นำมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาต่อยอดให้มีความทันสมัยตรงกับตลาดนิยมในปัจจุบัน

๘. การบริหารจัดการผลประโยชน์สมาชิก กำหนดเป็นค่าแรง เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนกำลังการผลิต โดยการมอบหมายงานและแบ่งหน้าที่ทำงานอย่างเป็นระบบในการรับผิดชอบการผลิต

๙. การบริหารจัดการงบ-บัญชี ได้รับคำแนะนำจากพัฒนาชุมชนในอำเภอเข้ามาช่วยวางแผนเพื่อจะได้บริหารจัดการต้นทุนได้อย่างถูกต้อง

๔.๑.๓ วิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุ้มทอง



๑) การจัดการความรู้

สัมภาษณ์ นางสาวสุดาวรรณ สิริวนิชย์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุ้มทอง พบว่าการจัดการความรู้ของกลุ่มให้ความสำคัญกับคน โดยการสำรวจสมาชิกที่หลากหลายอาชีพที่เข้ามาเป็นสมาชิกเพื่อที่จะได้แยกแยะความรู้พื้นฐานของแต่ละคนมีอะไรบ้างที่จำเป็นจะต้องเติมเต็มความรู้ให้ ต่อมา ก็จะเป็นกระบวนการจัดการความรู้โดยมีขั้นตอน ก็คือ การจัดหาความรู้และแหล่งความรู้ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนและภาคเอกชน และต่อมาก็จะเป็นการแบ่งปันความรู้ทั้งเทคนิคและวิธีการโดยการวางหลักไว้ ๔ อย่างก็คือ ๑) รู้ในเรื่องอะไร ๒) รู้วิธีการ ๓) รู้เหตุผลของในเรื่องที่จะลงมือทำ ๔) ตั้งใจและใส่ใจในสิ่งที่เรียนรู้ เมื่อวางหลักการจัดการความรู้แล้ว ก็จะเป็นการเผยแพร่ความรู้ คือการจัดกิจกรรมในพื้นที่โดยมีภาครัฐเข้าร่วมเพื่อให้ประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจเข้ามาร่วม

กิจกรรมได้ทางเราจะเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้สมาชิกและบุคคลภายนอกได้เข้ามาศึกษาไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เกษียรจากงานมีเวลาต้องการเข้าศึกษาก็จะแยกประเภทกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ^{๑๖}

สัมภาษณ์ นายชาติรี รักธรรม สมาชิกกลุ่ม ในฐานะเป็นผู้ดูแลวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง ทั้งเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ การจัดกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มเราจะให้ความสำคัญของคน มาเป็นอันดับแรก โดยการสำรวจพื้นฐานทักษะความรู้โดยเฉพาะด้านการจัดการเกษตรซึ่งทางกลุ่มของเราจะเป็นการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยฉะนั้นเมื่อมีสมาชิกเข้ามาร่วมจำเป็นจะต้องจัดการความรู้ให้ถูกต้องตามความสามารถและองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลแต่ละคนที่เข้ามาเป็นสมาชิก ต่อจากนั้นเป็นจัดหาความรู้และแหล่งความรู้ที่สมาชิกสามารถเรียนรู้ได้จากการเข้ามาสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐและการแบ่งปันความรู้ทั้งเทคนิคและวิธีการโดยเราจะวางหลักการไว้ ๔ ประการ คือ ๑) รู้ในเรื่องอะไร ๒) รู้วิธีการ ๓) รู้เหตุผลของในเรื่องที่จะลงมือทำ ๔) ตั้งใจและใส่ใจในสิ่งที่เรียนรู้ เมื่อวางหลักการแล้วก็จะนำไปสู่วิธีการนำความรู้ไปปฏิบัติ ต่อมาก็จะเป็นการเผยแพร่ความรู้ทางกลุ่มเรามีสถานที่จัดกิจกรรมให้กับสมาชิกโดยจะมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐทั้งในและนอกพื้นที่เข้ามามีส่วนในการส่งเสริมองค์ความรู้ต่าง ๆ แต่เนื่องด้วยสถานการณ์โรคระบาดกระบวนการต่าง ๆ ทางกลุ่มก็มีการปรับเปลี่ยนวิธีการทั้งการทำคู่มือชุดความรู้ขึ้นเพื่อสมาชิกหรือผู้มีความสนใจนำไปศึกษาเพิ่มเติมได้อีกประการหนึ่งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการความรู้ที่สามารถสมาชิกสามารถเข้าไปศึกษาเพิ่มเติมโดยผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook เพื่อให้สมาชิกได้เรียนรู้เพิ่มเติมจากข้อมูลที่ได้นำเสนอลงไป และสื่อออนไลน์อื่น ๆ^{๑๗}

สัมภาษณ์ นางสาวสุจิตรา วิหกมาส เลขานุการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า จาก การเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทองตั้งแต่เริ่มต้น ทางประธานและผู้ดูแลก็จะมี การสำรวจ ความรู้ความสามารถพื้นฐานความรู้เดิมที่มีอยู่โดยเฉพาะด้านการเกษตรเนื่องจากวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วย อยู่ทองจะเน้นไปด้านการพัฒนาทางการเกษตรปลอดภัย เมื่อมีการสำรวจความรู้แล้วทาง ประธานและผู้ดูแลก็จะกระบวนการจัดการความรู้ ก็คือ การจัดหาความรู้และแหล่งความรู้ที่เราขาด องค์ความรู้เพื่อให้สอดคล้องกับการลงมือปฏิบัติของเราโดยจะมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาร่วมส่งเสริมทำให้สมาชิกได้ความรู้ที่หลากหลายมากขึ้น เช่นกระบวนการเพาะปลูกพืชแต่ละประเภท การผสมปุ๋ยที่ ปลอดภัยและทำให้พืชมีการเจริญเติบโตเป็นต้น ส่วนกระบวนการทั้งการจัดหาแหล่งความรู้ และการ แบ่งปันความรู้ คือการถ่ายทอดเทคนิคขั้นตอนและวิธีการต่าง ๆ โดยยึดหลัก ๔ ประการ คือ ๑) รู้ใน เรื่องอะไร ๒) รู้วิธีการ ๓) รู้เหตุผลของในเรื่องที่จะลงมือทำ ๔) ตั้งใจและใส่ใจในสิ่งที่เรียนรู้^{๑๘}

^{๑๖} สัมภาษณ์ นางสาวสุดาวรรณ สิริวนิชย์, ประธานกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง, เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^{๑๗} สัมภาษณ์ นายชาติรี รักธรรม, สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง, เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^{๑๘} สัมภาษณ์ นางสาวสุจิตรา วิหกมาส, เลขานุการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง, เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

สัมภาษณ์ นายอำนาจ บุญพรหม กรรมการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า การจัดการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทองนั้น ในด้านการจัดการเรียนรู้ทางกลุ่มเราจะให้ความสำคัญการจัดการความรู้ที่เป็นพื้นฐานของคนมาเป็นอันดับแรกเพื่อที่จะได้ปรับพื้นฐานความรู้ให้สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม เพราะกลุ่มของเราเป็นเกี่ยวกับผลผลิตทางการเกษตรฉะนั้นสมาชิกทุกคนที่เข้าร่วมจำเป็นจะต้องมีพื้นฐานความรู้ด้านการเกษตร การจะจัดการความรู้จะต้องสำรวจความรู้เดิมที่มีอยู่ก่อนเพื่อที่จะได้จัดการเรียนรู้ให้ถูกต้อง ต่อมา ก็จะเป็นการจัดการหาแหล่งความรู้ตั้งแต่เบื้องต้นจนถึงกระบวนการที่มีความซับซ้อนมากขึ้นเราจะมีฐานการเรียนรู้ต่าง ๆ ในพื้นที่และร่วมกับหน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยสนับสนุนอบรมเพิ่มเติมเพื่อให้สมาชิกได้มีความรู้เพิ่มขึ้น เมื่อจัดการแหล่งเรียนรู้แล้วก็จะนำมากระบวนการแบ่งปันความรู้ทั้งเทคนิคและวิธีการจากการลงมือปฏิบัติ โดยมีหลักเกณฑ์ ๔ ประการคือ ๑) รู้ในเรื่องอะไร ๒) รู้วิธีการ ๓) รู้เหตุผลของในเรื่องที่จะลงมือทำ ๔) ตั้งใจและใส่ใจในสิ่งที่เรียนรู้ ที่จะทำให้การเรียนรู้ของสมาชิกประสบความสำเร็จสามารถนำไปปฏิบัติได้ทั้งที่บ้านหรือวิสาหกิจของกลุ่ม^{๑๙}

สัมภาษณ์ นางสาวกิ่งแก้ว ชาวไร่เหนือ เพรียญญิก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า การจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทองนั้นทางกลุ่มได้ดำเนินการมาตั้งแต่เริ่มต้นก็คือ การให้ความสำคัญความรู้พื้นฐานของคนมาเป็นอันดับแรกก่อนเพราะวิสาหกิจของเราจะเป็นการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยจำเป็นจะต้องมีพื้นฐานความรู้ด้านการเกษตร เพราะสมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มมีความหลากหลายอาชีพไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ทำงานหรือว่างงานและขาดรายได้ ทางกลุ่มจึงมีช่องที่จะสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรโดยเน้นในเรื่องความปลอดภัย เมื่อมีการสำรวจแล้วก็จะกระบวนการจัดการความรู้เราแยกออกเป็น ๒ ส่วนก็คือ ๑) การจัดหาความรู้และแหล่งเรียนรู้ ที่สมาชิกสามารถเรียนรู้และลงมือปฏิบัติควบคู่กันไป ซึ่งพื้นที่วิสาหกิจของเรามีแหล่งเรียนรู้หลายอย่างทั้งการบริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นการผสมปุ๋ย การบริหารจัดการน้ำเรามีแหล่งเรียนรู้ที่สมาชิกสามารถเข้าไปศึกษาได้ในพื้นที่ มีฐานการเรียนรู้แต่ละชุดโดยแยกประเภท ต่อมา ก็จะเป็นเรื่องของ ๒) การแบ่งปันความรู้ โดยจะมีสมาชิกในกลุ่มที่มีประสบการณ์มาช่วย และหน่วยงานภาครัฐก็เข้ามาสนับสนุนส่งเสริม เช่น เกษตรอำเภอเป็นต้น การแบ่งปันความรู้ จะเน้นวิธีการและเทคนิคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำเกษตร โดยมีการวางหลักไว้ ๔ ประการคือ (๑) รู้ในเรื่องอะไร (๒) รู้วิธีการ (๓) รู้เหตุผลของในเรื่องที่จะลงมือทำ (๔) ตั้งใจและใส่ใจในสิ่งที่เรียนรู้ ๔ ประการนี้จะทำให้สมาชิกมีทักษะและความรู้เพิ่มเติมในการนำไปปฏิบัติ และมีการประเมินผลการเรียนรู้โดยการให้ทดลองปฏิบัติเพื่อจะได้นำมาปรับเปลี่ยนและหาวิธีการเทคนิคต่าง ๆ ให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจได้ดีขึ้น^{๒๐}

^{๑๙} สัมภาษณ์ นายอำนาจ บุญพรหม, กรรมการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง, เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^{๒๐} สัมภาษณ์ นางสาวกิ่งแก้ว ชาวไร่เหนือ, เพรียญญิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง, เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

สัมภาษณ์ นายพิภพ เวียงคำ กรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า การจัดการความรู้ของกลุ่มเราจะวางหลักไว้เบื้องต้นอันดับแรกก็คือ คน เป็นการจัดการความรู้ การจะพัฒนาความรู้จำเป็นจะต้องมีการสำรวจพื้นฐานความรู้ก่อน ไม่ว่าจะป็นสมาชิกที่เข้าร่วมหรือบุคคลทั่วไปเพื่อที่จะได้วางระบบการเรียนรู้ได้ถูกต้องถูกคน และตรงกับความต้องการของสมาชิกด้วย ดังนั้นในส่วนนี้เราจะมีกระบวนการจัดการความรู้ ๒ ประการ คือ ประการแรกการจัดการความรู้และการจัดหาแหล่งเรียนรู้ การจัดการความรู้ที่เราจะประสานงานความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐเข้ามาช่วยสนับสนุนและสมาชิกที่มีประสบการณ์เข้ามาร่วมให้การถ่ายทอดด้วย ส่วนแหล่งการเรียนรู้เรามีฐานการเรียนรู้หลายแหล่ง เช่น แหล่งถ่ายทอดความรู้ด้านพืช แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จุดเรียนรู้เรื่องพลังงานทดแทน เป็นต้น ซึ่งทางกลุ่มเราได้จัดฐานการเรียนรู้เพื่อให้มีความรู้ครบถ้วนในการลงมือปฏิบัติของสมาชิก ส่วนการจัดการความรู้ประการที่ ๒ การแบ่งปันความรู้ จะเน้นวิธีการและเทคนิคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำเกษตร โดยมีการวางหลักไว้ ๔ ประการคือ ๑) รู้ในเรื่องอะไร ๒) รู้วิธีการ ๓) รู้เหตุผลของในเรื่องที่จะลงมือทำ ๔) ตั้งใจและใส่ใจในสิ่งที่เรียนรู้ ทั้ง ๔ ประการนี้ก็จะมีการเรียนรู้จากแหล่งที่ทางวิสาหกิจได้วางไว้เพื่อให้สมาชิกสามารถเข้ากระบวนการเรียนได้เร็วขึ้นจากภาคทฤษฎีมาสู่การลงมือปฏิบัติ^{๒๑}

สัมภาษณ์ นายพงษ์ศิลา หวังวก สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า ในฐานะเป็นคนรุ่นใหม่และมีพื้นเพเป็นคนในพื้นที่ได้เข้ามาเป็นสมาชิกและอยากจะเรียนรู้การทำเกษตรจึงเข้าร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง ตนมีความสนใจที่จะเพิ่มรายได้อีกช่องทางหนึ่งและพื้นที่ก็ไม่ไกลจากบ้านสามารถเดินทางไปกลับได้ การเข้ามาเรียนรู้จากการจัดการเรียนรู้ของวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทองเริ่มต้นจากการประเมินความรู้ของเราก่อนว่ามีพื้นฐานด้านการเกษตรอะไรบ้าง หลังจากนั้นทางวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง ก็จะเป็นการจัดการความรู้ที่เรายังไม่มีความรู้ตั้งแต่เบื้องต้นไม่ว่าจะเป็นประเภทของพืช การใช้ปุ๋ย การผสมสูตรและเทคนิควิธีการต่าง ๆ โดยจะมีแหล่งให้เรียนรู้ตามจุดต่าง ๆ เพื่อให้เราได้ลงมือปฏิบัติควบคู่กับการจัดการความรู้ไปด้วย นอกจากนั้นยังมีหน่วยงานของรัฐได้เข้ามาสนับสนุนส่งเสริมทักษะด้านการเกษตรเพิ่มเติม ต่อมาจะเป็นในเรื่องเทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการทำเกษตรเพื่อให้ได้ผลผลิตตามเป้าหมายโดยทางกลุ่มจะวางหลักการแบ่งปันความรู้ไว้ ๔ ประการ คือ ๑) รู้ในเรื่องอะไร ๒) รู้วิธีการ ๓) รู้เหตุผลของในเรื่องที่จะลงมือทำ ๔) ตั้งใจและใส่ใจในสิ่งที่เรียนรู้ ๔ ประการนี้เป็นฐานความรู้ที่สามารถนำไปปฏิบัติโดยกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทองจะแหล่งเรียนรู้ที่เป็นฐานการศึกษา เช่น แหล่งถ่ายทอดความรู้ด้านพืช การปลูกพืชในระบบโรงเรือน จุดเรียนรู้เรื่องดิน-ปุ๋ยและ จุดเรียนรู้เรื่องพลังงานทดแทน เป็นต้น แหล่งเรียนรู้ที่ได้กล่าวมานี้ทำให้เราสามารถเรียนรู้ได้ตลอดทั้งการทดสอบ ทดลองทำให้เกิดทักษะการทำเกษตร^{๒๒}

^{๒๑} สัมภาษณ์ นายพิภพ เวียงคำ, กรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง, เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

^{๒๒} สัมภาษณ์ นายพงษ์ศิลา หวังวก, สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง, เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

สรุปการจัดการความรู้กลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุ้มทอง

ความรู้คือ สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษา เล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถ เชิงปฏิบัติและทักษะความเข้าใจ หรือ สารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์ สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ ฟัง การคิด หรือ การปฏิบัติ องค์กรวิชาในแต่ละสาขาที่ได้ถ่ายทอดและนำไปสู่การปฏิบัติทำให้เกิดทักษะและความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมเกิดการพัฒนาไปสู่องค์ความรู้ใหม่ ๆ ตลอดจนเทคนิควิธีการที่ดีขึ้น การจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุ้มทอง โดยมีการวางหลักไว้ดังนี้

๑. คน การประเมินความรู้ของสมาชิกเพื่อที่จะได้การจัดการความรู้ที่มีอยู่ในตัวของคน ทั้งพื้นฐานและความรู้ที่มีอยู่เพื่อจะนำไปสู่การจัดการเรียนรู้ที่ถูกต้องเป็นไปตามกระบวนการที่ได้วางไว้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุ้มทองโดย



ภาพประกอบที่ ๔.๘ การจัดการความรู้สมาชิกและบุคคลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุ้มทอง

๒. กระบวนการ (Process) เน้นในด้านขั้นตอนของการให้ความรู้สมาชิกที่เข้าร่วมอบรมสอดคล้องกับการนำไปใช้และเกิดผลสำเร็จในการปฏิบัติทั้งจากแหล่งความรู้ภายในและภายนอก โดยมีองค์ประกอบอยู่ ๓ ขั้นตอน คือ

๒.๑ การจัดหาความรู้และแหล่งความรู้ต่าง ๆ ให้สมาชิกได้รับความรู้มีทั้งแหล่งข้อมูลที่อยู่ในพื้นที่และแหล่งข้อมูลที่อยู่นอกพื้นที่ เชิงวิทยากรที่มีทักษะความรู้เฉพาะด้านในแต่ละด้านมาให้การถ่ายทอดเทคนิคต่าง ๆ โดยเชื่อมโยงกับภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนถ่ายทอดความรู้ และมีแหล่งการเรียนรู้ในพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุ้มทอง ได้แก่ ๑) แหล่งถ่ายทอดความรู้ด้านพืช ๒) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ๓) จุดเรียนรู้เรื่องดิน-ปุ๋ย ๔) จุดเรียนรู้เรื่องพลังงานทดแทน ๕) การปลูกพืชในระบบโรงเรือน ๖) การจัดการระบบน้ำ อัตโนมัติ (IOT) พืชใช้น้ำน้อย อย่างมีประสิทธิภาพ ๗) แหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ๘) แปรรูปสินค้าการเกษตร



ภาพประกอบที่ ๔.๙ กิจกรรมการแบ่งปันความรู้จากหน่วยงานภาครัฐวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทุม

๒.๒ การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) เป็นการให้ความรู้แก่สมาชิกจากเทคนิคและวิธีการต่าง ๆ ในศูนย์การเรียนรู้ของวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทุมเป็นการถ่ายทอดความรู้ร่วมกันโดยได้วางหลักอยู่ ๔ อย่าง คือ ๑) รู้ในเรื่องอะไร ๒) รู้วิธีการ ๓) รู้เหตุผลของในเรื่องที่จะลงมือทำ ๔) ตั้งใจและใส่ใจในสิ่งที่เรียนรู้ เพื่อนำไปปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการลงมือทำ จะเน้นในเรื่องความเข้าใจและบริบทของผู้เข้าร่วมเรียนรู้ตลอดจนเป้าหมายที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนก็คือการลงมือปฏิบัติแล้วเกิดผลสัมฤทธิ์และสร้างรายได้กับสมาชิก



ภาพประกอบที่ ๔.๑๐ กิจกรรมส่งเสริมความรู้และการแบ่งปันความรู้ของวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทุม

๒.๓ การเผยแพร่ความรู้ การสร้างเครือข่ายร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุนจัดกิจกรรมให้กับสมาชิกโดยจะมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐทั้งในและนอกพื้นที่เข้ามามีส่วนในการส่งเสริมองค์ความรู้ให้กับสมาชิกทั้งวิธีการและเทคนิค



ภาพประกอบที่ ๔.๑๑ การเผยแพร่ความรู้ให้กับสมาชิกและบุคคลภายนอกกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทอง

๓. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) การรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้ลงในสื่อเพื่อให้สมาชิกได้ไปศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติม และสมาชิกสามารถเข้าถึงได้ง่าย เนื่องสถานการณ์โรคระบาดการจัดการความรู้จำเป็นจะต้องอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยสนับสนุนส่งเสริมความรู้อีกทางหนึ่งไม่ว่าจะเป็นการประสานงานหรือขอคำแนะนำเทคนิควิธีการต่าง ๆ สามารถติดต่อสื่อสารกันรวดเร็วขึ้น ทั้งการสร้างกลุ่มและการเผยแพร่สาธารณะ

๒) การพัฒนาทักษะ

สัมภาษณ์ นางสาวสุดาวรรณ สิริวนิชย์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทอง พบว่ากลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทองของเราจะเน้นกระบวนการแปรรูปเทคนิคและวิธีต่าง ๆ เป็นการถ่ายทอดนวัตกรรมให้สมาชิก เป็นการกระตุ้นให้สมาชิกได้พัฒนาความคิดผลผลิตที่เหลือใช้แล้วนำมาโดยยึดหลัก ๒ ประการคือ ๑) เหลือใช้ ๒) การเพิ่มมูลค่า ทักษะด้านการจัดการต้นทุน เพื่อให้สมาชิกสามารถบริหารจัดการได้อย่างถูกต้องในการลงมือปฏิบัติ ต่อมาเป็นการสร้างตัวอย่าง การถ่ายทอดเทคนิควิธีการต่าง ๆ เพื่อให้สมาชิกได้เห็นขั้นตอนแล้วนำไปปฏิบัติ ทั้งการนำนวัตกรรมมาใช้โดยมีตัวอย่างนำมาประกอบการเรียนรู้ให้กับสมาชิกในการพัฒนาทักษะ

สัมภาษณ์ นายชาติรี รักรธรรม สมาชิกกลุ่ม พบว่า การพัฒนาทักษะทางกลุ่มวิสาหกิจส่วน กล้วยจะเน้น ๑) การถ่ายทอดนวัตกรรม โดยมีแนวทาง ๒ ประการ คือ (๑) เหลือใช้ (๒) การเพิ่ม มูลค่า เพื่อให้สมาชิกได้มีองค์รู้ที่จะนำไปต่อยอดและลงมือปฏิบัติได้ ๒) การจัดการต้นทุน ถือเป็น ทักษะสำคัญอย่างยิ่งสำหรับสมาชิกจะทำให้สามารถบริหารจัดการมาเป็นฐานข้อมูลในการจะลงมือ แปรรูป ผลผลิตเพื่อให้สมาชิกสามารถบริหารจัดการได้อย่างถูกต้องไม่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายหรือ ทุนที่ดำเนินการ อีกประการหนึ่งทำให้สมาชิกทุกคนคำนึงถึงกระบวนการแปรรูปตั้งแต่ ต้นน้ำ กลาง น้ำ และปลายน้ำ มีผลอย่างไรต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิต ๓) การสร้างตัวอย่าง ของเราเป็น การถ่ายทอดเทคนิค วิธีการต่าง ๆ ของการทำเกษตร จากการทำเกษตรเทคนิคกระบวนการในด้าน อาชีพให้แก่สมาชิกให้ประสบความสำเร็จแล้วนำมาเป็นแบบอย่างให้กับสมาชิกต่อไปได้ศึกษาเรียนรู้

สัมภาษณ์ นางสาวสุจิรา วิหกมาส เลขานุการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่าการ พัฒนาทักษะของสมาชิกเพื่อให้มีความสามารถในการบริหารจัดการที่ถูกต้องทางวิสาหกิจชุมชนสวน กล้วยได้วางหลักไว้ ๓ อย่าง คือ ๑) การถ่ายทอดนวัตกรรม โดยยึดหลัก ๒ ประการคือ เหลือใช้และ สร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้สมาชิกจะได้มีทักษะการบริหารจัดการสิ่งที่อยู่รอบตัวให้เกิดประโยชน์สูงสุด ๒) การพัฒนาทักษะด้านการจัดการต้นทุน เพื่อให้สมาชิกได้รู้กระบวนการในการจัดการ ต้นทุนที่ ถูกต้องและมีความรอบคอบมากขึ้นเมื่อนำปฏิบัติให้เกิดความคุ้มค่า ๓) การสร้างตัวอย่าง ทั้งเทคนิค วิธีการ โดยมีแหล่งเรียนรู้ให้เห็นและให้สมาชิกสามารถลงมือปฏิบัติโดยจะมีตัวอย่างความสำเร็จ ของ สมาชิกมาให้ศึกษา

สัมภาษณ์ นายอำนาจ บุญพรหม กรรมการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า กระบวนการการพัฒนาทักษะของกลุ่มวิสาหกิจของเราจะเน้นการถ่ายทอดนวัตกรรม เนื่องจากกลุ่มของ เราเป็นการบริหารจัดการด้านการเกษตรเป็นหลักสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้สมาชิกมีทักษะจำเป็น จะต้องเรียนรู้วิธีการที่ถูกต้องและนำไปสร้างมูลค่าได้ โดยมีแนวทางในการถ่ายทอดนวัตกรรม คือ สิ่ง ที่เหลือใช้ และ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากสิ่งที่เหลือใช้อย่างไร ต่อมาเป็นการจัดการต้นทุนโดยมีวิธีการ ขึ้นตอนการจัดการต้นทุนเพื่อให้สมาชิกสามารถบริหารจัดการได้อย่างถูกต้องและรอบคอบในการ ทำงาน ประการสุดท้ายก็คือการสร้างตัวอย่าง การถ่ายทอดเทคนิคกระบวนการในด้านอาชีพให้แก่ สมาชิกให้ประสบความสำเร็จ เป็นแบบอย่างในการพัฒนาทักษะให้เพื่อนสมาชิกได้ศึกษาเรียนรู้จาก ตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จแล้วนำไปปฏิบัติได้

สัมภาษณ์ นางสาวกิ่งแก้ว ชาวไร่เหนือ เทรย์ญิก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า การพัฒนาทักษะของกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทองของเรานั้นจะเน้นไปในด้านการบริหาร จัดการที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อให้สมาชิกมีความสามารถในการจัดการ เบื้องต้นจะเน้นการ พัฒนาทักษะอยู่ ๓ ด้าน คือ ๑) การใช้นวัตกรรม โดยมีกระบวนการ ๒ ขั้นตอนก็คือ สิ่งที่เหลือใช้และ นำมาสร้างมูลค่าโดยนำเอานวัตกรรมใช้จากการถ่ายทอดเทคนิควิธีการต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน กล้วยอยู่ทองเพื่อให้สมาชิกสามารถนำไปปฏิบัติได้ ๒) การบริหารจัดการต้นทุนทุกครั้งเมื่อสมาชิกใหม่ เข้ามาก็จะให้ความรู้ในด้านเนื้อเพื่อให้เข้าใจกระบวนการในการจัดการที่ถูกต้องไม่ว่าจะเป็นการจัด กิจกรรมถ่ายทอดทั้งทางทฤษฎีและทางปฏิบัติ เพื่อให้สมาชิกได้เข้าถึงต้นทุนในการผลิตและความ คุ้มค่าจะทำให้เกิดความรอบคอบในการวางแผน ๓) การสร้างตัวอย่าง เป็นต้นแบบให้สมาชิกปฏิบัติ ตามไม่ว่าจะเป็นเทคนิควิธีการ และแหล่งเรียนรู้ที่มีอยู่ในวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วย

สัมภาษณ์ นายพิภพ เวียงคำ กรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทอง พบว่า ในฐานะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจได้มีการระดมความคิดและร่วมกันดำเนินการพัฒนาสมาชิกกลุ่มได้ เล็งเห็นความสำคัญของการให้ความรู้และสร้างทักษะให้กับสมาชิกเพื่อนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ขั้นตอนการพัฒนาทักษะของกลุ่มอันดับแรกรู้จักการใช้นวัตกรรม โดยมีกรอบในการพัฒนา ๒ ประการ คือ ๑.สร้างจากสิ่งที่เหลือใช้ ๒ ทำให้เกิดมูลค่า ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดทักษะในการมองเห็นช่องทางในการทำงานของสมาชิกได้แล้วนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ประการที่ ๒ ให้ความรู้ ในด้านการจัดการต้นทุน เพราะถ้าไม่เข้าใจในการจัดการต้นทุนปัญหาจะตามมาก็คือผลกระทบทาง รายได้ ดังนั้นทางกลุ่มจึงเน้นย้ำให้สมาชิกมีความเข้าใจในเรื่องนี้เพื่อให้เกิดการวางแผนให้มีความ รอบคอบตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ จะทำให้สมาชิกศึกษาข้อมูลแล้วนำมาประเมินความคุ้มค่าได้ ประการสุดท้ายก็คือ การสร้างตัวอย่าง เป็นการทำให้เห็นความสำเร็จจากกระบวนการที่ได้ดำเนินการ มาเพื่อให้สมาชิกได้นำไปปฏิบัติให้เป็นระบบแบบแผนเดียวกันจะทำให้เกิดการเรียนรู้จากตัวอย่างที่ทำ ให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์

สัมภาษณ์ นายพงษ์ศิลา หวังวง สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทอง พบว่า ในฐานะผม เป็นคนรุ่นใหม่ได้เข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มได้รับความรู้ที่หลากหลายจากการทำเกษตรรวมเทคนิค วิธีการต่าง ๆ ทำให้เห็นช่องทางในการจัดการมากขึ้น จากการเข้ามาได้รับการพัฒนาทางด้านทักษะ โดยการนำนวัตกรรมมาวิธีการอะไรที่จะสร้างและพัฒนาเป็นนวัตกรรมโดยทางวิสาหกิจได้ให้ความรู้ และเทคนิคต่าง ๆ จากสิ่งที่นำมาเป็นแบบอย่างโดยให้แนวคิด การนำนวัตกรรมมาใช้คือ ๑) สิ่งที่เหลือ ใช้ ๒) สร้างมูลค่าเพิ่ม ๒ ประการแรกนี้เป็นการหาวิธีการและให้แนวทางในการพัฒนา กับสมาชิกทั้ง การจัดกิจกรรมให้ความรู้เทคนิคและวิธีการต่าง ๆ ทำให้สามารถพัฒนาและนำนวัตกรรมมา ประยุกต์ใช้ได้กับวัสดุต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเราเป็นการสร้างสรรค์ความคิด ต่อมาเป็นการพัฒนาทักษะ ด้านการจัดการต้นทุน ทั้งการผลิตและการจัดจำหน่าย ให้มีการบริหารจัดการที่รอบคอบอาศัยข้อมูล ทุกด้านมาประกอบในการศึกษาและบริหารจัดการต้นทุนอันนี้ถือว่าทำให้ได้เปิดกว้างทางความคิดใน การลงมือปฏิบัติ ประการสุดท้ายการสร้างตัวอย่าง เกิดจากกระบวนการดำเนินการที่เป็นต้นแบบที่ ถูกต้องและประสบผลสำเร็จในการดำเนินการมาเป็นแบบอย่างให้สมาชิกได้ศึกษาและปฏิบัติตาม เช่น การจัดทำแหล่งเรียนรู้ ในฐานต่าง ๆ เป็นต้น

สรุปการพัฒนาทักษะกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทอง

กระบวนการพัฒนาทักษะเพื่อนำความรู้ไปปฏิบัติได้และเกิดความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการมี การวางแผนขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑. การถ่ายทอดนวัตกรรม จะเน้นในด้านกระบวนการแปรรูปให้มีความสำคัญกับการ นำทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ที่มีจำนวนมากจะทำอย่างไรให้เกิดมูลค่าขึ้นมาโดยเน้นการให้ความรู้ในการ แปรรูปสินค้าให้กับสมาชิกเพื่อให้เห็นช่องทางของการพัฒนาและเป็นการกระตุ้นให้สมาชิกได้พัฒนา ความคิดจากผลผลิตที่เหลือใช้นำมาสู่การแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยเน้น ๒ ประเด็น หลัก คือ ประเด็นที่ ๑) เหลือใช้ จะทำอย่างไรให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากสิ่งที่มีอยู่ เพื่อให้สมาชิกมีการ วางแผนก่อนที่จะดำเนินการแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ประเด็นที่ ๒) เพิ่มมูลค่า จะทำอย่างไรให้ผลผลิต เพิ่มมูลค่าขึ้นกว่าเดิม และให้มีคุณค่า เป็นโจทย์ให้สมาชิกทุกคนช่วยกันนำไปคิดวิเคราะห์เพื่อจะได้

สังเคราะห์องค์ความรู้และประสบการณ์ของสมาชิกแต่ละคนออกมาเป็นการระดมความคิดนำไปสู่กระบวนการปฏิบัติ

๒. การจัดการต้นทุน/ ขบวนการ / แรงงาน ทุกครั้งก่อนจะดำเนินกิจกรรมใด ๆ ก็ตาม วิสาหกิจชุมชนก็จะให้แนวทางกับสมาชิกในการลงมือปฏิบัติเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการรวมกลุ่ม อันก่อให้เกิดการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายตามมาและจะทำให้มีปัญหาความขัดแย้งในด้านผลประโยชน์ โดยเฉพาะรายรับของสมาชิก ฉะนั้นทางวิสาหกิจจำเป็นต้องให้สมาชิกทุกคนได้มีกระบวนการบริหารจัดการจัดการที่ถูกต้อง โดยการให้ความรู้เรื่องของการจัดการต้นทุน ขบวนการ ตลอดจนแรงงานที่เข้ามาร่วมดำเนินการ มาเป็นฐานข้อมูลทำให้สมาชิกทุกคนคำนึงถึงกระบวนการแปรรูปตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ มีผลอย่างไรต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิต จะได้มีการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอน ไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการผลิต

๓. การสร้างตัวอย่าง การถ่ายทอดเทคนิคกระบวนการในด้านอาชีพแก่สมาชิกให้ประสบความสำเร็จในหลากหลายโดยมีแหล่งเรียนรู้ให้สมาชิกสามารถนำไปปฏิบัติตามแยกตามประเภทเพื่อให้เกิดทักษะในการปฏิบัติงานไม่ว่าจะเป็น การจัดทำปุ๋ยจากสิ่งที่เหลือนำมาบริหารจัดการโดยมีขั้นตอนและวิธีการให้ปฏิบัติสามารถนำไปใช้ได้ เป็นต้น

๓) การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ

สัมภาษณ์ นางสาวสุดาวรรณ สิริวนิชย์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า กระบวนการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติเป็นการดำเนินการให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนการมีส่วนร่วมของกลุ่มจะทำอย่างไรที่จะให้สมาชิกได้เห็นเป้าหมายร่วมกันและมีแนวคิดร่วมกันโดยคำนึงถึงสิ่งที่จะเกิดประโยชน์กับสมาชิกตลอดจนการยอมรับในกระบวนการที่จะขับเคลื่อนร่วมกันในการพัฒนาไปสู่เป้าหมายที่ได้วางร่วมกันทางกลุ่มเรามีการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติเน้นไปที่ตัว ๑) บุคคล ในด้านความต้องการเป็นหลักโดยเฉพาะความมั่นคงทางรายได้จะอย่างไรให้เห็นความเป็นไปได้จากการเข้ามาร่วมกลุ่มสมาชิก ๒) ผลประโยชน์ที่จะทำให้เขาได้รับเมื่อเข้ามาแล้วสิ่งที่จะได้รับคืออะไรโดยการสร้างเครือข่ายร่วมกันจากสมาชิกที่มีความหลากหลายอาชีพแลกเปลี่ยนเรียนรู้ไปสู่การจัดการความรู้ของกลุ่มให้สอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรมโดยมี ๔ มิติดังนี้ คือ มีรายได้เพิ่ม ลดรายจ่ายและสร้างรายได้ประจำและสุดท้ายผลประโยชน์ด้านจิตใจ เป็นกระบวนการสำคัญที่จะขับเคลื่อนกิจกรรมกลุ่มไปสู่การปฏิบัติทำให้สมาชิกคนได้รับผลประโยชน์

สัมภาษณ์ นายชาติรี รักรธรรม สมาชิกกลุ่ม พบว่า การสร้างความเข้าใจและผลประโยชน์ที่จะได้รับเป็นกระบวนการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ โดยให้ความสำคัญกับบุคคลและความต้องการจะมีกระบวนการอะไรที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมโดยเฉพาะความมั่นคงทางด้านรายได้ให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์ โดยการวางเป้าหมายร่วมกัน ประการที่ ๒ ผลประโยชน์ถ้าพูดแล้วอาจจะขัดกับกระบวนการแต่ถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้เกิดการขับเคลื่อนได้ โดยวางกรอบไว้ ๔ มิติ คือ มีรายได้เพิ่ม ลดรายจ่ายและมีรายได้ประจำ ทำให้สมาชิกทุกคนสามารถมองเห็นเป้าหมายของตนเองได้จากการรวมกลุ่ม ขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ ประการสุดท้ายสิ่งที่ทำให้เกิดความสบายใจคือ ประโยชน์ทางด้านจิตใจทำแล้วมีความสุขไม่มีผลกระทบในการปฏิบัติงาน เช่นมีรายได้เพิ่ม โดยมีกระบวนการนำกิจกรรมที่หลากหลายมาร้อยรวมกันเป็นห่วงโซ่จากพื้นที่ในชุมชนเข้ามาร่วมกลุ่มกับ

วิสาหกิจ เช่นกลุ่มคนเลี้ยงวัวจะอย่างไรให้เขาสามารถนำผลผลิตจากวัวมาจำหน่ายได้และมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเลี้ยงวัว เช่นซื้อวัว สามารถนำมาจำหน่ายในราคาสมาชิกเพื่อแลกเปลี่ยนกับกลุ่มสมาชิกที่อื่นที่นำซื้อวัวไปเป็นส่วนผสมของการทำปุ๋ยอินทรีย์ของสมาชิกแล้วนำไปจำหน่ายต่อหรือนำไปเป็นส่วนผสมของปุ๋ยที่ผลิตขึ้นมาในสมาชิกที่มีองค์ความรู้ด้านปุ๋ยอีกช่องทางหนึ่ง เป็นการร้อยเรียงห่วงโซ่กลุ่มสมาชิกที่เข้ามาয়วิสาหกิจทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากสิ่งที่เหลือใช้ให้เกิดประโยชน์ได้หลากหลายนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมจากสิ่งของเหลือใช้นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง ต่อมาลดรายจ่าย คือการแบ่งเบาภาระค่าจ่ายที่ไม่จำเป็นออกโดยนำเสนอทางออกที่สมาชิกสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของวิสาหกิจและมีช่องทางที่จะไม่ทำให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มจากอาชีพที่ตนประกอบการและการปันผลจากค่าแรงขั้นต่ำก่อนเป็นอันดับแรกเป็นการปันผลรายวันเรียกว่าเงินยังชีพ ลำดับต่อมาสร้างให้สมาชิกมีส่วนร่วมให้มีความเป็นเจ้าของของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจจากการปลูกมะเขือเทศเชอร์รี่ โดยการปันผลกิโลกรัมละ ๕ บาทและถ้าหากผลผลิตได้ตามเป้าที่วางไว้ถ้าครั้งแรกให้ร้อยละ ๕ ถ้าตามเป้าครั้งที่ ๒ ให้ร้อยละ ๑๐ ถ้าเกินเป้าที่ส่งให้ลูกค้า จะได้รับร้อยละ ๒๐ เป็นการปันผลจากผลผลิต เป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับสมาชิกและสร้างงานให้เป็นการกระตุ้นแรงจูงใจในการศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติมจากสมาชิก

สัมภาษณ์ นางสาวสุจิตรา วิหคมาส เลขานุการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า การขับเคลื่อนของกลุ่มเราจะเน้นการสร้างความสำเร็จเป็นหลักจากตัวบุคคลถึงการเข้ามาเป็นสมาชิกจะได้รับอะไรบ้าง ก็คือผลประโยชน์ที่จะได้รับ ทั้งความรู้และรายได้โดยมีการบริหารจัดการให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับสมาชิก

สัมภาษณ์ นายอำนาจ บุญพรหม กรรมการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า การขับเคลื่อนกิจกรรมกลุ่มของเราไปสู่การปฏิบัติ นั้นหัวใจสำคัญก็คือบุคคลที่เข้ามาร่วมจะต้องรับรู้เป้าหมายและสิ่งที่จะได้รับตามมาก็คือ ผลประโยชน์จะต้องให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์ จากการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง โดยเน้นในด้านรายได้ ลดรายจ่าย และมีรายได้ประจำ

สัมภาษณ์ นางสาวกิงแก้ว ชาวไร่เหนือ เทรย์ญิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า ไม่ว่าจะป็นหน่วยงานไหนก็แล้วแต่ถ้าไม่สร้างความเข้าใจกับบุคคลหรือคนแล้วยากที่จะขับเคลื่อนกิจกรรมได้ วิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทองของเราก็เหมือนกันทางกลุ่มเราสร้างการรับรู้เป้าหมายในกิจกรรมและผลตอบแทนที่จะได้รับจากการรวมกลุ่มโดยให้สมาชิกทุกคนได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน ๓ แนวทาง คือ ด้านรายได้ ลดรายจ่ายและมีรายได้ประจำ ทำให้เกิดการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติของสมาชิกเพราะจะต้องทำให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์และจับต้องได้ ก่อนจะทำให้เห็นประโยชน์จะต้องมีการวางแผนบริหารจัดการให้เป็นระบบ

สัมภาษณ์ นายพิภพ เวียงคำ กรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติของกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทองเรานั้นจะเน้นในด้านความต้องการ ฉะนั้นจะต้องสร้างความเข้าใจกับบุคคลที่เป็นสมาชิกถึงเป้าหมายของกลุ่มและกระบวนการวิธีการที่จะนำไปสู่เป้าหมายได้อย่าง โดยชี้ให้เห็นผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการรวมกลุ่มเข้าร่วมสมาชิก ทั้งทางด้านรายได้ ลดรายจ่าย และมีรายได้ประจำอย่างไรเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับสมาชิกและทำให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์จากการดำเนินกิจกรรมที่ผ่านมา

