

การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว
ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

นางสาวฤทัยรัตน์ สงฆ์สระน้อย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาส่งเสริมการเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2557

**Knowledge Management of Local Wisdom for Rice Processing
by Community Enterprises in Nakhon Ratchasima Province**

Miss Rutairat Songsanoi



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Agriculture in Agricultural Extension and Development

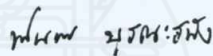
School of Agriculture and Cooperatives
Sukhothai Thammathirat Open University

2014

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว
ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา
ชื่อและนามสกุล นางสาวอุทัยรัตน์ สงฆ์สระน้อย
แขนงวิชา ส่งเสริมการเกษตร
สาขาวิชา เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร. เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ
2. รองศาสตราจารย์ ดร. จินดา ขลิบทอง

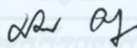
วิทยานิพนธ์นี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2558

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร. นันทา บูรณะชนิง)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. จินดา ขลิบทอง)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(ศาสตราจารย์ ดร. สิริวรรณ ศรีพหล)



ชื่อวิทยานิพนธ์ การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของวิสาหกิจชุมชนใน
จังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัย นางสาวอุทัยรัตน์ สงฆ์สระน้อย รหัสนักศึกษา 2569001205

ปริญญา เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร. เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ (2) รองศาสตราจารย์ ดร. จินดา ขลิบทอง
ปีการศึกษา 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว เกี่ยวกับ 1) บริบทกลุ่ม 2) องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว 3) กระบวนการจัดการความรู้ และ 4) เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 3 กลุ่ม ที่มีกิจกรรมผลิตเส้นหมี่โคราช ด้วยกระบวนการผลิตด้วยมือใช้แรงงานคน และมีผลการประเมินศักยภาพในปี 2556 อยู่ในระดับดี โดยศึกษาสมาชิกทั้งหมด 69 ราย เก็บข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์แบบเจาะลึก สัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์และการสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกือบทั้งหมดเป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 56.14 ปี เกือบทั้งหมดมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา อาชีพหลักเป็นเกษตรกร อาชีพเสริมคือทำเส้นหมี่โคราช รายได้จากกิจกรรมทำเส้นหมี่โคราชเฉลี่ย 2,038 บาท ประสพการณ์ในการทำหมี่โคราชเฉลี่ย 19.95 ปี 2) ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม และความรู้ใหม่ที่พัฒนาต่อจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป พบการประยุกต์ภูมิปัญญาเป็น 2 ลักษณะ คือ การพัฒนาในเรื่องของเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต และการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ 3) กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราชมี่ 6 ขั้นตอนหลักได้แก่ (1) การกำหนดความรู้จากความต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ความรู้ที่กำหนดเป็นความรู้ที่ต้องใช้ในการผลิตเส้นหมี่โคราช (2) การแสวงหาความรู้เพื่อนำมาผลิตและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ทั้งจากภายในและภายนอกกลุ่มโดยเน้นที่การแสวงหาความรู้จากภายในเป็นหลัก (3) การแลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ ผ่านการทำกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม (4) การจัดเก็บความรู้ เก็บไว้ในตัวบุคคล โดยใช้วิธีการจดจำ (5) การถ่ายทอดความรู้ เป็นการถ่ายทอดระหว่างบุคคลสู่บุคคล ส่วนใหญ่ถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานในครัวเรือนด้วยวิธีการบอกเล่า และ (6) การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ในลักษณะของการพัฒนารูปแบบของสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น 4) เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้มี 4 ด้าน คือ (1) วัฒนธรรมองค์กร เป็นวัฒนธรรมแบบครอบครัว (2) ภาวะผู้นำ คือ ผู้นำที่มีการกระตุ้นทางปัญญา (3) โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและ การประสานงานภายในกลุ่ม และ (4) เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ และ กล้องถ่ายรูป

คำสำคัญ การจัดการความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

Thesis title: Knowledge Management of Local Wisdom for Rice Processing by Community Enterprises in Nakhon Ratchasima Province

Researcher: Miss Rutairat Songsanoi; **ID:** 2569001205;

Degree; Master of Agriculture (Agricultural Extension and development);

Thesis advisors: (1) Dr. Benchamas Yooprasert, Associate Professor;

(2) Dr. Jinda Khlibthong, Associate Professor; **Academic year:** 2014

Abstract

The objectives of this research were to study community enterprise group using local wisdom in the processing rice products in the followings: 1) the context, (2) body of knowledge of local wisdom for processing of rice products, (3) process of knowledge management, and (4) the beneficial condition to the success in knowledge management.

The sample in this study included the community enterprise community in Nakhon Ratchasima Province, having production activity of Korat rice noodles under manual production process by using labors. The potentiality assessment done in 2013 was presented at good level. In addition, total of 69 members were studied by using the instruments consisting focus group, in-depth interview, interviewed by using structural interviewed questionnaire, and observation. The data analysis was conducted by applying frequency, percentage, minimum value, maximum value, mean, and standard deviation.

The finding of the research results indicated that 1) Almost all of the members were female with 56.14 years of average age, had lived in Nakhon Ratchasima Province, and finished elementary education; the main occupation was farmer with sub-ordinates occupation was Korat rice noodle production, 2,038 baht of monthly income from the rice noodle activity; and 19.95 years of average experience in producing Korat rice noodle. 2) The knowledge of local wisdom described that the local wisdom could be classified into two types including knowledge from original local wisdom and new knowledge in extension of original local wisdom in consistency with the change of social context; two types of local wisdom application including development of equipment usage in production and development of product form. 3) Knowledge management process consisted of six significant major steps including (1) knowledge identification described that most of knowledge identification was from the requirement to inherit local wisdom which had been existed from the ancestors; the identified knowledge was the knowledge needed for usage in Korat rice noodle production; (2) knowledge acquisition included knowledge acquisition to be applied for production and improvement of product, both inside and outside the group with main emphasis on internal knowledge acquisition; (3) knowledge sharing included informal knowledge sharing through activity; (4) tacit knowledge storage by using memorizing method; (5) knowledge transfer included the interpersonal transfer and most of knowledge transfers had been given to the household descendants with verbal narration method; and (6) knowledge application was in the type of development of more various product forms. 4) The beneficial conditions for success of knowledge management consisted of four significant major conditions including (1) organizational culture which was family culture; (2) leadership with intellectual stimulation; (3) the important basic structures, such as supporting from government agency and inter-group coordination; and (4) information technology such as mobile phone and camera.

Keywords: Knowledge management, Local wisdom, process of rice product, Community Enterprise, Nakhon Ratchasima Province

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงยิ่งจาก ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.นันทา บุรณะธนัง รองศาสตราจารย์ ดร.เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และรองศาสตราจารย์ ดร.จินดา ขลิบทอง อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม จาก สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่กรุณาสละเวลาในการให้ คำปรึกษาแนะนำ ถ่ายทอดความรู้และแนวความคิดทางด้านวิชาการอันมีคุณค่าตลอดจนแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้องสมบูรณ์ พร้อมทั้งให้กำลังใจตลอดที่ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ด้านวิชาการ และเจ้าหน้าที่ของ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชที่อำนวยความสะดวกทุกด้าน ซึ่งมีผลทำให้การศึกษาประสบผลสำเร็จ พร้อมกันนี้ขอขอบพระคุณเกษตรจังหวัดนครราชสีมา นางสาวสุภัตรา การรักษา นักวิชาการส่งเสริม การเกษตรชำนาญการ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับจังหวัดนครราชสีมา เจ้าหน้าที่ผู้ดูแล กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสำนักงานเกษตรอำเภอขามทะเลสอ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสำนักงาน เกษตรอำเภอโชคชัย เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสำนักงานเกษตรอำเภอยี่งอ ที่ให้ข้อมูล สนับสนุน อำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ และ ขอขอบคุณสมาชิก วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรท่าเสาหินบ้านน้ำจ๋า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระโทก ป่าเจียว สมาชิกวิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง ทุกท่านที่เสียสละเวลาและให้ความ ร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาโทรุ่นที่ 14 สาขาวิชา เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ ที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้รับการช่วยเหลือและกำลังใจจากบิดา มารดา และทุกคนใน ครอบครัว ตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลืออีกมาก ที่ผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนาม ได้ทั้งหมดใน ที่นี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและความปรารถนาดีของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณ และขอบคุณมาไว้ในโอกาสนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์และสามารถใช่ เป็นแนวทางในการดำเนินงาน คุณค่าและความดีอันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บิดา มารดา ครูบาอาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านไว้ ณ ที่นี้

ฤทัยรัตน์ สงฆ์สระน้อย

กรกฎาคม 2557

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
ความรู้และการจัดการความรู้	8
ภูมิปัญญาท้องถิ่น	36
วิสาหกิจชุมชน	42
บริบทจังหวัดนครราชสีมา	46
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	55
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	55
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล	58
การวิเคราะห์ข้อมูล	58

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
ตอนที่ 1 บริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ จากข้าวในจังหวัดนครราชสีมา	60
ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กระบวนการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา	75
ตอนที่ 3 กระบวนการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา	96
ตอนที่ 4 เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา	112
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	120
สรุปการวิจัย	120
อภิปรายผล	127
ข้อเสนอแนะ	132
บรรณานุกรม	135
ภาคผนวก	140
ก แบบสัมภาษณ์	141
ข ตารางแสดงรายละเอียดเพิ่มเติม	152
ประวัติผู้วิจัย	158

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาแบ่งตามการผลิตสินค้า 44
ตารางที่ 2.2	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาที่มีกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นหมีโคราช..... 45
ตารางที่ 4.1	สรุปข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย 70
ตารางที่ 4.2	ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 72
ตารางที่ 4.3	สรุปองค์ความรู้ขั้นตอนการผลิตสินค้าหมีโคราชของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 94
ตารางที่ 4.4	การกำหนดความรู้ของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 97
ตารางที่ 4.5	การแสวงหาความรู้ของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 100
ตารางที่ 4.6	การแลกเปลี่ยนความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน..... 103
ตารางที่ 4.7	การจัดเก็บความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน..... 105
ตารางที่ 4.8	การถ่ายทอดความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน..... 107
ตารางที่ 4.9	การนำความรู้มาประยุกต์ใช้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน..... 110
ตารางที่ 4.10	ระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการความรู้ ของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน..... 112
ตารางที่ 4.11	ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้..... 114
ตารางที่ 4.12	ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ด้านภาวะผู้นำที่เอื้อต่อการจัดการความรู้..... 116
ตารางที่ 4.13	ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ด้านภาวะผู้นำที่เอื้อต่อการจัดการความรู้..... 118
ตารางที่ 4.14	ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ด้านเทคโนโลยีเอื้อต่อการจัดการความรู้..... 119

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ ตัวแบบปลา.....	11
ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดสามเหลี่ยมการจัดการความรู้.....	13
ภาพที่ 2.3 แผนที่แสดงอาณาเขตของจังหวัดนครราชสีมา	46
ภาพที่ 2.4 สัญลักษณ์ประจำจังหวัดนครราชสีมา	47
ภาพที่ 4.1 โครงสร้างองค์กรของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรท่าเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า ...	62
ภาพที่ 4.2 โครงสร้างองค์กรของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียว	64
ภาพที่ 4.3 โครงสร้างองค์กรของวิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง	67
ภาพที่ 4.4 พัฒนาการของผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรท่าเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า	76
ภาพที่ 4.5 การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาด้านอุปกรณ์เครื่องมือการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม แม่บ้านเกษตรกรท่าเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า	77
ภาพที่ 4.6 ภาพแสดงขั้นตอนการผลิตเส้นหมี่โคราชของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรท่าเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า	79
ภาพที่ 4.7 ภาพแสดงขั้นตอนการทำหมี่อ่อนไส้มะพร้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรท่าเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า	80
ภาพที่ 4.8 ภาพแสดงขั้นตอนการทำหมี่อ่อนไส้มะพร้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรท่าเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า	81
ภาพที่ 4.9 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การผลิตหมี่โคราช ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเส้นหมี่กระทอก ป่าเจียว	84
ภาพที่ 4.10 ภาพแสดงขั้นตอนการนึ่ง ตากแผ่นแป้งหมี่ และนำแผ่นแป้งหมี่มาทาน้ำมัน ของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียว	86
ภาพที่ 4.11 ภาพแสดงขั้นตอนการชอย และตากเส้นหมี่ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระทอก ป่าเจียว	87
ภาพที่ 4.12 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การผลิตหมี่โคราช ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ข้าวเกรียบสมุนไพร บ้านท่าแดง	89

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.13 ภาพแสดงกระบวนการผลิตเส้นหมี่โคราช ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ข้าวเกรียบ สมุนไพรบ้านท่าแดง	91
ภาพที่ 4.14 ภาพแสดงกระบวนการผลิตเส้นหมี่โคราช ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ข้าวเกรียบ สมุนไพรบ้านท่าแดง.....	92
ภาพที่ 5.1 องค์ประกอบในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา.....	126



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่ายิ่งเพราะเป็นรากฐานของสังคมที่มีการสั่งสมสืบทอดมา เป็นความรู้ที่อยู่กับตัวคน และติดกับแผ่นดิน กล่าวคือ ได้สะท้อนถึงวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน ซึ่งเกิดจากการปรับชีวิตให้สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมได้อย่างปกติ ไม่ว่าจะเป็นด้านปัจจัยสี่ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินชีวิตของคนไทย ซึ่งอยู่ในภูมิภาคที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ มีส่วนสำคัญที่กำหนดวิถีการกิน การอยู่ หรือภูมิปัญญาของคนไทยให้มีความหลากหลายไปตามภูมิโนทัศน์ของภาคต่าง ๆ ด้วย อันสะท้อนถึงโลกทัศน์หรือระบบวิธีคิดในการ จัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติและคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ ให้เอื้อต่อการดำรงชีวิตด้านต่าง ๆ อย่างชาญฉลาด หากแต่น่าเป็นห่วงว่า ภายใต้บริบททางสังคมที่ถูก กระแสทุนนิยมเข้าครอบงำนั้น ความรู้ทางวัฒนธรรมเหล่านี้กำลังจะสูญหายไป เพราะขาดการ สืบทอดและพัฒนาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นพลวัต ดังนั้นจึงมีการนำแนวคิดเรื่องการจัดการ ความรู้มาใช้ในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เป็นยุทธศาสตร์สำหรับการสร้างสุขภาวะของชาติ ให้คนไทยอยู่ดี มีสุข และพึ่งตนเองได้ (เอกวิทย์ ฌ ถกลาง, 2546)

การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เป็นภูมิปัญญาที่มนุษย์เราได้ปฏิบัติสืบต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน ซึ่งเป็นการนำผลผลิตจากการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์มาเปลี่ยนสภาพด้วยวิธีการต่าง ๆ ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปร่างลักษณะแตกต่างไปจากเดิม โดยประโยชน์ของการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร มีมากมายหลายประการ ดังนี้ 1) ช่วยเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตรไว้บริโภคในครัวเรือนเป็นเวลานาน โดยไม่เน่าเสีย 2) ทำให้เกิดผลผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีรูปแบบและรสชาติแตกต่างจากเดิม ช่วยเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผลผลิตทางการเกษตร 3) ช่วยเพิ่มมูลค่าของผลผลิต 4) ช่วยให้บริการสะดวกและง่ายขึ้น 5) ผลิตภัณฑ์แปรรูปสามารถนำมาจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว และ 6) ช่วยป้องกันปัญหาผลผลิตทางการเกษตรล้นตลาด (อภิชาติ ใจอารีย์, 2557) วิถีชีวิตคนไทย นับแต่อดีตมุ่งปลูกข้าวเพื่อบริโภคเป็นหลัก ข้าวจึงผูกพันกับคนไทยอย่างลึกซึ้งและยาวนาน จนมีวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่นหลายอย่างตก

ทอดมาถึงทุกวันนี้จึง มีภูมิปัญญาในการแปรรูปข้าวมากมาย อาทิเช่น การทำข้าวแช่ ข้าวจี ข้าวหมาก ข้าวกลิ้งงอก ขนมจิ้น ข้าวแตน เส้นหมี่ ฯลฯ (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ, 2553)

การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ได้จากข้าวมีอยู่มากมายดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งการแปรรูปข้าวเป็นเส้นหมี่ ของชาวโคราชก็นับเป็นอีกหนึ่งภูมิปัญญาที่มีคุณค่าของชาวโคราช หมี่โคราช ถือว่าเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของเมืองโคราช ตามคำขวัญของจังหวัดนครราชสีมาที่ว่าเมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน ในสมัยก่อนเมืองโคราชมีการปลูกข้าวเจ้ามากเพื่อเป็นการถนอมอาหารจึงมีการแปรรูปข้าวเป็นเส้นนำไปตากแห้ง ได้เป็นเส้นหมี่ แล้วนำมาปรุงเป็นอาหารด้วยการผัด หมี่โคราชจึงเป็นอาหารมื้อกลางวันในชีวิตประจำวันของชาวจังหวัดนครราชสีมา โดยเฉพาะในเทศกาลและประเพณีต่างๆเช่น งาน โคนจุก งานบวชนาค งานแต่งงาน หรืองานสมโภชอื่นๆ ที่มักจะมี คั่วหมี่หรือ ผัดหมี่เป็นส่วนประกอบของงานเพราะทำได้ง่าย ในอดีตนั้นชาวโคราชมีการทำเส้นหมี่เพียงเพื่อบริโภคในครัวเรือนและจัดเลี้ยงในงานบุญประเพณีต่างๆ เท่านั้น แต่ด้วยรสชาติที่อร่อยและเป็นเอกลักษณ์ทำให้หมี่โคราชเป็นอาหารที่นิยมอย่างแพร่หลายกลายเป็นของฝากที่ได้รับความนิยมของผู้ที่มาเยือนเมืองโคราช (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 2542)

การผลิตหมี่โคราชในปัจจุบันเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับคนโคราชมีการต่อยอดภูมิปัญญาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค และขยายผลต่อในระดับเชิงพาณิชย์นอกจากจะใช้บริโภคภายในประเทศแล้ว ยังส่งออกไปขายยังต่างประเทศ การผลิตหมี่โคราชในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนระบบการผลิตเป็นรูปแบบของอุตสาหกรรม ซึ่งมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตเป็นเครื่องจักรแทนการใช้แรงงานคน เกิด โรงงานผลิตหมี่โคราชขึ้นหลายแห่งในพื้นที่ ทำให้การผลิตหมี่โคราชที่เกิดจากการรวมกลุ่มของชาวบ้าน ทำหมี่โคราชด้วยมือแบบโบราณเพื่อยังชีพ หรือสร้างรายได้เสริม โดยใช้แรงงานคนในการผลิตเป็นหลัก ไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้และค่อยๆ ลดเลือนหายไป จากสถานการณ์ดังกล่าว ประกอบกับกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากต้นแบบภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่ยังไม่เป็นระบบ องค์กรความรู้บางอย่าง ผู้รู้ทั้งหลายมักหวงแหนมาก จะไม่เผยแพร่ให้บุคคลอื่นนอกครอบครัว หรือผู้ที่เป็นญาติทางสายโลหิต ซึ่งเมื่อต้นแบบภูมิปัญญาสิ้นชีวิตลง องค์กรความรู้จะหายไปพร้อมกับต้นแบบภูมิปัญญา

เพื่อเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ทรงคุณค่าของชาวโคราช จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราช ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาที่ยังคงสืบทอดภูมิปัญญา การทำหมี่โคราชทำมือแบบดั้งเดิมไว้ได้ เพื่อนำเอารูปแบบจัดการความรู้ เข้ามาเป็นแนวทางเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ที่สามารถถ่ายทอดให้ผู้ที่สนใจและต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาได้เรียนรู้ และเป็นแนวทางในการจัดการความรู้ให้กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่นๆที่มีกิจกรรมของกลุ่มด้านการผลิตหมี่โคราชแต่ขาดการสืบทอดและดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้ภูมิปัญญาด้านการแปรรูปข้าวเป็นเส้นหมี่โคราชไม่สูญหายและมีการสืบทอดต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาบริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวในจังหวัดนครราชสีมา

2.2 เพื่อศึกษาความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

2.3 เพื่อศึกษากระบวนการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

2.4 เพื่อศึกษาเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาไว้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา มีขอบเขตดังนี้

4.1 ขอบเขตเชิงเนื้อหา ผู้ศึกษาเน้นศึกษา 4 ประเด็นหลักได้แก่ 1. บริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตหมีโคราช 2. ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปข้าวเป็นเส้นหมีโคราช แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะหลัก คือ ความรู้ดั้งเดิมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และ ความรู้ใหม่ที่ประยุกต์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมนั้น 3. กระบวนการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชน 6 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายทอดความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ 4.เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้การทำเส้นหมีโคราช ให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ วัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำ โครงสร้างพื้นฐาน และ เทคโนโลยีสารสนเทศ

4.2 ขอบเขตเชิงพื้นที่ กลุ่มวิสาหกิจที่มีกิจกรรมกลุ่มในด้านการแปรรูปข้าวเป็นผลิตภัณฑ์หมีโคราช ที่ยังคงกระบวนการผลิตแบบทำมือ และมีผลการประเมินกลุ่มอยู่ในระดับดี ในพื้นที่ที่ศึกษา จำนวน 3 กลุ่ม คือ 1.วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมีบ้านน้ำจ๋า อำเภอขามทะเลสอ 2. วิสาหกิจชุมชนเส้นหมีกระโทกป่าเลี้ยว อำเภอโชคชัย 3. วิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง อำเภอพิมาย

4.3 ขอบเขตเชิงระยะเวลา การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการระหว่างเดือน กันยายน 2557-กรกฎาคม 2558

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการเพื่อให้มีการนำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหมีโคราช ผ่านกระบวนการต่างๆเพื่อให้องค์ความรู้ถูกแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตกแต่งหรือปรับปรุงให้ง่ายต่อการนำมาใช้และมีประโยชน์เพิ่มขึ้น มีการถ่ายทอด ต่อยอดพัฒนาให้เกิดความรู้ใหม่หรือนวัตกรรมเกิดขึ้น และใช้ได้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริง

5.2 กระบวนการจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการจัดการความรู้ 6 ขั้นตอน ประกอบด้วย การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายทอดความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

3.1 เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ หมายถึง สิ่งที่มีผลให้การดำเนินการจัดการความรู้ด้านการแปรรูปข้าวเป็นหมีโคราชของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาประสบความสำเร็จประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ วัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำ โครงสร้างพื้นฐาน เทคโนโลยีสารสนเทศ

3.2 โครงสร้างพื้นฐาน หมายถึง โครงสร้างทางกายภาพ ได้แก่ อาคารสถานที่ ระบบไฟฟ้า ประปา การคมนาคม อุปกรณ์ต่างๆ และ โครงสร้าง ด้านการบริหาร ได้แก่ ระบบงานที่เอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การประสานงานภายในกลุ่ม และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

3.3 เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดเก็บความรู้ การเผยแพร่ความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การบริหารจัดการและการผลิตที่มีความทันสมัย เทคโนโลยีบางส่วนเป็นกายภาพเช่น อุปกรณ์ โทรคมนาคมและสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ โปรแกรม เครื่องบันทึกอิเล็กทรอนิกส์

3.4 ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง องค์ความรู้ในการผลิตหมีโคราช ที่เกิดจากความสามารถและทักษะของคนในท้องถิ่นอันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ เลือกสรร ประยุกต์ พัฒนาและถ่ายทอด สืบต่อกันมา เพื่อใช้แก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทยให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและ เหมาะสมกับยุคสมัย

3.5 การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว หมายถึง การนำข้าวมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเป็น เส้นหมีโคราช

3.6 หมีโคราช หมายถึง ภูมิปัญญาที่ชาวโคราชนำข้าวมาแปรรูปและถนอมอาหารเป็นเส้นหมี ในรูปแบบต่างๆ

3.7 วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กลุ่มบุคคลที่รวมกลุ่มกันเพื่อประกอบกิจกรรม ผลิตเส้นหมีโคราช และจดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร

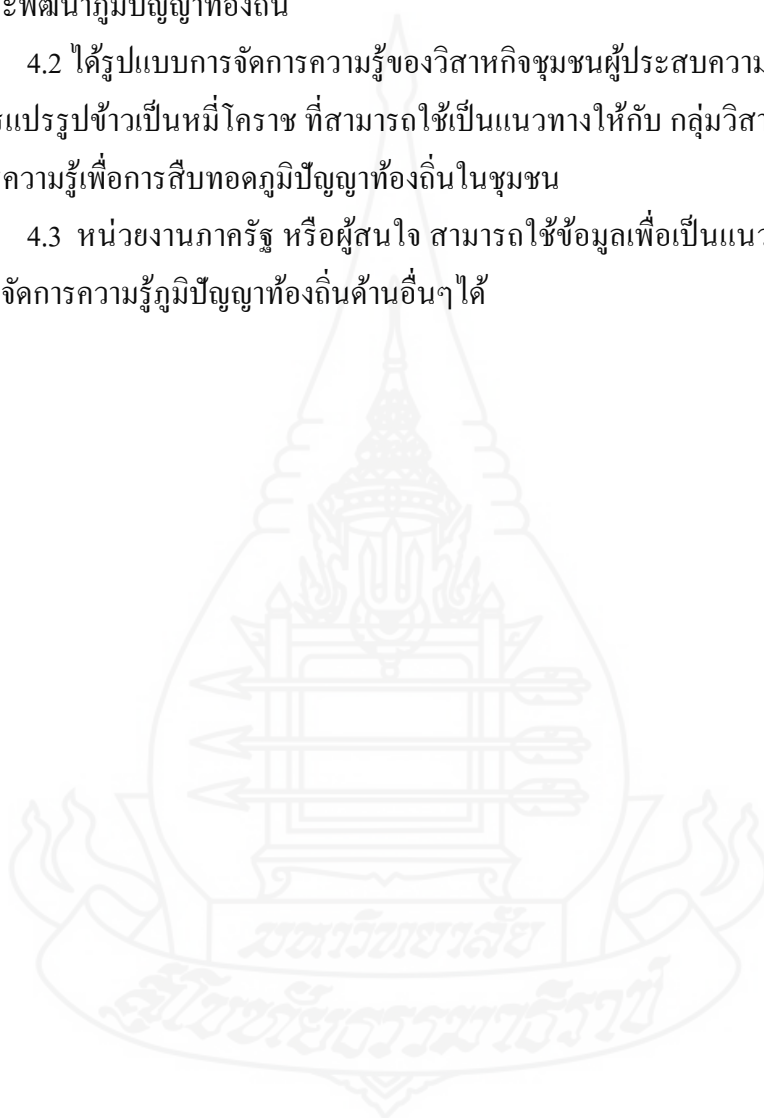
3.8 วิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ หมายถึง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการประเมินผลในระดับดี ซึ่งผ่านการประเมินผลทั้งหมด 7 ประเด็น ได้แก่ 1) ทิศทางวิสาหกิจชุมชน 2) การวางแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน 3) การบริหารตลาด 4) การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร 5) การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 6) กระบวนการจัดการสินค้าและบริการและ 7) ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ชุดข้อมูลองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นหมี่โคราช เพื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้นำมาใช้ประโยชน์ได้ง่ายในการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เพื่ออนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

4.2 ได้รูปแบบการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนผู้ประสบความสำเร็จในการจัดการความรู้การแปรรูปข้าวเป็นหมี่โคราช ที่สามารถใช้เป็นแนวทางให้กับ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ในการจัดการความรู้เพื่อการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชน

4.3 หน่วยงานภาครัฐ หรือผู้สนใจ สามารถใช้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมพัฒนาการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอื่นๆ ได้



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางการศึกษา โดยได้แบ่งประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ความรู้ และ การจัดการความรู้
2. ภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. วิสาหกิจชุมชน
4. บริบทจังหวัดนครราชสีมา
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้และการจัดการความรู้

1.1 ความรู้

1.1.1 ความหมาย

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้กำหนดไว้ว่า “ความรู้” คือ สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติ และทักษะ ความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิดหรือการปฏิบัติองค์วิชาในแต่ละสาขา

บุรุษย์ ศิริมหาสาคร (2549:24) อธิบายว่า ความรู้ คือ สารสนเทศที่ผ่านกระบวนการคิด เปรียบเทียบ เชื่อมโยงกับความรู้อื่น ๆ จนเกิดเป็นความเข้าใจ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้

จรินทร์ อาสาทรงธรรม (2548:21) อธิบายความหมายของความรู้ไว้ว่า เป็น ส่วนที่บุคคลรับข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศ ผ่านกระบวนการคิด เปรียบเทียบ และเชื่อมโยงกับความรู้อื่น ๆ จนเกิดเป็นความเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

สรุปได้ว่า ความรู้เป็นสิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษา หรือรับข้อมูลข่าวสารสารสนเทศ ผ่านกระบวนการคิด เปรียบเทียบ และเชื่อมโยงกับความรู้อื่น ๆ จนเกิดเป็นความเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

1.1.2 ประเภทของความรู้

ประพนธ์ ศาสสุยียด (2548) ได้แบ่งความรู้ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) ความรู้ที่เห็นได้เด่นชัด (Explicit Knowledge) อาจอยู่ในรูปของเอกสาร หนังสือ ตำรา คู่มือปฏิบัติงาน หรือในไฟล์คอมพิวเตอร์ เป็นความรู้ในรูปแบบที่สามารถแสดงได้อย่างชัดเจน

2) ความรู้ที่ฝังลึก (Implicit Knowledge) ดึงออกมาค่อนข้างยาก อธิบายค่อนข้างลำบาก กว่าจะอธิบายได้ต้องใช้เวลาในการเรียบเรียงออกมาเป็นความรู้ที่ชัดเจน

3) ความรู้ที่ซ่อนเร้น (Tacit Knowledge) ซึ่งหมายถึง มีอะไรอื่น ๆ มากมายที่เราไม่รู้แต่เราไม่รู้ตัวว่าเรา

วิจารณ์ พานิช (2546) ได้กล่าวถึงประเภทของความรู้ ว่าอย่างน้อยความรู้ น่าจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1) ความรู้เปิดเผย (explicit knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถแลกเปลี่ยนกันได้ง่าย อาจค้นหาได้ในหนังสือ ห้องสมุด หรือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

2) ความรู้แฝง (embedded knowledge) เป็นความรู้แฝง อยู่ในกระบวนการทำงาน หรือขั้นตอนการทำงาน แฝงอยู่ในวัฒนธรรมองค์กรหรืออยู่ในแบบแผน ธรรมเนียมปฏิบัติ กฎเกณฑ์กติกา และข้อตกลงต่าง ๆ ของการทำงานร่วมกันในกลุ่มหรือองค์กร

3) ความรู้ฝังลึก (tacit knowledge) เป็นความรู้ที่มีอยู่ในตัวคน เป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ประสบการณ์สั่งสมของบุคคล เป็นความรู้ที่มีพลังสูงสุด ใช้ประโยชน์ได้มาก แต่นำมาใช้ยากที่สุด จะต้องทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนหรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนถึงจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ฝังลึกแล้วนำไปสู่การใช้ประโยชน์

จากการแบ่งประเภทความรู้ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การแบ่งประเภทความรู้ขึ้นอยู่กับแนวคิดที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง เช่น การแบ่งประเภทความรู้ตามรูปแบบหรือการมองเห็น แบ่งออกเป็น ความรู้โดยนัย กับความรู้ชัดเจน ถ้าแบ่งตามแหล่งที่มาของความรู้ ได้แก่ ความรู้ภายในกับความรู้ภายนอกองค์กรหรือชุมชนท้องถิ่น หากแบ่งความรู้ตามลักษณะความเป็นเจ้าของ ได้แก่ ความรู้ของบุคคล ความรู้ขององค์กร และความรู้ของชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น

1.2 การจัดการความรู้

1.2.1 ความหมาย

วิจารณ์ พานิช (2549: 3) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกิจกรรมที่ซับซ้อนและกว้างขวาง ไม่สามารถให้นิยามด้วยถ้อยคำสั้น ๆ ได้ ต้องให้นิยามหลายข้อ จึงจะครอบคลุมความหมายซึ่งได้แก่

1) การจัดการความรู้มีความหมายรวมถึง การรวบรวม การจัดระบบ การจัดเก็บ และการเข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างเป็นความรู้ เทคโนโลยีด้านข้อมูลและด้านคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มพลังในการจัดการความรู้ แต่เทคโนโลยีด้านข้อมูลและคอมพิวเตอร์โดยตัวของมันเองไม่ใช่การจัดการความรู้

2) การจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับ การแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing) ถ้าไม่มีการแบ่งปันความรู้ ความพยายามในการจัดการความรู้จะไม่ประสบผลสำเร็จ พฤติกรรมภายในองค์กรเกี่ยวกับวัฒนธรรม พลวัต และวิธีปฏิบัติ มีผลต่อการแบ่งปันความรู้ ประเด็นด้านวัฒนธรรมและสังคม มีความสำคัญยิ่งต่อการจัดการความรู้

3) การจัดการความรู้ ต้องการผู้มีความรู้ความสามารถในการตีความและประยุกต์ใช้ความรู้ ในการสร้างนวัตกรรมและเป็นผู้นำทางความรู้ในองค์กร รวมทั้งต้องการผู้เชี่ยวชาญในสาขาใดสาขาหนึ่งสำหรับช่วยแนะนำวิธีประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ ดังนั้นกิจกรรมเกี่ยวกับคน ได้แก่ การดึงผู้คนเก่งและดี การพัฒนาคน การติดตามความก้าวหน้าของคน และการดึงคนมีความรู้ความสามารถไว้ในองค์กร ถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้

4) การจัดการความรู้เป็นเรื่องของการเพิ่มประสิทธิผลขององค์กร การจัดการความรู้เกิดขึ้นเพราะมีความเชื่อว่าจะช่วยสร้างความมีชีวิตชีวาและความสำเร็จให้แก่องค์กร การประเมิน “ต้นทุนทางปัญญา” (intellectual capital) และผลสำเร็จของการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ เป็นดัชนีบอกว่าการจัดการความรู้ทำได้ผลหรือไม่

ประเวศ วะสี (2548 : 31) ได้กล่าวถึงการจัดการความรู้มีความหมายเฉพาะว่า หมายถึง การจัดการให้มีการค้นพบความรู้ ความชำนาญที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวคน หาทางนำออกมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ตกแต่งหรือปรับปรุงให้จ่ายต่อการใช้และมีประโยชน์เพิ่มขึ้น มีการต่อยอดให้คงงาม และใช้ได้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริง มีความรู้ใหม่หรือนวัตกรรมเกิดขึ้นจากการเอาความรู้ที่ไม่เหมือนกันมาผนวกเข้าด้วยกัน ข้อสำคัญคือก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนทั้งหมดที่ร่วมกันในกระบวนการก่อให้เกิดปัญญาร่วม (Collective Wisdom) ทำให้สามารถแก้ปัญหาหรือพัฒนาในเรื่องยาก ได้สำเร็จ

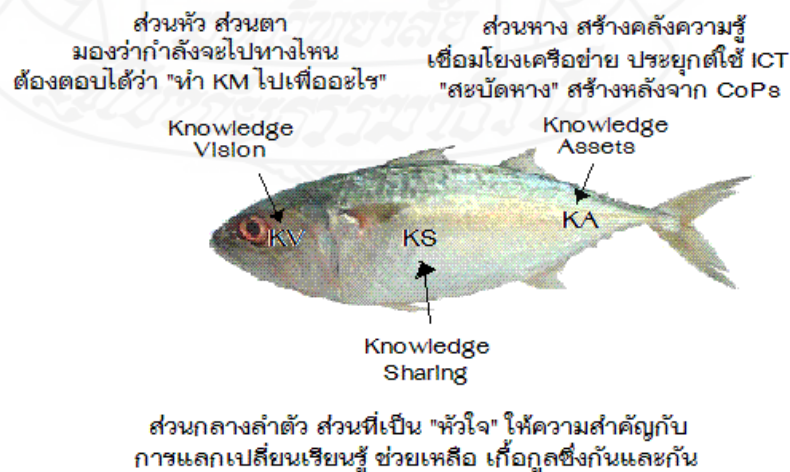
พรธิดา วิเชียรปัญญา (2547:32) ได้สรุปการจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการประมวลผลข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคล เพื่อสร้างความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้ โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์กร

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2548:51) ได้สรุปความหมายของการจัดการความรู้ไว้ว่า การจัดการความรู้ คือ กระบวนการในการสร้าง ประมวล เผยแพร่ และใช้ความรู้ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการดำเนินงาน

สรุปได้ว่า การจัดการความรู้ คือ กระบวนการรวบรวมความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ และสร้างความรู้ อาจเป็นความรู้ของบุคลากรหรือกลุ่มบุคคล ภายในองค์กร รวมทั้งองค์กรท้องถิ่น โดยเป็นความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร แล้วนำมาจัดระบบสร้างวิธีการเข้าถึงได้โดยง่าย และจะต้องมีกิจกรรมที่มุ่งเน้นให้เกิดการนำความรู้ไปใช้ พร้อมทั้งจะต้องมีกระบวนการปรับปรุงความรู้ให้ทันสมัย มีบรรยากาศหรือวัฒนธรรมขององค์กรให้เกิดการแบ่งปันความรู้ สนับสนุนให้เกิดการถ่ายโอนและกระจายความรู้

1.2.2 กรอบแนวคิดการจัดการความรู้

ประพนธ์ ผาสุขยืด (2547:22) ได้เสนอกรอบความคิดการจัดการความรู้แบบปลาทู (Tuna Model) เป็นกรอบความคิดอย่างง่ายในการจัดการความรู้ของสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.) โดยเปรียบเทียบการจัดการความรู้เสมือนปลาหนึ่งตัว ซึ่งมีส่วนประกอบ 3 ส่วน คือ ส่วนหัว ลำตัว และหางปลา ดังรูป 2.1



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ ตัวแบบปลาทู (Tuna Model)

จากภาพที่ 2.1 ตัวแบบปลาทู (Tuna Model) ที่เปรียบเทียบการจัดการความรู้เหมือนปลาหนึ่งตัว โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้คือ

1) ส่วนหัวปลา (Knowledge Vision : KV) คือ ส่วนที่เป็นเป้าหมาย วิสัยทัศน์ หรือทิศทางของการจัดการความรู้ โดยก่อนที่จะทำการจัดการความรู้จะต้องกำหนดวิสัยทัศน์ว่า จะทำการจัดการความรู้เพื่ออะไร หรือจะมุ่งหน้าไปทางไหน และการกำหนดวิสัยทัศน์ของการจัดการความรู้ จะต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร ความเป็นจริงของการจัดการความรู้ไม่ใช่เป้าหมาย แต่เป็นกระบวนการหรือกลยุทธ์ที่ทำให้งานบรรลุผลตามที่ต้องการ โดยใช้ความรู้เป็นฐาน หรือเป็นปัจจัยให้งานสำเร็จ อาทิเช่น การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาสมรรถนะสู่ความเป็นเลิศ การจัดการความรู้ เพื่อพัฒนาคุณภาพให้ได้รับการรองรับมาตรฐาน การจัดการความรู้ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารงาน โดยที่ส่วนหัวปลาจะต้องเป็นของผู้ดำเนินกิจกรรมการจัดการความรู้ทั้งหมด หรือ “คุณกิจ” โดยมี “คุณเอื้อ” และ “คุณอำนวย” คอยช่วยเหลือ

2) ส่วนกลางลำตัว (Knowledge Sharing : KS) คือ ส่วนของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Share and Learn) จัดเป็นส่วนสำคัญที่สุด และยากที่สุดในกระบวนการจัดการความรู้ ทั้งนี้ เพราะจะต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้คนยินยอมพร้อมใจที่จะแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกันโดยไม่หวงวิชา โดยเฉพาะความรู้ที่ซ่อนเร้นหรือความรู้ฝังลึกที่มีอยู่ในตัวผู้ปฏิบัติงานหรือคุณกิจ พร้อมอำนวยให้เกิดบรรยากาศในการเรียนรู้แบบเป็นทีม ให้เกิดการหมุนเวียนความรู้ ยกระดับความรู้และเกิดนวัตกรรม

3) ส่วนที่เป็นหางปลา (Knowledge Assets : KA) คือ องค์ความรู้ที่องค์กรได้เก็บสะสมไว้เป็นคลังความรู้หรือขุมความรู้ ซึ่งมาจาก 2 ส่วนคือ ความรู้ที่ชัดเจนหรือความรู้เปิดเผย (Explicit Knowledge) คือ

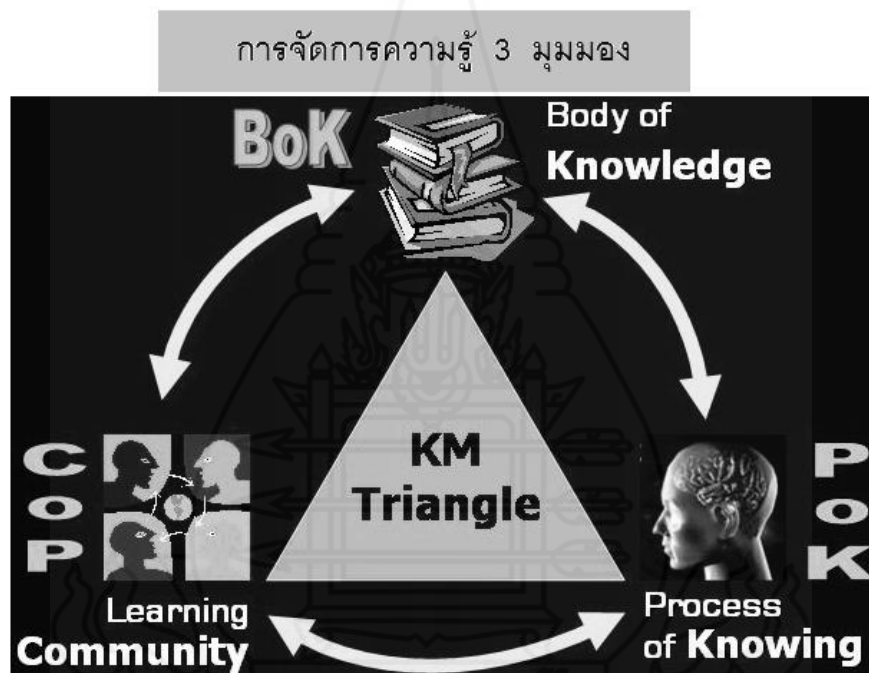
- ความรู้เชิงทฤษฎีที่ปรากฏให้เห็นชัดเจนอย่างเป็นรูปธรรม เช่น เอกสาร ตำรา และคู่มือปฏิบัติงาน เป็นต้น

- ความรู้ซ่อนเร้นหรือความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) คือ ความรู้ที่มีอยู่ในตัวคน ไม่ปรากฏชัดเจนเป็นรูปธรรม แต่เป็นสิ่งที่มีความค่ามาก เมื่อบุคคลออกจากองค์กรไปแล้ว และความรู้นั้นยังคงอยู่กับองค์กร ไม่สูญหายไปพร้อมกับตัวบุคคล

การจัดการความรู้ในส่วนนี้เป็นส่วนที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการจัดเก็บ จัดหมวดหมู่ เพื่อสะดวกในการเข้าถึง และปรับปรุงความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ (Update) ช่วยทำหน้าที่เป็นพื้นที่เสมือน (Virtual Space) ให้คนที่อยู่ไกลกันสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Share and Learn) ได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

หากเปรียบเทียบการจัดการความรู้เหมือนปลาตัวหนึ่ง ซึ่งมีส่วนประกอบ 3 ส่วน คือ ส่วนหัว กลางลำตัว และหาง รูปร่างของปลาแต่ละตัวหรือการจัดการความรู้ของแต่ละองค์กรจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับจุดเน้นขององค์กรนั้น ๆ เช่น บางองค์กรเน้นที่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งหมายถึง ส่วนกลางลำตัวปลาที่จะใหญ่กว่าส่วนอื่น ๆ ในขณะที่บางองค์กรอาจจะเน้นที่คลังความรู้ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง องค์กรนั้นจะมีส่วนหางปลาใหญ่กว่าส่วนอื่น ๆ

สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม(2550:87) ได้เสนอกรอบแนวคิดสามเหลี่ยมการจัดการความรู้ เป็นรูปแบบการจัดการความรู้ 3 มุมมอง ซึ่งเป็นการมองการจัดการความรู้ให้ครบ 3 มิติ ดังรูป 2.2



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดสามเหลี่ยมการจัดการความรู้

จากภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดสามเหลี่ยมการจัดการความรู้ ซึ่งมีมุมมองการจัดการความรู้ในมิติต่าง ๆ ดังนี้คือ

มิติที่ 1 “องค์ความรู้” (Body of Knowledge) คนส่วนใหญ่มักจะมองเห็นการจัดการความรู้ในมิตินี้เพียงอย่างเดียว โดยองค์ความรู้ต่าง ๆ นี้ถือได้ว่าเป็นแค่ผลลัพธ์หนึ่งที่ได้จากกระบวนการจัดการความรู้เท่านั้น

มิติที่ 2 “กระบวนการที่ทำให้ได้ความรู้” (Process of Knowledge) เป็นมิติที่สำคัญในการจัดการความรู้ เพราะเป็นกระบวนการนำความรู้เข้าสู่คนและดึงเอาความรู้ในตัวคน (Tacit Knowledge) ออกมาแลกเปลี่ยนผ่านการเล่าเรื่อง โดยใช้เทคนิค กระบวนการต่าง ๆ เช่น เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านประสบการณ์การปฏิบัติจริง เป็นต้น

มิติที่ 3 “ชุมชนการเรียนรู้” (Learning Community) เป็นการเรียนรู้แบบเป็นกลุ่ม เป็นเครือข่าย มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และความรู้ที่อยู่ในเครือข่ายมีปฏิสัมพันธ์กัน มีการถ่ายทอดความรู้ระหว่างกัน แล้วนำไปทดลองปฏิบัติเพื่อต่อยอดความรู้และกลับมาเล่าแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน อีกภายในเครือข่าย เป็นวงจรที่ความรู้ได้รับการเรียนรู้และยกระดับอย่างต่อเนื่องภายในกลุ่มและเครือข่าย

1.2.3 องค์ประกอบของการจัดการความรู้

ในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จำเป็นจะต้องพิจารณาองค์ประกอบของภูมิปัญญาในสามส่วนที่สำคัญ คือ (เอกวิทย์ ณ ถลาง . 2546 , ปรีชาติ วลัยเสถียร, 2549)

1) องค์ความรู้ องค์ความรู้ของชุมชนท้องถิ่นมิได้เกิดขึ้นลอย ๆ แต่เกิดจากการที่สังคมมีระบบคิดหรืออุดมการณ์ของชุมชนท้องถิ่นเป็นตัวกำกับองค์ความรู้ให้สมาชิกภายในชุมชนท้องถิ่นได้นำไปใช้อย่างเหมาะสม ประสบการณ์ของบุคคล และชุมชนท้องถิ่นก็เป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดองค์ความรู้ต่าง ๆ ได้ ความรู้ของชุมชนท้องถิ่น มีหลายประเภท ทั้งที่เป็นความรู้ด้านเนื้อหาสาระ ด้านเทคนิค และความรู้ที่เกี่ยวกับกระบวนการทำงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่นโดยตรง มีทั้งความรู้ที่ใช้ประโยชน์ในระดับครอบครัว และความรู้ที่ใช้ประโยชน์ร่วมกันเป็นกลุ่ม หรือชุมชนท้องถิ่น

2) กระบวนการได้มาซึ่งความรู้ กระบวนการที่ก่อให้เกิดภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญและควรเน้นมากกว่าตัวเนื้อหาภูมิปัญญา เป็นหลักการที่ต้องคิดกันในแง่ของการนำภูมิปัญญามาใช้ประโยชน์ หรือเป็นสิ่งที่นำมาปรับใช้ได้ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาสังคม พัฒนาอาชีพ กระบวนการดังกล่าวนี้ น่าจะเป็นประโยชน์กับคนรุ่นหลังที่เขาสามารถจะพัฒนาความรู้หรือภูมิปัญญาที่มีอยู่แล้วด้วยตัวของเขาเองตามสภาพ ตามกาลเวลา ฉะนั้นในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โจทย์อยู่ที่ว่าทำอะไรจึงจะให้ได้ข้อมูลที่เป็นมรรควิธีหรือกระบวนการที่บอกว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ละอย่างเกิดขึ้นได้อย่างไร ไม่ใช่กระบวนการที่เพียงแต่พรรณนาให้รู้ว่า “อะไรเป็นอะไร” (Know What) เท่านั้น แต่สามารถวิเคราะห์และเรียนรู้เชิงวิพากษ์ลึกลงไปว่า “ทำไม” จึงเป็นเช่นนั้น (Know Why) รู้ถึงเงื่อนไขหรือเหตุ-ปัจจัย ยิ่งไปกว่านั้นยังต้องรู้ด้วยว่า “ทำอะไร” (Know How) ที่จะสร้างประโยชน์แก่ตน ชุมชนท้องถิ่นหรือสังคม