สัมภาษณ์ นายพงษ์ศิลา หวังวง สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทอง พบว่า ทางกลุ่มจะสร้างความเข้าใจกับการดำเนินกิจกรรมที่ทำให้สมาชิกมีรายได้อย่างไรและมีช่องทางอะไรที่จะพัฒนา รายได้ให้กับสมาชิกทำให้เกิดโดยไปที่ตัวบุคคลเป็นหลักเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมการสร้าง ความเข้าใจ มีความสำคัญอย่างมาเพราะทุกคนได้รับรู้เป้าหมายและความต้องการของตน นอกจากนั้นก็จะ เป็นในเรื่องของรายได้หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้าร่วม ตนได้เข้ามาเป็นสมาชิกได้เห็น กระบวนการดำเนินการมีความชัดเจนไม่ว่าเป็นทางด้านรายได้ที่ได้และความรู้ที่นำไปปฏิบัติใช้ สิ่งสำคัญที่สุดที่จะทำให้การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติได้ก็คือการทำให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์ชัดเจนว่า ได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มจริง

สรุปการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติของกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทอง

๑. ตัวบุคคล สร้างความเข้าใจและตอบสนองกับความต้องการของสมาชิกโดยการ หมุนเวียนห่วงโซ่การดำเนินกิจกรรมที่หลากหลายและการสร้างการมีส่วนร่วมเครือข่ายในพื้นที่ทำให้เกิดความหลากหลายในองค์ความรู้ที่จะนำมาพัฒนาต่อยอดวิสาหกิจเกิดการหมุนเวียนทั้งทางด้านการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ผลประโยชน์ร่วมซึ่งกันทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยของสมาชิกในกลุ่มไม่ว่าจะเป็น ทางด้านวัตถุดิบการผลิต การแปรรูป ที่สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกในการขับเคลื่อน ไปสู่เป้าหมายที่ได้

๒. ผลประโยชน์สมาชิกที่จะได้รับ โดยมีการดำเนินงาน ๔ มิติ ได้แก่

๒.๑ มีรายได้เพิ่มขึ้น

๒.๒ ลดรายจ่าย

๒.๓ สร้างรายได้ประจำ

๒.๔ ผลประโยชน์ทางด้านจิตใจ

๔) การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทอง

สัมภาษณ์ นางสาวสุดาวรรณ สิริวนิชย์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทอง พบว่า ทางกลุ่มเราได้มีการบริหารจัดการ มีการกำหนดแผนการดำเนินงานเป้าหมายทิศทางโดยมองที่ ทรัพยากรที่มีอยู่ใช้ทรัพยากรให้สูงค่าที่สุดมุ่งพัฒนาตนเองเพื่อชุมชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตรงนี้เป็นวิทัศน์และเป้าหมายของวิสาหกิจ โดยมีกระบวนการจัดการดังนี้ ในด้านบุคคลทางจะเน้นการสร้างเครือข่ายสมาชิกกับผู้ประกอบการข้างนอกที่สามารถเชื่อมโยงกันในการแลกเปลี่ยนการจัดการความรู้และการสร้างรายได้ระหว่างกลุ่ม ส่วนด้านแผนการผลิตทางกลุ่มเรา จะกำหนดระยะเวลาการปลูกเช่นมะเขือเทศราชินีจะแบ่งช่วงเวลาอายุการเก็บเกี่ยวเพื่อที่จะทำให้ผล ผลิตมีความต่อเนื่องรองรับความต้องการของผู้ซื้อได้ ส่วนด้านการจัดการเรียนรู้ ใช้ระบบแลกเปลี่ยนรู้ ระหว่างสมาชิกด้วยกันการพัฒนาทักษะจากการลงมือปฏิบัติโดยมีแหล่งเรียนรู้ให้เข้าไปศึกษา ตลอดเวลา ด้านการจัดการตลาดจะเน้นกลุ่มคนรักสุขภาพเพราะถือได้ว่ามีกำลังซื้อหากพอถ้าสินค้ามี คุณภาพและช่องทางในการจัดจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงทั้งทางตรงและผ่านระบบออนไลน์ ส่วนด้านการจัดการสินค้านั้นทางเราจะเน้นรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ให้เห็นผลผลิตที่สดใหม่ สุดท้ายจะมีการประเมินจากยอดการสั่งซื้อและข้อเสนอของผู้บริโภคเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป

สัมภาษณ์ นายชาติ รักรธรรม สมาชิกกลุ่ม พบว่า เราจะเน้นอันดับแรกคือการบริหารจัดการบุคคล ให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่าย สมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรในพื้นที่ เพื่อที่จะได้มีการแลกเปลี่ยนทั้งวัตถุดิบและการส่งเสริมสนับสนุน ส่วนด้านการผลิตจะมีการจัดการให้เป็นระบบทั้งช่วงเวลาระยะเวลาโดยการสลับปรับเปลี่ยนหมุนเวียนทั้งช่วงระยะเวลาที่สามารถเก็บผลผลิตได้อย่างต่อเนื่อง ส่วนการเรียนจะเน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม แต่ด้วยสถานการณ์โรคระบาดเราจะใช้ช่องทางการเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์ควบคู่ไปด้วย เราจะเน้นการลงมือปฏิบัติเป็นหลักเพื่อให้เกิดทักษะในเรียนรู้ ส่วนแผนตลาดนั้นเราจะเชื่อมโยงกับผู้บริโภคโดยตรงมีช่องทางในการประสานงานกันผ่านระบบออนไลน์ทำให้รับรู้ปัญหาโดยตรงจากผู้บริโภคแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข โดยการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มที่เป็นตลาดหลัก การจัดการสินค้าของเราจะให้ความสำคัญเรื่องความสดใหม่เพื่อให้เกิดความประทับใจและสั่งซื้อใหม่ จะเน้นในเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติที่สุดสุดท้ายก็จะมีประเมิณผลตอบรับจากผู้บริโภค มีข้อโต้แย้งอะไรแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข ทั้งช่วงระยะเวลาในการจัดส่งหรือกระบวนการจัดส่ง เป็นต้น

สัมภาษณ์ นางสาวสุจิรา วิหกมาส เลขานุการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า การบริหารจัดการอันแรกของกลุ่มเราคือ บุคคลจะเน้นในด้านการประสานงานการสร้างความร่วมมือในการมีส่วนร่วมการดำเนินกิจกรรมต่างและเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งภาคการผลิตและวัตถุดิบที่นำมาแปรรูปเพื่อให้งานมีความต่อเนื่อง และค่าตอบแทน ส่วนด้านอื่นก็จะเป็นการบริหารจัดการการผลิตทางกลุ่มเราจะบริหารจัดการวิธีการกำหนดระยะเวลาในการปลูกพื้นที่มีความต่อเนื่องกับผลิตที่จะออกมาจำหน่ายกับผู้บริโภคและทำให้เกิดความเชื่อมั่น ส่วนแผนการตลาดของกลุ่มเราจะเน้นไปที่กลุ่มคนรักสุขภาพเป็นหลักทำให้เห็นถึงคุณภาพผลผลิตที่เราออกมาจำหน่ายตั้งแต่การเพาะปลูก การบริหารจัดการพื้นที่ ความปลอดภัย ส่วนการจัดการสินค้าของเราจะให้เห็นถึงความสดใหม่ของผลผลิตโดยเน้นบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นผลผลิตที่บรรจุอยู่ข้างใน สุดท้ายก็จะเป็นด้านการประเมินจากการตอบรับผู้บริโภค เพื่อนำมาประกอบการพัฒนาผลผลิตให้มีมาตรฐานและสร้างความมั่นใจกับผู้บริโภคได้นอกจากนั้นก็จะเป็นการวางแผนบริหารจัดการต้นทุนในการผลิตได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ณ ปัจจุบัน

สัมภาษณ์ นายอำนาจ บุญพรหม กรรมการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง พบว่า การบริหารจัดการกลุ่มของเรามีกระบวนการดังนี้ ๑) บุคคลให้ความสำคัญการสร้างเครือข่ายและการประสานงานเพื่อให้การดำเนินกิจกรรมมีความต่อเนื่อง ซึ่งสถานการณ์โรคระบาดทำให้ไม่สามารถมารวมกลุ่มกันได้จึงใช้ช่องทางการสื่อสารเป็นหลักเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างกัน และการส่งเสริมความรู้ให้กับสมาชิกเพื่อให้มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ส่วนแผนการผลิตจะจัดระบบการเพาะปลูกโดยแบ่งช่วงระยะเวลา ส่วนการจัดการเรียนรู้ยังมีระบบรองรับผ่านโดยใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลเนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดไม่สามารถจัดกิจกรรมได้จึงใช้สื่อออนไลน์มาช่วยสนับสนุนแผนการตลาดในการจัดจำหน่ายผลผลิตจะมุ่งเน้นกลุ่มผู้รักสุขภาพเป็นหลัก ด้านการจัดการสินค้าจะนำส่งผลผลิตวันต่อวันเพื่อจะได้รักษาความสดไว้โดยมีการบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย

สัมภาษณ์ นางสาวกิ่งแก้ว ชาวไร่เหนือ เภรัญญิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทอง พบว่า การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอันดับแรกบุคคล จะให้ความสำคัญเพราะแรงงานที่เข้ามา ร่วมกิจกรรมกลุ่มมีน้อยเนื่องจากสถานการณ์โรคระบาด โดยเน้นในด้านค่าตอบแทนที่ได้รับ นอกจากนี้ด้านการสร้างความร่วมระหว่างสมาชิกและกลุ่มเครือข่ายไม่ว่าจะเป็นการเข้าไปถ่ายทอด เทคนิคและวิธีการต่าง ๆ ของสมาชิกเครือข่ายในพื้นที่ ต่อมาเป็นด้านการผลิตจะมีระบบการผลิตที่มี กระบวนการเพื่อไม่ให้เกิดปัญหา เช่น การปรับเปลี่ยนผลผลิตตามความต้องการของตลาดและการ บริหารจัดการเพาะปลูกที่ทำให้ผลผลิตมีความต่อเนื่อง ต่อมาจะเป็น การจัดการเรียนหลังจากการ แพร่กระจายโรคระบาดเบาบางลงทางวิสาหกิจสวนกล้วยอุทองได้เปิดให้สมาชิกและกลุ่มเครือข่ายได้ เข้ามาศึกษาเรียนรู้ในศูนย์วิสาหกิจ ไม่ว่าจะเป็นการผสมปุ๋ย เทคนิคการบริหารจัดการน้ำ ส่วน แผนการตลาดเน้นกลุ่มผู้รักสุขภาพโดยเฉพาะพืชปลอดภัย

สัมภาษณ์ นายพิภพ เวียงคำ กรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทอง พบว่า หลังจากการสถานการณ์โรคระบาดเบาบางลงทางกลุ่มก็ได้มีการจัดกิจกรรมขึ้นในการส่งเสริมการ เรียนรู้จากภาคีเครือข่ายและสมาชิกทางด้านการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุ สิ่งแรกก็ คือการบริหารจัดการบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการจัดค่าตอบแทนผลประโยชน์ที่ได้รับ การสร้างความ ร่วม ระหว่างกลุ่มสมาชิกและเครือข่ายมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเข้ามาศึกษาดูงานจากกลุ่ม เครือข่ายนอกพื้นที่ ส่วนแผนการผลิตนั้นทางกลุ่มจะมีการวางแผนการเพาะปลูกพืชอยู่เพื่อให้ผลผลิต มีความต่อเนื่อง ด้านการจัดการเรียนรู้จะมีอยู่ตลอดเวลานอกจากเกิดสถานการณ์โรคระบาดร้ายแรง จะช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มผ่านระบบออนไลน์ ส่วนแผนการตลาดจะเน้นกลุ่มผู้รัก สุขภาพ และการบริหารจัดการสินค้าเน้นความสดใหม่จัดส่งวันต่อวันเพื่อให้ได้ระยะเวลาในการจัดส่ง ถึงผู้บริโภคไม่ทำให้เกิดความเสียหายโดยการนำบรรจุภัณฑ์ที่รักษาคุณภาพของผลิตไว้ สุดท้ายก็จะ เป็นด้านการประเมินผลการดำเนินการบริหารจัดการตามลำดับเพื่อหาแนวทางแก้ไขให้เหมาะกับ สถานการณ์ปัจจุบัน

สัมภาษณ์ นายพงษ์ศิลา หวังวอก สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทอง พบว่า ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้เข้ามาร่วมและรับรู้การบริหารจัดการทางกลุ่มจะเน้นอันดับแรกก็ คือบุคคลเพื่อให้งานสามารถดำเนินการได้ ไม่ว่าจะเป็นค่าตอบแทนได้วางแผนไว้ และการส่งเสริม เรียนรู้ นำเทคนิคกระบวนการใหม่ ๆ มาใช้ตลอดเวลาเพื่อให้การเรียนรู้มีความต่อเนื่อง นอกจากนั้นก็ จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายสมาชิกได้เข้ามาศึกษาเรียนรู้ในวิสาหกิจชุมชน ซึ่ง สถานการณ์โรคระบาดปัจจุบันทำให้จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการเรียนรู้โดยมีข้อจำกัด แต่ก็แบ่งเป็น ช่วงระยะเวลา ส่วนด้านการผลิต ในฐานะเป็นผู้มีส่วนร่วมในการผลิตและจัดการกับผลิตที่นำมา จำหน่ายจะมีการวางแผนและการจัดการผลิตเป็นระบบไม่ว่าจะเป็นการเพาะปลูกการจัดการช่วงเวลา ในการเก็บเกี่ยว การบำรุงรักษาเพื่อรักษาคุณภาพผลผลิตให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ส่วนการตลาดนั้นก็ จะเป็นหน้าที่ประธานกลุ่มดำเนินการทั้งการจัดทำแผนการตลาด การจัดการสินค้าและการ ประเมินผล ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นไปที่กลุ่มรักสุขภาพเป็นหลักเพราะมีความต่อเนื่องในการสั่งซื้อและ เป็นกลุ่มที่มีสถานะภาพทางด้านเศรษฐกิจดีและยอมรับราคาที่กำหนดไว้



ภาพประกอบที่ ๔.๑๒ กิจกรรมการถ่ายทอดความรู้กับสมาชิกและกลุ่มเครือข่ายภายนอกของ
วิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทุมพร

สรุปการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทุมพร

๑. **ด้านบุคคล** เน้นการสร้างเครือข่ายสมาชิก ผู้ประกอบอาชีพในพื้นที่ที่สามารถเชื่อมโยงกันในการแลกเปลี่ยนทั้งด้านการจัดการความรู้และการสร้างรายได้ที่มีการหมุนเวียนกันในระหว่างกลุ่มอาชีพทั้งวัตถุดิบและการแลกเปลี่ยนเพื่อนำมาบริหารจัดการ กลุ่มไม่ว่าจะเป็นผลผลิตที่สามารถนำมาสร้างมูลค่าจากการเหลือใช้ของกลุ่มสมาชิกตลอดจนค่าตอบแทนที่จะได้รับ

๒. **แผนการผลิต** ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้มีความทันสมัยจากการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดต้นทุน และกำหนดการปลูกพืชให้มีผลผลิตได้อย่างต่อเนื่องโดยจะมีการแบ่งช่วงการปลูกและบริหารจัดการน้ำให้เป็นระบบ

๓. **การจัดการเรียนรู้** ใช้ระบบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกในกลุ่มและพัฒนาทักษะจากการลงมือปฏิบัติสำหรับสมาชิกที่ต้องการเรียนรู้แล้วนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและสร้างแหล่งเรียนรู้เพื่อให้สมาชิกได้เข้าไปศึกษาเพิ่มเติม

๔. **การจัดทำแผนการตลาด** จะเน้นกลุ่มคนรักสุขภาพเป็นหลักโดยเฉพาะการจัดจำหน่ายผลผลิตที่ส่งผ่านโดยตรงกับผู้บริโภคหรือดำเนินการผ่านระบบออนไลน์ที่เป็นช่องทางการติดต่อซื้อขายเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค ซึ่งตลาดสุขภาพกำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้สูงอายุและวัยทำงาน โดยจะร่วมกันระดมความคิดจากข้อมูลที่เป็นกระแสในสังคมด้านการอุปโภคบริโภค ทั้งการจัดการประชาสัมพันธ์โดยตรงและโดยอ้อมผ่านระบบช่องทางออนไลน์อีกทางหนึ่ง

๕. การจัดการสินค้า จะเน้นรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้ลูกค้าได้เห็นถึงความสดใหม่ผลผลิตที่ทางกลุ่มวิสาหกิจได้ดำเนินการโดยจะบริหารจัดการตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภคในการจัดเก็บส่งให้ลูกค้าแบบวันต่อวัน

๖. การประเมินและติดตามผล จากยอดการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปและผลิต และจากการสร้างรายได้ประจำของสมาชิกที่ไม่ใช่เจ้าของกิจการเกษตรรวมกลุ่มนำมาประเมินติดตามผลสรุปยอดการจัดจำหน่ายในแต่ละเดือนทั้งทางตรงและทางออนไลน์จากยอดการสั่งซื้อของผู้บริโภค

๔.๑.๔ สรุปภาพรวมการจัดการความรู้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง ๓ กลุ่ม โดยมีประเด็นดังต่อไปนี้

๑) ความรู้เรื่องการพัฒนาผลผลิต เป็นการผลักดันประสิทธิภาพทั้งในแง่ของคุณภาพการผลิตทั้งมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคและการรับรองของหน่วยงานภาครัฐของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง ๓ กลุ่ม มีดังนี้

๑.๑) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ทำให้ผลผลิตมีเอกลักษณ์เป็นของท้องถิ่นนั้น เช่น วิสาหกิจโสมจันทร์ที่ได้ดำเนินการแปรรูปกล้วยหลายรูปแบบเกิดจากการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่มาพัฒนาต่อยอดผสมผสานกับความรู้ใหม่ และเป็นลักษณะสินค้าที่บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๑.๒) เกิดจากการส่งเสริมหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาถ่ายทอดความรู้

๑.๓) เกิดจากการศึกษาดูงานนอกสถานที่นำมาเป็นแบบอย่างในการพัฒนา

๑.๔) มีการบริหารจัดการขั้นตอนของการผลิตที่สามารถนำไปถ่ายทอดให้กับสมาชิกได้

๑.๕) มีการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการผลิตแปรรูปทั้งหน่วยงานภาครัฐและสถาบันอุดมศึกษา

๑.๖) มีการพัฒนาการผลิตจากทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่นวัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่สามารถนำมาแปรรูปและสร้างมูลค่าได้

๑.๗) การเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานจากการถ่ายทอดความรู้หน่วยงานภาครัฐ

๒) ความรู้เรื่องจัดการกลุ่ม เป็นกระบวนการในการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้นแบบทั้ง ๓ กลุ่มที่มีการดำเนินการอย่างเป็นระบบมีขั้นตอนที่ถูกต้องจากการศึกษาพบว่า

๒.๑) มีการจัดการโครงสร้างการบริหารตามความสามารถของสมาชิกจากการแบ่งแยกหน้าที่รับผิดชอบ แบ่งแยกหน้าที่การปฏิบัติงานให้มีความชัดเจนและเป็นระบบ

๒.๒) มีการจัดการผลประโยชน์ที่มีระบบ เช่นการถือหุ้นส่วน การบริหารจัดการค่าตอบแทน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิกที่เข้ามารวมกลุ่ม

๒.๓) มีการส่งเสริมการเรียนรู้พัฒนาสมาชิกเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐในการจัดการพัฒนาทักษะ

๒.๔) มีการสร้างเครือข่ายร่วมมือในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาขีดความสามารถเชิงสร้างสรรค์ในกลุ่มเครือข่ายพื้นที่ เช่น การแปรรูปวัตถุดิบ การจัดส่งวัตถุดิบ และการเชื่อมต่อข้อมูลเพื่อนำ

๒.๕) มีการบูรณาการนำนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งทางด้านผลิตและการเรียนรู้ เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มมีทักษะและเสริมสร้างความสร้างสรรค์

๓) ความรู้การบริหารจัดการตลาด

๓.๑) มีการจัดการพื้นที่จำหน่ายสินค้า จากการประสานงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุน

๓.๒) มีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอก ที่มีกิจกรรมกลุ่มใกล้เคียงกันนำมาสู่การแลกเปลี่ยนวัตถุดิบและผลผลิตทั้งการจัดจำหน่าย เช่นการแปรรูปกุนเชียงปลาสดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพตลาดปลาเค็ม ที่สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายที่มีวัตถุดิบส่งมาแปรรูป

๓.๓) มีการประชาสัมพันธ์สื่อสารผ่านระบบออนไลน์หลายช่องทาง ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เร็วขึ้น

๓.๔) มีการทำแผนธุรกิจ เพื่อนำมาสู่แนวทางในการบริหารจัดการระบบการผลิตและจำหน่าย

๓.๕) มีการจัดการด้านการวางแผนการผลิต จากผลตอบรับภายนอกที่ได้นำไปจัดจำหน่ายโดยมีการวิเคราะห์และประเมินผลนำมาบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความรอบคอบ

๓.๖) การจัดการระบบขนส่ง จากการได้รับข้อเสนอแนะของผู้บริโภคแล้วนำไปปรับแก้ไขโดยดำเนินบริหารจัดการระบบขนส่งผ่านระบบแฟรนไชส์เพื่อลดปัญหาในการบริหารจัดการ

๔.๑.๕) สังเคราะห์องค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนที่ได้จากการพัฒนา โดยมีประเด็นในการดำเนินการดังนี้

๑) ด้านการแสวงหาความรู้

จากการศึกษาองค์ความรู้วิสาหกิจชุมชนทั้ง ๓ แห่งที่เป็นต้นแบบความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนในพื้นที่นั้น ส่วนมากจะมีจุดเริ่มจากแนวคิดในการสร้างรายได้เพิ่มจากความต้องการของชุมชนโดยมีผู้นำที่เป็นแกนนำในชุมชนเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงกับสมาชิกในชุมชนในการสร้างความเข้าใจและชี้ให้เห็นเป้าหมายของการรวมกลุ่มตลอดถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการรวมกลุ่มนำมาสู่การสร้างสรรคผลผลิตภัณฑ์ในชุมชนโดยการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์มาเป็นแนวทางในการพัฒนาโดยมีกระบวนการดังนี้

(๑) การสร้างความเข้าใจ ระหว่างสมาชิกในกลุ่มในการจัดการความรู้ที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งวัตถุประสงค์รายละเอียดตลอดจนเป้าหมายที่จะดำเนินการในกิจกรรมที่สำคัญของการพัฒนานำไปสู่การสร้างรายได้และอาชีพของกลุ่มสมาชิก

(๒) การจัดการความรู้ กระบวนการเรียนรู้ขั้นตอนที่บ่งชี้ที่จะสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ไปใช้ในการดำเนินการนำมาต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจจากแหล่งการ

เรียนรู้ในทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่เพื่อให้เห็นความหลากหลายในการนำเอาความรู้มาลงมือปฏิบัติและนำไปสู่การประยุกต์สร้างสรรค์ จากการดำเนินงานที่มีอยู่เดิมให้มีความแตกต่างหลากหลายมากขึ้น

(๓) การจัดกิจกรรม คือการทำให้เห็นช่องทางในการพัฒนาต่อยอดความคิดของสมาชิกในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากการเข้าถึงความรู้และการแบ่งปันแลกเปลี่ยนระหว่างสมาชิกด้วยกันหรือระหว่างกลุ่มเครือข่ายอื่นที่มีพื้นฐานความรู้และเทคนิคที่แตกต่างกันเพื่อไปสู่การนำไปใช้และเกิดการสร้างสรรค์ต่อยอดรวมถึงเครือข่ายความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ที่ให้การสนับสนุนในการเพิ่มเติมความรู้

(๔) การมีส่วนร่วม คือการระดมความคิดร่วมกันในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์การสร้างบรรยากาศและสร้างชุดความคิดที่ให้เห็นความเป็นไปได้ของการดำเนินงานที่สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการหาแนวทางใหม่ ๆ ที่สามารถต่อยอดและขับเคลื่อนไปได้โดยมีข้อมูลมาประกอบในการสร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางการตลาด ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันและการออกจำหน่ายตามสถานที่ต่าง ๆ ได้รับข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับความต้องการ เช่น กลุ่มวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า จากการพัฒนาต่อยอดปลาที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม ได้เห็นแนวทางที่จะแปรรูปปลาที่สามารถทำให้คนส่วนใหญ่รับประทานได้และดีต่อสุขภาพของผู้บริโภคสามารถเก็บไว้ได้นาน ไม่ยุ่งยากต่อการผลิตมีกระบวนการและขั้นตอนที่ทันสมัยในการนำเครื่องมือมาช่วยในการแปรรูป จึงเกิดผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลาสดขึ้นมา ส่วนวิสาหกิจโสมจันทร์ การแปรรูปกล้วยขาวปีสุพรรณ พัฒนาต่อยอดจากการทำกล้วยอบ พัฒนานำกล้วยมาผสมวัตถุดิบอื่น ๆ ที่ทำให้ลงตัวในรสชาติ ดำเนินการผลิตออกมาเป็นลูกอมที่ตอบสนองความต้องการของคนทุกวัยได้ และยังมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่กำลังต่อยอดไม่ว่าจะเป็นการผสมผสานธัญพืชเข้ากล้วยแปรรูปแล้วออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยทำให้เห็นความแตกต่าง ๆ เป็นที่สนใจของผู้บริโภค

(๕) การประเมิน จากการศึกษาวิสาหกิจต้นแบบที่ได้นำเสนอไปเบื้องต้นนั้น ส่วนใหญ่จะศึกษาข้อมูลตลาดภายนอกก่อนจะทำให้เห็นความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นได้หรือไม่ และจะต้องไม่ไปซ้ำผลิตภัณฑ์ของใคร ไม่มีปัญหาทางด้านวัตถุดิบที่จะนำมาพัฒนาสามารถบริหารจัดการรวมถึงกระแสของตลาดที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตลอดจนขั้นตอนการแปรรูปตั้งแต่ต้นทุน ระยะเวลา มาประกอบการพิจารณา

(๖) การปรับใช้ คือ หลังจากผ่านขั้นตอนทั้ง ๕ ขั้นที่ได้กล่าวมานั้น นำมาสู่การลงมือทำและทำให้เห็นกระบวนการใหม่ ๆ ที่ได้ผ่านการเรียนรู้แล้วนำมาประยุกต์พัฒนาเป็นการสร้างนวัตกรรมของตนเองขึ้นมาทั้งการลองผิดลองถูกปรับเปลี่ยนลงตัวกับความต้องการของผู้บริโภคจนนำไปสู่การผลิตแปรรูปแบบเต็มรูปแบบจะทำให้มีการพัฒนาจากการลงมือปฏิบัติที่เห็นข้อผิดพลาดแล้วปรับปรุงแก้ไข ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบ การบรรจุภัณฑ์ ที่ทำให้เห็นความแตกต่างมากขึ้น

สรุปกระบวนการแสวงหาความรู้กลุ่มวิสาหกิจนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนที่ได้สังเคราะห์ทั้ง ๖ กระบวนการในเบื้องต้นนั้น เป็นการนำไปสู่การเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่มีการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากต้นแบบ

เพิ่มมากขึ้น ผลที่เกิดจากการดำเนินการทั้ง ๖ กระบวนการนี้ ทำให้เห็นว่าการจะเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์จำเป็นจะต้องสร้างประสบการณ์ให้กับสมาชิกกลุ่มเสียก่อนเพื่อให้เห็นช่องทางของการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มาจากการแปรรูปผลผลิตที่มีอยู่ในชุมชนโดยเฉพาะการสร้าง ความเข้าใจกับสมาชิก ทั้งทางด้านวัตถุประสงค์ เป้าหมาย กระบวนการที่จะนำไปสู่การพัฒนาส่งผลต่อการสร้างอาชีพและ รายได้ตามมาเป็นการจุดประกายความคิดและจัดการความคิดให้เป็นระบบแบบแผนให้มีแนวทางใน การต่อยอดความคิดโดยอาศัยการมีส่วนร่วมและมีพื้นที่ให้สมาชิกได้มีการเรียนรู้เพิ่มเติมไม่ว่าจะ มาจาก กิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ หรือกิจกรรมระหว่างกลุ่มเครือข่ายทำให้เกิดการต่อยอดพัฒนา นำมาสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลายมากขึ้น และเชื่อมโยงกับการรับรู้ภายนอกตามมาเป็น การกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนเกิดการตื่นตัวและปรับตัวเข้ากับสภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

๒) การนำความรู้มาจัดหมวดหมู่

การนำความรู้ ความสามารถ เทคนิคและวิธีการต่าง ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้ การทำงานนั้นเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้ปฏิบัติจำเป็นจะต้องมีความรู้ความสามารถในงานที่ ตนทำ ทั้งการวางแผน การสื่อสาร การแก้ไขปัญหาและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่เกิดจาก ประสบการณ์ในการทำงานทำให้งานที่ออกมาบรรลุเป้าหมาย การนำความรู้มาจัดหมวดหมู่ของ วิชาทฤษฎีชุมชนที่เป็นองค์ความรู้นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างมี กระบวนการขั้นตอนในการจัดหมวดหมู่องค์ความรู้ดังต่อไปนี้

(๑) การจัดการความรู้ จะกำหนดประเภทการเรียนรู้ตามความถนัดของสมาชิกแต่ละ คนในเบื้องต้น เพื่อวิเคราะห์ทักษะความสามารถของแต่ละคนมีความถนัดในด้านไหนเพื่อให้ปฏิบัติ เหมาะสมกับงานที่ ดำเนินกิจกรรม แล้วสลับปรับเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยในการ ปฏิบัติงาน

(๒) การสกัดความรู้ เป็นการจัดการความรู้เพื่อนำมาใช้พัฒนาในกลุ่มวิสาหกิจโดย เชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนส่งเสริมการเรียนรู้ สอดคล้องกับกิจกรรมของกลุ่มที่ดำเนินการแปรรูปผลผลิตภัณฑ์ โดยนำความรู้ที่ได้มาสู่การปฏิบัติที่ผ่าน การอบรม การถ่ายทอดความรู้ การพัฒนาทักษะ ทำให้เปิดกว้างทางความคิดนำมาต่อยอดในการ บริหารจัดการผลผลิตที่มีอยู่ในชุมชนสามารถนำมาแปรรูปให้มีความหลากหลายมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น กระบวนการแปรรูป เทคนิคและวิธีการต่าง ๆ โดยมีขั้นตอนที่ถูกต้องเป็นระบบจะทำให้ไม่เกิดผล เสียหายในขั้นตอนการผลิตมีระบบเข้ามาควบคุมไม่ว่าจะเป็นทางด้านส่วนผสม การจัดการ การบรรจุ ภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทที่มีความแตกต่างกัน จะทำอย่างไรให้ระบบมาควบคุมการดำเนินงาน ของแต่ละคนที่ปฏิบัติตามระบบ

๓) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การใช้ระบบพี่เลี้ยง เป็นความสัมพันธ์ทางสังคมกลุ่มคนในชุมชนของสมาชิกที่มีทักษะ ทางด้านการถนอมอาหารหรือการแปรรูปมาก่อนเป็นการส่งต่อความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลถ่ายทอดแบ่งปัน

ประสบการณ์ให้โดยการลงมือปฏิบัติ เช่น การสาธิต จากประสบการณ์ของสมาชิกที่มีทักษะในการทำอาหารหรือการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้ได้เห็นวิธีการขั้นตอนการลงมือปฏิบัติทำการเรียนรู้ร่วมกันแบบเปิดใจและมีความเป็นกันเองมากขึ้น ทำให้เกิดการถ่ายทอดทักษะแล้วนำไปปฏิบัติต่อได้ จนกว่าจะมีความชำนาญ และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ ไม่ว่าจะเป็นการระดมความคิดร่วมกัน การจัดประชุมเพื่อให้การลงมือปฏิบัติเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ส่งผลต่อความเข้าใจซึ่งกันและกันในการทำงานขยายตัวเพิ่มมากขึ้นและดึงศักยภาพคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย

๔) การนำไปปฏิบัติ

คือการทำสมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้ลงมือปฏิบัติสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการถ่ายทอดความรู้และทักษะทั้งภายในกลุ่มไม่ว่าจะเป็น การเข้าไปร่วมอบรมพัฒนาความรู้จากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เข้ามาช่วยเหลือเพื่อให้เกิดประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งจากการศึกษาในกลุ่มวิสาหกิจต้นแบบจะมีกระบวนการในการลงมือปฏิบัติโดยสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

(๑) แยกกลุ่มตามความถนัดในประเภทงานของแต่ละคนเพื่อให้การลงมือปฏิบัติไม่ก่อให้เกิดข้อผิดพลาด

(๒) การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่นำมาสนับสนุนการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยจะมีผู้ชำนาญในเครื่องมือมาคอยให้คำแนะนำและเป็นพี่เลี้ยงกำกับดูแลส่วนใหญ่ก็จะเป็นสมาชิกที่มีประสบการณ์ในการแปรรูปมาก่อนมาคอยช่วยเหลือเพื่อให้เกิดความคุ้นเคยกับระบบของอุปกรณ์ที่นำมาใช้ในการทำงาน

(๓) การให้ทดสอบความถนัดและความสนใจของแต่ละคนที่สามารถทำงานแต่ละประเภทได้และเรียนรู้ในการลงมือปฏิบัติได้เร็ว เช่น การผสมแป้ง การล้างทำความสะอาดผลผลิต การจัดการส่วนผสม การขึ้นรูป การบรรจุภัณฑ์

(๔) จัดระบบการทำงานเป็นขั้นเป็นตอน เพื่อให้การลงมือปฏิบัติเป็นไปตามระบบและจะทำสมาชิกทำงานมีระเบียบ ไม่ว่าจะเป็นการใช้เครื่องมือ การเก็บรักษา การทำความสะอาดและการดูแลหลังจากปฏิบัติภารกิจเสร็จ

(๕) การหมุนเวียนปฏิบัติหน้าที่ในการทำงานเพื่อให้สมาชิกทุกสามารถเรียนรู้งานได้ เมื่อกรณีสมาชิกบางคนไม่สามารถเข้ามาทำงานได้ก็มีคนเข้ามาแทนที่ได้เพื่อลดปัญหาการผลิตและแปรรูป ในส่วนงานนี้จำเป็นจะต้องค่อยเป็นค่อยไปเพื่อให้สมาชิกได้คุ้นเคยงานที่ตนเองทำก่อนแล้วค่อยขยับสลับกันทำงานโดยจะมีสมาชิกที่มีประสบการณ์คอยช่วยเหลือจนสามารถปฏิบัติงานประเภทนั้นได้ ซึ่งในระบบการจัดการนี้อาจจะใช้ระยะเวลานานในการพัฒนาเพราะทักษะและความเข้าใจของสมาชิกแต่ละคนแตกต่างกัน

๔.๑.๖ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากการสังเคราะห์ข้อมูลองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนที่ได้จากการพัฒนาในครั้งนี้คณะผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยที่จะองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากจากการศึกษากลุ่มวิสาหกิจทั้ง ๓ กลุ่มมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑) กระบวนการดำเนินการพัฒนาองค์ความรู้

(๑) การระดมความคิด เป็นการสร้างความเข้าใจและเป็นกิจกรรมที่จะสร้างความเข้าใจในการดำเนินการรวมกลุ่มเพื่อปลูกความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่มสมาชิกนำมาสู่การสร้างความต้องการในมุมมองของสมาชิกโดยไม่ได้ตัดสินว่าประเด็นไหนถูกหรือผิดเพื่อให้เกิดจุดเริ่มต้นของการรวมกลุ่มในการหาทางเลือกที่เหมาะสมในการดำเนินกิจกรรมโดยเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชนให้มีมูลค่าและก่อให้เกิดรายได้และได้เห็นมุมมองของสมาชิกแต่ละคนเพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นโดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

(๑.๑) มีผู้ประสานงานหรือผู้นำชุมชนเป็นตัวกลางในการกระตุ้นให้เกิดการออกความคิดเห็นประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายในชุมชนไม่ได้ผูกขาดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพื่อให้เกิดความเสมอภาคประสานทุกกลุ่มในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนงานที่เห็นว่ามีเหมาะสมและเป็นไปได้ในการขับเคลื่อนกิจกรรมที่จะนำเสนอ

(๑.๒) กำหนดหัวข้อที่จะนำเสนอในการระดมความคิดเห็นเพื่อที่จะได้รับฟังข้อเสนอแนะแต่ละฝ่ายหรือแต่ละกลุ่มของชุมชนที่เข้ามาร่วมระดมความคิดเห็นและควรเป็นประเด็นที่เจาะจงไม่ใช่หัวข้อที่กว้างจนเกินไปจะทำให้การรวบรวมความคิดกระจายไม่ลงตัวเพื่อที่จะได้ข้อสรุปร่วมกันนำไปสู่การดำเนินการขับเคลื่อนกิจกรรมในการสร้างสรรค์ เพื่อที่จะได้เห็นทิศทางการร่วมมือกันให้เป็นรูปธรรมชัดเจนและปฏิบัติได้ ทั้งการเสนอแนะปัญหาและแนวทางแก้ไขในการดำเนินกิจกรรมจากการรวมกลุ่มเพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการและการวางแผน

(๑.๓) การระดมความคิด เพื่อให้ได้ช่องทางหลากหลายและได้เห็นแนวคิดที่แตกต่าง โดยให้สมาชิกทุกคนมีอิสระที่จะนำเสนอ ซึ่งในขั้นนี้อาจจะมีการกำหนดเป้าหมายวัตถุประสงค์ให้มีความชัดเจนเพื่อจะหาข้อยุติในการดำเนินงานโดยมีการกำหนดกรอบระยะเวลาให้ชัดเจนจะได้มีข้อยุติร่วมกันนำมาสู่การกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่จะดำเนินการให้ประสบความสำเร็จ

(๑.๔) สรุปผลการระดมความคิด เพื่อจัดหมวดหมู่ที่ชัดเจนรวมถึงการแบ่งแยกประเภทกระบวนการต่าง ๆ ที่เกิดจากการระดมความคิดและจัดลำดับความสำคัญที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่มและทำการบันทึกเพื่อให้ได้รับรู้ร่วมกันที่จะลงมือปฏิบัติไปตามขั้นตอนที่ได้ข้อสรุปจากการระดมความคิดและได้เห็นทิศทางที่ชัดเจน จากรูปธรรมมาสู่นามธรรม จะทำให้สมาชิกทุกคนมีความเชื่อมั่นในการรวมกลุ่มและมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างเต็มที่และเกิดแรงจูงใจที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาต่อไป

(๑.๕) ติดตามประเมินผล หลังจากได้ข้อสรุปแล้วควรจะมีการติดตามผลว่ามีการขับเคลื่อนจากการระดมความคิดอย่างไรเพื่อประเมินหาทางที่จะนำไปสู่การปฏิบัติในการแก้ไขช่องทางที่ทำให้เป็นอุปสรรคในการรวมกลุ่มดำเนินกิจกรรมว่ามีผลอย่างไรจะทำให้การขับเคลื่อนไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นรูปธรรมอย่างเป็นระบบและขับเคลื่อนไปได้ โดยเฉพาะผู้ประสานงานหรือผู้นำชุมชนจะต้องคอยยึดโยงกระบวนการที่ได้ตกลงกันไว้เพื่อให้เห็นกระบวนการบริหารจัดการที่ชัดเจน

(๒) ความเป็นอัตลักษณ์พื้นที่ เป็นตัวบ่งชี้เฉพาะลักษณะบริบทของพื้นที่และภูมิปัญญาท้องถิ่นในทันทัน ๆ ที่มีการถ่ายทอดและสืบทอดต่อกันมาทั้งวัฒนธรรมและความเป็นของสังคมเชื่อมโยงถึงโครงสร้างทางสังคมที่มีความเกี่ยวพันกันในพื้นที่มีคุณลักษณะไม่ทั่วไปไม่เป็นสากล ดังนั้น การจะพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากจำเป็นจะต้องดึงเอาอัตลักษณ์ของชุมชนมาสู่การพัฒนาและยกระดับนำมาสู่การสร้างมูลค่าร่วมกับการระดมความคิดที่จะดึงเอาศักยภาพชุมชนเข้ามาพัฒนาอัตลักษณ์ตนเองและเป็นช่องทางที่จะนำไปสู่การสื่อสารทางการตลาดซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์เกิดความโดดเด่นและแตกต่างนำไปสู่การสร้างแบรนด์ทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักจากภายนอกที่มีลักษณะไม่เหมือนกับที่อื่น จะทำอย่างไรให้เกิดความโดดเด่น จากผลที่เกิดจากการระดมความคิดแล้วจะทำอย่างไรให้เกิดการสร้างความจดจำของลูกค้าหรือบุคคลภายนอกได้รับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์พื้นที่นั้น

(๓) การสร้างและแสวงหาความรู้ จะทำอย่างไรในการเชื่อมโยงความรู้ที่ไม่ใช่ภูมิปัญญาท้องถิ่นนำมาประยุกต์ร่วมกันเพื่อให้เกิดการสร้างสรรคและพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่มาจากการศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติมจากภายนอกโดยเฉพาะความรู้ที่นำมาปฏิบัติได้จริงและเกิดการต่อยอดรวมถึงการรักษาความรู้เก่าคือภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงไว้ ดังนั้นการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนที่จะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาความรู้ที่จำเป็นในการบรรลุเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของกลุ่มวิสาหกิจโดยพิจารณาถึงองค์ความรู้ที่จะนำมาพัฒนามีหรือยังในกลุ่มของสมาชิกจะทำอย่างไรที่จะสร้างและแสวงหาความรู้เหล่านี้ได้ จากใคร ที่ไหน และทำอย่างไร ที่จะเชื่อมโยงไปถึงองค์ความรู้ที่อยู่ในรูปแบบใดหรืออยู่ที่ตัวบุคคล และกำจัดความรู้เก่าที่ไม่สามารถนำมาส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ได้ก็จำเป็นจะต้องพัฒนาความรู้เหล่านี้ให้สมาชิกสามารถนำไปปฏิบัติ ฉะนั้นการจะขับเคลื่อนการรวมกลุ่มวิสาหกิจได้จำเป็นจะต้องแสวงหาความรู้ที่จำเป็นและมีผลต่อการขับเคลื่อนงานของกลุ่มให้เดินหน้าได้ เช่น เทคนิค วิธีการ และกระบวนการที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดจากการนำความรู้มาปฏิบัติและได้ผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายเกิดการสร้างสรรค์ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นแตกต่างจากผลิตภัณฑ์กลุ่มทำให้เกิดช่องทางในการแข่งขันภายนอกได้