3) เป้าหมายหรือทิศทางของการพัฒนา การนำความรู้ไปใช้ หรือผลกระทบ จากความรู้ และกระบวนการนั้น ๆ ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เพราะจะสะท้อนกระบวนการ ทักษะ วิชิตคิด ที่กำหนดวิธีการในเรื่องต่าง ๆ ของชุมชนท้องถิ่น หรือสังคม

1.2.4 ประโยชน์ของการจัดการความรู้

บุญดี บุญญากิจ (2547:22) กล่าวว่าการจัดการความรู้ที่ดีจะช่วยให้องค์กรได้รับ ประโยชน์

- 1) ช่วยในการเก็บรักษาความรู้ให้คงอยู่ไปกับองค์กรตลอดไป
- 2) ช่วยลดระยะเวลาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การให้บริการ หรือการเรียนรู้งานใหม่
- 3) ปรับปรุงประสิทธิภาพและช่วยเพิ่มผลผลิตให้กับทุกส่วนขององค์กร
- 4) เสริมสร้างนวัตกรรมใหม่ทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ
- 5) ส่งเสริมให้มีการเรียนรู้แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งจะ ส่งผลให้บุคลากรมีคุณภาพเพิ่มขึ้นและสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการปฏิบัติงานอันก่อให้เกิด ประโยชน์ต่อองค์กร

6) ช่วยให้องค์กรมีความพร้อมในการปรับตัวให้เหมาะสมกับการ เปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจเพื่อความอยู่รอดและได้เปรียบทางการแข่งขัน

จิตพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ (2548:75) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการจัดการความรู้ไว้ ดังนี้

- 1) การจัดการความรู้เป็นการรวบรวมองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความ ซำนาญ และความรู้ของบุคลากรไว้ได้
- 2) การจัดการความรู้เป็นการรวบรวมข้อมูลไว้อย่างเป็นระบบสามารถที่จะ เข้าถึงประเภท คุณภาพของความรู้ได้ หากมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการความรู้ จะสามารถประมวลผลเพื่อการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว
- 3) ความรู้ที่ได้จัดระบบไว้จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถเรียนรู้งาน มีความ เข้าใจในเนื้องาน วัตถุประสงค์ของงานได้ด้วยตนเอง และเกิดจิตสำนึกในการพัฒนาความรู้ในการ ปฏิบัติงาน
- 4) ช่วยให้องค์กรมีข้อมูลต่างๆ ซึ่งเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน
- 5) เป็นการพัฒนาความสามารถจากทรัพยากรสินทางปัญญาที่มีอยู่ในองค์กรซึ่ง เป็นการแสดงศักยภาพขององค์กร
- 6) เป็นการนำการจัดการความรู้มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ การผลิตและการบริการซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการ

7) การจัดการความรู้เป็นการสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าจากการศึกษาความสนใจและความต้องการของลูกค้าซึ่งจะเป็นการสร้างความพึงพอใจ และส่งผลต่อการเพิ่มยอดขาย และสร้างรายได้แก่องค์กร

8) การจัดการความรู้เป็นการสร้างการเรียนรู้ร่วมกันการจัดการเอกสาร การจัดการกับความรู้ที่ไม่เป็นทางการเพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ และค่านิยมของบุคลากรเพื่อมุ่งสู่ผลสัมฤทธิ์ขององค์กร

พรธิดา วิเชียรปัญญา (2547:20) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการ จัดการความรู้ไว้ 8 ประการ

1) ป้องกันความรู้สูญหาย การจัดการความรู้ทำให้องค์กร หรือชุมชนท้องถิ่น สามารถรักษาความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความรู้ที่อาจสูญหายไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง บุคลากร เช่น การเกษียณอายุทำงาน การลาออกจากงาน หากเป็นชุมชนท้องถิ่น เช่น การย้ายถิ่น อายุขัย หรือการเสียชีวิต เป็นต้น

2) เพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ เนื่องจากความรู้เป็นปัจจัยสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ ที่ทำให้ผู้ที่มีหน้าที่ตัดสินใจสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และมี คุณภาพ

3) ความสามารถในการปรับตัวและยืดหยุ่น การจัดการความรู้ทำให้ ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจในงานและวัตถุประสงค์ของงาน โดยไม่ต้องมีการควบคุม ทำให้ ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำหน้าที่ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการพัฒนาจิตสำนึกในการ ทำงาน

4) ได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้เพราะการจัดการความรู้ให้องค์กรหรือ ชุมชนท้องถิ่น เข้าใจลูกค้า ผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการ เข้าใจแนวโน้มของการตลาดหรือการแข่งขัน ทำให้ สามารถลดช่องว่างและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันได้

5) พัฒนาความสามารถขององค์กร เป็นการพัฒนาความสามารถขององค์กร ในการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ อาทิเช่น สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์

6) การยกระดับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะการจัดการความรู้ เป็นการเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตและบริการ ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

7) การบริหารลูกค้า การจัดการความรู้หรือการศึกษาความสนใจหรือความ ต้องการของลูกค้าจะสร้างความพึงพอใจ และเพิ่มยอดขายหรือสร้างรายได้ให้กับองค์กรหรือชุมชน ท้องถิ่น

1.2.5 กระบวนการจัดการความรู้

กระบวนการในการจัดการความรู้ที่มีผู้อธิบายไว้ว่าประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆตามแนวความคิดของผู้ให้คำอธิบายดังนี้

วิจารณ์ พานิช (2547:4) กระบวนการในการจัดการความรู้มี 6 กิจกรรมดังนี้

- 1) การกำหนดความรู้หลักที่จำเป็นต่องานหรือกิจกรรมขององค์กร
- 2) การเสาะหาความรู้ที่ต้องการ
- 3) การปรับปรุงคัดแปลงหรือสร้างความรู้บางส่วนให้เหมาะต่อการใช้งาน
- 4) การประยุกต์ใช้ความรู้ในกิจการงานของตน
- 5) การนำประสบการณ์จากการใช้ความรู้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้มาบันทึกไว้
- 6) การจัดบันทึกขุมความรู้แก่นความรู้สำหรับไว้ใช้งาน

กนกพร นิมพลี (2555:105) ได้สรุปกระบวนการจัดการความรู้ว่ามีทั้งหมด 8 ประเด็นได้แก่

- 1) การกำหนดความรู้ (Knowledge Identification)
- 2) การแสวงหาและยึดกุมความรู้ (Knowledge Acquisition and Capture)
- 3) การสร้างความรู้ (Knowledge Creation)
- 4) การประมวลความรู้เป็นหมวดหมู่ (Knowledge Codification)
- 5) การแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing)
- 6) การจัดเก็บความรู้ (Knowledge Storage)
- 7) การถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer)
- 8) การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ (Knowledge Utilization or Application)

บุญดี บุญญากิจ และคณะ (2549:22) ได้สรุปขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้ไว้ดังนี้

- 1) การค้นหาความรู้ (Knowledge Identification)
- 2) การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge creation acquisition)
- 3) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge organization)
- 4) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge codification and refinement)
- 5) การเข้าถึงความรู้ (Knowledge access)
- 6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge sharing)
- 7) การเรียนรู้ (Learning)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 84) กล่าวว่าไว้ว่า กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process) เป็นกระบวนการแบบหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรเข้าใจถึงขั้นตอนที่ทำให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้หรือพัฒนาการของความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กร ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน คือ

1) การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) คือการค้นหาว่า มีความรู้อะไรบ้างในองค์กรที่มีผู้เกี่ยวข้องหรือลูกค้า ต้องการทราบ แล้วพิจารณาว่ารู้นั้นเป็นรูปแบบใด อยู่ที่ใครหรือความรู้อะไรบ้างที่องค์กรจำเป็นต้องมี และการจัดลำดับความสำคัญของความรู้เหล่านั้น เพื่อให้องค์กรวางขอบเขตของการจัดการความรู้ และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2) การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) คือการกำหนดวิธีการในการดึงความรู้จากแหล่งต่างๆ ที่อาจอยู่กระจัดกระจายมารวมไว้ การจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการหรือลักษณะการเรียนรู้ของผู้ใช้ และการสร้างความรู้ขึ้นจากความรู้เดิมที่มีอยู่หรือนำความรู้จากภายนอกองค์กรมาใช้ เพื่อให้องค์กรมีความรู้ที่จำเป็นต้องมีแต่ยังไม่มี

3) การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) คือ การจัดความรู้ให้เป็นระบบ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ เช่น การจัดทำสารบัญ และจัดเก็บความรู้ประเภทต่างๆ เพื่อให้การเก็บรวบรวม การค้นหา การนำมาใช้ทำได้ง่ายและรวดเร็ว การแบ่งชนิดหรือประเภทความรู้ โดยคำนึงถึงว่า ผู้ใช้เข้าไปใช้อย่างไร และลักษณะการทำงานของบุคลากรเป็นแบบใด เช่น แบ่งตามความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญของบุคลากร หัวข้อ/หัวเรื่อง หน้าที่/กระบวนการ

4) การประมวลความรู้และกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) คือ การประมวลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่ายและสะดวกต่อการใช้ ซึ่งทำได้หลายลักษณะ เช่น

- จัดทำ หรือ ปรับปรุงรูปแบบของเอกสารให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กรทำการป้อนข้อมูล การจัดเก็บ การค้นหาและการใช้ข้อมูลทำได้สะดวกและรวดเร็ว

- การใช้ภาษาเดียวกันทั่วทั้งองค์กร โดย จัดทำคำอธิบายศัพท์ของคำจำกัดความ ความหมายของคำต่าง ๆ ที่แต่ละหน่วยงานใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกัน

- การเรียบเรียง ตัดต่อ และปรับปรุงเนื้อหาให้มีคุณภาพดี ในแง่ต่างๆ เช่น ครบถ้วน เทียบตรง ทันสมัย สอดคล้อง และตรงตามความต้องการของผู้ใช้

5) การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) คือ วิธีการในการจัดเก็บและกระจายความรู้ เพื่อให้ผู้อื่นใช้ประโยชน์ได้ โดยมีการกระจายความรู้ให้ผู้ใช้ทั้ง 2 ลักษณะคือ

- Push (การป้อนความรู้) คือ การส่งข้อมูล/ความรู้ให้ผู้ใช้โดยผู้ใช้ไม่ได้ร้องขอ เช่น การส่งหนังสือเวียนแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ข่าวสารต่างๆ หรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร

- Pull (การให้โอกาสเลือกใช้ความรู้) คือ การที่ผู้ใช้สามารถเลือกรับหรือใช้แต่เฉพาะข้อมูล/ความรู้ที่ต้องการเท่านั้น ซึ่งช่วยลดปัญหาการได้รับข้อมูล/ความรู้ที่ไม่ต้องการมากเกินไป

6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) คือ การแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) โดยใช้วิธีการต่างๆ เช่น การจัดทำเอกสารจัดทำฐานความรู้ หรือจัดทำสมุดหน้าเหลือง โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ หรือ มีการแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) ซึ่งอาจใช้วิธีผสมผสาน เพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลสามารถเลือกใช้ได้ตามความสะดวก

7) การเรียนรู้ (Learning) คือ บุคลากรเกิดการเรียนรู้ ซึ่งอาจสังเกตได้จากความสามารถในการทำงานที่ดีขึ้น มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถแก้ปัญหาในงานได้ดีขึ้น และ/หรือเกิดความรู้ใหม่ๆ ขึ้น ช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้ขององค์กรที่มีอยู่แล้วให้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และนำไปสู่การทำให้องค์กรมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นในที่สุด

จรินทร์ อาสาทรงธรรม (2548: 44) กล่าวว่าไว้ว่า นักวิชาการทางด้านการจัดการความรู้ ได้นำเสนอกระบวนการจัดการความรู้ไว้หลายแนวทาง ผู้บริหารควรมีการวางแผนการจัดการความรู้ในองค์กร ดังนี้

1) การสำรวจและวางแผนความรู้ (Knowledge Planning) เป็นการสำรวจสภาพแวดล้อมขององค์กรในปัจจุบัน เพื่อทราบว่ามียังมีความรู้ในองค์กรมากน้อยเพียงใด มีการตั้งวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการไปถึงเป้าหมายนั้นๆ ควรมีการจัดแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับแหล่งพัฒนาความรู้

2) การพัฒนาความรู้ (Knowledge Generation) เป็นการทำให้องค์ความรู้ภายในองค์กรสามารถเพิ่มขึ้น สามารถพัฒนาได้จากการซื้อ เช่น ซอฟต์แวร์สำเร็จรูปรุ่นใหม่เข้ามาปฏิบัติงานในฝ่ายต่างๆ เป็นต้น หรือจากการเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้ มาจัดการในส่วนที่องค์กรไม่จำเป็นต้องเข้าไปบริหาร

3) การถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer) เป็นกระบวนการที่เผยแพร่ไปสู่บุคคลที่ต้องการความรู้นั้นจริงๆ ผู้บริหารควรกำหนดกลยุทธ์ก่อนว่าเป้าหมายคือใคร ปริมาณความรู้มากน้อยหรือไม่ เนื้อหาสำคัญหรือไม่ เพื่อให้การกำหนดรูปแบบในการถ่ายทอดได้อย่างถูกต้อง ตรงตามกลุ่มเป้าหมายผู้ที่ต้องการความรู้นั้นๆ

ธีระ รุณเจริญ (2550:215) กล่าวว่า iva การจัดการความรู้ประกอบด้วย กิจกรรมและกระบวนการต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

1) การขุดค้นและรวบรวมความรู้ กัดเลือกเอาเฉพาะความรู้ที่จำเป็นสำหรับการใช้ประโยชน์ทั้งจากภายในองค์กร และจากภายนอกองค์กรนำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความเหมาะสมกับบริบทของสังคมและขององค์กรถ้าไม่เหมาะสมก็ดำเนินการปรับปรุง

2) การจัดหมวดหมู่ความรู้ให้เหมาะสมต่อการใช้งาน

3) การจัดเก็บความรู้ เพื่อให้ค้นหาได้ง่าย

4) การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความรู้

5) การจัดกิจกรรมและกระบวนการเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้

6) การวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อยกระดับความรู้

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สรุปกระบวนการจัดการความรู้ทั้งหมด 6 ขั้นตอน คือ การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายทอดความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ เมื่อพิจารณารายละเอียดของกระบวนการจัดการความรู้ในแต่ละประเด็นสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การกำหนดความรู้(Knowledge Identification)

กานต์สุตา มาชะศิริานนท์ (2546:157-159) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการกำหนดว่าสิ่งใดที่ต้องการให้บุคลากรในองค์กรได้เรียนรู้โดยคำนึงถึงความจำเป็นชนิดและประเภทของงานที่ปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ นโยบาย พันธกิจ ค่านิยม และเป้าหมายต่างๆขององค์กร โดยมีรูปแบบดังนี้

(1) การกำหนดนโยบายในสิ่งที่ต้องการการเรียนรู้

(2) การประกาศนโยบายในการกำหนดสิ่งที่ต้องการ

(3) การหาความต้องการในสิ่งที่จะเรียนรู้ของบุคลากรในองค์กร

(4) ทีมผู้ชำนาญการและนักวิเคราะห์ความรู้พิจารณาดำเนินการ

(5) การประกาศและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่บุคลากรในองค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้

วิจารณ์ พานิช (2547:9) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการนำความมุ่งมั่นวิสัยทัศน์พันธกิจ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรมากำหนดความรู้ที่ต้องการใช้เพื่อให้การจัดการความรู้มีจุดเน้นไม่สะเปะสะปะ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 84) กล่าวว่าไว้ว่าการบ่งชี้ความรู้ คือการค้นหาว่า มีความรู้อะไรบ้างในองค์กรที่มีผู้เกี่ยวข้องหรือลูกค้า ต้องการทราบ แล้วพิจารณาว่ารู้นั้นเป็นรูปแบบใด อยู่ที่ใครหรือความรู้อะไรบ้างที่องค์กรจำเป็นต้องมี และ การจัดลำดับความสำคัญของรู้นั้น เพื่อให้้องค์กรวางแผนขอขอบเขตของการจัดการความรู้ และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า การกำหนดความรู้ เป็นการนำความมุ่งมั่น เป้าหมาย หรือ วัตถุประสงค์ของกลุ่ม มากำหนดความรู้ที่กลุ่มต้องการใช้ โดยคำนึงถึงความจำเป็น และงานที่ต้องปฏิบัติ เพื่อให้มีจุดเน้น และเป็นความรู้ที่สมาชิกในกลุ่มจำเป็นต้องเรียนรู้ เพื่อให้สามารถกำหนดขอบเขตของการจัดการความรู้ และสามารถจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การแสวงหาความรู้ (Knowledge creation acquisition)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 84) กล่าวถึงการสร้างและแสวงหาความรู้ คือ การกำหนดวิธีการในการดึงความรู้จากแหล่งต่างๆ ที่อาจอยู่กระจัดกระจายมารวมไว้ การจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการหรือลักษณะการเรียนรู้ของผู้ใช้ และการสร้างความรู้ขึ้นจากความรู้เดิมที่มีอยู่หรือนำความรู้จากภายนอกองค์กรมาใช้ เพื่อให้้องค์กรมีความรู้ที่จำเป็นต้องมีแต่ยังไม่มี

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2548:72) ได้สรุป เกี่ยวกับการสร้างและแสวงหาความรู้ ไว้ดังนี้ องค์กรควรแสวงหาความรู้ที่มีประโยชน์และมีผลต่อการดำเนินงานจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังนี้

1) การแสวงหาและรวบรวมความรู้จากแหล่งภายใน (Internal Collection of Knowledge) ความสามารถในการเรียนรู้ของบุคลากรภายในองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการได้มาซึ่งความรู้ต่าง ๆ จากแหล่งความรู้ภายในองค์กรเอง โดยมีวิธีการดำเนินการดังนี้คือ

1.1 การให้ความรู้กับพนักงาน องค์กรควรมีแผนในการฝึกอบรมสำหรับพนักงานในทุกกระดับ (Training Road Map) มีการประชุม การแสดงผลงาน และจัดให้มีระบบที่เลี้ยง เป็นต้น

1.2 การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงและการลงมือปฏิบัติ (Action Learning) โดยการมอบหมายงาน (Assign) ทำทายให้ทำ การหมุนเวียนงาน (Rotation) ให้พนักงานไปรับผิดชอบงานหลายหน้าที่ (Funcations)

1.3 การเรียนรู้จากประสบการณ์ความสำเร็จ (Best Practice) จากบุคลากร หน่วยงานอื่น ๆ ในองค์กร

1.4 การนำบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกันเข้ามาทำงาน ร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ ขึ้น

1.5 การดำเนินการเปลี่ยนแปลงกระบวนการปฏิบัติงานต่าง ๆ ในเชิงรุก ซึ่ง มีการปรับปรุงระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการนำเอา เทคโนโลยีสารสนเทศมาบูรณาการกับระบบงานต่าง ๆ ด้วย เช่น Web Blog เป็นต้น

1.6 การลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ด้าน ผลิตภัณฑ์หรือบริการในเชิงรุก ให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของตลาดหรือผู้ใช้บริการ

2) การแสวงหาและรวบรวมความรู้จากแหล่งภายนอก (External Collection of Knowledge) องค์กรต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล เพื่อการปรับปรุง การดำเนินงาน และสร้างแนวคิด ใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์งาน ด้วยการแสวงหาความรู้ต่าง ๆ จากแหล่งภายนอกองค์กรโดยวิธีการ ต่าง ๆ ดังนี้คือ

2.1 การให้ทุนการศึกษาแก่พนักงานขององค์กร เพื่อศึกษาต่อในระดับที่ สูงขึ้น เพื่อเป็นการสร้างรากฐานความรู้เพิ่มพูนประสบการณ์เชิงลึกสำหรับพนักงานในแต่ละ วิชาชีพ

2.2 การส่งพนักงานไปศึกษาดูงาน และปฏิบัติงานจากหน่วยงานที่ประสบ ความสำเร็จและมีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ

2.3 การสร้างบุคลากรที่มีความรู้ที่องค์กรต้องการเข้ามาทำงาน โดยวิธีการ สรรหาเชิงรุก เช่น โครงการรับผู้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ โครงการเสริมคนเก่งสร้างคนดี มีลักษณะเป็นโครงการรับนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้ได้มี ประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจริง ทั้งนี้ผู้ผ่านโครงการดังกล่าว เมื่อจบการศึกษาสามารถมา สมัครงานกับองค์กรได้ เป็นต้น

2.4 การเปิดรับข่าวสารจากหลากหลายสื่อ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล เป็น ต้น รวมทั้งตรวจสอบ แนวโน้มทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี

2.5 การใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ (Benchmarking) กับองค์กรอื่น ๆ

2.6 การจ้างที่ปรึกษา

กนกพร นิมพลี (2555:105-107) กล่าวถึงการแสวงหาความรู้ไว้ดังนี้ การแสวงหาความรู้ นั้นมาจากทั้ง ภายในและภายนอกองค์กร การแสวงหาความรู้จากภายนอก เช่น การค้นหาความรู้จากสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ที่องค์กรต้องการ จากหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วารสาร บทความ หรืองานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งถือว่าเป็นความรู้ ที่มีการจัดเก็บรวบรวมไว้เพื่อเผยแพร่ หรือเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องจากภายนอกองค์กร การแสวงหาความรู้จากภายใน เป็นความสามารถในการเรียนรู้จากทุกส่วนภายในองค์กร ซึ่งความรู้ในลักษณะจะเกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ การดำเนินงานต่าง ๆ ภายในองค์กร ทั้ง ในส่วนตัวบุคคลหรือในภาพรวมขององค์กร

การสร้างความรู้เกี่ยวข้องกับความรู้ที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ (Generative) และเกี่ยวข้องกับแรงผลักดัน การหยั่ง รั้วและความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในสิ่งที่เกิดขึ้นของแต่ละบุคคลและองค์กรการสร้างความรู้ใหม่นั้นควรอยู่ในหน่วยงานหรือคนในองค์กรซึ่งหมายความว่าทุก ๆ คนสามารถเป็นผู้สร้างความรู้ได้ โดยรูปแบบต่างๆ ในการสร้างความรู้มีดังนี้

- 1) บุคคลให้ความรู้ที่ตนมีอยู่กับผู้อื่น เช่น การถ่ายทอดความรู้จากการทำงานร่วมกัน
- 2) การนำความรู้ที่องค์กรมีอยู่ผนวกเข้ากับความรู้ของแต่ละบุคคลเพื่อให้เกิดความเป็นความรู้ใหม่และแบ่งปันกันทั่ว ทั้ง องค์กร
- 3) ความรู้ที่ได้จากการรวมและสังเคราะห์ความรู้ที่มีอยู่เข้าด้วยกันรูปแบบนี้อาจจำกัดอยู่ที่ความรู้ที่มีอยู่แล้ว
- 4) ความรู้ที่เกิดขึ้นเป็นการภายใน โดยสมาชิกองค์กรค้นพบแนวทางได้เอง และมีกิจกรรมมากมายที่องค์กรสามารถดำเนินการเพื่อสร้างความรู้
- 5) การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ
- 6) การแก้ไขอย่างเป็นระบบ
- 7) การทดลอง ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจและโอกาสสำหรับการเรียนรู้
- 8) การเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา

ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า การแสวงหาความรู้เป็นการสืบเสาะค้นหา และรวบรวมความรู้จากที่ต่าง ๆ นำมาใช้ในการปฏิบัติงานและพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอจนเกิดเป็นทักษะ และความชำนาญ การแสวงหาความรู้ นั้นมาจากทั้ง ภายในและภายนอกองค์กรได้ จากภายนอก เช่น การค้นหาความรู้จากสื่อต่าง จากหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วารสาร บทความ หรืองานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งถือว่าเป็นความรู้ ที่มีการจัดเก็บรวบรวมไว้เพื่อเผยแพร่ การแสวงหาความรู้จากภายใน เป็นการสืบเสาะค้นหาและรวบรวมความรู้ที่มีอยู่ภายในกลุ่มและในชุมชนท้องถิ่น เช่น ความรู้ที่เกิดขึ้นเป็นการภายในของสมาชิกในกลุ่ม ความรู้จากประสบการณ์ความสำเร็จ จากผู้รู้หรือปราชญ์ชาวบ้าน

3. การแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing)

กนกพร นิมพลี (2555:105-107) ได้กล่าวว่าการแลกเปลี่ยนความรู้ คือการส่งผ่านความรู้ระหว่างบุคคลหรือองค์กร และผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยกระบวนการหรือกิจกรรมที่เป็นทางการเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบชัดเจน เนื่องจากความรู้แบบชัดเจนสามารถแลกเปลี่ยนแบบตรงไปตรงมา ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้โดยการจัดทำเอกสาร ฐานความรู้การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยจะช่วยให้เข้าถึงความรู้ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ในขณะที่กระบวนการที่ไม่เป็นทางการเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบซ่อนเร้น ทั้งนี้ลักษณะการแลกเปลี่ยนความรู้แบบซ่อนเร้นเป็นการส่งผ่านความรู้แบบตัวต่อตัวหรือแบบกลุ่ม อาจกระทำได้หลายรูปแบบ ได้แก่ ชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Community of Practice: CoP) ระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) และการเรียนรู้ (Learning) เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 84)กล่าวไว้ว่า การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ คือ การแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) โดยใช้วิธีการต่างๆ เช่น การจัดทำเอกสาร จัดทำฐานความรู้ หรือจัดทำสมุดหน้าเหลือง โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ หรือ มีการแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) ซึ่งอาจใช้วิธีผสมผสาน เพื่อผู้ใช้ข้อมูลสามารถเลือกใช้ได้ตามความสะดวก

ผู้ศึกษาสรุปได้ว่าการแลกเปลี่ยนความรู้ หมายถึง คือการส่งผ่านความรู้ระหว่างบุคคลหรือกลุ่ม และผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยกระบวนการหรือกิจกรรมที่เป็นทางการเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบชัดเจน เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้โดยการจัดทำเอกสารฐานความรู้ ในขณะที่กระบวนการที่ไม่เป็นทางการเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบซ่อนเร้น เช่น ระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) การพูดคุยแลกเปลี่ยนผ่านการทำกิจกรรมของกลุ่ม

4. การจัดเก็บความรู้ (Knowledge Storage)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 84) กล่าวไว้ว่าการจัดความรู้ให้เป็นระบบ คือ การจัดความรู้ให้เป็นระบบ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ เช่น การจัดทำสารบัญ และจัดเก็บความรู้ประเภทต่างๆ เพื่อให้การเก็บรวบรวม การค้นหา การนำมาใช้ทำได้ง่ายและรวดเร็ว การแบ่งชนิดหรือประเภทความรู้ โดยคำนึงถึงว่า ผู้ใช้นำไปใช้อย่างไร และลักษณะการทำงานของบุคลากรเป็นแบบใด เช่น แบ่งตามความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญของบุคลากร หัวข้อ/หัวเรื่อง หน้าที่/กระบวนการ

กนกพร นิมพลี (2555:106) กล่าวว่าเป็นการนำเอาความรู้ที่ได้จากสร้างและพัฒนา มากำหนดสิ่งสำคัญที่จะเก็บไว้เป็นองค์ความรู้ โดยต้องพิจารณาถึงวิธีการในการเก็บรักษาและ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการขององค์กร โดยต้องเก็บรักษาส่งที่องค์กรเรียกว่าเป็น ความรู้ให้ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสารสนเทศ ตลอดจนผลสะท้อนกลับ การวิจัยและการทดลอง การจัดเก็บเกี่ยวข้องกับด้านเทคนิค เช่น การบันทึกเป็นฐานข้อมูล(Database) หรือการบันทึกเป็น ลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน รวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางมนุษย์ด้วย เช่น การสร้างและการ จัดจำของปัจเจกบุคคล เป็นต้น

ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า การจัดเก็บความรู้ เป็นการนำเอาความรู้ที่ได้จากการแสวงหา หรือความรู้ที่เกิดจากการพัฒนามาเก็บรักษาให้เป็นระบบ ง่ายต่อการนำออกมาเพื่อแลกเปลี่ยนหรือ ถ่ายทอดความรู้ หรือผู้ที่ต้องการเรียนรู้สามารถค้นหาและนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ การเก็บไว้ที่ตัวบุคคล การบันทึกไว้ในสมุดส่วนตัวหรือเอกสารของกลุ่ม การบันทึกภาพถ่าย กระบวนการผลิต หรือการเก็บข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์

5.การถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer)

กนกพร นิมพลี (2555:109)กล่าวว่าการถ่ายทอดความรู้ นั้นมีความจำเป็นสำหรับ องค์กรเนื่องจากองค์กรจะมีการเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อความรู้มีการกระจายถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็ว และเหมาะสมทั่ว ทั้ง องค์กร นอกจากนี้การถ่ายทอดความรู้ยังเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนที่ของข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งนั้นอย่างเป็นทางการและไม่เป็น ทางการ ซึ่งการถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นทางการ เช่น การสื่อสารด้วยการเขียน การฝึกอบรม การ ประชุม การสรุปข่าวสาร สื่อสารในองค์กรด้วยสิ่งพิมพ์หรือเครื่องเสียงการ ไปเยี่ยมชมงานต่าง ๆ และการใช้ระบบพี่เลี้ยง เป็นต้น ส่วนการถ่ายทอดความรู้อย่างไม่เป็นทางการที่เกิดขึ้นในหน้าที่ทำ เป็นประจำอย่างไม่มีแบบแผน เช่น จากประสบการณ์เรื่องเล่าที่เล่าต่อกันมา และเครือข่ายที่ไม่เป็น ทางการ เป็นต้น

จรินทร์ อาสาทรงธรรม (2548: 44) กล่าวถึงการถ่ายทอดความรู้ว่า เป็นกระบวนการ ที่เผยแพร่ไปสู่บุคคลที่ต้องการความรู้ นั้นจริงๆ ผู้บริหารควรกำหนดกลยุทธ์ก่อนว่าเป้าหมายคือใคร ปริมาณความรู้มากน้อยหรือไม่ เนื้อหามีความสำคัญหรือไม่ เพื่อทำให้การกำหนดรูปแบบในการ ถ่ายทอดได้อย่างถูกต้อง ตรงตามกลุ่มเป้าหมายผู้ที่ต้องการความรู้ นั้นๆ

ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า การถ่ายทอดความรู้ หมายถึง การส่งต่อความรู้ระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง อาจเป็นไปอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นทางการ เช่น การสื่อสารด้วยการเขียน การฝึกอบรม การประชุม มีการจัดทำคู่มือหรือเอกสารเพื่อการถ่ายทอด เป็นต้น ส่วนการถ่ายทอดความรู้อย่างไม่เป็นทางการนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยอาจจะไม่รู้ตัว หรือเป็นการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการที่เกิดขึ้นในหน้าที่ที่ทำงานเป็นประจำอย่างไม่มีแบบแผน เช่น การถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับบุคคลในครัวเรือน หรือสมาชิกกลุ่มในลักษณะที่เป็นเรื่องเล่า หรือทำให้ดู เป็นต้น โดยการถ่ายทอดความรู้นั้นเป็นลักษณะของการถ่ายทอดความรู้ของกลุ่มให้กับบุคคลภายนอก

6.การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ (Knowledge Utilization or Application)

มาร์ควอร์ด (1996:28) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการใช้ความรู้เพื่อประโยชน์ต่อองค์กรและเป็นความจำเป็นเนื่องจากองค์กรจะเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้นก็ต่อเมื่อความรู้มีการกระจายและการถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสมทั่วทั้งองค์กร

กนกพร ฉิมพลี (2555:109)กล่าวถึงการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ว่า คุณค่าของความรู้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อได้ถูกนำไปใช้ การใช้ความรู้ คือการนำความรู้ที่ได้รับจากการเผยแพร่ หรือถ่ายทอดความรู้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงาน สามารถนำความรู้มาช่วยในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและทันท่วงที ทั้งนี้การประยุกต์ใช้ความรู้และนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ (Knowledge Exploitation) นั้นเป็นขั้น ตอนที่ต้องการให้เกิดการขับเคลื่อนหรือส่งเสริมให้สมาชิกในองค์กรมีใช้และแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งการนำไปใช้ประโยชน์นี้แบ่งออกเป็น 3 ด้านหลัก ๆ คือ เทคโนโลยี การปฏิบัติการ และแง่มุมทางสังคม เนื่องจากในด้านเทคโนโลยีนั้นเกี่ยวข้องกับความสามารถในการเข้าถึงความรู้ที่มีการจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบ ในขณะที่ด้านปฏิบัติการและแง่มุมทางสังคม (Social Aspects) เกี่ยวกับการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้

Wiig (1993) กล่าวถึง การนำความรู้ไปใช้ (Use Knowledge) หรือเรียกอีกนัยหนึ่งว่าการประยุกต์ใช้ความรู้ ซึ่งมีวิธีการต่างๆ มากมาย อาทิ เช่น ใช้ความรู้ที่สร้างขึ้นเพื่อนำมาใช้ในงานประจำวัน (Performs Tasks) การสำรวจสถานการณ์ต่าง ๆ (Survey) การเลือกความรู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดการกับสถานการณ์ (Select) การสังเกตลักษณะเฉพาะของสถานการณ์ (Observe) การวิเคราะห์สถานการณ์ด้วยความรู้ (Analyze) การสังเคราะห์ทางเลือก (Synthesize) การประเมินผลทางเลือก (Evaluate) การตัดสินใจ (Decide) และการปฏิบัติตามทางเลือก (Implement)

ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ หมายถึง การนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำกิจกรรมของกลุ่ม สามารถนำความรู้มาช่วยในการแก้ไข

ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและทันทั่วถึง ซึ่งมีวิธีการต่างๆมากมาย เช่น การใช้ความรู้ในการทำกิจกรรมประจำวัน การใช้ความรู้ในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิตให้ดีขึ้น การนำความรู้ไปแลกเปลี่ยนหรือถ่ายทอดให้เกิดประโยชน์กับกลุ่มหรือชุมชน

1.2.6 เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

การนำหลักการจัดการความรู้ (Knowledge Management) มาใช้ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสพผลสำเร็จนั้น นอกเหนือจากจะมีการศึกษาองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น แล้ว วิสาหกิจชุมชนควรมีการศึกษาเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ด้วย และมีผู้ศึกษาและนักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ ดังนี้

บุญดี บุญญากิจ และคณะ (2547 : 59-62) ได้สรุปปัจจัยที่เอื้อให้การจัดการความรู้ประสบความสำเร็จ ได้แก่

1) ภาวะผู้นำและกลยุทธ์ การจัดการความรู้ให้ประสพผลสำเร็จต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารขององค์กร ผู้บริหารจะต้องเข้าใจแนวคิดและตระหนักถึงประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับจากการจัดการความรู้เพื่อที่จะสามารถสื่อสารและผลักดันให้มีการจัดการความรู้ในองค์กร อีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จในการจัดการความรู้ คือ ทิศทางและกลยุทธ์ที่ชัดเจนของการจัดการความรู้องค์กรต้องตอบให้ได้ว่าจะจัดการความรู้ในองค์กรเพื่ออะไร เพื่อนำเป้าหมายนั้นมากำหนดเป็นแผนงานและกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สิ่งสำคัญคือกลยุทธ์ของการจัดการความรู้จะต้องสนับสนุนและสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานขององค์กร

2) วัฒนธรรมองค์กร สิ่งสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จในการจัดการความรู้ได้คือวัฒนธรรมของการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ระหว่าง บุคลากรภายในองค์กร องค์กรต้องทำความเข้าใจถึงอุปสรรคต่าง ๆ ที่ขัดขวางไม่ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ และพยายามหาวิธีการที่จะกำจัดอุปสรรคต่าง ๆ เหล่านั้น การแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมองค์กรให้เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนความรู้จะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารเพื่อทำให้บุคลากรในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลง

3) เทคโนโลยีสารสนเทศ มีส่วนสำคัญในการช่วยให้คนในองค์กรสามารถค้นหาความรู้ ดึงความรู้ไปใช้ ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ และช่วยให้ข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ถูกจัดเก็บอย่างเป็นระเบียบ แต่การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์กรต้องมั่นใจว่าระบบเทคโนโลยีนั้น ๆ สามารถเชื่อมต่อหรือรวมเข้ากับระบบเดิมที่องค์กรมีอยู่ได้ รวมถึงต้องตอบสนองความต้องการของผู้ใช้และใช้ได้ง่าย ที่สำคัญในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้คือ องค์กรต้องตระหนักว่าเทคโนโลยีเป็นเพียงเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการติดต่อและเชื่อมโยงคนภายในองค์กรเข้า

ด้วยกันเท่านั้น เทคโนโลยีไม่ได้ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ แต่ทำให้การแลกเปลี่ยนความรู้เกิดขึ้นได้รวดเร็วและสะดวกยิ่งขึ้นคนเป็นผู้ที่แลกเปลี่ยนความรู้ไม่ใช่เทคโนโลยี

4) การวัดผล การวัดผลของการจัดการความรู้จะช่วยให้องค์กรสามารถทบทวนประเมินผล และทำการปรับปรุงกลยุทธ์และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการจัดการความรู้ได้ นอกจากนั้นผลจากการวัดความสำเร็จของการจัดการความรู้จะโน้มน้าวให้บุคลากรทุกระดับเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดการและแลกเปลี่ยนความรู้ ในการวัดผลองค์กรต้องตระหนักว่าตัวชี้วัดที่ดีจะต้องสอดคล้องและเชื่อมโยงกับกลยุทธ์การจัดการความรู้ขององค์กรและสามารถบอกได้ว่าสถานะปัจจุบันของการจัดการความรู้เป็นอย่างไร การดำเนินการมีความคืบหน้าเพียงใด และได้ผลตามที่คาดหวังไว้หรือไม่อย่างไร และการจัดการความรู้ส่งผลกระทบต่ออะไรบ้าง

5) โครงสร้างพื้นฐาน การดำเนินกิจกรรมการจัดการความรู้ให้เป็นไปอย่างราบรื่นจะต้องมีโครงสร้างและระบบรองรับสำหรับบุคลากรในองค์กรให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างสะดวก โครงสร้างนี้อาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้ เช่น สถานที่ หรือเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งช่วยให้บุคลากรได้แลกเปลี่ยนความรู้กัน หรือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น โครงสร้างหรือระบบงานที่เอื้อให้เกิดสภาพที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ และกลไกในการแลกเปลี่ยนความรู้ต่าง ๆ ในชีวิตการทำงานประจำวัน นอกจากนั้น ผู้บริหารจะต้องพิจารณาถึงโครงสร้างของหน่วยงานหรือบุคลากรที่จะรับผิดชอบในการจัดการความรู้ว่าควรเป็นในรูปแบบใด เช่น การจัดตั้งทีมงานข้ามฝ่าย เพื่อให้บุคลากรจากทุกฝ่ายงานเข้ามาร่วมกันวางแผนและดำเนินการในเรื่องการจัดการความรู้ เป็นต้น สุดท้ายคือ ระบบการบริหารทรัพยากรบุคคล เช่น ระบบการประเมินผลงาน และระบบการยกย่องชมเชยและให้รางวัลที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ขององค์กร

ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์ (2548) น้าทิพย์ วิภาวิน (2547) บุญดี บุญญากิจ และคณะ (2547) สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ดังนี้

- 1) ภาวะผู้นำและกลยุทธ์ ผู้นำให้การสนับสนุน มีการกำหนดทิศทาง ความเชื่อ และค่านิยมร่วมเพื่อก่อให้เกิดความมุ่งมั่นร่วมกันทั้งองค์กร
- 2) โครงสร้างที่เป็นแนวทางในการส่งเสริมการจัดการความรู้
- 3) วัฒนธรรม พฤติกรรมและการสื่อสาร ที่กำหนดและแสดงออกเป็นพฤติกรรม เป็นวัฒนธรรมมุ่งสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้
- 4) เทคโนโลยีและกระบวนการที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ เพื่อการจัดการข้อมูลสารสนเทศ และองค์ความรู้ให้เป็นระบบ สามารถสืบค้นได้สะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการใช้งาน
- 5) การให้รางวัลและการยอมรับ เพื่อสร้างแรงจูงใจต่อพฤติกรรมที่พึงประสงค์

- 6) การวัดผลและประเมินผล
- 7) ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ของทีมงานจัดการความรู้
- 8) การจัดการ เพื่อให้การจัดการความรู้เกิดขึ้นได้ตามแผนที่วางไว้
- 9) มีช่องทางที่หลากหลายสำหรับการถ่ายทอดความรู้
- 10) มีความเกี่ยวข้องกับคุณค่าทางเศรษฐกิจหรืออุตสาหกรรม

สุวรรณ เจริญเสาวภาคย์ จิรประภา อัครบวร และจุฑามาศ แก้วพิจิตร (2548)

อธิบายปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการความรู้มี 5 ประการที่สำคัญ คือ

1) ภาวะผู้นำและกลยุทธ์ โดยการจัดการความรู้จะประสบความสำเร็จอย่างดึ้นนั้น จะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารองค์กรหรือผู้นำชุมชน โดยผู้นำต้องเข้าใจแนวคิดและตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับการจัดการความรู้ เพื่อที่จะสามารถสื่อสารและผลักดันให้เกิดการจัดการความรู้ในองค์กร หรือผู้บริหารต้องมีภาวะความเป็นผู้นำที่ชัดเจนนั่นเองนอกเหนือจากการมีภาวะผู้นำของผู้นำแล้ว ปัจจัยหลักที่จะช่วยให้องค์กรหรือชุมชนบรรลุผลสำเร็จในการจัดการความรู้ ก็คือ ทิศทางและกลยุทธ์ที่ชัดเจนของการจัดการความรู้ เพื่อที่จะนำเอาเป้าหมายของการจัดการความรู้ มากำหนดเป็นแผนงานและกิจกรรมต่างๆ ที่จำเป็น เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2) วัฒนธรรมองค์กร ซึ่งปัจจัยที่จะช่วยให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จในการจัดการความรู้ได้ คือ วัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ระหว่างบุคคล โดยการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรให้เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนความรู้จะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้นำหรือผู้บริหารอย่างเต็มที่

3) เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการจัดการความรู้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ตที่ช่วยให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้สามารถทำได้ง่ายขึ้น การช่วยให้คนสามารถค้นหาความรู้ และดึงความรู้ไปใช้ประโยชน์ และช่วยให้การจัดการความรู้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์กรนั้นจะต้องมั่นใจว่า ระบบสารสนเทศนั้นสามารถเชื่อมต่อหรือบูรณาการเข้ากับระบบเดิมที่มีอยู่และใช้ได้ง่าย ทำให้การแลกเปลี่ยนความรู้ได้สะดวกและรวดเร็ว

4) การวัดผล การวัดผลของการจัดการความรู้จะช่วยให้องค์กรทราบถึงสถานะปัจจุบัน การดำเนินการมีความคืบหน้าเพียงใดและได้ผลตามที่คาดหวังไว้หรือไม่อย่างไร ทำให้องค์กรสามารถทบทวนและประเมินผล การปรับปรุงกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

5) โครงสร้างพื้นฐาน โดยโครงสร้างพื้นฐานนี้หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้ เช่นสถานที่ อุปกรณ์ต่างๆ หรือสิ่งที่ไม่จับต้องไม่ได้ใช้ เช่น ระบบงานที่เอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นอกจากนี้ ควรพิจารณาถึงโครงสร้างบุคลากรขององค์กรหรือชุมชนที่จะรับผิดชอบในการจัดการความรู้ เช่น การจัดตั้งคณะกรรมการชุมชน การแต่งตั้งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน เป็นต้น

ธวัชชัย หล่อวิจิตร (2551) ได้ระบุ 6 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการนำแนวคิดการจัดการความรู้ไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งองค์กรควรตระหนักใส่ใจอย่างจริงจัง เพื่อให้องค์กรสามารถกำหนดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน และสามารถปฏิบัติได้จริงมารองรับให้สอดคล้องต่องอไปนั้น ประกอบด้วย

- 1) การสนับสนุนจากผู้บริหารในทุกระดับ
- 2) บรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กร
- 3) การสื่อสาร
- 4) เทคโนโลยีที่เข้ากับพฤติกรรมการทำงาน
- 5) การให้ความรู้เรื่องการจัดการความรู้
- 6) การมีแผนที่ชัดเจน
- 7) การประเมินผลโดยใช้ตัวชี้วัด
- 8) การสร้างแรงจูงใจ

อภิชาติ ใจอารีย์ (2555) ได้ระบุ เงื่อนไขที่ทำให้การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การแปรรูปหน่อไม้ของชุมชนบ้านพุเตยประสบความสำเร็จ มีเงื่อนไขหลักที่สำคัญ 5 ประการ คือ

- 1) ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้และการถ่ายทอดความรู้ เพื่อการสืบสานและการยกระดับองค์ความรู้ชุมชน
- 2) วัฒนธรรมชุมชนหรือวิถีชุมชน ชุมชนที่สมาชิกชุมชนมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เนื่องจากผ่านการฝ่าฟันในการสร้างชุมชนร่วมกันมาในอดีต ส่วนใหญ่มีความเป็นเครือญาติและเป็นเพื่อนร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมา รวมทั้งมีความเป็นสังคมเกษตรกรรม จึงมีความไว้วางใจกัน ซึ่งส่งผลให้การสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของคนในชุมชนเป็นไปด้วยดี
- 3) ผู้นำชุมชน ผู้นำชุมชนทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการที่มีความรู้ความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลและถูกต้อง มีความกระตือรือร้น รวมทั้งมีคุณธรรม จนเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน มีอิทธิพลต่อการจูงใจสมาชิกในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ได้เป็นอย่างดี
- 4) ทรัพยากรท้องถิ่น ชุมชนที่มีความอุดมสมบูรณ์เรื่องทรัพยากรป่าไม้ มีป่าชุมชนเป็นของตนเอง ซึ่งชาวบ้านรู้จักการนำเอามาใช้ประโยชน์อย่างหลากหลาย

5) โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่เพื่อการขับเคลื่อนการจัดการความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการไว้อย่างชัดเจน

บุญดี บุญญากิจ และคณะ(2549 : 59)

1) ภาวะผู้นำและกลยุทธ์ ผู้บริหารต้องเข้าใจแนวคิด มีความตระหนัก มีทิศทาง และกลยุทธ์ ที่ชัดเจน

2) วัฒนธรรมองค์กร คือวัฒนธรรมของการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร

3) เทคโนโลยีสารสนเทศทางด้านการจัดการความรู้ เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้คนในองค์กรสามารถค้นหาความรู้ ดึงความรู้ไปใช้ ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล และให้ข้อมูลความรู้ ด้านต่าง ๆ

4) การวัดและประเมินผล จะช่วยให้องค์กรสามารถทบทวน ประเมินผล และทำการปรับปรุงกลยุทธ์และกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการจัดการความรู้ได้

5) โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การมีระบบรองรับให้บุคลากรในองค์กรได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างสะดวก การมีสถานที่หรือเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ การมีระบบงานที่เอื้อให้เกิดสภาพที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ มีระบบประเมินผลงานและระบบการยกย่อง ชมเชย ให้รางวัลอย่างชัดเจนและเป็นธรรม จะเอื้อต่อการจัดการความรู้ขององค์กร

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สรุปเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นหมี่โคราช เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1) ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้

บุญธรรม (2535:7) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า หมายถึง การระลึกถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เคยมีประสบการณ์มาแล้ว และรวมถึงการจำเนื้อเรื่องต่าง ๆ ทั้งที่ปรากฏอยู่ในแต่และเนื้อหาวิชา และวิชาที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาวิชานั้นด้วย

ศุภกนิษฐ์ (2540:24) ได้กล่าวถึงการวัดความรู้ว่า การวัดความรู้เป็นการวัดระดับความจำ ความสามารถในการคิด เข้าใจกับข้อเท็จจริงที่ได้รับการศึกษา และประสบการณ์เดิม โดยผ่านการทดสอบคุณภาพแล้ว จะแยกคนที่มีความกับไม่มีความรู้ออกจากกันได้ระดับหนึ่ง