(๔) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ ก็คือการวางโครงสร้างและขั้นตอนการเรียนรู้ เพื่อให้การถ่ายทอดความรู้มีประสิทธิภาพที่สมาชิกสามารถนำไปปฏิบัติต่อได้หรือถ่ายทอดซึ่งกันและกันได้เพื่อเตรียมความพร้อมในอนาคตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการแปรรูป เทคนิคและวิธีการต่าง ๆ โดยมีขั้นตอนที่ถูกต้องเป็นระบบจะทำให้ไม่เกิดผลเสียหายในขั้นตอนการผลิตมีระบบเข้ามาควบคุมไม่ว่าจะเป็นทางด้านส่วนผสม การจัดการ การบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทที่มีความแตกต่างกัน จะทำอย่างไรให้ระบบมาควบคุมการดำเนินงานของแต่ละคนที่ปฏิบัติตามระบบ ดังนั้นจะต้องจัดการความรู้ให้เป็นระบบไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอด การต่อยอด หรือเทคนิคต่าง ๆ ให้สมาชิกทุกคนนำไปปฏิบัติได้ เช่น สูตรการผสมอาหารหรือเทคนิคการพัฒนาสูตรอาหาร ประเภท ต่าง ๆ ที่มีการเก็บความรู้อย่างเป็นระบบ เมื่อมีสมาชิกเข้ามารวมกลุ่มเพิ่มจำนวนมากก็จะมีปัญหาในการถ่ายทอดความรู้เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ

(๕) การประมวลและการกลั่นกรองความรู้ จำเป็นจะต้องมีการประมวลความรู้ที่ปฏิบัติกันอยู่ว่ามีอะไรบ้างที่ทำให้เป็นปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงานหรือลงมือทำเพื่อนำมาปรับปรุงให้เข้ากับสภาพการแข่งขันในปัจจุบันและมีความสมบูรณ์มาตรฐาน ถือเป็น การทบทวนความรู้

เพื่อที่จะได้เห็นปัญหาที่นำความรู้ไปปฏิบัติ เช่นกระบวนการแปรรูปบางอย่างที่ทำให้เกิดอุปสรรคต่อการผลิตทำให้เกิดความล่าช้าหรือส่งผลเสียกับวัตถุดิบที่นำมาแปรรูป จำเป็นจะต้องปรับปรุงหรือทำการประยุกต์หาแนวทางที่จะทำให้ไม่มีปัญหาต่อการผลิตและแปรรูปได้ ทำให้เกิดการต่อยอดความรู้ นำมาสู่การพัฒนานวัตกรรมขึ้นมาที่มีผลมาจากการลงปฏิบัติ

(๖) การพัฒนาทักษะ ในยุคปัจจุบันทักษะการทำงานถือเป็นหัวใจสำคัญของหนึ่งที่ไม่สามารถมองข้ามและให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะมีผลต่อการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแปรรูป การผลิต และมาตรฐาน รวมถึงการใช้เครื่องมือในกระบวนการผลิต ส่งผลต่อต้นทุนและความเสียหายระหว่างการผลิตทำให้เกิดปัญหาตามมาในการแก้ไข ซึ่งกระบวนการในการพัฒนาทักษะของสมาชิกวิสาหกิจจะดำเนินการเพื่อให้สอดคล้องกับภารกิจของกิจกรรมโดยมีขอบเขตดังนี้

(๖.๑) ค้นหาจุดอ่อนของสมาชิกด้านทักษะที่มีอยู่ในตัว ทั้งประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะเพื่อให้ความรู้ในการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ

(๖.๒) วางแผนและตั้งเป้าหมายที่จะส่งเสริมพัฒนาทักษะอย่างไรเพื่อให้สมาชิกสามารถเรียนรู้และลงมือปฏิบัติได้ในกรอบระยะเวลาเพื่อให้ทันต่อการดำเนินกิจกรรม

(๖.๓) ลงมือปฏิบัติ หลังจากมีการฝึกอบรมเรียนรู้จากการใช้อุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ รวมถึงเทคนิควิธีการไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการแปรรูป การขึ้นรูป การบรรจุภัณฑ์ โดยมีผู้ช่วยที่มีทักษะเข้ามาให้คำชี้แนะสามารถทำได้ในหลายวิธีเพื่อให้เกิดความคุ้นเคยนำไปสู่ความชำนาญในการปฏิบัติ

(๖.๔) ประเมินผลและแก้ไขปรับปรุง หลังจากที่มีการลงมือปฏิบัติแล้วประเมินผลจากการพัฒนาได้มีทักษะเป็นไปตามที่ต้องการหรือไม่สอดคล้องกับกิจกรรมมากนักยั้งแต่หากยังมีข้อบกพร่องก็นำกระบวนการนั้นการแก้ไขอาจจะต้องเชื่อมโยงการหน่วยงานราชการเข้ามาสนับสนุน ให้ความรู้เพิ่มเติมเพื่อให้การปฏิบัติงานของสมาชิกมีประสิทธิภาพเพื่อหาแนวทางในการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

๒) การเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐพัฒนาองค์ความรู้

เป็นการประสานความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดเทคนิคกระบวนการที่หน่วยงานแต่ละแห่งมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้แต่ละด้านเพื่อนำพัฒนาองค์ความรู้ ไม่ว่าจะเป็นการบริหาร การเสริมความรู้ การจัดการความรู้และการใช้เทคโนโลยีที่นำมาประยุกต์ร่วมกับการดำเนินกิจกรรมของสมาชิกในการรวมกลุ่มวิสาหกิจ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านมาตรฐาน กระบวนการผลิต เทคนิคต่าง ๆ โดยมีวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถมาถ่ายทอดตามความต้องการของกลุ่มที่จะนำมาเพิ่มความรู้และทักษะและรวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีส่วนประสานความร่วมมือให้สามารถขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจได้ ซึ่งเครือข่ายความร่วมมือของภาครัฐมุ่งเน้นให้เป็นเครื่องมือส่งผ่านและสร้างองค์ความรู้ทั้งทางด้านเทคโนโลยีและการจัดการนำมาสู่กลไกความร่วมมือของการรวมกลุ่มเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายของกลุ่มและความช่วยเหลือซึ่งกันและกันสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้

๓) การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นการวางแผนที่จะสื่อสารไปสู่ภายนอกให้มีการรับรู้และมีเจตคติที่ดีเกิดการยอมรับ สนับสนุน การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์รวมถึงกิจกรรมในการดำเนินงานเพื่อที่จะให้เกิดการรับรู้กับภายนอกมากขึ้นทำให้ส่งต่อการรับรู้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งปัจจุบันช่องทางประชาสัมพันธ์มีหลายช่องทางที่มีทางเลือกให้กับวิสาหกิจนำไปเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ภายนอกได้รับรู้ทำที่สามารถเชื่อมต่อกันโดยตรงกับผู้บริโภค

ดังนั้นกระบวนการที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์ของการรวมกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จโดยมีองค์ประกอบ ๔ ประการ ได้แก่

(๑) ศึกษาข้อมูล ที่คนส่วนใหญ่มีความสนใจและมีช่องทางไหนบ้างที่เชื่อมโยงการรับรู้ข่าวสารและเข้าถึงได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตประจำวันของคนในสังคม เช่น การเข้าไปใช้ระบบมากหรือเข้าไปดูจากข้อมูลทางสถิติจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อนำมาวิเคราะห์ช่องทางในการสื่อสารและจัดจำหน่าย ฉะนั้นการศึกษาข้อมูลจึงมีความสำคัญเพื่อเตรียมความพร้อมในการประชาสัมพันธ์นำเสนอผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยเฉพาะรูปลักษณ์และความแตกต่างที่จะทำให้เป็นจุดสนใจของผู้ชมแล้วทำการจัดลำดับการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเหล่านี้ ไม่จำกัดเฉพาะช่องทางที่คนส่วนใหญ่ใช้ตลอดจนเป็นค่านิยมของคนในสังคม

(๒) ทำอะไรได้บ้าง เมื่อได้ข้อมูลช่องทางที่จะทำการประชาสัมพันธ์เราสามารถทำอะไรได้บ้างในแต่ละช่องทางที่จะทำการนำข้อมูลไปประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะขีดจำกัดของข้อมูล รูปแบบการนำเสนอ และกระบวนการที่จะสื่อออกไปทั้ง ภาพ เสียง การเปิดกว้างให้แสดงความคิดเห็นโต้ตอบเพื่อจะได้รับความเคลื่อนไหวของผู้บริโภคและผู้สนใจเพื่อนำข้อมูลมาบริหารจัดการปรับปรุงให้สอดคล้องกับผลตอบรับหรือการรับรู้จากภายนอก

(๓) มีช่องทางสื่อสารอะไร หมายถึงช่องทางที่จะสามารถเข้าไปประชาสัมพันธ์ได้ไม่ว่าจะผ่านระบบเว็บไซต์ ค่าปลิกออนไลน์ ต่าง ๆ รวมถึงแอปพลิเคชันที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ ตลอดจนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ทำให้เข้าไปประชาสัมพันธ์นำเสนอ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในการประชาสัมพันธ์ จำเป็นจะต้องทำการทดสอบฐานข้อมูลจะทำให้ได้รับทราบข้อมูลของการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ที่อยู่บนระบบออนไลน์หรือให้สมาชิกสร้างช่องทางในการสื่อสารโดยตรง จากการนำเสนอส่วนตัวเชื่อมโยงเข้าถึงออนไลน์ระหว่างกลุ่มหรือสาธารณะได้ และการสื่อสารโดยตรงจากการออกไปประชาสัมพันธ์ภายนอก การจัดการระบบหน้าร้านและการออกบูทเป็นต้น

(๔) ประเมินและวางแผน ประเมินจากผลตอบรับที่ได้มีการประชาสัมพันธ์จากช่องทางการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์ทั้งสองทางมีข้อแตกต่างกันอย่างไรและมีอุปสรรคปัญหาอะไรบ้างที่จะต้องนำมาแก้ไขปรับปรุงให้มีความเรียบร้อยและพัฒนาต่อยอดได้ต่อไป

๔) การเชื่อมโยงเครือข่ายกลุ่มผู้บริโภค

ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งของการเชื่อมต่อการประชาสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคมีช่องทางเข้าถึงผู้ผลิตโดยตรง จะได้ประโยชน์และได้รับข้อมูลที่ถูกต้องโดยไม่ต้องผ่านระบบคนกลางทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีคุณภาพและได้มาตรฐานจากผลตอบกลับของผู้บริโภคจาก

ข้อเสนอแนะการนำมาปรับปรุงแก้ไข ฉะนั้นช่องทางที่จะเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจของชุมชนที่จะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากนั้น โดยเชื่อมโยงแบ่งออก ๓ กลุ่ม คือ

(๑) กลุ่มคนทั่วไป ที่เข้ามาใช้บริการมาติดต่อซื้อไปบริโภคและเป็นของฝากที่ระลึกในงานต่าง ๆ เป็นกลุ่มบุคคลที่สามารถกระจายสินค้าและประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มคนที่มีสถานภาพทางสังคม

(๒) จำหน่ายเอง(ออฟไลน์) การจัดตั้งหน้าร้านวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชนหรือตามแหล่งท่องเที่ยว เป็นการประชาสัมพันธ์ให้เห็นที่มาของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ สถานที่ตั้ง รวมถึงระบบมาตรฐานการผลิตที่มีการบริหารจัดการเป็นรูปธรรม สร้างความน่าเชื่อถือถึงแหล่งผลิตจากผู้ผลิตมาพบกับผู้บริโภค เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์

(๓) ผ่านระบบออนไลน์ จากการศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์แล้วนำไปพัฒนาวางแผนประชาสัมพันธ์ทางช่องทางออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อคนในสังคมทำให้เปิดกว้างในการรับรู้จากคนภายนอกมากขึ้น ที่มีหลากหลายช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และทำให้เข้าถึงผู้คนส่วนใหญ่น่าได้เร็วมากขึ้น

๔.๒ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชนโดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

๔.๒.๑ การพัฒนาการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

๔.๒.๒ การเสนอแนะแนวทางการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

๔.๒.๓ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

๔.๒.๔ องค์กรความรู้ที่ได้จากการวิจัย

๔.๒.๑ การพัฒนาการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

ซึ่งผู้วิจัยและคณะวิจัยได้กำหนดกิจกรรมสำรวจความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน แบ่งเป็น ๓ ประเด็นสำคัญดังนี้ คือ

๑. การสร้างพลังชุมชน

สำหรับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research) ซึ่งเป็นงานวิจัยเพื่อสังคม ประกอบด้วยการศึกษา (Education) การปฏิบัติการ (Action) และการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อนำนวัตกรรมมาเป็นเครื่องพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชน คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อสำรวจบริบททั่วไปของชุมชน ได้พบปะพูดคุยกับชาวบ้านในพื้นที่วิจัย เพื่อศึกษาวิเคราะห์และประเมินโอกาสผลสำเร็จ พบว่า สมาชิกของชุมชนแห่งนี้ส่วนใหญ่ ๘๐% มีอาชีพเกษตรกร ทั้งทำไร่ ทำนา ทำสวน เลี้ยงปลา เมื่อมีเวลารว่างก็จะรวมกลุ่มกันทำอาชีพเสริม ทั้งจักสาน ทอผ้า แปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเป็นอาหารหรือขนม เป็นต้น สภาพปัญหาที่ผู้วิจัยและคณะวิจัยได้ลงไปสัมผัสในเบื้องต้น ปัญหาที่พบส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับอาชีพ ความเป็นอยู่ และรายได้ต่อครัวเรือน ถึงแม้ว่าสมาชิกในชุมชนจะร่วมกันเปิดตลาดชุมชนในช่วงเช้า และช่วงเย็น ก็ไม่ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

มากนัก อีกทั้งชุมชนยังขาดการสนับสนุน การประสานงาน และความร่วมมือจากองค์กรอื่น ๆ สมาชิกของชุมชนแต่มีความอดทน มุมานะ ขยัน และต้องการโอกาสในการพัฒนาอาชีพหรือผลิตภัณฑ์ของตนที่มีอยู่แล้ว และที่เคยทำมาก่อนแต่ชะงักไปเพราะสภาพเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวย อีกทั้งการแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ปัญหาดังกล่าวทำให้ชุมชนแห่งนี้ประสบปัญหาเกี่ยวกับรายได้ที่ลดลงในขณะที่รายจ่ายยังคงอยู่เท่าเดิมหรืออาจจะมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่อย่างมาก อีกทั้งมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ก็ส่งผลให้การพัฒนาสัมมาชีพของชุมชนต้องหยุดชะงักไปด้วย เพื่อกระตุ้นพลังชุมชนผู้วิจัยจึงวางแผนเป็นกรอบการปลูกพลังชุมชน ดังนี้



ผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานกับประธานสภาเทศบาลตำบลจรเข้สามพัน^{๒๓} เมื่อวันที่ ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๖๔ โดยได้พูดคุยกันถึงรายละเอียดของโครงการวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย การลงพื้นที่ปฏิบัติการ รวมถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดกับชุมชนและสิ่งที่สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพันจะได้รับ ถึงแม้ว่าชุมชนแห่งนี้จะมีผู้นำที่เข้มแข็ง เสียสละ และมุ่งประโยชน์ของชุมชนเป็นหลักแล้วก็ตาม แต่เพื่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาอย่างจริงจังและยั่งยืน จึงจำเป็นต้องปลูกพลังภายในของสมาชิกในชุมชนให้หลอมรวมกันเป็น **พลังชุมชน** เสียก่อนจึงจะเกิดการขับเคลื่อนอย่างแท้จริง ผู้วิจัยและทีมวิจัยจึงดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อย ประกอบด้วย ประธานและรองประธานผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ปกครองท้องถิ่น และหัวหน้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ร่วมกันวางแผนและวางแผนการดำเนินการสร้างพลังชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเอง

แต่ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) คุณอนุกุล รัชตะวงษ์ ได้เสนอให้เลื่อนการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของกระบวนการวิจัยออกไปก่อน โดยให้เหตุผลกับผู้วิจัยว่า

^{๒๓} สัมภาษณ์ นายอนุกุล รัชตะวงษ์, ประธานสภาเทศบาลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดสุรินทร์, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

“ชุมชนจรเข้สามพัน เป็นชุมชนแรกในจังหวัดสุพรรณบุรีที่พบการแพร่ระบาดของของโควิด สมาชิกในชุมชนปฏิบัติตามมาตรการป้องกันของจังหวัดอย่างเคร่งครัด จึงไม่ยากให้จัดกิจกรรมใดใด ในช่วงของการแพร่ระบาดระลอกที่ ๒ นี้เลย”^{๒๔}

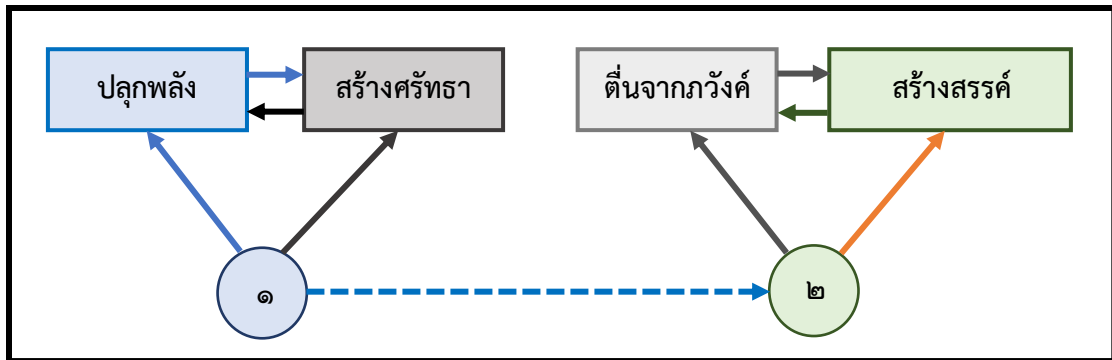
ผู้วิจัยและคณะ ได้สังเกตเห็นการปฏิสัมพันธ์ที่มีลักษณะของความยินดีให้ความร่วมมือ และพร้อมเข้าร่วมกิจกรรมของผู้นำชุมชนแล้ว จึงยอมรับความจำเป็นดังกล่าว และเลื่อนการลงพื้นที่วิจัยออกไป



ภาพประกอบที่ ๔.๑๓ การเข้าพบผู้นำชุมชนและชี้แจงวัตถุประสงค์การขอลงพื้นที่

ต่อมา ในช่วงต้นเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๔ ถือว่าเป็นช่วงสถานการณ์คลี่คลายจากการแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ มากขึ้น ภาครัฐมีมาตรการผ่อนปรนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ติดต่อขอเข้าพื้นที่ชุมชนจรเข้สามพันอีกครั้งเพื่อดำเนินการวิจัยต่อไป ตามแผนงานดังนี้

^{๒๔} สัมภาษณ์ นายอนุกุล รัชตะวงษ์, ประธานสภาเทศบาลจรเข้สามพัน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๑๙ พฤษภาคม ๒๕๖๔.



๑) ชั้นเตรียมการที่ ๑

ในขั้นตอนที่ ๑ นี้ ผู้วิจัยเรียกว่า **ชั้นเตรียมการ** โดยการเริ่มต้นที่ทีมวิจัยเข้าไปพูดคุยกับผู้นำชุมชน เช่น ปลัดเทศบาล สมาชิกสภาเทศบาล ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ ๔ หมู่ ๕ และหมู่ ๖ ตำบลจรเข้มสามพัน อำเภอกู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อวางแผนรูปแบบการนำข้อมูลชุดองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการใช้นวัตกรรม เพื่อให้ชุมชนเป็นผู้เลือกผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อใช้เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบในการนำมาพัฒนา หลังจากชี้แจงโครงการวิจัย เป้าหมาย กระบวนการ และประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับชุมชนเรียบร้อยแล้ว ผู้นำชุมชนได้เลือกผลิตภัณฑ์ต้นแบบเป็น กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปปลา (ปลานิล และปลาดุก) และกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมไทยพื้นบ้าน (ขนมกง) โดยได้กำหนดจัดกิจกรรมเป็น **วันจันทร์ที่ ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔** ณ ตลาดชุมชนวัดโพธาราม ตำบลจรเข้มสามพัน อำเภอกู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพประกอบที่ ๔.๑๔ การเข้าพบผู้นำชุมชนเพื่อเตรียมการจัดกิจกรรมรเชิงพื้นที่



ภาพประกอบที่ ๔.๑๕ การเข้าพบปลัดเทศบาลตำบลจรเข้สามพันเพื่อขอดำเนินการจัดกิจกรรมเชิงพื้นที่

ในการนี้ ผู้วิจัยได้ทำจดหมายเชิญวิทยากรจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสุพรรณบุรี^{๒๕} และวิทยากรจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี^{๒๖} ซึ่งทั้งสองท่านนี้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการถ่ายทอดทักษะความรู้ ความสามารถ และสร้างความเข้าใจเรื่องต้นทุนของชุมชน ในการยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนด้วยการลงมือปฏิบัติการด้วยตนเอง ทำความเข้าใจร่วมกันกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลวิจัยเป้าหมายในพื้นที่ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการรับการพัฒนาของชุมชน และผลิตภัณฑ์ที่ต้องการใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาสินค้า อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยกระบวนการขั้นตอนดังนี้

กิจกรรมปลูกพลัง สร้างศรัทธา

ผู้วิจัยและทีมวิจัย ได้ดำเนินการวางแผนการจัดประชุมกลุ่มย่อย ครั้งละ ๑ กลุ่ม ๆ ละ ๓๐ คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม ผู้นำชุมชน องค์กรท้องถิ่น สมาชิกชุมชน รับผิดชอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเรียนรู้ทักษะการสร้างพลังชุมชนด้วยการมีส่วนร่วม ณ ศาลาอเนกประสงค์ตลาดชุมชนวัดโพธาราม ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เริ่มกิจกรรมตั้งแต่เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๒.๐๐ น. ซึ่งกลุ่มสมาชิกชุมชนทั้ง ๒ กลุ่มนี้มีความแตกต่างกันเรื่องประเภทผลิตภัณฑ์ ลักษณะ กระบวนการผลิต และช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดประชุมครั้งนี้เป็นการกระตุ้นอุดมการณ์ความคิดเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะก่อให้เกิดความคิดใหม่ ๆ และความพยายาม

^{๒๕} สัมภาษณ์ นางสาวจุฬารัตน์ คำภา, หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนา สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.

^{๒๖} สัมภาษณ์ นางสาวสิริกร นิลกำแหง, ผู้อำนวยการกลุ่มงานส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.

เข้าถึงโอกาสดี ๆ ที่จะก่อเกิดประโยชน์กับสมาชิกของกลุ่มและชุมชนของตนเอง ซึ่งกระบวนการสร้างพลังชุมชน นั้นประกอบด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้^{๒๗}

- กระบวนการการปรับปรุงความสามารถ และการพัฒนาศักยภาพของชาวบ้าน ด้วยการส่งเสริมระดับผู้เรียนรู้และพัฒนาความเชื่อมั่นให้เกิดการวิเคราะห์/สังเคราะห์สถานการณ์ปัญหาของเขาเอง ซึ่งเป็นการนำเอาศักยภาพเหล่านี้มาใช้ประโยชน์

- กระบวนการให้ความรู้ที่เหมาะสมแก่ชาวบ้าน ตลอดจนมีการนำไปใช้อย่างเหมาะสม

- มีความสนใจปรีทศน์ของชาวบ้าน โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจะช่วยให้เปิดเผยให้เห็นคำถามที่ตรงกับประเด็นปัญหา

- ให้โอกาสในการปลดปล่อยแนวความคิดเพื่อให้ชาวบ้าน และคนยากจนด้วยโอกาสสามารถมองความคิดเห็นของตนเองได้อย่างเสรี มองสภาพการณ์และปัญหาของตนเอง วิเคราะห์วิจารณ์ ตรวจสอบสภาพข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างตรงประเด็น



ภาพประกอบที่ ๔.๑๖ การแสดงทักษะพื้นฐานการแปรรูปปลา (ปลานิล และปลาดุก) ของชุมชนจรเข้สามพัน



ภาพประกอบที่ ๔.๑๗ การแสดงทักษะพื้นฐานการทำขนมกง ของชุมชนจรเข้สามพัน

^{๒๗} พันธุ์ทิพย์ งามสูตร, การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๐), หน้า ๓๓-๓๕.

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยสังเกตพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนผู้เข้าร่วมวิจัยทั้ง ๒ กลุ่มผลิตภัณฑ์ พบว่า

(๑) **การแสดงออก** กลุ่มสัมมาชีพทั้ง ๒ ประเภท มีการเตรียมตัว เตรียมวัตถุดิบ และอุปกรณ์มาสาธิตกระบวนการผลิตของตนพร้อมทั้งอธิบายให้เห็นถึงกรรมวิธีของตนเองอย่างละเอียดด้วยความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาอันเป็นมรดกตกทอด หรือทักษะใหม่ที่ตนเองมีอยู่

(๒) **การมีส่วนร่วม** กลุ่มสัมมาชีพทั้ง ๒ ประเภท มีการนัดหมายการรวมกลุ่ม เพื่อเตรียมตัวและแบ่งหน้าที่กันแสดงทักษะอาชีพของกลุ่มตนอย่างเต็มที่ และภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์ของตน โดยมีเป้าหมายถึงผลสัมฤทธิ์ที่จะตามมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การขยายในวงกว้างต่อไป



ภาพประกอบที่ ๔.๑๘ การมีส่วนร่วมในการแสดงทักษะพื้นฐานผลิตภัณฑ์ของชุมชนจรเข้สามพัน

๒) ชั้นเตรียมการที่ ๒

กิจกรรมตื่นจากภวังค์ สร้างสรรค์ผลงาน

สำหรับกิจกรรมในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยและทีมวิจัยได้ทำจดหมายเชิญ นางสาวสิริกาน นิลกำแหง ผู้อำนวยการกลุ่มงานส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี และนางสาวจุฬารัตน์ คำภา หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนา สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งวิทยากรทั้ง ๒ ท่านนี้เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบฉลากสินค้า การยื่นขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่มีด้วยองค์ประกอบทางการตลาด มาร่วมกิจกรรมบรรยายให้สมาชิกกลุ่มสัมมาชีพชุมชน ได้เห็นภาพก่อนและหลังการใช้นวัตกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ ศาลาอเนกประสงค์ตลาดชุมชนวัดโพธาราม ตำบลจรเข้สามพัน อำเภอดำรงวิทยารมย์ จังหวัดสุพรรณบุรี เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น. โดยแบ่งการบรรยายร่วมกับการฉายสไลด์ และแจกเอกสารประกอบ แบ่งเป็น ๒ ช่วง ๆ ละ ๒ ชั่วโมง โดยวิทยากรได้บรรยายให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ความเข้าใจในการใช้นวัตกรรม ประโยชน์ในการใช้นวัตกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนเสียก่อน จึงจะมีการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ต่อไป



ภาพประกอบที่ ๔.๑๙ การบรรยายให้ความรู้โดยคุณสิริกร นิลกำแหง และคุณจุฬารัตน์ คำเกา

ผู้วิจัยและทีมวิจัยได้เสนอให้ชุมชนจัดกระบวนการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกในชุมชน ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

(๑) จัดประชุมกลุ่มย่อย ผู้วิจัยและทีมวิจัย แบ่งกลุ่มผู้ร่วมวิจัยออกเป็น ๒ กลุ่ม ๆ ละ ๔๐ คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม ผู้นำชุมชน องค์กรท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เพื่อชี้แจงการทำความเข้าใจการใช้นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมกัน ชี้แนะและกระตุ้นให้สมาชิกร่วมวิจัยกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงปรับปรุง พัฒนาความสามารถ ให้เกิดความเชื่อมั่นในพลังของสมาชิกทุกคนว่าจะสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ และแก้ปัญหาของเขาได้ด้วยตนเอง

(๒) จัดทำแบบสำรวจความต้องการยกระดับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป้าหมาย ด้วยชุดสัมภาษณ์

(๓) ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเพื่อพิจารณาเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนา เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้า และร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาเดิมของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เลือกไว้เป็นต้นแบบกรณีศึกษา ด้วยความเห็นพ้องและไม่ขัดแย้ง

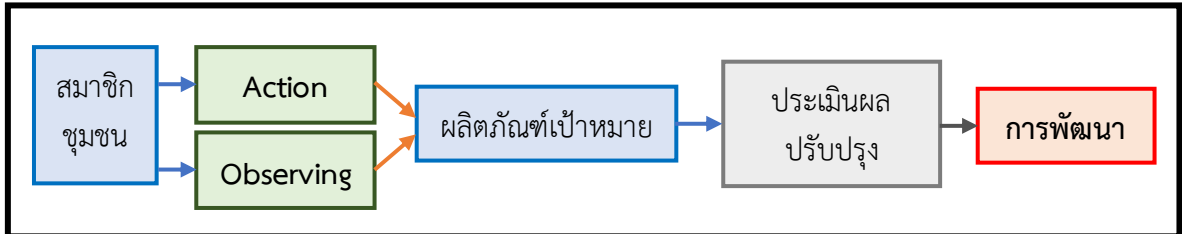
(๔) นำเสนอรูปแบบและกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามความต้องการของชุมชน ด้วยเรียนรู้ร่วมกัน และสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ให้เกิดการปฏิบัติอย่างแท้จริง

เมื่อได้ข้อสรุปเรื่องตัวผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนา ลักษณะ และประเภทของผลิตภัณฑ์จากการประเมินข้อคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมทุกคนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในช่วงท้ายของการจัดประชุม ผู้วิจัยและทีมวิจัย พร้อมสมาชิกชุมชนและผู้เกี่ยวข้องทั้ง ๒ กลุ่ม ร่วมกันวางแผน (Planning) ในการลงมือปฏิบัติการ การใช้นวัตกรรมกับผลิตภัณฑ์ต้นแบบเป็นลำดับต่อไป

๒. ปฏิบัติการชุมชน กิจกรรมสร้างความเปลี่ยนแปลง

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยและทีมวิจัย ลงพื้นที่วิจัยร่วมกับ ผู้นำท้องถิ่น เช่น สมาชิกเทศบาล ตำบลจรเข้สามพัน ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มสัมมาชีพ และผู้ให้ข้อมูลวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการตั้งกลุ่มไลน์เพื่อความสะดวกในการนัดหมายจัดประชุม หรือพูดคุยปรึกษาหารือกันในประเด็นต่าง ๆ และเพื่อความพร้อมต่อการลงมือปฏิบัติ (Action) ตามแผนงานที่วางไว้ ในขณะที่กลุ่มสมาชิกทุกคนร่วมกันลงมือ

ปฏิบัติตามคำแนะนำของวิทยากร ผู้วิจัยได้สังเกต (Observing) สถานการณ์โดยรวมและบันทึกประเด็นต่าง ๆ ไว้ เพื่อนำข้อบกพร่อง ข้อผิดพลาดมาพูดคุยและปรับปรุงแก้ไข ดังแผนภาพต่อไปนี้



ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยขอเรียกว่า **ขั้นตอนการ** เป็นการจัดประชุมลงมือปฏิบัติการใช้นวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) และกลุ่มแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาตุ๋น) ของชุมชนบ้านจรเข้สามพัน ในขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติการนี้ ได้จัดกิจกรรมแยกกันเป็น ๒ ครั้ง ดังนี้

ครั้งที่ ๑ จัดประชุมที่ศาลาอเนกประสงค์ตลาดชุมชนวัดโพธาราม ตำบลจรเข้สามพัน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ลงสำรวจพื้นที่ทำให้ทราบตั้งแต่แรกแล้วว่า ชุมชนแห่งนี้ได้ผลิตสินค้าชุมชนหลากหลายชนิด แต่เป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ เน้นความคุ้นเคยหรือประเภทที่ตนเองถนัดเท่านั้น ชาวบ้านใช้วิธีการรวมตัวกัน ๕-๖ คน และใช้อุปกรณ์ในการผลิตเท่าที่มีอยู่ ปัญหาที่พบคือ ชุมชนขาดเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ขาดผู้นำในการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง ขาดการส่งเสริมทางการตลาด ขาดการประชาสัมพันธ์และการเชื่อมโยงเครือข่าย ในขณะที่ชุมชนบ้านจรเข้สามพันมีความพร้อมในเรื่องทักษะความรู้พื้นฐาน วัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิตอย่างมาก ผู้วิจัยและคณะผู้ร่วมวิจัยได้ให้สมาชิกในชุมชนตำบลจรเข้สามพันร่วมกันพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์จากชุมชนที่ต้องการจะพัฒนา ผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) และการแปรรูปปลา (ปลานิล และปลาตุ๋น) ด้วยการลงมือปฏิบัติ (Action) ตามขั้นตอน ในขณะที่เดียวกันก็ได้ทำการสังเกต (Observing) เพื่อหาประเด็นปัญหาและอุปสรรค ข้อดีและข้อเสีย เพื่อนำมาอภิปรายร่วมกันในครั้งต่อไป

นอกจากนี้ผู้วิจัยและทีมวิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากการลงมือปฏิบัติการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน เป็นประโยชน์ต่อชุมชนหรือไม่ อย่างไร

คุณนิรมล ศรีเทรา^{๒๘} สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพันอธิบายว่า

“ในชุมชนได้รวมตัวกันปรับปรุงพื้นที่รกร้าง บริเวณชายแม่น้ำ หลังวัดโพธาราม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งผู้ใหญ่บ้านมาชักชวนกันรวมกลุ่ม โดยมีเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนอำเภอมาสอนการเย็บกระเป๋า ทำพวงกุญแจเป็นสินค้าของฝากขาย”

^{๒๘} สัมภาษณ์ นางนิรมล ศรีเทรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทง จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.

นอกจากประเด็นดังกล่าว คุณนิรมล ได้กล่าวถึงองค์กรที่เข้ามาส่งเสริมเรื่องนวัตกรรมชุมชนและการมีส่วนร่วมต่อไปอีกว่า

“ชุมชนจรเข้สามพัน โดยการประสานของผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๔ หมู่ ๕ และหมู่ ๖ จะชักชวนชาวบ้านให้สามัคคีและมีความร่วมมือกันอย่างมาก เพราะอยู่ในบริเวณใกล้ๆ กัน เมื่อมีการจัดอบรมการผลิตสินค้า การขายสินค้า ก็จะรวมกลุ่มกันเรียนรู้ในบริเวณชุมชนจรเข้สามพันเสมอ”

คุณอนันต์ สุขเกษมฤทัย^{๒๙} มีความเห็นเช่นเดียวกับคุณนิรมลในประเด็นดังกล่าวว่า

“กำนันและผู้ใหญ่บ้าน จะเป็นผู้นำชาวบ้านเข้ามาเรียนรู้กระบวนการทำหัวเชื้อเห็ด เพื่อใช้เพาะเห็ดนางฟ้า เห็ดภูฏาน โดยเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนส่งเสริมด้านการตลาดให้เป็นอย่างดี”

ในขณะที่ คุณเกตุมณี หงษ์ทอง^{๓๐} สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพันมีความเห็นเรื่องกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้เรื่องนวัตกรรม โดยเฉพาะ ด้านบรรจุภัณฑ์ว่า

“มีหน่วยงานเช่น อุตสาหกรรมจังหวัด พัฒนาชุมชนอำเภออุทุมพร เข้ามาถ่ายทอดความรู้เรื่องการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบฉลาก การเพิ่มช่องทางการขาย ในรูปแบบออนไลน์”

คุณเกตุมณี ได้อธิบายเพิ่มเติมถึงหน่วยงานที่เข้ามาส่งเสริมเรื่องนวัตกรรมชุมชนว่า

“เทศบาล จะเป็นผู้จัดหางบประมาณร่วมกับพัฒนาชุมชนในการจัดกิจกรรมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้การผลิตสินค้าใหม่ โดยมีกำนันและผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้กระตุ้นและสนับสนุนให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ”

คุณปราณี ศรีเทรา^{๓๑} ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมของชุมชนไว้ว่า

“ในชุมชนมีการถ่ายทอดความรู้ด้วยการแนะนำส่งเสริม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมเช่น การแปรรูป ออกแบบฉลาก และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงช่องทางการตลาด เทศบาล

^{๒๙} สัมภาษณ์ นายอนันต์ สุขเกษมฤทัย, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.

^{๓๐} สัมภาษณ์ นางสาวเกตุมณี หงษ์ทอง, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.

^{๓๑} สัมภาษณ์ นางปราณี ศรีเทรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.

และผู้ใหญ่บ้านก็ได้ประสานงานการติดตั้ง wifi ฟรีในหมู่บ้านเพื่อให้ชาวบ้านเข้าถึงเทคโนโลยีมากขึ้น”

คุณปราณี ได้กล่าวถึงบทบาทขององค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมชุมชนไว้อย่างชัดเจนว่า

“ - เทศบาล เป็นผู้สนับสนุนการให้ความรู้
 - กำนันและผู้ใหญ่บ้าน ชักนำลูกบ้านเข้ามาเรียนรู้และมีส่วนร่วมกันลงมือปฏิบัติ
 - เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนหรือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัด นำความรู้ใหม่ๆ เข้ามาถ่ายทอด”

จากนั้นทีมวิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแสดงทักษะความรู้พื้นฐานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบทั้ง ๒ ประเภท เพื่อจัดประชุมเพื่อนำเสนอประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในขณะปฏิบัติ ผู้วิจัยและทีมวิจัยได้ปรึกษาหารือกับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาและเสริมสร้างจุดแข็งที่เกิดจากกระบวนการพัฒนาขนมไทย (ขนมกง) และการแปรรูปปลา (ปลานิล และปลาตุก) ต่อไป

และจากการสังเกต (Observing) การลงมือปฏิบัติ (Action) ตามขั้นตอนการผลิตในกระบวนการสาธิตขั้นตอนการผลิตสินค้า พบว่า สมาชิกของกลุ่มขนมไทย (ขนมกง) เป็นกลุ่มที่มีส่วนร่วมมากกว่า ด้วยมีการเตรียมวัตถุดิบ แบ่งงานกันทำตามความถนัด อีกทั้งสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมกงทั้ง ๓ คน สามารถอธิบายขั้นตอนการทำขนมกงไปในทิศทางเดียวกันอย่างชัดเจน เช่น การเตรียมวัตถุดิบ น้ำตาลที่ใช้ต้องเคี้ยวแบบไหนอย่างไร ข้าวตอกและส่วนผสมอื่นๆ ต้องคัดสรรอย่างไร

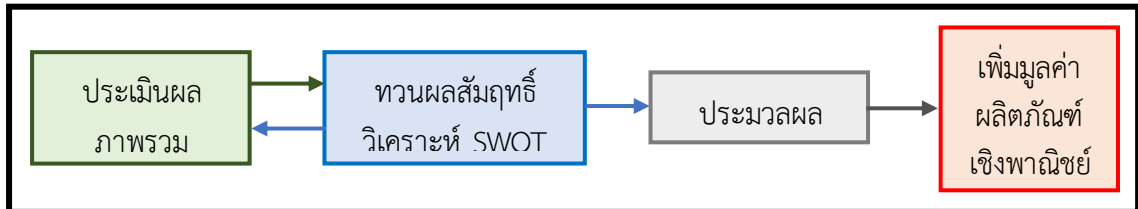
ในขณะที่กลุ่มแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาตุก) มีผู้สาธิตกระบวนการทำปลาแดดเดียวเพียงคนเดียว เพราะปลาสดถูกแปรรูป (หมักน้ำเกลือ) และผึ่งแดดมาเรียบร้อยแล้ว แต่ก็สามารถอธิบายขั้นตอนการผลิตได้อย่างละเอียด ชัดเจน ครบถ้วนทุกขั้นตอน ผู้วิจัยจึงมองว่า ผลิตภัณฑ์แปรรูปปลาน้ำจะเป็นผลิตภัณฑ์ของครอบครัวที่ทำไปขายไป เพราะสมาชิกของชุมชนก็ทำในลักษณะเดียวกันหลายราย จึงเห็นช่องทางการรวมกลุ่มกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพได้ในอนาคต



ภาพประกอบที่ ๔.๒๐ สาธิตแสดงทักษะการผลิตขนมไทย (ขนมกง) และการแปรรูปปลา (ปลานิล และปลาตุก)

๓. ประเมินผลหลังปฏิบัติการชุมชน กิจกรรมพลังชุมชนเข้มแข็ง

หลังจากการประเมินผลในเบื้องต้นแล้ว ผู้วิจัยและทีมวิจัยจึงนำผลการประเมินในภาพรวมมาจัดการวิเคราะห์เพื่อทวนผลสัมฤทธิ์ด้วยกระบวนการ ดังนี้



ครั้งที่ ๒ จัดประชุมที่ศาลาอเนกประสงค์ตลาดชุมชนวัดโพธาราม ตำบลจรเข้สามพัน อำเภอกู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ในวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔ เพื่อประมวลผลทักษะความรู้ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต้นแบบหลังจากที่ได้เข้าอบรมกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว โดยในครั้งนี้ได้เชิญตัวแทนจากเทศบาลตำบลจรเข้สามพันจำนวน ๒ ท่าน ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๔ ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๕ และผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๖ สมาชิกชุมชนจำนวน ๓ คน ตัวแทนที่เป็นแกนนำกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปปลา (ปลานิล และปลาดุก) และตัวแทนกลุ่มชนมไทย (ชนมกง) กลุ่มละ ๑๐ คน รวมทั้งสิ้น ๓๐ คน ผู้วิจัยและคณะผู้วิจัยได้สรุปประเด็นที่ควรพัฒนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง ๒ ประเภท เป็นการทบทวนความรู้ที่ได้จากวิทยากรในการอบรมครั้งก่อน



ภาพประกอบที่ ๔.๒๑ แสดงการทบทวนทักษะความรู้จากการอบรมครั้งก่อน

หลังจากนั้นจึงได้นำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยการพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ ซึ่งเป็นโครงการวิจัยย่อยที่ ๑ ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัด

สุพรรณบุรี โดยนายปณณวิษณุ แสงหล้า^{๓๒} หัวหน้าโครงการย่อยที่ ๑ เป็นผู้ถ่ายทอดทักษะความรู้ในประเด็นต่าง ๆ ที่สังเคราะห์จากการศึกษาวิจัยมาแล้ว ดังนี้คือ



ภาพประกอบที่ ๔.๒๒ แสดงการถ่ายทอดทักษะความรู้จากโครงการวิจัยย่อยที่ ๑

๑) กระบวนการดำเนินการพัฒนาองค์ความรู้ ในกระบวนการนี้เป็นกิจกรรมที่ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ คือ

(๑) การระดมความคิด เป็นการสร้างความเข้าใจและเป็นกิจกรรมที่จะสร้างความเข้าใจในการดำเนินการรวมกลุ่มเพื่อปลูกความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชนให้มีมูลค่าและก่อให้เกิดรายได้ รวมถึงการสร้างมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น มีรายละเอียดดังนี้

(๑.๑) การประสานงานหรือผู้นำชุมชน เป็นการติดต่อผู้นำชุมชนและกลุ่มสมาชิกผลิตภัณฑ์ชุมชน

(๑.๒) กำหนดหัวข้อที่จะนำเสนอในการระดมความคิดเห็น

(๑.๓) การระดมความคิด เพื่อให้ได้ช่องทางหลากหลายและได้เห็นแนวคิดที่แตกต่าง

(๑.๔) สรุปผลการระดมความคิด เพื่อจัดหมวดหมู่ที่ชัดเจนรวมถึงการแบ่งแยกประเภทกระบวนการต่าง ๆ ที่เกิดจากการระดมความคิดและจัดลำดับความสำคัญที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อน

^{๓๒} สัมภาษณ์ นายปณณวิษณุ แสงหล้า, อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุพรรณภูมิ ผู้อำนวยการแผนงานวิจัยและหัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๑, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

(๑.๕) ติดตามประเมินผล หลังจากได้ข้อสรุปแล้วควรจะมีการติดตามผลว่ามีการขับเคลื่อนจากการระดมความคิดอย่างไรเพื่อประเมินหาทางที่จะนำไปสู่การปฏิบัติ และแก้ไขช่องทางที่ทำให้เป็นอุปสรรคในการรวมกลุ่มดำเนินกิจกรรมว่ามีผลอย่างไร

(๒) ความเป็นอัตลักษณ์พื้นที่ เป็นตัวบ่งชี้เฉพาะลักษณะบริบทของพื้นที่และภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่นั้น ๆ ที่มีการถ่ายทอดและสืบทอดต่อกันมาทั้งวัฒนธรรมและความเป็นของสังคม การพัฒนาองค์ความรู้ เศรษฐกิจฐานรากจำเป็นจะต้องดึงเอาอัตลักษณ์ของชุมชนมาสู่การพัฒนาและยกระดับนำมาสู่การสร้างมูลค่าร่วมกับการดึงเอาศักยภาพชุมชนเข้ามาพัฒนาอัตลักษณ์ตนเองและเป็นช่องทางที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมชุมชนที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์พื้นที่นั้น

(๓) การสร้างและแสวงหาความรู้ ในการเชื่อมโยงความรู้ที่ไม่ใช่ภูมิปัญญาท้องถิ่นนำมาประยุกต์ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการพัฒนา ถือเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่มาจากการศึกษาเรียนรู้เพิ่มเติมจากภายนอกโดยเฉพาะความรู้ที่นำมาปฏิบัติได้จริงและเกิดการต่อยอดรวมถึงการรักษาความรู้เก่าคือภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงไว้ นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดจากการนำความรู้มาปฏิบัติและได้ผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย และสามารถแข่งขันกับภายนอกได้

(๔) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ เป็นการวางโครงสร้างและขั้นตอนการเรียนรู้เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้มีประสิทธิภาพ สมาชิกสามารถนำไปปฏิบัติ หรือถ่ายทอดได้ รวมถึงการเตรียมความพร้อมในอนาคตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการแปรรูป เทคนิคและวิธีการต่าง ๆ รวมถึงการเก็บความรู้ที่ได้อย่างเป็นระบบ

(๕) การประมวลและการกลั่นกรองความรู้ ถือเป็นบททบทวนความรู้เพื่อที่จะได้เห็นปัญหาที่นำความรู้ไปปฏิบัติ เช่นกระบวนการแปรรูปบางอย่างที่ทำให้เกิดอุปสรรคต่อการผลิตทำให้เกิดความล่าช้า หรือส่งผลเสียต่อการแปรรูป จำเป็นจะต้องปรับปรุงหรือทำการประยุกต์หาแนวทางที่จะทำให้ไม่มีปัญหาต่อการผลิตและแปรรูปได้ ทำให้เกิดการต่อยอดความรู้นำมาสู่การพัฒนานวัตกรรมขึ้นมาที่มีผลมาจากการลงปฏิบัติ

(๖) การพัฒนาทักษะ ในยุคปัจจุบันทักษะการทำงานถือเป็นหัวใจสำคัญของหนึ่งที่ไม่สามารถมองข้ามและให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะมีผลต่อการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ และกระบวนการพัฒนาทักษะของสมาชิกวิสาหกิจจะดำเนินการเพื่อให้สอดคล้องกับภารกิจของกิจกรรมโดยมีขอบเขตดังนี้ เช่น

(๖.๑) การค้นหาจุดอ่อนของสมาชิกด้านทักษะที่มีอยู่ในตัว

(๖.๒) การวางแผนและตั้งเป้าหมายที่จะส่งเสริมพัฒนาทักษะอย่างไรเพื่อให้สมาชิกสามารถเรียนรู้และลงมือปฏิบัติได้

(๖.๓) การลงมือปฏิบัติ หลังจากมีการฝึกอบรมเรียนรู้จากการใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ รวมถึงเทคนิควิธีการไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการแปรรูป

(๖.๔) ประเมินผลและแก้ไขปรับปรุง หลังจากที่มีการลงมือปฏิบัติแล้วประเมินผลจากการพัฒนาได้มีทักษะเป็นไปตามที่ต้องการหรือไม่ สอดรับกับกิจกรรมมากน้อยแค่ไหนอย่างไร จำเป็นต้องเชื่อมโยงหน่วยงานราชการเข้ามาสนับสนุนให้ความรู้เพิ่มเติมเพื่อให้การปฏิบัติงานของสมาชิกมีประสิทธิภาพเพื่อหาแนวทางในการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

๒) การเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐพัฒนาองค์ความรู้ ด้วยการประสานขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ เข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดเทคนิควิธี กระบวนการ ในการถ่ายทอดความรู้ แต่ละด้านเพื่อนำพัฒนาองค์ความรู้ ไม่ว่าจะเป็นการบริหาร การเสริมความรู้ การจัดการความรู้และ การใช้เทคโนโลยี รวมทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก็มีส่วนร่วมประสานความร่วมมือในการขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจ เพื่อสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเองต่อไป

๓) การประชาสัมพันธ์ เป็นการวางแนวทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในชุมชน ผู้สังคมภายนอก ให้เกิดการยอมรับ สนับสนุน การแปรรูปผลิตภัณฑ์ กระบวนการประชาสัมพันธ์ของการรวมกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จโดยมีองค์ประกอบ ๔ ประการ ได้แก่

(๑) การศึกษาข้อมูล ความสนใจของคนส่วนมากมีการสื่อสารช่องทางไหนบ้าง มีการรับรู้อย่างไร มีการเข้าถึงข่าวสารอย่างไร ในชีวิตประจำวันของคนในสังคมปัจจุบัน

(๒) การศึกษาช่องทางการสื่อสารว่าชุมชนสามารถทำอะไรได้บ้าง ช่องทางใดที่ทำให้เกิดการรับรู้ความเคลื่อนไหวของผู้บริโภค และการปรับปรุงให้สอดคล้องกับผลตอบรับหรือการรับรู้จากภายนอก

(๓) การสร้างช่องทางสื่อสาร เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านระบบเว็บไซต์ การค้าปลีกออนไลน์ และการค้าส่งในส่วนของวัตถุดิบการผลิต ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่หลากหลาย รวมถึงการสื่อสารโดยตรงจากการออกไปประชาสัมพันธ์ภายนอก การจัดการระบบหน้าร้าน และการออกร้าน แสดงสินค้าในโครงการต่าง ๆ เป็นต้น

(๔) การประเมินผลและวางแผนการประชาสัมพันธ์จากช่องทางต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนา แก้ไขปรับปรุง ต่อยอดได้ต่อไป

๔) การเชื่อมโยงเครือข่ายกลุ่มผู้บริโภค ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งของการเชื่อมต่อจากการประชาสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคผู้ผลิตจะได้ประโยชน์จากการขยายการตลาดไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง ส่วนผู้บริโภคก็มีช่องทางการเข้าถึงผู้ผลิตโดยตรงและได้รับข้อมูลที่ถูกต้องโดยไม่ต้องผ่านระบบคนกลางทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีคุณภาพและได้มาตรฐานจากผลตอบกลับของผู้บริโภคจากการนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไข ฉะนั้นช่องทางที่จะเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจของชุมชนที่จะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากนั้น โดยเชื่อมโยงแบ่งออก ๓ กลุ่ม คือ

(๑) กลุ่มคนทั่วไป ที่เข้ามาใช้บริการมาติดต่อซื้อไปบริโภคและเป็นของฝากที่ระลึกในงานต่าง ๆ เป็นกลุ่มบุคคลที่สามารถกระจายสินค้าและประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มคนที่มีสถานภาพทางสังคม

(๒) จัดจำหน่ายเอง การจัดตั้งหน้าร้านวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชนหรือตามแหล่งท่องเที่ยว เป็นการประชาสัมพันธ์ให้เห็นที่มาของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ สถานที่ตั้ง รวมถึงระบบมาตรฐานการผลิตที่มีการบริหารจัดการเป็นรูปธรรม สร้างความน่าเชื่อถือถึงแหล่งผลิตจากผู้ผลิตมาพบกับผู้บริโภค เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์

(๓) จัดจำหน่ายผ่านระบบตลาดออนไลน์ (E-Market) จากการศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์แล้วนำไปพัฒนาวางแผนประชาสัมพันธ์ทางช่องทางออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อคนในสังคม

ทำให้เปิดกว้างในการรับรู้จากคนภายนอกมากขึ้น ที่มีหลากหลายช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และทำให้เข้าถึงผู้คนส่วนใหญ่ได้เร็วมากขึ้น

สำหรับประเด็นการตกผลึกทักษะความรู้ของสมาชิกในชุมชนเกี่ยวกับเรื่องการนำนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และการวางแนวทางที่จะนำผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในชุมชนไปสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จของชุมชน สมาชิกในชุมชนมีรายได้ดีขึ้น และการเติบโตทางเศรษฐกิจในชุมชน โดยตัวแทนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง ผู้ใหญ่วันนา และท่าน สท.ชนะชัย จะเป็นผู้นำข้อมูลที่ได้รับในวันนี้เสนอต่อสมาชิกคนอื่น ๆ ของชุมชนเป็นลำดับต่อไป



ภาพประกอบที่ ๔.๒๓ แสดงบรรยากาศตัวแทนชุมชนตกผลึกทักษะความรู้จากการอบรม

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยและคณะได้ทำการสังเกต (Observing) เพื่อหาประเด็นปัญหาและอุปสรรค ข้อดีและข้อเสียของขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทีมวิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ถึงความคาดหวังและแนวทางการร่วมมือในการวางแผนรับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ เช่น ขั้นตอนการผลิต บรรจุภัณฑ์ ฉลาก และช่องทางการจัดจำหน่าย พบข้อมูลดังนี้

คุณกุสุมา หงษ์ทอง^{๓๓} สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพันกล่าวถึงปัญหา - อุปสรรคในการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ไว้ว่า

“สิ่งที่ถือว่าเป็นปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญ คือ ความรู้เฉพาะด้านของตัวผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพราะชาวบ้านจะรู้เพียงผิวเผิน หรือจำได้ในช่วงแรกของการจัดอบรม หลังจากนั้นก็ยังยึดแนวทางเดิม ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดมา อีกทั้งแหล่งทุนที่จะสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนก็ไม่มี”

คุณกุสุมา ยังได้กล่าวต่อไปอีกว่า

^{๓๓} สัมภาษณ์ นางสาวกุสุมา หงษ์ทอง, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดสุรินทร์, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

“แต่ก็ยังคงดีที่ชุมชนจรเข้สามพัน ได้รับการเชื่อมโยงเครือข่ายผลิตภัณฑ์กับสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอที่เข้ามาดูแล แนะนำ พบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลการตลาดอยู่บ้าง”

ในขณะที่ คุณชัยชนะ ศรีเหรา^{๓๔} สมาชิกสภาเทศบาลตำบลจรเข้สามพัน ได้ให้ข้อมูลในประเด็นดังกล่าวไว้ว่า

“ปัญหาสำคัญ คือ เรื่องเงินทุน และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในชุมชน อีกทั้งการขาดความต่อเนื่องในการเข้าถึงข้อมูล รวมถึงการพัฒนาทักษะของสมาชิกเองด้วย แต่ก็ยังดีที่ผู้นำชุมชนทั้งเทศบาล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน คอยดูแล ชักจูง และนำข่าวสารข้อมูล ซึ่งช่องทางให้สมาชิกปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงได้อยู่มากทีเดียว”

ซึ่งคุณเสาวณีย์ เสมียนคง^{๓๕} สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ไว้ว่า

“ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ คือ เรื่องการตลาด เพราะมองว่าในชุมชนมีผลิตภัณฑ์หลายตัวที่ไม่สามารถขายได้มากขึ้นกว่าเดิมก็เพราะ มีช่องทางการตลาดแค่ตลาดในชุมชน และตลาดชุมชนริมน้ำจรเข้สามพันเท่านั้น อีกทั้งปัญหาการระบาดของโรคโควิด-๑๙ ที่ทำให้เศรษฐกิจหยุดชะงัก ยิ่งทำให้การค้าขายซบเซามากกว่าเดิมไปอีก”

ในการนี้ผู้วิจัยและทีมวิจัยได้หารือกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการแปรรูปปลา (ปลานิล และปลาดุก) เป็นการบรรจุแบบสุญญากาศก่อนการแช่เย็นเพื่อยืดอายุผลิตภัณฑ์ให้เก็บได้นานขึ้น และแนวทางการพัฒนาขนมไทย (ขนมกง) ด้วยการใช้เครื่องสกัดน้ำมันก่อนการบรรจุและบรรจุลงในถุงกระดาษ หรือกล่องกระดาษแทนถุงพลาสติก เพื่อลดการเฝิ้มของน้ำมันและกลิ่นหืนที่ตามมา จากนั้นผู้วิจัยจึงเสนอให้เพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์ด้วยการเปลี่ยนรูปแบบไส้ขนมกง เป็นรูปจรเข้ รูปหัวใจ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ชุมชนมากขึ้น

สรุปผลการ กระบวนการปฏิบัติการวิจัยกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้ง ๒ ประเภท ด้วยกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ซึ่งมีการสะท้อนกลับ (Reflecting) การใช้นวัตกรรมในชุมชน ซึ่งโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ นี้ ผู้วิจัยได้นำขึ้นตอนที่ ๕ ที่ว่าด้วยการเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) เพื่อให้ชุมชนเข้าถึงความรู้ ซึ่งชุมชนต้องมีวิธีการในการจัดเก็บและกระจายความรู้เพื่อให้ผู้อื่นใช้ประโยชน์ได้โดยทั่วไป การกระจายความรู้ให้ผู้ใช้มี ๒ ลักษณะ ทั้ง “Push” การป้อนความรู้ เป็นการส่งข้อมูลหรือความรู้ให้ผู้รับ โดยผู้วิจัยและคณะได้เชิญวิทยากรผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาถ่ายทอดความรู้และทักษะใหม่ เป็นต้น หลังจากนั้นจึงใช้วิธีการ “Pull” โดยให้ออกาสกลุ่มสมาชิกชุมชนเลือกนำข้อดีมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน เช่น กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ปลา เลือกการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยการบรรจุปลาแช่สุญญากาศ (Vacuum) และนำไปแช่ฟรีสเพื่อ

^{๓๔} สัมภาษณ์ นายชัยชนะ ศรีเหรา, สมาชิกสภาเทศบาลตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

^{๓๕} สัมภาษณ์ นางสาวณีย์ เสมียนคง, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

ยึดอายุผลิตภัณฑ์ ง่ายต่อการเก็บรักษา และสะดวกต่อการนำไปบริโภค ส่วนผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) เลือกรการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นซอง/กล่องกระดาษ และนำเครื่องสไลต์น้ำมันมาใช้ลดปริมาณน้ำมันในขนม เพื่อให้เก็บได้นานขึ้นและลดกลิ่นหืน จากนั้นสมาชิกสัมมาชีพชุมชนจึงเสนอให้เพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของชุมชน โดยจะทำขนมกงเป็นรูปอื่น ๆ เช่น รูปจระเข้ รูปหัวใจ ซึ่งจะร่วมมือกับอุตสาหกรรมจังหวัด ในการจัดหาแบบบล็อกมาอัดไส้ก่อนชุบแป้งทอดในอนาคต ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำขั้นตอนที่ ๖ ที่ว่าด้วยการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) การแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) การแบ่งปันความรู้ที่อยู่ในคน (Tacit Knowledge) และขั้นตอนที่ ๗ การเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้ของบุคลากรจะทำให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ ขึ้นซึ่งจะไปเพิ่มพูนองค์ความรู้ขององค์กรที่มีอยู่แล้วให้มากขึ้นเรื่อย ๆ ความรู้นี้ก็จะถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความรู้ใหม่อีกเป็นวงจรที่ไม่มีที่สิ้นสุด ที่เรียกว่า “วงจรแห่งการเรียนรู้” ในขั้นตอนนี้สมาชิกชุมชน หัวหน้ากลุ่มสัมมาชีพ ผู้นำชุมชน ได้มีมติร่วมกันในเรื่องของการออกแบบโลโก้ (สัญลักษณ์ระยะยั่งยืน) ที่ใช้ร่วมกันกับฉลากในทุกผลิตภัณฑ์ของชุมชน เป็นการสร้างเอกลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มของตนให้เกิดความยั่งยืนและมั่นคง ตรงกับแนวคิดเรื่องการพัฒนาชุมชนของ สุมาลี สันติพลวุฒิ^{๓๖} ที่ว่าชุมชนหรือการพัฒนาทางสังคมที่ยั่งยืนนั้นจะต้องมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของ ประชาชนให้ดีขึ้น เพื่อให้ปลอดจากความยากจน ความไม่รู้ ความเจ็บป่วยเพราะความหวาดหวั่นตลอดจนให้ ประชาชนได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีทั้ง จากการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิตประจำวันในขณะเดียวกันชุมชนที่ประชาชน อาศัยอยู่นั้นจะต้องเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งซึ่งหมายถึงชุมชนที่มีความ พร้อมในปัจจุบันที่จะส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงมีองค์กรสนับสนุนในชุมชนมีการสื่อสารการเรียนรู้และมีศักยภาพที่พึ่งตนเองได้ต่อไป

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ SWOT Analysis ของชุมชนตำบลจระเข้สามพัน ในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการมีส่วนร่วมพบว่า

จุดแข็งของชุมชน	จุดอ่อนของชุมชน	โอกาสของชุมชน	อุปสรรคของชุมชน
๑. ชุมชนจระเข้สามพัน เป็นชุมชนขนาดใหญ่มีหลายครัวเรือน	๑. ชุมชนรวมกลุ่มผลิตสินค้าชุมชนมากมายหลายกลุ่ม	๑. เมืองครุฑภายนอกเข้ามาจัดกิจกรรมในชุมชนอยู่เสมอ	๑. สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา (COVID-19)
๒. มีประวัติเก่าแก่เป็นแหล่งร่องรอยทางประวัติศาสตร์	๒. ทักษะของสมาชิกชุมชนไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบ	๒. มีบุคคลภายนอกสนใจเข้ามาท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน	๒. การขาดจัดสรรงบประมาณและการช่วยเหลือจากภาครัฐ

^{๓๖} สุมาลี สันติพลวุฒิ, “แนวทางในการวางแผนระดับชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษาตำบลเขาสามยอดและตำบลขอนแก่น”, รายงานวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๕).

จุดแข็งของชุมชน	จุดอ่อนของชุมชน	โอกาสของชุมชน	อุปสรรคของชุมชน
๓. มีสถานที่ท่องเที่ยว หลายแห่ง ๔. มีกลุ่มผู้นำชุมชนที่ มีความเข้มแข็ง ๕. สมาชิกในชุมชนมี จิตสำนึกดีสนใจ ใฝ่หาความรู้ ๖. สมาชิกของชุมชนมี ส่วนร่วมใน กิจกรรมต่างๆ เสมอ		๓. มีช่องทางการเพิ่ม รายได้จากการขาย สินค้าที่เป็น ผลิตภัณฑ์ของ ชุมชนได้มากขึ้น ๔. เป็นพื้นที่ซึ่งจะ ได้รับการพัฒนา เป็นสวนพฤกษ ศาสตร์แห่งภูมิภาค ตะวันตก	

เมื่อประเมินผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis จะเห็นได้ว่าจุดแข็งและโอกาสของชุมชนมากกว่าจุดอ่อนและอุปสรรค ซึ่งหมายความว่า ชุมชนแห่งนี้มีความสามารถในการขับเคลื่อนชุมชนให้เจริญก้าวหน้า ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่มสมาชิกที่หวังผลสำเร็จได้อย่างแน่นอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Patrick S. W. Fong and Cecilia W. C. Kwok (2009) ที่ได้ทำการศึกษา เรื่องวัฒนธรรมองค์การและการจัดการความรู้ ความสำเร็จในระดับโครงการและองค์การ พบว่า กลยุทธ์การจัดการความรู้มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงองค์การและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์การ ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่กระทบต่อผลการปฏิบัติงาน โดยแบ่งเป็น ๔ รูปแบบ คือ การมีส่วนร่วมแบบเกี่ยวข้องในการปฏิบัติพันธกิจ (Involvement) ความสอดคล้องต้องกัน (Consistency) ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) และการมุ่งเน้นพันธกิจ (Mission) อีกทั้งชุมชนตำบลจรเข้สามพันนี้มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง มุ่งประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก อันเป็นคุณลักษณะที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพคุณ ทอดสนิท^{๓๗} ซึ่งจัดเป็นกลุ่มที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) ประกอบไปด้วย

- ๑) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized influence)
- ๒) การจูงใจเพื่อสร้างแรงดลใจ (Inspirational leadership)
- ๓) การกระตุ้นการใช้ทฤษฎีทางปัญญา (Intellectual stimulation)
- ๔) การคำนึงถึงการเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized consideration)

^{๓๗} นพคุณ ทอดสนิท, “การวิเคราะห์พระระดับ: ผลกระทบของความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมในสถานที่ทำงานและภาวะผู้นำที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี ของพนักงานสาขาธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”, *ดุชนิพนธ์*, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ๒๕๕๒), หน้า ๖๖-๖๙.



ภาพประกอบที่ ๔.๒๔ แสดงพลังการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้นำชุมชนตำบลจรเข้สามพัน

สรุปได้ว่าการพัฒนาการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน สมาชิกชุมชน ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มสัมมาชีพ ให้ความสนใจกับองค์ความรู้ การเสริมสร้างเทคนิค และการนำไปประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยได้พบอุปสรรคและข้อควรพัฒนาการใช้นวัตกรรมของชุมชนจรเข้สามพัน ในประเด็นของการประสพสภาวะชะงักงันทางเศรษฐกิจอันเป็นผลมาจากมาตรการการแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตลอด ๒ ปีที่ผ่านมา ทำให้ตลาดชุมชนต้องปิดดำเนินการ ส่งผลกระทบต่อสินค้าชุมชนเกือบทุกประเภทต้องหยุดชะงักไปตามสภาวะดังกล่าว เพื่อให้เกิดการตื่นตัวจากแรงกระตุ้นเพื่อเล็ก ๆ ผู้วิจัยและคณะวิจัยจึงจัดกิจกรรมอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยการใช้นวัตกรรม เพื่อเสริมทักษะและศักยภาพชุมชนขึ้น อีกทั้งมุ่งมองและทัศนคติของผู้นำชุมชนที่ต้องการพลิกฟื้นเศรษฐกิจชุมชนตำบลจรเข้สามพัน ด้วยผลิตภัณฑ์จากชุมชน ด้วยฝีมือของคนในชุมชนจนสามารถสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากการลงมือปฏิบัติการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินการ พบว่าสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ต้นแบบของชุมชนให้ความร่วมมือร่วมใจ ตั้งใจเรียนรู้ เก็บประเด็นปัญหา จากนั้นจึงรวบรวมข้อมูลเพื่อวางแผนป้องกันปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

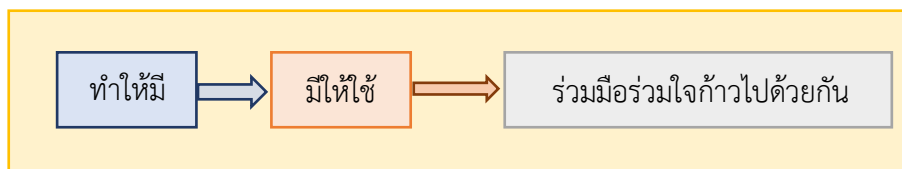
๔.๒.๒ การเสนอแนะแนวทางการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

หลังจากการจัดกิจกรรมพัฒนานวัตกรรมในชุมชนตำบลจรเข้สามพันทั้งด้านความรู้ และทักษะ กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบทั้ง ๒ ประเภท คือ การแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) และขนมไทย (ขนมกง) ผู้วิจัยและคณะวิจัย ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้ร่วมกันนำเสนอ ทักษะ ความรู้ ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบได้แล้ว ผู้วิจัยและทีมวิจัยได้ประสานงานจัดประชุมให้กับสมาชิกชุมชนเพื่อส่งเสริมการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาทักษะความรู้ และคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชน ในวันที่ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๔ โดยเชิญ

วิทยากรผู้มีประสบการณ์ **นายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ดา (ลุงพงษ์ ลุงพุง)^{๓๘}** เจ้าของผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลา ลุงพงษ์ บรรยายพิเศษเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนานวัตกรรมและทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อย่างยั่งยืน เพื่อให้ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น และพัฒนาชุมชน ร่วมกันกำหนดนโยบายเชิงธุรกิจ บทบาทและหน้าที่ต่อชุมชน เพื่อสร้างขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและโอกาสในการจัดจำหน่าย แบบมีส่วนร่วม อันเป็นความรับผิดชอบขั้นพื้นฐานของผู้นำกลุ่ม ผู้นำชุมชน ผู้นำองค์กร เพราะบุคคล เหล่านี้ถือว่าเป็นผู้มีอิทธิพลอย่างสูงต่อการใช้นวัตกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ สมาชิกในชุมชนสามารถนำ องค์ความรู้ใหม่ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตนเองได้ตลอดเวลา หรือในบางสถานการณ์ก็สามารถ ประชุมกลุ่มสมาชิกของตนเพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการขั้นตอนได้เสมอ



ภาพประกอบที่ ๔.๒๕ กิจกรรมส่งเสริมด้านการมีนวัตกรรมชุมชนสู่การนำไปใช้
ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้วางกรอบการศึกษาเป็น ๒ ประเด็น คือ



๑. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการมีนวัตกรรม (ทำให้มี)

สำหรับกิจกรรมนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสื่อสารร่วมกับการสัมภาษณ์ด้วยแบบเจาะจง โดยการ ให้ข้อมูลและชี้ให้เห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มสมาชิกที่ประสบความสำเร็จ เพื่อกระตุ้นให้ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบจรเข้สามพันได้คิดวางแผน หาวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง หลังจากประมวลทักษะความรู้แล้วหาโอกาสและจุดที่ควรพัฒนาสำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตน แล้ว ปรากฏว่ามีหลายหลายความคิดเห็น ดังนี้

^{๓๘} สัมภาษณ์ นายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ดา, เจ้าของกุนเชียงปลาลุงพุง ลุงพุง วิสาหกิจชุมชนตัวอย่าง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๔.

ผู้ใหญ่วันนา อาจคงหาญ^{๓๙} ผู้นำชุมชนคนสำคัญของตำบลจรเข้สามพัน ได้กล่าวถึงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในชุมชนไว้ว่า

“ในชุมชนแห่งนี้มีผลิตภัณฑ์หลายอย่าง เช่น ขนมถ้วย เห็ดภูฐาน พริกแกง แต่ที่เลือกการแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) เพราะในชุมชนมีคนเลี้ยงปลากันเยอะ การขายเป็นปลาสดไปจะได้ราคาถูก บางครั้งก็ขาดทุนค่าแรง ส่วนขนมไทย (ขนมกง) ก็ถือว่าเป็นของขึ้นชื่อของชุมชน แต่เก็บไว้ได้ไม่นานก็จะมียลื่นหืน จึงอยากให้มีผลิตภัณฑ์ทั้ง ๒ ตัวนี้เข้าเป็นต้นแบบ เพื่อเรียนรู้กระบวนการในการส่งเสริมจากโครงการวิจัยนี้”

ผู้วิจัยได้เรียนถามกับท่านผู้ใหญ่วันนาต่อไปอีกว่า ในชุมชนแห่งนี้ควรได้รับการส่งเสริมการนำนวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบไหน อย่างไร ซึ่งก็ได้รับคำตอบว่า

“อยากให้มีการแนะนำ ให้ความรู้ จากหน่วยงานอื่นที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ ในหลายๆ เรื่อง เช่น การแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์ การพัฒนาการทำขนมไทย เทคนิค วิธีการ และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงช่องทางการขายด้วย”

ผู้วิจัยได้เสนอแนวคิดการเสริมสร้างทักษะความรู้การนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กับผู้ใหญ่วันนา ว่าชุมชนตำบลจรเข้สามพันต้องมีการเชื่อมโยงเครือข่ายการพัฒนานวัตกรรม จึงจะสร้างแนวทางได้ชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านเทคโนโลยี ด้านการจัดการ ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาที่แท้จริงและส่งผลกระทบต่อระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชนต่อไป



ภาพประกอบที่ ๔.๒๖ การสัมภาษณ์แบบเจาะจงกับผู้ใหญ่วันนา อาจคงหาญ

^{๓๙} สัมภาษณ์ นางวันนา อาจคงหาญ, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๕ ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

ในประเด็นเดียวกันนี้ คุณลำพอง ศรีเहरา^{๕๐} สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน ได้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยความต้องการนำนวัตกรรมเข้ามาใช้ในชุมชนว่า

“แต่เดิมนั้นเกษตรกรที่มีอาชีพเลี้ยงปลา ก็จะขายปลาสดแบบจับเหมาบ่อ ถูกกดราคาเยอะ จึงทยอยจับปลามาทำเป็นปลาเค็มขายในตลาดชุมชน และตลาดนัดใกล้เคียง ต่อมาพัฒนาชุมชนก็มาส่งเสริมการแปรรูปปลาแดดเดียว ทอดขายให้นักท่องเที่ยวก็พอมีรายได้เพิ่มขึ้นอยู่ แต่พอโครงการวิจัยนี้เข้ามา พวกเราก็ได้รับความรู้มากขึ้น จึงคิดจะเพิ่มผลิตภัณฑ์เป็นปลารอบ ปลาแดดเดียวพริขี้แห้งแบบสุญญากาศ ก็น่าจะทำให้กลุ่มชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้นอย่างมาก”

คุณลำพอง อธิบายเพิ่มเติมถึง องค์กรที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนแห่งนี้ ก็คือ

“เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ได้เข้ามาส่งเสริมการทำ Home Stay โดยการนำความรู้มาแนะนำ นำเครื่องนอนและเครื่องใช้ เข้ามาทำให้ใช้เป็นตัวอย่าง รวมถึงการคัดเลือกบ้านที่เหมาะสมกับการทำ Home Stay อีกด้วย”

คุณจินดา บุญศรี^{๕๑} ได้นำเสนอประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนในเรื่องต่อไปนี้ คือ

“ผมเห็นว่าชุมชนของเรายังมีสินค้าไม่หลากหลาย ฉลากก็ไม่มี บรรจุภัณฑ์ก็ยังใช้ถุงพลาสติกแบบเดิม ๆ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรจะปรับเปลี่ยนของบรรจุให้สวยงาม ทันสมัย ฉลากสินค้าต้องมีโลโก้ชุมชนจรเข้สามพันเป็นสัญลักษณ์ ส่วนรูปแบบสินค้าก็ต้องปรับเปลี่ยนให้น่าสนใจ เข้ากับยุคสมัยด้วย”

ส่วนเรื่องการนำนวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน คุณจินดาได้อธิบายกับผู้วิจัยไว้ว่า

“การแปรรูปสินค้าเกษตรในชุมชนที่สำคัญนอกจากปลา ก็มี ข้าวไรซ์เบอร์รี่ กล้วยพริกแกง ขนมจีนน้ำยา ส่วนขนมไทยก็มีหลายอย่าง เช่น ขนมใส่ไส้ ขามถั่ว ขนมตาล กล้วยฉาบ ซึ่งทุกอย่างมีอายุค่อนข้างสั้น ถ้านำนวัตกรรมมาใช้และสามารถยืดอายุได้ก็จะทำให้ชุมชนมีรายได้ที่มากขึ้น เพราะไม่ต้องเสี่ยงกับสินค้าเหลือ จนขาดทุน”

^{๕๐} สัมภาษณ์ นางลำพอง ศรีเहरา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มถ่อง จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

^{๕๑} สัมภาษณ์ นายจินดา บุญศรี, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มถ่อง จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

๒. การจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการนำนวัตกรรมไปใช้ในชุมชน (มีให้ใช้)

ในกิจกรรมนี้ ผู้วิจัยเสนอให้ชุมชนดำเนินการกับสิ่งที่จะนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ ด้วยกระบวนการการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้สังเกตเห็นพลังที่เข้มแข็งและสายตาที่มีความหวังของทุกคน จึงแนะนำให้จัดหาสิ่งที่เป็นอุปกรณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่จะใช้เป็นนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ ทั้งการแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) และขนมไทย (ขนมกง) จากการพูดคุยกันของสมาชิกในชุมชน ผู้นำชุมชน (ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกสภาเทศบาล ประธานสภาเทศบาล) จึงเสนอกลุ่มให้จัดหาอุปกรณ์เพิ่มเติม คือ เครื่องสกัดน้ำมัน และเครื่องซีลสุญญากาศ ด้วยเล็งเห็นถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้ง ๒ ประเภท แต่เนื่องจากชุมชนยังขาดทุนทรัพย์เป็นจำนวนมาก อีกทั้งกิจการค้าขายก็ซบเซาด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ ผู้วิจัยและคณะวิจัยจึงนำปัญหาดังกล่าวเข้ากราบเรียนขอความเมตตาต่อ พระครูวิบูลเจติยานุรักษ์, ดร. เจ้าคณะจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ซึ่งพระเดชพระคุณก็เมตตาอนุเคราะห์สนับสนุนอุปกรณ์ทั้งสองอย่างให้กับชุมชน และนำมามอบให้กับชุมชนในวันอาทิตย์ที่ ๙ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๕



ภาพประกอบที่ ๔.๒๗ การรับมอบอุปกรณ์การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน จากท่านเจ้าคณะจังหวัดสุพรรณบุรี

สำหรับประเด็นการนำนวัตกรรมไปใช้กับผลิตภัณฑ์ในชุมชน ผู้วิจัยได้ขอเข้าสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบเจาะจงกับคุณจุฬารัตน์ คำเกา^๒ ได้ข้อเสนอแนะว่า

“การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้ทักษะพื้นฐานของผู้ประกอบการเสียก่อน ต่อจากนั้นเราค่อยเสริมองค์ความรู้เพื่อให้เขานำไปปรับปรุงทักษะของพวกเขา ต่อจากนั้นค่อยให้ผู้ประกอบการมองหาสิ่งที่ตนเองอยากจะทำผลิตภัณฑ์ ในระยะนี้เราต้องคอยเป็นที่เลี้ยง เป็นที่ปรึกษา และคอยแนะนำ ให้เขาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมจน

^๒ สัมภาษณ์ นางสาวจุฬารัตน์ คำเกา, หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนา สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๖๔.

เกิดการพัฒนากิจกรรมขึ้นใหม่ ซึ่งในชุมชนตำบลจรเข้สามพันมีสินค้าหลายกลุ่ม มีตลาดในชุมชนไว้จำหน่าย เราควรให้พวกเขา มองถึงตลาดภายนอกด้วย”

คุณชัยชนะ ศรีเหรา^{๓๓} ได้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัยในประเด็นการนำนวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนว่า

“แต่ก่อนนั้นพวกเราก็ไม่ได้มีการพัฒนาอะไรมากนัก แต่ในช่วงหลังนี้เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนอำเภอ ก็พาวิทยากรเข้ามาให้ความรู้ในเรื่องการผลิต การแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้น เช่น การอบรมทำคุกกี้, ข้าวแต่น้ำแดงโม, กระจ่างสาน, การทำ Home Stay รองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งก็สามารถทำเป็นอาชีพได้ ซึ่งพอเจอสถานการณ์โรคโควิด-๑๙ ชุมชนก็เลยลำบาก”

คุณสายชล วัฒนาไพศาลตระกูล^{๓๔} ได้อธิบายการนำนวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่มเติมไว้ว่า

“แต่ก่อนนั้นมีอาชีพขายปลาเค็ม โดยซื้อปลาสดจากบ่อแล้วนำไปใส่เกลือ ตากแห้ง ขายปลาเค็มในตลาดชุมชน และบริเวณริมทาง เมื่อ ๓ ปีก่อนพี่เปี้ยก (สท.ชัยชนะ ศรีเหรา) ร่วมกับสมาชิกในชุมชนร่วมกันจัดทำตลาดริมน้ำชุมชนจรเข้สามพัน ขึ้นที่หลังวัดโพธารามแห่งนี้ ทำให้มีแหล่งขายสินค้าเพิ่มรายได้ก็เพิ่มขึ้น จึงไปเข้าอบรมการทำปลาแดดเดียวกับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนที่วิทยาลัยสารพัดช่าง ทำให้ได้วิธีการผลิตสินค้าอีกประเภท และช่องทางการขายมากขึ้น มีรายได้ดีขึ้น แต่ก็มีปัญหาคือ เก็บได้ไม่นาน”

สรุปว่า ชุมชนแห่งนี้มีต้นทุนความไม่เรียนรู้ และความต้องการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ อีกทั้งยังมีความสามัคคี ความร่วมมือร่วมใจ ที่ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาชุมชน ดังนั้น การส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนนำนวัตกรรมไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองนั้น จึงได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชนเป็นอย่างดี และตอบรับการเข้ามาให้ความรู้และส่งเสริมทักษะที่จำเป็นจากส่วนงานภาคนอกทั้ง พัฒนาชุมชน และอุตสาหกรรมจังหวัด ที่เข้ามาส่งเสริมอย่างมาก สมาชิกต่างก็มีความร่วมมือร่วมใจ พร้อมจะพัฒนาตนเอง ผลิตภัณฑ์ของตนเอง เพื่อให้ชุมชนของตนเกิดการพัฒนาตลอดเวลา

๔.๒.๓ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

คณะผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเจาะจง และเสนอแนวทางร่วมกับผู้นำชุมชน และสมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน ในประเด็นต่อไปนี้

^{๓๓} สัมภาษณ์ นายชัยชนะ ศรีเหรา, สมาชิกสภาเทศบาลตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทง จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

^{๓๔} สัมภาษณ์ นางสาวสายชล วัฒนาไพศาลตระกูล, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทง จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

๑. กิจกรรมแนะนำการนำนวัตกรรมไปใช้ในชุมชน

เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบของชุมชนด้วยเครื่องสกัดน้ำมันและเครื่องซีลสุญญากาศ ด้วยการวางแผนการดำเนินการจัดกิจกรรมร่วมกัน หากจุดบกพร่อง ปรับปรุงขั้นตอน ปรับวัตถุประสงค์การผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นไปตามความต้องการจนสามารถขายทั้งในตลาดในชุมชน ตลาดชุมชนริมน้ำวัดโพธาราม หรือตลาดภายนอกอื่น ๆ ที่สนใจ ทำให้เกิดรายได้ต่อครัวเรือนเพิ่ม สมาชิกในชุมชนมีรายได้สะพัด เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น มีค่าครองชีพที่สมดุลกับรายจ่ายที่เพิ่มขึ้น และมีต้นทุนในการปรับปรุง พัฒนา จัดทำนวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามาใช้ในชุมชนมากขึ้น ในประเด็นนี้ชุมชนมีข้อคิดเห็นดังนี้

คุณจินดา บุญศรี^{๔๕} สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน มีข้อคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้ว่า

“ผมอยากให้มีการรวมตัวของสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้ไปในทางเดียวกัน ใช้นวัตกรรมที่เป็นอุปกรณ์หรือเครื่องมือเครื่องมือเหมือนกัน จะได้มีมาตรฐานเดียวกัน คุณภาพเดียวกัน ร่วมกันหาช่องทางการขาย (ตลาดปกติและตลาดออนไลน์) ให้มากขึ้น ถ้าหน่วยงานไหนมีการจัดอบรมอะไรก็ส่งตัวแทนไปเรียนรู้ จะได้กลับมาถ่ายทอดให้คนอื่น ๆ ได้ด้วย”

คุณทองณา พัฒร์รักษ์^{๔๖} สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน มีแนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมแนะนำการใช้นวัตกรรมในชุมชนว่า

“อยากให้แต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ในชุมชน จัดการอบรมการใช้นวัตกรรมให้กับสมาชิกในกลุ่ม โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เทศบาล กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน เป็นผู้ประสานงานและสนับสนุนการทำกิจกรรม เพราะแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์อาจจะไม่สามารถใช้วิทยากรร่วมกันได้”

แต่คุณนิรมล ศรีเหรา^{๔๗} มีความเห็นในประเด็นนี้ต่างออกไปว่า

“ในช่วงสถานการณ์ปกติ การจัดอบรมภายนอกในเรื่องต่าง ๆ มีมากมาย ชุมชนของเราต้องออกไปเรียนรู้ทักษะ วิธีการ เพื่อมาประยุกต์ใช้นวัตกรรมกับผลิตภัณฑ์ในชุมชนด้วย”

ผู้วิจัยและทีมวิจัย จึงเสนอแนวทางการแนะนำการใช้นวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน ที่สอดคล้องกับบริบทชุมชน นำไปปฏิบัติได้จริง และเกิดประโยชน์ที่แท้จริง โดยการประสานไป

^{๔๕} สัมภาษณ์ นายจินดา บุญศรี, สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพรพิสัย, จังหวัดสุรินทร์, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

^{๔๖} สัมภาษณ์ นางทองณา พัฒร์รักษ์, สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพรพิสัย, จังหวัดสุรินทร์, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

^{๔๗} สัมภาษณ์ นางนิรมล ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพรพิสัย, จังหวัดสุรินทร์, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

ยังศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค ๘ สุพรรณบุรี เพื่อให้ชุมชนรวมตัวกันแจ้งความประสงค์เข้าไปเรียนรู้ในเรื่องที่สนใจ เช่น การใช้เครื่องมือ การออกแบบฉลาก บรรจุภัณฑ์ รวมถึงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หรือการขอ อย. การยกระดับเป็นวิสาหกิจชุมชน และการสร้างแบรนด์ให้ได้มาตรฐาน OTOP เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ปรึกษากับหัวหน้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบทั้ง ๒ ประเภทว่า จะจัดกิจกรรมอะไรในการใช้นวัตกรรมที่ได้รับการสนับสนุนเครื่องมือจาก **พระเดชพระคุณ พระครูวิบูลเจติยานุรักษ์,ดร. เจ้าคณะจังหวัดสุพรรณบุรี** ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมสูงสุด

คุณสนธยา สิทธิเกรียงไกร^{๔๔} ได้ออกแบบและนำเสนอฉลากสำหรับใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบทั้ง ๒ กลุ่ม เพื่อให้เกิดแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป



ภาพประกอบที่ ๔.๒๘ แสดงฉลากผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ

คุณกุสุมา หงษ์ทอง สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน เสนอแนวคิดว่า

“ในชุมชนของเรา ควรมีการสร้างเครือข่ายทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน เพราะจะเป็นประโยชน์ในด้านการเสริมสร้างทักษะความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การหาวัตถุดิบ การตลาดในการจัดจำหน่ายสินค้า การประชาสัมพันธ์ชุมชน และด้านแหล่งทุนสนับสนุน”

คุณอนุกุล รัชตะวงษ์^{๔๕} ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมแนวทางการใช้นวัตกรรมในชุมชน ไว้ว่า

“ในฐานะของประธานสภาเทศบาลตำบลจรเข้สามพัน จะพยายามทำโครงการที่สอดคล้องและสนับสนุนการพัฒนาทักษะ ความรู้ การสร้างเสริมประสบการณ์ ที่จำเป็นต่อ

^{๔๔} สนธยา สิทธิเกรียงไกร, ผู้ร่วมวิจัย โครงการวิจัยย่อยที่ ๑ แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี”, ผลการวิจัย, ๒๕๖๔.