เกษม (2544:39-40) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า หมายถึง การรวบรวมความคิดของมนุษย์ จัดให้เป็นหมวดหมู่และประมวลสาระที่สอดคล้องกัน โดยนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์

จากคำจำกัดความที่มีผู้กล่าวไว้ในเบื้องต้น ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึงข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ และรายละเอียดของเรื่องราวและการกระทำต่าง ๆ ที่บุคคลได้ ประสบมาและเก็บสะสมไว้เป็นความจำที่สามารถถ่ายทอดต่อ ๆ ไปได้ และสามารถวัดความรู้ได้ โดยการระลึกถึงเรื่องเหล่านั้นแล้วแสดงออกมา

สำหรับระดับความรู้ที่ Bloom and Others ได้ทำการศึกษาและจำแนกพฤติกรรม ด้านความรู้ออกเป็น 6 ระดับ โดยเรียงตามลำดับชั้นความสามารถจากต่ำไปสูง (อ้างใน กนกวรรณ 2555: 72-73) ดังนี้

1) ความรู้ หมายถึง ความสามารถในการจำหรือรู้สึกรู้ได้ แต่ไม่ใช่การใช้ความ เข้าใจไปตีความหมายในเรื่องนั้น ๆ แบ่งออกเป็น ความรู้เกี่ยวกับเนื้อเรื่องซึ่งเป็นข้อเท็จจริง วิธี ดำเนินงาน แนวคิด ทฤษฎี โครงสร้าง และหลักการ

2) ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถจับใจความสำคัญของเรื่องราวต่าง ๆ ได้ ทั้งในด้านภาษา รหัส สัญลักษณ์ ทั้งรูปธรรมและนามธรรม แบ่งเป็นการแปลความ การตีความ การ ขยายความ

3) การนำไปใช้ หมายถึง ความสามารถนำเอาสิ่งที่ได้ประสบมา เช่น แนวคิด ทฤษฎี ต่าง ๆ ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ หรือนำไปใช้แก้ปัญหาตามสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

4) การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการแยกแยะเรื่องราว ออกเป็น ส่วนประกอบย่อย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบส่วนย่อย และหลักการ หรือ ทฤษฎี เพื่อให้เข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ

5) การสังเคราะห์ หมายถึงความสามารถในการนำเอาเรื่องราว หรือส่วนประกอบ ย่อยมาเป็นเรื่องราวเดียวกัน โดยมีการตัดแปลง ริเริ่ม สร้างสรรค์ ปรับปรุงของเก่าให้มีคุณค่าขึ้น

6) การประเมินค่า หมายถึง ความสามารถในการพิจารณา ตัดสินคุณค่าของ ความคิดอย่างมีหลักเกณฑ์ เป็นการตัดสินว่าอะไรดีไม่ดียังไรใช้หลักเกณฑ์เชื่อถือได้โดยอาศัย ข้อเท็จจริงภายในและภายนอก

การวัดความรู้เป็นการวัดความสามารถในการระลึกเรื่องราวข้อเท็จจริง หรือ ประสบการณ์ต่าง ๆ หรือเป็นการวัดการระลึกประสบการณ์เดิมที่บุคคลได้รับคำสอน การบอก กล่าว การฝึกฝนของผู้สอน รวมทั้งจากตำราจากสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ด้วยคำถามวัดความรู้ แบ่ง ออกเป็น 3 ชนิด (ไพศาล, 2526 : 96 - 104) คือ

1) ถามความรู้ในเนื้อเรื่อง เป็นการถามรายละเอียดของเนื้อหาข้อเท็จจริงต่าง ๆ ของเรื่องราวทั้งหลาย ประกอบด้วยคำถามประเภทต่าง ๆ เช่น ศัพท์ นิยม กฎ ความจริง หรือ รายละเอียดของเนื้อหาต่าง ๆ

2) ถามความรู้ในวิธีการดำเนินการ เป็นการถามวิธีการปฏิบัติต่าง ๆ ตามแบบแผน ประเพณี ขั้นตอนของการปฏิบัติงานทั้งหลาย เช่นถามระเบียบแบบแผน ลำดับขั้น แนวโน้มการจัดประเภทและหลักเกณฑ์ต่าง ๆ

3) ถามความรู้รวบยอด เป็นการถามความสามารถในการจดจำข้อสรุป หรือหลักการของเรื่องที่เกิดจากการผสมผสานหลักขณะร่วม เพื่อรวบรวมและย่อลงมาเป็นหลักหรือหัวใจของเนื้อหา

จางง (2535: 24-29) กล่าวว่า การวัดความรู้ในส่วนมากนิยมใช้แบบทดสอบซึ่งแบบทดสอบนี้เป็นเครื่องมือประเภทข้อเขียนที่นิยมใช้กันทั่ว ๆ ไป แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

1) แบบอัตนัย หรือแบบความเรียง โดยให้เขียนตอบเป็นข้อความสั้น ๆ ไม่เกิน 1-2 บรรทัด หรือเป็นข้อ ๆ ตามความเหมาะสม

2). แบบปรนัย แบ่งเป็น

(1) แบบเติมคำ หรือเติมข้อความให้สมบูรณ์ แบบทดสอบนี้เป็นการวัดความสามารถในการหาคำ หรือข้อความมาเติมลงในช่องว่างของประโยคที่กำหนดให้ถูกต้องแม่นยำ โดยไม่มีคำตอบใดชี้นำมาก่อน

(2) แบบถูก-ผิด แบบทดสอบนี้วัดความสามารถในการพิจารณาข้อความที่กำหนดให้ว่าถูกหรือผิด ใช่หรือไม่ใช่ จากความสามารถที่เรียนรู้มาแล้ว โดยจะเป็นการวัดความจำและความคิด ในการออกแบบทดสอบควรต้องพิจารณาถึงข้อความจะต้องชัดเจน ถูกหรือผิดเพียงเรื่องเดียว สั้นกะทัดรัดได้ใจความ และไม่ควรรใช้คำปฏิเสธซ้อน

(3) แบบจับคู่ แบบทดสอบนี้เป็นลักษณะการวางข้อเท็จจริง เงื่อนไข คำตัวเลข หรือสัญลักษณ์ไว้ 2 ด้านขนานกัน เป็นแถวตั้ง 2 แถว แล้วให้อ่านคูข้อเท็จจริงในแถวตั้งด้านหนึ่งว่ามีความเกี่ยวข้องกับ จับคู่ได้พอดีกับข้อเท็จจริงในอีกแถวตั้งหนึ่ง โดยทั่วไปจะกำหนดให้ตัวเลือกในแถวตั้งด้านหนึ่งน้อยกว่าอีกด้านหนึ่ง เพื่อให้ได้ใช้ความสามารถในการจับคู่มากขึ้น

(4) แบบเลือกตอบ ลักษณะของข้อสอบประกอบด้วยส่วนข้อคำถาม และตัวเลือก โดยตัวเลือกจะมีตัวเลือกที่เป็นตัวถูก และตัวเลือกที่เป็นตัวลวง

ดังนั้นในการศึกษาถึง ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการจัดการความรู้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ผู้ศึกษามุ่งเน้นศึกษาความสามารถในการทำความเข้าใจ ความหมายและการตีความเกี่ยวกับการจัดการความรู้ การมีความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ โดยใช้แบบทดสอบแบบถูก-ผิด เพื่อวัดความจำและความคิด ซึ่งเมื่อสมาชิกในองค์กรมีการตระหนักถึงความสำคัญและมีการทำความเข้าใจในการจัดการความรู้แล้วจะส่งผลการให้ดำเนินงานในการจัดการความรู้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัฒนธรรมองค์การ (Organization Culture)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์(2555:1) ได้ให้ความหมายของ วัฒนธรรมองค์การ คือ แบบแผนหรือวิถีชีวิตขององค์การที่สมาชิกยอมรับและยึดถือปฏิบัติร่วมกันเป็นทั้งแบบแผนทางความคิด ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ขององค์การ และเป็นแบบแผนทางการกระทำขององค์การ และปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกในองค์การ กล่าวคือ ถ้าหากหน่วยงานใดมีวัฒนธรรมองค์การที่ดี เช่น บุคลากรมีการทำงานอย่างเต็มที่เน้นคุณภาพและมีความรับผิดชอบสูง ย่อมส่งผลให้การทำงานของทุกคนดี มีคุณภาพ ทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพ รวมทั้งทำให้เกิดความพึงพอใจ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาเน้นศึกษาด้านวัฒนธรรมองค์การตามทฤษฎีของ Daft (Daft, 1999 อ้างในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ , 2551:9-11)ซึ่ง แบ่งประเภทวัฒนธรรมองค์การเป็น 4 ประเภท ได้แก่

(1) วัฒนธรรมองค์การแบบครอบครัว (clan culture) เป็นลักษณะของวัฒนธรรมที่เน้นให้สมาชิกรักสามัคคีและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ปฏิบัติงานร่วมกันและห่วงใยต่อกันเหมือนญาติมิตร ไม่ถือตัวหรือสถานภาพเข้าหากันในการปฏิบัติงาน สมาชิกร่วมมือช่วยเหลือกันในการปฏิบัติงาน มีความจริงใจต่อกัน ส่งเสริมการเรียนรู้ให้แก่กันและกัน ช่วยกันผลักดันความก้าวหน้าและห่วงใยในองค์การ ตัวอย่างเช่น การให้ความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม ความเอื้ออาทร การเห็นพร้อมต้องกัน ความเสมอภาค

(2) วัฒนธรรมแบบราชการ (bureaucratic culture) เป็นลักษณะวัฒนธรรมที่เน้นการติดต่อประสานงานการสื่อสารและสั่งการอย่างเป็นทางการมีระเบียบข้อบังคับการปฏิบัติงานต่างๆ กำหนดไว้อย่างชัดเจน ต้องใส่ใจและปฏิบัติตามระเบียบขั้นตอนต่างๆ การปฏิบัติงานหรือแก้ปัญหาต่างๆ มักทำตามเดิมๆ ที่เคยปฏิบัติมา สมาชิกมักเป็นผู้ตามที่ดีเวลาปฏิบัติงาน การตัดสินใจถือเอานโยบายหรือระเบียบแบบแผนเป็นที่ตั้ง การสั่งการเป็นไปตามลำดับขั้นตอนสายการบังคับบัญชา เช่น การยึดถือกฎระเบียบ ความมีเหตุผล การเชื่อฟังผู้นำ

(3) วัฒนธรรมแบบปรับตัว (adaptation culture) มีลักษณะของวัฒนธรรมที่เน้นให้เสรีและความคิดริเริ่มการปฏิบัติงาน มุ่งแสวงโอกาสหรือสร้างสิ่งใหม่ๆ เพื่อความก้าวหน้าให้องค์การ กล้ายอมรับความเสี่ยงเพื่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง สนใจการพัฒนาหรือเสาะหาสิ่งท้าทายใหม่ๆ เพื่อมาปรับปรุงการปฏิบัติงานมีการกระตุ้นและส่งเสริมการทำงานเป็นทีม ใส่ใจกับผลงานและความก้าวหน้าของสมาชิก ให้การฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรตามขั้นตอน เช่น การสร้างสรรค์ การทดลองสิ่งใหม่ ความมีอิสระทางความคิด การให้รางวัล

(4) วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (achievement culture) ลักษณะของวัฒนธรรมที่เน้นผลสำเร็จของการปฏิบัติงาน สมาชิกมุ่งปฏิบัติงานหนักในแต่ละวัน เน้นการสร้าง

ผลงานที่ประหยัดและมีคุณภาพมุ่งสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและมุ่งผลงานตามเป้าหมายมากกว่า ยึดถือขั้นตอนการปฏิบัติงาน เช่น การแข่งขัน การเน้นผลสัมบูรณ์ ความขยัน

3) ภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำเป็นกระบวนการที่บุคคลหนึ่ง(ผู้นำ)ใช้อิทธิพลและอำนาจของตน กระตุ้นชี้นำให้บุคคลอื่น (ผู้ตาม) มีความกระตือรือร้น เต็มใจทำในสิ่งที่เขาต้องการ โดยมีเป้าหมาย ขององค์การเป็นจุดหมายปลายทาง (พยอม วงศ์สารศรี, 2534:196)

การศึกษาภาวะผู้นำซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการจัดการความรู้ นั้น มุ่งเน้นศึกษา ภาวะผู้นำ ตามแนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Theories of Leadership) ของ แบส อโวลิโอ และ โฮเวลล์ (Bass, Avolio and Howell, 1992, quoted in Bass, 1996:5-7) ได้ทำการ วิเคราะห์องค์ประกอบของภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบดังนี้

(1) ภาวะผู้นำเชิงบริวารมี หรือการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ผู้นำจะแสดง พฤติกรรมที่เป็นแบบอย่างที่ดีต่อผู้ตาม มีวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการทำงานอย่างชัดเจน ยึด หลักคุณธรรมและจริยธรรมและหลีกเลี่ยงการใช้อำนาจเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง

(2) การสร้างแรงบันดาลใจ ผู้นำจะแสดงพฤติกรรมที่เป็นการกระตุ้น และเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้ตามสร้างความคาดหวังและสื่อสารให้กับผู้ตามเพื่อให้มี วิสัยทัศน์ในการทำงานร่วมกัน ผู้ตามจะมีความกระตือรือร้นและต้องการที่จะบรรลุเป้าหมาย

(3) การกระตุ้นทางปัญญา ผู้นำจะกระตุ้นศักยภาพและความสามารถ ของผู้ตามเพื่อให้เกิดนวัตกรรมและความสร้างสรรค์ ผู้ตามมีอิสระในการใช้ความคิดและแสดง ข้อคิดเห็น

(4) การตระหนักถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ผู้นำให้ความสนใจในความ ต้องการความสำเร็จและความก้าวหน้าของผู้ตามโดยการฝึกสอนและเป็นพี่เลี้ยง สร้างโอกาส ในการเรียนรู้ควบคู่ไปกับสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนเกื้อกูลผู้ตาม ผู้นำจะตระหนักถึงความ ต้องการที่แตกต่างกันไปของผู้ตามแต่ละคน

สรุปว่าภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงหมายถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงด้าน แรงจูงใจที่ผู้นำประพฤติตนเป็นแบบอย่าง การสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ตาม การกระตุ้น ความสามารถที่มีอยู่ในตัวผู้ตาม การตระหนักถึงความแตกต่างของแต่ละคน และการดูแลผู้ตาม อย่างใกล้ชิดเพื่อให้เกิดความเข้าใจ เข้าถึง และพัฒนาศักยภาพของผู้ตามให้เหมาะสมตาม รายบุคคล ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อผู้ตามทางด้านค่านิยมความเชื่อทัศนคติ จริยธรรม รวมไปถึงด้านการประพฤติปฏิบัติ ทำให้ผู้ตามเกิดแรงจูงใจ ความเชื่อมั่นในศักยภาพ

ของตน ความรู้สึกผูกพันต่อกลุ่มและเป้าหมายกลุ่มและความรู้สึกว่าคุณค่าต่อองค์กร และคนรอบข้าง

การจัดการความรู้จะประสบความสำเร็จอย่างดีนั้นจะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้นำชุมชนหรือผู้นำกลุ่ม โดยผู้นำต้องมีความรู้ความสามารถ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีทิศทางและกลยุทธ์ ที่ชัดเจน สามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจแนวคิดและตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับ การจัดการความรู้ สร้างแรงบันดาลใจให้กับสมาชิกมีอิทธิพลต่อการจูงใจสมาชิกในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ได้ เปิดโอกาสให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น ดูแลเอาใจใส่เป็นที่ปรึกษาที่ดีให้กับสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ

4) โครงสร้างพื้นฐานกลุ่ม ในการศึกษาครั้งนี้ โครงสร้างพื้นฐานกลุ่มแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ โครงสร้างทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่จับต้องได้ ได้แก่ อาคารสถานที่ ระบบไฟฟ้า ประปา การคมนาคม อุปกรณ์ต่างๆ และ โครงสร้างด้านการบริหาร ได้แก่ ระบบงานที่เอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การประสานงานภายในกลุ่ม และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

5) เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็น เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดเก็บความรู้ การเผยแพร่ความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การบริหารจัดการและการผลิตที่มีความทันสมัย เทคโนโลยีบางส่วนเป็นกายภาพเช่น อุปกรณ์ โทรคมนาคมและสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ โปรแกรม เครื่องบันทึกอิเล็กทรอนิกส์

2. ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.1 ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น

สำนักคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2534:52) ได้กล่าวไว้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น(local wisdom) สะสมขึ้นมาจากประสบการณ์ของชีวิต สังคม และในสภาพสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน และถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็นวัฒนธรรม การดำเนินงานด้านวัฒนธรรม จึงต้องใช้ปัญญาค้นหาสิ่งที่มีอยู่แล้ว ฟันฟู ประยุกต์ ประดิษฐ์ เสริมสร้างสิ่งใหม่ บนรากฐานสิ่งเก่าที่ค้นพบนั้น นักฟันฟู นักประยุกต์ และนักประดิษฐ์คิดค้นทางวัฒนธรรมพื้นบ้านเหล่านี้ มีชื่อเรียกในเวลาต่อมาว่า “ปราชญ์ชาวบ้าน” หรือ “ผู้รู้ชาวบ้าน” และสติปัญญาที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์นี้ เรียกว่า “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” หรือ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น”

ประเวศ วะสี (2536:21) ได้กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น เกิดจากการส่งสมการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนาน มีลักษณะเชื่อมโยงกัน ไปหมดทุกสาขาวิชาไม่แยกเป็นวิชา

แบบเรียนที่เราเรียน แต่เป็นการเชื่อมโยงกันทุกรายวิชาทั้งที่เป็นเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ การศึกษา และวัฒนธรรม จะผสมกลมกลืนเข้าด้วยกัน

อังกูล สมคะเนย์ (2535:37) กล่าวถึงภูมิปัญญาชาวบ้านว่า หมายถึง มวลความรู้ และมวลประสบการณ์ของชาวบ้านที่ใช้ในการดำเนินชีวิตให้เป็นสุข โดยได้รับการถ่ายทอด สั่งสมกันมา ผ่านกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับกาลสมัย

รัตนะ บัวสนธิ์ (2535:35) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง กระบวนการที่คนชนบคที่มีต่อตนเอง ต่อโลกและสิ่งแวดล้อม ซึ่งกระบวนการที่คนดังกล่าวมีรากฐานจากคำสอนทางศาสนา คติ จารีตประเพณีที่ได้รับการถ่ายทอด สั่งสอนและปฏิบัติสืบเนื่องกันมา ปรับเข้ากับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงแต่ละสมัย ทั้งนี้ โดยมีเป้าหมายเพื่อความสงบสุขของส่วนที่เป็นชุมชน และปัจเจกบุคคล

ยุพาพร จานประดับ (2544:31) ได้สรุปความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ว่า คือ องค์ความรู้ของท้องถิ่นหรือทุกสิ่งทุกอย่างที่บุคคลในท้องถิ่นคิดขึ้นจากสติปัญญาและความสามารถของท้องถิ่นเอง เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาหรือดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม โดยมีกระบวนการสั่งสม สืบทอดมาเป็นเวลานาน

ประภากร แก้ววรรณ และคนอื่น ๆ (2549:26) ได้ให้ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นคือ องค์ความรู้ ประสบการณ์ หรือทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้าน คิดเอง ทำเอง แก้ปัญหาเอง เพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน และเกิดสั่งสมมาเป็นเวลานาน และมีการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่งในท้องถิ่น เพื่อให้บุคคลสามารถดำเนินชีวิตอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

จากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาสามารถสรุปความหมายหรือคำจำกัดความของภูมิปัญญาท้องถิ่นดังนี้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นหมายถึง องค์ความรู้ของชาวบ้านที่คิดขึ้นจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ หรือจากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษเพื่อใช้ในการแก้ปัญหา หรือเป็นแนวปฏิบัติในการดำรงชีวิตให้สามารถดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข โดยมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ด้วยการลองผิดลองถูก การสังเกต การสั่งสม สืบทอด กลั่นกรอง ปรับปรุงพัฒนาและเลือกสรรกันมาเป็นเวลานานจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งจนเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น

2.2 ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น

สมร เจนจิจะ (2548:8) ได้กล่าวถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ดังนี้

1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นทำให้ชุมชนและชาติผ่านพ้นวิกฤตและดำรงความเป็นชาติหรือชุมชนไว้ได้

2) ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่า และความดีงามที่ดำรงชีวิตและวิถีชุมชนให้อยู่ร่วมกับธรรมชาติ และสภาวะแวดล้อมได้อย่างกลมกลืนและสมดุล

3) ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นรากฐานการพัฒนาที่เริ่มจากการพัฒนาเพื่อการพึ่งพาตนเอง การพัฒนาเพื่อพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และการพัฒนาที่ผสมผสานองค์ความรู้สากลบนฐานภูมิปัญญาดั้งเดิมเพื่อเกิดเป็นภูมิปัญญาร่วมสมัยที่ใช้ประโยชน์ได้กว้างขึ้น

สมจิต พรหมเทพ (2543:67) กล่าวถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญต่อชาวบ้าน ครอบครัว ชุมชน และสังคม ดังนี้คือ

1) เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาแต่อดีตอันยาวนาน จนกลายเป็นวิถีชีวิตประจำวันของตนเองและชุมชนตลอดมา

2) เป็นมรดกทางสังคมที่ได้จากการเรียนรู้ โดยผ่านกระบวนการขัดเกลาของกลุ่มคน ประพฤติปฏิบัติอย่างมองเห็นแนวทางที่ดี และอย่างมีความเชื่อสืบต่อกันมา

3) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีคุณค่ายิ่ง ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าความรู้ทางวิทยาศาสตร์

4) เป็นข้อมูลพื้นฐานของการดำรงชีวิตและการพัฒนาอย่างยั่งยืนจากอดีตจนถึง

ปัจจุบัน

5) เป็นแนวทางนำไปสู่การปรับตัวของชุมชน ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเองของชุมชน

6) ช่วยเพิ่มความสมดุลระหว่างธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมกับประชาชน เพราะต่างพึ่งพาอาศัยกัน

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ(2542:12)ได้สรุปเกี่ยวกับความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ดังนี้

1) ภูมิปัญญาช่วยสร้างชาติให้เป็นปึกแผ่นมั่นคง

2) ภูมิปัญญาสร้างให้คนไทยเกิดความภาคภูมิใจ

3) ภูมิปัญญาสามารถปรับประยุกต์หลักธรรมคำสอนทางศาสนาที่คนไทยนับถือมาใช้กับชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม

4) ภูมิปัญญาช่วยสร้างความสมดุลระหว่างคน สังคม และธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน

5) ภูมิปัญญาช่วยเปลี่ยนแปลงปรับปรุงวิถีคนไทยให้เหมาะสมได้ตามยุคตามสมัย จากความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่กล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันเกิดจากพัฒนาการปรับตัว และปรับวิถีชีวิตของคน เป็นความรู้ที่มีอยู่ทั่วไปในชุมชนสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันช่วยเปลี่ยนแปลงปรับปรุงวิถีคนไทยให้เหมาะสมได้ตามยุคตามสมัยจึงมีค่าและมีความสำคัญยิ่งนัก นับเป็นมรดกทางปัญญาของมนุษย์

ที่ทุกคนควรรู้ รักษา พัฒนา และนำมาปรับใช้พัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

2.3 ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2542:17) ได้ให้ลักษณะของภูมิปัญญาไทยไว้ดังนี้

- 1) ภูมิปัญญาไทยเป็นเรื่องของการใช้ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความเชื่อ (Belief) และพฤติกรรม (Behavior)
- 2) ภูมิปัญญาไทยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง คนกับคน คนกับธรรมชาติ แวดล้อม และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ
- 3) ภูมิปัญญาไทยเป็นองค์รวม หรือกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิต
- 4) ภูมิปัญญาไทยเป็นเรื่องของการแก้ปัญหา การจัดการ การปรับตัว การเรียนรู้ เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชนและสังคม
- 5) ภูมิปัญญาไทยเป็นแกนหลัก หรือกระบวนทัศน์ในการมองชีวิตเป็นพื้นความรู้ในเรื่องต่างๆ
- 6) ภูมิปัญญาไทยมีลักษณะเฉพาะหรือมีเอกลักษณ์ในตัวเอง
- 7) ภูมิปัญญาไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการปรับสมดุลในการพิจารณาการทางสังคมตลอดเวลา

ประเวศ วะสี (2536:10) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ดังนี้คือ

- 1) มีความจำเพาะของท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สัมพันธ์ขึ้นมาจากประสบการณ์หรือความชัดเจนจากชีวิตและสังคมในท้องถิ่นหนึ่ง ๆ เพราะฉะนั้นภูมิปัญญาจึงมีความสอดคล้องกับเรื่องของท้องถิ่นมากกว่าภูมิปัญญาที่มาจากภายนอก แต่อาจเอาไปใช้ในท้องถิ่นที่แตกต่างกันไม่ได้ หรือใช้ได้ไม่ดีเท่าที่ควร
- 2) มีความเชื่อมโยงหรือบูรณาการสูง ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นภูมิปัญญาที่มาจากประสบการณ์จริง จึงมีความเป็นบูรณาการสูง ทั้งในเรื่องของกาย ใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ความคิดเรื่องแม่ธรณี แม่คงคา แม่โพสพ พระภูมิเจ้าที่ เป็นตัวอย่างของการนำเอาธรรมชาติมาเป็นนามธรรมที่สื่อไปถึงส่วนลึกของใจที่เชื่อมโยงไปสู่อดีตประโยชน์ โดยสร้างความสัมพันธ์ที่ถูกต้องให้คนเคารพธรรมชาติ คนเราถ้าเคารพอะไร ย่อมไม่ทำลายสิ่งนั้น
- 3) มีความเคารพผู้อาวุโส ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ความสำคัญแก่ประสบการณ์ จึงมีความเคารพผู้อาวุโส เพราะผู้อาวุโสมีประสบการณ์มากกว่า

เสรี พงศ์พิศ (2529: 145) ได้แบ่งลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1) ลักษณะที่เป็นนามธรรมอันเป็นโลกทัศน์ ชีวิตทัศน์ เป็นปรัชญาในการดำเนินชีวิตเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเกิด แก่ เจ็บ ตาย และคุณค่า ความหมายของทุกสิ่งในชีวิตประจำวัน
- 2) ลักษณะที่เป็นรูปธรรมเกี่ยวกับเรื่องเฉพาะด้านต่าง ๆ เช่น การทำมาหากิน การเกษตรหัตถกรรม ศิลปะ ดนตรี และด้านอื่น ๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาสรุปลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีลักษณะเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ในการแก้ปัญหาการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม มีความจำเพาะของท้องถิ่น และมีลักษณะเป็นพลวัตให้สอดคล้องกับกาลสมัยอยู่ตลอดเวลา

2.4 ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2545) ได้แบ่งสาขาภูมิปัญญาโดยจำแนกเป็น 10 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านเกษตรกรรม ได้แก่ ความสามารถในการผสมผสานองค์ความรู้ ทักษะ และเทคนิคด้านการเกษตรกับเทคโนโลยี โดยการพัฒนาบนพื้นฐานคุณค่าดั้งเดิม ซึ่งคนสามารถพึ่งตนเองในสภาวะการณ์ต่าง ๆ ได้ เช่น การทำการเกษตรแบบผสมผสาน การแก้ปัญหาการเกษตรด้านการตลาด การแก้ปัญหาด้านการผลิต และการรู้จักปรับใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการเกษตร เป็นต้น
- 2) ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ได้แก่ การรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการแปรรูปผลผลิตเพื่อการบริโภคอย่างปลอดภัย ประหยัด และเป็นธรรม อันเป็นขบวนการให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจได้ ตลอดทั้งการผลิตและการจำหน่ายผลผลิตทางหัตถกรรม เช่น การรวมกลุ่มของกลุ่มโรงงานยางพารา กลุ่มโรงสี กลุ่มหัตถกรรม เป็นต้น
- 3) ด้านการแพทย์แผนไทย ได้แก่ ความสามารถในการจัดการป้องกันและรักษาสุขภาพของคนในชุมชน โดยเน้นให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองทางด้านสุขภาพและอนามัยได้ เช่น ยาจากสมุนไพร การนวดแผนโบราณ การดูแลและรักษาสุขภาพแบบพื้นบ้าน เป็นต้น
- 4) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หมายถึง ความสามารถในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งการอนุรักษ์ พัฒนาและใช้ประโยชน์จากคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลและยั่งยืน
- 5) กองทุนและธุรกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการด้านการสะสมและบริหารกองทุนและธุรกิจชุมชน ทั้งที่เป็นเงินตราและโภคทรัพย์ เพื่อเสริมชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในชุมชน

6) ศาสตร์การ หมายถึง ความสามารถในการจัดสวัสดิการในการประกันคุณภาพชีวิตของคนให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

7) ด้านศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานทางด้านศิลปะ สาขาต่าง ๆ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม นาฏศิลป์ ดนตรี ทัศนศิลป์ คีตศิลป์ การละเล่นพื้นบ้าน และนันทนาการ

8) การจัดการ หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการ ดำเนินงานด้านต่าง ๆ ทั้งขององค์กรชุมชน ศาสนา การศึกษา ตลอดจนองค์กรอื่น ๆ ในสังคมไทย

9) ด้านภาษาและวรรณกรรม ได้แก่ ความสามารถในการอนุรักษ์และสร้างสรรค์ผลงานด้านภาษา คือ ภาษาถิ่น ภาษาไทยในภูมิภาคต่าง ๆ รวมถึงด้านวรรณกรรมท้องถิ่น

10) ศาสนาและประเพณี หมายถึง ความสามารถประยุกต์ ปรับใช้หลักธรรมคำสอนทางศาสนา ความเชื่อและประเพณีดั้งเดิมที่มีคุณค่าให้เหมาะสมต่อการประพฤติปฏิบัติ

2.5 การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ(2533:90)ได้กล่าวถึงการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ดังนี้ ภูมิปัญญาเป็นเรื่องของการสืบทอดประสบการณ์ จากอดีตถึงปัจจุบันที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องและไม่ขาดสาย เป็นธรรมชาติของชาวบ้านที่เชื่อมโยงประวัติศาสตร์สืบต่อกันมามิได้ขาด เป็นลักษณะของความสัมพันธ์ภายในโดยชาวบ้านเอง ภูมิปัญญาจึงนับเป็นความคิดทางสังคม (Social Thought) ที่สำคัญอย่างหนึ่ง ทั้ง ในลักษณะที่เป็นนามธรรม คือปรัชญาแนวทางในการดำเนินชีวิต และในลักษณะที่เป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะด้าน เช่น การทำมาหากินศิลปะ ดนตรี หัตถกรรม และสิ่งอื่น ๆ ซึ่งในสังคมใดที่มีการดำรงอยู่มายาวนานย่อมจะต้องมีภูมิปัญญาด้วยกันทุกสังคม ระบบดังกล่าวจะประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ ความรู้และระบบความรู้ การสั่ง สมและการเข้าถึงความรู้ การถ่ายทอดความรู้และระบบความรู้ รวมทั้งการสร้างสรรค์และปรับปรุงภูมิปัญญาความรู้ นอกจากนี้ชาวบ้านทุกหมู่เหล่าได้ใช้สติปัญญาของตนสั่งสมความรู้และประสบการณ์เพื่อการดำรงชีพมาโดยตลอดและย่อมถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งอย่างต่อเนื่องด้วยวิธีการต่างๆ ที่แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยอาศัยศรัทธาทางศาสนาความเชื่อถือผีสางต่างๆความทั้งความเชื่อบรรพบุรุษเป็นพื้นฐานในการถ่ายทอดเรียนรู้สืบต่อกันมาจากบรรพบุรุษในอดีตถึงลูกหลานในปัจจุบัน

ดวงฤทัย อรรถแสง (2552:23) อธิบายว่า การถ่ายทอดความรู้ของภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ การบอกวิชาความรู้ให้ผู้เรียนเข้าใจและนำไปปฏิบัติได้ ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นมักจะถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้เรียนหรือกลุ่มเป้าหมายไปโดยอัตโนมัติ ไม่ได้เรียนวิชาการสอนมาจากสถาบันใดๆ และจะใช้สามัญสำนึกแบบสังคมประกิด คือการเรียนการสอนที่เกิดจากการเลียนแบบและการจดจำ

สืบทอดกันมาในครอบครัวและวิธีการถ่ายทอด 2 รูปแบบ คือ 1) ใช้วิธีสาธิตคือ ทำให้ดูเป็นตัวอย่าง อธิบายทุกขั้น ตอนให้ผู้เขียนเข้าใจและผู้เรียนปฏิบัติตาม และ 2) ใช้วิธีการปฏิบัติจริง คือฟังคำบรรยาย อธิบาย การสาธิตแล้วนำไปปฏิบัติจริง และปฏิบัติซ้ำๆ กันจนเกิดเป็นความชำนาญ เพราะผลงานที่จะใช้ดำรงชีวิตได้ต้องเป็นผลงานที่เกิดขึ้นจริง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ไม่ใช่ผลงานที่กล่าวอ้างไว้ในตำราเท่านั้น ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นผู้เรียนหรือกลุ่มเป้าหมายที่รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากผู้รู้ในท้องถิ่นส่วนมากจะเป็นคนในครอบครัว เป็นญาติโดยสายเลือด เนื่องจากความรู้อย่างผู้รู้ทั้งหลายมักหวงแหนและไม่แพร่พรายให้คนอื่นรู้ วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจะแบ่งลักษณะการถ่ายทอดออกเป็น 2 แบบหลักๆคือ แบบไม่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น การสาธิตให้ดูเป็นตัวอย่าง การจดจำสืบทอดกันมาและแบบเป็นลายลักษณ์อักษรในอดีตส่วนใหญ่ใช้จารึกในใบลานหรือสมุดข่อย หรือจากภาพวาดที่มีการบันทึกไว้เพื่อผู้ที่สนใจศึกษาเล่าเรียนสืบต่อกันมาได้วิธีหนึ่ง

จารุวรรณ ธรรมวัตร (2538:12) ได้แบ่งวิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นตามช่วงวัยออกเป็น 2 วิธี คือ 1) วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาแก่เด็ก โดยใช้กิจกรรมการถ่ายทอดแบบง่ายๆ ไม่ซับซ้อนและดึงดูดใจ เช่น การเล่นเกม การละเล่น การทายปริศนา เป็นต้น ซึ่งเป็นวิธีการสร้างเสริมนิสัยและบุคลิกภาพที่สังคมปรารถนา และมุ่งเน้นด้านจริยธรรมเป็นสำคัญ และ 2) วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาแก่ผู้ใหญ่ ซึ่งมีวิธีการถ่ายทอดหลายรูปแบบ เช่น วิธีการบอกเล่า การสังเกตด้วยตนเองผ่านพิธีกรรมต่างๆ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ศึกษาสรุปได้ว่าการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นเรื่องของการสืบทอดประสบการณ์ จากอดีตถึงปัจจุบันที่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง เป็นการเรียนการสอนที่เกิดจากการเลียนแบบและการจดจำสืบทอดกันมาในครอบครัว วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจะแบ่งลักษณะการถ่ายทอดออกเป็น 2 แบบหลักๆคือ แบบไม่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น การสาธิตให้ดูเป็นตัวอย่าง การจดจำสืบทอดกันมาและแบบเป็นลายลักษณ์อักษร

3. วิสาหกิจชุมชน

3.1 ความหมาย

วิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ 2548 หมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว

ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด(สำนักงาน
เลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน,2548)

3.2 ลักษณะและองค์ประกอบที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชน

ลักษณะและองค์ประกอบที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชนตามความหมายของ เสรี
พงศ์พิศ(2548) มีอย่างน้อย 7 ประการที่สำคัญ คือ

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการหลัก
- 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน
- 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมโดยชุมชน
- 4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากลและอื่น ๆ
- 5) มีลักษณะบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ แบบเกื้อกูลกัน
- 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ ซึ่งการเรียนรู้คือหัวใจของ

กระบวนการพัฒนา

- 7) มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย

3.3 การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนกรมส่งเสริมการเกษตร
ได้อธิบายประเด็นการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ไว้ดังนี้

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การดำเนินงานเพื่อให้ได้รับรู้
ศักยภาพ และความสามารถของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ในเรื่อง ทิศทางของ
วิสาหกิจชุมชน การวางแผนดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การบริหารตลาด การจัดการความรู้และ
ข้อมูลข่าวสาร การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ และผลลัพธ์
การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน โดยใช้แบบประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเป็นเครื่องมือในการเก็บ
ข้อมูลและสรุปผลการประเมิน เพื่อเป็นข้อมูลให้วิสาหกิจชุมชนใช้ประโยชน์ในการกำหนด
แนวทางพัฒนาตนเอง และหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องใช้พิจารณากำหนดแนวทางส่งเสริมสนับสนุน
ตามศักยภาพ

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ถือว่า เป็นกระบวนการสำคัญที่จะทำให้
วิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้ตนเอง ในด้านต่างๆ ได้แก่ การกำหนดทิศทางของวิสาหกิจชุมชน การ
วางแผนดำเนินงาน การดำเนินงานด้านการตลาด การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การบริหารสมาชิก
เป็นต้น ซึ่งจะใช้เป็นเครื่องมือหลักให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานได้เข้าไปปรับทราบศักยภาพของวิสาหกิจ
ชุมชน เพื่อชักนำให้เข้าสู่กระบวนการเรียนรู้และให้พัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนอย่างเหมาะสม
ต่อไป

3.4 ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมามีกลุ่มเกษตรกรที่จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด จำนวน 1,582 กลุ่ม จำแนกตามกลุ่มการผลิตสินค้า ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาแบ่งตามการผลิตสินค้า

กลุ่มการผลิตสินค้า	จำนวน (แห่ง)
การผลิตพืช	519
การผลิตปศุสัตว์	227
การผลิตประมง	52
การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร	194
ผลิตผ้าทอเสื่อผ้า	25
เครื่องจักรสาน	92
ดอกไม้ประดิษฐ์	51
เครื่องจักรกล	1
ของที่ระลึก	32
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	55
เครื่องคั้น	33
เครื่องประดับ	2
เครื่องไม้เฟอร์นิเจอร์	17
เครื่องหนัง	1
ปัจจัยการผลิต	179
เครื่องปั้น	9
สิ่งประดิษฐ์จากโลหะ	9
การผลิตสินค้าอื่นๆ	84
รวม	1,582

วิสาหกิจชุมชนที่มีกิจกรรมด้านการแปรรูปอาหารทั้งหมด 194 กลุ่ม มีกิจกรรมด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว 77 กลุ่ม ใน 77 กลุ่ม แยกเป็นกิจกรรมการผลิตหมีโคราช 14 กลุ่ม รายละเอียดดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาที่มีกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นหมีโคราช

ที่	ชื่อกลุ่ม	ที่ตั้งกลุ่ม	กิจกรรม	ระบบการผลิต	ผลการประเมินปี2556
1	กลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านโนนคู	147ม.3 ต.ตลาดไทร อ. ชุมพลวง	ผ้าฝ้าย ,เส้นหมีโคราช	ทำมือ	ปานกลาง
2	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมีบ้านน้ำฉ่า	188 ม.3 ต.โป่งแดง อ. ขามทะเลสอ	เส้นหมีโคราช	ทำมือ	ดี
3	กลุ่มเส้นหมีกระโทกป่าเจียว	218 ม.1 ต.โชคชัย อ. โชคชัย	เส้นหมีโคราช	ทำมือ	ดี
4	ข้าวเหนียวสมุนไพรบ้านท่าแดง	76 ม.3 ต.สัมฤทธิ์ อ. พิมาย	เส้นหมีโคราช	ทำมือ	ดี
5	ทำเส้นหมีบ้านวังประชาสามัคคี	246 ม.3 ต.บ้านวัง อ. โนนไทย	เส้นหมีโคราช	ทำมือ	ปานกลาง
6	พัฒนาอาชีพเสริมบ้านพระเพลิง	43 ม.2 ต.นกกอก อ. ปักธงชัย	เส้นหมีโคราชพร้อมน้ำปรุง	ทำมือ	ปานกลาง
7	เส้นหมีตราดอกจิก	48 ม.2 ต.พะวงด อ. ขามสะแกแสง	เส้นหมีโคราช	อุตสาหกรรม	ดี
8	เส้นหมีตะคุ บ้านตะคุไทย	8 ม.17 ต.ตะคุ อ. ปักธงชัย	เส้นหมีโคราชพร้อมน้ำปรุง	อุตสาหกรรม	ดี
9	เส้นหมีแห่งโคราช	24 ม.2 ต.พะวงด อ. ขามสะแกแสง	เส้นหมีโคราช	ทำมือทั้งอุตสาหกรรม	ดี
10	หมีโคราชพร้อมปรุง	25 ม.1 ต.ถนนโพธิ์ อ. โนนไทย	เส้นหมีโคราชพร้อมน้ำปรุง	อุตสาหกรรม	ปานกลาง
11	หมีตะคุพร้อมปรุงตราแพดาว	111 ม.3 ต.ตะคุ อ. ปักธงชัย	เส้นหมีโคราชพร้อมน้ำปรุง	อุตสาหกรรม	ดี
12	หมีพร้อมน้ำปรุงพรพิมล	179 ม.8 ต.นกกอก อ. ปักธงชัย	เส้นหมีโคราชพร้อมน้ำปรุง	อุตสาหกรรม	ปานกลาง
13	หมีพร้อมน้ำปรุงสำเภาเงิน	43 ม.14 ต.ธงชัยเหนือ อ. ปักธงชัย	เส้นหมีโคราชพร้อมน้ำปรุง	อุตสาหกรรม	ดี
14	หมีพร้อมน้ำปรุงสำเภาทอง	176 ม.18 ต.ตะคุ อ. ปักธงชัย	เส้นหมีโคราชพร้อมน้ำปรุง	อุตสาหกรรม	ดี

4.2 สัญลักษณ์ ต้นไม้ และคำขวัญประจำจังหวัด

สัญลักษณ์ประจำจังหวัดจังหวัดนครราชสีมา มีสัญลักษณ์ประจำจังหวัดเป็น รูปอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีประดิษฐานอยู่บน ประตุมงคล ประตุมืองทางด้านทิศตะวันตก หมายถึงวีรกรรมอันกล้าหาญที่ท้าวสุรนารีได้กอบกู้เมืองนครราชสีมา จากกองทัพของเจ้าอนุวงศ์แห่งเวียงจันทน์ไว้ได้ ซึ่งตราประจำจังหวัดนครราชสีมา ภาพนี้มีฐานะเป็นตราราชการ ตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีเรื่อง กำหนดภาพเครื่องหมายราชการ ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายราชการ พุทธศักราช 2482 (ฉบับที่ 214) ว่าด้วยการกำหนดเครื่องหมายราชการประจำจังหวัด 76 จังหวัด



ภาพที่ 2.4 สัญลักษณ์ประจำจังหวัดนครราชสีมา

ต้นไม้ประจำจังหวัด ต้นไม้ประจำจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ต้นสาคร (เดิมคือต้นราชพฤกษ์) ต้นไม้พระราชทานประจำจังหวัดนครราชสีมา (สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ทรงโปรดพระราชทานกล้าไม้มงคล พระราชทานประจำจังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2537 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และจังหวัดได้ทำพิธีปลูกเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2537 ณ บริเวณหน้าศาลากลางจังหวัดนครราชสีมา)

คำขวัญประจำจังหวัดคือ เมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน

4.3 จำนวนประชากร

จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนประชากร ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2555 จำนวนทั้งสิ้น 2,591,421 คน เป็นชาย จำนวน 1,280,982 คน เป็นหญิง จำนวน 1,310,439 คน ที่มา :ประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง 30 มิ.ย. 2555

4.4 ข้อมูลด้านการบริหารการปกครอง

จังหวัดนครราชสีมา มีรูปแบบการปกครอง และการบริหารราชการออกเป็น 3 ส่วน

4.4.1 การบริหารราชการส่วนกลาง มีส่วนราชการสังกัดส่วนกลางตั้งหน่วยงาน ปฏิบัติหน้าที่ในจังหวัดอยู่ประมาณ 196 หน่วย (รวมทั้ง หน่วยงานอิสระ 26 หน่วย รัฐวิสาหกิจ 27 หน่วย)

4.4.2 การบริหารราชการส่วนภูมิภาค มีส่วนราชการสังกัดส่วนภูมิภาคประจำ จังหวัด 30 หน่วย ปัจจุบันจังหวัดนครราชสีมาแบ่งการปกครองออกเป็น 32 อำเภอ 287 ตำบล 3,743 หมู่บ้าน ประกอบด้วย

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 1) อำเภอเมืองนครราชสีมา | 17) อำเภอสีคิ้ว |
| 2) อำเภอขามสะแกแสง | 18) อำเภอสูงเนิน |
| 3) อำเภอลำทะเมนชัย | 19) อำเภอห้วยแถลง |
| 4) อำเภอครบุรี | 20) อำเภอเสิงสาง |
| 5) อำเภอจักราช | 21) อำเภอบ้านเหลื่อม |
| 6) อำเภอชุมพวง | 22) อำเภอหนองบุญมาก |
| 7) อำเภอโชคชัย | 23) อำเภอแก้งสนามนาง |
| 8) อำเภอด่านขุนทด | 24) อำเภอโนนแดง |
| 9) อำเภอขามทะเลสอ | 25) อำเภอวังน้ำเขียว |
| 10) อำเภอโนนไทย | 26) อำเภอเฉลิมพระเกียรติ |
| 11) อำเภอโนนสูง | 27) อำเภอเทพารักษ์ |
| 12) อำเภอบัวใหญ่ | 28) อำเภอเมืองยาง |
| 13) อำเภอประทาย | 29) อำเภอลำทะเมนชัย |
| 14) อำเภอปักธงชัย | 30) อำเภอพระทองคำ |
| 15) อำเภอปากช่อง | 31) อำเภอบัวลาย |
| 16) อำเภอพิมาย | 32) อำเภอสีดา |

4.5 อาชีพ

อาชีพหลักคือ การทำนา ทำไร่ มีพืชสำคัญ เช่น ข้าวเจ้า ข้าวโพด มันสำปะหลัง ฝอย ฝ้าย และข้าวฟ่าง ซึ่งมีปลูกกันมากที่อำเภอโนนไทย และด่านขุนทด นอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงไหม โดยเฉพาะที่อำเภอบึงขังเป็นแหล่งผ้าไหมที่ขึ้นชื่อ อาชีพการทำป่าไม้พอมันบ้าง มีการเลี้ยงสัตว์ และประมงน้ำจืดตามลุ่มน้ำ ทรัพยากรแร่ที่สำคัญคือ เหล็กหิน

ด้านการอุตสาหกรรม ส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานที่เกี่ยวกับผลผลิตทางการเกษตร เช่น โรงสีข้าว โรงทำมันเส้น มันอัดเม็ด ทำน้ำตาล ทอกระสอบ ทอผ้าไหม ทำแป้งมันสำปะหลัง ฟาร์มไก่ ฟาร์มหมู ฯลฯ

อุตสาหกรรม ในครัวเรือน เช่น การทอผ้าไหม ผ้ามัดหมี่ เครื่องจักสาน และการทำเครื่องปั้นดินเผาที่ด่านเกวียน อำเภอโชคชัย

ในปัจจุบัน นครราชสีมา ได้ชื่อเป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของประเทศไทย และเป็นศูนย์กลางการค้าระหว่างภาคกลางและภาคอีสาน ประชาชนส่วนมากจึงเริ่มประกอบอาชีพที่มีผลเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวและการรับส่งสินค้า เช่น โรงแรม รีสอร์ท บ้านพัก ที่ดินจัดสรร นำเที่ยว สินค้าของที่ระลึก ฟาร์มผัก ฟาร์มอู่นุ ฟาร์มโคนม ขนส่งผัก เนื้อ นม จากฟาร์ม สูตลาดกลางในกรุงเทพฯ เป็นต้น

4.6 อาหารพื้นเมืองโคราช

4.6.1 น้ำพริกผง ทุกครัวเรือนจะมีไว้ประจำบ้าน เพื่อช่วยเพิ่มรสชาติของอาหาร สิ่งที่ขาดไม่ได้เป็นของคู่กันเมื่อเวลารับประทาน คือ จะต้องนำน้ำพริกผงผสมกับน้ำปลาร้าต้ม เพื่อให้หอมอร่อยน่ารับประทาน ต้องใช้หม้อดินต้มปลาร้า สำหรับน้ำปลาร้าต้ม ภาษาโคราชจะออกเสียงว่า ต้มปาร้า