^{๔๕} สัมภาษณ์ นายอนุกุล รัชตะวงษ์, ประธานสภาเทศบาลตำบลจรเข้สามพัน อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อความกินดีอยู่ดี มีรายได้ที่เพียงพอของสมาชิกในชุมชน และจะเสนอนโยบายที่เกี่ยวกับการสร้างช่องทางการตลาดหรือแหล่งจัดจำหน่ายให้มากขึ้น”

ในประเด็นนี้ผู้วิจัย และคณะวิจัยเห็นประโยชน์ในการเชื่อมโยงเครือข่ายอย่างยิ่ง เพราะการเชื่อมโยงเครือข่ายจะนำมาซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม ก็น่าจะเป็นบทสรุปที่มีความกระชับและชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมุมมองทางด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านเทคโนโลยี ด้านการบริหารจัดการกับผลิตภัณฑ์ชุมชน

๒. เชื่อมโยงเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

จะทำให้สมาชิกของชุมชนได้รับสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาของเครือข่ายที่ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน ในประเด็นนี้ผู้วิจัยได้ประสานงานให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลจรเข้สามพัน เข้าไปศึกษาดูงานที่บ้านคุณลุงพงษ์^{๕๐} วันที่ ๒๕ มกราคม ๒๕๖๕ ณ บ้านลาดปลาเค้า อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ประธานวิสาหกิจชุมชนลาดปลาเค้า แบรินต์ลุงพงษ์ ลงพุง ซึ่งมีผลิตภัณฑ์มากมายเช่น กุนเชียงปลาสด ปลาไร้สาบ สมุนไพรผัดสุก น้ำพริกเผาป่า, เผือกกุ้ง, เผือกปลาย่าง ปลาไร้หาง น้ำพริกนรกแมงดา, นรกปลาอย่าง และปลาแดดแห้ง, ปลาเนื้ออ่อนอย่าง



ภาพประกอบที่ ๔.๒๙ แสดงผลิตภัณฑ์แบรินต์ ลุงพงษ์ ลงพุง

เป็นการต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยการสร้างเครือข่าย และจากการสังเกต (Observing) พบว่า สมาชิกที่ผ่านกระบวนการวิจัยของโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน ทุกขั้นตอนมีความสนใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตน และความกระตือรือร้นในการเข้าถึงความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองอย่างมาก

^{๕๐} สัมภาษณ์ นายสมพงษ์ ศรีศีกดา, เจ้าของผลิตภัณฑ์กุนเชียงปลา ประธานวิสาหกิจชุมชนลาดปลาเค้า อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๔.

คุณวาสนา ปิ่นกุ่มภีร์^{๕๑} มีแนวคิดในประเด็นความจำเป็นในการเชื่อมโยงเครือข่ายว่า

“การที่เราได้ไปเรียนรู้จากคนที่มีประสบการณ์ จะทำให้เราไม่ต้องเสียเวลาลองผิดลองถูก อีกทั้งยังย่นระยะทางในการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ สามารถทำให้เกิดมูลค่าที่เพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม ๆ ให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง”

สอดคล้องกับแนวคิดของคุณวันนา อัจจงหาญ^{๕๒} ที่มีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายชุมชนว่า

“อยากให้ส่วนงานราชการหรือหน่วยงานภาครัฐ เข้ามาส่งเสริมการสร้างเครือข่ายให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกภายในชุมชน และเครือข่ายภายนอกชุมชน”

ผู้วิจัย และคณะผู้วิจัย พบว่าเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นของตนเองซึ่งต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรท้องถิ่นมาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและจุดขายที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น นอกจากนี้แนวคิดผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่อยู่ในโครงการดังกล่าวนี้ยังหมายถึง การบริการ การดูแล อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การรักษามิปัญหาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากต้นทุนภูมิสังคม ตลอดจนจนถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง มั่งคั่ง และยั่งยืนอย่างมั่นคงตลอดไป

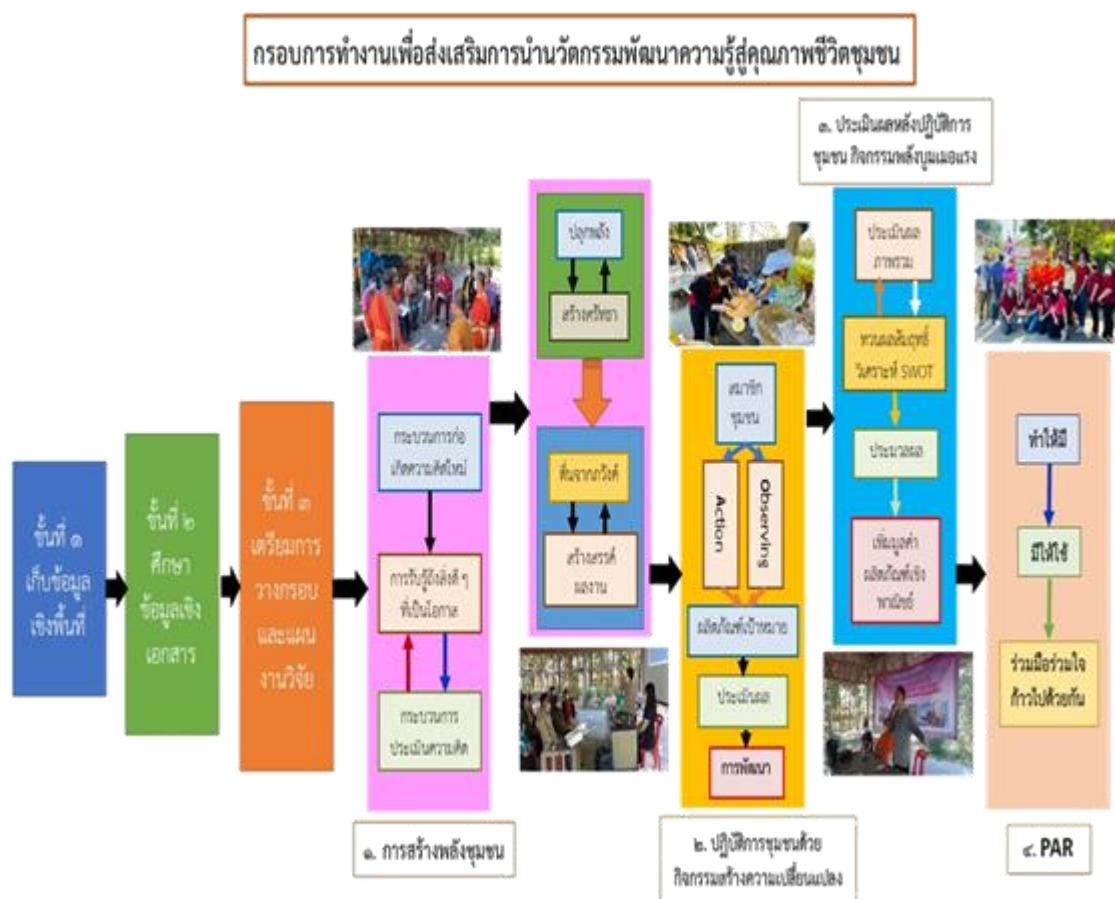
๔.๒.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ตลอดระยะเวลาการทำงานร่วมกับชุมชนตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัย และคณะผู้วิจัยได้เรียนรู้ทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีเป้าหมายในการผลิตสินค้าชุมชนต้นแบบไว้เป็นโมเดลแห่งการเรียนรู้ และสร้างรายได้ยกระดับเศรษฐกิจชุมชน สร้างความเข้มแข็งด้วยต้นทุนภูมิสังคม ที่ได้จากการศึกษาสังเคราะห์จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เป็นงานเอกสาร การถอดความรู้จากกระบวนการวิจัย (Action Research) การพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ การวิเคราะห์ปฏิบัติการชุมชนแบบมีส่วนร่วม (Participatory) ซึ่งกลไกสำคัญในขับเคลื่อนงานวิจัยนี้จากความอนุเคราะห์ของผู้นำชุมชนจรเข้สามพันช่วยประสานงาน และทีมผู้ช่วยนักวิจัยของวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ช่วยขับเคลื่อนกิจกรรมทั้ง ๓ ขั้นตอน และสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถสรุปบริบทการ

^{๕๑} สัมภาษณ์ นางวาสนา ปิ่นกุ่มภีร์, สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๔.

^{๕๒} สัมภาษณ์ นางวันนา อัจจงหาญ, ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๕ ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี, เมื่อวันที่ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๔.

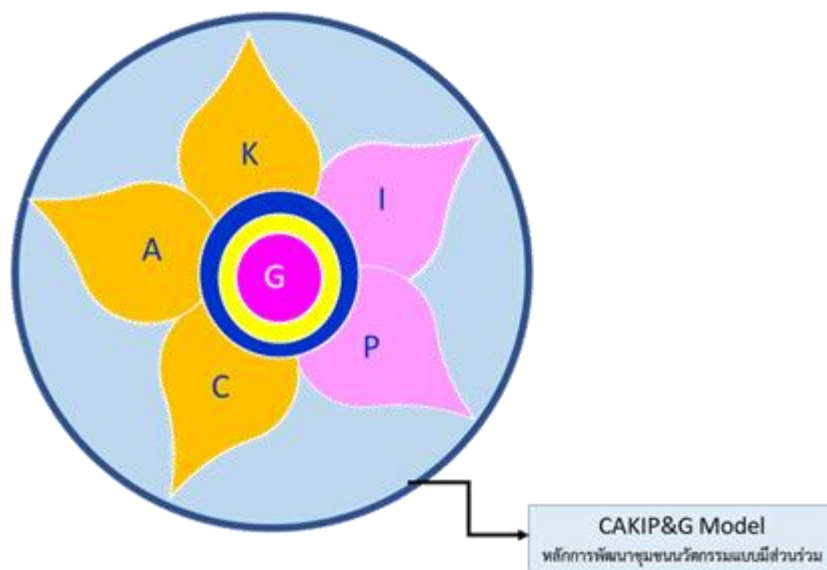
ทำงานโครงการวิจัยย่อยที่ ๒ เรื่อง การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน ดังนี้



ภาพประกอบที่ ๔.๓๐ สรุปกรอบการทำงาน โครงการวิจัยย่อยที่ ๒

จากกรอบการทำงานวิจัย การลงพื้นที่วิจัยอย่างต่อเนื่อง และความตั้งใจของคณะผู้วิจัยทุกคนที่ต้องการต่อยอดทักษะความรู้ของสมาชิกในชุมชนจนระเข้สามพัน ให้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมจนเกิดเป็นรายได้ของสมาชิกในชุมชน อีกทั้งความสนใจใคร่รู้ ความพร้อมที่ต้องการการเติมเต็มจากส่วนงานอื่นๆ อีกทั้งความพยายามของผู้วิจัยที่ต้องการผสานพลังชุมชนร่วมกันเสริมทักษะการเรียนรู้เพื่อจะก้าวผ่านความยากแค้น สู่ความอยู่ดีกินดีแบบพอเพียง มีรายได้เพียงพอต่อการดำรงชีพ และลดความเหลื่อมล้ำด้านเศรษฐกิจ ด้านความเป็นอยู่ และด้านสถานภาพทางสังคม การยอมรับและพร้อมที่จะปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ เพื่ออนาคตที่ดี คุณภาพชีวิตที่ดี และความภาคภูมิใจของตน

ดังนั้น ผู้วิจัยและคณะผู้วิจัยได้นำเสนอ CAKIP’G Model ดังนี้



ภาพประกอบที่ ๔.๓๑ แสดง CAKIP'G Model

CAKIP & G Model เป็นโมเดลที่ ผู้วิจัยและทีมวิจัยได้รับแรงบันดาลใจจากการเข้าศึกษาวิจัยในพื้นที่ชุมชนตำบลจรเข้สามพัน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

C = Community หมายถึง ชุมชน สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพันที่มีความร่วมมือร่วมใจ มีพลังแห่งความใฝ่รู้

A = Activity หมายถึง การทำกิจกรรม สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน ร่วมกันทำกิจกรรมอย่างกระตือรือร้น และต่อเนื่อง

K = Knowledge หมายถึง องค์ความรู้ สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน มีความตั้งใจเรียนรู้ ตั้งใจนำความรู้และทักษะที่ได้รับมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง

I = Innovation หมายถึง นวัตกรรม สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน มีความสนใจที่จะนำนวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเองอย่างมาก เพื่อให้สินค้าที่สร้างรายได้ให้กับครอบครัว

P = Participation หมายถึง การมีส่วนร่วม สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน ถือเป็นชุมชนที่ให้ความร่วมมืออย่างสูง มีส่วนร่วมในกิจกรรมทุกครั้งของการนัดหมาย

G = Goal หมายถึง เป้าหมาย สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน คาดหวังการเติบโตของชุมชนอย่างมั่นคงและยั่งยืนอย่างมีเป้าหมาย

๔.๓ เพื่อการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม

ทีมวิจัยได้ดำเนินการวางแผนการจัดประชุมกลุ่มย่อย ครั้งละ ๑ กลุ่ม ๆ ละ ๓๐ คน ณ ศาลาอเนกประสงค์ตลาดชุมชนวัดโพธาราม ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวันเวลาดังต่อไปนี้ วันที่ ๖, ๑๔ และ ๒๗ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ ตามลำดับ

๔.๓.๑ การถ่ายทอดนวัตกรรมในการพัฒนาชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม

๔.๓.๒ การยกระดับชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่ชุมชนนวัตกรรม

๔.๓.๓ การเผยแพร่การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมยกระดับชุมชนนวัตกรรม

๔.๓.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

๔.๓.๑ การถ่ายทอดนวัตกรรมในการพัฒนาชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรมมีประเด็นดังนี้

๑. มีเป้าหมายร่วมกัน

ในการถ่ายทอดนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรมจึงได้จัดทำวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research) ขึ้น เพื่อพัฒนาสังคมอันประกอบไปด้วยการให้การศึกษา (Education) การปฏิบัติการ (Action) และการมีส่วนร่วม (Participation) การรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาศักยภาพที่ต่างคนต่างมีส่วนร่วมเป็นหัวใจในการสร้างเป้าหมายร่วมกัน เมื่อต่างมีเป้าหมายร่วมกันจึงนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความรู้ ตลอดจนการพึ่งพาอาศัยของชาวบ้านในชุมชนที่แสดงให้เห็นความต้องการเพื่อยกระดับชุมชนของตนให้เป็นชุมชนนวัตกรรม จากการให้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) คุณนิรมล ศรีเทระ^{๔๓} ได้อธิบายถึงการมีเป้าหมายร่วมกันในชุมชนว่า



ภาพประกอบที่ ๔.๓๒ การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ

“ในชุมชนได้รวมตัวกันปรับปรุงพื้นที่รกร้าง บริเวณชายแม่น้ำหลังวัดโพธารามให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งผู้ใหญ่บ้านมาชักชวนกันรวมกลุ่ม โดยการประสานงานของผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๔ หมู่ ๕ และหมู่ ๖ จะชักชวนชาวบ้านให้สามัคคีและมีความร่วมมือกันอย่างดีมาก เพราะอยู่ในบริเวณใกล้ๆ กัน เมื่อมีการจัดอบรมการผลิตสินค้า การขายสินค้า ก็จะมารวมกลุ่มกันเรียนรู้ในบริเวณชุมชนจรเข้สามพันเสมอ”

^{๔๓} สัมภาษณ์ นางนิรมล ศรีเทระ, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

สอดคล้องกับคุณสะอาด ศรีเหรา^{๕๔} ได้กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) ไว้ว่า

“ช่วยกันคิดและแลกเปลี่ยนความรู้ในการแปรรูปขนมกงให้อยู่ยาวนานขึ้น เก็บไว้ได้นานขึ้น”

โดยความร่วมมือร่วมใจกันของคนในชุมชน ช่วยกันแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อพัฒนาชุมชน

ทั้งนี้ทีมวิจัยจึงได้เก็บรวบรวมข้อมูลการมีเป้าหมายเดียวกันของสมาชิกกลุ่มขนมไทย (ขนมกง) และการแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) ที่เป็นผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน ทีมวิจัยได้สังเกต (Observing) การลงมือปฏิบัติ (Action) ตามขั้นตอนการผลิตในกระบวนการสาธิตที่พบเห็นถึงความร่วมมือ ร่วมใจ และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันในทุกขั้นตอนของการสาธิตของกลุ่มสมาชิกขนมไทย (ขนมกง) เข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นอย่างตั้งใจเพราะต้องการพัฒนาขนมกงให้ดียิ่งขึ้น ในขณะที่กลุ่มปลาแปรรูป (ปลานิลและปลาดุก) แม้มีผู้สาธิตกระบวนการทำปลาแดดเดียวเพียงคนเดียว เนื่องด้วยอาจเป็นเพราะขั้นตอนการผลิตมีกระบวนการเตรียมปลามาก่อนแล้ว พอถึงกระบวนการสาธิตจึงมีเพียงคนเดียว แต่ก็สามารถอธิบายขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอนได้อย่างละเอียดแสดงให้เห็นถึงการรู้จริง และปฏิบัติร่วมกับเพื่อนสมาชิกจริงสะท้อนให้เห็นถึงการมีเป้าหมายร่วมกันคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ดียิ่งขึ้นไป

๒. การเรียนรู้ร่วมกัน

ในวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔ ทีมวิจัยโครงการย่อยที่ ๓ “การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม” ได้จัดการประชุมที่ศาลาอเนกประสงค์ตลาดชุมชนวัดโพธาราม ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อประมวลทักษะความรู้ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ต้นแบบหลังจากที่ได้รับการอบรมกระบวนการผลิตภัณฑ์แล้ว โดยได้เชิญตัวแทนจากเทศบาลตำบลจรเข้สามพันจำนวน ๒ คน ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๔, ๕ และ ๖ ตามลำดับ รวมไปถึงสมาชิกชุมชนจำนวน ๓ คน จากการศึกษาที่ได้รับการอบรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้โครงการย่อยที่ ๒ “การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน” ซึ่งต่อเนื้อมาจากโครงการวิจัยย่อยที่ ๑ ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี

จากการสังเกต (Observing) การลงมือปฏิบัติ (Action) ของสมาชิกกลุ่มแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) และกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) ปฏิบัติกระบวนการผลิตกันอย่างมีส่วนร่วมมีการแบ่งงานกันทำเป็นขั้นตอนชัดเจน โดยแบ่งตามความถนัดของแต่ละสมาชิกเองเพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายนั้นเกิดความชำนาญในการทำ แต่ละขั้นตอน ดังคำสัมภาษณ์ของคุณณัฐจิรา วงษ์ประเสริฐ^{๕๕} ได้กล่าวไว้ว่า

“ผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) ดีมากเพราะหาทานยาก และที่นี้อร่อย”

^{๕๔} สัมภาษณ์ นางสะอาด ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๕๕} สัมภาษณ์ คุณณัฐจิรา วงษ์ประเสริฐ, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

สอดคล้องกับคุณลำพอง ศรีเทรา^{๕๖} ได้กล่าวเสริมเรื่องการเรียนรู้ร่วมกันไว้ว่า

“ได้รับความรู้ ได้กระบวนการ เป้าหมาย แรงบันดาลใจในการสร้างอาชีพ ได้รับรู้ถึงกระบวนการปฏิบัติ”



ภาพประกอบที่ ๔.๓๓ การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ

๓. การมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมภายในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญต่อการถ่ายทอดนวัตกรรมในการพัฒนาชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม ชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้ปรากฏองค์กรที่มีส่วนร่วมในการนำนวัตกรรมสู่ชุมชนเพื่อยกระดับชุมชนเข้มแข็งด้วยกระบวนการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คุณอนันต์ สุขเกษมฤทัย^{๕๗} ได้มีความเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า

“กำนันและผู้ใหญ่บ้าน จะเป็นผู้ชักนำชาวบ้านเข้ามาเรียนรู้กระบวนการทำหัวเชื้อเห็ด เพื่อใช้เพาะเห็ดนางฟ้า เห็ดภูฏาน โดยเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนส่งเสริมการตลาด ได้อย่างดี”

คุณเกตุมณี หงส์ทอง^{๕๘} ได้ให้ความเห็นเรื่องการมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เข้ามาส่งเสริมเรื่องนวัตกรรมในชุมชนว่า

“เทศบาลจะเป็นผู้จัดหางบประมาณร่วมกับพัฒนาชุมชนในการจัดกิจกรรม และแลกเปลี่ยนเรียนรู้การผลิตสินค้าใหม่ โดยมีกำนันและผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้กระตุ้นและสนับสนุนให้ชาวบ้านเข้ามาร่วมกิจกรรมต่าง ๆ”

ในขณะที่คุณลำพอง ศรีเทรา^{๕๙} ได้ให้ความเห็นต่อเรื่องนี้ไว้ว่า

^{๕๖} สัมภาษณ์ นางลำพอง ศรีเทรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๕๗} สัมภาษณ์ นายอนันต์ สุขเกษมฤทัย, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๕๘} สัมภาษณ์ นางสาวเกตุมณี หงส์ทอง, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๕๙} สัมภาษณ์ นางลำพอง ศรีเทรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

“องค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาลมีส่วนร่วมในการเปิดตลาดชุมชนแม่น้ำจระเข้สามพัน และโครงการ OTOP ส่วนกำนันผู้ใหญ่บ้านมีการประชุมรวมตัวกันห้วบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการในการนำนวัตกรรมเข้ามาสู่ชุมชน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดและเจ้าหน้าที่เข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่ม OTOP และบุคลากรจากวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิเข้ามาให้ความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินกระบวนการต่าง ๆ ในการพัฒนาชาวบ้านและชุมชน”



ภาพประกอบที่ ๔.๓๔ การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ

และยังได้กล่าวถึงเรื่องความมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพชุมชนเรื่อง การถ่ายทอดนวัตกรรมไว้ว่า

“ ได้รับความรู้ถึงกระบวนการของนวัตกรรมชุมชน ”

สอดคล้องกับคุณณัฐจีรา วงษ์ประเสริฐ^{๖๐} ที่ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

“มีการร่วมมือในชุมชนดี และวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิมีการติดตามกระบวนการในชุมชนดีมาก”

๔. เครือข่ายความร่วมมือ

จากการจัดประชุมในโครงการย่อยที่ ๓ ในวันที่ ๑๔ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ และการสังเกต (Observing) การลงมือปฏิบัติ (Action) คุณพรณษา พัฒน์รักษ์^{๖๑} มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมีความคิดเห็นเรื่องเครือข่ายความร่วมมือภายในชุมชนว่า

“ เพิ่มช่องทางการขายได้มากขึ้น อาจจะไปแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น สร้างกลุ่มปลาเค็มได้เพิ่มมากขึ้น ”

^{๖๐} สัมภาษณ์ คุณณัฐจีรา วงษ์ประเสริฐ, สมาชิกชุมชนจระเข้สามพัน อำเภอบางแพ้ว จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๖๑} สัมภาษณ์ นางพรณษา พัฒน์รักษ์, สมาชิกชุมชนจระเข้สามพัน อำเภอบางแพ้ว จังหวัดสุพรรณบุรี.

สอดคล้องกับคุณมนตรี ศรีเหรา^{๒๒} ที่กล่าวไว้ว่า
 “ ได้การเชื่อมโยงดี ปูพื้นฐานจากความรู้ระดับชุมชนทั้งสองผลิตภัณฑ์”
 และคุณสะอาด ศรีเหรา^{๒๓} ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า
 “ใช้โซเชียลช่วยเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสื่อสาร”

หลังจากการจัดกิจกรรมพัฒนานวัตกรรมในชุมชนจรเข้สามพันทั้งด้านความรู้และทักษะ เพื่อเป็นการส่งเสริมความสามารถในการสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในวันที่ ๒๗ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ ทีมวิจัยได้ประสานงานจัดประชุมให้กับสมาชิกชุมชนเพื่อส่งเสริมการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาทักษะความรู้ และคุณภาพชีวิต โดยเชิญ นายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ (ลุงพงษ์ ลงพุง)^{๒๔} มาเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนานวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อให้สมาชิกในชุมชน ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น ร่วมมือกันพัฒนาชุมชนผนวกกับนโยบายเชิงธุรกิจต่อชุมชนเพื่อสร้างขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและการจัดจำหน่ายแบบมีส่วนร่วม



ภาพประกอบที่ ๔.๓๕ การบรรยายของนายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ (ลุงพงษ์ ลงพุง) วิทยากร

เครือข่ายของลุงพงษ์เป็นเครือข่ายที่ครบวงจร กล่าวคือ ภายในสมาชิกมีผู้ที่มีวัตถุดิบหลากหลายชนิด มีผู้ประกอบการ ผู้สรรสร้างผลิตภัณฑ์ ภายในสมาชิกด้วยตนเอง เมื่อต้องการวัตถุดิบชนิดไหนก็สามารถสืบหาภายในสมาชิกได้ ทำให้เกิดการซื้อ-ขายกันภายในสมาชิก สมาชิกชุมชนจรเข้สามพันจึงมีความสนใจเป็นอย่างมาก

^{๒๒} สัมภาษณ์ นายมนตรี ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๒๓} สัมภาษณ์ นางสะอาด ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๒๔} สัมภาษณ์ นายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ (ลุงพงษ์ ลงพุง), เจ้าของกุนเชียงปลาตราลุงพงษ์ วิชาหกิจชุมชนตัวอย่างอำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี.



ภาพประกอบที่ ๔.๓๖ การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นจะทำให้เราเห็นว่าภายในชุมชนมีเครือข่ายและใช้โซเซียลมีเดียเป็นสื่อกลางในการติดต่อกันภายในชุมชน ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการอบรมครั้งก่อนในโครงการย่อยที่ ๑ ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยนาย ปณณวิชัย แสงหล้า และโครงการย่อยที่ ๒ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ ทักษะต่าง ๆ ตลอดจนกระบวนการดำเนินการพัฒนาองค์ความรู้ ได้แก่ กิจกรรมระดมความคิด ค้นหาอัตลักษณ์ภายในท้องถิ่น แล้วนำไปสู่กระบวนการพัฒนาและนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตในชุมชน



ภาพประกอบที่ ๔.๓๗ การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ

๕. ศักยภาพชุมชน

ภายในชุมชนมีการรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ โดยผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมมือในการส่งเสริมการพัฒนา รวมไปถึงองค์กรทางการศึกษาต่าง ๆ ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริม นวัตกรรมและพัฒนาชุมชนส่งเสริมศักยภาพของชุมชนจรเข้สามพัน อำเภอดู่ตอง จังหวัดสุพรรณบุรี ให้มีศักยภาพ โดยมีการดำเนินการเผยแพร่ นวัตกรรมให้เป็นที่ รู้จักและยอมรับกันในสังคมซึ่ง จำเป็นต้องใช้การสื่อสารเพื่อเผยแพร่สิ่งใหม่

คุณปราณี ศรีหระ^{๒๕} ได้กล่าวว่า

“ ในชุมชนมีการถ่ายทอดความรู้ด้วยการแนะนำส่งเสริม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม เช่น การแปรรูป ออกแบบฉลาก และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงช่วงทางการตลาด เทศบาลและผู้ใหญ่บ้านก็ได้ประสานงานการติดตั้ง wifi ฟรีในหมู่บ้านเพื่อให้ชาวบ้านได้เข้าถึงเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น”

กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นกระบวนการที่ช่วยให้เกิดพัฒนาการของความรู้ เป็นส่วนที่ช่วยในการส่งเสริมศักยภาพของชุมชนเพื่อจัดการความรู้ที่เกิดขึ้นให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีทั้งหมด ๗ ขั้นตอน ได้แก่

๑) การค้นหา/บ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) สืบค้น/ค้นหา ภายในองค์กร/หน่วยงาน ว่ามีความรู้อะไร อยู่ในรูปแบบใด อยู่ที่ใครและความรู้อะไรที่องค์กรจำเป็นต้องมี เพื่อให้องค์กรวางขอบเขตการจัดการความรู้และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๒) การสร้างและการแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) เป็นขั้นตอนในการดึงความรู้จากแหล่งต่างๆ ที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายมารวมไว้ เพื่อจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ใช้

๓) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) เป็นขั้นตอนในการจัดทำสารบัญญ และจัดแบ่งความรู้ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้รวบรวมการค้นหา การนำไปใช้ทำได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้โดยง่าย

๔) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) เป็นขั้นตอนการปรับปรุงและประมวลผลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจและใช้ได้ง่าย กำจัดความรู้ที่ไม่เกิดประโยชน์ตามเป้าหมายวิสัยทัศน์หรือเป็นขยะความรู้

๕) การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) ในการเข้าถึงความรู้ องค์กรต้องมีวิธีการในการจัดเก็บและกระจายความรู้เพื่อให้ผู้อื่นใช้ประโยชน์ได้ โดยทั่วไปการกระจายความรู้ให้ผู้ใช้มี ๒ ลักษณะ คือ

“Push” การป้อนความรู้ เป็นการส่งข้อมูล/ความรู้ให้ผู้รับโดยผู้รับไม่ได้ร้องขอ เช่น การส่งหนังสือเวียนแจ้ง

“Pull” การให้โอกาสเลือกใช้ความรู้ โดยผู้รับสามารถเลือกรับหรือใช้แต่เฉพาะข้อมูล/ความรู้ที่ต้องการเท่านั้น

๖) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) การแบ่งปันความรู้ ประเภทความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) การแบ่งปันความรู้ที่อยู่ในคน (Tacit Knowledge)

^{๒๕} สัมภาษณ์ นางปราณี ศรีหระ, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

๗) การเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้ของบุคลากรจะทำให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ ขึ้นซึ่งจะไปเพิ่มพูนองค์ความรู้ขององค์กรที่มีอยู่แล้วให้มากขึ้นเรื่อย ๆ ความรู้นี้ก็จะถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความรู้ใหม่อีกเป็นวงจรที่ไม่มีที่สิ้นสุด ที่เรียกว่า “วงจรการเรียนรู้”

สอดคล้องกับความคิดเห็นของคุณเกตุมณี หงส์ทอง^{๖๖} ที่กล่าวไว้ว่า

“ มีหน่วยงานเช่น อุตสาหกรรมจังหวัด พัฒนาชุมชนอำเภออุ้มทอง เข้ามาถ่ายทอดความรู้เรื่องการปรับเปลี่ยนเรียนรู้การผลิตสินค้าใหม่ โดยมีกำนันและผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้กระตุ้นและสนับสนุนให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ”

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับชาวชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง ตลอดจนการสัมภาษณ์จะเห็นถึงความมุ่งมั่น และความตั้งใจที่ต้องการพัฒนานวัตกรรมอย่างจริงจังก่อให้เกิดศักยภาพภายในชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพประกอบที่ ๔.๓๘ การเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการ

๖. ทุนภูมิสังคม

ภูมิสังคมของชุมชนส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน เนื่องด้วยในการพัฒนาสิ่งใดก็ตามต้องคำนึงถึงสภาพภูมิประเทศบริเวณนั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร สังคมวิทยาเกี่ยวกับลักษณะนิสัยใจคอของคนตลอดจนพระเพณีวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่มีความแตกต่าง และใช้หลักในการปรับตัวให้อยู่กับธรรมชาติให้ได้ ดังพระราชดำรัสความตอนหนึ่งของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช^{๖๗} ว่า

^{๖๖} สัมภาษณ์ นางสาวเกตุมณี หงส์ทอง, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๖๗} พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช, ๑๐ ภูมิสังคม, สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: www.rdpb.go.th/th/King/หลักการทรงงาน-c24/10-ภูมิสังคม-v9182 [๑๐ มกราคม ๒๕๖๕].

“การพัฒนาจะต้องเป็นไปตามภูมิประเทศทางภูมิศาสตร์ และภูมิประเทศทางสังคมศาสตร์ในสังคมวิทยา คือ นิสัยใจคอของคนเราจะไปบังคับให้คนอื่นคิดอย่างอื่นไม่ได้ เราต้องแนะนำ เราเข้าไปช่วยโดยที่จะคิดให้เขาเข้ากับเราไม่ได้แต่ถ้าเข้าไปแล้ว เราเข้าไปดูว่าเขาต้องการอะไรจริง ๆ แล้วก็อธิบายให้เขาเข้าใจหลักการของการพัฒนานี้ก็จะเกิดประโยชน์อย่างยิ่ง”

จากการจัดประชุมในโครงการย่อยที่ ๓ ในวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔ และการสังเกต (Observing) การลงมือปฏิบัติ (Action) ของชาวชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี คุณชูพจน์ ช่างเขียว^{๖๘} ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ว่า

“เสนอตัวผลิตภัณฑ์เข้ากับชุมชน” ในการศึกษาวิจัยในโครงการนี้ได้เลือก ๒ ผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาพัฒนาชุมชน ได้แก่ การแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาตูก) และผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง)

คุณสะอาด ศรีเหรา^{๖๙} ได้แสดงความคิดเห็นเรื่องการบริหารจัดการทุนภูมิสังคมทำให้ชุมชนเข้มแข็งไว้ว่า

“ร่วมมือร่วมใจกันของคนในชุมชน ช่วยกันแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อพัฒนาชุมชนของตนเอง”

ตลอดการศึกษาพบว่าชาวชุมชนจรเข้สามพันมีความรักและภูมิใจในอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นของตนเองอย่างมากโดยคุณพรรณษา พัฒน์รักษ์^{๗๐} ได้กล่าวไว้ว่า

“ด้วยความรัก-ความสามัคคีของผู้นำชุมชนและสร้างให้ชุมชนรักในความเป็นไทย” สอดคล้องกับคุณมนตรี ศรีเหรา^{๗๑} ให้ความเห็นไว้ว่า

“มีประชากรหนาแน่น และมีองค์ความรู้เป็นพื้นฐานที่ดี”

การถ่ายทอดนวัตกรรมในการพัฒนาชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม โดยที่ค่านึงถึงทุนภูมิสังคมจึงเป็นสิ่งที่ช่วยพัฒนาพื้นที่นั้น ๆ ให้มีศักยภาพยั่งยืนต่อไป

๗. การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการภายในชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี มีประสิทธิภาพสูงเพราะผู้นำชุมชนเข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น ตลอดจนชักชวนชาวบ้านในชุมชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนา มีการจัดตั้งการรวมกลุ่มของกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มผลิตภัณฑ์นวัตกรรม มีการจัดสร้างตลาดของชุมชนเพื่อนำผลิตภัณฑ์ภายในหมู่บ้านมาขายแม้จะมี

^{๖๘} สัมภาษณ์ นายชูพจน์ ช่างเขียว, ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๔ ชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๖๙} สัมภาษณ์ นางสะอาด ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๗๐} สัมภาษณ์ นางพรรณษา พัฒน์รักษ์, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๗๑} สัมภาษณ์ นายมนตรี ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

อุปสรรคในช่วงแรกเพราะชาวบ้านมีแต่ความรู้ดั้งเดิมแต่ไม่ได้คิดต่อยอดผลิตภัณฑ์นวัตกรรมตามคำบอกเล่าของคุณกุสุมา ศรีเหรา^{๗๒} กล่าวว่า

“สิ่งที่ถือว่าเป็นอุปสรรคสำคัญ คือ ความรู้เฉพาะด้านของตัวผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพราะชาวบ้านจะรู้เพียงผิวเผิน หรือจำได้ในช่วงแรกของการจัดการอบรม หลังจากนั้นก็ยังยึดแนวทางเดิม ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดมา อีกทั้งแหล่งทุนที่จะสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนก็ไม่มี แต่ก็ยังดีที่ชุมชนจะเข้าสามพันได้รับการเชื่อมโยงเครือข่ายผลิตภัณฑ์กับสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอที่เข้ามาดูแล แนะนำ พบปะ แลกเปลี่ยนข้อมูลการตลาดอยู่บ้าง”

ตั้งแต่แรกเริ่มของโครงการที่สืบเนื่องมาตั้งแต่โครงการย่อยที่ ๑ เรื่อง “การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑” เป็นผลมาสู่การศึกษาวิเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มาใช้ในชุมชนเป้าหมาย แล้วจึงนำมาสู่โครงการย่อยที่ ๓ นี้ เรื่อง “การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม” เราเริ่มต้นจากการสร้างกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้ แล้วมาสู่การสร้างพลังชุมชน และสร้างสรรค์ผลงาน ชุมชนได้รับความรู้การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มากขึ้น ดังคำกล่าวที่คุณณัฐจิรา วงษ์ประเสริฐว่าไว้

“สามารถนำความรู้ในวันนี้ไปต่อยอดในผลิตภัณฑ์ตัวอื่นได้” สอดคล้องกับคุณมนตรี ศรีเหราที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) และการแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาตุ๊ก) เป็นการปูพื้นฐานจากความรู้ระดับชุมชน”

คำกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงความคิดริเริ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรมเป็นไปตามเจตนารมณ์ของโครงการได้อย่างดี

๔.๓.๒ เพื่อยกระดับชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่ชุมชนนวัตกรรมโดยมีประเด็นในการสังเคราะห์การมีส่วนร่วมดังนี้

๑. ด้านการประสานงาน

จากผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตของทีมนักวิจัยพบว่า การประสานงานส่วนใหญ่ของชุมชนบ้านจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรีใช้แอปพลิเคชันสื่อสารออนไลน์ในการประสานงานกันทั้งหมด คือ โปรแกรม Line โดยสมาชิกและผู้นำชุมชนจะมีบัญชีของกันและกันเอาไว้ติดต่อสื่อสารข่าวสาร และสาระนั้นรู้ภายในชุมชน จากคำบอกเล่าของคุณสะอาด ศรีเหรา^{๗๓} ได้กล่าวไว้ว่า

^{๗๒} สัมภาษณ์ นางสาวกุสุมา ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๗๓} สัมภาษณ์ นางสาวสะอาด ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

“ใช้โซเชียลช่วยเพื่อสะดวกต่อการติดต่อสื่อสาร” และยังให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมไว้ว่า

“โพสต์เชิญชวนตามเฟสบุ๊ค (Facebook)”

สอดคล้องกับคุณศรีญา ศรีเหรา^{๗๔} ที่ได้ให้ความคิดเห็นในเรื่องนี้ไว้ว่าในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการเชื่อมโยงเครือข่าย

“ใช้ Line” ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน

ในขณะที่คุณบุญ จระเข้^{๗๕} ได้กล่าวไว้อย่างน่าสนใจเกี่ยวกับการประสานงานว่า

“มีเครือข่ายการรวมกลุ่มภายในชุมชน แต่ไม่ได้ลงมือทำหรือคิด นวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์เพราะยังไม่มีความมั่นใจเรื่องตลาด”

แม้คำพูดดังกล่าวจะบ่งบอกถึงความไม่มั่นใจในตลาดเพราะเนื่องจากสถานการณ์การติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (โควิด ๑๙) ทำให้ไม่สามารถเปิดตลาดได้ ๑๐๐% และจากน้ำเสียงก็ฟังคล้ายกับไม่มั่นใจในตัวเองมากนักเรื่องการคิดค้นและพัฒนา นวัตกรรม หากแต่ก็ยังเป็นการสะท้อนให้เห็นได้ดีว่าชุมชนจระเข้สามพันมีโครงข่ายการประสานงานภายในชุมชน

การติดต่อสื่อสารและการเรียนรู้ร่วมกัน มีการเอื้ออาทรกันภายใต้บรรทัดฐานและวัฒนธรรมเดียวกันทั้งยังพึ่งพาอาศัยกันเพื่อบรรลุเป้าหมายเดียวกันเป็นส่วนสำคัญของการจะทำให้เกิดชุมชนเข้มแข็งได้



ภาพประกอบที่ ๔.๓๙ การเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิกในชุมชนจระเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

^{๗๔} สัมภาษณ์ นางศรีญา ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจระเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๗๕} สัมภาษณ์ คุณบุญ จระเข้, สมาชิกชุมชนจระเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

๒. ด้านผลสัมฤทธิ์จากการเรียนรู้

ในด้านผลสัมฤทธิ์จากการเรียนรู้ ทีมผู้วิจัยได้จัดการอบรมตามโครงการย่อยที่ ๑ ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี และโครงการย่อยที่ ๒ “การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน” จากการสังเกต (Observing) การลงมือปฏิบัติ (Action) ของสมาชิกกลุ่มแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) และกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) ปฏิบัติกระบวนการผลิตกันอย่างมีส่วนร่วมมีการแบ่งงานกันทำเป็นขั้นตอนชัดเจน โดยแบ่งตามความถนัดของแต่ละสมาชิกเองเพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายนั้นเกิดความชำนาญในการทำแต่ละขั้นตอน

เมื่อผู้เข้าร่วมการอบรมได้รับการอบรมจากโครงการย่อยที่ ๑ และ ๒ แล้วนั้น ได้รับความรู้เรื่องการผลิต บรรจุภัณฑ์และการวางแผนการตลาด ดังเห็นได้จากคำกล่าวของคุณสะอาด ศรีเหรา^{๗๖} กล่าวว่า

“โพสต์เชิญชวนตามเฟสบุค” สอดคล้องกับคุณลำพอง ศรีเหรา^{๗๗} ที่ได้ส่งเสริมเรื่องตลาดการค้าออนไลน์ว่า

“มีการทำเพจร้านในเฟสบุค การติดต่อทางช่องทางไลน์และเฟสบุค” และคุณมนตรี ศรีเหรา^{๗๘} ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

“การทำตลาดออนไลน์ ทุกช่องทาง พร้อมผลิตภัณฑ์ได้คุณภาพ น่าสนใจ” และคุณสะอาด ศรีเหรา ยังได้ให้ความคิดเห็นต่อเรื่องนี้ไว้ว่า

“ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยโปรโมท และอาจใช้เสียงตามสายวิทยุมาช่วยเชิญชวนโปรโมท”

จากการอบรมทุกโครงการย่อยที่ผ่านมาได้รับเสียงตอบรับเป็นอย่างดี สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรีได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยที่คุณสะอาด ศรีเหรายังให้ความคิดเห็นกับเรื่องนี้ไว้ว่า

“บุคลากรจากวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิให้ความร่วมมือดี”

สอดคล้องกับคุณณัฐจิรา วงษ์ประเสริฐ^{๗๙} ได้มีความเห็นไว้ว่า

“ในส่วนของวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิที่เข้ามานี้ดีกว่าส่วนงานอื่น ๆ ที่เคยเข้ามาให้ความสนใจ ใส่ใจดี ที่อื่นมาแค่ครั้งเดียวแล้วจบ ไม่มีระยะยาว”

^{๗๖} สัมภาษณ์ นางสะอาด ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๗๗} สัมภาษณ์ นางลำพอง ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๗๘} สัมภาษณ์ นายมนตรี ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๗๙} สัมภาษณ์ คุณณัฐจิรา วงษ์ประเสริฐ, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี.