4.6.2 หมี่โคราชเป็นอาหารขึ้นชื่อของชาวโคราช นิยมรับประทานตอนมือกลางวัน เป็นอาหารประจำที่ทำกินกันทุกบ้าน โดยเฉพาะตอนงานบุญต่างๆ นิยมทำกันเกือบทุก เส้นหมี่ที่ทำกันมีหลายแห่ง เช่น ที่กระโทก อำเภอโชคชัย ตะลุง อำเภอบึงขัง พิมาย โครกหวด และจักราช เป็นต้น ส่วนที่ใกล้ตัวเมืองโคราชยังมีทำขายกัน โดยนำมาขายที่ตลาดทุกเช้า คือ ที่บ้านน้ำจ๋า เส้นหมี่แต่ละแห่งเป็นเส้นหมี่ที่มีคุณภาพทั้งสิ้น ส่วนวิธีการนำมาผัดขายเห็นกันทั่วไป โดยเฉพาะที่ ไทรงาม อำเภอพิมาย

4.6.3 ขนมจีน ซึ่งถือว่าเส้นที่ยืดยาว จะแสดงให้เห็นว่าจะอยู่ร่วมกันได้อย่างมั่นคง แต่ในงานศพ ไม่นิยมเลี้ยงด้วยขนมจีนเพราะเชื่อว่าจะทำให้คนในครอบครัวต้องตายติดต่อกัน ขนมจีนที่โด่งดังเป็นที่รู้จักกันมากคือ ขนมจีนของ “บ้านประโดก” ซึ่งอยู่ในตัวเมืองโคราช คนในหมู่บ้านนี้มีอาชีพทำขนมจีนมาตั้งแต่โบราณขนมจีนบ้านประโดกได้ชื่อ ว่า เส้น

เหนียว เนื้อนุ่ม และสีขาวไม่มีกลิ่น ชาวบ้านประโดกมีเคล็ดลับในการทำขนมจีนมาตั้งแต่บรรพบุรุษถึงการเลือกใช้ข้าว เข้าในการหมักทำแป้ง รวมทั้งวิธีตำแป้งข้าวเจ้าให้เหนียว ก่อนที่จะนำมาโรยเป็นเส้นในน้ำเดือด เมื่อสักลี..ห้าสิบปีก่อน ชาวบ้านประโดกจะหาขนมจีนมาขายในตลาดเทศบาลโคราชตั้งแต่ตีห้า-ตีหก บางคนก็ทำแกงไก่ชนิดแกงแดง น้ำยา น้ำพริก มาขายคู่กับขนมจีนด้วย แกงไก่ของชาวบ้านประโดกจะแปลกกว่าแกงไก่ ที่ไหน คือจะใส่เลือดไก่เป็นก่อนโต ๆ ใส่ทั้งเครื่องในไก่ที่มีกลิ่น ตับ ผูกกับใส่ไก่เป็นพวง นอกจากนั้นก็ยังมีตีนไก่ ปีกไก่ ใส่ลงไปด้วย ทำให้แกงไก่ชนิดแกงแดงของที่นี่ขึ้นชื่อ ปัจจุบันในหมู่บ้านประโดก ห่างจากจังหวัดไปทางโทรงามพิมาย ตามถนนสายมิตรภาพประมาณ 5-6 กิโลเมตร มีร้านขายขนมจีนแกงไก่ น้ำพริก น้ำยา อยู่ในหมู่บ้านประโดกเป็นสิบ ๆ เจ้า ขายตั้งแต่เช้าไปจนถึงเย็น ขนมจีนบ้านประโดกจึงเป็นของกินที่ขึ้นชื่อมากของเมืองโคราช

4.6.4 ข้าวแฉะเป็นอาหารจานเดียวมีคุณค่าทางอาหารครบหมู่ ลักษณะคล้ายข้าวต้มเครื่องซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาของผู้เฒ่าผู้แก่ชาวโคราชใน สมัยก่อนที่ต้องการจะสอนให้ลูกหลานกินผักเป็น โดยจะมีการใส่ผักหลายๆ ชนิด เช่น พักทองอ่อน ดอกผักทอง เห็ด บวบ ตำลึง ข้าวโพดอ่อน ใบแมงลัก โดยกรรมวิธีการปรุงข้าวแฉะนั้นก็มีด้วยกันหลากหลายสูตรตามแต่ละท้องที่ โดยบางสูตรอาจจะมีการใส่น้ำปลาร้า บางสูตรจะมีการใส่น้ำกระเทียม เป็นต้น

4.6.5 ไก่ย่าง คนโคราชย่างไก่ไม่เหมือนคนอีสานจังหวัดอื่น ๆ ซึ่งจะแบบธรรมชาติคือใช้เกลือ พริกไทย สูตรไก่ย่างของคนโคราชจะใส่เครื่องเทศจีน จำพวกเครื่องพะโล้และผงผสมเครื่องยาจีน ทำให้มีกลิ่นอายแตกต่างไปจากไก่ย่างอีสานทั่ว ๆ ไป ไก่ย่างที่มีชื่อดั้งเดิมมานานนับร้อยปีของโคราชคือ “ไก่ย่างท่าช้าง” ชื่อนี้เป็นชื่อกิ่ง อำเภอเก่า และเปลี่ยนเป็นอำเภอจักราชไก่ย่างเจ้าดั้งเดิมจึงถูกเรียกชื่อใหม่เป็น “ไก่ย่างจักราช” ไก่ย่างท่าช้างสมัยเมื่อ 40-50 ปีก่อนขายอยู่ริมทางรถไฟหน้าสถานีท่าช้าง ไม่มีขายที่อื่น ปัจจุบันมีผู้รับมาขายในตัวเมือง ปัจจุบัน ไก่ย่างท่าช้าง ต้นตำรับ ตั้งอยู่เรื่อยๆ กับที่ว่าการอำเภอเฉลิมพระเกียรติ ปากทางเข้าตลาดท่าช้าง หรือสถานีรถไฟท่าช้าง

4.6.6 ส้มตำโคราช มี สูตรเฉพาะมาตั้งแต่โบราณว่า จะต้องใส่ปลาป่น ซึ่งเป็นปลาฉลาดตากแห้งรมควัน ใส่ขิง และใส่น้ำปลาร้าต้มหรือไม่ก็ต้องเป็นปูนาดอง รสชาติของส้มตำโคราชจะออกเปรี้ยว เผ็ด เค็ม และมีหวาน ซึ่งจะแตกต่างไปจากส้มตำลาวที่จะไม่มีหวาน และส้มตำไทยจะไม่มีเปรี้ยว ส้มตำโคราชเป็นส้มตำผสมผสานกันระหว่างส้มตำไทยกับส้มตำลาว

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 กระบวนการจัดการความรู้

กนกพร ฉิมพลี (2555) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน:กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนที่สำคัญได้แก่ (1) การกำหนดความรู้เกี่ยวกับการกำหนดผลิตภัณฑ์ ผ่านการคิดและตัดสินใจร่วมกันของสมาชิกกลุ่ม จากนั้นจึงนำไปสู่ (2) การแสวงหาและยึดกุมความรู้ที่มาจากภายในกลุ่มและภายนอก เพื่อให้เกิดความรู้เฉพาะของกลุ่ม และนำไปสู่ (3) การแลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่ม เพื่อให้สมาชิกมีความรู้และทักษะในการผลิตมากขึ้น และเป็นที่มาของ (4) การจัดเก็บความรู้ในตัวบุคคล และ (5) การถ่ายทอดความรู้มีรูปแบบการถ่ายทอดอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยกระบวนการจัดการความรู้ดังกล่าว มีลักษณะเป็นวงจรที่เมื่อถ่ายทอดความรู้แล้ว สามารถย้อนกลับไปกำหนดความรู้ในรูปแบบอื่นๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

อภิชาติ ใจอารีย์ (2555) ศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ของชุมชนบ้านพุเตย จังหวัดกาญจนบุรีผลการศึกษาพบว่ากระบวนการจัดการความรู้ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การกำหนดความรู้ โดยผ่านการพิจารณาว่าเป็นความรู้ดั้งเดิมหรือความรู้ใหม่ที่ประยุกต์จากภูมิปัญญาเดิม (2) การแสวงหาความรู้ ที่มาจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในชุมชนและการส่งเสริมจากหน่วยงานภายนอก (3) การแลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ ผ่านการพูดคุยและปรึกษาหารือ เพื่อการแก้ปัญหาในกระบวนการแปรรูป (4) การจัดเก็บความรู้ ส่วนใหญ่เป็นการจัดเก็บความรู้ในตัวบุคคล ไม่มีการจัดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร และ (5) การถ่ายทอดความรู้ ส่วนใหญ่มีลักษณะอย่างไม่เป็นทางการ ผ่านสมาชิกภายในครัวเรือน

ศิริภรณ์ กุลจิตติวิรัช (2555) ศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้การทอผ้าย้อมครามบ้านโนนสะอาด ตำบลนางัว อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า สามารถสรุปขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตผ้าย้อมครามได้ทั้งหมด 7 ขั้นตอนหลักที่สำคัญได้แก่ (1) การบ่งชี้ความรู้กลุ่มเป้าหมายมีการกำหนดความรู้ด้านการผลิตผ้าย้อมครามของกลุ่มมีการรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้และลวดลายผ้าย้อมคราม เพื่อเผยแพร่ให้กับผู้สนใจ (2) การสร้างและแสวงหาความรู้ วิธีการสร้างและแสวงหาความรู้ของกลุ่มเป็นลักษณะของการผสมผสานมีการแสวงหาความรู้แบบผสมผสานทั้งจากภายในและภายนอกกลุ่ม มีการแสวงหาความรู้โดยการนำความรู้เดิมที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับปรุงและพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ

และสวยงามตรงตามความต้องการของลูกค้า (3)การจัดการความรู้ให้เป็นระบบกลุ่มจะมีการบันทึกกระบวนการผลิตและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผ้าอ้อมครามด้วยภาพถ่าย ทำให้สะดวกสำหรับสมาชิกใหม่และผู้ที่ต้องการเรียนรู้ก็สามารถศึกษาจากแฟ้มข้อมูลภาพถ่ายได้อย่างละเอียด (4)การประมวลความรู้เป็นหมวดหมู่การประมวลความรู้เป็นหมวดหมู่ของกลุ่มนั้นยังขาดความชัดเจนเนื่องจากความรู้ส่วนใหญ่เป็นความรู้แบบฝังลึก (Tacit Knowledge) มักได้รับการประมวลและเก็บไว้ในความจำของบุคคล(5)การเข้าถึงความรู้ กลุ่มยังไม่มีเมื่อนำความรู้เกี่ยวกับการผลิตผ้าอ้อมครามไปประยุกต์ใช้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เด่นชัด โดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการพัฒนารูปแบบของลวดลายสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้นเท่านั้น (6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้จะเกิดขึ้นอย่างชัดเจนจากความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกัน ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ตามบริบทของท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นสำคัญ (7)การเรียนรู้ ถ่ายทอดความรู้จากประสบการณ์เรื่องเล่าที่เล่าต่อกันมา การสอนลูกหลาน เป็นต้น มีการถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคคลภายนอกด้วยการสาธิตให้ดู

ปัญญา เมืองรีน (2552) ศึกษาเรื่อง กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นศึกษากรณี เครือข่ายศูนย์กิจกรรมธรรมชาติ จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการจัดการความรู้ในบริบทชุมชน และการเปรียบเทียบถึงรูปแบบและกระบวนการจัดการความรู้ของเครือข่ายชุมชน พบว่า กระบวนการจัดการความรู้ของชุมชนจะเป็นไปในลักษณะของการเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้เรื่องของการจัดการดินจากคนสู่คน โดยการพูดคุย แนะนำ และการให้ลงมือปฏิบัติจริง จนเกิดความชำนาญและสามารถที่จะนำไปปฏิบัติได้ทันที และจะมีการนำความรู้ถ่ายทอดต่อไปยังบุคคลอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง ส่วนการเปรียบเทียบรูปแบบและกระบวนการจัดการความรู้จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันกับ Knowledge Management Process โดยจะมีการกำหนดสิ่งที่ต้องเรียนรู้ มีการเสาะแสวงหาความรู้ ในส่วนที่เกี่ยวกับดิน ซึ่งจะเข้าไปในลักษณะของการได้ความรู้มาจากตัวบุคคลเป็นหลักโดยการพูดคุยหรือการลงมือปฏิบัติจริง จากสิ่งที่ผู้ถ่ายทอดให้ลงมือกระทำหรือมีการเสาะแสวงหาความรู้หรือสร้างขึ้นมาจากการทำงานของเราเอง มีการรวบรวมหรือดึงความรู้ต่างๆ มาทำให้เป็นเนื้อหาที่เหมาะสม แล้วนำความรู้ที่ปฏิบัติจริงแล้วเก็บไว้ในตัวบุคคลหรือการจดบันทึกจากนั้นก็มีการแยกแยะข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ง่ายแก่การถ่ายทอดความรู้จากผู้ที่จะถ่ายทอดสู่ผู้รับการถ่ายทอดความรู้ โดยมีรูปแบบและกระบวนการจัดการความรู้ในบริบทของเครือข่าย คือ(1) การเรียนรู้ 2) การปฏิบัติ 3) การกลั่นกรองหรือทดลอง และ 4) การถ่ายทอดความรู้ ซึ่งจำมาซึ่งการถ่ายทอดความรู้จะมีการขยายเครือข่ายไปอย่างต่อเนื่องและมีรูปแบบของการเรียนรู้และถ่ายทอดอย่างไม่รู้จักจบสิ้นเป็นเกลียวแห่งความรู้ในบริบทของชุมชน

ดวงฤทัย อรรถแสง (2552) ศึกษาเรื่อง กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ โดยมีการใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษา พบว่า การจัดการความรู้ในการอนุรักษ์ สืบทอดและเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้ามัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ บ้านหนองหญ้าปล้อง มีกระบวนการจัดการความรู้ ดังนี้ 1) การสร้างความรู้ ที่มาจากพ่อแม่ ปู่ย่าตายายเป็นผู้สอน จากการสังเกต จดจำ ลองปฏิบัติตามเมื่อไม่เข้าใจหรือพบปัญหาจะสอบถามพ่อแม่หรือผู้รู้ เกิดจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันเองภายในกลุ่ม 2) การจัดเก็บความรู้เป็นการจัดเก็บความรู้ โดยในรูปแบบการจดจำ ประสบการณ์ การจดบันทึกแบบย่อ ๆ ไว้ในสมุดส่วนตัว นอกจากนี้มีการจัดเก็บความรู้ในรูปแบบวีดิทัศน์ ซึ่งได้อธิบายถึงกระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติในภาพรวมเท่านั้น ไม่ได้ได้อธิบายขั้นตอนต่างๆ อย่างละเอียด 3) การเผยแพร่ความรู้ พบว่า มีการกระจายความรู้โดยการสอนงานกันภายในครอบครัว มีการแลกเปลี่ยนความรู้กันเองระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มฯ เปิดศูนย์การเรียนรู้ขึ้น ณ ที่ทำการกลุ่มเพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดความรู้ เปิดให้บริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาพักจะได้เรียนรู้กระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติด้วย และยังได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นการย้อมสีธรรมชาติไปสอนนักเรียนที่โรงเรียนบ้านหนองหญ้าปล้องวิทยา นอกจากนี้ยังได้นำขั้นตอนกระบวนการผลิตไปจัดแสดงที่งานประเพณีของอำเภอมัญจาคีรีและที่อื่นๆ ที่สนใจติดต่อเข้ามา 4) การใช้ความรู้ พบว่า ได้นำความรู้ที่ได้รับจากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ความรู้จากประสบการณ์ ความชำนาญ และความรู้จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันภายในกลุ่มมาปฏิบัติและประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม ทั้งนี้ได้มีการขยายผลหรือยกระดับความรู้ที่มีอยู่โดยการนำเอาความรู้ใหม่ ๆ จากการลองผิดลองถูก หรือจากการเข้าอบรมต่าง ๆ จากหน่วยงานของรัฐบาลที่ให้การสนับสนุนมาปฏิบัติ จนเกิดทักษะและความชำนาญส่งผลให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรให้สูงขึ้น เมื่อมีความรู้ใหม่ ๆ เกิดขึ้นจะมีการเผยแพร่และถ่ายทอดความรู้ต่อไป

ประภากร แก้ววรรณ และคณะ (2547) ศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นปลาร้าข้ามปีบ้านหนองบัวน้อยตำบลหนองสระปลา อำเภอนงนุช จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่ากระบวนการเรียนรู้การทำปลาร้าข้ามปีของชุมชนบ้านหนองบัวน้อยตำบลหนองสระปลาเกิดจากการเรียนรู้ด้วยตนเองตามวิถีและสภาพแวดล้อม มีการฝึกปฏิบัติจนเกิดความชำนาญจากนั้นมีการถ่ายทอดในลักษณะบุคคลต่อบุคคล โดยเริ่มจากถ่ายทอดให้บุคคลในครัวเรือน โดยวิธีการบอกเล่าและฝึกปฏิบัติไปพร้อมกันจากนั้นมีการรวมกลุ่มผู้สนใจเกิดการแลกเปลี่ยนรู้ มีการพัฒนากลุ่มผู้สนใจอย่างมีเป้าหมายมีวัตถุประสงค์ร่วมกันในลักษณะของชุมชนนักปฏิบัติพัฒนาผลิตภัณฑ์จนเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม

5.2 เงื่อนไขที่เอื้อต่อการจัดการความรู้

ศิรินทิพย์ ชิตพิงศ์วัฒน์ (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้เรื่อง ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการศึกษาของสถานศึกษา ขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาเพชรบุรี เขต 2 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการจัดการศึกษาของ สถานศึกษาขั้น พื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบุรี เขต 2 โดยรวมพบว่า ปัจจัย ด้านภาวะผู้นำและกลยุทธ์ วัฒนธรรมองค์กร เทคโนโลยีสารสนเทศ การ วัตถุประสงค์ และ โครงสร้างพื้นฐาน ทั้ง 5 ปัจจัย มีผลต่อการจัดการความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น ใน สถานศึกษา อยู่ในระดับมาก และ ปัจจัยด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ภาวะผู้นำและกลยุทธ์ และการวัตถุประสงค์ ทั้ง 3 ปัจจัยส่งผลต่อการจัดการความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการศึกษาของสถานศึกษาขั้น พื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาเพชรบุรี เขต 2

กนกพร นิมพลี (2555) ศึกษา รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้าน ทัศนคติกรมเครื่องจักสาน:กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่าเงื่อนไข ที่ทำให้การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านทัศนคติกรมเครื่องจักสานประสบความสำเร็จ มี 4 เงื่อนไขที่สำคัญ ได้แก่ (1) ความรู้ด้านการจัดการความรู้ (2) วัฒนธรรมองค์กร (3) ภาวะผู้นำและ (4) โครงสร้างพื้นฐาน

สุพิชญา รัศมีทอง (2555) ศึกษา การจัดการความรู้ของพนักงาน บริษัท ศรีสุบรรณ ฟาร์ม จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานีผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยเอื้อต่อความสำเร็จ ในการจัดการ ความรู้ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์กร เทคโนโลยีการจัดการความรู้ การวัดและการ ประเมินผล อยู่ในระดับมาก องค์กรที่มีการสนับสนุนปัจจัยเอื้อต่อความสำเร็จที่เพียงพอ จะส่งผล ให้การจัดการความรู้ประสบความสำเร็จมาก

ธีรรัตน์ มหาทรัพย์ (2551) ศึกษาการจัดการความรู้ของหน่วยงานบริหารกรม อนามัย กระทรวงสาธารณสุข พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ให้ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย (1) ความเข้าใจในการจัดการความรู้ (2) เทคโนโลยี (3) วัฒนธรรมองค์กร (4) การ ประเมินผล (5) เวลา (6) การสนับสนุนของผู้บริหาร หากผู้บริหารสนับสนุนด้านทรัพยากรในการ ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ และมีการประเมินผลงานจากการมีส่วนร่วมของพนักงานที่มีส่วนในการ จัดการความรู้ รวมถึงการสร้างขวัญและกำลังใจในการส่งเสริมกิจกรรมด้านการจัดการความรู้ด้วย แล้ว ก็จะทำให้บุคลากรในหน่วยงานเกิดความกระตือรือร้น ในการเข้าร่วมกิจกรรมการจัดการ ความรู้ ซึ่งจะช่วยให้การจัดการความรู้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา บริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดการความรู้ และ ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่แปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราชในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาโดยกำหนดประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาที่มีกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นหมี่โคราช 14 กลุ่ม สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ 1) เป็นวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราช โดยมีกระบวนการผลิตแบบทำมือใช้แรงงานคน 2) เป็นวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการต่อสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา และ 3) เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจากสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา โดยผลการประเมินศักยภาพในปี 2556 อยู่ในระดับดี ซึ่งมีจำนวน 3 กลุ่ม มีสมาชิกกลุ่มทั้งหมด จำนวน 69 ราย ได้แก่

- 1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำคำ อำเภอขามทะเลสอ
- 2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจิว อำเภอโชคชัย
- 3) วิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง อำเภอพิมาย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประเด็นการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ประกอบด้วยประเด็นเกี่ยวกับ บริบท กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการจัดการความรู้ และเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

2.2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างปลายปิดและปลายเปิด ศึกษา ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ, กระบวนการจัดการความรู้ และปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ สัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มทั้งหมด 69 คน โดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่ม

ตอนที่ 2 กระบวนการจัดการความรู้ ตามกรอบแนวคิด 6 ขั้นตอน ประกอบด้วย การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายทอดความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ลักษณะแบบสัมภาษณ์เป็นแบบให้เลือกตอบ คือ ปฏิบัติ กับไม่ปฏิบัติ

ตอนที่ 3 เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ แบ่งเป็น แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการความรู้ และแบบสอบถามความคิดเห็นถึงเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยลักษณะแบบสัมภาษณ์เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และ เห็นด้วยน้อย ที่สุด

2.3 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นถึงที่มาและองค์ความรู้การผลิตหมีโคราช

2.4 การสังเกตแบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อคุณภาพรวมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ เช่น ลักษณะของผู้นำกลุ่ม การแก้ไขปัญหา การเรียนรู้ภายในกลุ่ม

2.5 เครื่องมือด้านอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ กล้องบันทึกภาพ และสมุดจดบันทึก

ประเด็นการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม
การศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

วัตถุประสงค์ในการศึกษา	แหล่งข้อมูล	วิธีการ
1. ข้อมูลบริบทกลุ่ม 1.1 ประวัติความเป็นมา 1.2 โครงสร้างของกลุ่ม 1.3 การบริหารจัดการ - ด้านการผลิต - ด้านการตลาด - ด้านการเงิน	- ประธาน - คณะกรรมการ	- การสนทนากลุ่ม
2. ภูมิปัญญาท้องถิ่น 2.1 ที่มาของความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น 2.2 ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมและความรู้ใหม่ที่ประยุกต์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิม 2.4 องค์ความรู้การผลิตหมีโคราช	- ประธานกลุ่ม - กรรมการกลุ่ม - สมาชิกกลุ่ม	- การสนทนากลุ่ม - สัมภาษณ์แบบเจาะลึก - การสังเกต
3 กระบวนการจัดการความรู้ 3.1 การกำหนดความรู้ 3.2 การสร้างความรู้ 3.3 การแลกเปลี่ยนความรู้ 3.4 การจัดเก็บความรู้ 3.5 การถ่ายทอดความรู้ 3.6 การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้	- ประธาน - คณะกรรมการ - สมาชิก	- การสนทนากลุ่ม - การสัมภาษณ์ - การสังเกต
4 เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ 4.1 ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ 4.2 วัฒนธรรมองค์กร 4.3 ภาวะผู้นำ 4.4 โครงสร้างพื้นฐาน 4.5 เทคโนโลยีสารสนเทศ	- ประธาน - คณะกรรมการ - สมาชิก	- การสนทนากลุ่ม - การสัมภาษณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) ได้แก่ข้อมูลภาคสนามแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

3.1.1 เชิงคุณภาพ เป็นการเก็บข้อมูลจากการจัดสนทนากลุ่ม เรื่องบริบทกลุ่มและกระบวนการจัดการความรู้ของกลุ่ม เจาะลึกที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ และการสัมภาษณ์เชิงลึกเรื่ององค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำเส้นหมี่โคราช

3.1.2 เชิงปริมาณ เป็นการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชน เกี่ยวกับ ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัว การปฏิบัติกิจกรรมในกระบวนการจัดการความรู้ และ ความคิดเห็นถึงเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

3.2 การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) ได้แก่แหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่ได้ค้นคว้าจากในหนังสือหรือบทความ งานวิจัยอื่น ๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการคิดและวิเคราะห์ตลอดจนข้อเสนอแนะต่างๆ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาดำเนินการดังนี้

4.1 ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลที่รวบรวมมาได้

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยแยกประเภทของข้อมูลตามหมวดหมู่ เพื่อเตรียมข้อมูลเบื้องต้น

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยพรรณนาสรุปความ

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Arithmetic means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standarddeviation)

4.3 วิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้โดยกำหนดเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง เอื้อต่อการจัดการความรู้ระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง เอื้อต่อการจัดการความรู้ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง เอื้อต่อการจัดการความรู้ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง เอื้อต่อการจัดการความรู้ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง เอื้อต่อการจัดการความรู้ระดับมากที่สุด



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก และ สัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 บริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวในจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 3 กระบวนการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 4 เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 บริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวในจังหวัดนครราชสีมา

1.1 ข้อมูลพื้นฐานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

1.1.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำคำ อำเภอขามทะเลสอ

1) ประวัติความเป็นมา

วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำคำ จดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2548 ที่ทำการกลุ่มตั้งอยู่เลขที่ 188 หมู่ที่ 3 ตำบลโป่งแดง อำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา

ในอดีตการทำเส้นหมี่ของชาวบ้านน้ำจ๋าเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ โดยใช้แรงงานในครัวเรือนทำเพื่อบริโภคในครัวเรือนและนำไปแลกเปลี่ยนกับผลผลิตอื่นๆ ในชุมชนเท่านั้น

ต่อมาการบริโภคเส้นหมี่เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ชาวบ้านจึงได้รวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2541 มีสมาชิกก่อตั้ง 25 คน โดยการรวมกลุ่มกันผลิตเส้นหมี่จำหน่ายภายในชุมชน ในระยะแรกๆ เป็นการรวมกลุ่มกันแบบธรรมชาติ เป็นการผลิตแบบต่างคนต่างทำต่างคนต่างขายโดยใช้แรงงานในครัวเรือนเป็นหลักกลุ่มจึงไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

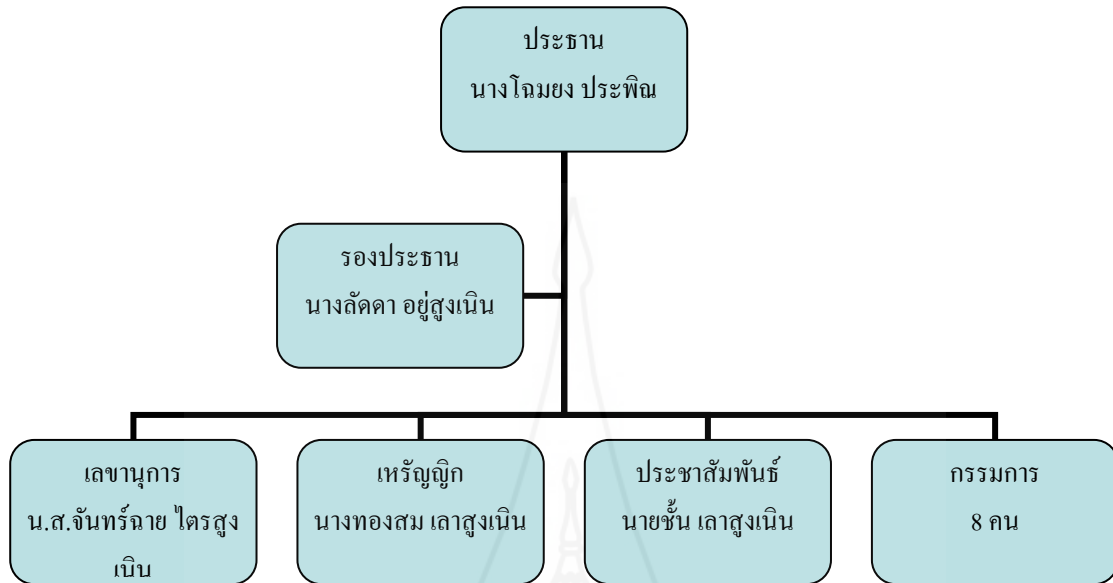
ในปี 2545 ได้มีการดำเนินการพัฒนากลุ่มอย่างจริงจัง โดยการประชุมใหญ่ของประชาชนในหมู่บ้าน เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำเส้นหมี่น้ำจ๋า ซึ่งมีตำนานการทำเส้นหมี่มากกว่า 200 ปี ประชาชนในหมู่บ้านได้แสดงความจำนงในการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ และพัฒนาภูมิปัญญาร่วมกันโดยสมัครเป็นสมาชิกกลุ่ม 75 คน และร่วมหุ้นกันเบื้องต้นมีเงินทุน 12,500 บาท (หุ้นละ 50 บาท) และได้รับการสนับสนุนงบประมาณระดับศูนย์เศรษฐกิจเพื่อปรับปรุงอาคารทำเส้นหมี่และซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติม ด้วยความร่วมมือร่วมใจของชาวบ้านทำให้เส้นหมี่น้ำจ๋าเป็นที่รู้จัก ทำให้ได้นำออกจำหน่ายครอบคลุมหลายพื้นที่ทั้งในและต่างจังหวัด

ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า เป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับชุมชนและคนภายนอก ในเรื่องของการผลิตเส้นหมี่โคราชด้วยกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม และ แบบที่มีการประยุกต์ ภูมิปัญญาเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

2) โครงสร้างของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า มีการบริหารจัดการในรูปของคณะกรรมการ ซึ่งมีตำแหน่งที่สำคัญ 6 ตำแหน่ง คือ 1) ประธานกรรมการ 2) รองประธาน 3) เลขานุการ 4) เภรัญญิก 5) ประชาสัมพันธ์ 6) กรรมการ โดยคณะกรรมการทั้ง 6 ตำแหน่งนั้นมีจำนวนทั้งหมด 13 คน

การจัดตั้งคณะกรรมการนั้นกลุ่มได้มีการจัดตั้งขึ้นตามคำแนะนำของพัฒนาการอำเภอและมีการแบ่งหน้าที่ในการรับผิดชอบเป็นฝ่ายต่าง ๆ ตามรูปแบบคณะกรรมการ โดยทั่วไป มีการประชุมคณะกรรมการ 3 เดือนต่อครั้ง ประชุมใหญ่ปีละ 1 ครั้ง มีการกำหนดระเบียบของกลุ่มแต่ไม่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นที่รู้กันในกลุ่ม การคัดเลือกคณะกรรมการจะเน้นผู้มีความรู้ความสามารถและการเป็นเครือญาติในด้านการบริหารจัดการนั้นคณะกรรมการได้รับการฝึกอบรมและการไปดูงานที่กลุ่มอื่น ๆ จากเจ้าหน้าที่ทางราชการและเอกชนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านการทำบัญชี การตลาดและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ สรุปเป็นแผนภาพโครงสร้างองค์กร ได้ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 โครงสร้างองค์กรของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ่า

3) การบริหารจัดการของกลุ่ม

การบริหารจัดการของกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ่ามีลักษณะการบริหารจัดการด้านการผลิต การตลาด และการเงินดังนี้

(1) ด้านการผลิต วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ่า มีการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการเรียนรู้มาจากบรรพบุรุษ ซึ่งในปัจจุบันทางกลุ่มมีการผลิตหมี่โคราชซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม เส้นหมี่ตากแห้ง เส้นหมี่ผสมสมุนไพรตากแห้ง และอาหารที่แปรรูปจากเส้นหมี่ได้แก่ ยำเส้นหมี่สด ผัดหมี่โคราช หมี่อ่อนสอดไส้มะพร้าว ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีลักษณะเด่น คือ กลุ่มผลิตตั้งแต่การทำเส้นหมี่ไปจนถึงการแปรรูปหมี่เป็นอาหารพร้อมรับประทานซึ่งมีรสชาติที่อร่อยและเป็นเอกลักษณ์ การทำกิจกรรมของกลุ่มในด้านการผลิตมี 2 ลักษณะคือ การทำเส้นหมี่แห้ง สมาชิกกลุ่มจะผลิตที่บ้านของสมาชิก และนำผลผลิตมาส่งให้กับกลุ่มตามที่ลูกค้าสั่ง และการผลิตในเรื่องของการแปรรูปเป็นอาหาร กลุ่มจะร่วมกันทำโดยส่งตัวแทนไปในงานออกร้าน งานว่าจ้าง และขายที่ตลาดนัด

(2) ด้านการตลาด ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีหลายช่องทาง คือ ที่ทำการกลุ่มจะเป็นจุดรวมการทำกิจกรรมและจุดวางจำหน่ายสินค้าโดยจะมีพ่อค้าคนกลางมาสั่งซื้อ และมีนักท่องเที่ยวแวะมาเยี่ยมชมกระบวนการผลิตและซื้อสินค้า ช่องทางที่ 2 จำหน่ายที่งานแสดงสินค้าซึ่งจัดโดย

หน่วยงานราชการหรือองค์กรเอกชนต่าง ๆ และ ช่องทางที่ 3 คือ ตลาดนัดในตำบล และการว่าจ้างจากลูกค้าให้ไปผลิตอาหารที่แปรรูปจากเส้นหมี่ในงานต่างๆ ส่วนช่องทางการประชาสัมพันธ์ จากปากต่อปากของลูกค้าที่มาซื้อสินค้า และ การประชาสัมพันธ์โดยการสนับสนุนของส่วนราชการทางเว็บไซต์

(3) ด้านการเงิน การบริหารจัดการด้านการเงิน ทางกลุ่มจะมีข้อตกลงในลักษณะของการซื้อหุ้น ในราคาหุ้นละ 50 บาท เป็นกองทุนเพื่อช่วยเหลือให้สมาชิกกู้ยืมเพื่อใช้ลงทุนในการผลิตในอัตราดอกเบี้ยต่ำ มีการปันผลคืนให้กับสมาชิกปีละ 1 ครั้ง ผลกำไรจากกิจกรรมของกลุ่มมีการจัดสรร ตามสัดส่วนของสินค้าที่สมาชิกรับมาส่งให้กับกลุ่ม และ การเข้าร่วมกิจกรรมงานออกร้านหรือตลาดนัดโดยหักต้นทุน แล้วจึงนำกำไรแบ่งเข้ากองทุนของกลุ่ม ที่เหลือแบ่งให้กับสมาชิกที่ไปร่วมกิจกรรม กลุ่มมีการทำบัญชี รายรับ รายจ่าย และชี้แจงให้สมาชิกกลุ่มได้ทราบอย่างโปร่งใส

1.1.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียว อำเภอโชคชัย

1) ประวัติความเป็นมา

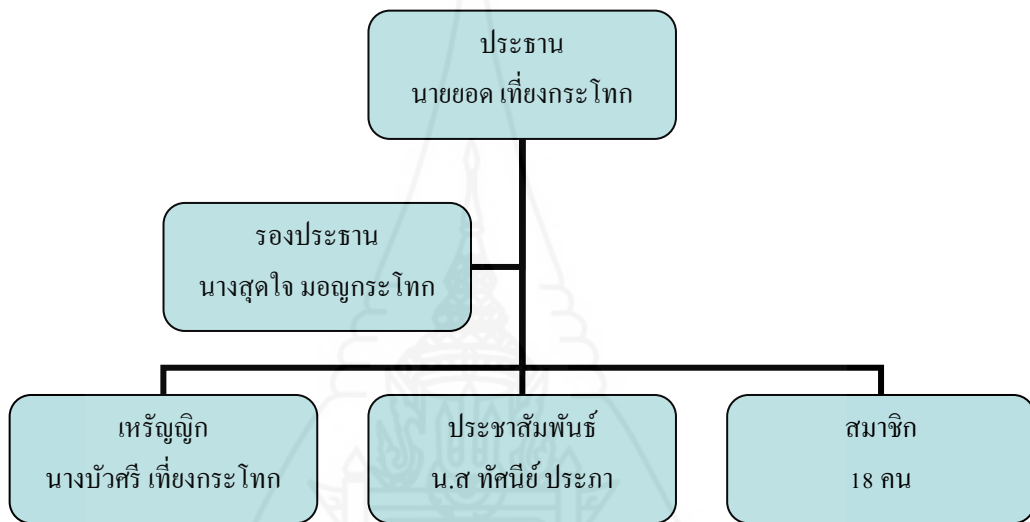
วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียว จดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2549 ที่ทำการกลุ่มตั้งอยู่เลขที่ 218 หมู่ที่ 1 ตำบลโชคชัย อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา

วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียวเป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมแปรรูปข้าวเป็นเส้นหมี่ โดยมีคุณตาอด เทียงกระทอก เป็นผู้นำกลุ่มด้วยการสนับสนุนของเทศบาลตำบลโชคชัย ได้สนับสนุนอาคารสำหรับการตากหมี่ จำนวน 1 หลัง เพื่อให้สมาชิกกลุ่มใช้เป็นอาคารตากหมี่ในช่วงฤดูฝน และเป็นสถานที่รวมให้สมาชิกได้มาทำกิจกรรมร่วมกัน การรวมกลุ่มในครั้งแรกมีสมาชิกทั้งหมด 17 คน และได้จดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในปี พ.ศ. 2549 โดยการสนับสนุนของสำนักงานเกษตรอำเภอโชคชัย

กลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียวได้มีการดำเนินกิจการมาอย่างต่อเนื่อง และยังคงกระบวนการผลิตเส้นหมี่ในแบบดั้งเดิมไว้ มีบางขั้นตอนมีการประยุกต์ใช้เครื่องมือเข้ามาช่วย เช่น การไม่แป้งและการหั่นเส้นหมี่ ด้วยความสนับสนุนจากส่วนราชการทำให้กลุ่มได้มีโอกาส ไปออกร้านสาธิตวิธีการทำเส้นหมี่โคราชด้วยกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมอยู่เสมอ กลุ่มจึงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีบุคคล กลุ่มแม่บ้าน นักเรียนนักศึกษาที่สนใจได้เข้ามาเยี่ยมชม กระบวนการผลิตมากมาย ต่อมาจึงได้มีการจัดตั้งให้เป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการทำหมี่โคราช และเป็นแหล่งเรียนรู้ของอำเภอในด้านการทำเส้นหมี่โคราชมานจนถึงปัจจุบัน

2) โครงสร้างของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเส้นหมี่กระทะ โทกป่าเจิว มีการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการ ซึ่งมีตำแหน่งที่สำคัญ 4 ตำแหน่ง คือ 1) ประธานกรรมการ 2) รองประธาน 3) เற்றுณิก 4) ประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มรวมทั้งหมด 22 คน การบริหารงานภายในกลุ่มยังเป็นระบบเครือญาติ ยังไม่มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน ช่วยกันทำงานตามความถนัดของแต่ละคน สรุปลงเป็นแผนภาพโครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 4.2 โครงสร้างองค์กรของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระทะ โทกป่าเจิว

3) กฎระเบียบและข้อปฏิบัติกลุ่ม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระทะ โทกป่าเจิว มีการกำหนดข้อตกลงของกลุ่มไว้เพียงคร่าวๆ ดังนี้

- (1) การสมัครเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม ต้องสมัครด้วยความเต็มใจ
- (2) สมาชิก ต้องเข้าร่วมประชุม หรือเข้าทำกิจกรรมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ
- (3) สมาชิกขาดจากการเป็นสมาชิกกลุ่มด้วยเหตุ ตาย ลาออก หรือ

คณะกรรมการกลุ่มมีมติให้ออก

4) การบริหารจัดการของกลุ่ม

การบริหารจัดการของกลุ่มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระโทกป่าเจียว มีลักษณะการบริหารจัดการด้านการผลิต การตลาด และการเงินดังนี้

(1) ด้านการผลิต กลุ่มเส้นหมี่กระโทกป่าเจียว มีการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการเรียนรู้มาจากบรรพบุรุษ ซึ่งในปัจจุบันทางกลุ่มมีการผลิตหมี่โคราชซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ดังนี้ เส้นหมี่สด เส้นหมี่แห้งมัดกำ เส้นหมี่แห้งผสมสมุนไพรมัดกำ และ เส้นหมี่แห้งข้าวไรซ์เบอร์รี่มัดกำ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีลักษณะเด่น คือ เส้นหมี่ไม่ผสมแป้งมัน เส้นจึงมีความนุ่มไม่แข็งเวลาผัดไม่ต้องใส่น้ำเยอะ ผัดทิ้งไว้เย็นเส้นจะไม่เกาะตัวแข็ง เป็นที่นิยมของร้านขายผัดหมี่โคราช ทั้งนี้กิจกรรมการผลิตของกลุ่มเป็นลักษณะที่สมาชิกจะมาร่วมตัวกันผลิตบริเวณที่ทำการกลุ่ม มีเพียงสมาชิกบางคนที่รับไปผลิตที่บ้านแล้วนำผลผลิตมาส่งให้กับกลุ่ม โดยมีกำลังการผลิตโดยประมาณ 1 วัน ผลิตเส้นหมี่แห้งชนิดกำได้ 500 กำ เส้นหมี่สด ประมาณ 30 กิโลกรัมต่อวัน

(2) ด้านการตลาด ช่องทางการตลาด ลูกค้าของกลุ่มส่วนใหญ่ เป็นร้านอาหารที่เปิดขายผัดหมี่โคราชเป็นส่วนใหญ่ จะมารับเส้นไปผัดขาย ถ้าเป็นร้านในโคราชจะสั่งซื้อเส้นหมี่สด ส่วนร้านที่ขายต่างจังหวัดจะสั่งซื้อเส้นหมี่แห้ง โดยจะส่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ และทางกลุ่มจะนำสินค้าไปส่งให้ลูกค้าถ้าเป็นเส้นหมี่สด จะไปส่งทุกวัน ถ้าเส้นหมี่แห้งจะส่งเป็นงวด 3-4 วัน ไปส่ง 1 ครั้ง ลูกค้าที่อยู่ต่างจังหวัดจะส่งสินค้าทางไปรษณีย์ หรือใช้บริการ รถขนส่งประจำทาง นอกจากลูกค้าที่เป็นร้านอาหารรับเส้นหมี่ไปผัดแล้ว ยังมีลูกค้าที่รับเส้นหมี่นำไปจำหน่ายต่ออีกด้วย การประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่ม จะถูกประชาสัมพันธ์ผ่านทางร้านอาหารที่รับเส้นหมี่ไปผัด แบบปากต่อปากและช่องทางการประชาสัมพันธ์ อีก 1 ช่องทางคือการออกร้านสาธิตวิธีการผลิตตามงานแสดงสินค้าซึ่งจัดโดยหน่วยงานราชการหรือองค์กรเอกชนต่าง ๆ

(3) ด้านการเงิน การบริหารจัดการด้านการเงิน ทางกลุ่มมีการทำบัญชีรับ-จ่ายเงิน เงิน แบ่งผลตอบแทนให้กับสมาชิกกลุ่มตามสัดส่วนสินค้าที่สมาชิกผลิตได้ ถ้าเป็นกิจกรรมที่ไปออกร้านสาธิตวิธีการผลิต ผลตอบแทนที่ได้จะนำเข้าเป็นเงินทุนหมุนเวียนเพื่อใช้จ่ายภายในกลุ่ม ไม่มีการถือหุ้น ไม่มีกองทุน ถ้าสมาชิกต้องการกู้ยืมสามารถยืมเงินกองกลางของกลุ่มได้ในระยะสั้น ไม่คิดดอกเบี้ย

1.1.3 วิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง อำเภอพิมาย

1) ประวัติความเป็นมา

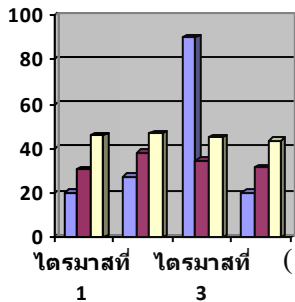
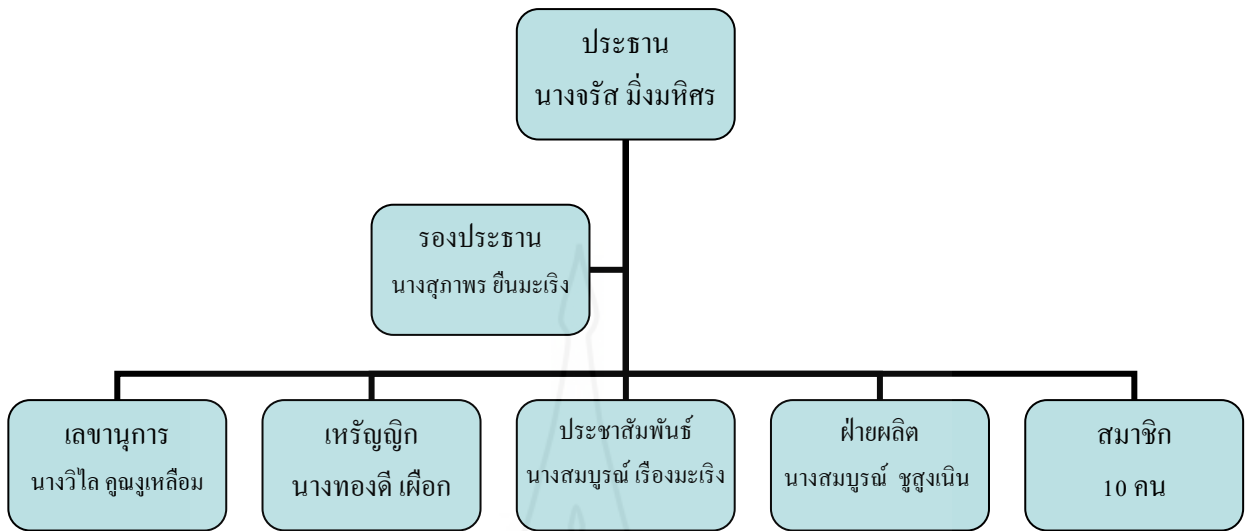
วิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง จดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2548 ที่ทำการกลุ่มตั้งอยู่เลขที่ 76 หมู่ 3 ตำบลสัมฤทธิ์ อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา

จุดเริ่มต้นของกลุ่ม ปี พ.ศ 2541 สตรีแม่บ้านท่าแดง ได้รวมกลุ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มพัฒนาสตรีแม่บ้าน โดยการนำของ นางจรัส มิ่งมหิศร เป็นประธาน แต่ยังไม่มีการจดทะเบียน จนกระทั่ง สำนักงานเกษตรอำเภอพิมายได้เข้ามาสนับสนุน โดยของบประมาณจากกรมส่งเสริมการเกษตรประมาณ 100,000 บาท ในการก่อสร้างโรงเรือนและซื้ออุปกรณ์เครื่องมือ พร้อมทั้งได้พาสมาชิกกลุ่มไปศึกษาวิธีการทำเส้นหมี่โคราชจากกลุ่มผู้ผลิตเส้นหมี่พิมาย ซึ่งเป็นกลุ่มดั้งเดิมที่สืบทอดภูมิปัญญาการผลิตเส้นหมี่โคราชของชาวอำเภอพิมายมายาวนาน และได้ส่งเจ้าหน้าที่ออกมาฝึกสอนการทำเส้นหมี่จนสมาชิกกลุ่มสามารถผลิตเส้นหมี่ได้ และรวบรวมสมาชิกได้จำนวน 30 คน ครั้งแรกเริ่มทำเพื่อบริโภค ต่อมามีความชำนาญมากขึ้นจึงทดลองทำขายตามหมู่บ้าน ใกล้เคียง ก็ขายได้ จึงได้ทำผลิตภัณฑ์ออกขายเรื่อยมา มีการพัฒนา ทั้งในเรื่องตัวผลิตภัณฑ์ สูตรการผลิต และบรรจุภัณฑ์ ออกจำหน่ายตามชุมชนและห้างสรรพสินค้า และงานออกร้านที่หน่วยราชการจัดขึ้น เช่น ที่เมืองทองธานี ท้องสนามหลวง สวนอัมพร กรมส่งเสริมการเกษตร โดยจำหน่ายทั้งหมี่สด หมี่แห้ง และผัดหมี่จำหน่าย

ด้วยการสนับสนุนของส่วนราชการต่างๆ และความสามัคคีร่วมแรงร่วมใจของสมาชิกกลุ่ม ทำให้กลุ่มรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น อีกทั้งกลุ่มมีความต้องการในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาดั้งเดิมในการทำเส้นหมี่ของชาวอำเภอพิมายไว้ โดยยังคงกระบวนการผลิตในแบบทำมือ โดยใช้แรงงานคนเป็นหลัก ทำให้กลุ่มเป็นที่สนใจ มีบุคคล นักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา เข้ามาเยี่ยมชมกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มได้รับการสนับสนุนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ในชุมชน ในด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราชอีกแห่งหนึ่งในอำเภอพิมาย

2) โครงสร้างของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชน ข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง อำเภอพิมาย มีการบริหารจัดการในรูปของคณะกรรมการ ซึ่งมีตำแหน่งที่สำคัญ 6 ตำแหน่ง คือ 1) ประธานกรรมการ 2) รองประธาน 3) เลขานุการ 4) เภรัญญิก 5) ประชาสัมพันธ์ 6) กรรมการ โดยคณะกรรมการทั้ง 6 ตำแหน่งนี้มีจำนวนทั้งหมด 12 คน มีสมาชิกทั้งหมด 16 คน ซึ่งมีแผนภาพโครงสร้างองค์กร ดังภาพที่ 4.3



รายงานผลการของวิชาหกิจชุมชนข้าวเหนียวสมุนไพรบ้านท่าแดง
ปีการศึกษา ๒๕๖๑
ผู้จัดทำ: [ชื่อผู้จัดทำ]

- (1) คุณสมบัติของสมาชิก
- ต้องมีภูมิลำเนา หรือประกอบอาชีพอยู่ในหมู่บ้าน บ้านท่าแดง หมู่ที่ 3 หรือในตำบลสัมฤทธิ์ อำเภอยี่มา จังหัดนครราชสีมา
 - สมัครเข้าเป็นสมาชิกด้วยความเต็มใจ ไม่มีการบังคับถ้าเป็นผู้ยังไม่บรรลุนิติภาวะต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ปกครองก่อน
 - เข้าใจในวัตถุประสงค์และเห็นชอบในหลักการ วิธีการ
- (2) การสมัครเข้าเป็นสมาชิก ผู้สมัครมีคุณสมบัติตามข้อ 1 และประสงค์เป็นสมาชิกกลุ่มต้องยื่นใบสมัครถึงคณะกรรมการร่วมกันพิจารณาโดยเสียค่าสมัคร 10 บาท
- (3) การขาดจากการเป็นสมาชิก สมาชิกขาดจากการเป็นสมาชิกกลุ่มด้วยเหตุตาย ลาออก หรือ คณะกรรมการกลุ่มมีมติให้ออก
- (4) การประชุมกลุ่ม ให้มีการประชุมสมาชิกกลุ่มอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งเพื่อแจ้งเรื่องสมาชิกเข้าออกกลุ่ม ชี้แจงผลการดำเนินงานประจำปี จัดสรรกำไรประจำปี เลือกลงตั้งและถอดถอนคณะกรรมการบริหารกลุ่ม พิจารณาแผนการดำเนินงานของกลุ่ม และให้มีการประชุมคณะกรรมการกลุ่มตามคราวที่มีกิจธุระจำเป็นเร่งด่วน
- (5) การลงคะแนนเสียงและการวินิจฉัยของที่ประชุมสมาชิกการวินิจฉัยชี้ขาดของที่ประชุมให้ถือเสียงข้างมาก

4) การบริหารจัดการของกลุ่ม

การบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง มีลักษณะการบริหารจัดการด้านการผลิต การตลาด และการเงินดังนี้

(1) ด้านการผลิต กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง มีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการเรียนรู้มาจากบรรพบุรุษ ซึ่งในปัจจุบันทางกลุ่มมีการผลิตผลิตภัณฑ์ดังนี้ ข้าวเกรียบสมุนไพร เส้นหมี่โคราชตากแห้งชนิดก้ามตัดดอก เส้นหมี่โคราชสมุนไพร หมี่โคราชพร้อมน้ำปรุง น้ำปรุงรสผัดหมี่โคราชบรรจุขวด

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีลักษณะเด่น คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยกรรมวิธีดั้งเดิมใช้แรงงานคนในการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตนั้น มาจากผลผลิตในชุมชน เส้นหมี่จะนิ่ม เวลาผัดไม่ต้องแช่น้ำสามารถผัดได้เลย แป้งที่ใช้ทำเส้นหมี่มาจากข้าวทั้งหมด สะอาด ปลอดภัย เพราะเป็นวัสดุจากธรรมชาติทั้งหมด ส่วนลักษณะเด่นของการผัดหมี่พิมาย เส้นจะนิ่มเวลารับประทาน รสชาติอร่อย

กิจกรรมการผลิตของกลุ่มเป็นลักษณะที่สมาชิกมาร่วมตัวกันผลิต ณ ที่ทำการกลุ่ม โดยจะจัดแบ่งเวรกันมาทำตามความชำนาญของสมาชิกในแต่ละขั้นตอนการผลิต แต่สมาชิกส่วนใหญ่ก็สามารถผลิตสินค้าได้ครบทุกกระบวนการผลิต ในการผลิตหมี่โคราช กลุ่มจะทำการผลิตอาทิตย์ละ 2 วัน โดยจะผลิตได้วันละประมาณ 600 กำ

(2) ด้านการตลาด ช่องทางการตลาดของกลุ่มมีหลายช่องทาง คือ ขาย ณ ที่ทำการกลุ่ม โดยจะมีพ่อค้าคนกลางมาสั่งซื้อ ณ ที่ทำการกลุ่ม กลุ่มนำสินค้าไปส่งที่ตลาดพิมาย การติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ในการส่ง สินค้าไปยังต่างจังหวัด งานแสดงสินค้าซึ่งจัดโดยหน่วยงานราชการหรือองค์กรเอกชนต่าง ๆ เช่น งานแสดงสินค้า OTOP ที่เมืองทองธานี งานจังหวัดเคลื่อนที่ งานฉลองชัยชนะท้าวสุรนารี

ราคาสินค้า หมี่กำขายส่ง กำละ 3 บาท หมี่พร้อมน้ำปรุงบรรจุแพ็คละ 4 ห่อ ขายส่งแพ็คละ 90 บาท น้ำปรุงบรรจุขวดแพ็คบรรจุ 3 ขวดราคาขายส่งแพ็คละ 90 บาท

การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ่านทางระบบ Internet และการออกร้านแสดงสินค้า

(3) ด้านการเงินการบริหารจัดการด้านการเงิน ทางกลุ่มจะมีข้อตกลงในลักษณะของการซื้อหุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท และสมาชิกมีรายได้ปันผลคนละ 2 เปอร์เซ็นต์ของกำไรทั้งหมด โดยจะมีการปัน ผลคืน 3 เดือน/ครั้ง แต่มีข้อจำกัดคือ 1 คนจะสามารถถือหุ้นได้ไม่เกิน 50 เปอร์เซ็นต์ของหุ้นทั้งหมด เช่น สมาชิกมี 40 คน ถือหุ้นละ 100 บาท ฉะนั้น 1 คนสามารถถือ

ได้ไม่เกิน 20 หุ่น คือ 50 เปอร์เซ็นต์ของหุ่นทั้งหมด ถ้าสมาชิกเพิ่มขึ้น การถือหุ่นก็จะสามารถเพิ่มขึ้นได้



ตารางที่ 4.1 สรุปข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย

ชื่อกลุ่ม	ที่ทำการ กลุ่ม	การจัดตั้ง กลุ่ม	จำนวน สมาชิก (คน)	โครงสร้างองค์กร (คณะกรรมการ บริหารกลุ่ม)	การบริหารจัดการ					
					การผลิต		การตลาด		การเงิน	
					ผลิตภัณฑ์	ลักษณะการผลิต	ช่องทางจำหน่าย	การประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการขาย		
วิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรทำเส้น หมี่บ้านน้ำจ๋า	188 หมู่ 3 ต. โป่งแดง อ. ขามทะเลสอ จ. นครราชสีมา	1-พ.ย.-48	30	มี 6 ตำแหน่ง	1. ประธาน	- เส้นหมี่แห้ง	- เส้นหมี่แห้ง	- ขายตรงที่ทำ	- ผ่านลูกค้าออกต่อ	- การระดมหุ้นและ
					2. รองประธาน	- เส้นหมี่แห้งผสม	สมาชิกผลิตที่	การกลุ่ม	ปากต่อปาก	ปันผล
					3. เลขานุการ	สมุนไพร	บ้านนำผลผลิต	-ขายผ่าน	- การสาธิตงานออ	- กองทุนหมุนเวียน
					4. เภรัญญิก	-หมี่อ่อนสอดไส้	มาส่งให้กลุ่ม	ตัวแทน	กร้าน	ในกลุ่ม
					5. ประชาสัมพันธ์	มะพร้าว	- การแปรรูป	- งานออกร้าน	- ผู้มาเยี่ยมชมศึกษา	- แบ่งผลกำไรให้กับ
					6. กรรมการ	- ย่ำเส้นหมี่สด	เส้นหมี่เป็น	- ตลาดนัด	งาน	สมาชิกตามกำลัง
	- ผัดหมี่โคราช	อาหารสมาชิก		-www.thaitambon.com	การผลิตและการเข้า					
		ร่วมกันทำ			ร่วมกิจกรรม					
วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเส้นหมี่กระ โทกป่าเจียว	218 หมู่ 1 ต. โชคชัย อ. โชคชัย จ. นครราชสีมา	21-ก.พ.-49	22	มี 4 ตำแหน่ง	1. ประธาน	- เส้นหมี่สด	กิจกรรมการ	- ขายตรงให้	- ผ่านงานออกร้าน	- มีเงินทุน
					2. รองประธาน	- เส้นหมี่แห้ง	ผลิตสมาชิก	ร้านอาหารผัด	- ร้านอาหารที่รับเส้น	หมุนเวียนในกลุ่ม
					3. เภรัญญิก	-เส้นหมี่แห้งผสม	มาร่วมกันผลิต	หมี่โคราช	หมี่ไปผัด	- แบ่งผลกำไรให้กับ
					4. ประชาสัมพันธ์	สมุนไพรและ ข้าว	ที่ทำการกลุ่ม	-ขายผ่าน	- ผู้มาเยี่ยมชมศึกษา	สมาชิกตามกำลัง
	โรตี่เบอร์รี่		ตัวแทน	งาน	การผลิต					

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ชื่อกลุ่ม	ที่ทำการ กลุ่ม	การ จัดตั้ง กลุ่ม	จำนวน สมาชิก (คน)	โครงสร้างองค์กร (คณะกรรมการ บริหารกลุ่ม)	การบริหารจัดการ				
					การผลิต		การตลาด		การเงิน
					ผลิตภัณฑ์	ลักษณะการผลิต	ช่องทางจำหน่าย	การประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการขาย	
วิสาหกิจชุมชน ข้าวเกรียบ สมุนไพรบ้าน ท่าแดง	เลขที่ 76 หมู่ 3 ต.สัมฤทธิ์ อ.พิมาย จ. นครราชสีมา	28-พ.ย.-48	16	มี 6 ตำแหน่ง 1.ประธาน 2.รองประธาน 3.เลขานุการ 4.เหรัญญิก 5.ประชาสัมพันธ์ 6.ฝ่ายผลิตกรรมการ	- เส้นหมี่สด - เส้นหมี่แห้ง - เส้นหมี่แห้งผสม สมุนไพร - เส้นหมี่แห้ง พร้อมน้ำปรุงรส	กิจกรรมการ ผลิตสมาชิก มาร่วมกัน ผลิตที่ทำการ กลุ่ม	- ขายตรงที่ทำ การกลุ่ม -ขายผ่าน ตัวแทน - งานออกร้าน	- ประชาสัมพันธ์ ผ่าน งานออกร้าน - ผ่านผู้มาเยี่ยมชมศึกษาดู งาน www.thaitambon.com	- มีการระดมหุ้น และปันผล - มีเงินทุน หมุนเวียนในกลุ่ม - แบ่งผลกำไร ให้กับสมาชิกตาม กำลังการผลิต

1.2 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพหลัก อาชีพเสริม ประสบการณ์ในการทำเส้นหมี่โคราช รายได้ต่อเดือนจากกิจกรรมทำเส้นหมี่โคราช ผลการวิเคราะห์ปรากฏผลดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

n = 69		
ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ (ราย)
1. เพศ		
ชาย	15	21.7
หญิง	54	78.3
2. อายุ (ปี)		
40 หรือน้อยกว่า	8	11.6
41 – 50	7	10.2
51 – 60	28	40.6
61 หรือมากกว่า	26	37.6
Min = 28 Max = 76 \bar{X} = 56.14 S.D. = 11.857		
3. ภูมิลำเนา		
จังหวัดนครราชสีมา	64	92.8
นอกจังหวัดนครราชสีมา	5	7.2
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ไม่ได้เรียน	2	2.9
ประถมศึกษา	49	71.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	11	15.9
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	5	7.3
ปวส./อนุปริญญา	2	2.9

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

n = 69		
ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
5. อาชีพหลัก		
เกษตรกร	31	44.9
รับจ้าง	16	24.6
ค้าขาย	9	13.0
รับราชการ	2	3.0
ทำหมีโคราช	10	14.5
6. อาชีพเสริม		
ทำหมีโคราช	59	85.5
รับจ้างทั่วไป	10	15.5
7. ประสบการณ์ในการทำหมีโคราช		
1-10 ปี	28	40.6
11-20 ปี	20	29.0
21-30 ปี	9	13.0
30 ปีขึ้นไป	12	17.4
Min = 2 Max = 60 \bar{X} = 19.95 S.D. = 15.243		
8. รายได้ต่อเดือน (บาท) จากกิจกรรมทำหมีโคราช		
1,000 บาทหรือต่ำกว่า	19	27.6
1,001 – 2,000	21	30.4
2,001 – 3,000	20	29.0
มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป	9	13.0
Min = 500 Max = 6,000 \bar{X} = 2,037.68 S.D. = 1,246.772		

จากตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน
ปรากฏผล ดังนี้

1.2.1 เพศ พบว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เกือบทั้งหมดเป็นเพศหญิง ร้อยละ 78.3
และ ร้อยละ 21.7 เป็นเพศชาย

1.2.2 อายุ พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนน้อยกว่าครึ่ง (ร้อยละ 40.6) มีช่วงอายุระหว่าง 51 – 60 ปี รองลงมา ร้อยละ 37.6 มีช่วงอายุ 61 ปีหรือมากกว่า ร้อยละ 11.6 มีช่วงอายุ 40 ปีหรือน้อยกว่า และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 10.2) มีช่วงอายุ 41-50ปี โดยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีอายุต่ำสุด 28 ปี สูงสุด 76 ปี และอายุเฉลี่ย 56.14 ปี

1.2.3 ภูมิลำเนา พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 92.8) มีภูมิลำเนาในจังหวัดนครราชสีมา และ ร้อยละ 7.2 มีภูมิลำเนานอกเขตจังหวัดนครราชสีมา

1.2.4 ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 71.0) จบการศึกษาระดับประถมศึกษา รองลงมา ร้อยละ 15.9 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 7.3 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 2.9) จบการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา และไม่ได้เรียนหนังสือ

1.2.5 อาชีพหลัก พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชน น้อยกว่าครึ่ง (ร้อยละ 44.9) มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกรรองลงมา ร้อยละ 24.6 มีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 14.5 มีอาชีพทำเส้นหมี่โคราช ร้อยละ 13 มีอาชีพค้าขาย และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 3.0) มีอาชีพรับราชการ

1.2.6 อาชีพเสริม พบว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 85.5) มีอาชีพเสริมคือทำเส้นหมี่โคราช และ ร้อยละ 15.5 มีอาชีพเสริมรับจ้างทั่วไป

1.2.7 ประสบการณ์ในการทำหมี่โคราช พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนน้อยกว่าครึ่ง (ร้อยละ 40.6) มีประสบการณ์ในการทำหมี่โคราช 1-10 ปี รองลงมา ร้อยละ 29 มีประสบการณ์ในการทำหมี่โคราช 11-20 ปี ร้อยละ 17.4 มีประสบการณ์ในการทำหมี่โคราช 30 ปีขึ้นไป และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน ส่วนน้อย (ร้อยละ 13.0) มีประสบการณ์ในการทำหมี่โคราช 21-30 ปี โดยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีประสบการณ์ต่ำสุด 2 ปี สูงสุด 60 ปี และประสบการณ์เฉลี่ย 19.9 ปี

1.2.8 รายได้ต่อเดือน จากกิจกรรมทำหมี่โคราช พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนประมาณ 1 ใน 3 (ร้อยละ 30.4) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,001 – 2,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 29.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001-3,000 บาท ร้อยละ 27.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000 บาทหรือต่ำกว่า และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 13) มีรายได้จากกิจกรรมการทำหมี่เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป โดยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีรายได้จากกิจกรรมการทำหมี่เฉลี่ยต่อเดือนรายได้จากกิจกรรมการทำหมี่เฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุด 500 บาท สูงสุด 6,000 บาท เฉลี่ย 2,038 บาท

ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดนครราชสีมา

2.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ่า อำเภอขามทะเลสอ

2.1.1 ที่มาของความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตเส้นหมี่บ้านน้ำจ่า มีมานานกว่า 200 ปี มีบรรพบุรุษชื่อ ทวดเทา ชื่อสูงเนิน เป็นคนริเริ่มในการทำ ซึ่งการทำเส้นหมี่ในสมัยนั้นจะเป็นการทำเพื่อบริโภคในครัวเรือน หรือนำไปแลกเปลี่ยนกับผลผลิตทางการเกษตร เช่น ข้าว เกือบ ปลา เนื้อสัตว์ เครื่องนุ่งห่มหรือปัจจัยในการดำรงชีวิตอื่นๆ การบริโภคเส้นหมี่ในครัวเรือนและงานเลี้ยงต่างๆ เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในเวลาต่อมา จนกลายเป็นอาหารหลักและอาหารว่างประจำวันพิธีต่างๆ การทำเส้นหมี่ของชาวบ้านน้ำจ่าจึงได้มีการถ่ายทอดให้กับลูกหลานและทำสืบเนื่องกันมารุ่นต่อรุ่น มีการนำไปจำหน่ายให้กับหมู่บ้านข้างเคียง ตำบลข้างเคียง และแพร่หลายไปยังอำเภอต่างๆ ในจังหวัดนครราชสีมา จนกลายเป็นอีก 1 อาชีพเสริมของชาวบ้านน้ำจ่าในช่วงนอกฤดูการทำนา คือ ทำเส้นหมี่เพื่อบริโภคและจำหน่าย ต่อมาชาวบ้านน้ำจ่าจึงได้รวมกลุ่มกันผลิตเพื่อการค้า จึงมีการพัฒนาและต่อยอดภูมิปัญญา ดั้งเดิมผสมผสานกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต และปรับปรุงรสชาติ รูปแบบผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และตลาด อีกทั้งได้มีการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาให้กับลูกหลานสืบต่อกันมาจนกลายเป็นอาชีพที่ยั่งยืน ปัจจุบันมีการผสมผสานเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้เส้นหมี่เหนียวนุ่มสะอาดถูกหลักอนามัย ทำให้มียอดการจำหน่ายที่สูงขึ้น

2.1.2 ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมและ ความรู้ใหม่ที่ประยุกต์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิม

1) ด้านผลิตภัณฑ์ เดิมวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ่า ผลิตเพียงเส้นหมี่สี่เหลี่ยมคางหมู ต่อมา มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาในด้านวัตถุดิบ โดยมีการนำผลผลิตทางการเกษตร คือ มะเขือเทศ ฝักทอง ใบเตย ค่ะน้ำ ที่ชาวบ้านปลูกไว้เพื่อจำหน่าย แต่ผลผลิตมีมากเกินไปเกินความต้องการจำหน่ายได้ราคาถูก จึงนำมาแปรรูปเป็นส่วนผสมของเส้นหมี่เพื่อให้มีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น มีสีสันทันรับประทาน อีกทั้งมีการปรับประยุกต์ภูมิปัญญานำแป้งที่ทำหมี่มาทำเป็นขนมเพื่อรับประทานเป็นของว่าง คือหมี่อ่อนสอดไส้มะพร้าว เป็นที่นิยมของผู้บริโภค เป็นเอกลักษณ์และสร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ่าให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

เส้นหมี่สีขาวธรรมชาติภูมิปัญญาดั้งเดิม



เส้นหมี่ผสมสมุนไพร

หมี่อ่อนสอดไส้มะพร้าว

ภาพที่ 4.4 พัฒนาการของผลิตภัณฑ์ ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำฉ่ำ

2) ด้านเครื่องมืออุปกรณ์การผลิต กลุ่มได้มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านใน
ด้านเครื่องมืออุปกรณ์การผลิตได้แก่ ขั้นตอนการโม่แป้ง ในอดีตใช้ไม้หิน เปลี่ยนมาใช้เครื่องโม่

ไฟฟ้าอัตโนมัติ และขั้นตอนการหั่นเส้นหมี่ในอดีตใช้มีดและเจียงหั่นด้วยมือมีดต้องมีความคมมาก หั่นแป้งหมี่ได้ครั้งละประมาณ 3 แผ่น ปัจจุบันใช้เครื่องหั่นเส้นหมี่ไฟฟ้าอัตโนมัติหั่นแป้งหมี่ได้ครั้งละ 20-30 แผ่น ทำให้หั่นได้เร็วขึ้นประหยัดเวลาและเส้นหมี่มีความสม่ำเสมอ



ภาพที่ 4.5 การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาด้านอุปกรณ์เครื่องมือการผลิตของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ่า

2.1.3 องค์ความรู้การผลิตเส้นไหมโคราช

1) อุปกรณ์การผลิต

- | | |
|------------------------------|--------------------------------------|
| - โม่หิน หรือเครื่องโม่ไฟฟ้า | - เตาดินและฟืน |
| - กระทะ | - ภาชนะปากกว้างสำหรับปาดแป้ง |
| - ผ้าขาวบาง | - ชั้นอลูมิเนียม |
| - ฝาปิด | - ไม้แซะไหม |
| - แผงตากไหม | - มัดหุ่นไหม หรือ เครื่องหุ่นเส้นไหม |

2) ขั้นตอนการผลิต

(1) แช่ปลายข้าว ซึ่งเป็นปลายข้าวหัก พันธุ์เหลืองประทิวหรือข้าวสังข์หยด ปริมาณตามที่ต้องการ 1 ถัง

(2) นำข้าวที่แช่แล้วมาล้างให้สะอาด นำมาโม่ด้วยเครื่องโม่หิน หรือเครื่องโม่ไฟฟ้า จะได้น้ำแป้งละเอียด การทำเส้นไหมสมุนไพรมานำสมุนไพรมะเขือเทศ กล้วย ฝรั่ง ผสมน้ำเล็กน้อยโม่หรือปั่นให้ละเอียดกรองเอาแต่น้ำ มาผสมกับน้ำแป้งไหม จะได้เป็นน้ำแป้งไหม สีต่างๆ

(3) นึ่งไหม เป็นวิธีการทำให้แป้งเป็นแผ่นกลมขนาดใหญ่ และนึ่งให้สุก เริ่มจากตั้งกระทะใส่น้ำ เอาปากหม้อจิ้งฉ้า แล้วตั้งในกระทะ เจาะผ้า ที่ริมปากหม้อเล็กน้อย เพื่อให้ไอร้อนขึ้นมาสะดวก ทำแผ่นไหมโดยการกวาด (ภาษาโคราชเรียกกวาดไหม) ด้วยการละเลงแป้ง ลงบนผ้าที่จิ้งปากหม้อ ขณะที่น้ำเดือด ใช้ก้นขันกวาดแป้งเป็นแผ่นกลมให้ทั่ว เอาฝาปิด ทิ้งไว้ 1-2 นาที เปิดฝ้อออก ใช้ไม้แซะแผ่นแป้งไหม

(4) ตากแผ่นแป้งไหม นำแผ่นแป้งไหมที่นึ่งสุกแล้วแล้วลงจากเตาหนึ่ง วางลงบนแผงไม้ไผ่ แล้วนำออกตากแดดพอสหมาดๆ

(5) ทาน้ำมัน ตากแผ่นแป้งไหมพอสหมาดๆ แล้ววางแผ่นแป้งไหม ซ้อนกัน ทาน้ำมันพืชบนแผ่นไหม เพื่อไม่ให้แผ่นไหมติดกัน ทิ้งไว้ประมาณ 1.5-2 ชั่วโมง

(6) หั่นเส้นไหม นำแผ่นแป้งไหมที่ทาน้ำมันทิ้งไว้จนได้ที่แล้ว มาหั่นเป็นเส้นไหม ด้วยมีด หรือเครื่องหั่นเส้นไหมไฟฟ้า ในขั้นตอนนี้ต้องอาศัยความชำนาญในการหั่นเพื่อให้เส้นที่หั่นออกมามีขนาดสม่ำเสมอ

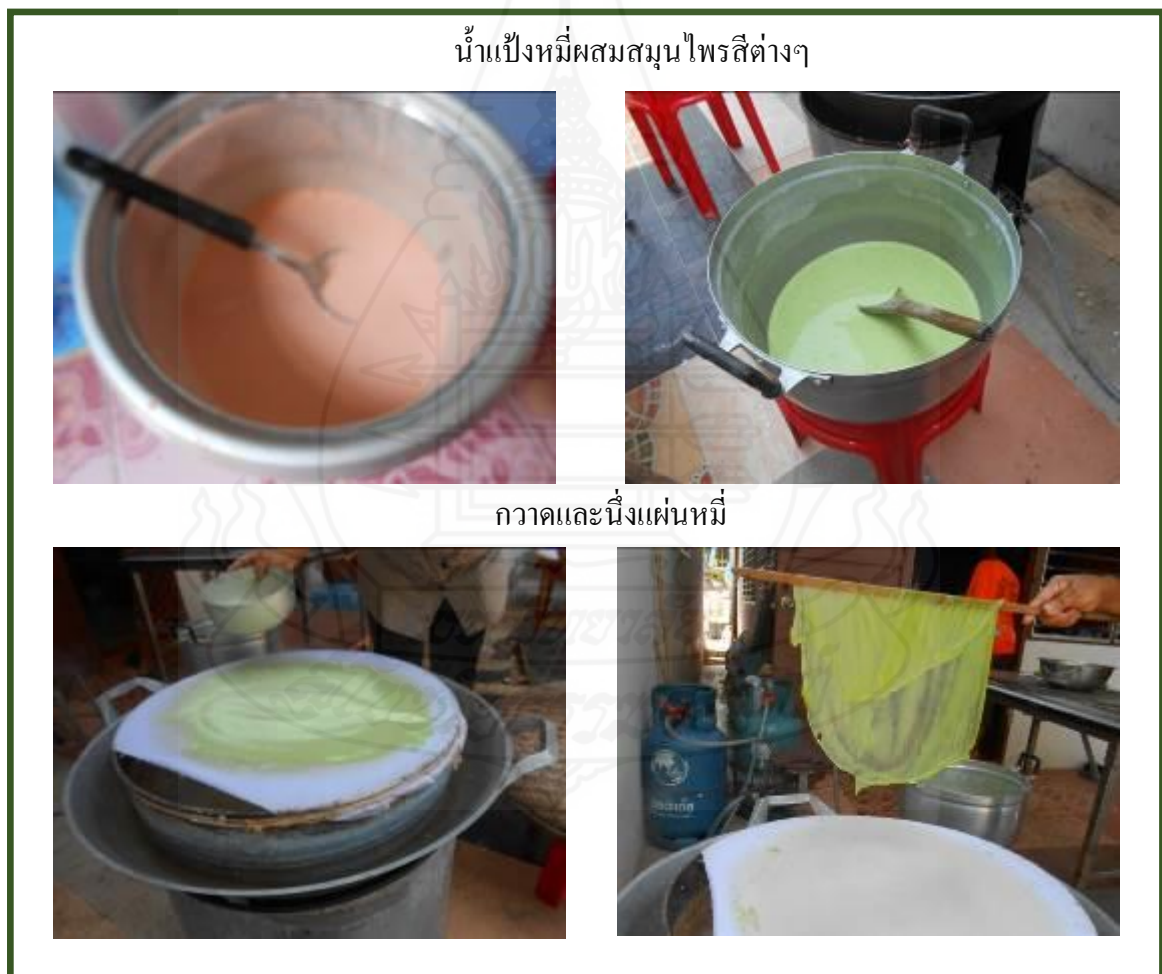


ภาพที่ 4.6 ภาพแสดงขั้นตอนการผลิตเส้นหมี่โคราชของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า

2.1.4 องค์ความรู้การผลิตหมี่อ่อนสอดไส้มะพร้าว

ใช้วัสดุอุปกรณ์เช่นเดียวกับการทำเส้นหมี่โคราช โดยมีขั้นตอนการผลิตดังนี้

- (1) แช่ข้าวสาร 3 ชั่วโมง ล้างจนใส นำไปโม่ผสมน้ำเล็กน้อยให้ได้น้ำแป้งหมี่ชั้นพอดี
- (2) นำสมุนไพรที่จะผสม เช่น ใบเตย พักทอง มะเขือเทศ อัญชันผสมน้ำเล็กน้อยโม่ให้ละเอียด ผสมเข้ากับน้ำแป้งหมี่ ได้เป็นน้ำแป้งหมี่ สีต่างๆ
- (3) เตรียมไส้ นำมะพร้าวอ่อนมาขูดให้เป็นเส้น ผสมงา น้ำตาลทราย เกลือ
- (4) เตรียมความพร้อมของเตาและอุปกรณ์การนึ่งเช่นเดียวกับการทำเส้นหมี่
- (5) นำแป้งหมี่มาถูบนผ้าที่ขึงไว้พอสุกใช้ไม้บางๆ สอดแล้วยกแผ่นแป้งออกวางบนภาชนะที่เตรียมไว้



ภาพที่ 4.7 ภาพแสดงขั้นตอนการทำหมี่อ่อนไส้มะพร้าวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
ทำเส้นหมี่บ้านน้ำคำ

(6) นำมะพร้าวอ่อนที่เตรียมไว้โรยตามแผ่นหมี่ม้วนให้กลม ใส่มะพร้าวอยู่ด้านใน หั่นให้พอดีคำ



ภาพที่ 4.8 ภาพแสดงขั้นตอนการทำหมี่อ่อนใส่มะพร้าวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
ทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ่า

องค์ความรู้ที่เป็นเทคนิคในการผลิต

1. ข้าวเจ้าที่นำมาใช้ในการผลิตควรเป็นข้าวแข็งและเป็นข้าวเก่าข้ามปี เพราะจะได้แป้งข้าวที่เหมาะสมพอดี ไม่อ่อนจนและ หรือแข็งจนไม่ติดกัน ถ้าใช้เป็นข้าวสังข์หยด จะทำให้ได้เส้นหมี่ที่ทั้งหอม นุ่ม และ เหนียว
2. ล้างข้าวที่แช่ก่อน โม่จะทำให้เส้นหมี่ไม่เหนียว
3. สมุนไพรที่นำมาผสมใช้สมุนไพรสด เพื่อสีสันทึบสวย และเส้นหมี่หอมกลิ่นสมุนไพรมากขึ้น
4. เกลี่ยแผ่นแป้งหมี่จะต้องลงน้ำหนักมือให้เสมอ สังเกตให้แผ่นแป้งหมี่มีความหนาบางให้สม่ำเสมอ เมื่อนำไปตากแป้งหมี่จะแห้งสม่ำเสมอทั่วแผ่นเวลานั้นจะแห้งง่ายและได้เส้นหมี่ที่สวย
5. ไม้แฉะแผ่นหมี่ขโหมน้ำก่อนแฉะจะทำให้แฉะแผ่นหมี่ได้ง่าย แผ่นหมี่ไม่ขาด

2.2 วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียว อำเภอโชคชัย

2.2.1 ที่มาของความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

อาชีพดั้งเดิมของคนอำเภอโชคชัย คือ ทำนา หลังฤดูเก็บเกี่ยว ชาวบ้านจะนำข้าวเปลือกมาสีด้วยเครื่องสีข้าวโบราณ แล้วนำข้าวสารมาคั่วด้วย ครกกระเดื่อง เรียกว่า การซ้อมข้าว แล้วนำปลายข้าวที่แตกหักมาโม่เป็นแป้ง ด้วยเครื่องโม่หิน จากนั้นนำมาทำเป็นเส้นหมี่ เป็นการแปรรูปข้าวโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะใช้ประโยชน์จากปลายข้าว ในสมัยก่อนในอำเภอโชคชัยจึงมีการทำเส้นหมี่โคราชกันอย่างแพร่หลายรวมทั้งครอบครัวของคุณตายอด เทียงกระทอก ที่เห็นแม่ทำเส้นหมี่โคราชมาตั้งแต่คุณตายังเด็ก เมื่อคุณตาโตขึ้น และได้สมรสกับคุณยายเจียว เมื่อหมดฤดูทำนา คุณตาต้องการหารายได้เพิ่มให้กับครอบครัว จึงได้ให้คุณยายเจียวไปเรียนรู้วิธีการทำเส้นหมี่กับแม่ของคุณตายอด และนำเส้นหมี่สดไปขายในตลาด ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับครอบครัว จึงได้ทำเรื่อยมา ต่อมาเส้นหมี่กระทอกเป็นที่นิยม มีแม่ค้าที่เปิดร้านขายผัดหมี่โคราชเกิดขึ้นมากมาย ทั้งที่ในตลาดโชคชัย ด่านเกวียน และ ในตัวเมืองโคราช และมาซื้อเส้นหมี่มากขึ้น คุณตายอด และคุณยายเจียว จึงหันมาทำเส้นหมี่อย่างจริงจังและได้ถ่ายทอดภูมิปัญญาให้กับลูกชาย ลูกสะใภ้ และญาติๆ บ้านใกล้เคียง ในขณะที่ครัวเรือนอื่นๆ ที่เคยทำหมี่ในสมัยก่อนๆ เริ่มหายไปเนื่องจากสภาพทางสังคมที่เปลี่ยนไป คนจึงนิยมซื้อเส้นหมี่สำเร็จไปผัดเอง หรือซื้อหมี่ผัดสำเร็จไปรับประทาน จึงเหลือเพียงครอบครัวของคุณตายอด และ ญาติๆ ที่ยังคงรวมกลุ่มกันทำเส้นหมี่ขายโดยยังคงกระบวนการผลิตเส้นหมี่ในแบบโบราณไว้ได้มากที่สุด ยกเว้นในขั้นตอนของการชอยหมี่ที่ได้นำเครื่องชอยหมี่เข้ามาใช้ และ กลุ่มได้มีการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และ ยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

ดังนั้น ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำหมี่โคราช ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระโทกป่าเจิว อำเภอโชคชัย เกิดจากความต้องการของคนในชุมชนที่ต้องการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ เป็นความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดมา จากบรรพบุรุษ และมีการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม แต่ยังคงรูปแบบกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมเพื่อเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของชาวโคราช

2.2.2 ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมและ ความรู้ใหม่ที่ประยุกต์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิม

1) ด้านผลิตภัณฑ์ จากเดิม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระโทกป่าเจิว ผลิตเพียงเส้นหมี่สดขายให้กับร้านอาหารที่ขายผัดหมี่ในอำเภอโชคชัย และ ชุมชนด้านကျေး တေၤนั้น ต่อมา มีลูกค้าจากต่างจังหวัดมีความสนใจที่จะนำเส้นหมี่กระโทกไปผัดขายที่ต่างจังหวัด หรือมีความต้องการซื้อไปเก็บไว้บริโภคต่างจังหวัด ทางกลุ่มจึงได้ปรึกษากันคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน จึงได้ทดลองทำเส้นหมี่ตากแห้งโดยใช้วิธีการตากแดดให้แห้งทำให้เส้นหมี่สามารถเก็บไว้ได้หลายวัน ได้รับการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี ต่อมา เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปคนมีความสนใจด้านสุขภาพมากขึ้น ทางกลุ่มเห็นว่า อาหารที่มีส่วนผสมของสมุนไพร ได้รับความนิยม อีกทั้งสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ได้ไปศึกษาดูงานพบว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอื่นๆที่มีส่วนผสมของสมุนไพรจึงได้ กลับมาทดลองทำ และได้พัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้เป็นเส้นหมี่สมุนไพรผสมใบเตย ผักทอง แดงโม อัญชัญ และ เส้นหมี่จากข้าวไรซ์เบอร์รี่ ซึ่งวัตถุดิบที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น

2) ด้านเครื่องมืออุปกรณ์การผลิต กลุ่มได้มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา เช่นเดียวกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำคำในเรื่องของเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต จากไม้หิน เปลี่ยนมาใช้เครื่องโมไฟฟ้าอัตโนมัติ และ ขั้นตอนการหั่นเส้นหมี่จากการหั่นด้วยมือเพียงอย่างเดียว มีการนำเครื่องหั่นเส้นหมี่ไฟฟ้าอัตโนมัติเข้ามาใช้



ภาพที่ 4.9 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การผลิตหมี่โคราช ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระโทกป่าเจียว

2.2.3 องค์ความรู้การผลิตเส้นหมี่โคราช

1) อุปกรณ์การผลิต

- โม่หิน หรือเครื่องโม่ไฟฟ้า - เตาดินและฟืน - กระทะ
- ภาชนะปากกว้างสำหรับปาดแป้ง- ผ้าซิ่นปากหม้อ - ฝาปิด
- ชั้นอลูมิเนียม - ไม้แซะหมี่ - แผงตากหมี่
- มีดหั่นหมี่ หรือ เครื่องหั่นหมี่ไฟฟ้า - ดอก

2) ขั้นตอนการผลิต

(1) แช่ข้าว ใช้ข้าวเจ้าเมล็ดหัก พันธุ์ชัยนาท หรือ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ นำข้าวเจ้ามาล้างให้สะอาด ทิ้งให้สะเด็ดน้ำจึงนำไปแช่น้ำไว้ในประมาณ 1 คืน

(2) โม่แป้ง เทน้ำที่แช่ข้าวทิ้งเติมน้ำสะอาดลงไปใหม่แล้วจึงนำไปโม่พักน้ำแป้งที่โม่ได้ให้ตกตะกอน ค่อยๆรินน้ำออกจากน้ำแป้งที่พักไว้เติมน้ำสะอาดลงไปใหม่อีกครั้ง ในการทำเส้นหมี่สมุนไพรจะบดสมุนไพรให้ละเอียดกรองเอากากออกนำน้ำสมุนไพรมาผสมกับน้ำแป้ง ในขั้นตอนนี้จะได้น้ำแป้งที่ใช้สำหรับทำเส้นหมี่

(3) นึ่งหมี่ ก่อไฟที่เตา ตั้งกระทะใส่น้ำสะอาดนำหม้อทรงสูงปากกว้างซึ่งด้วยผ้าขาวบางให้ตั้งเปิดริมฝาประมาณ 5 เซนติเมตร เพื่อให้ไอน้ำพุ่งขึ้นมาได้ นำปากหม้อที่ซิ่นผ้าแล้วตั้งบนกระทะ เมื่อน้ำเดือดใช้ชั้นอลูมิเนียมตักน้ำแป้งเทลงบนผ้าที่ซิ่นบนปากหม้อเรียกว่ากวาดหมี่ (ภาษาโคราชเรียกกวาดหมี่) ใช้ก้นชั้นเกลี่ยน้ำแป้งให้เป็นแผ่นกลมทั่วเสมอกัน ปิดฝาปากหม้อทิ้งไว้ 1-2 นาที เมื่อแป้งสุกใช้ไม้แซะแผ่นหมี่ออก

(4) ตากแผ่นแป้งหมี่ นำแผ่นแป้งหมี่ที่ทำการนึ่งแล้ว วางลงบนแผงไม้ไผ่แล้วนำออกตากแดด ตากแผ่นหมี่ให้พอหมาดๆ จับแล้วไม่ติดมือ ไม่ต้องแห้งจนแข็ง เก็บนำมาวางเรียงซ้อนกันในกระด้งใช้ผ้าปิดทิ้งไว้ 1-2 ชม. เพื่อไม่ให้หมี่แข็งกระด้างจนเกินไป

(5) ทาน้ำมันแผ่นแป้งหมี่ เมื่อปิดทิ้งไว้จนได้ที่แล้ว นำแผ่นหมี่มาทาน้ำมัน ตรงไหนที่แห้งมากให้ใช้ผ้าชุบน้ำหมาดๆทา การทาน้ำมันใช้ได้ทั้งน้ำมันพืชและน้ำมันหมู น้ำมันพืชใช้ในการทำหมี่แห้ง น้ำมันหมูใช้ทำหมี่สด การทาน้ำมันเพื่อให้เส้นมีความเหนียวนุ่ม ไม่ติดกันเป็นก้อน อีกด้านใช้น้ำเปล่าลูบขอบแผ่นหมี่ เพื่อให้ขอบนุ่มแล้วซ้อนแผ่นหมี่ทับกันไว้ ใช้ผ้าขาวบางคลุมทับไม่ให้หมี่แห้งทิ้งไว้อีกครั้งประมาณ 30 นาที

การนึ่งแป้ง



ตากแผ่นแป้งหมี



นำแผ่นแป้งหมีมาทาน้ำมัน



ภาพที่ 4.10 ภาพแสดงขั้นตอนการนึ่ง ตากแผ่นแป้งหมี และนำแผ่นแป้งหมีมาทาน้ำมัน ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมีกระโทกป่าเจียว

(6) หั่นหมี เมื่อกาน้ำมันที่จี่ไว้จนได้ที่แล้วนำแผ่นหมีมาหั่น ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ค่อนข้างยาก ต้องอาศัยความชำนาญในการหั่นเพื่อให้เส้นที่ออกมามีขนาดเล็กใหญ่สม่ำเสมอ การหั่นต้องม้วนแผ่นหมีจากด้านใดด้านหนึ่งไปหาอีกด้านหนึ่ง ระหว่างการหั่นต้องลับมีดเรื่อยๆ เพื่อหั่นได้ง่าย และเส้นมีความสม่ำเสมอ ซึ่งมีดที่ใช้หั่นมีหลายขนาดแล้วแต่ความถนัดของผู้ใช้ (ปัจจุบันมีการนำเครื่องหั่นหมีไฟฟ้าเข้ามาใช้)

(7) การตากหมี เมื่อหั่นเส้นหมีเสร็จแล้วนำเส้นหมีจับกำตากบนแผงไม้ไผ่ 1 วัน ให้แห้งสนิทแล้วจึงนำเส้นหมีที่ตากแห้งแล้วมามัดโดยใช้ดอ

นำแผ่นแป้งหมีมาหั่นเป็นเส้นหมี



จับเป็นกำตากเส้นหมีไว้ 1 วัน



ภาพที่ 4.11 ภาพแสดงขั้นตอนการหั่น และตากเส้นหมี ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมีกระโทกป่าเจียว

องค์ความรู้ที่เป็นเทคนิคในการผลิต

1. ข้าวเจ้าที่นำมาใช้ในการผลิตต้องเป็นข้าวเก่าข้ามปี จะได้เส้นหมี่ที่เหนียวนุ่มไม่และ
2. ล้างข้าวที่แช่ก่อน โม่จะทำให้เส้นหมี่ไม่เหม็นหืน
3. น้ำมันที่ใช้ทาแผ่นแป้งหมี่ มักใช้น้ำมันหมู และต้องเป็นน้ำมันใหม่ๆ ไม่เช่นนั้น เส้นหมี่จะเหม็นหืนเร็ว
4. ใช้น้ำเปล่าลูบขอบแผ่นหมี่ก่อนทาน้ำมัน เพื่อให้ขอบนุ่มหั่นง่ายเส้นไม่แตกเป็นชิ้นเล็กๆ
5. เมื่อกทาน้ำมันแล้วช้อนแผ่นหมี่ทับกันไว้ ใช้ผ้าขาวบางคลุมทับไม่ให้หมี่แห้งทิ้งไว้อีกประมาณ 30 นาทีก่อนนำมาหั่นเพื่อให้เส้นหมี่อ่อนนุ่มพอดี
6. การจับกำเส้นหมี่จับกำสั้นเพื่อสะดวกเวลาผัดและรับประทานง่าย
7. การมัดตอกกำหมี่ จะมัดหลังจากตากเส้นหมี่แห้งแล้วเพราะเส้นหมี่จะหดตัวถ้ามัดก่อนตากเมื่อแห้งตอกจะหลวมไม่พอดีกับกำหมี่หลุดง่าย

2.3 วิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง อำเภอพิมาย

2.3.1 ที่มาของความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

วิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง อำเภอพิมาย มีการรวมกลุ่มกันมากกว่า 10 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกของการรวมกลุ่ม เพื่อหาอาชีพเสริมให้กับกลุ่มแม่บ้านในช่วงนอกฤดูการทำนา โดยเน้นการใช้วัตถุดิบในพื้นที่มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา จึงตกลงใจว่าจะรวมกลุ่มกันแปรรูปข้าวเจ้า โดยเริ่มจากการทำข้าวเกรียบ ต่อมาได้ปรับปรุงสูตรเป็นข้าวเกรียบสมุนไพร เนื่องจากมีวัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น ผักทอง กระเทียม กล้วย กล้วยเทศ ต่อมา กลุ่มได้มีความเห็นตรงกันว่า ควรจะเพิ่มกิจกรรมแปรรูปข้าวเป็นอย่างอื่นเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มทางเลือก ทางกลุ่มได้มีการประชุมร่วมกับทางส่วนราชการที่เข้ามาสนับสนุน ตกลงใจว่าจะผลิตหมี่โคราชเพิ่มอีก 1 กิจกรรม เพื่อเพิ่มเติมกิจกรรมให้กับกลุ่ม และเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำเส้นหมี่โคราชของอำเภอพิมาย ทางกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานเกษตรอำเภอพิมายพาไปเรียนรู้วิธีการทำหมี่จากกลุ่มผู้ทำหมี่พิมาย และได้นำมาผลิตเป็นสินค้าของกลุ่ม ต่อมาทางกลุ่มได้ลองพัฒนาปรับปรุง เป็นหมี่สมุนไพร เพื่อเพิ่มความแตกต่างให้กับตัวสินค้า และต้องการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์ ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี กลุ่มเริ่มเป็นที่รู้จัก มีส่วนราชการเข้ามาสนับสนุนให้เป็นศูนย์เรียนรู้ และเปิดโอกาสให้กลุ่มได้ไปเรียนรู้แลกเปลี่ยนกับกลุ่มต่างๆมากมาย และนำความรู้มาพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญา จนมีสินค้าของกลุ่มเพิ่มอีก 2 ชนิดคือ หมี่โคราชพร้อมน้ำปรุง และ น้ำปรุงรสหมี่โคราชบรรจุขวด

2.3.2 ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมและ ความรู้ใหม่ที่ประยุกต์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิม

1) ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เริ่มต้นกิจกรรมทำเส้นหมี่โคราชโดยเริ่มจากการไปเรียนรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมจากปราชญ์ชาวบ้านจากกลุ่มผู้ผลิตเส้นหมี่พิมาย ผลิตภัณฑ์ที่เริ่มผลิตครั้งแรกคือเส้นหมี่สด และเส้นหมี่ตากแห้ง ต่อมาได้แนวคิดการผลิตเส้นหมี่ผสมสมุนไพรจากการไปศึกษาดูงานกลุ่มภายนอกโดยการสนับสนุนของสำนักงานเกษตรอำเภอพิมาย สมาชิกกลุ่มจึงกลับมาทดลองทำโดยใช้สมุนไพร และวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น ได้เป็น เส้นหมี่คะน้ำ เส้นหมี่ฝักทอง เส้นหมี่อัญชัญ เส้นหมี่ใบเตย และ เส้นหมี่แดงโม ซึ่งได้รับความสนใจจากลูกค้าเป็นอย่างดี ต่อมาได้รับการสนับสนุนจากส่วนราชการคือ พัฒนาชุมชน พาไปศึกษาดูงานที่โรงงานทำเส้นหมี่ที่ อ.ปักธงชัยในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำเส้นหมี่พร้อมน้ำปรุงรส และด้วยการสนับสนุนของ สาธารณะสุขทางกลุ่มได้คิดค้นสูตรน้ำปรุงรส และขอการรับรองจาก อย.จนสามารถผลิตภัณฑ์เส้นหมี่พร้อมน้ำปรุงรสที่ได้รับการรับรองจาก อย. ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ จันท์ฉาย