แสดงให้เห็นถึงลักษณะการทำงานของโครงการที่มีการช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมของชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืน

๓. ด้านการรวมกลุ่ม

จากการสังเกตจากการสังเกต (Observing) การลงมือปฏิบัติ (Action) ของสมาชิกกลุ่มแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) และกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) การรวมกลุ่มของสมาชิกเป็นแบบตามความสนใจ รู้จักกันภายในครอบครัว เครือญาติหรือละแวกบ้านใกล้เคียง และมีการรวมกลุ่มกันตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมเป็น

นอกจากนี้เมื่อมีผู้คนที่มีความสนใจสิ่งเดียวกันมารวมตัวกันแล้วจึงเกิดเครือข่ายภายในชุมชน ได้แก่ เครือข่ายแม่บ้าน การประสานงานรวมกลุ่มกันจะใช้เครือข่ายออนไลน์ในการรวมกลุ่มดังที่เคยกล่าวอ้างไว้ตามข้างต้น

๔. ด้านความร่วมมือระหว่างกลุ่ม

จากการสังเกตจากการสังเกต (Observing) การลงมือปฏิบัติ (Action) ของสมาชิกกลุ่มแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) และผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) ในขั้นตอนการทำงานของทั้งสองผลิตภัณฑ์มีความช่วยเหลือเกื้อกูลกันเองระหว่างสมาชิกในทุกขั้นตอน



ภาพประกอบที่ ๔.๔๐ การสาธิตผลิตภัณฑ์

สมาชิกกลุ่มแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) มีผู้สาธิตทำปลาแดดเดียวเพียงคนเดียว เพราะปลาสดถูกแปรรูปมาแล้วด้วยการแล้ หมักน้ำเกลือ และแดดเดียว ในขณะที่ขั้นตอนของการทำขนมกงมีหลายขั้นตอนมากกว่าทั้งผสมวัตถุดิบ ปั้นรูป และทอดจึงใช้สมาชิกภายในกลุ่มหลายคนในการสาธิต

ถึงแม้ว่าสมาชิกของกลุ่มแปรรูปปลาจะมีผู้สาธิตเพียงคนเดียวแต่ก็สามารถตอบคำถามถึงกระบวนการและขั้นตอนได้เป็นอย่างดีเช่นเดียวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมไทย แสดงให้เห็นถึงประสบการณ์ ความชำนาญ และความรู้อย่างจริง

๕. ด้านพัฒนาการของชุมชน

ตำบลจรเข้สามพัน มีพื้นที่ประมาณ ๘๘.๐๓ ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ ๕๕,๐๑๙ ไร่ อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภออุทงไปทางทิศใต้ประมาณ ๖ กิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม มีคลองชลประทานผ่านทำให้มีน้ำทำการเกษตรตลอดปี จึงทำให้ชุมชนมีวัตถุดิบที่เกี่ยวกับการเกษตร และคิดหาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ปลาที่เลี้ยงในชุมชน เป็นต้น

นอกจากนี้เมื่อมีเวลาก็จะรวมกลุ่มกันทำอาชีพเสริม ได้แก่ จักรสาน ทอผ้า แปรรูป ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเป็นอาหารหรือขนม เป็นต้น สภาพปัญหาภายในชุมชนเนื่องด้วยส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีปัญหารายได้จากรับซื้อผลผลิตเพราะไม่สามารถมีรายได้ที่แน่นอนด้วยราคาผลผลิตทางการเกษตรแปรผันตามตลาดไม่ค่อยมีเสถียรภาพ ถึงแม้ว่าสมาชิกในชุมชนจะร่วมกันเปิดตลาดชุมชนในช่วงเช้า และเย็นก็ไม่ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นมากนัก ทั้งยังขาดการสนับสนุน ประสานงานจากองค์กรอื่น ๆ อีกทั้งในสภาพปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-๑๙) จากคำบอกเล่าของคุณอนุกุล รัชตะวงษ์^{๘๐} ได้กล่าวไว้ว่า

“ชุมชนจรเข้สามพันเป็นชุมชนแรกในจังหวัดสุพรรณบุรีที่พบการแพร่ระบาดของโควิด”

เนื่องจากปัญหาดังกล่าวทำให้ชุมชนขาดรายได้มากขึ้นไปกว่าเดิมซึ่งส่งผลต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่อย่างมาก ทีมงานวิจัยได้ร่วมพูดคุยกับเทศบาลจรเข้สามพัน จึงเริ่มกำหนดวันเพื่อเริ่มวันอบรมทันทีที่ได้รับการอนุญาตพร้อมมาตรการป้องกันโควิดอย่างเคร่งครัด เมื่อโครงการวิจัยทั้ง ๓ โครงการเกิดขึ้น ชาวชุมชนจรเข้สามพันมีความมั่นใจมากขึ้นและเริ่มเตรียมความพร้อมสำหรับการเปิดตลาดหลังจากสถานการณ์ติดเชื้อไวรัสโคโรนาดีขึ้น

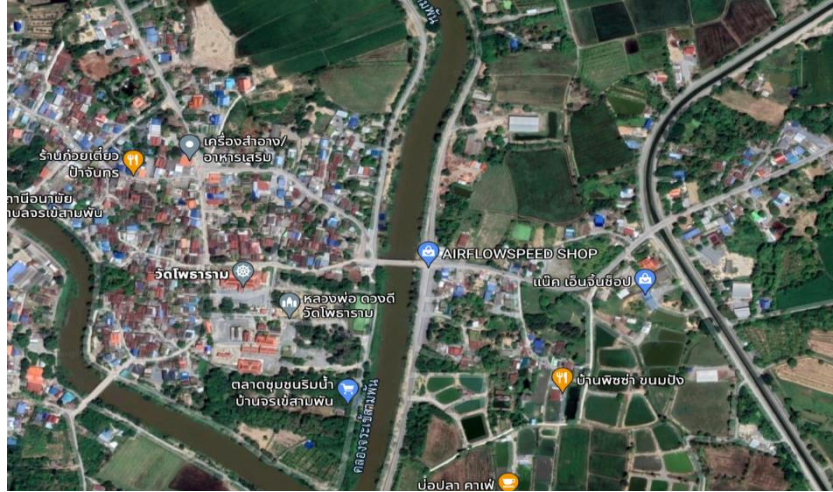


ภาพประกอบที่ ๔.๔๑ การเตรียมพร้อมเปิดตลาดตลาดชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทง จังหวัดสุพรรณบุรี

^{๘๐} สัมภาษณ์ นายอนุกุล รัชตะวงษ์, ประธานสภาเทศบาลจรเข้สามพัน อำเภออุทง จังหวัดสุพรรณบุรี.

๖. ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา

สภาพภูมิประเทศของชุมชนจรเข้สามพันเป็นที่ราบลุ่ม มีคลองชลประทานไหลผ่านจึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการทำเกษตรกรรม ดังนั้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่ของชุมชนจึงเป็นผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ ข้าว อ้อย เป็นต้น



ภาพประกอบที่ ๔.๔๒ ดาวเทียมแสดงลักษณะภูมิประเทศของตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี

จากภาพถ่ายดาวเทียมที่แสดงลักษณะภูมิประเทศของตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี จะเห็นได้ว่าภายในพื้นที่ชุมชนมีถนนสายหลักคือถนนมาลัยแมน และมีทางหลวงชนบทเชื่อมต่อการคมนาคมภายในชุมชนหลายเส้นทางทำให้สะดวกต่อการเข้าถึงตลอดจนสภาพถนนมีความสมบูรณ์ไม่เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาในพื้นที่

สภาพพื้นที่เป็นพื้นที่ราบลุ่มติดริมคลองจรเข้สามพันทำให้มีลมที่พัดพาความชุ่มชื้นทำให้ภูมิอากาศไม่ร้อนมากเกินไปในฤดูร้อน มีต้นไม้พันธุ์ขึ้นทำให้มีร่มเงา

นอกเหนือจากสภาพพื้นที่ของชุมชน อัยยาศัยน้ำใจไมตรีของประชาชนในพื้นที่ที่มีความเป็นมิตรและไม่กลัวคนแปลกหน้า เปิดรับความรู้ใหม่ ๆ และมีเป้าหมายพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน

๗. ด้านการติดตามและประเมินผล

การพัฒนาการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่ชุมชนสู่คุณภาพชีวิตชุมชน สมาชิกชุมชน ผู้นำชุมชน และกลุ่มสมาชิกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้ความสนใจกับองค์ความรู้ตลอดจนหลังจากที่ดำเนินโครงการย่อยที่ ๑ ๒ และ ๓ จบลงแล้วนั้น ทีมวิจัยมีการมอบเครื่องสภักดีน้ำมนต์ให้กับสมาชิกชุมชนเพื่อเป็นส่วนช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ในการประเมินผล ผู้วิจัยนำผลการประเมินในภาพรวมมาวิเคราะห์เพื่อทวนผลสัมฤทธิ์ (SWOT Analysis) ของชุมชนจรเข้สามพัน ในด้านยกระดับชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่ชุมชนนวัตกรรมพบว่า

จุดแข็งของชุมชน	จุดอ่อนของชุมชน	โอกาสของชุมชน	อุปสรรคของชุมชน
๑. เปิดรับองค์ความรู้ใหม่ ๆ	๑. ไม่ลงมือปฏิบัติ	๑. มีองค์กรภายนอกเข้ามาจัดทำกิจกรรมอย่างเสมอ	๑. การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-๑๙)
๒. ความร่วมมือร่วมใจกันระหว่างสมาชิก	๒. ทักษะของสมาชิกไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบ	๒. มีบุคคลภายนอกสนใจเข้ามาท่องเที่ยว	๒. ขาดการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ
๓. การเข้าถึงชุมชน		๓. เป็นพื้นที่ที่จะได้รับการพัฒนาเป็นสวนพฤกษศาสตร์แห่งภูมิภาคตะวันตก	
๔. กลุ่มผู้นำมีความเข้มแข็ง			

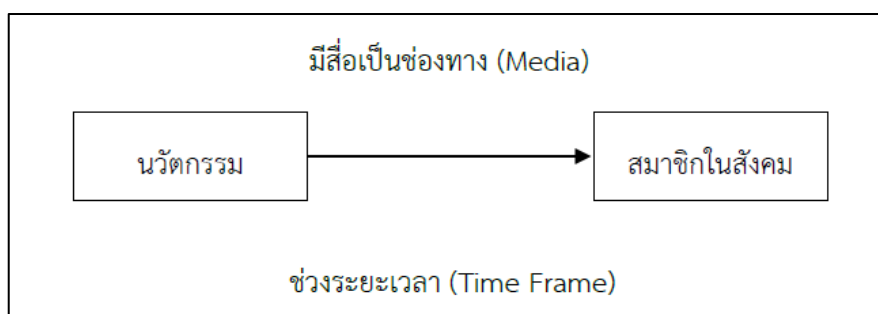
เมื่อประเมินผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis จะเห็นได้ว่าจุดแข็งและโอกาสของชุมชนมีมากกว่าจุดอ่อนและอุปสรรคของชุมชนแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของชุมชนที่จะสามารถพัฒนาเป็นชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่ชุมชนนวัตกรรม

๔.๓.๓ การเผยแพร่การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมยกระดับชุมชนนวัตกรรมในประเด็นการถ่ายทอดนวัตกรรมดังต่อไปนี้

๑. การรับรู้นวัตกรรม

สำหรับการพิจารณาว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นนวัตกรรมนั้นหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับความรู้ของแต่ละบุคคลว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับตนเองหรือไม่ ฉะนั้นนวัตกรรมของสังคมใดสังคมหนึ่งอาจไม่ใช่ นวัตกรรมของสังคมอื่น ๆ ก็ได้ ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของกลุ่มบุคคลนั้นว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขาหรือไม่อีกประการหนึ่ง ความใหม่ (Newness) อาจขึ้นอยู่กับระยะเวลาด้วย สิ่งใหม่ ๆ ตามความหมายของ นวัตกรรม ไม่จำเป็นต้องใหม่จริง หากแต่หมายถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นความคิดหรือการปฏิบัติที่เคย ทำกันมาแล้วแต่ได้หยุดไประยะเวลาหนึ่ง ต่อมาได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมาทำใหม่ เนื่องจากเห็นว่าสามารถ ช่วยแก้ปัญหาในสภาพการณ์ใหม่นั้นได้ก็นับว่าเป็นสิ่งใหม่ได้ ความใหม่ของนวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ ๆ ใน ๓ ลักษณะ ได้แก่ ๑) สิ่งใหม่ที่ยังไม่มีใครเคยทำมาก่อน ๒) สิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิมแล้วล้มเลิกไปแต่ได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่เพราะเหมาะสม และ ๓) สิ่งใหม่ที่มีการพัฒนามาจากของ เก่าเดิมที่มีอยู่เดิม

การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นการสื่อสารที่มุ่งเผยแพร่วิธีปฏิบัติใหม่ สามารถแบ่งได้เป็น ๔ องค์ประกอบ ได้แก่ ๑) นวัตกรรม (Innovation) ความคิดใหม่หรือสิ่งใหม่ที่บุคคลค้นพบ ๒) การสื่อสาร (Communication) การเผยแพร่นวัตกรรมให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับกันในสังคม ๓) สมาชิก ในสังคม (Social System) คือประชากรซึ่งอยู่ในระบบสังคม มีองค์ประกอบที่แตกต่างกันไปตามแต่ ละกลุ่ม โดยความแตกต่างที่เกิดขึ้นย่อมส่งผลถึงการยอมรับนวัตกรรมที่มีในสังคม ๔) ช่วงระยะเวลา (Time Frame) จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้เวลาในการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งใหม่จากผู้นำนวัตกรรมเข้ามา



แผนภาพที่ ๔.๑ การแพร่กระจายนวัตกรรม

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เชิญวิทยากรจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสุพรรณบุรี และวิทยากรจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการถ่ายทอดทักษะความรู้ ความสามารถ และสร้างความเข้าใจเรื่องต้นทุนของชุมชน ทั้งยังทำความเข้าใจร่วมกันกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป้าหมายให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการรับการพัฒนาของชุมชน และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพประกอบที่ ๔.๔๓ วิทยากรถ่ายทอดความรู้ในโครงการ

๒. ความสนใจในนวัตกรรม

จากการจัดกิจกรรมโครงการย่อยที่ ๓ ทั้ง ๓ วันได้รับความร่วมมือภายในชาวมุขชุมชนจรเข้สามพัน อำเภอลำดวน จังหวัดสุพรรณบุรีให้เป็นอย่างดี ซึ่งกระบวนการสร้างพลังชุมชนนั้นประกอบไปด้วย

๑) กระบวนการปรับปรุงความสามารถ และการพัฒนาศักยภาพของชาวบ้าน ด้วยการส่งเสริมระดับผู้เรียนรู้และพัฒนาความเชื่อมั่นให้เกิดการวิเคราะห์/สังเคราะห์สถานการณ์ปัญหาของตนเอง ซึ่งเป็นการนำเอาศักยภาพเหล่านี้มาใช้ประโยชน์ กระบวนการให้ความรู้ที่เหมาะสมแก่ชาวบ้าน ตลอดจนมีการนำไปใช้อย่างเหมาะสม

๒) มีความสนใจปรีทัศน์ของชาวบ้าน โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจะช่วยเปิดเผยให้เห็นคำถามที่ตรงกับประเด็นปัญหา

๓) ให้โอกาสในการปลดปล่อยแนวความคิดเพื่อให้ชาวบ้าน และคนยากจนด้อยโอกาส สามารถมองความคิดเห็นของตนเองได้อย่างเสรี มองสภาพการณ์และปัญหาของตนเอง วิเคราะห์ วิวิจารณ์ ตรวจสอบสภาพข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างตรงประเด็น

การสร้างพลังชุมชนนี้เป็นพื้นฐานในการสร้างความสนใจนวัตกรรมเพราะเป็นหนึ่งในชั้น กระบวนการยอมรับนวัตกรรมที่มีอยู่ ๕ ประการ^{๘๑} ได้แก่ ชั้นความรู้ (Knowledge) ชั้นการโน้มน้าวใจ (Persuasion) ชั้นการตัดสินใจ (Decision) ชั้นการดำเนินการ (Implementation) และชั้นการ ยืนยัน (Confirmation) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑) ชั้นความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้รับการกระตุ้นให้เกิดความตระหนัก ต่อนวัตกรรม โดยเมื่อบุคคลมีโอกาสพบเห็นนวัตกรรมและคุณลักษณะต่างๆ ของนวัตกรรม บุคคล อาจกระตือรือร้น (Active) ในการแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาจากแหล่งสารต่างๆ อาทิ สื่อมวลชน ผู้นำทางความคิด ในขณะที่บุคคลบางกลุ่มอาจไม่กระตือรือร้น (Passive) โดยได้รับข้อมูลข่าวสาร ต่างๆ ด้วยความบังเอิญ หรือเนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของผู้เผยแพร่ข่าวสารอย่างไรก็ตาม การ กระตุ้นให้บุคคลได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารต่างๆ มักนิยมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เนื่องจาก สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากในช่วงเวลานั้นๆ ได้เป็นอย่างดี โดยข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่มัก เผยแพร่ในช่วงนี้ ได้แก่

- ข้อมูลพื้นฐาน (Software Information) ได้แก่ ข้อมูลที่ให้ความรู้พื้นฐานหรือทำให้เกิดความตระหนักเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยมากมักเป็นข้อมูลที่ช่วยตอบคำถามว่านวัตกรรมดังกล่าว ได้แก่อะไร และมีประโยชน์อย่างไร

- ความรู้ด้านการใช้ (How-to Knowledge) ได้แก่ ข้อมูลที่อธิบายสถานที่ซึ่งบุคคล สามารถแสวงหานวัตกรรมต่างๆ ได้ สรรพคุณต่างๆ ของนวัตกรรม และแนวทางการนำนวัตกรรม ดังกล่าวมาใช้ประโยชน์

- ความรู้เชิงหลักการ (Principles Knowledge) ได้แก่ แนวคิดสำคัญต่างๆ เกี่ยวกับ นวัตกรรม เช่น นวัตกรรมดังกล่าว “ใหม่” จริงหรือไม่ นวัตกรรมดังกล่าวแตกต่างจากนวัตกรรมอื่นๆ ที่ผ่านมาหรือไม่อย่างไร

๒) ชั้นการโน้มน้าวใจ (Persuasion) โดยสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคลในช่วงเวลานี้ได้แก่ การที่ บุคคลเริ่มมีความคิดเห็น หรือมีการเปรียบเทียบนวัตกรรมทั้งในด้านบวกและด้านลบโดยใช้ช่วงเวลานี้ ผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารจะต้องพยายามให้ข้อมูลเพื่อให้บุคคลให้ความสนใจนวัตกรรม และมีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรมในช่วงเวลานี้ สื่อบุคคลจะมีบทบาทสำคัญกว่าสื่อมวลชน โดยสื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจนในแง่มุมต่างๆ เพื่อทำให้ผู้รับนวัตกรรมเกิดความเข้าใจ

^{๘๑} ปราณธีร์ รังแก้ว, “กระบวนการนำเครื่องบดย่อยขยะเอนกประสงค์ไปใช้ในเขตอำเภอสรรคบุรี จังหวัด เชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๕), หน้า ๑๑-๑๒.

อย่างชัดเจน ในขณะที่ด้วยกันกลุ่มเพื่อน หรือคนใกล้ชิดที่รับนวัตกรรมไปก่อนหน้านั้นอาจมีบทบาทในการทำให้บุคคลคิดที่จะเลียนแบบพฤติกรรมดังกล่าว

๓) ขั้นการตัดสินใจ (Decision) เป็นขั้นตอนที่บุคคลประเมินองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เช่น ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความคิดเห็นของตนและคนใกล้ชิด นวัตกรรม ทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้หากมีการยอมรับนวัตกรรม เป็นต้น ในขั้นตอนนี้ผู้เผยแพร่ นวัตกรรมมักจะพยายามกระตุ้นด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้บุคคลตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม อาทิการให้ความช่วยเหลือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม การให้ทดลอง การสาธิต การใช้บุคคลต้นแบบ ฯลฯ

๔) ขั้นการดำเนินการ (Implementation) เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะเริ่มนำนวัตกรรมที่ตนตัดสินใจรับมาใช้ หรือทดลองใช้โดยในขั้นนี้ ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทสำคัญมากต่อการรับนวัตกรรม โดยเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาสะท้อนให้เห็นความสำคัญของนวัตกรรมต่อบุคคล ข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานที่ซึ่งสามารถเข้าถึงนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม เป็นต้น โดยข้อมูลต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการยืนยันการใช้นวัตกรรมต่อไป

๕) ขั้นการยืนยัน (Confirmation) เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อยืนยันความคิดที่ว่า “ตนสมควรรับนวัตกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง” หรือ “ตนสมควรปฏิเสธ นวัตกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง” โดยในขั้นตอนนี้บุคคลที่เคยปฏิเสธนวัตกรรมอาจเปลี่ยนใจกลับมารับ นวัตกรรมก็ได้ เนื่องจากได้รับข้อมูลข่าวสารในด้านที่ดีเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ขณะเดียวกันบุคคลที่รับ นวัตกรรมไปแล้วอาจเกิดการลังเล สับสน หรือตัดสินใจยุติการรับนวัตกรรมนั้นก็ได้เช่นกัน หากได้รับ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมในด้านไม่ดี

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของชาวมุขชนจระเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี คุณ ลำพอง ศรีเหรา^{๘๒} ได้กล่าวว่า

“ได้รับความรู้ ได้มีโอกาสในการเข้ามาฟังและดูการสาธิต มีความรู้ใหม่ ๆ”

สอดคล้องกับคุณพรณษา พัฒน์รักษ์^{๘๓} กล่าวว่า

“ดีมาก ได้องค์ความรู้ในการทำปลาเค็มและขนมกง” ในขณะที่คุณสะอาด ศรี เหรา^{๘๔} ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

“ให้ความร่วมมือ รับฟัง แล้วนำมาปรับใช้”

การให้ความสนใจในนวัตกรรมถือเป็นความสำเร็จก้าวแรกที่จะพัฒนาไปสู่การจัดการ ชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม ต่อไป

^{๘๒} สัมภาษณ์ นางลำพอง ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจระเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๘๓} สัมภาษณ์ นางพรณษา พัฒน์รักษ์, สมาชิกชุมชนจระเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๘๔} สัมภาษณ์ นางสะอาด ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจระเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี.

๓. ประเมินค่านวัตกรรม

การประเมินคุณภาพนวัตกรรมการเรียนรู้^{๘๕} ควรพิจารณาจากคุณสมบัติ ๔ ประการดังต่อไปนี้

๑) ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) โดยพิจารณาจากการที่ผู้เรียนมีพฤติกรรมการเรียนรู้ตรงตามเป้าหมายที่หลักสูตรกำหนดไว้อย่างชัดเจน ภายหลังจากน่านวัตกรรมฯ มาใช้สอนแล้ว

๒) ความมีประสิทธิภาพ (Productivity) โดยพิจารณาจากนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นช่วยให้ผู้เรียนบรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์การเรียนการสอน โดยผู้เรียนจำนวนมากหรือทุกคนเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ทั้ง ๒ ข้อนี้ได้สอดคล้องกับคำกล่าวของคุณพรณษา พัฒนรักษ์^{๘๖} ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“ผลิตภัณฑ์แปรรูปปลา (ปลานิลและปลาตูก) เพิ่มช่องทางการขายได้มากขึ้น อาจจะแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น และสร้างกลุ่มผลิตปลาเค็มได้เพิ่มมากขึ้น” และยังได้กล่าวอีกว่า

“เพิ่มความหลากหลายของขนมกึ่ง เช่น รูปทรง หรือสี”

๓) ความประหยัด (Economy) โดยพิจารณาว่าเมื่อนานวัตกรรมฯ ไปใช้สอนแล้วเกิดความคุ้มค่ากับการลงทุน ทั้งด้านทุนทรัพย์ แรงงาน และระยะเวลาที่เสียไป ตลอดจนมีความคงทนถาวร สอดคล้องกับคุณมนตรี ศรีเหรา^{๘๗} ที่ได้กล่าวว่า

“ปูพื้นฐานจากความรู้ระดับชุมชน” กล่าวคือผลิตภัณฑ์ทั้งสองประเภทที่นำมาพัฒนานั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุดิบภายในชุมชน ชาวชุมชนจะเข้าถึงสามพันสามารถทำได้ง่าย

๔) คุณลักษณะที่ดี หมายความว่า นวัตกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ เหมาะสมกับวัยของผู้เรียน เนื้อหาวิชา และสถานการณ์การเรียนการสอนได้เป็นอย่างดี คุณณัฐจิรา วงษ์ประเสริฐ^{๘๘} ได้กล่าวไว้ว่า

“ผลิตภัณฑ์ปลาแปรรูป(ปลานิลและปลาตูก) ยกระดับ พัฒนาไปในทางที่ดี” และ
ได้กล่าวอีกว่า

^{๘๕} กรมวิชาการ, เกณฑ์การพิจารณาหรือประเมินคุณภาพของนวัตกรรม, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: [jajakok.wordpress.com/2018/12/11/กลุ่มที่-10-การประเมินคน/ \[๑๐ มกราคม ๒๕๖๕\].](http://jajakok.wordpress.com/2018/12/11/กลุ่มที่-10-การประเมินคน/ [๑๐ มกราคม ๒๕๖๕].)

^{๘๖} สัมภาษณ์ นางพรณษา พัฒนรักษ์, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภอบึงสามพัน จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๘๗} สัมภาษณ์ นายมนตรี ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภอบึงสามพัน จังหวัดสุพรรณบุรี.

^{๘๘} สัมภาษณ์ คุณณัฐจิรา วงษ์ประเสริฐ, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภอบึงสามพัน จังหวัดสุพรรณบุรี.

“ผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) ดีมากเพราะหาทานยากและที่นี้อร่อย วัตถุประสงค์”

ทีมวิจัยได้สังเกตและสัมภาษณ์เชิงลึกจากชาวชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ได้เห็นว่านวัตกรรมของทั้ง ๒ กลุ่มผลิตภัณฑ์ตรงกับเกณฑ์คุณสมบัติทั้ง ๔ ประการของการประเมินคุณภาพนวัตกรรมการเรียนรู้ดังที่กล่าวมาข้างต้น

๔. การรับเอานวัตกรรมไปใช้

หลังจากได้เข้ารับการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้วก็นำไปสู่กระบวนการปรับปรุงความสามารถและพัฒนาศักยภาพของชาวบ้านโดยเข้าสู่กระบวนการรับเอานวัตกรรมไปใช้ ทีมวิจัยได้ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) เป็นการบรรจุแบบสุญญากาศก่อนการแช่เย็นเพื่อยืดอายุผลิตภัณฑ์

และผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) ที่มีน้ำมันเป็นส่วนประกอบในกรรมวิธีในการทอดแล้วอาจจะก่อให้เกิดน้ำมันส่วนเกินจึงมีแนวคิดการพัฒนาขนมไทย (ขนมกง) ด้วยการใช้เครื่องสกัดน้ำมันก่อนการบรรจุ ทั้งนี้ตอนบรรจุภัณฑ์ลงในถุงกระดาษหรือกล่องกระดาษแทนถุงพลาสติกเพื่อแก้ปัญหากลิ่นเหม็นหืนของน้ำมันตามมา

ผู้วิจัยและคณะวิจัยจึงนำปัญหาดังกล่าวเข้ากราบเรียนขอความเมตตาต่อ พระครูวิบูลเจติยานุรักษ์, ดร. เจ้าคณะจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ซึ่งพระเดชพระคุณก็เมตตาอนุเคราะห์สนับสนุนอุปกรณ์ทั้งสองอย่างให้กับชุมชน และนำมามอบให้กับชุมชนในวันอาทิตย์ที่ ๙ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๕



ภาพประกอบที่ ๔.๔๔ เครื่องสกัดน้ำมันและการมอบอุปกรณ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน



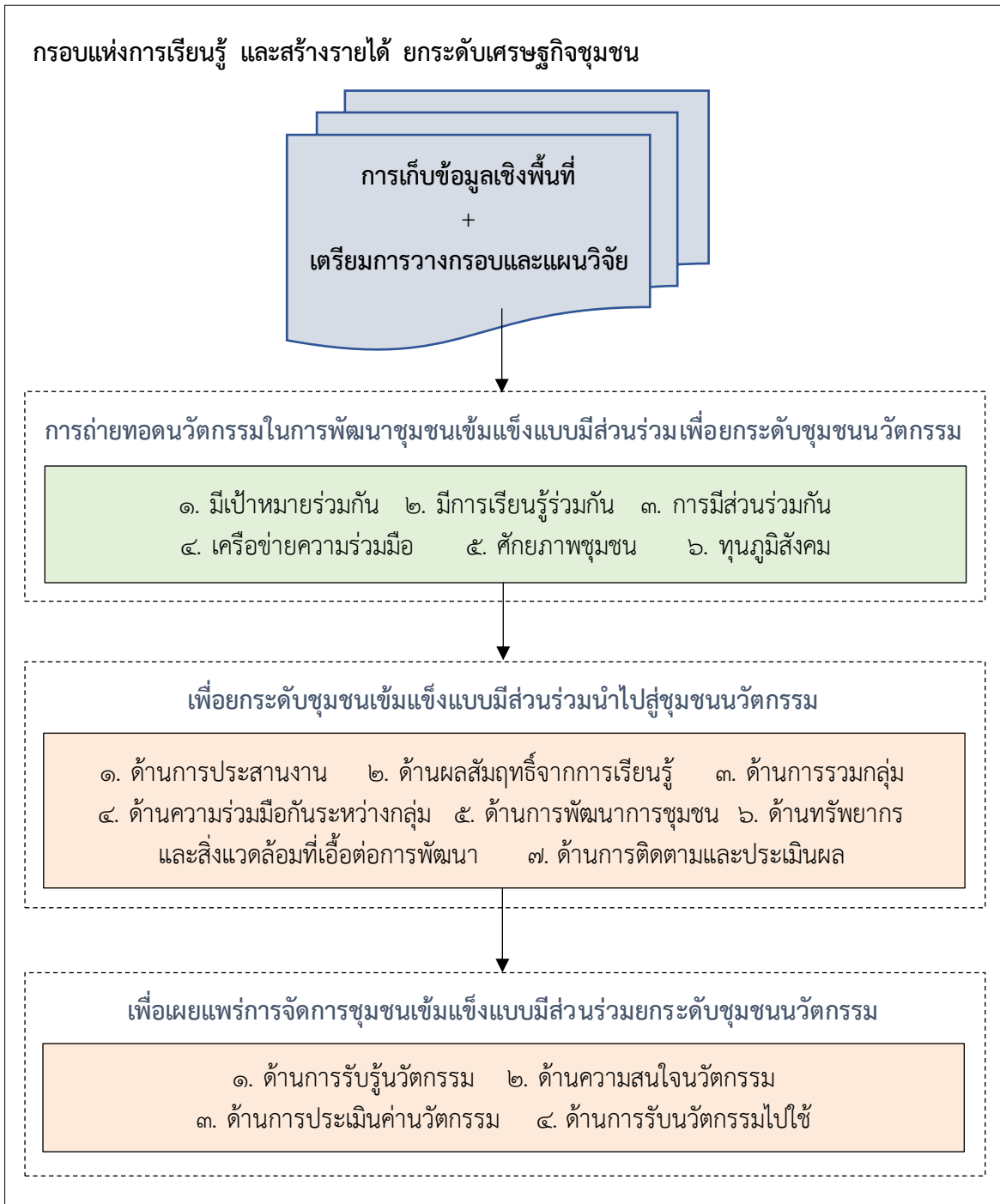
ภาพประกอบที่ ๔.๔๕ การเปลี่ยนรูปร่างขนมกงเป็นรูปหัวใจเพื่อความหลากหลายและเอกลักษณ์ในชุมชน

นอกจากนี้ทีมผู้วิจัยยังได้เสนอความคิดเห็นเพิ่มเติมให้เปลี่ยนแปลงรูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยการเปลี่ยนรูปร่างขนมกงเป็นรูปจระเข้ตามชื่อชุมชน รูปหัวใจ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ในชุมชนอีกด้วย

๔.๓.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ตลอดระยะเวลาการทำงานร่วมกับชุมชนตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัย และคณะวิจัยได้เรียนรู้ทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีเป้าหมายในการผลิตสินค้าชุมชนต้นแบบไว้เป็นแบบจำลองแห่งการเรียนรู้ และสร้างรายได้ ยกระดับเศรษฐกิจชุมชน สร้างความเข้มแข็งด้วยต้นทุนภูมิสังคม

สิ่งที่สำคัญยิ่งในการทำงานครั้งนี้คือ “ความร่วมมือร่วมใจกัน” กิจกรรมที่ทำต่างต้องใช้ความร่วมมือกันทั้งสิ้น ไม่มีกิจกรรมใดที่จะประสบความสำเร็จได้เมื่อทำคนเดียวฉันใด การร่วมมือร่วมใจกันเพื่อพัฒนาชุมชนก็จะทำให้ชุมชนประสบความสำเร็จฉันนั้น



แผนภาพที่ ๔.๒ กรอบแห่งการเรียนรู้ และสร้างรายได้ ยกระดับเศรษฐกิจชุมชน

นอกจากนั้นความรู้ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับหลักสังคหวัตถุ ๔ “ดูกรภิกษุทั้งหลาย สังคหวัตถุ ๔ ประการนี้ ๔ ประการเป็นไฉน

คือ ทาน การให้ ๑ เปยยวัชชะ ความเป็นผู้มีวาจาน่ารัก ๑ อัตถจริยา ความ

ประพฤติประโยชน์ ๑ สมานัตตา ความเป็นผู้มีตนเสมอ ๑ ดูกรภิกษุทั้งหลาย

สังคหัตถุ ๔ ประการนี้แล ฯ

ในโลกนี้ ๑ ความเป็นผู้มีตนสม่าเสมอในธรรมนั้นๆ ตาม
สมควร ๑ ธรรมเหล่านั้นแล เป็นเครื่องสงเคราะห์โลก
ประคองสลักเพลาควบคุมรถที่แล่นไปอยู่ไว้ได้ ฉะนั้น
ถ้าธรรมเครื่องสงเคราะห์เหล่านี้ ไม่เพียงมีไซ้รमारดาหรือบิดาไม่
พึงได้ความนับถือหรือบูชาเพราะเหตุแห่งบุตร ก็เพราะเหตุที่
บัณฑิตพิจารณาเห็นธรรมเครื่องสงเคราะห์เหล่านี้ ฉะนั้น
พวกเขาจึงถึงความยิ่งใหญ่ และเป็นที่น่าสรรเสริญ ฯ”^{๔๔}

สังคหัตถุ ๔ เป็นธรรมที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวน้ำใจของผู้อื่น ผูกไมตรี เอื้อเฟื้อ เกื้อกูล หรือเป็นหลักการสงเคราะห์ซึ่งกันและกัน มี อยู่ ๔ ประการ ได้แก่ ทาน ปิยวาจา อุตถจริยา สมานัตตา

ในการวิจัยครั้งนี้ “ทาน” คือ การให้ความรู้ ถ่ายทอดนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน อันได้แก่ กิจกรรมพัฒนานวัตกรรมในชุมชนจรเข้สามพันทั้งด้านความรู้และทักษะ เพื่อเป็นการส่งเสริมความสามารถในการสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในวันที่ ๒๗ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ ทีมวิจัยได้ประสานงานจัดประชุมให้กับสมาชิกชุมชนเพื่อส่งเสริมการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาทักษะความรู้ และคุณภาพชีวิต โดยเชิญ นายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ดา (ลุงพงษ์ ลุงพุง) รวมทั้งมีหน่วยงานราชการต่าง ๆ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาลมีส่วนร่วมในการเปิดตลาดชุมชน แม่น้ำจรเข้สามพัน และโครงการ OTOP ส่วนกำนันผู้ใหญ่บ้านมีการประชุมรวมตัวกันห่าวบ้านเข้ามา มีส่วนร่วมในกระบวนการในการนำนวัตกรรมเข้ามาสู่ชุมชน เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดและเจ้าหน้าที่เข้ามามีส่วนร่วมในกลุ่ม OTOP และบุคลากรจากวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิเข้ามาให้ความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินกระบวนการต่าง ๆ ในการพัฒนาชาวบ้านและชุมชน โดยมีการสื่อสาร “ปิยวาจา” ต่อกัน การรวมกลุ่มของสมาชิกที่มีความร่วมมือร่วมใจในชุมชนนี้ ถือเป็น “อุตถจริยา” และความสม่าเสมอที่เกิดขึ้นในชุมชนนั้นเป็น “สมานัตตา” จึงรวมกันเป็นธรรมของการสงเคราะห์ซึ่งกันและกัน “สังคหัตถุ ๔” อย่างสมบูรณ์

^{๔๔} พระไตรปิฎก เล่มที่ ๒๑ พระสุตตันตปิฎก เล่มที่ ๑๓ พระไตรปิฎก, [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://84000.org/tipitaka/book/v.php?B=21&A=863&Z=876#attha> [๑๐ มกราคม ๒๕๖๕].