ภาพที่ 4.12 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การผลิตหมี่โคราช ของวิสาหกิจชุมชน ข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง อำเภอพิมาย

2) ด้านเครื่องมืออุปกรณ์การผลิต กลุ่มได้มีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา เช่นเดียวกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำท่า และ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียว ในเรื่องของเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต จากโม่หิน เปลี่ยนมาใช้เครื่องโม่ไฟฟ้า และ ขั้นตอนการหั่นเส้นหมี่จากการหั่นด้วยมือเพียงอย่างเดียว มีการนำเครื่องหั่นเส้นหมี่ไฟฟ้าเข้ามาใช้ และมีการ ประยุกต์ใช้แผงตากหมี่ลูมิเนียมมาใช้แทนแผงตากหมี่ไม้ไผ่ที่ขึ้นราได้ง่ายเมื่อเจอฝน

2.3.3 องค์ความรู้การผลิตเส้นหมี่โคราช

1) อุปกรณ์การผลิต

- | | |
|--------------|---|
| - โม่ไฟฟ้า | - เตาดินและฟืน |
| - กระทะ | - ภาชนะปากกว้างสำหรับปาดแป้ง |
| - ผ้าขาวบาง | - ชั้นอลูมิเนียม |
| - ฝาปิด | - ไม้แซะแผ่นหมี่ |
| - แผงตากหมี่ | - มีดหั่นหมี่ หรือ เครื่องหั่นหมี่ไฟฟ้า |

2) ขั้นตอนการผลิต

(1) แช่ข้าว นำข้าวสารเจ้าแม่ลัดหักมาล้างให้สะอาด แช่น้ำไว้ก่อน 1 คืน ใช้ข้าวสารเจ้าพันธุ์ชัยนาท หรือเหลืองประทิว

(2) โม่แป้ง นำข้าวที่แช่น้ำไว้ เทน้ำเก่าทิ้งเติมน้ำสะอาดลงไปใหม่ นำไปโม่ให้เป็นน้ำแป้ง ในการทำเส้นหมี่สมุนไพรจะบดสมุนไพรให้ละเอียด นำไปผสมกับน้ำแป้ง ในขั้นตอนนี้จะได้น้ำแป้งที่ใช้สำหรับทำเส้นหมี่

(3) นึ่งหมี่ ตั้งกระทะ ใส่น้ำสะอาด นำปากหม้อที่ขึงผ้า แล้วตั้งบนกระทะ เมื่อน้ำเดือดใช้ชั้นอลูมิเนียมตักน้ำแป้งเทลงบนผ้าที่ขึงบนปากหม้อเรียกว่ากวาดหมี่ ใช้ก้นขันเกลี่ยน้ำแป้งให้ทั่วเสมอกันปิดฝาปากหม้อทิ้งไว้ 2-3 นาที เมื่อแป้งสุกใช้ไม้แซะแผ่นหมี่ออก จะได้แผ่นแป้งหมี่สด

(4) ตากแผ่นแป้งหมี่ นำแผ่นแป้งหมี่สดไปผึ่งลมแดดให้แห้งพอหมาดๆ จับแล้วไม่ติดมือ

(5) ทาน้ำมัน นำแผ่นแป้งหมี่มาทาน้ำมันพืช ตรงไหนที่แห้งมากให้ใช้ผ้าชุบน้ำหมาดๆทา แล้วซ้อนแผ่นหมี่ทับกันไว้ ใช้ผ้าขาวบางคลุมทับไม่ให้หมี่แห้งพักไว้ 10 นาที

(6) หั่นหมี่ นำแผ่นแป้งหมี่ แผ่น 3 - 4 แผ่นมา้วนแล้วใช้มีดหั่นเป็นเส้นๆ หรือหั่นด้วยเครื่องหั่นหมี่ไฟฟ้า

(7) นำเส้นหมี่มาจับกำมัดด้วยดอกลำไย ตากบนแผง ประมาณ 1 วัน ให้แห้งสนิท

นึ่งหมี่



นำแผ่นแป้งหมี่มาทาน้ำมัน



นำแผ่นแป้งหมี่ตั้งเคด



นำแผ่นแป้งหมี่มา้วนและหั่นเป็นเส้นหมี่



ภาพที่ 4.13 ภาพแสดงกระบวนการผลิตเส้นหมี่โคราช ของวิสาหกิจชุมชน ข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง

นำเส้นหมี่สดมาจับเป็นกำใช้ตอกมัด



ตากบนแผงอลูมิเนียมให้แห้ง



ภาพที่ 4.14 ภาพแสดงกระบวนการผลิตเส้นหมี่โคราช ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ข้าวเกรียบสมุนไพร บ้านท่าแดง

องค์ความรู้ที่เป็นเทคนิคในการผลิต

1. ข้าวเจ้าที่นำมาใช้ในการผลิตต้องเป็นข้าวเก่าข้ามปี จะได้เส้นหมี่ที่เหนียวนุ่มไม่เละ
2. ล้างข้าวที่แช่ก่อน โม่จะทำให้เส้นหมี่ไม่เหม็นหืน
3. ตากแผ่นหมี่แค่พอหมาดๆ เพื่อเวลาหั่นเส้นหมี่ไม่แตกหั่นง่าย
4. ใช้น้ำเปล่าลูบขอบแผ่นหมี่ก่อนทาน้ำมัน เพื่อให้ขอบนุ่มหั่นง่ายเส้นไม่แตก

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ของวิสาหกิจชุมชน เป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลักๆ คือ

1) ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิม

วิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 กลุ่มยังคงใช้ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมในการแปรรูป ข้าวเจ้านำมาผลิตเป็นเส้นหมี่โคราช ซึ่งเป็นการผลิตโดยมุ่งเน้นการใช้แรงงานคนเป็นหลัก มีวิธีการผลิตที่เป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ทั้งนี้ความรู้ดังกล่าวเป็นความรู้ที่ทรงคุณค่าแก่ การสืบทอด ทำให้คนในชุมชนนำ ความรู้มาถ่ายทอดให้กับลูกหลาน โดยเน้นรูปแบบดั้งเดิมให้เป็น เอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อให้ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นยังคงอยู่และสืบทอดให้กับคนรุ่นหลังได้ อย่างยาวนาน

2) ความรู้ใหม่ที่ประยุกต์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิม

นอกเหนือจากภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมที่ที่ได้รับมา วิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม ยังได้มีการปรับปรุงกระบวนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของ ตลาดและกระแส ยุคสมัยที่เปลี่ยนไป โดยได้รับการสนับสนุนความรู้จากหน่วยงานราชการ และการไปศึกษาดูงานจากนั้น ได้คิดปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ในการนำ เครื่องมือที่มีการประยุกต์พัฒนาเข้ามาใช้ เพื่อให้สามารถผลิตได้ในปริมาณที่มากขึ้นขั้นตอนการ ผลิตหลักยังคงกระบวนการทำมือแบบโบราณเพื่อรักษาเอกลักษณ์ของการทำหมี่โคราชแบบทำมือ โบราณไว้

ตารางที่ 4.3 สรุปองค์ความรู้ขั้นตอนการผลิตเส้นหมี่โคราช

ขั้นตอนการผลิต	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำฉ่า	กลุ่มเส้นหมี่กระโทกป่าเจียว	ข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง
1. แช่ข้าว	ใช้ข้าวสารเจ้าเมล็ดหัก ข้าวเก่าข้ามปี พันธุ์เหลืองประทิว/สังข์หยด ล้างข้าวให้สะอาด แช่น้ำไว้ 1 คืน	ใช้ข้าวสารเจ้าเมล็ดหัก ข้าวเก่าข้ามปี พันธุ์ชยันต /ไรซ์เบอร์รี่ ล้างข้าวให้สะอาด แช่น้ำไว้ 1 คืน	ใช้ข้าวสารเจ้าเมล็ดหัก ข้าวเก่าข้ามปี พันธุ์ ชยันต/เหลืองประทิว ล้างข้าวให้สะอาด แช่น้ำไว้ 1 คืน
2. โม่แป้ง	ล้างข้าวที่แช่ให้สะอาด ผสมน้ำเล็กน้อย นำไปโม่ให้ละเอียด การทำหมี่สมุนไพรจะนำ สมุนไพรที่บดละเอียดกรอง เอากากออก นำน้ำสมุนไพร มาผสมกับน้ำแป้งหมี่	ล้างข้าวที่แช่ให้สะอาด นำไปโม่ให้ละเอียด พักน้ำแป้งให้ตกตะกอน ค่อยๆรินน้ำออกแล้วเติม น้ำสะอาดลงไปใหม่อีก ครั้ง การทำหมี่สมุนไพรจะนำ สมุนไพรที่บดละเอียด กรองเอากากออก นำน้ำ สมุนไพรมาผสมกับน้ำ แป้งหมี่	ล้างข้าวที่แช่ให้สะอาด ผสมน้ำเล็กน้อย นำไปโม่ให้ละเอียด การทำเส้นหมี่สมุนไพรจะนำ สมุนไพร ผสมเข้ากับข้าวที่ แช่แล้ว นำมาโม่ให้ละเอียด ได้เป็นน้ำแป้งหมี่ สีต่างๆ
3. นึ่งแป้ง	กวาดน้ำแป้งหมี่บนผ้าที่ขึง บนปากหม้อที่ตั้งอยู่บน กระทะน้ำเดือด ให้แป้งเป็น แผ่นกลม ปิดฝาทิ้งไว้ 1-2 นาที	กวาดน้ำแป้งหมี่บนผ้าที่ขึง บนปากหม้อที่ตั้งอยู่บน กระทะน้ำเดือด ให้แป้ง เป็นแผ่นกลม ปิดฝาทิ้งไว้ 2 นาที	กวาดน้ำแป้งหมี่บนผ้าที่ขึง บนปากหม้อที่ตั้งอยู่บน กระทะน้ำเดือด ให้แป้งเป็น แผ่นกลม ปิดฝาทิ้งไว้ 2- 3 นาที
4. ตากแผ่นแป้งหมี่	นำแผ่นแป้งหมี่ที่นึ่งสุกแล้ว ตากบนแผง ไม้ไผ่ให้แห้ง พอหมาดๆ	นำแผ่นแป้งหมี่ที่นึ่งสุก แล้ว ตากบนแผง ไม้ไผ่ให้ แห้งพอหมาดๆ เก็บมา เรียงซ้อนกัน ใช้ผ้าขาวบาง คลุมปิดทิ้งไว้ 1-2 ชั่วโมง	นำแผ่นแป้งหมี่ที่นึ่งสุกแล้ว พาดตากบน ราวไม้ไผ่ให้ แห้งพอหมาดๆ

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ขั้นตอนการผลิต	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า	กลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียว	ข้าว
5. ทาน้ำมันแผ่นแป้งหมี่	นำแผ่นแป้งหมี่ที่ตากพอหมาดๆ มาทาน้ำมัน วางเรียงซ้อนกันใช้ผ้าขาวบางปิดหมักทิ้งไว้ 1.5 – 2 ชั่วโมง	นำแผ่นแป้งหมี่ที่หมักทิ้งไว้มาทาน้ำมันวางเรียงซ้อนกันใช้ผ้าขาวบางปิดหมักทิ้งไว้ 30 นาที	นำแผ่นแป้งหมี่ที่หมักทิ้งไว้มาทาน้ำมันวางเรียงซ้อนกันใช้ผ้าขาวบางปิดหมักทิ้งไว้ 30 นาที
6. หั่นหมี่	นำแผ่นแป้งหมี่ที่หมักแห้งแล้วมาหั่นให้เป็นเส้นหมี่โดยใช้แรงงานคนหรือ เครื่องหั่นไฟฟ้า	นำแผ่นแป้งหมี่ที่หมักแห้งแล้วมาหั่นให้เป็นเส้นหมี่โดยใช้แรงงานคนหรือ เครื่องหั่นไฟฟ้า	นำแผ่นแป้งหมี่ที่หมักแห้งแล้วมาหั่นให้เป็นเส้นหมี่โดยใช้แรงงานคนหรือ เครื่องหั่นไฟฟ้า
7. จับก่า และตาก	นำเส้นหมี่มาจับเป็นก่าและตากแดดให้แห้ง	นำเส้นหมี่มาจับเป็นก่าและตากแดดให้แห้งใช้เวลาประมาณ 1 วัน นำก่าหมี่ที่แห้งแล้วมามัดตอก	นำเส้นหมี่มาจับเป็นก่าและตากแดดให้แห้งใช้เวลาประมาณ 1 วัน นำก่าหมี่ที่แห้งแล้วมามัดตอก
องค์ความรู้ที่เป็นเทคนิคพิเศษ	1. ข้าวเจ้าที่นำมาใช้ในการผลิตควรเป็นข้าวแข็งและเป็นข้าวเก่าข้ามปี เพราะจะได้แป้งข้าวที่เหมาะสมพอดี ไม่อ่อนจนเละ หรือแข็งจนไม่ติดกัน 2. ล้างข้าวที่แช่ก่อน โม่จะทำ ให้เส้นหมี่ไม่เหนียวเกินไป 3. สมุนไพรที่นำมาผสมใช้สมุนไพรสด เพื่อสีสันทึ่สวย และเส้นหมี่หอมกลิ่นสมุนไพรมากขึ้น 4. เกลี่ยแผ่นแป้งหมี่จะต้องลงน้ำหนักมือให้เสมอ สังเกตให้แผ่นแป้งหมี่มีความหนาบางให้สม่ำเสมอ เวลาหั่นจะง่าย และได้เส้นหมี่ที่สวยงาม	1. ข้าวเจ้าที่นำมาใช้ในการผลิตต้องเป็นข้าวเก่าข้ามปี จะได้เส้นหมี่ที่เหนียวนุ่มไม่เละ 2. ล้างข้าวที่แช่ก่อน โม่จะทำให้เส้นหมี่ไม่เหนียวเกินไป 3. น้ำมันที่ใช้ทาแผ่นแป้งหมี่ ต้องเป็นน้ำมันใหม่ๆ ไม่เช่นนั้น เส้นหมี่จะเหนียวเกินไป 4. ใช้น้ำเปล่าลูบขอบแผ่นหมี่ก่อนทาน้ำมัน เพื่อให้ขอบนุ่มหั่นง่ายเส้นไม่ขาด 5. ทาน้ำมันแล้วซ้อนแผ่นหมี่ทับกันไว้ ใช้ผ้าขาวบางคลุมทับไม่ให้หมี่แห้งทิ้งไว้อีกประมาณ 30 นาทีก่อนนำมาหั่นเพื่อให้เส้นหมี่อ่อนนุ่มพอดี	1. ข้าวเจ้าที่นำมาใช้ในการผลิตต้องเป็นข้าวเก่าข้ามปี จะได้เส้นหมี่ที่เหนียวนุ่มไม่เละ 2. ล้างข้าวที่แช่ก่อน โม่จะทำให้เส้นหมี่ไม่เหนียวเกินไป 3. น้ำมันที่ใช้ทาแผ่นแป้งหมี่ ต้องเป็นน้ำมันใหม่ๆ ไม่เช่นนั้น เส้นหมี่จะเหนียวเกินไป 4. ใช้น้ำเปล่าลูบขอบแผ่นหมี่ก่อนทาน้ำมัน เพื่อให้ขอบนุ่มหั่นง่ายเส้นไม่ขาด 5. ทาน้ำมันแล้วซ้อนแผ่นหมี่ทับกันไว้ ใช้ผ้าขาวบางคลุมทับไม่ให้หมี่แห้งทิ้งไว้อีกประมาณ 30 นาทีก่อนนำมาหั่นเพื่อให้เส้นหมี่อ่อนนุ่มพอดี

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ขั้นตอนการผลิต	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า	กลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียว	ข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง
----------------	---	-----------------------------	-----------------------------

องค์ความรู้ที่เป็นเทคนิคพิเศษ	5. ไม้แฉะแผ่นหมีชโลมน้ำ ก่อนแฉะจะทำให้แฉะแผ่นหมีได้ง่าย แผ่นหมีไม่ขาด	6. การจับกำเส้นหมีจับกำสั้นเพื่อสะดวกเวลาฝัดและรับประทานง่าย 7. การมัดตอกกำหมี จะมัดหลังจากตากเส้นหมีแห้งแล้วเพราะเส้นหมีจะหดตัวถ้ามัดก่อนตากเมื่อแห้งตอกจะหลวมไม่พอดีกับกำหมีหลุดง่าย
-------------------------------	---	---

ตอนที่ 3 กระบวนการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

การศึกษากระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของวิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการ จัดสนทนากลุ่ม(Focus Group) การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์สมาชิก ทั้ง 3 กลุ่ม โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างที่ผู้ศึกษากำหนดขึ้น ซึ่งครอบคลุมกระบวนการจัดการความรู้ 6 ประเด็น ได้แก่ การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายทอดความรู้ และ การนำความรู้ไปใช้ โดยผลการศึกษาในแต่ละประเด็นแยกตามกลุ่มมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การกำหนดความรู้ (Knowledge Identification)

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัย มุ่งเน้นเกี่ยวกับ การนำความมุ่งมั่น หรือเป้าหมายของกลุ่มมา กำหนดความรู้ที่กลุ่มต้องใช้ โดยคำนึงถึงความจำเป็น และกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติ เป็นความรู้ที่สมาชิกในกลุ่มจำเป็นต้องเรียนรู้ เพื่อการผลิตสินค้าของกลุ่มเป็นหลัก ซึ่งแต่ละกลุ่มเป้าหมายมีการ กำหนดความรู้ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 การกำหนดความรู้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

n = 69

ชื่อ	กลุ่มแม่บ้าน	กลุ่มเส้นหมี	ข้าวเกรียบ	รวม
การปฏิบัติตามกระบวนการจัดการความรู้	ทำเส้นหมี	กระทอกเปีย	สมุนไพรบ้าน	

	บ้านน้ำจ๋า		เจียว		ท่าแดง		ร้อย ละ
	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ	
1. การกำหนดความรู้							
1.1 ความต้องการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์	0	0.0	4	18.2	14	87.5	18 26.1
1.2 ความต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ	27	87.1	15	68.2	9	56.3	51 73.9
1.3 ความต้องการมีรายได้เพิ่ม	15	48.4	13	59.1	16	100.0	44 63.8
1.4 ผู้นำกลุ่มเป็นผู้ผลักดัน	5	16.1	20	90.9	13	81.3	38 55.1
1.5 ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ	15	48.4	10	45.5	13	81.3	38 55.1

จากตารางที่ 4.4 การกำหนดความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม โดยภาพรวม เป็นการกำหนดความรู้จากความต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ (ร้อยละ 73.9) โดยมีรายละเอียดของกลุ่มต่างๆดังนี้

3.1.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงเป้าหมายในการกำหนดความรู้ที่จะนำมาดำเนินกิจกรรมกลุ่มคือ ผลิตเส้นหมี่โคราช ดังตารางที่ 4.4 สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 87.1) กำหนดความรู้จากความต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ รองลงมาร้อยละ 48.4 กำหนดความรู้เนื่องจากต้องการหารายได้เสริมและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 16.1) กำหนดความรู้จากผู้นำกลุ่มเป็นผู้ผลักดัน

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีการรวมกลุ่มและมีการประชุมกลุ่มเพื่อกำหนดกิจกรรมที่กลุ่มจะดำเนินร่วมกัน มติที่ประชุมเลือกที่จะผลิตเส้นหมี่โคราช เนื่องจากมีความต้องการที่จะสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษที่มีมานานกว่า 200 ปี ของชาวบ้านน้ำจ๋าให้เป็นอาชีพเสริมที่สร้างรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่ม ด้วยการการสนับสนุนของรัฐบาลด้วยงบประมาณศูนย์เศรษฐกิจปรับปรุงอาคารทำเส้นหมี่และซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติม โดยมีการกำหนดองค์ความรู้ที่จะต้องนำมาใช้ในการผลิตคือ การเลือกวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ วัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการผลิต และ วิธีการผลิต โดยมีการกำหนดแหล่งความรู้หลักที่จะสามารถถ่ายทอดความรู้ที่จำเป็นคือ ปราชญ์ชาวบ้านที่มีความชำนาญด้านการผลิตเส้นหมี่ของบ้านน้ำจ๋า

3.1.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระโทกป่าเจียว

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงเป้าหมายในการกำหนดความรู้ ดังตารางที่ 4.4 พบว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 90.9) กำหนดความรู้โดยมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้ผลักดัน รองลงมาร้อยละ 68.2 กำหนดความรู้จากความต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ร้อยละ 59.1 กำหนดความรู้เนื่องจากต้องการหารายได้เสริม ร้อยละ 45.5 กำหนดความรู้จากการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 18.1) กำหนดความรู้จากความต้องการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่าในการกำหนดความรู้ของวิสาหกิจชุมชนเกิดจากผู้นำกลุ่ม คือคุณตายอด เทียงกระโทก ซึ่งมีอาชีพทำเส้นหมี่โคราชซึ่งเป็นอาชีพตกทอดมาจากมารดาคุณตายอด ได้รวบรวมสมาชิกเพื่อตั้งกลุ่มผู้ผลิตเส้น เพื่อให้สมาชิกกลุ่มได้มีอาชีพเสริมในช่วงที่ว่างจากฤดูกาลทำนา โดยกำหนดกิจกรรมของกลุ่มจากความต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ โดยมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้ผลักดัน จนกลายเป็นอาชีพหลักของกลุ่ม ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในด้านงบประมาณ การตลาด โดยมีการกำหนดองค์ความรู้ที่จะต้องนำมาใช้ในการผลิตคือ การเลือกวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ วัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการผลิต และ วิธีการผลิต และ กำหนดแหล่งความรู้ที่สมาชิกกลุ่มจะไปเรียนรู้ ก็คือ คุณตายอด และ ปราชญ์ชาวบ้านที่มีความชำนาญในด้านการผลิตเส้นหมี่ของอำเภอโชคชัย

3.1.3 วิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง

ผลการสัมภาษณ์ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงเป้าหมายในการกำหนดความรู้ ดังตารางที่ 4.4 พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด(ร้อยละ 100.0) มีจุดประสงค์ในการกำหนดความรู้เนื่องจากต้องการมีรายได้เพิ่ม รองลงมาร้อยละ 87.5 กำหนดความรู้จากความต้องการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ ร้อยละ 81.3 กำหนดความรู้โดยมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้ผลักดัน และได้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 51.0) กำหนดความรู้จากความต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาแต่บรรพบุรุษ

ผลการการจัดสนทนากลุ่ม พบว่าวิสาหกิจชุมชน เกิดการร่วมกลุ่มเนื่องจากชาวบ้านมีความต้องการทำอาชีพเสริมในช่วงที่ว่างจากฤดูกาลทำนาจึงได้ร่วมประชุมหารือเพื่อรวมกลุ่มและกำหนดกิจกรรมที่ต้องการทำร่วมกันภายใต้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการสร้างอาชีพให้แก่กลุ่ม โดยมุ่งเน้นไปที่กิจกรรมที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นหลัก คือ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว โดยผลิตภัณฑ์แรกที่ผลิตคือข้าวเกรียบ ต่อมาได้กำหนดผลิตภัณฑ์

ที่ต้องการผลิตเพิ่มคือหมี่โคราชเนื่องจากมีความต้องการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวโคราช โดยมีการกำหนดองค์ความรู้ที่จะต้องนำมาใช้ในการผลิตคือ การเลือกวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ วัสดุอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการผลิต และ วิธีการผลิต และกำหนดแหล่งความรู้ที่จะต้องไปเรียนรู้คือ กลุ่มผู้ผลิตเส้นหมี่พิมาย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความชำนาญในการผลิตเส้นหมี่โคราชของอำเภอพิมาย

3.2 การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition)

การแสวงหาความรู้ เป็นการสืบเสาะค้นหา และรวบรวมความรู้จากที่ต่าง ๆ นำมาใช้ในการผลิตสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำมาปฏิบัติและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอจนเกิดเป็นทักษะ และความชำนาญ เป็นการใช้ ความสามารถในการเรียนรู้ของสมาชิกกลุ่มโดยการรับความรู้มาจากแหล่งต่าง ๆ จากภายในและภายนอกชุมชน หลังจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มีการกำหนด/ระบุความรู้ที่ทางกลุ่มได้ร่วมกันเลือกและตัดสินใจผลิตกันแล้ว แต่ละกลุ่มได้มีลักษณะของการแสวงหาความรู้เพื่อนำมาใช้ในการผลิตดังตารางที่ 4.5



ตารางที่ 4.5 การแสวงหาความรู้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

n = 69

ข้อ	การปฏิบัติตามกระบวนการจัดการ	กลุ่มแม่บ้าน	กลุ่มเส้นหมี่	ข้าวเกรียบ	รวม
-----	------------------------------	--------------	---------------	------------	-----

ความรู้	เกษตรกรทำ		กระทอกป่า		สมุนไพร			
	เส้นหมี่บ้าน		เจียว		บ้านท่าแดง			
	น้ำคำ							
	จำ	ร้อยละ	จำ	ร้อยละ	จำ	ร้อยละ	จำ	ร้อยละ
	นวน	ละ	นวน	ละ	นวน	ละ	นวน	ละ
2. การแสวงหาความรู้								
2.1 ศึกษาดูงาน	9	29.0	10	45.4	12	75.0	31	44.9
2.2 เข้ารับการฝึกอบรมสัมมนา	10	32.3	0	0.0	10	62.5	20	29.0
2.3 จัดจํารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภายนอก กลุ่มนำมาทดลองผลิต	5	16.1	3	13.6	9	56.2	17	24.6
2.4 นำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมมา พัฒนา	22	71.0	16	72.7	4	25.0	42	60.9
2.5 เรียนรู้จากประสบการณ์ของสมาชิก	8	25.8	22	100.0	5	31.2	35	50.7
2.6 ศึกษาจากเอกสารและสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ Internet นิตยสาร	2	6.5	0	0.0	1	6.2	3	4.3

จากตารางที่ 4.5 การแสวงหาความรู้ของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม โดยภาพรวมเป็นการนำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมมาพัฒนา(ร้อยละ 60.9) มีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำคำ

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการปฏิบัติในกระบวนการแสวงหาความรู้ดังตารางที่ 4.5 สรุปได้ดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนมาก(ร้อยละ 71.0) แสวงหาความรู้โดยการนำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมมาพัฒนา รองลงมาร้อยละ 32.3 แสวงหาความรู้จากการเข้ารับการอบรมสัมมนา ร้อยละ 29.0 แสวงหาความรู้จากการศึกษาดูงานภายนอกชุมชน ร้อยละ 25.8 แสวงหาความรู้โดยการเรียนรู้จากประสบการณ์ของสมาชิกกลุ่ม ร้อยละ 16.1 แสวงหาความรู้โดยการจัดจํารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภายนอกกลุ่มนำมาทดลองผลิต และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย(ร้อยละ 6.5) ศึกษาจากเอกสารและสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ Internet นิตยสาร

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีการแสวงหาความรู้ที่นำมาใช้ในการผลิตเส้นหมี่โคราช เป็นการแสวงหาความรู้ภายในชุมชน เรียนรู้จากบรรพบุรุษปู่ย่าตายาย พ่อแม่ โดยการช่วยงานครอบครัว อาศัยการสังเกต การทดลอง และการฝึกปฏิบัติด้วยตนเองจนทำให้เกิดประสบการณ์ เมื่อมารวมกลุ่ม มีการระดมความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เกิดการแลกเปลี่ยนทดลองทำกันภายในกลุ่ม ได้รับการสนับสนุนจากส่วนงานราชการพาไปศึกษาดูงานภายนอกกลุ่ม และจัดให้มี

การอบรมสัมมนา เกี่ยวกับการดำเนินการเพื่อขอรับรองมาตรฐานต่างๆของผลิตภัณฑ์ กลุ่มได้ปรับปรุงพัฒนาจนได้มาตรฐาน OTOP ระดับ 4 ดาว

3.2.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นไหมกระโทกป่าเจียว

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการปฏิบัติในกระบวนการแสวงหาความรู้ดังตารางที่ 4.5 สรุปผลดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) แสวงหาความรู้ที่ใช้ในการผลิตโดยเรียนรู้จากประสบการณ์ของสมาชิกกลุ่ม รองลงมาร้อยละ 72.7 นำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมมาพัฒนา ร้อยละ 45.4 แสวงหาความรู้จากการไปศึกษาดูงานและเรียนรู้ด้านกระบวนการผลิตหมีจากภายนอกกลุ่ม และ และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 13.6) แสวงหาความรู้จากการจัดจํารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภายนอกกลุ่มนำมาทดลองผลิต

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีการแสวงหาความรู้จากทั้งภายในและภายนอกกลุ่มโดยเริ่มจากผู้นำกลุ่ม ได้เรียนรู้วิธีการผลิตเส้นไหมโคราชจากแม่ จากนั้นถ่ายทอดให้ลูกชายและลูกสะใภ้ และเพื่อนบ้านข้างเคียง มีการเรียนรู้วิธีการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม และได้รับการสนับสนุนจากส่วนราชการให้ไปศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนด้านกระบวนการผลิตจากกลุ่มภายนอกชุมชน และ สมาชิกกลุ่มได้จัดจํารูปแบบผลิตภัณฑ์ภายนอกกลุ่มนำมาทดลองผลิตและถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกคนอื่นๆภายในกลุ่ม

3.2.3 วิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการปฏิบัติในกระบวนการแสวงหาความรู้ดังตารางที่ 4.5 สรุปดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนมาก (ร้อยละ 75.0) แสวงหาความรู้จากการไปศึกษาดูงานเรียนรู้ด้านกระบวนการผลิตหมีจากภายนอกกลุ่ม รองลงมาร้อยละ 62.5 แสวงหาความรู้จากการเข้ารับการอบรมสัมมนาด้านการผลิต ร้อยละ 56.2 แสวงหาความรู้จากการจัดจํารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภายนอกกลุ่มนำมาทดลองผลิต ร้อยละ 31.2 แสวงหาความรู้จากการเรียนรู้จากประสบการณ์ของสมาชิกกลุ่ม ร้อยละ 25.0 แสวงหาความรู้จากการนำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมมาพัฒนา และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 6.2) แสวงหาความรู้จากการศึกษาความรู้จากเอกสารและสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ Internet นิตยสาร

ผลการจัดสนทนากลุ่มพบว่า วิสาหกิจชุมชน มีการแสวงหาความรู้จากทั้งภายในและภายนอกกลุ่มโดยเริ่มจากวิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานเกษตรอำเภอพิมาย พาสมาชิกตัวแทนกลุ่มไปเรียนรู้กระบวนการผลิตการทำเส้นไหมโคราช จากกลุ่มผู้ผลิตเส้นไหมพิมาย จากนั้นได้นำองค์ความรู้มาทดลองทำและสอนให้กับสมาชิกภายในกลุ่ม ต่อมาได้รับการสนับสนุนจากส่วนราชการนำไปศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตที่กลุ่มผู้ทำหมีตำบลตะลุง อำเภอปักธงชัย กลุ่มจึงได้มีการได้นำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมมาพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบตาม

ความต้องการของตลาด เช่นการทำเส้นหมี่สมุนไพร การทำหมี่น้ำปรุง โดยการสนับสนุนจากส่วนราชการต่างๆ ได้จัดหาวิทยากรมาฝึกอบรมให้สมาชิกกลุ่มเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้รับมาตรฐาน OTOP 4 ดาว และ ได้รับการรับรองมาตรฐาน ออ. จากสำนักคณะกรรมการอาหารและยา

3.3 การแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing)

การแลกเปลี่ยนความรู้คือการส่งผ่านความรู้ระหว่างตัวบุคคลภายในกลุ่ม หรือระหว่างสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกับบุคคลภายนอก ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยกระบวนการหรือกิจกรรมที่เป็นทางการเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบชัดแจ้ง เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้โดยการจัดทำเอกสารความรู้ การจัดเวทีแลกเปลี่ยน ในขณะที่กระบวนการที่ไม่เป็นทางการเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบซ่อนเร้น วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มมีลักษณะและกิจกรรมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ดังตารางที่ 4.6



ตารางที่ 4.6 การแลกเปลี่ยนความรู้ของวิสาหกิจชุมชน

n = 69

ข้อ	การปฏิบัติตามกระบวนการจัดการ	กลุ่มแม่บ้าน	กลุ่มเส้นหมี่	ข้าวเกรียบ	รวม
-----	------------------------------	--------------	---------------	------------	-----

ความรู้	เกษตรกรทำ		กระทอกป่า		สมุนไพรบ้าน			
	เส้นหมี่บ้าน		เจียว		ท่าแดง			
	น้ำจ๋า							
	จำ	ร้อยละ	จำ	ร้อยละ	จำ	ร้อยละ	จำ	ร้อยละ
	นวน	ละ	นวน	ละ	นวน	ละ	นวน	ละ
3. การแลกเปลี่ยนความรู้								
3.1 ผ่านการทำกิจกรรมกลุ่ม	27	87.1	20	90.9	16	100.0	63	91.3
3.2 ผ่านการประชุมกลุ่ม	10	32.3	8	36.4	10	62.5	28	40.6
3.3 ผ่านการศึกษาดูงานระหว่างกลุ่ม	15	48.4	15	68.2	12	75.0	42	60.9
3.4 จัดทำเอกสารความรู้แลกเปลี่ยน	0	0.0	0	0.0	1	6.3	1	1.4

จากตารางที่ 4.6 การแลกเปลี่ยนความรู้ของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม โดยภาพรวม เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการทำกิจกรรมกลุ่ม(ร้อยละ91.3) มีรายละเอียดของแต่ละกลุ่มดังนี้

3.3.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำจ๋า

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการปฏิบัติในกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ดังตารางที่ 4.6 สรุปได้ดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 87.1) มีการแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการทำกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม รองลงมาร้อยละ 48.4 แลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการเยี่ยมชมศึกษาดูงานระหว่างกลุ่ม และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนประมาณ 1 ใน 3 (ร้อยละ 32.3) มีการแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการประชุมของกลุ่ม

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่าวิสาหกิจชุมชน มีการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่มส่วนใหญ่เป็นลักษณะไม่เป็นทางการ ใช้ระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) คือจะให้สมาชิกคนที่มีความชำนาญด้านการผลิตมาสอนให้กับสมาชิกใหม่หรือเป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยน โดยผ่านการทำกิจกรรมกลุ่ม และผ่านการประชุมของกลุ่ม ส่วนการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มจะเป็นลักษณะแลกเปลี่ยนระหว่างการศึกษาดูงาน ทั้งแบบกลุ่มไปศึกษาดูงานภายนอกและกลุ่มภายนอกเข้ามาศึกษาดูงานที่กลุ่ม โดยส่วนใหญ่เป็นลักษณะพูดคุยสอบถามแลกเปลี่ยนแบบไม่เป็นทางการ

3.3.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียว

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการปฏิบัติในกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ดังตารางที่ 4.6 สรุปได้ดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 90.9) มีการแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการทำกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม รองลงมาร้อยละ 68.2 แลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการเยี่ยมชมศึกษาดูงานระหว่างกลุ่ม และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนประมาณ 1 ใน 3 (ร้อยละ 36.4) มีการแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการประชุมของกลุ่ม

ผลการจัดสนทนากลุ่ม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นไหมกระทอกป่าเจียวมีลักษณะการแลกเปลี่ยนความรู้ที่คล้ายคลึงกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นไหมบ้านน้ำคำคือส่วนใหญ่เป็นลักษณะไม่เป็นทางการ ใช้ระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) โดยกลุ่มจะมีการดูแลเอาใจใส่ซึ่งกันและกันสามารถคุยกันได้เกือบทุกเรื่อง การแลกเปลี่ยนโดยผ่านการประชุมกลุ่มมีน้อย และการแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มมีบ้างเมื่อมีกลุ่มอื่นเข้ามาศึกษาดูงานที่กลุ่มหรือในโอกาสที่กลุ่มได้ไปศึกษาดูงานภายนอก

3.3.3 วิสาหกิจชุมชนข้าวเหนียวสมุนไพรบ้านท่าแดง

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการปฏิบัติในกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ดังตารางที่ 4.6 สรุปได้ดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) มีการแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการทำกิจกรรมต่างๆของกลุ่ม รองลงมาร้อยละ 75.0 แลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการเยี่ยมชมศึกษาดูงานระหว่างกลุ่ม รองลงมาร้อยละ 62.5 แลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการประชุมของกลุ่ม และมีสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 6.3) มีการจัดทำเอกสารฐานความรู้สำหรับแลกเปลี่ยน

ผลการจัดสนทนากลุ่มพบว่า วิสาหกิจชุมชน มีการแลกเปลี่ยนความรู้อย่างสม่ำเสมอในรูปแบบไม่เป็นทางการผ่านการทำกิจกรรมของกลุ่ม การสนทนากลุ่มย่อยในการพบปะกันต่างๆเช่น งานบุญ หรือเจอกันที่วัด ร้านค้า และมีการแลกเปลี่ยนกันในเวทีของการประชุมกลุ่มมีการระดมความคิดเห็นในเรื่องต่างๆรวมทั้งการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีการแลกเปลี่ยนความรู้กับกลุ่มหรือบุคคลภายนอกผ่านการศึกษาดูงานทั้งที่กลุ่มไปเยี่ยมชมกลุ่มภายนอก และกลุ่มภายนอกเข้ามาเยี่ยมชมกระบวนการผลิตของกลุ่ม ส่วนใหญ่มีการพูดคุยซักถามกันในลักษณะแบบไม่เป็นทางการ และประธานกลุ่มได้จัดทำแผ่นพับแสดงขั้นตอนวิธีการผลิตแบบย่อๆไว้แจกให้กับผู้ที่สนใจซึ่งถือเป็นการแลกเปลี่ยนอย่างเป็นทางการโดยใช้เอกสารฐานความรู้

3.4 การจัดเก็บความรู้ (Knowledge Storage)

การจัดเก็บความรู้เป็นการนำเอาความรู้ที่ได้จากการแสวงหาและเรียนรู้มากำหนด สิ่งสำคัญที่จะเก็บไว้เป็นความรู้ มีวิธีการเก็บรักษาความรู้และนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน รวมทั้ง ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางมนุษย์ด้วยเช่น การสร้างและการจดจำของปัจเจกบุคคล เป็นต้น วิสาหกิจชุมชน เป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม มีการจัดเก็บองค์ความรู้ในรูปแบบต่างๆดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 การจัดเก็บความรู้ของวิสาหกิจชุมชน

ข้อ	การปฏิบัติตามกระบวนการจัดการ ความรู้	กลุ่มแม่บ้าน		กลุ่มเส้นไหม		ข้าวเกรียบ		รวม	
		เกษตรกรทำ เส้นไหมบ้าน น้ำจ่า		กระทอกป่า เจียว		สมุนไพรบ้าน ท่าแดง			
		จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ
4.	การจัดเก็บความรู้								
4.1	เก็บไว้ในตัวบุคคล(จดจำ)	31	100.0	22	100.0	16	100.0	69	100.0
4.2	บันทึกในสมุดส่วนตัว	7	22.6	2	9.1	3	18.8	12	17.4
4.3	บันทึกเป็นเอกสารของกลุ่ม	14	45.2	0	0.0	10	62.5	18	26.1
4.4	บันทึกภาพกระบวนการผลิต / จัด บอร์ด	14	45.2	0	0.0	0	0.0	14	20.3
4.5	บันทึกข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์	1	3.2	1	4.5	1	6.3	3	4.3

จากตารางที่ 4.7 การจัดเก็บความรู้ของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม โดยภาพรวม ทั้งหมดเก็บความรู้ไว้ในตัวบุคคล(จดจำ) โดยมีรายละเอียดของแต่ละกลุ่มดังนี้

3.4.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นไหมบ้านน้ำจ่า

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการปฏิบัติในการจัดเก็บองค์ความรู้ดังตารางที่ 4.7สรุปผลได้ดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด (ร้อยละ100.0) มีการจดจำองค์ความรู้จัดเก็บไว้ในตัวบุคคล รองลงมาร้อยละ 45.2 ได้ร่วมกันจัดทำคู่มือแสดงขั้นตอนกระบวนการผลิตบันทึกเป็นเอกสารของกลุ่ม และ จัดทำบอร์ดแสดงภาพขั้นตอนกระบวนการผลิตติดไว้ที่ทำการกลุ่มร้อยละ 22.6 จัดเก็บความรู้โดยบันทึกในสมุดส่วนตัวและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ3.2) จัดเก็บองค์ความรู้โดยบันทึกองค์ความรู้ไว้ในคอมพิวเตอร์

ผลการจัดสนทนากลุ่มพบว่า วิสาหกิจชุมชนมีการจัดเก็บองค์ความรู้ไว้หลายรูปแบบ โดยมีการจดจำไว้ในตัวบุคคลเป็นสำคัญ นอกจากนี้ สมาชิกกลุ่มร่วมกับหน่วยงานพัฒนาชุมชน ยังได้มีการจัดทำภาพขั้นตอนกระบวนการผลิตพร้อมคำอธิบายเป็นป้ายติดไว้ที่ทำการกลุ่มเพื่อให้สมาชิกใหม่และผู้มาศึกษาดูงาน ได้เรียนรู้และทราบถึงขั้นตอนการผลิต อีกทั้งสมาชิกกลุ่มด้วยความสนับสนุนของสำนักงานเกษตรอำเภอขามทะเลสอ ได้ร่วมกันถอดองค์ความรู้ขั้นตอนการผลิต พร้อมทั้งจัดทำเป็นคู่มือการผลิตเป็นขั้นตอนไว้ที่ทำการกลุ่ม 1 ชุด และไฟล์ข้อมูลบันทึกในระบบคอมพิวเตอร์ 1 ชุด

3.4.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นไหมกระโทกป่าเจียว

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชน ถึงการปฏิบัติในการจัดเก็บองค์ความรู้ดังตารางที่ 4.7สรุปผลได้ดังนี้พบว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) มีการจดจำองค์ความรู้จัดเก็บไว้ในตัวบุคคล รองลงมาร้อยละ 9.1 จัดเก็บความรู้โดยบันทึกในสมุดส่วนตัว และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 4.5) จัดเก็บความรู้โดย บันทึกองค์ความรู้ไว้ในคอมพิวเตอร์

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการจัดเก็บองค์ความรู้ไว้โดยการจดจำไว้ในตัวบุคคล มีสมาชิกส่วนน้อยที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีการจดบันทึกไว้ในสมุดและคอมพิวเตอร์

3.4.3 วิสาหกิจชุมชนข้าวกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชน ถึงการปฏิบัติในการจัดเก็บองค์ความรู้ดังตารางที่ 4.7สรุปผลได้ดังนี้ พบว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) มีการจดจำองค์ความรู้จัดเก็บไว้ในตัวบุคคล รองลงมาร้อยละ 62.5 สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้ช่วยกันเรียบเรียงและบันทึกองค์ความรู้ขั้นตอนกระบวนการผลิตบันทึกไว้เป็นเอกสารของกลุ่ม ร้อยละ 18.8 มีการจัดเก็บความรู้โดยบันทึกในสมุดส่วนตัว และ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 6.3) มีการจัดเก็บความรู้โดยบันทึกองค์ความรู้ไว้ในคอมพิวเตอร์

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีการจัดเก็บองค์ความรู้ไว้เป็น 2 ลักษณะ คือ การจดจำผ่านตัวบุคคล และ การจัดเก็บโดยบันทึกไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ จัดทำกระบวนการผลิตโดยย่อไว้ในรูปแบบแผ่นพับ สำหรับแจกให้กับผู้ที่มาเยี่ยมชมกระบวนการผลิต

3.5 การถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer)

การถ่ายทอดความรู้ เป็นส่งผ่านความรู้ระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรือระหว่างบุคคลไปยังกลุ่มบุคคล มี 2 ลักษณะคือ อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ อย่างเป็นทางการ เช่น การสื่อสารด้วยการเขียน การฝึกอบรม อย่างไรก็ตามไม่เป็นทางการมักโดยไม่ตั้งใจ เช่น จากประสบการณ์เรื่องเล่าที่เล่าต่อกันมา การสอนลูกหลาน เป็นต้น การถ่ายทอดความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มสามารถอธิบายได้ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 การถ่ายทอดความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ข้อ	การปฏิบัติตามกระบวนการจัดการ ความรู้	n = 69							
		กลุ่มแม่บ้าน		กลุ่มเส้นไหม		ข้าวเกรียบ		รวม	
		เกษตรกรทำ เส้นไหมบ้าน น้ำท่า		กระทอกป่า เจียว		สมุนไพรบ้าน ท่าแดง			
		จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ	จำ นวน	ร้อยละ
5. การถ่ายทอดความรู้									
5.1	ถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานหรือ บุคคลในครัวเรือนด้วยวิธีการบอกเล่า สาธิต และฝึกปฏิบัติ	27	87.1	13	59.1	9	56.3	49	71.1
5.2	ถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกในกลุ่ม โดยวิธีการสาธิตและฝึกปฏิบัติ	9	29.0	7	31.8	13	81.3	23	42.0
5.3	เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้ ลูกหลานในชุมชนผ่านโรงเรียนด้วย วิธีการสาธิต	13	41.9	9	40.9	11	68.8	33	47.8
5.4	เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้กับ บุคคลภายนอกกลุ่ม ผ่านการจัด ฝึกอบรมที่หน่วยงานภาครัฐสนับสนุน	15	48.4	5	22.7	10	62.5	30	43.5
5.5	ถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ที่เข้ามาศึกษา งานที่กลุ่มโดยวิธีการสาธิตขั้นตอน การผลิตอย่างละเอียด	18	58.1	10	45.5	16	100.0	44	63.8
5.6	จัดทำคู่มือ , แผ่นพับ ให้กับผู้ที่สนใจ	7	22.6	0	0.0	3	18.8	10	14.5

จากตารางที่ 4.8 การถ่ายทอดความรู้ของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม โดยภาพรวม ส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลภายในครัวเรือนด้วยวิธีการบอกเล่า สาสิต และฝึกปฏิบัติ (ร้อยละ 71.1) มีรายละเอียดแต่ละกลุ่มดังนี้

3.5.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นหมี่บ้านน้ำคำ

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการปฏิบัติในการถ่ายทอดความรู้ ดังตารางที่ 4.8 สรุปได้ดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 87.1) มีการถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานหรือบุคคลในครัวเรือนด้วยวิธีการบอกเล่า สาสิต และฝึกปฏิบัติ รองลงมาร้อยละ 58.1 ถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงานที่กลุ่มโดยวิธีการสาธิตขั้นตอนการผลิตอย่างละเอียด ร้อยละ 48.4 เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลภายนอกกลุ่ม ผ่านการจัดฝึกอบรมที่หน่วยงานภาครัฐ สนับสนุน ร้อยละ 41.9 เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้ลูกหลานในชุมชนผ่านโรงเรียนด้วยวิธีการสาธิต ร้อยละ 29.0 ถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกในกลุ่มโดยวิธีการสาธิตและฝึกปฏิบัติ และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 22.6) ถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลที่สนใจโดยการจัดทำคู่มือ , แผ่นพับ

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่าการถ่ายทอดความรู้ของกลุ่มส่วนใหญ่สมาชิกกลุ่ม จะถ่ายทอดความรู้ให้ลูกหลานในครัวเรือนด้วยวิธีการบอกเล่าด้วยวาจา ให้บุตรหลานช่วยทำและและการลงมือปฏิบัติจริงหรือการลองผิดลองถูกด้วยตนเองซึ่งการถ่ายทอดในลักษณะนี้ได้มีการส่งทอดกันมายาวนานรุ่นต่อรุ่น การถ่ายทอดความรู้อีกรูปแบบหนึ่งของกลุ่มคือ การถ่ายทอดให้กับลูกหลานโดยผ่านทางโรงเรียน มีหลายโรงเรียนในอำเภอขามทะเลสอ ได้ประสานกับกลุ่มให้ไปสาธิตและสอนวิธีการทำเส้นหมี่แบบโบราณให้กับเด็กในโรงเรียน อีกทั้งมีเด็กนักเรียน นักศึกษา และผู้สนใจได้เข้ามาศึกษาดูงานกระบวนการผลิตซึ่งทางกลุ่มก็ได้จัดสาธิตถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้มาเรียนรู้ จนปัจจุบันกลุ่มได้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการทำเส้นหมี่โคราชที่ยังคงกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมของอำเภอขามทะเลสอ

3.5.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระทอกป่าเจียว

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการปฏิบัติในการถ่ายทอดความรู้ ดังตารางที่ 4.8 สรุปได้ดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 59.1) ถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานหรือบุคคลในครัวเรือนด้วยวิธีการบอกเล่า สาสิต และฝึกปฏิบัติ รองลงมาร้อยละ 45.5 ถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงานที่กลุ่มโดยวิธีการสาธิตขั้นตอนการผลิตอย่างละเอียด ร้อยละ 40.9 เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้ลูกหลานในชุมชนผ่านโรงเรียนด้วยวิธีการสาธิต ร้อยละ 31.8 ถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกในกลุ่มโดยวิธีการสาธิตและฝึกปฏิบัติ และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 22.7) เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลภายนอกกลุ่ม ผ่านการจัดฝึกอบรมที่หน่วยงานภาครัฐสนับสนุน

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่า การถ่ายทอดความรู้ของกลุ่มส่วนใหญ่สมาชิกกลุ่มจะถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานในครัวเรือนด้วยวิธีการสอนและฝึกปฏิบัติจริงไปพร้อมกัน บางส่วนมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยการสังเกต การสอบถามและทดลองปฏิบัติ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นไหมกระทอกป่าเขียวเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการผลิตเส้นไหมกระทอกที่มีกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมและเป็นเอกลักษณ์จึงมีผู้มาศึกษาดูงานเป็นจำนวนมาก ทางกลุ่มจึงมีการถ่ายทอดความรู้โดยสาธิตวิธีการทำเส้นไหมโคราชให้กับผู้ที่สนใจศึกษาเป็นประจำแทบทุกวัน อีกทั้งได้รับเชิญให้ไปเป็นวิทยากรสาธิตให้กับบุคคลภายนอกกลุ่มรวมถึงเยาวชนในโรงเรียนในท้องถิ่นอีกด้วย

3.5.3 วิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการปฏิบัติในการถ่ายทอดความรู้ ดังตารางที่ 4.8 สรุปได้ดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด(ร้อยละ100.0) ถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงานที่กลุ่มโดยวิธีการสาธิตขั้นตอนการผลิตอย่างละเอียด รองลงมาร้อยละ 81.3 ถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกในกลุ่ม โดยวิธีการสาธิตและฝึกปฏิบัติ ร้อยละ 68.8 ถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานในชุมชนผ่านโรงเรียน โดยวิธีการสาธิต ร้อยละ 62.5 เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลภายนอกกลุ่ม ผ่านการจัดฝึกอบรมที่หน่วยงานภาครัฐสนับสนุน ร้อยละ 56.3 ถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานหรือบุคคลในครัวเรือนด้วยวิธีการบอกเล่า สาธิต และฝึกปฏิบัติ และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 18.8) ถ่ายทอดความรู้โดยการจัดทำคู่มือ , แผ่นพับ แจกให้กับผู้ที่สนใจ

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดงเป็นศูนย์เรียนรู้ระดับอำเภอในเรื่องของการผลิตไหมโคราช ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีการผลิตที่มีความเข้มแข็งทำให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อื่น ๆ ส่วนราชการ นักเรียนนักศึกษา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เข้ามาดูงาน เกี่ยวกับกระบวนการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ เป็นต้น ซึ่งกลุ่มจะถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคคลภายนอกด้วยการสาธิตให้ดู โดยปัจจุบันสมาชิกกลุ่มและประธานกลุ่มได้รับเชิญไปเป็นวิทยากรสอนเกี่ยวกับการทำไหมโคราช ตามองค์การต่าง ๆ เช่น หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา และตามกลุ่มแม่บ้านเกษตรรวมไปถึงการไปตามสถาบันการศึกษา โรงเรียนในพื้นที่ ได้แก่ โรงเรียนท่าแดง วิทยาลัยอาชีวศึกษาพิมาย

3.6 การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ (Knowledge Utilization or Application)

การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ หมายถึง การนำความรู้ที่ได้รับมาไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น การนำความรู้มาปฏิบัติเป็นกิจกรรมของกลุ่ม การนำความรู้มาพัฒนาด้านการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย รวมถึงการนำความรู้มาเผยแพร่ มีผลการศึกษาดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 การนำความรู้มาประยุกต์ใช้ของวิสาหกิจชุมชน

		n = 69								
ข้อ	การปฏิบัติตามกระบวนการจัดการ ความรู้	กลุ่มแม่บ้าน		กลุ่มเส้นไหม		ข้าวเกรียบ		รวม		
		เกษตรกรทำ เส้นไหมบ้านน้ำ จ่า	ร้อย	เกษตรกร เจียว	ร้อย	สมุนไพรบ้าน ท่าแดง	ร้อย	จ่า	ร้อย	
										จำนวน
6. การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้										
6.1	นำความรู้มาใช้ในการผลิตสินค้า ของกลุ่ม	31	100.0	22	100.0	16	100.0	69	100.0	
6.2	นำความรู้มาพัฒนาด้านการผลิต และผลิตภัณฑ์	12	38.7	11	50.0	13	81.3	36	52.2	
6.3	นำความรู้มาเผยแพร่บอกต่อ	11	35.5	10	45.5	11	68.8	32	46.4	

จากตารางที่ 4.9 การนำความรู้มาประยุกต์ใช้ของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม โดยภาพรวม เป็นการนำความรู้มาใช้ในการผลิตสินค้าของกลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

3.6.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นไหมบ้านน้ำจ่า

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการนำความรู้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังตารางที่ 4.9 สรุปผลได้ ดังนี้ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) นำความรู้มาใช้ในการผลิตสินค้าของกลุ่ม รองลงมาร้อยละ 38.7 นำความรู้มาพัฒนาด้านการผลิต และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 35.5) นำความรู้มาเผยแพร่บอกต่อ

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทำเส้นไหมบ้านน้ำจ่า มีการนำความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษมาดำเนินการผลิตเส้นไหมโคราชเป็นกิจกรรมของกลุ่มและมีการนำความรู้มาปรับประยุกต์ใช้ในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่เด่นชัดคือการทดลองนำแป้งหมีมาแปรรูปเป็นอาหารว่าง คือหมี่อ่อนไส้มะพร้าวซึ่งกลายเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม และกลุ่มได้นำความรู้ทั้งแบบดั้งเดิมที่ได้รับการถ่ายทอดมาและที่มีการประยุกต์เผยแพร่ โดยการออกร้านงานต่างๆที่ส่วนราชการจัดขึ้น เช่น งานประจำปีฉลองชัยชนะท่านเจ้าสุรนารี งานแสดงสินค้า OTOP ที่เมืองทองธานี

3.6.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นไหมกระทอกป่าเจียว

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการนำความรู้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังตารางที่ 4.9 สรุปผลได้ ดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด (ร้อยละ 100.0) นำความรู้มาใช้ในการผลิตสินค้าของกลุ่ม รองลงมาร้อยละ 50 สมาชิกวิสาหกิจชุมชนนำความรู้มาพัฒนาดำเนินการผลิตและผลิตภัณฑ์ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ 45.5) นำความรู้มาเผยแพร่บอกต่อ

ผลจากการจัดสนทนากลุ่ม พบว่าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นไหมกระทอกป่าเจียว ได้นำความรู้ที่ได้รับมา มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มในการผลิตเส้นไหมโคราช และ มีการนำความรู้มาปรับประยุกต์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เช่นการทำเส้นไหมผสมสมุนไพร การทำเส้นไหมจากข้าวกล้องและข้าวไรซ์เบอร์รี่ เป็นการผสมผสานความรู้เดิมกับความรู้ใหม่ที่ได้จากการไปศึกษาดูงานภายนอกกลุ่ม และ มีการเผยแพร่ความรู้ ผ่านทางการออกร้านตามที่ส่วนราชการจัดขึ้นและเผยแพร่ผ่านบุคคลที่เข้ามาศึกษาดูงานกิจกรรมของกลุ่ม

3.6.3 วิสาหกิจชุมชนข้าวเหนียวสมุนไพรบ้านท่าแดง

ผลการสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนถึงการนำความรู้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังตารางที่ 4.9 สรุปผลได้ ดังนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด(ร้อยละ100.0) นำความรู้มาผลิตเส้นไหมโคราชเป็นกิจกรรมกลุ่มตามที่ได้ รับองค์ความรู้มา รองลงมาร้อยละ81.3 สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้นำองค์ความรู้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้สูตรเฉพาะของกลุ่ม และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกินครึ่ง (ร้อยละ 68.8) นำความรู้ไปเผยแพร่ต่อภายในกลุ่มและชุมชน

ผลการจัดสนทนากลุ่ม พบว่าวิสาหกิจชุมชนข้าวเหนียวสมุนไพรบ้านท่าแดง ได้นำความรู้กระบวนการผลิตเส้นไหมมาปฏิบัติเป็นกิจกรรมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ และได้มีการปรับประยุกต์อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับศักยภาพของกลุ่มและทรัพยากรที่กลุ่มมีอยู่ ได้แก่ การประยุกต์ใช้เครื่องบดแป้งแทนการใช้โม่หิน เพื่อความสะดวกในการบดแป้ง การใช้เครื่องชอยไหมแทนแรงงานคนในกรณีที่มียอดสั่งซื้อเข้ามาเยอะต้องการเร่งการผลิต การปรับประยุกต์มาใช้ผงตากแบบอลูมิเนียมในช่วงหน้าฝน เนื่องจากแสงไม้ไผ่เมื่อโดนความชื้นจะเกิดการขึ้นรา และได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เส้นไหม ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความนิยมของลูกค้า โดยพัฒนาเป็นไหมเส้นไหมผสมสมุนไพรซึ่งเป็นสินค้าที่สร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์และเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม และได้ปรับปรุงพัฒนาต่อยอดเป็นไหมพร้อมน้ำปรุง

ตอนที่ 4 เจื่อนใจที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

การศึกษาเจื่อนใจที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราช ของวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มทั้งหมด 69 ราย ซึ่งเจื่อนใจที่ผู้ศึกษาเลือกมาเป็นแนวทางในการศึกษาในครั้งนี้มีทั้งหมด 5 เจื่อนใจ ได้แก่ ด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านภาวะผู้นำ ด้านโครงสร้างพื้นฐานและ ด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ

4.1 ด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้

การศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการจัดการความรู้ นั้น ผู้วิจัยได้ศึกษา 2 ประเด็นคือ ประเด็นที่ 1 สอบถามความคิดเห็นของวิสาหกิจชุมชนจากการจัดสนทนากลุ่มถึงเจื่อนใจด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ว่าเอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในระดับใด ประเด็นที่ 2 วัดระดับความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ของสมาชิกวิสาหกิจซึ่งมุ่งเน้นศึกษาความสามารถในการทำความเข้าใจ ความหมายและการตีความเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ บทบาทหน้าที่ของสมาชิกในการจัดการความรู้ โดยใช้คำถามจำนวน 12 ข้อ ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการความรู้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

ข้อ	ระดับความรู้	จำนวนราย							
		กลุ่มแม่บ้าน		กลุ่มเส้นหมี่		ข้าวเกรียบ		รวม	
		จำ	ร้อย	จำ	ร้อย	จำ	ร้อย	จำ	ร้อย
		นวน	ละ	นวน	ละ	นวน	ละ	นวน	ละ
1	น้อย (1-4 คะแนน)	11	35.4	8	36.4	8	50.0	27	39.1
2	ปานกลาง(5-8 คะแนน)	14	45.2	11	50.0	5	31.2	30	43.5
3	มาก (9-12 คะแนน)	6	19.4	4	13.6	3	18.8	12	17.4
ค่าต่ำสุด = 2 : ค่าสูงสุด = 11 : ค่าเฉลี่ย = 5.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 3.06									

ผลจากการจัดสนทนากลุ่มถึงความคิดเห็น และ ผลการจัดระดับความรู้จากตารางที่ 4.10 สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

4.1.1 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรท่าเส้นหมี่บ้านน้ำคำ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนน้อยกว่าครึ่ง (ร้อยละ45.2) มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการความรู้ในระดับปานกลาง รองลงมาร้อยละ 35.4 มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ19.4) มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก

ผลการจัดสนทนากลุ่มพบว่า วิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นว่า เงื่อนไขด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ของสมาชิก เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของกลุ่มในระดับน้อย

4.1.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเส้นหมี่กระโทกป่าเขียว สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมากครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ50.0) มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการความรู้ระดับปานกลาง รองลงมาร้อยละ 36.4 มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ13.6) มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก

ผลการจัดสนทนากลุ่มพบว่า วิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นว่า เงื่อนไขด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ของสมาชิก เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของกลุ่มในระดับน้อย

4.1.3 วิสาหกิจชุมชนข้าวเกรียบสมุนไพรบ้านท่าแดง สมาชิกวิสาหกิจชุมชนครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ50) มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการความรู้ในระดับน้อย รองลงมาร้อยละ 31.2 มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ18.8) มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก

ผลการจัดสนทนากลุ่มพบว่า วิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นว่า เงื่อนไขด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ของสมาชิก ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของกลุ่มเนื่องจากสมาชิกกลุ่มมีความรู้ไม่ชัดเจนแต่ยังสามารถจัดการความรู้ได้โดยธรรมชาติ

สรุปสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม น้อยกว่าครึ่ง (ร้อยละ43.5)มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการความรู้ในระดับปานกลาง รองลงมาร้อยละ 39 มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนน้อย (ร้อยละ17.4) มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก โดยมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการความรู้ต่ำสุด 2 คะแนน สูงสุด 11 คะแนน มีความรู้ความเข้าใจเฉลี่ย 5.72 คะแนน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นว่า เงื่อนไขด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ของสมาชิก ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของกลุ่ม

4.2 ด้านวัฒนธรรมองค์กร

การศึกษาเงื่อนไขในด้านวัฒนธรรมองค์กร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Daft ((Daft, 1999 อ้างถึงในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ , 2551:9-11) ซึ่งแบ่งวัฒนธรรมองค์กรออกเป็น 4 ประเภท คือ วัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว วัฒนธรรมแบบราชการ วัฒนธรรมแบบปรับตัวและ วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ สรุปผลได้ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้

n = 69				
ข้อ	ปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
2.	วัฒนธรรมองค์กร			
2.1	วัฒนธรรมครอบครัว	4		มาก
	- การให้ความร่วมมือทำงานเป็นทีม	4.32	0.757	มากที่สุด
	- ความเอื้ออาทรมีการช่วยเหลือกัน	4.23	0.825	มากที่สุด
	- ความไว้วางใจ	3.52	0.815	มาก
2.2	วัฒนธรรมแบบราชการ	2.9		ปานกลาง
	- การยึดถือกฎระเบียบ	2.88	1.182	ปานกลาง
	- การใช้เหตุผล	2.59	0.828	น้อย
	- การเชื่อฟังผู้นำ	3.14	1.033	ปานกลาง
	วัฒนธรรมแบบปรับตัว	2.9	1.207	ปานกลาง
2.3	การคิดสร้างสรรค์	3.12		ปานกลาง
	- การทดลองทำสิ่งใหม่	3.61	1.227	มาก
	- การให้อิสระทางความคิดเห็น	1.71	1.001	น้อยที่สุด
2.4	วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ	2.1		น้อย
	- การให้รางวัล	1.65	0.921	น้อยที่สุด
	- ความขยัน	2.04	1.006	น้อย
	- มุ่งเน้นความสมบูรณ์	2.71	0.824	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดให้สามารถสรุปผลได้ดังนี้

พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4) ได้แก่ วัฒนธรรมครอบครัว ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.9) ได้แก่ วัฒนธรรมแบบราชการ และ วัฒนธรรมแบบปรับตัว ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.1) ได้แก่ วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ โดยมีรายละเอียดในประเด็นต่างๆดังนี้

4.2.1 วัฒนธรรมครอบครัว สมาชิกวิสาหกิจชุมชน มีความคิดเห็นที่วัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว ที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับมากที่สุดเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้แก่ วัฒนธรรมด้านการให้ความร่วมมือทำงานเป็นทีม (ค่าเฉลี่ย 4.32) วัฒนธรรมด้านความเอื้ออาทรช่วยเหลือกัน (ค่าเฉลี่ย 4.23) และ วัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว ที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับมาก ได้แก่ ความไว้วางใจ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

4.2.2 วัฒนธรรมแบบราชการ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน มีความคิดเห็นที่วัฒนธรรมองค์กรแบบราชการที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับปานกลางเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้แก่ การเชื่อฟังผู้นำ (ค่าเฉลี่ย 3.14) และ การยึดถือกฎระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 2.88) วัฒนธรรมองค์กรแบบราชการที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับน้อย ได้แก่ การใช้เหตุผล (ค่าเฉลี่ย 2.59)

4.2.3 วัฒนธรรมแบบปรับตัว สมาชิกวิสาหกิจชุมชน มีความคิดเห็นที่วัฒนธรรมองค์กรแบบปรับตัวที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ได้แก่ การทดลองทำสิ่งใหม่วัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) ได้แก่ การคิดสร้างสรรค์ และ วัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.71) ได้แก่ การให้อิสระทางความคิด

4.2.4 วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน มีความคิดเห็นที่วัฒนธรรมองค์กรแบบมุ่งผลสำเร็จที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) ได้แก่ มุ่งเน้นความสมบูรณ์ วัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.04) ได้แก่ ความขยัน และ วัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.65) ได้แก่ การให้รางวัล

4.3 ด้านภาวะผู้นำ

ในการศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านภาวะผู้นำที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวผู้วิจัยมุ่งศึกษาด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นสำคัญ โดยผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้นำที่มีลักษณะ ดังนี้คือ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ โดยมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอย่างชัดเจน และมีการประพฤติตัวอย่างเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านความรับผิดชอบและการทำงานอย่างเป็นระบบแบบแผน 2) การสร้างแรงบันดาลใจ โดยการผลักดันให้มีการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น 3) การกระตุ้นทางปัญญา โดยการเปิดโอกาสให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรม และการพาสมาชิกไปศึกษาดูงานตามสถานที่ต่าง ๆ ตลอดจนผลักดันให้สมาชิกช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างอิสระ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล การให้ความสนใจดูแลสมาชิกกลุ่มอย่างใกล้ชิด เป็นที่ปรึกษาที่ดีให้กับสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ ทั้ง ในเรื่องส่วนตัวและเรื่องการผลิต สรุปผลได้ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านภาวะผู้นำที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

n = 69				
ข้อ	ปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
3. ด้านภาวะผู้นำ				
3.1	การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ โดยมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอย่างชัดเจน และมีการประพฤติตัวอย่างเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านความรับผิดชอบและการทำงานอย่างเป็นระบบแบบแผน	2.26	0.980	น้อย
3.2	การสร้างแรงบันดาลใจ โดยการผลักดันให้มีการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.35	1.069	ปานกลาง

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

n = 69				
ข้อ	ปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
3.3	การกระตุ้นทางปัญญา โดยการเปิดโอกาสให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรม และการพาสมาชิกไปศึกษาดูงานตามสถานที่ต่าง ๆ ตลอดจนผลักดันให้สมาชิกช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างอิสระ	4.06	1.083	มาก
3.4	การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล การให้ความสนใจดูแลสมาชิกกลุ่มอย่างใกล้ชิด เป็นที่ปรึกษาที่ดีให้กับสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในเรื่องส่วนตัวและเรื่องการผลิต	3.29	1.188	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านภาวะผู้นำ ที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นว่า ภาวะผู้นำเอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้โดยภาพรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.3) เมื่อพิจารณารายละเอียด ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปรากฏดังนี้

ภาวะผู้นำที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ในระดับที่มาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ได้แก่ ผู้นำที่มีการกระตุ้นทางปัญญา โดยการเปิดโอกาสให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรม และการพาสมาชิกไปศึกษาดูงานตามสถานที่ต่าง ๆ ตลอดจนผลักดันให้สมาชิกช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างอิสระ ภาวะผู้นำที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับปานกลางเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ผู้นำที่มีการสร้างแรงบันดาลใจ โดยการผลักดันให้มีการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.35) และ ผู้นำที่คำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ให้ความสนใจดูแลสมาชิกกลุ่มอย่างใกล้ชิด เป็นที่ปรึกษาที่ดีให้กับสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในเรื่องส่วนตัวและเรื่องการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.29) ภาวะผู้นำที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.26) ได้แก่ ผู้นำที่มีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอย่างชัดเจน และมีการประพฤติตัวอย่างเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านความรับผิดชอบและการทำงานอย่างเป็นระบบแบบแผน

4.4 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ในการศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ในครั้งนี้แบ่งโครงสร้างพื้นฐานออกเป็น 2 ลักษณะคือ 1. โครงสร้างทางกายภาพ ได้แก่ อาคารสถานที่ ระบบไฟฟ้า ประปา การคมนาคม อุปกรณ์ต่างๆ และ 2. โครงสร้างด้านการบริหาร ได้แก่ ระบบงานที่เอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การประสานงานภายในกลุ่ม และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและ ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

n = 69				
ข้อ	ปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
4.	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	3.3		ปานกลาง
4.1	อาคารสถานที่	3.41	0.896	ปานกลาง
4.2	ระบบไฟฟ้า ประปา	2.12	1.065	น้อย
4.3	การคมนาคมที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก	2.55	0.832	น้อย
4.4	การกำหนดโครงสร้างของกลุ่มไว้ชัดเจน	3.22	1.083	ปานกลาง
4.5	การประสานงานภายในกลุ่ม	3.81	1.047	มาก
4.6	การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	4.01	1.091	มาก

จากตารางที่ 4.13 ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นว่า โครงสร้างพื้นฐานเอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.3) รายละเอียดดังนี้

โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ ในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน(ค่าเฉลี่ย 4.01) และการประสานงานภายในกลุ่ม (ค่าเฉลี่ย 3.81) ในระดับปานกลางเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้แก่ อาคารสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และ การกำหนดโครงสร้างของกลุ่มไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.22) ในระดับน้อยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้แก่ การคมนาคมที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.55) และ ระบบไฟฟ้า ประปา(ค่าเฉลี่ย 2.12)

4.5 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

การศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างสมาชิก รวมไปถึงเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการจัดเก็บความรู้ การเผยแพร่ความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การบริหารจัดการและการผลิตที่มีความทันสมัย ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศที่เอื้อต่อการจัดการความรู้

n = 69				
ข้อ	ปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
5.	ด้านเทคโนโลยี	2.8		ปานกลาง
5.1	โทรศัพท์มือถือ	3.88	0.796	มาก
5.2	กล้องถ่ายรูป	3.23	0.860	ปานกลาง
5.3	เครื่องอัดวิดีโอ	1.72	0.906	น้อยที่สุด
5.4	คอมพิวเตอร์	2.48	0.994	น้อย

จากตารางที่ 4.14 ความคิดเห็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นว่า เทคโนโลยีและสารสนเทศเอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.8) รายละเอียดดังนี้

เทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) ได้แก่ กล้องถ่ายรูป ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.48) ได้แก่ คอมพิวเตอร์และ เทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.72) ได้แก่ เครื่องอัดวิดีโอ

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นสำคัญโดยจำแนกเป็น 3 ส่วน คือ สรุปการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา (1) บริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว 2) ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา (3) กระบวนการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา (4) เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

1.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้ศึกษาเลือกใช้วิธีการวิจัย เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผสมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาที่มีกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นหมีโคราช 14 กลุ่ม สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ 1) เป็นวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมีโคราช โดยมีกระบวนการผลิตแบบทำมือใช้แรงงานคน 2) เป็นวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการต่อสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา และ 3) เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจากสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา โดยผลการประเมินศักยภาพในปี 2556 อยู่ในระดับดี ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือวิสาหกิจชุมชนจำนวน 3 กลุ่ม ศึกษาสมาชิกกลุ่มทั้งหมด จำนวน 69 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ (1) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อศึกษาบริบทกลุ่มภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และ เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อศึกษากระบวนการจัดการความรู้และเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (3) ประเด็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมและองค์ความรู้การผลิตมีโคราช (4) ประเด็นการสังเกตเพื่อคุณภาพรวมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ (5) เครื่องมืออื่นๆ ได้แก่ กล้องบันทึกภาพ เครื่องบันทึกเสียง และสมุดจดบันทึก

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนด วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล

1.3 ผลการวิจัย

1.3.1 บริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวในจังหวัดนครราชสีมา

1) ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มพบว่าวิสาหกิจชุมชนแต่ละกลุ่มมีระยะเวลาการรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการไม่ต่ำกว่า 10 ปี มีการกำหนดโครงสร้างองค์การในการบริหารจัดการกลุ่มไว้อย่างชัดเจน สำหรับการบริหารจัดการทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการผลิต การตลาดและการเงินของแต่ละกลุ่มพบว่า ด้านการผลิตมีรูปแบบการผลิตที่คล้ายคลึงกันคือ ในด้านการผลิตสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มาทำกิจกรรมการผลิต ณ ที่ทำการกลุ่มสมาชิกส่วนใหญ่สามารถผลิตได้ในทุกขั้นตอนการผลิต แต่จะมีการแบ่งหน้าที่การผลิตอย่างชัดเจนตามความชำนาญ ด้านการตลาด ทั้ง 3 กลุ่ม มีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันเนื่องจากความแตกต่างในลักษณะของผลิตภัณฑ์ ส่วนช่องทางการจำหน่ายมีลักษณะคล้ายคลึงกันคือโดยการขายตรง การขายผ่านตัวแทน และการนำสินค้าไปขายตามงานแสดงสินค้า เป็นต้น ส่วนการประชาสัมพันธ์นั้นมีเว็บไซต์หลักที่ให้การสนับสนุน คือ www.thaitambon.com และด้านการเงิน การบริหารจัดการด้านการเงินของแต่ละกลุ่มจะมีเงินทุนหมุนเวียน มีการถือหุ้นเพื่อเป็นกองทุนให้สมาชิกกู้ยืม และมีการแบ่งผลกำไรให้กับสมาชิก

2) ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกือบทั้งหมดเป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 56.14 ปี เกือบทั้งหมด มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา สมาชิกวิสาหกิจชุมชน น้อยกว่าครึ่งมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร เกือบทั้งหมดมีอาชีพเสริมคือทำเส้นหมี่โคราช มีรายได้จากกิจกรรมการทำหมี่เฉลี่ยต่อเดือน 2,038 บาท รายได้ต่ำสุด 500 บาท สูงสุด 6,000 บาท มีประสบการณ์ในการทำหมี่โคราชเฉลี่ย 19.95 ปี

1.3.2 ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา

จากการศึกษาพบว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ศึกษานั้น สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม ซึ่งเป็นความรู้พื้นฐานในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในชุมชนคือข้าวนำมาแปรรูปเป็นเส้นหมี่เพื่อบริโภคในครัวเรือน โดยมีวิธีการผลิตที่สามารถทำเองได้โดยใช้แรงงานคนและวัสดุอุปกรณ์ที่หาได้ในครัวเรือน 2) ความรู้ใหม่ที่พัฒนาต่อยอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิม เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นการผลิตเพื่อการค้า พบการประยุกต์ภูมิปัญญาเป็น 2 ลักษณะคือ การพัฒนาในเรื่องของเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตให้สามารถผลิตได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นและเส้นหมี่มีคุณภาพที่สม่ำเสมอ และการพัฒนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปข้าวเป็นเส้นหมี่โคราชสรุปเป็นกระบวนการผลิตหลักๆได้ดังนี้คือ 1.การแช่ข้าว ใช้เมล็ดข้าวเจ้าหัก 2. โม่แป้ง นำข้าวที่แช่ไปโม่บดให้เป็นแป้ง 3. นึ่งแป้ง นำแป้งไปเกลี่ยให้เป็นแผ่นแป้งหมี่นึ่งให้สุก 4. ตากแผ่นแป้งหมี่ นำแผ่นแป้งหมี่ไปตากแดดแห้งพอหมาดๆ 5. ทาน้ำมัน นำแผ่นแป้งหมี่มาทาน้ำมัน 6. หั่นเส้นหมี่ นำแผ่นแป้งหมี่มาหั่นเป็นเส้นหมี่ 7. ตากเส้นหมี่ นำเส้นหมี่ไปจิบเป็นก่าตากแดดให้แห้ง

1.3.3 กระบวนการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา

จากการศึกษาพบว่า กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราชมี 6 ขั้นตอนหลักที่สำคัญได้แก่

(1) การกำหนดความรู้ ผลการวิจัยพบว่า การกำหนดความรู้ของวิสาหกิจชุมชน เป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม เกิดจากความต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ เพื่อหารายได้เสริมให้กับครัวเรือนโดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นภายใต้การผลักดันของผู้นำกลุ่มและการสนับสนุนจากภาครัฐ ความรู้ที่วิสาหกิจชุมชนกำหนดเป็นความรู้ที่จำเป็นต้องใช้ในการผลิตเส้นหมี่โคราช ได้แก่ ความรู้ในการคัดเลือกวัตถุดิบ อุปกรณ์ที่ใช้ผลิต วิธีการและขั้นตอนในการผลิต

(2) การแสวงหาความรู้ พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีการแสวงหาความรู้เพื่อจะนำมาผลิตและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ทั้งจากภายในและภายนอกกลุ่ม โดยเน้นที่การแสวงหาความรู้จากภายในเป็นหลัก โดยนำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมมาพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและรูปแบบตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งการแสวงหาความรู้เอง โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ของสมาชิกในกลุ่มและจากการศึกษาดูงาน หรือเข้ารับการอบรมสัมมนา โดยการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ มีสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเพียงส่วนน้อย ที่แสวงหาความรู้จากการศึกษาเอกสารและสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ Internet นิตยสาร

(3) การแลกเปลี่ยนความรู้ วิสาหกิจชุมชนมีการแลกเปลี่ยนความรู้ในลักษณะการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการเป็นหลัก โดยเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ซ่อนเร้น ตามความถนัดของแต่ละคนแล้วนำมาพูดคุยแลกเปลี่ยนกัน ผ่านการทำกิจกรรมต่างๆของกลุ่มหรือชุมชน และ มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มผ่านการศึกษาดูงานเป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนอย่างไม่เป็นทางการเช่นกัน ส่วนการแลกเปลี่ยนอย่างเป็นทางการมีบ้าง โดยผ่านเวทีการประชุมของกลุ่มหรือการจัดเวทีแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มของส่วนราชการ และส่วนน้อยมีการจัดทำเอกสารเพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนความรู้

(4) การจัดเก็บความรู้ วิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม มุ่งเน้นในด้านการจัดเก็บความรู้ไว้ที่ตัวบุคคลเป็นหลัก โดยใช้วิธีการจดจำ ร่องลงมาคือมีการร่วมกันจัดทำเอกสารองค์ความรู้ไว้เป็นบันทึกของกลุ่ม และ บันทึกภาพกระบวนการผลิตจัดเป็นนิทรรศการ ไว้ที่จุดเรียนรู้ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชน เป็นต้น สมาชิกกลุ่มส่วนน้อยมีการจัดเก็บความรู้โดยการบันทึกไว้ในสมุดส่วนตัว และมีเพียงบางกลุ่มที่มีการจัดเก็บความรู้โดยบันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์

(5) การถ่ายทอดความรู้ เป็นการถ่ายทอดความรู้จากบุคคลสู่บุคคลเป็นหลัก ส่วนใหญ่สมาชิกกลุ่มจะถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานในครัวเรือนด้วยวิธีการบอกเล่าด้วยวาจา ให้บุตรหลานช่วยทำและการลงมือปฏิบัติจริง สำหรับการถ่ายทอดความรู้ของกลุ่ม ผู้ทำหน้าที่ถ่ายทอดคือประธานกลุ่มหรือสมาชิกที่มีความชำนาญผู้รับการถ่ายทอดคือสมาชิกใหม่ โดยใช้วิธีการบอกเล่า สาคิดอย่างละเอียด และ ฝึกปฏิบัติ ภาครัฐให้การสนับสนุนในด้านการถ่ายทอดความรู้ในลักษณะบุคคลสู่กลุ่ม คือ การเชิญวิทยากรของกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญไปให้ความรู้กับชุมชนภายนอก หรือ ถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มที่เข้ามาศึกษาดูงาน รวมทั้งการเป็นวิทยากรสาธิต ถ่ายทอดความรู้ให้ลูกหลานในชุมชนผ่านโรงเรียน มีส่วนน้อยที่ จัดทำคู่มือ , แผ่นพับ ให้กับผู้ที่สนใจเนื่องจากกระบวนการทำเส้นหมี่โคราชมีหลานชั้นตอนและต้องใช้ความชำนาญในการผลิต การถ่ายทอดด้วยวิธีการสาธิตและฝึกปฏิบัติจะทำให้ผู้รับการถ่ายทอดเรียนรู้เข้าใจได้ง่ายกว่าการศึกษาด้วยเอกสารและคู่มือ

(6) การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ วิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม มีการนำความรู้มาใช้ในการผลิตเส้นหมี่โคราชซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และ นำความรู้มาพัฒนาด้านการผลิต และ ผลิตกันทำให้สอดคล้องกับบริบทสังคมและความต้องการของผู้บริโภคจากนั้นนำความรู้มาเผยแพร่ต่อไป

1.3.4 เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

ในการศึกษา เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา โดยนำเงื่อนไขหลักที่สำคัญ 5 ประการ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา คือ 1) ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ 2) วัฒนธรรมองค์กร 3) ภาวะผู้นำ 4) โครงสร้างพื้นฐาน 5) เทคโนโลยี ผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

(1) ด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ พบว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มเกือบครึ่ง มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการความรู้ในระดับปานกลาง รองลงมา มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย และ ส่วนน้อย มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก จะเห็นว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับน้อยและปานกลาง แต่ทั้ง 3 กลุ่มยังสามารถจัดการความรู้ได้สำเร็จสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ในระดับชุมชนได้ แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนมีการจัดการความรู้ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติตามวิถีการดำเนินชีวิต โดยมีได้มีความเข้าใจในเรื่องของการจัดการความรู้ที่เด่นชัด

(2) ด้านวัฒนธรรมองค์กร พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรเอื้อต่อการจัดการความรู้โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และ วัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับมากคือวัฒนธรรมแบบครอบครัว ได้แก่ การให้ความร่วมมือทำงานเป็นทีม ความเอื้ออาทรช่วยเหลือกัน ความไว้วางใจ และสมาชิกกลุ่มมีความคิดเห็นว่า วัฒนธรรมแบบมุ่งความสำเร็จ ได้แก่ การให้รางวัล ความขยัน การมุ่งเน้นความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับน้อย

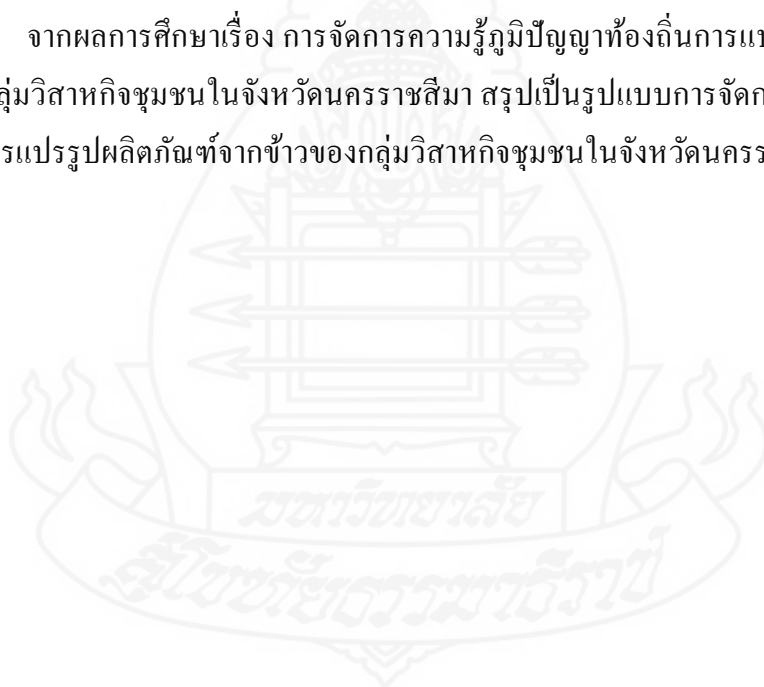
(3) ด้านภาวะผู้นำ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นว่า ภาวะผู้นำเอื้อต่อการจัดการความรู้โดยภาพรวมในระดับปานกลาง โดยเงื่อนไขด้าน ภาวะผู้นำที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับที่มาก ได้แก่ ผู้นำที่มีการกระตุ้นทางปัญญา โดยการเปิดโอกาสให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรม และการพาสมาชิกไปศึกษาดูงานตามสถานที่ต่าง ๆ ตลอดจนผลักดันให้สมาชิกช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างอิสระ ภาวะผู้นำที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับปานกลางเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้แก่ ผู้นำที่มีการสร้างแรงบันดาลใจ และ ผู้นำที่คำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ภาวะผู้นำที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.26) ได้แก่ ผู้นำที่มีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์

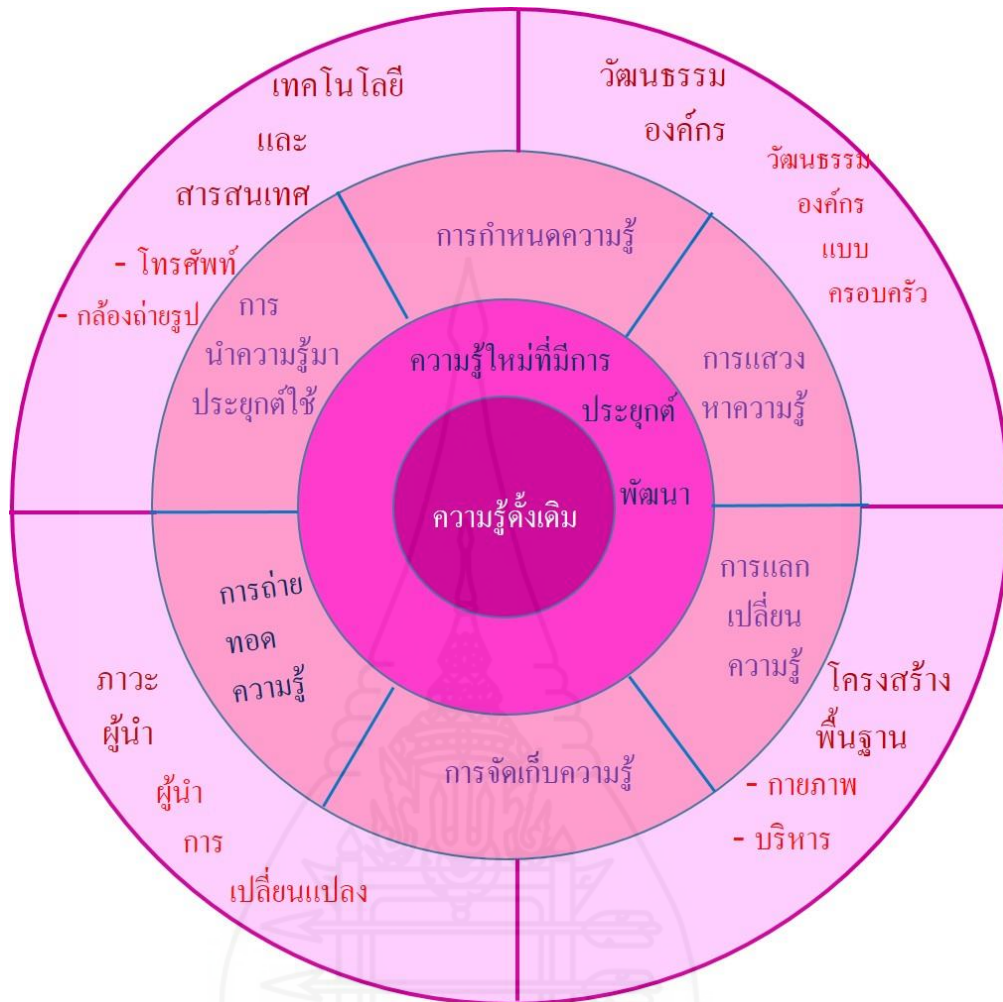
(4) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นว่า โครงสร้างพื้นฐานเอื้อต่อการจัดการความรู้โดยภาพรวมในระดับปานกลาง โดยรายละเอียดของโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ ในระดับมากเป็น โครงสร้างด้านการบริหาร เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การประสานงานภายในกลุ่ม ส่วน โครงสร้างด้านกายภาพเอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับปานกลาง ได้แก่ อาคารสถานที่ ระดับน้อยได้แก่การคมนาคม ระบบไฟฟ้า ประปา

(5) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นว่า เทคโนโลยีสารสนเทศเอื้อต่อการจัดการความรู้โดยภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีรายละเอียดดังนี้ เทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับมาก คือ โทรศัพท์มือถือ เทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับปานกลาง คือ กล้องถ่ายรูป ในระดับน้อย คือ คอมพิวเตอร์และ เทคโนโลยีที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับน้อยที่สุด คือ เครื่องฮาร์ดแวร์

จากผลการศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา สรุปเป็นรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา ได้ดังภาพที่

5.1





ภาพที่ 5.1 รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

จากภาพที่ 5.1 อธิบายได้ว่า การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา มีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน คือ ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งมีทั้ง 1) ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม ซึ่งเป็นความรู้พื้นฐานในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในชุมชนคือข้าวนำมาแปรรูปเป็นเส้นหมี่เพื่อบริโภคในครัวเรือนโดยมีวิธีการผลิตที่สามารถทำเองได้โดยใช้แรงงานคนและวัสดุอุปกรณ์ที่หาได้ในครัวเรือน และ 2) ความรู้ใหม่ที่พัฒนาต่อออกจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวทั้ง 2 ประเภทนี้ถูกจัดการตามกระบวนการจัดการความรู้ 6

ขั้นตอนหลักที่สำคัญ ได้แก่ การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายทอดความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ โดยมีเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ คือ ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ วัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำ โครงสร้างพื้นฐาน และเทคโนโลยีสารสนเทศ

2. การอภิปรายผล

2.1 ลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ศึกษานั้น สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม 2) ความรู้ใหม่ที่ประยุกต์พัฒนาต่อยอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิม คือ การพัฒนาในเรื่องของเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตเพื่อให้สามารถผลิตได้ในปริมาณที่มากขึ้นผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้า จะเห็นได้ว่า ด้วยบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน การปรับตัวก้าวตามอย่างเท่าทันเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการคงอยู่ ดังนั้นกลุ่มจึงจำเป็นต้องมีแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ผสมผสานกับภูมิปัญญาดั้งเดิมเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิต และ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไปซึ่งการปรับปรุงนั้นอยู่ภายใต้การฝึกฝนและการปฏิบัติด้วยตนเอง โดยเน้นรูปแบบดั้งเดิมให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญดี บุญญากิจ และคณะ (2547) กล่าวถึงการพัฒนาความรู้ในชุมชนว่า ชุมชนท้องถิ่น มีความรู้มากเท่าไร ก็ยังสามารถเรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ ได้มากขึ้นเท่านั้น เมื่อเรียนรู้ได้มากขึ้นก็สามารถสร้างความรู้ใหม่ได้มากขึ้น เมื่อนำความรู้เก่ามาบูรณาการกับความรู้ใหม่ ก็จะก่อให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ขึ้น และสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น จะสามารถสร้างและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันและพัฒนาชุมชนได้

2.2 กระบวนการจัดการความรู้

จากการศึกษาพบว่ากระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์ จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราชของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา เป็นกระบวนการจัดการความรู้ในลักษณะของการเรียนรู้แบบท้องถิ่นที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติภายใต้การสนับสนุนของส่วนราชการ ที่มีการจัดการ กำหนดความรู้จากความต้องการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และความรู้ที่กำหนดจะเป็นความรู้ที่จำเป็นต้องใช้ในการผลิต จากนั้นก็มีการแสวงหาความรู้ที่ต้องใช้ทั้งจากภายในและภายนอกชุมชนนำมาแลกเปลี่ยนกันภายในกลุ่มมีการปฏิบัติฝึกฝนจดจำจัดเก็บความรู้ไว้ที่ตัวบุคคลและ

มีการถ่ายทอดจากบุคคลสู่บุคคลซึ่งเป็นบุคคลใกล้ชิดคือสมาชิกในครัวเรือนและสมาชิกในกลุ่มเป็นหลัก มีการนำความรู้มาปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง พัฒนาประยุกต์ความรู้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เผยแพร่ความรู้สู่ชุมชนและภายนอกชุมชน สรุปเป็นขั้นตอนหลักที่สำคัญ 6 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายทอดความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ทั้งนี้กระบวนการที่ค้นพบจากการศึกษานั้นคล้ายคลึงกับ วิจารย์ พานิช (2546) ได้กล่าวว่า ในกระบวนการจัดการความรู้มีการใช้ความรู้เพื่อกิจกรรมต่างๆ การเสาะแสวงหาหรือสร้างขึ้นมาจากการดำเนินกิจกรรม หลังจากได้รับข้อมูลแล้วก็นำข้อมูลไปปฏิบัติว่าสามารถทำได้จริงหรือไม่แล้วนำความรู้ที่ปฏิบัติได้จริงเก็บไว้ที่ตัวบุคคลหรือบันทึกแล้วมีการแยกแยะข้อมูลต่างๆ เพื่อง่ายต่อการถ่ายทอดซึ่งการถ่ายทอดจะเป็นการถ่ายทอดจากตัวบุคคลสู่บุคคลและผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดจะนำความรู้มาปฏิบัติและพัฒนาเผยแพร่ต่อไป และเป็นไปในทิศทางเดียวกับกนกพร นิยมพลี (2555) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา พบว่าการจัดการความรู้ด้านหัตถกรรมเครื่องจักสานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา มีทั้งหมด 5 ขั้นตอนหลักที่สำคัญ ได้แก่ การกำหนดความรู้ การแสวงหาและยึดกุมความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการถ่ายทอดความรู้ และ อภิชาติ ใจอารีย์ (2555) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ของชุมชนบ้านพุเตย จังหวัดกาญจนบุรี พบว่ากระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ของชุมชนบ้านพุเตย ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายทอดความรู้

การแลกเปลี่ยนความรู้ของวิสาหกิจชุมชน

เป็นลักษณะการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ โดยเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ ตามความชำนาญของแต่ละคนนำมาพูดคุยแลกเปลี่ยนกัน ผ่านการทำกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มหรือกิจกรรมในชุมชน และ การแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มผ่านกิจกรรมการศึกษาดูงาน ส่วนการแลกเปลี่ยนอย่างเป็นทางการเป็นลักษณะของการจัดเวทีแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งพบได้น้อยมาก คล้ายคลึงกับผลการศึกษาของ อภิชาติ ใจอารีย์ (2555) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ของชุมชนบ้านพุเตย จังหวัดกาญจนบุรีพบว่า ชาวชุมชนบ้านพุเตยมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ส่วนใหญ่เป็นลักษณะอย่างไม่เป็นทางการของสมาชิกภายในชุมชน โดยเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ซ่อนเร้นพูดคุยแลกเปลี่ยนผ่านการทำกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน เช่น การทำบุญ งานเทศกาลประเพณี หรือกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เช่น การซื้อข้าวของที่ร้านค้าชุมชน ส่วนการแลกเปลี่ยนอย่างเป็นทางการพบได้น้อยมาก โดยอาจจะมีการนำไปพูดคุยบ้างในการประชุมหมู่บ้าน

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของคนในองค์กรเพื่อที่จะนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานถือเป็นประเด็นที่มีความสำคัญยิ่งในการจัดการความรู้ ซึ่งสามารถบรรลุได้ด้วยการสร้างเครือข่ายของคนที่มีความสนใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งร่วมกัน เพื่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของคนในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อันจะนำมาซึ่งคุณค่าให้กับองค์กรแนวทางการจัดการความรู้ที่มุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนนักปฏิบัติ (Communities of Practice: CoPs) ให้เกิดขึ้นภายในองค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าว