บทที่ ๕

สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง “การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี” โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลสรุปการวิจัยดังนี้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๑.๑ วัตถุประสงค์ข้อที่ ๑ องค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชน โดยมีประเด็นของการพัฒนาองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจฐานรากโดยมีประเด็นดังนี้

การพัฒนาองค์ความรู้ ได้แก่ ด้านการจัดการความรู้ ๑) การระดมความคิด ถือว่าเป็นการสร้างความสำเร็จในการรวมกลุ่มที่จะนำไปสู่การพัฒนาความรู้เพื่อให้เข้าใจในวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน ๒) การสร้างและการแสวงหาความรู้ การศึกษาข้อมูลที่จะนำมาพัฒนาความรู้นำมาประยุกต์ร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มาจากการศึกษาเรียนรู้เพิ่มจากภายนอกทั้งภาครัฐและสถาบันอุดมศึกษา ๓) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ การจัดการขั้นตอนการเรียนรู้เพื่อให้การถ่ายทอดความรู้มีประสิทธิภาพสมาชิกสามารถนำไปปฏิบัติ ๔) ประมวลและกลั่นกรองความรู้ มีการทบทวนความรู้เพื่อให้เกิดการพัฒนาและปรับเปลี่ยนกระบวนการการเรียนรู้ที่สอดคล้อง กับสภาพแวดล้อมของการแข่งขันของโลกภายนอก ต่อมา ด้านการพัฒนาทักษะ ได้แก่ ๑) ค้นหาจุดอ่อนของสมาชิกด้านทักษะที่อยู่ในตัวทั้งประสบ การณ์ความรู้ที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรม ๒)วางแผนพัฒนาทักษะ จะมีกระบวนการที่จะทำให้สมาชิกได้มีการพัฒนาทักษะ ๓)การลงมือปฏิบัติ จะทำให้เห็นผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาทักษะ ๔) การประเมินผล จากการลงมือปฏิบัติเพื่อนำมาแก้ไขปัญหา การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ ได้แก่ ๑)การศึกษาข้อมูลและความพร้อม การศึกษาข้อมูลจากภายนอกไม่ว่าจะเป็นการศึกษาดูงานในสถานที่ต่างๆ ๒) การสร้างความเข้าใจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ ๓)ทำตามขั้นตอน ที่เป็นกระบวนการที่ถูกต้อง จัดลำดับความจำเป็น ๔) การพัฒนา เกิดจากการทำตามขั้นตอนของกลุ่มจากการสังเกตกระบวนการที่นำมาสู่การพัฒนา ๕) ประเมินผล เกิดจากการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติทั้ง ๔ ข้อที่ได้กล่าวมาเบื้องต้นเพื่อนำมาพิจารณาข้อบกพร่อง การบริหารจัดการ ได้แก่ ๑) กำหนดโครงสร้างการทำงานและหน้าที่ของสมาชิก ๒) จัดทำแผนการผลิต ๓) การจัดการความรู้ กับหน่วยงานภาครัฐ ๔)การจัดการตลาด และ ๕) การประเมินผล

องค์ความรู้ที่นำไปสู่การพัฒนา ได้แก่

๑. ด้านการแสวงหาความรู้ การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์เป็นแนวทางสู่การแสวงหาความรู้ มีองค์ประกอบ ๖ กระบวนการ คือ ๑) การสร้างความเข้าใจ ๒) การจัดการความรู้เพื่อนำความรู้มาปฏิบัติ ๓) การจัดกิจกรรมเป็นการเชื่อมโยงจากการเข้าถึงความรู้ ๔) การมีส่วนร่วมการระดมความคิดร่วมกันในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ ๕) การประเมิน จากข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ๖) การปรับใช้ นำมาสู่การลงมือทำและทำให้เห็นกระบวนการใหม่ๆ

๒. การนำความรู้มาจัดหมวดหมู่ ได้แก่ ๑) การจัดการความรู้ จะกำหนดประเภทการเรียนรู้ ๒) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือระบบพี่เลี้ยง ๓) การสกัดความรู้ เป็นการจัดการความรู้เพื่อนำมาใช้พัฒนา

๓. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้แก่ ๑) แยกกลุ่มตามความถนัด ๒) การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ๓) การให้ทดสอบความถนัด ๔) จัดระบบการทำงานเป็นขั้นเป็นตอน และ ๕) การหมุนเวียนปฏิบัติหน้าที่เพื่อลดปัญหาขาดแคลนแรงงาน

๔. การนำไปปฏิบัติ ได้แก่ ๑) นำพลังงานทดแทนมาประยุกต์ใช้ ๒) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ๓) การจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ ๔) การแปรรูปวัตถุดิบ และ ๕) การบริหารจัดการ

การขับเคลื่อนองค์ความรู้ไปสู่การพัฒนา ได้แก่ ๑) การระดมความคิด ๒) ความเป็นอัตลักษณ์พื้นที่ ๓) การสร้างและแสวงหาความรู้ ๔) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ ๕) การประมวลและการกลั่นกรองความรู้ ๖) การพัฒนาทักษะ ๗) การเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐพัฒนาองค์ความรู้ ๘) การประชาสัมพันธ์ และ ๙) การเชื่อมโยงเครือข่ายกลุ่มผู้บริโภค

๕.๑.๒ วัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน มี ๓ กิจกรรมกระบวนการสำคัญ ดังนี้

๑) กิจกรรมการสร้างพลังชุมชน เป็นกระบวนการทำให้สมาชิกในชุมชนเกิดความคิดกระตือรือร้นด้วย ๒ ขั้นตอน คือ ขั้นตอนเตรียมการที่ ๑ เป็นกระบวนการก่อเกิดความคิดใหม่ในชุมชน กระบวนการวิจัยขั้นที่ ๑ เรียกว่า **ปลุกพลัง - สร้างศรัทธา** เป็นการเปิดการรับรู้สิ่งดี ๆ ที่เป็นโอกาสของชุมชน เป็นการสร้างพลังเชิงบวก (Positive Energy) เสริมด้วยกระบวนการขั้นที่ ๒ เรียกว่า **ตื่นจากวังค์ - สร้างสรรค์ผลงาน** การที่สมาชิกชุมชนมีโอกาสได้รับทักษะความรู้จากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญทั้ง ๒ ท่าน ผสมผสานกับทักษะความรู้ที่เป็นต้นทุนเดิม ทำให้สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ พร้อมใจกันจัดทำแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้นวัตกรรม

๒) กิจกรรมสร้างความเปลี่ยนแปลง ในกิจกรรมนี้ได้ลงพื้นที่ร่วมกับผู้นำชุมชน และผู้นำท้องถิ่น หัวหน้ากลุ่มสมาชิกผลิตภัณฑ์ต่างๆ การส่งเสริมการสร้างทักษะความรู้เพื่อพัฒนาด้วยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาปรับประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์

๓) กิจกรรมบวมเมอแรง เป็นกระบวนการประเมินผลและนำวิเคราะห์ภาพรวมในการปฏิบัติการจัดกิจกรรมทั้ง ๒ ครั้งร่วมกันวิเคราะห์ SWOT ศักยภาพของชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นต้นแบบ

แนวทางการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

ผู้นำและชุมชนร่วมกันปรับเปลี่ยนวิธีการที่เหมาะสมในการนำนวัตกรรมมาใช้ได้แก่

๑) การส่งเสริมด้านการมีนวัตกรรม (ทำให้มี) กระตุ้นให้สมาชิกชุมชนคิดวางแผนหาวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองในมิติในด้านของความรู้ใหม่ ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์

๒) ส่งเสริมด้านการนำนวัตกรรมไปใช้ในชุมชน (มีให้ใช้) ร่วมกับผู้นำท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนจัดหาเครื่องมือที่ทันสมัยสอดคล้องกับแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

๓) ส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน เริ่มตั้งแต่การวางแผน ดำเนินการจัดกิจกรรมร่วมกัน หากจุดบกพร่อง ปรับปรุงขั้นตอน เชื่อมโยงเครือข่ายที่ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันของกลุ่มสมาชิก

๕.๑.๓ วัตถุประสงค์ข้อที่ ๓ การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม โดยมีกระบวนการมีส่วนร่วมดังนี้

๑. ถ่ายทอดนวัตกรรมในการพัฒนาชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วม ยึดแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วม มีองค์ประกอบ ๖ ข้อ ได้แก่ ๑) มีเป้าหมายร่วมกัน ๒) มีการเรียนรู้ร่วมกัน ๓) การมีส่วนร่วมกัน ๔) เครือข่ายความร่วมมือ ๕) ศักยภาพชุมชน ๖) ทุนภูมิสังคม

๒. ยกระดับชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่ชุมชนนวัตกรรม โดยมีการแบ่งหลักการในการยกระดับชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมได้แก่ ๑) ด้านการประสานงาน ๒) ด้านผลสัมฤทธิ์จากการเรียนรู้ ๓) ด้านการรวมกลุ่ม ๔) ด้านความร่วมมือกันระหว่างกลุ่ม ๕) ด้านการพัฒนาการชุมชน ๖) ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา ๗) ด้านการติดตาม และ ๘) ประเมินผล

๓. เผยแพร่การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมยกระดับชุมชนนวัตกรรม โดยมีกระบวนการจัดการดังนี้

- ๑) ถ่ายทอดทักษะความรู้
- ๒) การจัดการต้นทุน

โดยมีการแบ่งหลักการเพื่อเผยแพร่การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมยกระดับชุมชนนวัตกรรมได้แก่ ๑) ด้านการรับรู้นวัตกรรม ๒) ด้านความสนใจนวัตกรรม ๓) ด้านการประเมินค่านวัตกรรม ๔) ด้านการรับนวัตกรรมไปใช้ นำมาสู่กระบวนการยอมรับนวัตกรรมที่มีอยู่ ๕ ประการ^{๓๐} ได้แก่ ชั้นความรู้ (Knowledge) ชั้นการโน้มน้าวใจ (Persuasion) ชั้นการตัดสินใจ (Decision) ชั้นการดำเนินการ (Implementation) และชั้นการยืนยัน (Confirmation) การให้ความ

^{๓๐} ปราณธีร์ รังแก้ว, “กระบวนการนำเครื่องบดย่อยขยะเอนกประสงค์ไปใช้ในเขตอำเภอสาร์ภี จังหวัดเชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๕), หน้า ๑๑-๑๒.

สนใจในนวัตกรรมถือเป็นความสำเร็จก้าวแรกที่จะพัฒนาไปสู่การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วม เพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรมต่อไป

๕.๒ อภิปรายผล

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่จะทำให้เกิดการขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้จากการกำหนดการดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายโดยมีองค์ประกอบดังนี้

๕.๒.๑ การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ จากการศึกษาพบว่ากระบวนการพัฒนาองค์ความรู้ที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนได้จำเป็นจะต้องมีองค์ความรู้พื้นฐานก่อนได้แก่ ๑) การจัดการความรู้ ๒) การพัฒนาทักษะ ๓) การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ และ ๔) การบริหารจัดการ ถือเป็นพื้นฐานเบื้องต้นในการจัดการความรู้ เพื่อให้ชุมชนได้มีกระบวนการดำเนินการที่มีความถูกต้อง จากการจัดองค์ความรู้ที่เป็นพื้นฐานนี้ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากชุมชนนำมาสู่การวางแผน และการบริหารจัดการที่มีขั้นตอน ในการปฏิบัติทั้งการแสวงหาความรู้ที่จะนำมาถ่ายทอด การจัดการความรู้ที่เป็นระบบ หมวดยุทธศาสตร์ตามลำดับความสำคัญของการพัฒนา และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งทักษะ วิธีการ เทคนิค จากการเชื่อมโยงเครือข่ายภายนอก โดยมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนส่งเสริมพัฒนาสิ่งที่ขาดหาย นำมาสู่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดการรับรู้ที่มีขั้นตอนถูกต้อง ทั้งการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับภูมิปัญญาสากล และสามารถนำไปปฏิบัติและขับเคลื่อนไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้จากการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชน

๑) องค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

โดยมีประเด็นของการพัฒนาองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจฐานรากได้แก่ ด้านการจัดการความรู้ การพัฒนาทักษะ การขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติและการบริหารจัดการ พบว่า องค์ความรู้ที่จากการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นต้นแบบของการขับเคลื่อนทั้ง ๔ ด้านที่ได้กำหนดกรอบการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่หนึ่งนั้น ด้านการจัดการความรู้ที่จะนำไปสู่กับขับเคลื่อนของกลุ่ม คือ การระดมความคิด เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาองค์ความรู้การระดมความคิดถือได้ว่าเป็นการสร้างความเข้าใจและเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้ทุกฝ่ายในชุมชนได้เข้ามามีบทบาทในการนำเสนอข้อคิดเห็นในประเด็นที่สอดคล้องจุดมุ่งหมายของกลุ่มสมาชิกที่อยู่ในชุมชน โดยมีกระบวนการที่จะขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายของการรวมกลุ่มจากการระดมความคิดไปสู่การสร้างและการแสวงหาความรู้ จะทำอย่างไรที่สามารถนำความรู้ไปพัฒนาจากองค์ความรู้เดิมที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยยึดโยงกับอัตลักษณ์ชุมชนที่จะเชื่อมโยงกับการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นฉะนั้นองค์ความรู้ที่จะเพิ่มเติมเพื่อให้มีทักษะกระบวนการที่สอดคล้องกับการแข่งขันภายนอกจำเป็นต้องเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐให้เข้ามามีสนับสนุนส่งเสริมเพื่อต่อยอดองค์ความรู้เดิมนำมาประยุกต์กับกระบวนการสมัยใหม่เพื่อนำมาสร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ โดยจัดการความรู้ให้เป็นระบบที่สามารถนำมาถ่ายทอดในสมาชิกกันได้โดยมีการจัดประเภทกลุ่มการเรียนรู้ที่มีกระบวนการขั้นตอน วิธีการที่สามารถนำมาปรับใช้ในการเรียนรู้ที่มีความถูกต้อง เป็นไปตามกระบวนการที่ได้วางไว้ในกรอบการขับเคลื่อนกิจกรรมที่จะทำร่วมกัน หลังจากการลงมือปฏิบัติจำเป็นจะต้องมีการทบทวนองค์ความรู้ที่เหมาะสม กับการนำมาใช้

สภาพแวดล้อมบริบทของชุมชนในการตอบสนองการดำเนินกิจกรรมจำเป็นจะต้องมีการถ่วงรอก ความรู้ที่เหมาะสมกับสภาพการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะความรู้ไหนที่ทำให้เกิดผลกระทบและไม่ต่อยอด การพัฒนากิจกรรมจะต้องไม่นำมาถ่ายทอด เมื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้แล้วมาสู่กระบวนการ พัฒนาทักษะ ทักษะถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้การขับเคลื่อนของกิจกรรมการรวมกลุ่ม จากการ จัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนเดินหน้าต่อ และเป็นผลมาจากการจัดการความรู้ ฉะนั้นการเตรียมความพร้อม ในการพัฒนาทักษะจำเป็นจะต้องมีการสำรวจความพร้อมของสมาชิก โดยศึกษาจุดอ่อนของ สมาชิกแต่ละคนมีความสามารถด้านไหนบ้าง เพื่อที่จะได้วางแผนพัฒนาทักษะให้สอดคล้อง การ ปฏิบัติหน้าที่ในการแยกแยะประเภทความรับผิดชอบที่เหมาะสมกับภาระงาน ส่วนการขับเคลื่อนไปสู่ การปฏิบัติจำเป็นจะต้องมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องจะดำเนินการ เพื่อให้ทิศทางการทำงานที่ถูกต้องเป็นไปตาม เป้าหมาย โดยเฉพาะความพร้อมที่จะดำเนินการ ข้อบกพร่องอะไรบ้างที่ต้องดำเนินการแก้ไขก่อนที่จะ นำไปสู่การขับเคลื่อนที่เป็นรูปธรรม ต่อมาเป็นการสร้างความเข้าใจกับสมาชิกว่าสิ่งที่จะต้องเตรียม ความพร้อมมีอะไรบ้างที่การเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเอง วัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิสัยทัศน์ของการรวมกลุ่ม เกิดจากอะไร โดยจะต้องมีกระบวนการในการทำตามขั้นตอน เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด และให้เป็น ระบบในการทำงาน จากการศึกษากลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์ พบว่าการทำตามขั้นตอนจะทำให้สมาชิกรู้ ระบบการทำงานที่จะไม่ก่อให้เกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติ เริ่มตั้งแต่จากง่ายไปหายากเพื่อที่จะทำให้ สมาชิกลงมือปฏิบัติได้ ซึ่งทุกครั้งก็จะมีระบบพี่เลี้ยงมาช่วยเหลือเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน เมื่อปฏิบัติตามขั้นตอนแล้วก็จะนำมาสู่การพัฒนาทั้งกระบวนการแปรูปเทคนิคต่าง ๆ ที่จะทำให้การ ผลิตมีความรวดเร็วและได้ปริมาณที่เพียงพอต่อการไปจำหน่าย โดยมีความพร้อมจากกระบวนการ จัดการความรู้ เมื่อมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้วก็จะนำมาสู่การประเมินผล การพัฒนา และการจัดการ ความรู้ว่ามีจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องอะไรบ้างที่จะต้องดำเนินการแก้ไข หรือเปลี่ยนแปลง เช่นจากการ นำผลิตภัณฑ์ไปทดสอบกับตลาดเพื่อที่จะได้รับการตอบรับและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคสินค้า จาก การแปรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่ง สอดคล้องกับความหมายการพัฒนาชุมชนที่ว่า การที่คนในชุมชนและสังคมโดยส่วนรวมได้ร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมเพื่อปรับปรุงความรู้ความสามารถของตนเอง และร่วมกันเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิต ของตนเองชุมชนสังคมให้ดีขึ้นและสัมพันธ์กับ ส่วนในด้านการบริหารจัดการจากการศึกษา กลุ่ม วิสาหกิจพบว่า การกำหนดโครงสร้างการทำงานโดยแบ่งออกเป็นฝ่าย แผนก เพื่อที่จะได้แบ่ง ภาระหน้าที่งานกันรับผิดชอบเป็นการกระจายหน้าที่กันทำงานตามความสามารถของสมาชิกแต่ละคน เพื่อให้การทำงานขับเคลื่อนไปได้ ต่อมาด้านการจัดทำแผนการผลิตมีความเชื่อมโยงกับหน่วยงาน ภาครัฐที่เข้ามาสนับสนุนให้ความรู้ในด้านการจัดทำแผนและกระบวนการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อ ต้นทุนรวมถึงแนวทางการบริหารจัดการต้นทุนการผลิต ซึ่งที่ผ่านมาจากข้อมูลของกลุ่มวิสาหกิจที่เป็น ต้นแบบของการศึกษาพบว่า มีหน่วยงานของรัฐ เช่นพัฒนาชุมชนมาช่วยเหลือในด้านระบบการผลิต การทำบัญชีกระบวนการและแนวทางการผลิตที่ถูกต้องไม่กระทบกับวัตถุดิบที่นำมาแปรูป นอกจากนั้นก็มีหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัตถุดิบที่จะนำมาแปรูปโดยมีการให้ข้อมูลมา ประกอบในการศึกษาแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่จะนำมาแปรูป เช่น ประมงจังหวัด จะช่วยในการคัด สรรค์ประเภทปลาที่มีคุณภาพสามารถนำมาแปรูปได้หลากหลายตามการพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจ

เป็นต้น ต่อมาเป็นการจัดการเรียนรู้วิชาที่ได้อศึกษามาเป็นต้นแบบมีแนวทางในการบริหารจัดการ ในด้านการจัดการเรียนรู้จะมีการประสานงานร่วมกับองค์กรหรือหน่วยงานภาครัฐในระดับพื้นที่ใน ด้านการพัฒนาการเรียนรู้ที่จะนำมาต่อยอดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตนเองตลอดเวลา เมื่อมีโครงการหรือ กิจกรรมที่สอดคล้องกับการนำมาพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการเปิดกว้างทางความคิดและเห็น ช่องทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ต่อมาเป็นการประเมิน การประเมิน จะดำเนินการในช่วงระยะเวลาที่ทำการทดสอบตลาดเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงในเบื้องต้นและอีกอย่าง จะทำให้สมาชิกมีการปรับกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับผลการตอบรับและข้อเสนอแนะของ ผู้บริโภค เป็นการทบทวนการทำงานจะทำให้เห็นข้อบกพร่องที่จะต้องนำมาแก้ไขและสอดคล้องกับ แนวคิดของ มงคล ด่านธานินทร์ ^{๙๑}ยังชี้ว่า การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนควรให้ความสำคัญกับปัจจัย ต่อไปนี้ ๑) การพัฒนาผู้นำด้านเศรษฐกิจชุมชนให้มีทักษะด้านการบริหารจัดการ และมีความรู้ ความสามารถด้านการวิเคราะห์การผลิต การแปรรูป การค้า และการติดต่อกับภายนอก ๒) การ ยกระดับความรู้ความสามารถของชาวบ้านด้านการผลิตและการแปรรูป ๓) การพัฒนาเจ้าหน้าที่ที่ เกี่ยวข้องให้มีความรู้เชิงอุดมการณ์และเทคนิคการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน ๔) การพัฒนา กลุ่มและ องค์กรชุมชนให้มีความรู้ความเข้าใจในการสร้างและดำเนินงานในรูปแบบของกลุ่ม ๕) การพัฒนาทุน พื้นฐานด้านเศรษฐกิจ โดยการระดมทุนออมทรัพย์เพื่อจัดตั้งกองทุนในหมู่บ้าน หรือการขอรับการ สนับสนุนจากภายนอก ๖) การพัฒนาพื้นฐานทางกายภาพ นอกจากนั้นยังสัมพันธ์กับองค์ประกอบ และตัวชี้วัดของเศรษฐกิจฐานราก ที่ควรได้รับการส่งเสริมให้เข้มแข็งเพื่อผลักดันโอกาสของการพัฒนา เศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน ได้แก่ ๑) การเป็นเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเอง มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากร ท้องถิ่นและเทคโนโลยีพื้นบ้านรวมทั้งสร้างพื้นฐานของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมได้ อย่างเข้มแข็ง ๒) การพึ่งแรงงานภายในครอบครัว หรือให้ครอบครัวเป็นหน่วยการผลิต มีการพึ่งพา กันเองในครอบครัวและชุมชน ๓) การสร้างกิจกรรมเศรษฐกิจที่ช่วยสร้างกระบวนการเรียนรู้ เพื่อให้ ชุมชนมีความพร้อมทางกายใจและสติปัญญาในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ดี ๔) มี การพัฒนาอย่างบูรณาการ กล่าวคือ พัฒนาคนควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีระบบการจัดการทุนมนุษย์ สังคม ทรัพยากร วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์และ การเงิน ๕) มีระบบเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานคุณธรรมและวัฒนธรรมไทย ดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจ ด้วยสัจจะ ความดี เมตตา เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และธรรมะ ๖) มีการรวมกลุ่ม ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับ ประโยชน์ รวมทั้งร่วมสร้างพลังการเจรจาต่อรองและการประสานงานอันเชื่อมโยงกับประชาสังคม และเศรษฐกิจพอเพียง ๗) มีสำนึกความเป็นเจ้าของร่วมกันในการดำเนินกิจกรรมและพัฒนาชุมชน รวมทั้งมีระบบการอยู่ร่วมกันอย่างเคารพกติกาและจารีตประเพณีของชุมชน ๘) การร่วมมือประกอบ อาชีพในและนอกภาคการเกษตร และขยายกลุ่มออกไปในระดับชุมชน ๙) มีความสามารถในการ พัฒนาตนเองเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน มีการสร้างความร่วมมือหลายระดับ และเชื่อมโยง

^{๙๑} มงคล ด่านธานินทร์, แนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๑).

ชุมชนและเครือข่ายการดำเนินงานกิจกรรมนอกชุมชน ๑๐) การสร้างองค์กรและเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อช่วยด้านการผลิต การแปรรูป การค้า กิจกรรมชุมชน การจัดสวัสดิการ เช่น การรวมตัวในรูปแบบ สหกรณ์ ๑๑) การรวมตัวกันของเครือข่ายระดับชาติที่ประกอบด้วยทุกภาคส่วนในสังคมเพื่อสร้างพลัง ของประชาคม ที่มีสังคมและวัฒนธรรมของตนเอง ๑๒) การสนับสนุนให้ชุมชนเป็นผู้ประกอบการทาง เศรษฐกิจผ่านการตัดสินใจร่วมกันของคนในชุมชนนอกเหนือไปจากการผลิตเพื่อบริโภคอย่างพอเพียง ๑๓) การมีกลุ่มการผลิตและการจำหน่าย มีระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานและสามารถเพิ่มมูลค่าสู่การ เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจภายนอกมีการตลาดที่เกษตรกรเป็นผู้กำหนดราคาได้เอง ไม่ใช่กำหนดราคาโดย ตลาด ๑๔) มีการจัดเก็บข้อมูลที่รอบด้าน เป็นระบบ และทันสมัย

๒) สังเคราะห์องค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

เป็นการค้นพบกระบวนการสร้างองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อนำไปสู่ การปฏิบัติเพื่อให้ได้ข้อสรุปขั้นตอนของการกระบวนการที่น่าสนใจหรือข้อสรุปของหลักองค์ความรู้สำหรับ ช่วยในการตัดสินใจดำเนินการนำองค์ความรู้ไปปฏิบัติและบ่งบอกถึงทิศทางการนำองค์ความรู้ เศรษฐกิจฐานรากที่ได้จากการศึกษาวิจัยนำไปสู่การลงมือปฏิบัติโดยมีกรอบในการสังเคราะห์องค์ ความรู้ในจากการสกัดข้อมูลมาสู่กระบวนการปฏิบัติได้แก่

(๑) **ด้านการแสวงหาความรู้** กระบวนการแสวงหาความรู้จำเป็นจะต้องเริ่มต้นจาก การระดมความคิดเพื่อให้ได้ข้อตกลงร่วมกันของการรวมกลุ่มโดยมีผู้ประสานงานกลุ่มเป็นตัวกลางใน การดำเนินงานเมื่อมีข้อตกลงร่วมกันแล้วก็จะขับไปสู่คือ ๑) การสร้างความเข้าใจเพื่อให้มีส่วนร่วม ในการระดมความคิดและวัตถุประสงค์ เป้าหมายที่จะดำเนินการจากการทำข้อตกลงร่วมกันโดยยึด หลักความต้องการของสมาชิกที่มีจุดยืนร่วมกันจะขับเคลื่อนกิจกรรมที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ได้ร่วมลง มือ เมื่อได้รับรู้ความเข้าใจแล้วก็จะไปในกระบวนการที่ ๒) การจัดการความรู้เพื่อนำความรู้มาปฏิบัติ จะมีแนวทางไหนที่จะนำความรู้มาใช้ในการเสริมสร้างกระบวนการพัฒนากิจกรรมของกลุ่มที่เกิดจาก การรวมกลุ่มขึ้นโดยการรวบรวมข้อมูลความพร้อมในการจัดตั้งกลุ่มมีองค์ความรู้อะไรบ้างที่สามารถมา พัฒนาต่อยอดได้และจะเสริมสร้างองค์ความรู้เดิมให้มีการพัฒนาต่อยอดโดยเชื่อมโยงกับความเป็นอัต ลักษณ์ของท้องถิ่น ๓) การจัดการกิจกรรมถือว่าเป็นกระบวนการที่จะเปิดกว้างทางความคิดเพื่อให้ได้ลง มือปฏิบัติหรือได้สัมผัสรับรู้เรื่องราวที่มีความเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนกิจกรรมของการรวมกลุ่มและ เป็นการสร้างความสามัคคีในการร่วมมือกันทำงานเป็นทีมทำให้เห็นถึงกระบวนการใน การบริหารจัดการนำข้อมูลมาพัฒนาต่อเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้มีความเหนียวแน่น เมื่อผ่านหรือ ได้เข้าร่วมกิจกรรมได้เห็นทิศทางของการขับเคลื่อนแล้วก็จะนำไปสู่ ๔) การมีส่วนร่วม การระดม ความคิดที่จะขับเคลื่อนทั้งกระบวนการนำมาสู่การวางแผนงานและการจัดตั้งกลุ่มคณะขึ้นเพื่อให้เห็น โครงสร้างของการทำงานที่ชัดเจน นอกจากนั้นยังมีส่วนร่วมในด้านการแสดงความคิดเห็นในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความหลากหลายและนำมาสู่ข้อตกลงที่สอดคล้องกับความต้องการของ สมาชิกและสอดคล้องสถานการณ์ปัจจุบันถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาและสร้างสรรค์เมื่อ กระบวนการมีส่วนร่วมแล้วนำไปสู่การปฏิบัติจำเป็นจะต้องวิเคราะห์ผลการดำเนินงานโดยการ ๕) การประเมิน เพื่อจะให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่มาจากผลการระดมความคิด การจัดการความรู้ การจัด กิจกรรมและการมีส่วนร่วมเพื่อให้เห็นข้อดีข้อเสียนำไปสู่การแก้ไข ๖) การปรับใช้ ถือว่าเป็นการนำผล

จากการประเมินไปปรับและพัฒนาให้มีมาตรฐานทำให้เกิดการสร้างสรรคแนวคิดใหม่ ๆ ขึ้นจากผล
 พวงการลงมือปฏิบัติและมีการประเมินเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะขับเคลื่อนการดำเนินกิจกรรม
 ไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งสัมพันธ์กับแนวคิดของ แผนผังแนวคิดของอิชิคาวะ^{๑๒} (Ishikawa diagram)
 หรือแผนผังก้างปลา (หรือในชื่ออื่นของไทยเช่น ตัวแบบทונה หรือตัวแบบปลาตะเพียน) เป็นกรอบ
 แนวคิดอย่างง่ายในการจัดการความรู้ โดยให้การจัดการความรู้เปรียบเสมือนปลา ซึ่งประกอบด้วยส่วนหัว
 ลำตัว และหาง แต่ละส่วนมีหน้าที่ที่ต่างกันดังนี้ ๑) ส่วนหัวและตา (Knowledge Vision - KV) มอง
 ว่ากำลังจะไปทางไหน ซึ่งต้องตอบให้ได้ว่า “ทำ KM ไปเพื่ออะไร” ๒) ส่วนกลางลำตัว (Knowledge
 Sharing - KS) ส่วนที่เป็นหัวใจให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่วยเหลือ เกื้อกูลกันและกัน
 ๓) ส่วนหาง (Knowledge Assets - KA) คือ สร้างคลังความรู้ เชื้อโยงเครือข่าย ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี
 สารสนเทศ “สะบัดหาง” สร้างพลังจากชุมชนแนวปฏิบัติ

(๒) การนำความรู้มาจัดหมวดหมู่ เทคนิคและวิธีการต่าง ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน
 จากการสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านนี้ของกลุ่มต้นแบบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่นำไปสู่การจัดการ
 ความสามารถของสมาชิกในกลุ่มโดยมีขั้นตอนดังนี้ ๑) การจัดการความรู้ ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลมี
 ความรู้แตกต่างกันหรือไม่ทั้งประสบการณ์ในลงมือปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับกิจกรรมกลุ่มเพื่อจะแยก
 ประเภทความสามารถของสมาชิกในการจะพัฒนาเพิ่มเติมให้มีทักษะในการทำงาน ๒) การ
 แลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือระบบพี่เลี้ยงจะนำมาเป็นกระบวนการในการพัฒนาทักษะขั้นพื้นฐานจากการ
 เริ่มต้นลงมือปฏิบัติและเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ระหว่างสมาชิกด้วยกัน ๓) การสกัดความรู้ เป็นการ
 จัดการความรู้ที่จะนำไปสู่การลงมือปฏิบัติทั้งกระบวนการ ขั้นตอน และเทคนิคโดยประสานงาน
 ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนส่งเสริมเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกลุ่มในการ
 พัฒนาสมาชิกให้มีทั้งทักษะและความรู้ควบคู่กันในการลงมือซึ่งสอดคล้องกับคิดของ แนวคิดในการ
 บริหารจัดการองค์การ Kujiro Nonaka และ Hirotaka Takeuchiแนวคิดที่เน้นเรื่องการสร้างและ
 กระจายความรู้ในองค์การระหว่างความรู้ที่มีอยู่ในตัวคน/รู้ความโดยนัย (Tacit Knowledge) กับ
 ความรู้ที่อยู่ในรูปแบบสื่อ/เอกสาร/ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) โดยใช้โมเดล SECI-
 Knowledge Conversion ในการอธิบาย ทำให้หนังสือดังกล่าว มีอิทธิพลอย่างสูงต่อวงการธุรกิจ
 ตั้งแต่ปี ๑๙๙๗ เป็นต้นมา ความรู้ที่มีอยู่ในตัวคน/รู้ความโดยนัยเป็นความรู้ที่สามารถถ่ายโอนผ่าน
 กระบวนการชัดเจนทางสังคมที่เป็นความรู้โดยปริยายในผู้อื่น ซึ่งความรู้โดยปริยายนี้ จะกลายเป็น
 ความรู้ที่ชัดแจ้งผ่านกระบวนการถ่ายโอนความรู้ โดยความรู้ที่ชัดแจ้งจะสามารถโอนไปยังความรู้ที่ชัด
 แจ้งในคนอื่น ๆ ผ่านกระบวนการของการรวมกันนั่นเอง โดย The SECI model เป็นกระบวนการใน
 การสร้างความรู้ที่เกิดจากการผสมผสานระหว่าง ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge)และความรู้
 ที่ฝังลึกอยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) ที่ประกอบด้วย ๔ กระบวนการ คือ S = Socialization
 คือ การสร้างความรู้ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์โดยการพบปะสมาคม และพูดคุยกับผู้อื่น ซึ่งจะเป็น
 การถ่ายทอด แบ่งปันความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลไปให้ผู้อื่น E = Externalization คือ การนำความรู้ในตัว

^{๑๒} Nonaka, I. & Takeuchi, H., *Hitobashi on knowledge*, (Singapore: John Wiley and Sons, 2004).

บุคคลที่ได้นำมาพูดคุยกันถ่ายทอดออกมาให้เป็นสิ่งที่จับต้องได้หรือเป็นลายลักษณ์อักษร C = Combination คือ การผสมผสานความรู้ที่ซัดแน่นมารวมกัน และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้สามารถนำความรู้นั้นไปใช้ในทางปฏิบัติได้ I = Internalization คือ การนำความรู้ที่ได้มาใหม่ไปใช้ปฏิบัติหรือลงมือทำจริง ๆ โดยการฝึกคิด ฝึกแก้ปัญหาจนกลายเป็นความรู้และปรับปรุงตนเอง

(๓) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ คือจากที่สมาชิกได้ผ่านการเรียนรู้แล้วนำไปสู่การลงมือปฏิบัติจากสิ่งที่ตนเองได้รับการถ่ายทอดความรู้และทักษะทั้งภายในกลุ่มและจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนโดยมีกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ๕ ขั้นตอนได้แก่ ๑) แยกกลุ่มตามความถนัดในประเภทงานของแต่ละคนเพื่อที่จะได้วางกรอบการทำงานที่ถูกต้องไม่ส่งผลเสียต่อการบริหารจัดการ ทั้งการผลิตและการแปรรูป ๒) การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่นำมาสนับสนุนใช้กระบวนการถ่ายทอดความรู้ระหว่างกันโดยระบบพี่เลี้ยงเพื่อให้เกิดการควบคุมและถ่ายทอดเทคนิคในการปฏิบัติกับอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน ๓) การให้ทดสอบความถนัดและความสนใจจะทำให้เห็นความชำนาญของผู้ปฏิบัติมีพัฒนาการไปในทิศทางไหนและสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้หรือไม่เป็นการประเมินระบบไปในตัว ๔) จัดระบบการทำงานเป็นขั้นเป็นตอน ตามระบบและ ๕) การหมุนเวียนปฏิบัติหน้าที่ในการทำงานเพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานและกรณีการปฏิบัติงานที่สามารถแทนกันได้

(๔) การนำไปปฏิบัติ การใช้ระบบพี่เลี้ยง เป็นความสัมพันธ์ทางสังคมกลุ่มคนในชุมชนของสมาชิกที่มีทักษะทางด้านอาหารหรือการแปรรูปมาก่อนเป็นการส่งต่อความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลถ่ายทอดแบ่งปันประสบการณ์ให้โดยการลงมือปฏิบัติ เช่น การสาธิต จากประสบการณ์ของสมาชิกที่มีทักษะในการทำอาหารหรือการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้ได้เห็นวิธีการขั้นตอนการลงมือปฏิบัติทำการเรียนรู้ร่วมกันแบบเปิดใจและมีความเป็นกันเองมากขึ้น ทำให้เกิดการถ่ายทอดทักษะแล้วนำไปปฏิบัติต่อได้จนกว่าจะมีความชำนาญ และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดกันได้ ไม่ว่าจะเป็นการระดมความคิดร่วมกัน การจัดประชุมเพื่อให้การลงมือปฏิบัติเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ส่งผลต่อความเข้าใจซึ่งกันและกันในการทำงานขยายตัวเพิ่มมากขึ้นและดึงศักยภาพคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย

๕.๒.๒ การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน

เป็นการพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถ และสร้างโอกาสในยามวิกฤติ กระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานราก และสร้างรายได้ให้ชุมชนเกิดการกินดีอยู่ดี มีวิถีชีวิตที่ปราศจากความเหลื่อมล้ำ มีพลังใจเข้มแข็งไม่รู้สึกโดดเดี่ยว ด้วยหลักการสำคัญในการสร้างพลังชุมชนขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการนำนวัตกรรมไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด พัฒนาสู่การเป็นชุมชนนวัตกรรม ด้วยหลักการ ๓ : ๒ : ๑ หรือ CAKIP'G Model ดังนี้

หลัก ๓ คือ C = Community , A = Activity , K = Knowledge กล่าวคือชุมชนนวัตกรรมต้องมีหลัก ๓ เป็นพื้นฐาน คือ ๑) ชุมชนต้องมีความเข้มแข็ง มีความร่วมมือร่วมใจ สามัคคีปรองดอง ๒) สมาชิกในชุมชนต้องร่วมกันทำกิจกรรมอย่างกระตือรือร้น ให้ความใส่ใจ เต็มอกเต็มใจ

และต่อเนื่องอยู่เนื่องนิตย์ ๓) สมาชิกในชุมชนต้องมีความตั้งใจเรียนรู้ ตั้งใจนำความรู้ และทักษะที่ได้รับมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง พัฒนาตนเองและสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดเวลา

หลัก ๒ คือ I = Innovation , P = Participation ชุมชนแห่งการพัฒนาด้วยนวัตกรรมต้องมีหลัก ๒ เป็นกระบวนการ คือ ๑) สมาชิกในชุมชนต้องมีความสนใจที่จะนำนวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนอย่างมาก เพื่อให้สินค้าที่สร้างรายได้ให้กับครอบครัว ๒) สมาชิกในชุมชนต้องเป็นชุมชนที่ให้ความร่วมมืออย่างสูง มีส่วนร่วมในกิจกรรมทุกครั้ง ตามกระบวนการของการมีส่วนร่วม ตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน ปฏิบัติ ประเมินผล และทวนผลสัมฤทธิ์

หลัก ๑ คือ G = Goal หมายถึง สมาชิกในชุมชนมีเป้าหมายที่เป็นไปตามความคาดหวัง การเติบโตของชุมชนอย่างมั่นคงและยั่งยืน ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้

๕.๒.๓ การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม

มีการวางแผนภายใต้กรอบแห่งการเรียนรู้ และสร้างรายได้ ยกระดับเศรษฐกิจชุมชนจนได้แนวทางการถ่ายทอดนวัตกรรมในการพัฒนาชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม ๖ ข้อ ได้แก่ ๑) มีเป้าหมายร่วมกัน ๒) มีการเรียนรู้ร่วมกัน ๓) การมีส่วนร่วมกัน ๔) เครือข่ายความร่วมมือ ๕) ศักยภาพชุมชน ๖) ทุนภูมิสังคม

ภายใต้การเก็บรวบรวมข้อมูลของคณะวิจัยพบว่า การมีเป้าหมายเดียวกันของสมาชิกกลุ่มชนมไทย (ชนมกง) และการแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) ที่เป็นผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน ที่มิวิจัยได้สังเกต (Observing) การลงมือปฏิบัติ (Action) ตามขั้นตอนการผลิตในกระบวนการสาธิตก็พบเห็นถึงความร่วมมือ ร่วมใจ และความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันในทุกขั้นตอนของการสาธิตของกลุ่มสมาชิกชนมไทย (ชนมกง) เข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นอย่างตั้งใจเพราะต้องการพัฒนาชนมกงให้ดียิ่งขึ้น ในขณะที่กลุ่มปลาแปรรูป (ปลานิลและปลาดุก) แม้มีผู้สาธิตกระบวนการทำปลาแดดเดียวเพียงคนเดียว เนื่องด้วยอาจเป็นเพราะขั้นตอนการผลิตมีกระบวนการเตรียมปลามาก่อนแล้ว พอถึงกระบวนการสาธิตจึงมีเพียงคนเดียว แต่ก็สามารถอธิบายขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอนได้อย่างละเอียดแสดงให้เห็นถึงการรู้จริง และปฏิบัติร่วมกับเพื่อนสมาชิกจริงสะท้อนให้เห็นถึงการมีเป้าหมายร่วมกันคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ดียิ่งขึ้นไป สอดคล้องกับการให้ความหมายของ คาสเปอร์สัน และเบรทแบงก์ (Klansperson & Biobank, 1974 อ้างถึงใน ทานตะวัน อินทร์จันทร์, ๒๕๔๖, หน้า ๑๙) ให้ความหมายว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนทำตนเป็นผู้สร้างสรรค์กิจกรรมในกระบวนการพัฒนาซึ่งจะบังเกิดผล คือ สามารถแสดงบทบาทที่สร้างสรรค์ได้และผลของกิจกรรมจะต้องย้อนกลับมาสู่พวกเขาเอง United Nations Research Institute of Social Development (UNRISD) ระบุความหมายว่าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประชาชนในเรื่อง ๑) การตัดสินใจ ๒) การเข้าร่วมกิจกรรม ๓) การร่วมรับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมที่เกิดจากกิจกรรมนั้น ๆ นอกจากนี้ยัง

สอดคล้องกับอารมณ์พันธ์ จันทร์สว่าง (๒๕๒๒, หน้า ๑๙)^{๓๓} ที่ได้อธิบายเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่าเป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันในเรื่องความต้องการและทิศทางการเปลี่ยนแปลง

๑. เพื่อยกระดับชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่ชุมชนนวัตกรรม

การติดต่อสื่อสารและการเรียนรู้ร่วมกัน มีการเอื้ออาทรกันภายใต้บรรทัดฐาน และวัฒนธรรมเดียวกัน ทั้งยังพึ่งพาอาศัยกันเพื่อบรรลุเป้าหมายเดียวกัน เป็นส่วนสำคัญของการจะทำให้เกิดชุมชนเข้มแข็งได้ เพื่อยกระดับชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่ชุมชนนวัตกรรม จึงได้มีการแบ่งหลักการในการยกระดับชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วม ดังต่อไปนี้ ๑) ด้านการประสานงาน ๒) ด้านผลสัมฤทธิ์จากการเรียนรู้ ๓) ด้านการรวมกลุ่ม ๔) ด้านความร่วมมือกันระหว่างกลุ่ม ๕) ด้านการพัฒนาการชุมชน ๖) ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา ๗) ด้านการติดตามและประเมินผล ทั้งนี้ภายใต้การวิจัยได้จัดการอบรมตามโครงการย่อยที่ ๑ ภายใต้แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี” และโครงการย่อยที่ ๒ “การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชน” จากการสังเกต (Observing) การลงมือปฏิบัติ (Action) ของสมาชิกกลุ่มแปรรูปปลา (ปลานิลและปลาดุก) และกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมไทย (ขนมกง) ปฏิบัติกระบวนการผลิตกันอย่างมีส่วนร่วมมีการแบ่งงานกันทำเป็นขั้นตอนชัดเจน โดยแบ่งตามความถนัดของแต่ละสมาชิกเองเพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายนั้นเกิดความชำนาญในการทำแต่ละขั้นตอน ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของชุมชนเข้มแข็งข้อที่ว่า มีเป้าหมายร่วมกัน และยึดโยงเกาะเกี่ยวประโยชน์สาธารณะของสมาชิก และยังรักษาเอื้ออาทรต่อกันของ อุทัย คุลเกษม และอรศรี งามวิภาพงษ์ (๒๕๔๐)^{๓๔} ลักษณะเด่นของชุมชนเข้มแข็งมี ๓ ประการคือ ประการแรก สามารถรวมตัวกันได้เป็นอย่างดี สมาชิกมีความรัก และผูกพันต่อกันและต่อชุมชน และมีความรู้สึกที่ตนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ประการที่สอง มีศักยภาพที่จะพึ่งพิงตนเองได้ในระดับสูง แม้จะต้องพึ่งพิงภายนอกอยู่บ้าง แต่อำนาจตัดสินใจในทุกด้านยังอยู่ที่ชุมชน และประการที่สาม มีการพัฒนาศักยภาพของตนได้ อย่างต่อเนื่อง โดยกระบวนการเรียนรู้ต่างๆ

๒ เพื่อเผยแพร่การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมยกระดับชุมชนนวัตกรรม

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เชิญวิทยากรจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสุพรรณบุรี และวิทยากรจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรีซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการถ่ายทอดทักษะความรู้ ความสามารถ และสร้างความเข้าใจเรื่องต้นทุนของชุมชน ทั้งยังทำความเข้าใจร่วมกันกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป้าหมายให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการรับการพัฒนาของชุมชนและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้มีการแบ่งหลักการเพื่อเผยแพร่การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมยกระดับชุมชนนวัตกรรม ดังต่อไปนี้๑) ด้านการรับรู้นวัตกรรม

^{๓๓} อารมณ์พันธ์ จันทร์สว่าง, คำบรรยายลักษณะวิชาทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน ๒, ภาคการศึกษาที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๒).

^{๓๔} อุทัย คุลเกษม และอรศรี งามวิภาพงษ์, “ระบบการศึกษากับชุมชน: กรอบแนวคิดและข้อเสนอเพื่อการศึกษาริวิจัย”, รายงานการวิจัย (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๐).

๒) ด้านความสนใจนวัตกรรม ๓) ด้านการประเมินค่านวัตกรรม๔) ด้านการรับนวัตกรรมไปใช้ การสร้างพลังชุมชนนี้เป็นพื้นฐานในการสร้างความสนใจนวัตกรรมเพราะเป็นหนึ่งในขั้นกระบวนการยอมรับนวัตกรรมที่มีอยู่ ๕ ประการ^๕ ได้แก่ ชั้นความรู้ (Knowledge) ชั้นการโน้มน้าวใจ (Persuasion) ชั้นการตัดสินใจ (Decision) ชั้นการดำเนินการ (Implementation) และชั้นการยืนยัน (Confirmation) การให้ความสนใจในนวัตกรรมถือเป็นความสำเร็จก้าวแรกที่จะพัฒนาไปสู่การจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรมต่อไปทั้งนี้ในส่วนการรับนวัตกรรมไปใช้ ผู้วิจัยและคณะวิจัยจึงนำปัญหาดังกล่าวเข้ากราบเรียนขอความเมตตาต่อ พระครูวิบูลเจติยานุรักษ์, ดร. เจ้าคณะจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ซึ่งพระเดชพระคุณก็เมตตาอนุเคราะห์สนับสนุนอุปกรณ์ทั้งสองอย่างให้กับชุมชน และนำมามอบให้กับชุมชนในวันอาทิตย์ที่ ๙ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๕

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑

๑) ควรมีการจัดกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยสามารถนำไปประยุกต์กับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ให้เกิดการสร้างสรรค้ไปสู่การสร้างมูลค่า

๒) ควรมีการจัดการความรู้ที่เป็นระบบทำให้การรวมกลุ่มของชุมชนสามารถขับเคลื่อนได้ด้วยตนเองโดยมีความเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐประสานงานให้เกิดความต่อเนื่องเป็นรูปธรรม

๓) ควรมีการบริหารจัดการต้นทุนและภูมิทางสังคมในบริบทของชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงกับงบประมาณมาพัฒนาทำให้เกิดการส่งเสริมและสร้างความเข้าใจผลักดันให้เกิดการพัฒนา

๔) ควรมีการบริหารจัดการส่งเสริมการรวมกลุ่มให้มีความต่อเนื่องจากการมีส่วนร่วมของภาครัฐในการเชื่อมโยงกับภายนอกโดยมีทิศทางและเป้าหมายที่มีความชัดเจน

การส่งเสริมการนำนวัตกรรมในการพัฒนาความรู้สู่คุณภาพชีวิตชุมชนและการจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับชุมชนนวัตกรรม

๑) หน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยตรง ควรร่วมมือกับชุมชนในการฟื้นฟู การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปให้เป็นระบบและรูปแบบอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง ด้วยความจริงใจ โปร่งใส ตรวจสอบได้

^๕ ปราณธีร์ รังแก้ว, “กระบวนการนำเครื่องบดย่อยขยะเอนกประสงค์ไปใช้ในเขตอำเภอสาร์ภี จังหวัดเชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๕), หน้า ๑๑-๑๒.

๒) สำหรับภาคประชาชน ควรแต่งตั้งตัวแทนเป็นผู้ประสานงาน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันและกระจายข่าวสารที่ทำให้เกิดความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

๑) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรง ควรจะต้องติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ชุมชนเกิดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

๒) ภาคประชาชนควรให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่และต่อเนื่อง

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะในเชิงการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์

๑) ด้านการศึกษาองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยสามารถนำไปถอดบทเรียนเป็นพื้นที่ หรือกรณีศึกษาให้กับผู้เรียนด้านสังคมศาสตร์ ด้านศึกษาศาสตร์ ด้านพัฒนาสังคม หรือสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปต่อยอดองค์ความรู้ การนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ศึกษาอื่นโดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้ามามีส่วนร่วม เป็นกระบวนการฝึกและสร้างการเรียนรู้

๒) ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปศึกษาต่อยอด และถอดบทเรียนกระบวนการเพื่อขยายผลองค์ความรู้ให้บุคลากร ที่จะช่วยพัฒนารูปแบบการฟื้นฟูอาชีพ การสร้างรายได้ และการเชื่อมโยงเครือข่ายที่กำลังขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงพื้นที่

๓) ควรมีการศึกษาประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดสุพรรณบุรี เพิ่มเติม

๕.๓.๔ ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยต่อไป

๑) ควรศึกษาการจัดการรวมกลุ่มเชิงสร้างสรรค์สู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน

๒) ควรศึกษาการจัดการต้นทุนภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง

๓) ควรมีการศึกษาประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดสุพรรณบุรี เพิ่มเติม

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

(๑) หนังสือ:

- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), ๒๕๕๖.
- กระทรวงศึกษาธิการ. **การจัดการและวางแผนธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: ศรีสยาม พริ้นท์แอนด์แพคค์, ๒๕๕๖.
- กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์. **เทคโนโลยีเทคนิคศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, ๒๕๓๖.
- โกวิทย์ พวงงาม. **การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์, ๒๕๕๓.
- คณะกรรมการยุทธศาสตร์เศรษฐกิจฐานราก (บก.). **คู่มือการส่งเสริม การพัฒนา ระบบเศรษฐกิจฐานราก**. กรุงเทพมหานคร: สำนักสนับสนุนขบวนการองค์กรชุมชนและสำนักสื่อสารการพัฒนา สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน), ๒๕๕๙.
- จำนง อติวัฒนสิทธิ์. **ประวัติแนวความคิดทางสังคม**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๒.
- จินตนา กาญจนวิสุทธิ. **เส้นทางวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งพาตนเอง**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๘.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. **แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), ๒๕๔๔.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. **แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิถีทรรศน์, ๒๕๔๘.
- ชัยรัตน์ อัครวงกูร. **ออกแบบให้โดนใจ**. พิมพ์ครั้งที่ ๓. เชียงใหม่: วิทอินบุ๊กชช, ๒๕๕๐.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ปัญญาชน, ๒๕๕๑.
- ชาย นครชัย. **การส่งเสริมความเข้มแข็งของวัฒนธรรมไทย : ศึกษามุมมองของเยาวชนไทยต่อการรุกคืบของวัฒนธรรมต่างชาติ**. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, ๒๕๖๑.
- ชุมชมพูนุช หุ่นนาค และคณะ. **การสร้างชุมชนเข้มแข็งด้วยกระบวนการเรียนรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, ๒๕๕๙.

- ชุมศักดิ์ อินทร์รักษ์. **การบริหารงานวิชาการและการนิเทศภายในสถานศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ ๕. ปัตตานี: ฝ่ายเทคโนโลยีทางการศึกษา สำนักงานวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, ๒๕๕๑.
- ทิตยา สุวรรณชฎ. **สังคมวิทยา**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๒๗.
- ณัฐพล ชันช้อย. **แนวความคิดและทฤษฎีในการพัฒนาประเทศและการพัฒนาชนบท**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๒๗.
- ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์. **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภณการพิมพ์, ๒๕๒๗.
- ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์. **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๒๗.
- ทวีศักดิ์ นพเกษตร. **วิกฤตสังคมไทยกับบทบาทวิทยาการกระบวนการ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนเพื่อสังคม ธนาคารออมสิน, ๒๕๔๒.
- ทิพวัลย์ สีจันทร์. **พลวัตการเกษตรและเศรษฐกิจชุมชนภาคกลาง**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยวรรณคดี, ๒๕๔๖.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. **การจัดการและการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน**. สงขลา: สถาบันสันติศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ๒๕๕๖.
- ธีรพรชัย แก้วหาวงษ์. **กระบวนการเสริมสร้างความเข้มแข็ง: ประชาคม ประชาสังคม**. ขอนแก่น: โครงการจัดตั้งมูลนิธิเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง ชมรมนักวิชาการสาธารณสุขภาคตะวันออกเฉียงใต้, ๒๕๕๓.
- ธีระชัย สุขสด. **การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๔.
- นพคุณ ดันติกุล. **พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงปฏิรูปเมืองไทยและรวมลานนาเป็นเอกราชชาติไทย**. เชียงใหม่: ลานนาคอมพิวเตอรพริ้นติ้ง, ๒๕๔๘.
- นิรัช สุดสัง. **การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๘.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ และพูนศิริ วัจนะภูมิ. **ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชนบท**. ในเอกสารการสอนชุดวิชาคหกรรมศาสตร์กับการพัฒนาชุมชน หน่วยที่ ๑-๗. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยโชทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๓๔.
- ปกรณ์ ปรียากร. **ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาในการบริหารการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร: สามเจริญพานิช, ๒๕๓๘.

- ปรัชญา เวสารัชช. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อพัฒนาชนบท. กรุงเทพมหานคร: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๘.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดสู่ปฏิบัติ การวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๙.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕. พิมพ์ครั้งที่ ๕. กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์, ๒๕๓๘.
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมการพิมพ์, ๒๕๔๗.
- พรรณทิพย์ เพชรมากและคณะ. คู่มือการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนฯ, ๒๕๕๙.
- พระธรรมปิฎก (ป. อ. ปยุตฺโต). การพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกลคิมทอง, ๒๕๔๙.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). การพัฒนาที่ยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ ๑๒. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกลคิมทอง, ๒๕๕๒.
- พระมหาสุพร รุกขิตธมโม ดร. พระพุทธศาสนากับการพัฒนาที่ยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ ๑. นครราชสีมา: หจก.มิตรภาพการพิมพ์, ๒๕๖๑.
- พระราชวรมณี (ประยูร ปยุตฺโต). ทางสายกลางของการศึกษาไทย. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๓๐.
- พันธ์ทิพย์ รามสูตร. การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๔๐.
- พันธุ์อาจ ชัยรัตน์. บทนำ เบื้องต้นของการจัดการ นวัตกรรม การจัดการ นวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, ๒๕๔๗.
- ไพบูลย์ สงวนศิริธรรม. แผนแม่บทเพื่อการฟื้นฟูชาติ. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๑.
- มงคล ด่านธานินทร์. แนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๑.
- ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. การพัฒนาชุมชน: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: บางกอกบล็อก, ๒๕๓๕.
- เลอพงศ์ จารุพันธ์. แนวคิดและกรณีศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาดและโลจิสติกส์. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด, ๒๕๕๘.

- วรัญญู เวียงอำพล. **การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๔๖.
- วารุณี ตันติวังศ์วานิช และคณะ. **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า, ๒๕๔๖.
- วิจารณ์ พานิช. **การจัดการความรู้กับการบริหารราชการไทย**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม, ๒๕๔๘.
- วิชิต นันทสุวรรณ. **แผนแม่บทการพัฒนาวิสาหกิจ**. กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์, ๒๕๔๔.
- วิทยา จารุพงศ์โสภณ. **Strategic Brand Management กลยุทธ์การบริหารแบรนด์**. กรุงเทพมหานคร: แพลน พรินต์ติ้ง จำกัด, ๒๕๕๗.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. **หลักการตลาด Principle of Marketing**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๕.
- ศรีปริยญา ฐปกระจำง. **ภูมิปัญญาพื้นบ้านเพื่อการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๖.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด, ๒๕๔๑.
- สนธยา พลศรี. **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**. พิมพ์ครั้งที่ ๕. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๗.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. **สังคมไทยแนวทางการวิจัยและพัฒนา**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๒๕.
- สรรเสริญ วงศ์ช่อม. **การพัฒนาประเทศ**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๖.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. **ทฤษฎีสังคมวิทยา : เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ ๗. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐.
- สามชาย ศรีสันต์. **สังคมวิทยากับการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๙.
- สำนักงาน ก.พ.ร. และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. **คู่มือจัดทำแผนการจัดการความรู้**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ก.พ.ร., ๒๕๔๘.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. **พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๘**. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ๒๕๔๘.
- สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน. **การขับเคลื่อนกระบวนการแผนชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: กลุ่มงานส่งเสริมการบริหารจัดการชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน, ๒๕๕๓.

- สุดาดวง เรืองรุจิระ. **นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา**. กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, ๒๕๓๘.
- สุปัญญา ไชยชาญ. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: พี.เอ.ลิฟวิ่ง, ๒๕๔๓.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. **Packaging Design ออกแบบบรรจุภัณฑ์**. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: มิตรสัมพันธ์ กราฟิก จำกัด, ๒๕๕๕.
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์. **ออกแบบระบบมาตรฐานอัตลักษณ์เพื่อการสร้างอัตลักษณ์ที่ยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร: อีเลิฟแวนคัลเลอร์สจำกัด, ๒๕๕๔.
- เสาวลักษณ์ ชาญเขียว. **การบริหารการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, ๒๕๕๓.
- อนุชาติ พวงสำลี. **การพัฒนาแนวคิดและเครื่องชี้วัดทาง สังคมและคุณภาพชีวิตในต่างประเทศ**. พิมพ์ครั้งที่ ๑. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๓๘.
- อัจฉรา โปเทียนนท์. **การศึกษากับการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา, ๒๕๓๘.
- อาภรณ์พันธ์ จันท์สว่าง. **คำบรรยายลักษณะวิชาทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน ๒**. ภาคการศึกษาที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๒.

(๒) หนังสือแปล:

Philip Kotler Kellogg. **On Branding**. แปลโดย ปฎิพล ตั้งจักรวรรานนท์. กรุงเทพมหานคร: เอ็กชเปอร์เน็ท, ๒๕๕๑.

(๓) วิทยานิพนธ์:

- ชนิษฐา ศรีนนท์. “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนต่อการวางแผนพัฒนา”. **ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๑.
- ชัยยศ อิมสุวรรณ์. “การพัฒนารูปแบบการศึกษาชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”. **วิทยานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๓.
- ณรงค์ วารีชล. “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาเทศบาลสู่เมืองน่าอยู่: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี”. **ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๑.
- ดลพัฒน์ ยศธร. “การนำเสนอรูปแบบการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนแนวพุทธศาสตร์”. **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒.
- ดลพัฒน์ ยศธร. “การนำเสนอรูปแบบการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนแนวพุทธศาสตร์”. **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๒.

- ทานตะวัน อินทร์จันทร์. “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนย่อยในเขตเทศบาลเมืองลำพูน”. **รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๖.
- ธนวัฒน์ คำภีลานนท์. “การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่น เทศบาล เมืองคูคต จังหวัดปทุมธานี”. **วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ๒๕๕๐.
- นพคุณ ทอดสนิท. “การวิเคราะห์พระดัตถ์: ผลกระทบของความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมในสถานที่ทำงานและภาวะผู้นำที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี ของพนักงานสาขาธนาคารพาณิชย์ไทยในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล”. **ดุษฎีนิพนธ์**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ๒๕๕๒.
- ปราณธีร์ รังแก้ว. “กระบวนการนำเครื่องบดย่อยขยะเอนกประสงค์ไปใช้ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๕.
- ปรีดา เจษฎารางกุล. “การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขต เทศบาลเมืองคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี”. **รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๕๐.
- พระครูเกษมธรรมสุนทร (กฤษณพล เขมธมโม). “การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามแนวภูพานต้นตูลูตรของชุมชนตำบลวังสวาบ อำเภอภูพาน จังหวัดขอนแก่น”. **ปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๑.
- พีรพล ไชยพงศ์. “การมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับชีวิตร่างกายและทรัพย์สินของประชาชน: ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลอ้อมน้อย อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร”. **วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๓๙.
- ยุพิน ระพีพันธุ์. “ความรู้ ทักษะและการจัดการที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการจำแนกประเภทมูลฝอยที่ใช้ในชีวิตประจำวันก่อนทิ้งในเขต เทศบาลเมืองพนัส อำเภอพุนนิกม จังหวัดชลบุรี”. **วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๔.
- เยาวมาลย์ จ้อยจุฬี. “การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นต่อการจัดการมูลฝอย: ศึกษาเฉพาะกรณีศึกษาเทศบาลตำบลแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี”. **วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกริก, ๒๕๔๒.
- วรรณิการ์ ภูมิวงศ์พิทักษ์. “ปัญหาและอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการครอบครัวและชุมชนพัฒนา: ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนดวงแข เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร”. **วิทยานิพนธ์สังคมศาสตร์มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๐.

ศรณพ เทพแก้ว. “การสร้างสรรคณ์นวัตกรรมสังคมในวิสาหกิจชุมชนข้าวบ้านอุ่มแสง จังหวัดศรีสะเกษ”. **ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรังสิต, ๒๕๖๒.

สนธยา สิทธิเกรียงไกร. “การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตามนโยบายการป้องกันยาเสพติดตามหลักขารวธรรมในตำบลสวนแตง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี”. **วิทยานิพนธ์**. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๘.

สุธี ศรสวรรค์. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของมุสลิม: ศึกษาเฉพาะ กรณีตำบลคลองตะเคียน อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”. **ภาคินพนธ์คณะพัฒนาสังคม**. บัณฑิตวิทยาลัย: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๓๘.

(๔) วารสาร/บทความ:

ขวัญกมล ดอนขวา และณัชชา ลิมปศิริสุวรรณ. “โมเดลเชิงสาเหตุและผลของกระบวนการเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. **วารสารสมาคมนักวิจัย ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๘): ๑๓๔**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ar.or.th/ImageData/Magazine/38//DL_226.pdf?t=6 [๑๔ กันยายน ๒๕๖๓].

ธัญญา พิทยาพิทักษ์ และธัญยวิษ วิเชียรพันธ์. “การถ่ายทอดนวัตกรรม: หลักการและรูปแบบ”. **วารสารบรรณศาสตร์ มศว. ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๕)**.

นิตยา กมลวทันนิตา. “บริบทไทยว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน”. **วารสารเศรษฐกิจและสังคม ปีที่ ๔๐ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-มิถุนายน ๒๕๔๖): ๑๔**.

ปัทมณงค์ วงศ์ณาศรี. “ทุนทางสังคมกับข้อเสนอเชิงนโยบายของการบูรณาการทุนทางสังคม เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น”. **สารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๑ (๒๕๖๑): ๙๙-๑๑๔**.

พรณิภา ชาวคำ และคณะ. “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย”. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. ปีที่ ๑๒ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - เมษายน ๒๖๖๑): ๑๗๕**.

ไพโรจน์ ชลารักษ์. “การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม”. **วารสารราชภัฏตะวันออก. ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๔๘): ๒๐-๒๑**.

วรรณุช กุอุทาและคณะ. “แนวทางส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง”. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น ปีที่ ๑๕ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๑)**.

วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล. “รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน”. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ (๒๕๕๑): ๕๗-๖๘**.

ศศิประภา ชัยประสิทธิ์, ดร. “องค์กรแห่งนวัตกรรม ทางเลือกใหม่ของผู้ประกอบการยุคใหม่”.

วารสารนักรบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ๓๐, (๒๕๕๓): ๖๓.

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ. “นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท ความสำคัญ ต่อการเป็นผู้ประกอบการ”. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปีที่ ๓๓, ฉบับที่ ๑๒๘ (ตุลาคม-ธันวาคม ๒๕๓๓): ๕๔.

สุนทร โคมิน. “ผลกระทบของ “การพัฒนา” ในแง่มุมของจิตวิทยาสังคม”. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ ปีที่ ๑๙ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม ๒๕๒๒): ๓๗๔-๓๗๖.

สุภาพร พรหมมะเริง. “แนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลเขื่อนแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน”. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปีที่ ๒๑ (เดือนมกราคม - ธันวาคม ๒๕๖๑): ๒๕๑.

(๕) รายงานการวิจัย:

ขวัญกมล ดอนขวา. “การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. รายงานการวิจัย. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, ๒๕๕๕.

จิตพนธ์ ชุมเกต. “การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี”. รายงานการวิจัย. คณะวิทยาการจัดการ, กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๖๐.

ชมพูนุช หุ่นนาค และคณะ. “การสร้างชุมชนเข้มแข็งด้วยกระบวนการจัดการความรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์”. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ, ๒๕๕๙.

ณรินทร์ทิพ วิริยะบัณฑิตกุล. “แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นด้วยโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กรณีศึกษาชุมชนปากน้ำประแส”. รายงานการวิจัย. หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๐. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, ๒๕๖๑.

ธีรศักดิ์ อุ่่นอารมณเลิศ และคณะ. “การพัฒนารูปแบบการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้าง ศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง”. รายงานการวิจัย. สถาบันวิจัยและพัฒนา: มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘.

พรชัย พันธุ์ธาดาพร. “การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”. รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, ๒๕๕๘.

พรพิมล ศักดา และคณะ. “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน จังหวัดนครปฐม”. รายงานการวิจัย. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, ๒๕๖๑.

สนธยา สิทธิเกรียงไกร. ผู้ร่วมวิจัย. โครงการวิจัยย่อยที่ ๑ แผนงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี”. **ผลการวิจัย**, ๒๕๖๔.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. “โครงการพัฒนาட்சนี้ชีวิตการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย”. **รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๔๗.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. “โครงการพัฒนาட்சนี้ชีวิตการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย”. **รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๔๗.

สุมาลี สันติพลวุฒิ. “แนวทางในการวางแผนระดับชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษาตำบลเขาสามยอดและตำบลชอนน้อย”. **รายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๕.

เสฏฐวุฒิ หนู่มคำ และคณะ. “นวัตกรรมพัฒนาพื้นที่เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและหนุนเสริมผู้ประกอบการชุมชนด้านการเกษตรในเขตพื้นที่กิ่งเมืองกิ่งชนบท จังหวัดเชียงใหม่”. **รายงานการวิจัย**. เชียงใหม่: กองทุนสนับสนุนการวิจัยมหาวิทยาลัยพายัพอีสเทอร์น, ๒๕๖๑.

อรทัย มิ่งธิพล และกัลยารัตน์ ลิ้มเสรี. “ட்சนี้ความยั่งยืนของเศรษฐกิจระดับครัวเรือน ชุมชนปกากะเฉยบ้านห้วยส้มป่อย โครงการหลวง ห้วยส้มป่อย ลุ่มน้ำแม่เตี้ยตอนบน จังหวัดเชียงใหม่”. **รายงานการวิจัย**. เชียงใหม่: มูลนิธิโครงการหลวง, ๒๕๕๒. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.faed.mju.ac.th/download/get_file.asp?ref=557 [๒๑ กันยายน ๒๕๖๓].

อารี วิบูลย์พงษ์ และคณะ. “ร้อยแปดวิสาหกิจ (ใน) ชุมชน: แนวทางวิจัยกลยุทธ์ กรณีศึกษา”. **รายงานการวิจัย**. เชียงใหม่: ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๙.

อุทัย คุณเกษม และอรศรี งามวิภาพงษ์. “ระบบการศึกษากับชุมชน: กรอบแนวคิดและข้อเสนอเพื่อการศึกษารวิจัย”. **รายงานการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๔๐.

(๖) สัมภาษณ์:

คุณณัฐจิรา วงษ์ประเสริฐ. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

คุณบุญ จระเข้. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

นางคะนิงนิต ยอดใจดี. สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์. สัมภาษณ์, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

- นางทองษา พัฒน์รักษ์. สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.
- นางนิรมล ศรีเหรา. สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.
- นางปราณี ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.
- นางพรรณษา พัฒน์รักษ์. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.
- นางพัชรีญา มโหฬาร. กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า. สัมภาษณ์, ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.
- นางลำจวน ศรีศักดิ์. กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า. สัมภาษณ์, ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.
- นางลำพอง ศรีเหรา, สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.
- นางวันนา อางคงหาญ. ผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๕ ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๔.
- นางวาสนา ปิ่นกุ่มภีร์. สมาชิกชุมชนตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๔.
- นางวิชัย ครองยุติ. สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์. สัมภาษณ์, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.
- นางศรีนญา ศรีเหรา. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.
- นางสมบุญณ์ น้ำใจดี. สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์. สัมภาษณ์, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.
- นางสะอาด ศรีเหรา. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.
- นางสายชล วัฒนาไพศาลตระกูล. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.
- นางสาวกิ่งแก้ว ชาวไร่เหนือ. เภรัญญิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทุมพร. สัมภาษณ์, ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.
- นางสาวกฤษมา ศรีเหรา. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.
- นางสาวกฤษมา หงส์ทอง. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

นางสาวเกตุมณี หงส์ทอง. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัด
สุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.

นางสาวจุฬารัตน์ คำเกา. หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนา สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด
สุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๒๐ ธันวาคม ๒๕๖๔.

นางสาวรัชชีย์ ศิริสุรพงศ์. สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์. สัมภาษณ์, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

นางสาวรุ่งทิพย์ เกตุปลั่ง. เภรัญญิกกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า. สัมภาษณ์, ๔
สิงหาคม ๒๕๖๔.

นางสาวละมัย ศรีศักดิ์ดา. เลขาธิการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า. สัมภาษณ์, ๔
สิงหาคม ๒๕๖๔.

นางสาววาสนา ครองยุติ. สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์. สัมภาษณ์, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

นางสาวสิริกร นิลกำแหง. ผู้อำนวยการกลุ่มงานส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชน
จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.

นางสาวสุจิตรา วิหกมาส. เลขานุการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทุมพร. สัมภาษณ์, ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

นางสาวสุดารวรรณ สิริวณิชย์. ประธานกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทุมพร. สัมภาษณ์, ๒๕ สิงหาคม
๒๕๖๔.

นางสาวสุภัทสรณ์ พงษ์พานิช. ผู้ใหญ่บ้านและประธานกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์. สัมภาษณ์, ๑๕
สิงหาคม ๒๕๖๔.

นางสำเนียง ครองยุติ. สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจโสมจันทร์. สัมภาษณ์, ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

นางเสาวณีย์ เสมียนคง. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัด
สุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

นายจินดา บุญศรี. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดสุพรรณบุรี.
สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

นายชัยชนะ ศรีเหรา. สมาชิกสภาเทศบาลตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดสุพรรณบุรี.
สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

นายชาติรี รักธรรม. สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอุทุมพร. สัมภาษณ์, ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

นายชูพจน์ ช่างเขียว. ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านหมู่ ๔ ชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดสุพรรณบุรี.
สัมภาษณ์.

นายปิ่นณวิชัย แสงหล้า. อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรี ศรี
สุวรรณภูมิ ผู้อำนวยการแผนงานวิจัยและหัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ ๑. สัมภาษณ์, ๑๔
ธันวาคม ๒๕๖๔.

นายพงษ์ศิลา หวังวก. สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทุมพร. สัมภาษณ์, ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

นายพิภพ เวียงคำ. กรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุทุมพร. สัมภาษณ์, ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

นายมนตรี ศรีเทรา. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

นายละเอียด แฉกแสงทอง. กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า. สัมภาษณ์, ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.

นายสมพงศ์ ศรีศักดิ์, ประธานกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า. สัมภาษณ์, ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.

นายเสกศักดิ์ แฉกแสงทอง. กรรมการกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า. สัมภาษณ์, ๔ สิงหาคม ๒๕๖๔.

นายอนันต์ สุขเกษมฤทัย. สมาชิกชุมชนจรเข้สามพัน ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๖ ธันวาคม ๒๕๖๔.

นายอนุกุล รัชตะวงษ์. ประธานสภาเทศบาลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๔.

นายอำนาจ บุญพรหม. กรรมการกลุ่มวิสาหกิจสวนกล้วยอยู่ทอง. สัมภาษณ์, ๒๕ สิงหาคม ๒๕๖๔.

๒. ภาษาอังกฤษ

(1) Books:

Adair, J. E. **Effective Innovation: How to Stay Ahead of the Competition.** London: Pan Books, 1996.

Almond, G.A. & B.G. Powell. **Comparative Political Today.** Boston: Little, Brown & Co., 1976.

Alvin, Toffler. **The Third Wave.** New York: William Morrow, 1980.

Bass, B. M., & Avolio, B. J. **Transformational Leadership Development.** Palo Alto, California: Consulting Psychologists Press, 1994.

Bijker, W. E. Hughes, T. P. & Pinch, T. **The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology.** Cambridge, Mass: MIT Press, 1987.

Christiansen, J. A. **Building the Innovative Organization: Management Systems that Encourage Innovation.** Hampshire: Macmillan Press, 2000.

Davenport, T., & Prusak, L. **Working knowledge: How organizations manage what they know.** Boston: Harvard Business School Press, 1998.

Fuller, G. W. **New Product Development from Concept to Marketplace.** Boca Raton, Florida. USA: CRC Press, Inc., 1994.

K. Sveiby. **The New Organization Wealth: Managing and Measuring Knowledge-Based Assets.** San Francisco: Barrett-Koehler, 1997.

- Lerner, Daniel. **The Passing of Traditional Society: Modernization in the Middle East.** New York: The Free Press, 1968.
- Marquardt, M. J. **Building the Learning Organization: A System Approach to Quantum Improvement and Global Success.** New York: McGraw-Hill. 1996.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. **Human resource management.** 10th ed. Cincinnati, OH: South –Western, 2004.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. **Hitobashi on knowledge.** Singapore: John Wiley and Sons, 2004.
- Nonaka, kujiro & Takeuchi, Hirotaka. Classic work: Theory of Organizational Knowledge Creation. In Morey, D., Maybury, M.T. & Thuraisingham, B.M. **Knowledge Management: Classic and Contemporary Work.** Mass.: The MIT Press, 2000.
- Redclift, Micheal. **Sustainable Development: Economic and the Environment.** In M. Rediclift and C. Sage (eds). **Strategics for Sustainable Development: Local Agenda for the Southern Hemisphere.** U.K.: John Wiley & Sons Ltd., 1994.
- Rogers, E. M. **Diffusion of innovations.** 3rd ed. New York: Free, 1995.
- Senge, P. M. **The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization.** New York: Doubleday, 1990.
- Stewart, Thomas A. **Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations.** New York: Doubleday, 2001.
- Walt Whitman Rostow. **The Stage of Economic Growth a Noncommunist Momifesto.** England: Combridge, 1960.
- World Commission on Environment and Development. **Our common future.** Oxford.Great Britain: Oxford University Press, 1987.

(2) Report of the Research:

- Gruber. H.G. “Does organizational Culture Affect the Sharing of Knowledge, The Case of A Department in High-Technology Company”. **A thesis.** The Faculty of Graduate Studies and Research in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Master of Management Studies. Ontario: Carleton University Ottawa, 2000.
- Holsapple, C. W., & K. D. Joshi. “An Investigation of Factors that Influence the Management of Knowledge in Organizations”. **Journal of Strategic Information Systems.** Vol. 9 No. 2/3, (2001): 235-260.

Patrick S. W. Fong. & Cecilia W. C. Kwok. “Organizational Culture and Knowledge Management Success at Project and Organizational Levels in Contracting Firms”. **Journal of construction engineering and management**. Vol. 135 No. 12 (December, 2009): 1348-1356.

UNESCO-ACEID. **Educating for a Sustainable Future: A Trans disciplinary Vision for Concerted Action**. Report of the Third UNESCO-ACEID International Conference. Bangkok Thailand, 1997.

United Nation Organization. “United Nation Department of International Economic and Social affair”. Popular Participation as Strategy for Program Community Level Action and Development. **Report of The Meeting for The Adhoc Group of Expert**. New York: United Nation, 1981.

Wiwat Ruenglertpanyakul & Thanyawich Vicheanpant. **The Project Based Learning Approach in Constructionism School**. In The 32nd Annual Thailand TESOL International Conference on Teacher Collaboration: Shaping the Classroom of the Future Proceedings. 27-28 January 2012, Bangkok, Thailand. Bangkok: The Organization of English Teachers in Thailand, 2012.

(3) Electronic:

FAO. SAFA (Sustainability Assessment of Food and Agriculture systems) GUIDELINES, Version 3.0, (2014), p. 20. [Online]. from: <http://www.cusri.chula.ac.th/> [Retrieved 23 August 2019].

Franklin, Ben. **Knowledge management synergy**. (2007). [Online]. from: <http://www.providersedge.com/kma> [Retrieved 11 July 2021].

Hurley, T. A. & Green. C. W. **Creating a knowledge management culture: the role of task, structure, technology and people in encouraging knowledge creation and transfer**, [Electronic Version], Retrieve June 8, 2008, from Mid West Academy Web site: [http://64.233.169.104/searchq= cache: 3bHjmNR6rwJ: www.midwestacademy.org/Proceedings/2005/papers/Hurley Green%2520revision](http://64.233.169.104/searchq=cache:3bHjmNR6rwJ:www.midwestacademy.org/Proceedings/2005/papers/Hurley+Green%2520revision).

Hurley, T. A. and Green, C. W. “Knowledge Management and The Nonprofit Industry: A Within and Between Approach”. **Journal of Knowledge Management Practice**. (May, 2004). [Online]. from: <http://www.tlainc.com/articl66.htm> [Retrieved 11 July 2021].

Hussain, Fareed and Others. **Managing Knowledge Effectively**. [Online]. from: <http://www.tlainc.com/articl66.htm> [Retrieved 15 April 2021].

- Sveiby, K-E. **What is knowledge management.** 2001. [Online]. from: <http://www.Sveiby.com.au/knowledgemanagementHtml>. [Retrieved April 20, 2010].
- Trapp, H. **Benefits of An Intranet-Based Knowledge Management System Measuring the Effects.** 1999. [Online]. from: <http://www.avinci.delcompetence/publikatinoeu/diplomarbeitholgetrapp.pdf> [Retrieved June 4, 2005].
- เศรษฐกิจรากหญ้าทรุดทุกหย่อมหญ้า.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.posttoday.com/economy/news/590715> [๑๘ กันยายน ๒๕๖๓].
- กรมพัฒนาชุมชน. **การขับเคลื่อนและการพัฒนาประเทศ.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.cdd.go.th/> [๒๕ พฤษภาคม ๒๕๖๓].
- กรมวิชาการ. **เกณฑ์การพิจารณาหรือประเมินคุณภาพของนวัตกรรม.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: jajakok.wordpress.com/2018/12/11/กลุ่มที่-10-การประเมินคน/ [๑๐ มกราคม ๒๕๖๕].
- กระทรวงมหาดไทย. **ร่างแผนปฏิบัติการ.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.stabundamrong.go.th/web/kpi/kpi60_4.pdf [๓ กันยายน ๒๕๖๓].
- พระไตรปิฎก เล่มที่ ๒๑ พระสุตตันตปิฎก เล่มที่ ๑๓. **พระไตรปิฎก.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://84000.org/tipitaka/book/v.php?B=21&A=863&Z=876#attha> [๑๐ มกราคม ๒๕๖๕].
- พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช. **๑๐ ภูมิสังคม.** สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.rdpb.go.th/th/King/หลักการทรงงาน-c24/10-ภูมิสังคม-v9182 [๑๐ มกราคม ๒๕๖๕].
- ศรีปริญญา ฐปกระจำ อ่างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อม. **แนวคิดวิสาหกิจชุมชน.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://file.siam2web.com/trdm/article/2013328_38233.pdf. [๒๗ มีนาคม ๒๕๖๔].
- เศรษฐชัย ชัยสนิท. **นวัตกรรมและเทคโนโลยี.** ๒๕๕๓. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://it.east.spu.ac.th/informatics/admin/knowledge/A307Innovation%/20and%20Technology.pdf>. [๑๕ มิถุนายน ๒๕๖๔].
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรื. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422 [๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๓].
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. **วิสาหกิจชุมชนกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.spx>. [๕ มีนาคม ๒๕๖๔].

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ภาคผนวก ข

หนังสือเชิญ, รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ, รายชื่อผู้ให้ข้อมูลวิจัย

ที่ อว.๘๐๖๖/พิเศษ



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ เลขที่ ๒๔๙
วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ถนนมาลัยแมน ตำบลรั้วใหญ่
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐

๔ สิงหาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เจริญพร ผู้ใหญ่สุภัทสรณ์ พงษ์พานิช วิชาทกิจชุมชนโสมจันทร์

ด้วยนายปณณวิชญ์ แสงหล้า อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ได้ดำเนินการจัดทำข้อมูลวิจัย เพื่อเสนอกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในหัวข้อเรื่อง การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ นั้น

ดังนั้น เพื่อให้การเก็บข้อมูลวิจัยของนายปณณวิชญ์ แสงหล้า อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และบรรลุตามวัตถุประสงค์ จึงเจริญพรมมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้อาจารย์ไปเก็บข้อมูลวิจัย ต่อไป

จึงเจริญพรมมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ และขออนุมัติมาขอคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระครูวิบูลเจตยานุรักษ์, ดร.)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

ติดต่อประสานงาน สำนักงานวิทยาลัยฯ โทร ๐๙๘ ๙๗๑ ๗๓๔๔

ที่ อว.๘๐๖๖/พิเศษ



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ เลขที่ ๒๔๔
วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ถนนมาลัยแมน ตำบลรั้วใหญ่
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐

๔ สิงหาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เจริญพร นายสมพงษ์ ศรีศักดิ์ วิชาทกิจชุมชน กลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า

ด้วยนายปณณวิษณุ แสงหล้า อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ได้ดำเนินการจัดทำข้อมูลวิจัย เพื่อเสนอกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในหัวข้อเรื่อง การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ นั้น

ดังนั้น เพื่อให้การเก็บข้อมูลวิจัยของนายปณณวิษณุ แสงหล้า อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และบรรลุตามวัตถุประสงค์ จึงเจริญพรมมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้อาจารย์ไปเก็บข้อมูลวิจัย ต่อไป

จึงเจริญพรมมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ และขออนุมัติขอคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระครูวิบูลเจตียนุรักษ์, ดร.)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

ติดต่อประสานงาน สำนักงานวิทยาลัยฯ โทร ๐๙๘ ๙๗๑๑ ๗๓๙๔๔

ที่ อว.๘๐๖๖/พิเศษ



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ เลขที่ ๒๔๙
วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร ถนนมาลัยแมน ตำบลรั้วใหญ่
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๐๐๐

๔ สิงหาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เจริญพร นายชาติรี รักรธรรม วิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุ้มทอง

ด้วยนายปณณวิชญ์ แสงหล้า อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ ได้ดำเนินการจัดทำข้อมูลวิจัย เพื่อเสนอกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในหัวข้อเรื่อง การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ นั้น

ดังนั้น เพื่อให้การเก็บข้อมูลวิจัยของนายปณณวิชญ์ แสงหล้า อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และบรรลุตามวัตถุประสงค์ จึงเจริญพรมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้อาจารย์ไปเก็บข้อมูลวิจัย ต่อไป

จึงเจริญพรมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ และขออนุโมทนาขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอเจริญพร

(พระครูวิบูลเจตียนูรักษ์, ดร.)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

ติดต่อประสานงาน สำนักงานวิทยาลัยฯ โทร ๐๙๘ ๙๗๑ ๗๓๔๔

ภาคผนวก ค
ใบรับรองจริยธรรมการวิจัย



ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและไปยินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย ว.๒๒๓/๒๕๖๔

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายงานการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อข้อเสนอการวิจัย: การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืน
ในศตวรรษที่ 21
(The Development of Foundation Economic Knowledge Body to
Reduce Community Inequality in the 21st Century)

รหัสข้อเสนอการวิจัย: MCU RS 800764004

สถาบันที่สังกัด: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรี
ศรีสุพรรณภูมิ

ผู้วิจัยหลัก: นายปณณวิชญ์ แสงหล้า

เอกสารที่พิจารณาทบทวน

๑. แบบเสนอโครงการวิจัย	ฉบับที่ วันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๖๔
๒. เอกสารชี้แจงข้อมูลผู้เข้าร่วมการวิจัย	ฉบับที่ วันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๖๔
๓. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย	ฉบับที่ วันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๖๔
๔. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	ฉบับที่ วันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๖๔

(พระสุวรรณเมธาภรณ์, ผศ.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๒๐ พฤษภาคม ๒๕๖๔

หมายเลขใบรับรอง: ว.๒๒๓/๒๕๖๔

วันที่ให้การรับรอง: ๒๐ พฤษภาคม ๒๕๖๔

วันหมดอายุใบรับรอง: ๒๐ พฤษภาคม ๒๕๖๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอลำไทร
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
โทรศัพท์ ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๐๐-๕ โทรสาร ๐ ๓๕๒๔ ๘๐๓๔
www.mcu.ac.th

ที่ อว ๘๐๐๗/ว.๒๒๓

๒๐ พฤษภาคม ๒๕๖๔

เรื่อง รับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย

เจริญพร นายปณณวิชญ์ แสงหล้า / นักวิจัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

ตามที่ท่านได้มีหนังสือขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย เพื่อทำการวิจัยในเรื่อง “การพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ 21” มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรีศรีสุวรรณภูมิ

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ได้พิจารณาข้อเสนอการวิจัยของท่านแล้ว มีความเห็นว่า ข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการนี้ มีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนด ไม่ต้องแก้ไขปรับปรุงแต่ประการใด จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

จึงเจริญพรมาทราบและดำเนินการต่อไป.

ขอเจริญพร

(พระสุวรรณเมธาภรณ์, ผศ.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ภาคผนวก ง
ภาพถ่ายกิจกรรมดำเนินการวิจัย

ภาพประกอบการเก็บข้อมูลพื้นที่วิจัยทั้ง ๓ กลุ่ม
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอาชีพสหกรณ์วัดลาดปลาเค้า



ภาพประกอบการสัมภาษณ์วิสาหกิจโสมจันทร์



ภาพการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนกล้วยอุ้มทอง



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายปณณวิชญ์ แสงหล้า Mr.Pannawich Sanglar
วัน เดือน ปี เกิด	๗ เมษายน ๒๕๒๐
ภูมิลำเนาเดิม	๖๐ หมู่ ๗ บ้านดอนไผ่ ตำบลเชียงแวง อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ๕๖๑๑๐
ภูมิลำเนาปัจจุบัน	๖๓๔ หมู่ ๖ ตำบลจรเข้สามพัน อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ๗๒๑๖๐
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี พท.บ. (รัฐศาสตร์), มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ.๒๕๔๕ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยปทุมธานี พ.ศ. ๒๕๔๖
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์ประจำหลักสูตร รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์สุพรรณบุรี ศรีสุวรรณภูมิ (มือถือ) ๐๙๖-๙๙๘๒๑๐๙ E-mail: pannawich.san@mcu.ac.th

ประสบการณ์การวิจัย

- งานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาเกษตรกรสู่ความเป็นผู้ประกอบการเกษตร Smart Farmer เพื่อส่งเสริมอาชีพและรายได้ที่ยั่งยืนในอำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี” ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ (ผู้ร่วมวิจัย)
- งานวิจัย เรื่อง “กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี” ปี พ.ศ.๒๕๖๑ (หัวหน้าวิจัย)
- งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการเสริมสร้างเครือข่ายชุมชนเข้มแข็งวิถีพุทธของตำบลบางปลาแม่ อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี” พ.ศ. ๒๕๖๓ (ผู้ร่วมวิจัย)
- งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศูนย์ความรู้เศรษฐกิจฐานรากของชุมชนเพื่อความยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑” พ.ศ. ๒๕๖๔ (หัวหน้าวิจัย) ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนในศตวรรษที่ ๒๑ ของจังหวัดสุพรรณบุรี