การจัดเก็บความรู้

วิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 กลุ่ม มีการจัดเก็บความรู้ไว้ที่ตัวบุคคลเป็นหลักโดยใช้วิธีจดจำ มีบ้างที่ได้จัดทำเอกสารองค์ความรู้ไว้เป็นบันทึกของกลุ่มแต่เป็นเพียงขั้นตอนการผลิตโดยย่อและมีภาพถ่ายที่แสดงขั้นตอนกระบวนการผลิตจัดเป็นนิทรรศการไว้ที่จุดเรียนรู้ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชน เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มชาวบ้านที่ไม่ได้มีความชำนาญด้านการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยจึงมีเพียงส่วนน้อยมากที่มีการจัดเก็บความรู้โดยบันทึกไว้ในคอมพิวเตอร์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิราภรณ์ กุลจิตติวิรัช (2555) ศึกษาเรื่องการจัดการความรู้การทอผ้าย้อมครามบ้านโนนสะอาด ตำบลนางัว อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม พบว่าการจัดเก็บความรู้ด้านการทอผ้าย้อมครามของชุมชนบ้านโนนสะอาด ความรู้ของกลุ่มส่วนใหญ่จะเก็บในรูปแบบของตัวบุคคลเป็นสำคัญ และ กลุ่มจะมีการบันทึกกระบวนการผลิตและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผ้าย้อมครามด้วยภาพถ่ายมีการจัดติดบอร์ดไว้ ณ จุดเรียนรู้ของกลุ่มมีการบอกวิธีทำโดยย่อ

วิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการทำเส้นไหมโคราชระดับอำเภอที่มีวิทยากรประจำกลุ่มที่มีประสบการณ์และสามารถถ่ายทอดความรู้ที่เหมาะสมกับเกษตรกรและบุคคลที่สนใจพร้อมทั้งมีอุปกรณ์และสถานที่ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดกระบวนการเรียนรู้ วิสาหกิจชุมชนต้องพัฒนาการจัดเก็บความรู้ให้เป็นความรู้ที่ชัดเจน เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะชนและเครือข่ายให้กว้างขึ้นและง่ายต่อการที่วิทยากรผู้ถ่ายทอดและผู้สนใจจะเข้าถึงข้อมูลความรู้

การถ่ายทอดความรู้

เป็นลักษณะการถ่ายทอดจากบุคคลต่อบุคคลโดยผ่านสถาบันครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ ผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดคือบรรพบุรุษ เช่น ปู่ ย่า ตา ยาย พ่อ แม่ สอนให้กับบุตรหลานในครัวเรือน ผ่านการบอกเล่า พูดคุย แนะนำ ปฏิบัติให้ดูเป็นแบบอย่าง และให้ลงมือปฏิบัติจริง และใช้วิธีการกล่อมเกลாதงสัจคมแบบค่อยเป็นค่อยไป ผู้รับการถ่ายทอดเกิดการเรียนรู้ การสังเกต ทดลอง และฝึกปฏิบัติจริง ตามวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อม สำหรับการถ่ายทอดความรู้ของกลุ่ม ผู้ทำหน้าที่

ถ่ายทอดคือประธานกลุ่มหรือสมาชิกที่มีความชำนาญผู้รับการถ่ายทอดคือสมาชิกใหม่โดยใช้วิธีการบอกเล่า สาธิต และให้ลงมือปฏิบัติจริง เป็นลักษณะการถ่ายทอดจากบุคคลสู่บุคคล และ ลักษณะจากบุคคลสู่กลุ่ม ซึ่งได้แก่เครือข่ายโรงเรียน หน่วยงาน กลุ่มองค์กรต่างๆที่เข้ามาเรียนรู้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกพร นิมพลี (2555) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน:กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา พบว่าการถ่ายทอดความรู้ด้านการจักสานของกลุ่มวิสาหกิจเป็นรูปแบบของการถ่ายทอดจากบุคคลสู่บุคคลเป็นหลัก โดยลักษณะของการปฏิบัติให้ดู การสาธิตอย่างละเอียดเพื่อให้ผู้รับการถ่ายทอดได้รับความรู้ความเข้าใจมากขึ้น

จากลักษณะการถ่ายทอดดังกล่าว สืบเนื่องจาก ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่ฝังลึก อยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) และมีการจัดเก็บความรู้ไว้ที่ตัวบุคคล การถ่ายทอดจึงเป็นลักษณะ การถ่ายทอดจากตัวบุคคลสู่บุคคล โดยมักจะเริ่มจากบุคคลที่ใกล้ชิดคือลูกหลานหรือสมาชิกในครัวเรือน เมื่อมีการรวมกลุ่มการถ่ายทอดก็จะเป็นลักษณะ สมาชิกที่มีความชำนาญเป็นผู้ถ่ายทอดให้กับสมาชิกใหม่ส่วนลักษณะการถ่ายทอดจากบุคคลสู่กลุ่มนั้นผู้ที่มีความชำนาญของกลุ่มจะได้รับเชิญเป็นวิทยากรเพื่อ ไปสอนอาชีพให้กับ โรงเรียนในท้องถิ่นหรืออำเภอใกล้เคียง ตามที่สถาบันการศึกษาที่มองเห็นและให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ต้องการปลูกฝังให้เยาวชนมองเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาที่มีมาแต่บรรพบุรุษ แต่การถ่ายทอดให้ความรู้ให้กับกลุ่มเยาวชนดังกล่าวเป็นเพียงการสาธิตให้นักเรียนเข้าใจกระบวนการและวิธีการในการทำมีโคราชซึ่งเป็นความรู้พื้นฐานนักเรียนที่เข้ารับการถ่ายทอดมีส่วนน้อยที่ได้รับการฝึกฝนและปฏิบัติจนสามารถผลิตเส้นไหมโคราชได้จริง

2.3 เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

จากการศึกษา เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา โดยนำเงื่อนไขหลักที่สำคัญ 5 ประการ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา คือ 1) ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ 2) วัฒนธรรมองค์กร 3) ภาวะผู้นำ 4) โครงสร้างพื้นฐาน 5) เทคโนโลยีและสารสนเทศ ผลการศึกษาพบว่ามีเงื่อนไขหลักเพียง 4 ประการที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ คือ 1) วัฒนธรรมองค์กร 2) ภาวะผู้นำ 3) โครงสร้างพื้นฐาน 4) เทคโนโลยีและสารสนเทศ คล้ายคลึงกับ บุญดี บุญญากิจ และคณะ (2547) และ สุวรรณเหรียญเสาวภาคย์ และ คณะ (2548) ได้สรุปปัจจัยที่เอื้อให้การจัดการความรู้ประสบความสำเร็จดังนี้คือ 1) ภาวะผู้นำและกลยุทธ์ 2) วัฒนธรรมองค์กร 3) เทคโนโลยีสารสนเทศ 4) การวัดผล และ 5) โครงสร้างพื้นฐาน ส่วนเงื่อนไขด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ นั้น พบว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการความรู้ในระดับปานกลาง และ ระดับน้อย แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 3

กลุ่มยังสามารถจัดการความรู้ได้สำเร็จสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ในระดับชุมชนได้ ซึ่งให้เห็นว่าการจัดการความรู้เป็นการเรียนรู้ของชุมชนซึ่งเกิดขึ้นโดยวิถีธรรมชาติ ไม่ได้มีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน มีวัตถุประสงค์คือนำความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมมาปฏิบัติ มีการแสวงหาและเรียนรู้ แลกเปลี่ยน ถ่ายทอดเกิดขึ้นโดยธรรมชาติและ ปฏิบัติโดยมิได้เรียงลำดับขั้นตอน โดยที่ผู้ปฏิบัติเองไม่ได้มีความรู้ที่ชัดเจน ในเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อภิชาติ ใจอารีย์ (2555) ที่พบว่าเงื่อนไขด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้และการถ่ายทอดความรู้ เพื่อการสืบสานและการยกระดับองค์ความรู้ชุมชนมีผลต่อการจัดการความรู้ของภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ของชุมชนบ้านพุเตย จังหวัดกาญจนบุรี

วัฒนธรรมองค์กร

พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรเอื้อต่อการจัดการความรู้ของกลุ่มในระดับมาก คือวัฒนธรรมแบบครอบครัว ได้แก่ การให้ความร่วมมือทำงานเป็นทีม ความเอื้ออาทรช่วยเหลือกัน ความไว้วางใจ วัฒนธรรม การให้ความร่วมมือทำงานเป็นทีม ความเอื้ออาทรช่วยเหลือกัน ความไว้วางใจ การเห็นพ้องต้องกัน ความเสมอภาค วัฒนธรรมเหล่านี้มีผลให้สมาชิกกลุ่มรักสามัคคีและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ปฏิบัติงานร่วมกันห่วงใยต่อกันเหมือนญาติมิตร ไม่ถือตัว สมาชิกร่วมมือช่วยเหลือกันในการปฏิบัติงาน มีความจริงใจต่อกัน ส่งเสริมส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ และการถ่ายทอดความรู้ภายในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยานุช ช่างเหล็ก และกฤษ จรินทร์ (2555) ศึกษาเรื่องการศึกษาผลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อการจัดการความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของร้านอาหารในจังหวัดชลบุรี พบว่า วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีมก่อให้เกิดความสามัคคี ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และการให้เสรีในการแสดงความคิดเห็นเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กร และ อภิชาติ ใจอารีย์ (2555) ที่พบว่าเงื่อนไขด้านวัฒนธรรมองค์กรของ ชุมชนบ้านพุเตยเป็นชุมชนที่สมาชิกชุมชนมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน รวมทั้งมีความเป็นสังคมเกษตรกรรม จึงมีความไว้วางใจกัน ซึ่งส่งผลให้การสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เอื้อต่อการจัดการความรู้ของคนในชุมชนเป็นไปด้วยดี

และผลการศึกษาพบว่าสมาชิกกลุ่มมีความคิดเห็นว่า วัฒนธรรมแบบมุ่งความสำเร็จ ได้แก่ การให้รางวัล ความขยัน การมุ่งเน้นความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ เอื้อต่อการจัดการความรู้ในระดับน้อยดังที่ Daft, R.L. (2002). กล่าวถึงวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จว่า วัฒนธรรมแบบมุ่งความสำเร็จเป็นวัฒนธรรมที่ เน้นค่านิยมแบบแข่งขันเชิงรุก ผู้นำมุ่งเห็นผลสำเร็จตามเป้าหมาย ให้ความสำคัญกับลูกค้า ค่านิยมที่มุ่งผลสำเร็จจึงเป็นเสมือนกาวเชื่อมทุกคนในองค์กรเข้าด้วยกันเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยมีผลตอบแทนให้กับสมาชิกที่สร้างผลงานที่โดดเด่น ผู้ศึกษามีความเห็นว่า การ

ส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนมองเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จจะช่วยให้วิสาหกิจเกิดความตื่นตัวในการแข่งขันในด้านของการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีผลทำให้กลุ่มเกิดความเข้มแข็ง ผลตอบแทนจะเป็นแรงจูงใจให้กับสมาชิกใหม่ๆที่จะเข้าร่วมและสืบทอดภูมิปัญญาต่อไป

โครงสร้างพื้นฐาน พบว่าโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ที่สำคัญคือ โครงสร้างด้านการบริหาร ได้แก่ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนและการประสานงาน ภายในกลุ่ม รองลงมาได้แก่ โครงสร้างทางด้านกายภาพ อาคารสถานที่ การคมนาคม ระบบไฟฟ้า ประปา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิชาติ ใจอารีย์ (2555) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ของชุมชนบ้านพุเคุย จังหวัดกาญจนบุรีพบว่า เงื่อนไขด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ได้แก่ด้านอาคารสถานที่เพื่อการขับเคลื่อนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ให้เกิดประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการไว้อย่างชัดเจน

โดยข้อค้นพบสำคัญจากการศึกษาในด้าน โครงสร้างพื้นฐานพบว่า การสนับสนุนจาก ส่วนงานราชการ เป็นเงื่อนไขหลักที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราชพบว่าวิสาหกิจชุมชนเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากส่วนราชการในกระบวนการจัดการความรู้ในเกือบทุกขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดความรู้ ส่วนราชการจะสนับสนุนในด้านข้อมูลให้กลุ่มได้ร่วมกันคิดวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งและตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ กำหนดความรู้ได้อย่างเหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มและชุมชนทำให้กิจกรรมกลุ่มสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะตามเหตุและผลที่ปรากฏและค้นพบ เพื่อนำไปสู่การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด นครราชสีมา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยนำผลการศึกษาครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาการจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1.1 ควรมีการนำความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นมาผสมผสานกับความรู้ใหม่ กลุ่มองค์กรที่มีการผลิตเส้นหมี่โคราช ควรมีการนำความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นมาผสมผสานกับความรู้ใหม่ พัฒนาและต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ประจำกลุ่มหรือชุมชนเพื่อสร้างเอกลักษณ์ และการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่ให้สูญหายไป

3.1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการจัดการความรู้

จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จนั้นต้องอาศัยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยสนับสนุนและส่งเสริมให้องค์กรชุมชนสามารถขับเคลื่อนกระบวนการจัดการความรู้ให้เป็นไปตามเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นส่วนราชการต่างๆและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริม สนับสนุน การจัดการความรู้ให้เกิดขึ้นในกลุ่มองค์กรและชุมชน เพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ และ อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีการสืบทอดต่อไป

3.1.3 ใช้กระบวนการจัดการความรู้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการจัดการความรู้ในกลุ่มหรือองค์กรที่มีกิจกรรมการผลิตที่คล้ายคลึงกัน

จากการศึกษาที่พบว่า กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราช ของวิสาหกิจชุมชน ที่สรุปได้ทั้ง 6 ขั้นตอนนั้นเป็นกระบวนการที่วิสาหกิจชุมชนปฏิบัติแล้วประสบความสำเร็จในการจัดการความรู้สามารถดำเนินกิจกรรมกลุ่มสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำเส้นหมี่โคราชด้วยกระบวนการทำมือแบบดั้งเดิม และมีการต่อยอดพัฒนาจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ข้อมูลจากการศึกษาดังกล่าวสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการจัดการความรู้ในกลุ่มหรือองค์กรที่มีกิจกรรมการผลิตที่คล้ายคลึงกันเพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการอนุรักษ์ไว้ซึ่งความรู้ที่มีคุณค่าของชุมชน ให้สืบทอดไปยังลูกหลานต่อไป

3.1.4 ใช้เวทีชุมชนนักปฏิบัติ เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ ควรส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจัดการความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราชในลักษณะของการใช้เวทีชุมชนนักปฏิบัติเพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างสมาชิกหรือผู้ที่มีความสนใจในการผลิตเส้นหมี่โคราชให้มีการสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกลุ่มที่มีการผลิต

3.1.5 มีการจัดเก็บความรู้ให้เป็นให้เป็นระบบ และเป็นความรู้ที่ชัดเจน วิสาหกิจชุมชนควรพัฒนาในเรื่องของการจัดเก็บความรู้ให้เป็นให้เป็นระบบ และเป็นความรู้ที่ชัดเจน นำองค์ความรู้จัดทำเป็นเป็นหลักสูตรเฉพาะกลุ่ม โดยมีการรวบรวมเป็นเอกสารและสิ่งพิมพ์ต่างๆเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะชนและเครือข่ายให้กว้างขึ้นและง่ายต่อการที่วิทยากรผู้ถ่ายทอดและผู้สนใจจะเข้าถึงข้อมูลความรู้

3.1.6 สืบทอดภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ควรส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นเส้นหมี่โคราชในกลุ่มเยาวชนที่สามารถดำเนินเป็นกิจกรรมของกลุ่ม

อย่างต่อเนื่องเพื่อหารายได้เสริมให้กับกลุ่ม เช่น กลุ่มยุวเกษตรกรทั้งในและนอกโรงเรียน กลุ่ม young smart farmer หรือ เยาวชนในท้องถิ่นที่มีความสนใจ เพื่อการสืบทอดภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ทั้งนี้ การถ่ายทอดภูมิปัญญาให้กับกลุ่มเยาวชนในโรงเรียนเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่สามารถผลักดันให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีการสืบทอดอย่างต่อเนื่องเนื่องจากปัญหาของการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่พบในปัจจุบันคือ มีการนำมาปฏิบัติเฉพาะในกลุ่มของผู้สูงอายุที่ทำกิจกรรมเพื่อหารายได้เสริม ส่วนคนรุ่นใหม่มักจะไปประกอบอาชีพอื่น ๆ ที่มีรายได้มากกว่า การส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำเส้นหมี่โคราชควรมีการส่งเสริมอย่างจริงจังในกลุ่มเยาวชนเป้าหมายที่มีความสนใจและสามารถนำมาปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่อง เช่น กลุ่มยุวเกษตรกร กลุ่ม young smart farmer เป็นต้น

3.1.7 ควรส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนมองเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ เพื่อวิสาหกิจชุมชนเกิดความตื่นตัวในการแข่งขัน ทั้งในเรื่องของการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งผลทำให้กลุ่มเกิดความเข้มแข็ง ผลตอบแทนจะเป็นแรงจูงใจให้กับสมาชิกใหม่ๆที่จะเข้าร่วมกิจกรรมและสืบทอดภูมิปัญญาต่อไป

3.1.8 ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้กับกลุ่มภายนอก จากการศึกษาพบว่าในการแสวงหาความรู้ ส่วนราชการต่างๆจะสนับสนุนในเรื่องของการจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้เพิ่มเติมที่กลุ่มจำเป็นต้องใช้และพาไปศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้กับกลุ่มภายนอก เพื่อกลุ่มได้กลับมาระดมความคิดเห็นในการนำความรู้ที่เหมาะสมมาปรับประยุกต์ใช้กับกลุ่มของตน ในการแลกเปลี่ยนความรู้ส่วนราชการได้ช่วยสนับสนุนให้กลุ่มเป็นแหล่งเรียนรู้เปิดโอกาสให้มีบุคคลเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในประเด็นต่างๆ

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จกับการจัดการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ทราบระดับความสำคัญของเงื่อนไขด้านต่างๆเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและวางแผนการจัดการความรู้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.2.2 ควรนำรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวมาทดลองใช้จริงในพื้นที่ชุมชนในลักษณะการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กนกพร ฉิมพลี. (2555). *รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา* ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม ไม่ได้ตีพิมพ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, นครราชสีมา
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2552). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น* กลุ่มงานภูมิปัญญาท้องถิ่น สำนักพัฒนาเกษตรกร. กรมส่งเสริมการเกษตร (หนังสือ e-book)
- กฤตฉัตร บุญชัยเจริญ (2548). *การออกแบบระบบสารสนเทศแหล่งเรียนรู้และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับสถานศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต,ภูเก็ต.
- กัลยานี ปฎิมาพรเทพ. (2541). *แนวทางส่งเสริมภูมิปัญญาไทยในการจัดการศึกษา* สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรื / สถาบันแห่งชาติว่าด้วยภูมิปัญญา และการศึกษาไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์พิมพ์ดี.
- กิตติศักดิ์ ชุมทอง (2551) " *การจัดการความรู้ระดับครัวเรือนของผู้ประกอบอาชีพหัตถกรรมพื้นบ้าน* กรณีศึกษา: องค์กรชุมชนจักสานผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่บ้านเจ้าหล่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,กรุงเทพฯ.
- เกษม วัฒนชัย. (2544). *นโยบายการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ*
Thailand Education, 2(11): 39-50.
- คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2545). *รายงานการวิจัยเรื่องแนวทาง การส่งเสริมภูมิปัญญาไทยในการจัดการศึกษา* กรุงเทพฯ: สำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- จรินทร์ อาสาทรงธรรม. (2548). "การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ในมุมมองนักบริหารรุ่นใหม่" *นักบริหาร*. 25 ,1 (มกราคม-มีนาคม)
- จารุวรรณ ธรรมวัตร. (2538). "วิเคราะห์ภูมิปัญญาอีสาน" *มหาสารคาม: โรงพิมพ์สิริธรรมออฟเซ็ท*
- จ้านง พรายเข้มแข. (2535). "เทคนิคการวัดและประเมินผลการเรียนรู้กับการสอนซ่อมเสริม(ตามกระบวนการทางวิทยาศาสตร์)" *กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช*
- ชลภัศร์ วงษ์ประเสริฐ. (2551). "การสังเคราะห์นิยามและแนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทย" *วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ* .พิมพ์ครั้งที่1
- ดวงฤทัย อรรถแสง. (2552). *กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ* วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น,ขอนแก่น.

- ชิตพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์. (2548). “ การประยุกต์นิเทศศาสตร์ด้านการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนา”
หน่วยที่ 2 ใน ประมวลสาระชุดวิชาการประยุกต์นิเทศศาสตร์เพื่อการพัฒนา เล่มที่ 1
นนทบุรี สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ธีรรัตน์ มหาทรัพย์.(2551). การจัดการความรู้ของหน่วยงานบริหารกรมอนามัย กระทรวง
สาธารณสุข วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์ รัฐศาสตร์,
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- น้ำทิพย์ วิภาวิน และ นางเยาว์ เปรมกมลเนตร. (2551). *นวัตกรรมห้องสมุดและการจัดการความรู้*.
กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญดี บุญญากิจ และคณะ. (2547). *การจัดการความรู้ จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ* กรุงเทพฯ : สถาบัน
เพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์.(2535). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
และทำปกเจริญผล.
- บุรชัย สิริมหาสาคร (2548) " การจัดการความรู้สู่องค์กรอัจฉริยะ" นักบริหาร. 25 ,4 (ตุลาคม
ธันวาคม)
- ประเวศ ะสี. (2530). “การสร้างสรรค้ภูมิปัญญาไทยเพื่อการพัฒนา” *วารสารชุมชนพัฒนา* 1(5).
_____. (2536). "การศึกษาชาติกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท"
กรุงเทพมหานคร: อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ปัญญา เมืองรีน. (2552). "การศึกษากระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศึกษากรณี
เครือข่ายศูนย์กิจกรรมธรรมชาติ จังหวัดระยอง" การค้นคว้าอิสระ ไม่ได้ตีพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- ปิยานุช ช่างเหล็ก และ กฤษ จรินโท. (2555). “การศึกษาผลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อการจัดการ
ความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของร้านอาหารในจังหวัดชลบุรี”
(วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยบูรพา,
ชลบุรี.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. (2546). กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คพับลิเคชั่น
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). *การจัดการความรู้ : พื้นฐานและการประยุกต์ใช้* กรุงเทพฯ :
เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- พะยอม วงศ์สารศรี.(2534).”องค์การและการจัดการ” (พิมพ์ครั้งที่3).กรุงเทพฯ:สุภากรพิมพ์.

- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.(2542). “ของดีเมืองโคราช” นครราชสีมา (พิมพ์ครั้งที่ 2)
 ยุพาพร จานประดับ.(2544). ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการศึกษาระดับประถมศึกษา
 สังกัดกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- รัตนะ บัวสนธิ.(2535). การศึกษาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนเพื่อการถ่ายทอดภูมิปัญญา
 ท้องถิ่น: กรณีศึกษาชุมชนแห่งหนึ่งในเขตภาคกลางตอนล่าง.กรุงเทพมหานคร:
 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ประสานมิตร.
- ศิริภรณ์ กุลจิตติวิรัช.(2555). การจัดการความรู้การทอผ้าอ้อมครามบ้านโนนสะอาด ตำบลนางัว
 อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม (วิทยานิพนธ์ปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้
 ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, กรุงเทพฯ,
- ศิรินทิพย์ ชิตพิงศ์วัฒน์.(2552). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการจัด
 การศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบุรี เขต
 2 เพชรบุรี (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) สาขาวิชาการบริหาร
 การศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี,เพชรบุรี.
- ศุภกนิษฐ์ พลไพรินทร์.(2540). เทคนิคการประมวลผล. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แพรวพิทยา
 สมร เจนจิจะ.(2548). เอกสารประกอบการสอน ภาควิชามัธยมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,เชียงใหม่.
- สมจิต พรหมเทพ.(2543). รายงานการวิจัยการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านของประชาชนชนบท เชียงใหม่
 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ไม่ได้ตีพิมพ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่,เชียงใหม่.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.(2542). "พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพุทธศักราช
 2542"กรุงเทพมหานคร:บริษัทพริกหวานกราฟฟิคจำกัด
- สำนักงานคณะกรรมการการวัฒนธรรมแห่งชาติ.(2533). "รายงานการสัมมนาเชิงวิชาการเรื่อง
 ภูมิปัญญาชาวบ้าน" กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภา
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.(2534).”ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการดำเนินงานด้าน
 วัฒนธรรมและการพัฒนาชนบท”กรุงเทพมหานคร: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป.
- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ. (2553). “สารานุกรมภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย ภูมิปัญญา
 ข้าวไทย” แหล่งที่มา http://app1.bedo.or.th/rice/GeneralInfo.aspx?id=3_22 กันยายน
 2557.
- สุพิชญา รักษ์ทอง.(2554). การจัดการความรู้ของพนักงาน บริษัท ศรีสุพรรณฟาร์ม จำกัด
 จังหวัดสุราษฎร์ธานี สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ไม่ได้ตีพิมพ์

- สุวรรณ เจริญเสาวภาคย์, จิรประภา อัครบวร และจุฑามาศ แก้วพิจิตร.(2548). *การจัดการความรู้"*
กรุงเทพมหานคร: กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบ
ราชการ
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). "ฐานคิด จากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน". กรุงเทพมหานคร:เจริญวิทย์
การพิมพ์
- วันทนา เมื่อจันทร์. (2549). "การจัดการความรู้ นานาสาระ"เอกสารประกอบการประชุมปฏิบัติการ
ความรู้การบริหารสถานศึกษา เพื่อการปฏิบัติการความรู้ สถาบันส่งเสริมการจัดการ
ความรู้เพื่อสังคม.เอกสารอัดสำเนา
- อภิชาติ ใจอารีย์. (2557). "รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ของชุมชน
บ้านพุเตย จังหวัดกาญจนบุรี"วารสารการเมืองการปกครอง, ปีที่ 4, ฉบับที่ 2, มีนาคม -
สิงหาคม 2014, หน้า 241-258
- อัจฉรา ภาณุรัตน์. (2549). "เอกสารคำสอนรายวิชาท้องถิ่นศึกษา" สุรินทร์ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
ราชภัฏสุรินทร์
- อังกูต สมคณย์.(2535). *สภาพและปัญหาการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้พัฒนาหลักสูตร โรงเรียน
ประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดอุบลราชธานี*
กรุงเทพมหานคร: (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ไม่ได้ตีพิมพ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
กรุงเทพฯ.
- อุมพร กาญจนตลอด.(2550). *บทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนวิสาหกิจ
ชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทไม่ได้ตีพิมพ์)*
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์,
- เอกวิทย์ ณ ถลาง. (2540). "ภูมิปัญญาชาวบ้านสี่ภูมิภาค: วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของ
ชาวบ้านไทย" นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Bass,B.M.,and Avolio,B.J. *Improving Organizational Effectiveness through Transformational
Leadership*. Newbury Park,CA:Sage,1994
- Daft, R. L. (2002). *The leadership experience*. 2nd ed. Orlando, FL : Hartcourt College Publishers

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์



เลขที่แบบสัมภาษณ์ □□□

แบบสัมภาษณ์สำหรับการวิจัย

เรื่อง การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของวิสาหกิจชุมชน

ในจังหวัดนครราชสีมา

โดย: นางสาวอุทัยรัตน์ สงฆ์สระน้อย รหัส 2569001205

คำชี้แจง :

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการจัดการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช คำตอบในแบบสัมภาษณ์นี้จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน กรุณาตอบคำถามทุกข้อ ตามความเป็นจริงและตามความคิดเห็นของท่าน

2. เลขที่แบบสัมภาษณ์มีไว้เพื่อการติดตามแบบสัมภาษณ์เท่านั้น

3. แบบสัมภาษณ์การวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 การปฏิบัติกิจกรรมในกระบวนการจัดการความรู้

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

4. ผู้สัมภาษณ์อ่านคำถามให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ฟัง แล้วผู้สัมภาษณ์ทำเครื่องหมายถูกในวงเล็บ

(✓) หน้าข้อความที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถาม และ/หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง (.....) ของแต่ละคำถามเพื่อให้ได้ความหมายที่สมบูรณ์

.....

ตอนที่ 2 การปฏิบัติกิจกรรมในกระบวนการจัดการความรู้

คำชี้แจง พึงข้อความต่อไปนี้และพิจารณาว่าข้อความใดที่ท่านปฏิบัติตามกระบวนการจัดการความรู้ โดย [ให้เติมเครื่องหมาย ✓ ในตารางตามความเป็นจริง]

ประเด็นคำถาม	ปฏิบัติ	ไม่ปฏิบัติ
1.ในการกำหนดความรู้ว่ากลุ่มต้องการผลิตเส้นหมี่โคราช เกิดจากวัตถุประสงค์ในข้อใด		
1.1 ความต้องการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์		
1.2 ความต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ		
1.3 ความต้องการมีรายได้เพิ่ม		
1.4 ผู้นำกลุ่มเป็นผู้ผลักดัน		
1.5 ได้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ		
2.ท่านมีการแสวงหาความรู้เพื่อนำมาใช้ในการผลิตเส้นหมี่โคราชอย่างไร		
2.1 ศึกษาดูงาน		
2.2 เข้ารับการฝึกอบรมสัมมนา		
2.3 จัดจํารูปแบบผลิตภัณฑ์จากภายนอกกลุ่มมาทดลองผลิต		
2.4 นำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมมาพัฒนา		
2.5 เรียนรู้จากประสบการณ์ของสมาชิก		
2.6 ศึกษาจากเอกสารและสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ Internet นิตยสาร		
3.เมื่อได้รับความรู้มาท่านมีการแลกเปลี่ยนความรู้กับบุคคลอื่นๆด้วยวิธีใดบ้าง		
3.1 ผ่านการทำกิจกรรมกลุ่ม		
3.2 ผ่านการประชุมกลุ่ม		
3.3 ผ่านการศึกษาดูงานระหว่างกลุ่ม		
3.4 จัดทำเอกสารความรู้สำหรับแลกเปลี่ยน		

ประเด็นคำถาม	ปฏิบัติ	ไม่ปฏิบัติ
4. ท่านมีการจัดเก็บความรู้เรื่องการผลิตเส้นไหมโคราชอย่างไร		
4.1 เก็บไว้ในตัวบุคคล(จดจำ)		
4.2 บันทึกในสมุดส่วนตัว		
4.3 บันทึกเป็นเอกสารของกลุ่ม		
4.4 บันทึกภาพกระบวนการผลิต / จัดบอร์ด		
4.5 เก็บข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์		
5. ท่านมีการถ่ายทอดความรู้เรื่องการผลิตเส้นไหมโคราชอย่างไรบ้าง		
5.1 ถ่ายทอดความรู้ให้กับลูกหลานหรือบุคคลในครัวเรือนด้วยวิธีการบอกเล่า สานิต และฝึกปฏิบัติ		
5.2 ถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกในกลุ่มโดยวิธีการสานิตและฝึกปฏิบัติ		
5.3 เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้ลูกหลานในชุมชนผ่านโรงเรียนด้วยวิธีการสานิต		
5.4 เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลภายนอกกลุ่ม ผ่านการจัดฝึกอบรมที่หน่วยงานภาครัฐสนับสนุน		
5.5 ถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงานที่กลุ่มโดยวิธีการสานิตขั้นตอนการผลิตอย่างละเอียด		
5.6 จัดทำคู่มือ , แผ่นพับ ให้กับผู้ที่สนใจ		
6. ท่านได้นำความรู้เรื่องการผลิตเส้นไหมโคราชมาประยุกต์ใช้ในเรื่องใด		
6.1 นำความรู้มาใช้ในการผลิตสินค้าของกลุ่ม		
6.2 นำความรู้มาพัฒนาด้านการผลิต และ ผลิตภัณฑ์		
6.3 นำความรู้มาเผยแพร่บอกต่อ		

ตอนที่ 3 เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

3.1 ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้

คำชี้แจง พิจารณาข้อความต่อไปนี้และพิจารณาว่าข้อความใดถูกต้องเกี่ยวกับการจัดการความรู้ โดยตอบว่า ถูก หรือ ผิด โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ ในตารางตามความคิดเห็น (ถูก/ ผิด)

ข้อ	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการความรู้	ความรู้ความเข้าใจ	
		ถูก	ผิด
1	การจัดการความรู้หมายถึง กระบวนการในการนำเอาความรู้ที่กลุ่มต้องใช้ในการผลิตมารวบรวมให้เป็นระบบและจัดเก็บ เพื่อถ่ายทอดให้กับผู้ต้องการเรียนรู้		
2	การจัดการความรู้ เป็นการจัดการด้านการทำบัญชี และการตลาด		
3	การจัดการความรู้ช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น		
4	การจัดการความรู้เป็นเรื่องของผู้นำกลุ่ม		
5	สมาชิกต้องร่วมกันตัดสินใจเลือกระบบผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เป็นการกำหนดความรู้		
6	การแสวงหาความรู้ จะต้องเป็นความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมเท่านั้น		
7	การแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นการนำความรู้ที่แต่ละคนมี มาพูดคุยแลกเปลี่ยนกัน		
8	การจัดเก็บความรู้ สามารถจัดเก็บไว้ในตัวบุคคลโดยวิธีการจดจำ		
9	ความรู้ที่ได้รับรู้มา ต้องเก็บไว้เป็นความลับเฉพาะกลุ่ม		
10	ความรู้ที่มีหรือ ได้รับรู้มาต้องมีการแลกเปลี่ยน หรือถ่ายทอด		
11	การถ่ายทอดความรู้ทำได้หลายวิธี เช่น บอกเล่า สาทิต ทำเอกสารแจก		
12	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็น กระบวนการจัดการความรู้		

3.2 เงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

คำชี้แจง จงใส่ระดับความคิดเห็นของท่านว่าเงื่อนไขแต่ละด้านดังต่อไปนี้เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านในระดับใด

เงื่อนไขที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2. ด้านวัฒนธรรมองค์กร					
2.1 วัฒนธรรมแบบครอบครัว					
2.1.1 การให้ความร่วมมือและทำงานเป็นทีม					
2.1.2 ความเอื้ออาทร ช่วยเหลือกัน					
2.1.3 ความไว้วางใจ					
2.2 วัฒนธรรมแบบราชการ					
2.2.1 การยึดถือกฎระเบียบ					
2.2.2 การใช้เหตุผล					
2.2.3 การเชื่อฟังผู้นำ					
2.3 วัฒนธรรมแบบปรับตัว					
2.3.1 การคิดสร้างสรรค์					
2.3.2 การทดลองทำสิ่งใหม่					
2.3.3 การให้อิสระทางความคิดเห็น					
2.4 วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ					
2.2.1 การให้รางวัล					
2.2.2 ความขยัน					
2.2.3 มุ่งเน้นความสมบูรณ์					

เงื่อนไขที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3. ด้านภาวะผู้นำ					
3.1 การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ โดยมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอย่างชัดเจน และการประพฤติตัวอย่างเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านความรับผิดชอบและการทำงานอย่างเป็นระบบแบบแผน					
3.2 การสร้างแรงบันดาลใจ โดยการผลักดันให้มีการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น					
3.3 การกระตุ้นทางปัญญา โดยการเปิดโอกาสให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรม และการพาสมาชิกไปศึกษาดูงานตามสถานที่ต่าง ๆ ตลอดจนผลักดันให้สมาชิกช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างอิสระ					
3.4 การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล การให้ความสนใจดูแลสมาชิกกลุ่มอย่างใกล้ชิด เป็นที่ปรึกษาที่ดีให้กับสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในเรื่องส่วนตัวและเรื่องการผลิต					

เงื่อนไขที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4. โครงสร้างพื้นฐาน					
4.1 อาคารสถานที่					
4.2 ระบบไฟฟ้า ประปา					
4.3 การคมนาคมที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก					
4.4 การกำหนดโครงสร้างของกลุ่มไว้ชัดเจน					
4.5 การประสานงานภายในกลุ่ม					
4.6 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน					
5. เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการจัดการความรู้					
5.1 โทรศัพท์มือถือ					
5.2 กล้องถ่ายรูป					
5.3 เครื่องอัดวีดิโอ					
5.4 คอมพิวเตอร์					

เรื่อง การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
ในจังหวัดนครราชสีมา

โดย: นางสาวอุทัยรัตน์ สงฆ์สระน้อย รหัส 2569001205

แบบคำถามสำหรับการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 บริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นหมีโคราช

ตอนที่ 3 การจัดการความรู้ของกลุ่ม

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นถึงเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

ตอนที่ 1 บริบทกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

- 1.1 ข้อมูลทั่วไป ชื่อกลุ่ม ที่ตั้ง ปีที่ก่อตั้ง จำนวนสมาชิก
- 1.2 ประวัติความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม
- 1.3 โครงสร้างกลุ่ม
- 1.4 กฎระเบียบและข้อปฏิบัติของกลุ่ม
- 1.5 การบริหารจัดการของกลุ่ม
 - 1.5.1 ด้านการผลิต ได้แก่ สินค้าที่ผลิต ผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลักษณะการผลิต กำลังการผลิต
 - 1.5.2 ด้านการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาด
 - 1.5.3 การเงิน แหล่งเงินทุน เงินทุนหมุนเวียน การถือหุ้น กองทุน รายรับ-รายจ่าย

ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นหมีโคราช

- 2.1 ที่มาของภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 2.2 การพัฒนาความรู้หรือการต่อยอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 2.3 การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 ขั้นตอนการผลิต
- 2.4 การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นในอนาคต

ตอนที่ 3 กระบวนการจัดการความรู้ของกลุ่ม

3.1. การกำหนดความรู้ ระบุความรู้ของกลุ่มเพื่อหาว่ามีความรู้อะไรบ้าง ในรูปแบบใด อยู่ที่ใคร และมีความรู้อะไรบ้างที่กลุ่มจำเป็นต้องมี

3.2 การแสวงหาความรู้ มีการเรียนรู้จากที่ไหนบ้าง

3.3 การแลกเปลี่ยนความรู้ ลักษณะการแลกเปลี่ยนความรู้ของกลุ่มเป็นอย่างไร

3.4 การจัดเก็บความรู้ กลุ่มมีการจัดเก็บความรู้ในรูปแบบใดบ้าง

3.5 การถ่ายทอดความรู้ ลักษณะการถ่ายทอดความรู้ของกลุ่มเป็นอย่างไร ผู้ถ่ายทอดคือใคร ผู้รับการถ่ายทอดคือใคร มีวิธีการถ่ายทอดเช่นไร

3.6 การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ สมาชิกกลุ่มมีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในเรื่องใดบ้าง เช่นนำไปปฏิบัติ หรือนำไปประยุกต์เพื่อการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นถึงเงื่อนไขที่เอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้

4.1 กลุ่มมีความคิดเห็นว่า เงื่อนไขด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเอื้อต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ในระดับใด



ภาคผนวก ข
ตารางแสดงรายละเอียดเพิ่มเติม



ตารางที่ 1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

n = 69

ข้อ	ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดการความรู้	เฉลย	ความรู้ความเข้าใจผู้ตอบถูก							
			กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรทำเส้น หมี่บ้านน้ำจ่า		กลุ่มเล่นหมี่กระ โทกป่าเจียว		ข้าวเกรียบ สมุนไพรบ้านท่า แดง		รวม	
			จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.	การจัดการความรู้หมายถึง กระบวนการในการนำเอาความรู้ที่กลุ่มต้องใช้ในการผลิต มารวบรวมให้เป็นระบบและจัดเก็บ เพื่อถ่ายทอดให้กับผู้ต้องการเรียนรู้	ถูก	14	45.2	8	36.4	10	62.5	32	46.4
2.	การจัดการความรู้ เป็นการจัดการด้านการทำบัญชี และ การตลาด	ผิด	7	22.6	5	22.7	3	18.8	15	21.7
3.	การจัดการความรู้ช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น	ถูก	15	48.4	10	45.5	9	56.3	34	49.3
4.	การจัดการความรู้เป็นเรื่องของผู้นำกลุ่ม	ผิด	18	58.1	13	59.1	9	56.3	40	58.0
5.	สมาชิกต้องร่วมกันตัดสินใจเลือกกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เป็นการกำหนดความรู้	ถูก	13	41.9	12	54.5	9	56.3	34	49.3
6.	การแสวงหาความรู้ จะต้องเป็นความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมเท่านั้น	ผิด	11	35.5	8	36.4	5	31.3	24	34.8
7.	การแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นการนำความรู้ที่แต่ละคนมี มาพูดคุยแลกเปลี่ยนกัน	ถูก	25	80.6	17	77.3	12	75.0	54	78.3
8.	การจัดเก็บความรู้ สามารถจัดเก็บไว้ในตัวบุคคลโดยวิธีการจดจำ	ถูก	10	32.3	6	27.3	4	25.0	20	29.0
9.	ความรู้ที่ได้รับรู้มา ต้องเก็บไว้เป็นความลับเฉพาะกลุ่ม	ผิด	15	48.4	11	50.0	7	43.8	33	47.8
10.	ความรู้ที่มีหรือได้รับรู้มาต้องมีการแลกเปลี่ยน หรือถ่ายทอด	ถูก	21	67.7	14	63.6	12	75.0	47	68.1
11.	การถ่ายทอดความรู้ทำได้หลายวิธี เช่น บอกเล่า สาธิต ทำเอกสารแจก	ถูก	25	80.6	17	77.3	11	68.8	53	76.8
12.	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็น กระบวนการจัดการความรู้	ถูก	12	38.7	8	36.4	8	50.0	28	40.6

ตารางที่ 2 แสดงระดับความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้

n = 69

ข้อ	ปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ระดับความคิดเห็น										ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย	
		5	ร้อยละ	4	ร้อยละ	3	ร้อยละ	2	ร้อยละ	1	ร้อยละ				
2	วัฒนธรรมองค์กร														
2.1	วัฒนธรรมครอบครัว														
	- การให้ความร่วมมือ,การทำงานเป็นทีม	34	49.3	23	33.3	12	17.4	0	0.0	0	0.0	4.32	0.757	มากที่สุด	
	- ความเอื้ออาทร,การช่วยเหลือกัน	31	44.9	25	36.2	11	15.9	2	2.9	0	0.0	4.23	0.825	มากที่สุด	
	- ความไว้วางใจ	10	14.5	20	29.0	35	50.7	4	5.8	0	0.0	3.52	0.815	มาก	
2.2	วัฒนธรรมแบบราชการ														
	- การยึดถือกฎระเบียบ	7	10.1	12	17.4	27	39.1	12	17.4	11	15.9	2.88	1.182	ปานกลาง	
	- การใช้เหตุผล	0	0.0	4	5.8	44	63.8	10	14.5	11	15.9	2.59	0.828	น้อย	
	- การเชื่อฟังผู้นำ	5	7.2	23	33.3	22	31.9	15	21.7	4	5.8	3.14	1.033	ปานกลาง	
2.3	วัฒนธรรมแบบปรับตัว														
	- การคิดสร้างสรรค์	8	11.6	20	29.0	23	33.3	8	11.6	10	14.5	3.12	1.207	ปานกลาง	
	- การทดลองทำสิ่งใหม่	20	29.0	20	29.0	16	23.2	8	11.6	5	7.2	3.61	1.227	มาก	
	- การให้อิสระทางความคิดเห็น	0	0.0	7	12.0	6	8.7	16	23.2	40	58.0	1.71	1.001	น้อยที่สุด	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

n = 69

ข้อ	ปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ระดับความคิดเห็น										ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย	
		5	ร้อยละ	4	ร้อยละ	3	ร้อยละ	2	ร้อยละ	1	ร้อยละ				
2.4	วัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ														
	- การให้รางวัล	1	1.4	3	4.3	6	8.7	20	29.0	39	56.5	1.65	0.921	น้อยที่สุด	
	- ความขยัน	0	0.0	6	8.7	18	26.1	18	26.1	27	39.1	2.04	1.006	น้อย	
	- มุ่งเน้นความสมบูรณ์	1	1.4	10	14.5	29	42.0	26	37.7	3	4.3	2.71	0.824	ปานกลาง	
3	ด้านภาวะผู้นำ											3.3			
3.1	การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ โดยมี วิสัยทัศน์ในการพัฒนาอย่างชัดเจน และมี การประพฤติตัวอย่างเป็นแบบอย่างที่ดีใน ด้านความรับผิดชอบและการทำงานอย่าง เป็นระบบแบบแผน	2	2.9	5	7.2	17	24.6	30	43.5	15	21.7	2.26	0.980	น้อย	
3.2	การสร้างแรงบันดาลใจ โดยการผลักดันให้มี การสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น	12	17.4	19	27.5	19	27.5	19	27.5	0	0.0	3.35	1.069	ปานกลาง	

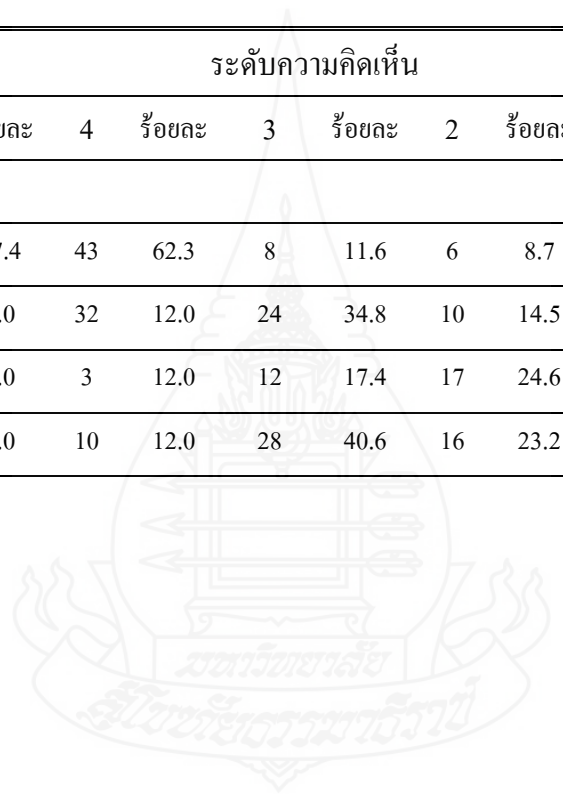
ตารางที่ 2 (ต่อ)

n = 69

ข้อ	ปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ระดับความคิดเห็น										ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
		5	ร้อยละ	4	ร้อยละ	3	ร้อยละ	2	ร้อยละ	1	ร้อยละ			
ด้านภาวะผู้นำ (ต่อ)														
3.3	การกระตุ้นทางปัญญา โดยการเปิดโอกาสให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดกิจกรรม และการพาสมาชิกไปศึกษาดูงานตามสถานที่ต่าง ๆ ตลอดจนผลักดันให้สมาชิกช่วยกันแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างอิสระ	32	46.4	17	12.0	14	20.3	4	5.8	2	2.9	4.06	1.083	มาก
4 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน														
4.1	อาคารสถานที่	8	11.6	22	31.9	30	43.5	8	11.6	1	1.4	3.41	0.896	ปานกลาง
4.2	ระบบไฟฟ้า ประปา	2	2.9	5	12.0	16	23.2	22	31.9	24	34.8	2.12	1.065	น้อย
4.3	การคมนาคมที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก	1	1.4	8	12.0	23	33.3	33	47.8	4	5.8	2.55	0.832	น้อย
4.4	การกำหนดโครงสร้างของกลุ่มไว้ชัดเจน	10	14.5	15	12.0	28	40.6	12	17.4	4	5.8	3.22	1.083	ปานกลาง
4.5	การประสานงานภายในกลุ่ม	18	26.1	31	12.0	12	17.4	5	7.2	3	4.3	3.81	1.047	มาก
4.6	การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	32	46.4	15	21.7	13	18.8	9	13.0	0	0.0	4.01	1.091	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อ	ปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้	ระดับความคิดเห็น										ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย	
		5	ร้อยละ	4	ร้อยละ	3	ร้อยละ	2	ร้อยละ	1	ร้อยละ				
5	ด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ														
5.1	โทรศัพท์	12	17.4	43	62.3	8	11.6	6	8.7	0	0.0	3.88	0.796	มาก	
5.2	กล้องถ่ายรูป	0	0.0	32	12.0	24	34.8	10	14.5	3	4.3	3.23	0.860	ปานกลาง	
5.3	เครื่องอัดวิดีโอ	0	0.0	3	12.0	12	17.4	17	24.6	37	53.6	1.72	0.906	น้อยที่สุด	
5.4	คอมพิวเตอร์	0	0.0	10	12.0	28	40.6	16	23.2	15	21.7	2.48	0.994	น้อย	



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวฤทัยรัตน์ สงฆ์สระน้อย
วัน เดือน ปีเกิด	29 กรกฎาคม 2517
สถานที่เกิด	อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร) มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปี 2539
สถานที่ทำงาน	สำนักงานเกษตรห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
ตำแหน่ง	นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ

