



กระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น
และแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม :
กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

CREATIVE INNOVATION PROCESS BY LOCAL WISDOM-BASED LEARNING SUPPORT
TO CREATE INNOVATION: CASE STUDY OF AN OTOP OCCUPATION GROUP

ทวิชากร ชุนภักดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

กระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น
และแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม :
กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)



ปฏิญานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์
สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

CREATIVE INNOVATION PROCESS BY LOCAL WISDOM-BASED LEARNING SUPPORT
TO CREATE INNOVATION:CASE STUDY OF AN OTOP OCCUPATION GROUP



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF SCIENCE
(Applied Behavioral Science Research)
BEHAVIORAL SCIENCE RESEARCH INSTITUTE, Srinakharinwirot University
2021
Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

กระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น
และแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม :
กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ของ

ทวิชากร ชุนภักดี

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐาสุภกร จันประเสริฐ)

..... ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรากร ทรัพย์วิระปกรณ์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชญานี พูนพล)

ชื่อเรื่อง	กระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น และแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
ผู้วิจัย	ทวิชากร ชุนภักดี
ปริญญา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวิภากร จันประเสริฐ

การศึกษาครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) 2) ทำความเข้าใจเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้องภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) และ 3) ค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) โดยกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP จำนวน 4 กลุ่ม ซึ่งใช้การวิจัยเชิงคุณภาพแบบการศึกษากรณี เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และทำการวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1. กระบวนการสร้างนวัตกรรมของกลุ่มอาชีพแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 จุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์ ช่วงที่ 2 การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า และช่วงที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเข้าร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้(KBO) 2.เงื่อนไขที่เกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า 1)เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย 1.1)การได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ 1.2) การมีต้นทุนทางวัตถุดิบในการสร้างผลิตภัณฑ์ในชุมชน 1.3) การมีต้นทุนด้านทักษะอุตสาหกรรมและหัตถกรรม 1.4) การมีแหล่งเรียนรู้ในชุมชน 1.5) การได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญภายนอก และ 2) เงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อการสร้างนวัตกรรมประกอบด้วย 2.1) ความรู้ที่ได้รับจากการเรียนที่เกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์ 2.2) ความรู้และประสบการณ์จากการเรียนรู้ในการทำงานที่ส่งเสริมในการสร้างผลิตภัณฑ์ 2.3)การมีทักษะเชิงช่างในการประดิษฐ์อุปกรณ์ และ 2.4) การเข้าอกเข้าใจอย่างรู้ถึงการใช้นวัตกรรมและผลิตภัณฑ์3. แนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม ประกอบด้วย การส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยพบแนวทางในการส่งเสริม ประกอบด้วย 3.1 การสนับสนุนด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 3.2) การส่งเสริมความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด 3.3) การส่งเสริมการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ 3.4) การส่งเสริมในการใช้พื้นที่ท้องถิ่นสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 3.5) การส่งเสริมเพื่อเข้าแข่งขันระดับประเทศ 3.6) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ OTOP จดสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร จากข้อค้นพบจากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นได้

คำสำคัญ : ภูมิปัญญาท้องถิ่น , การสร้างนวัตกรรม ,กระบวนการสร้างนวัตกรรม

Title	CREATIVE INNOVATION PROCESS BY LOCAL WISDOM-BASED LEARNING SUPPORT TO CREATE INNOVATION:CASE STUDY OF AN OTOP OCCUPATION GROUP
Author	THAWICHAKON KHUNPAKDEE
Degree	MASTER OF SCIENCE
Academic Year	2021
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Thasuk Junprasert

This study is qualitative research and has the following aims: (1) to understand the process of creating innovation using the local wisdom of a One Tambon One Product Occupational (OTOP) group; (2) to understand the social and cultural factors, and the personal characteristics related to creating innovation by using the local wisdom of OTOP groups; and (3) finding ways to promote learning to create innovation based on local wisdom for OTOP groups. The key informants in this research were the lead members of OTOP occupational groups in four provinces by using the case study method and data collection by in-depth interviews. The results of the research revealed the following: (1) the innovation creation process of professional groups was divided into three phases: phase one, the beginning of product creation, phase two, product modification to add value, and phase three, product development and participation in the Knowledge Based OTOP Network (KBO), Project Two. The conditions related to the process of creating innovation using local wisdom revealed the following: (1) the social and cultural conditions consisted of: (1.1) receiving wisdom from ancestors; (1.2) the cost of raw materials to produce products in the community; (1.3) the cost of industrial skills and handicrafts; (1.4) the presence of learning resources in the community; and (1.5) knowledge from external experts; and (2) the conditions of personal characteristics affecting innovation were as follows: (2.1) the knowledge gained from learning about product creation; (2.2) knowledge and experience from work and learning that promoted product creation; (2.3) technical skills in equipment fabrication; and (2.4) understanding the use of goods and products. This approach to promoting learning for innovation development included the following: (1) promoting the transfer of local wisdom; (2) approaches to promote learning through government agency support. The findings on the learning promotion guidelines were as follows: (1) product knowledge support; (2) product development and marketing knowledge promotion; (3) product story creation; (4) promotion of using local plants to create products and as a geographical indicator; (5) promotion to compete at the national level; and (6) encouraging entrepreneurs to apply for patents and petty patents. The key findings from this research can be applied to development guidelines for the actions of stakeholders to create innovations based on local wisdom.

Keyword : Local wisdom, Innovation creation, Innovation creation process

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ เรื่อง กระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น และแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) เล่มนี้เกิดขึ้นและสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐาศุภร์ จันประเสริฐ ที่กรุณาได้รับเป็นที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ที่เป็นดั่งทักขิณทิสหรือทิศเบื้องขวาที่พรั่งพร้อมด้วยพรหมวิหาร 4 เป็นครูบาอาจารย์ที่พร่ำสอนวิชา โดยมีทั้งเมตตา กรุณา มุทิตา อุเบกขาที่คอยชี้แนะแนวทางและให้ความช่วยเหลือทุก ๆ ด้าน และไม่ถือโทษโกรธเคืองที่บางครั้ง ผู้วิจัยดื้อและอาจสร้างความหนักใจให้ที่ปรึกษาในบางครั้ง

รวมถึงผู้วิจัยต้องขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรากร ทรัพย์วิระปกรณ์ ที่ให้เกียรติเป็นประธานสอบปากเปล่า และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบคุณคณะกรรมการสอบปากเปล่าทุกท่าน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชญานี พูลพล และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐาศุภร์ จันประเสริฐ ที่ได้ร่วมให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้วิจัยในการทำกรวิจัยครั้งนี้ให้มีความสมบูรณ์

และขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านในสถาบันวิจัยพฤกษศาสตร์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ชี้แนะ อบรมสั่งสอน ในหลักวิชาความรู้ รวมไปถึงคุณธรรมจริยธรรม และการดำเนินชีวิต ให้แก่นักวิจัยมือใหม่คนนี้เป็นนักวิจัยที่มีจรรยาบรรณที่ดี ใช้องค์ความรู้ที่ได้ร่ำเรียนมาในการวิจัยเพื่อพัฒนาประโยชน์ต่อสังคมต่อไป และต้องขอขอบพระคุณบุคลากรเจ้าหน้าที่ของสถาบันวิจัยพฤกษศาสตร์ทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกแนะนำข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นต่อการทำวิจัยตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยศึกษาอยู่

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นิสิตปริญญาโท สาขาการวิจัยพฤกษศาสตร์ประยุกต์ ทุกคนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะนางสาวราชาวดี ชัยกันย์ และนายปวิณณ์ ภูธนพัฒน์เมธา ที่เป็นดั่งอุตตรทิส ทิศเบื้องซ้ายในทิศ 6 ที่คอยอยู่เคียงข้าง ให้ทั้งกำลังใจในช่วงที่เกิดความรู้สึกท้อ และคอยช่วยเหลือในการทำปริญญานิพนธ์

และบุคคลที่สำคัญที่สุด ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวที่อยู่ในทุกช่วงชีวิต คอยดูแลเอาใจใส่มอบความรักความอบอุ่น ข้อคิดและกำลังใจเสมอมา ในยามที่ท้อ หรือทุกข์ ให้สู้ต่อไปได้อย่างเข้มแข็ง อีกทั้งเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเป็นแรงบันดาลใจในการทำปริญญานิพนธ์เล่มนี้

สุดท้ายขาดไม่ได้คือขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่าน ทุกกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ที่ท่านได้เสียสละเวลาอันมีค่ามาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์และผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ไปสร้างประโยชน์ในอนาคตต่อไป

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าปริญญานิพนธ์เล่มนี้จะเป็นแนวทางในการที่ผู้สนใจ ทั้งกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) นักวิชาการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาคเอกชน สามารถนำไปใช้ประโยชน์จากงานวิจัยนี้ได้ตีพิมพ์ออกไป

สารบัญ

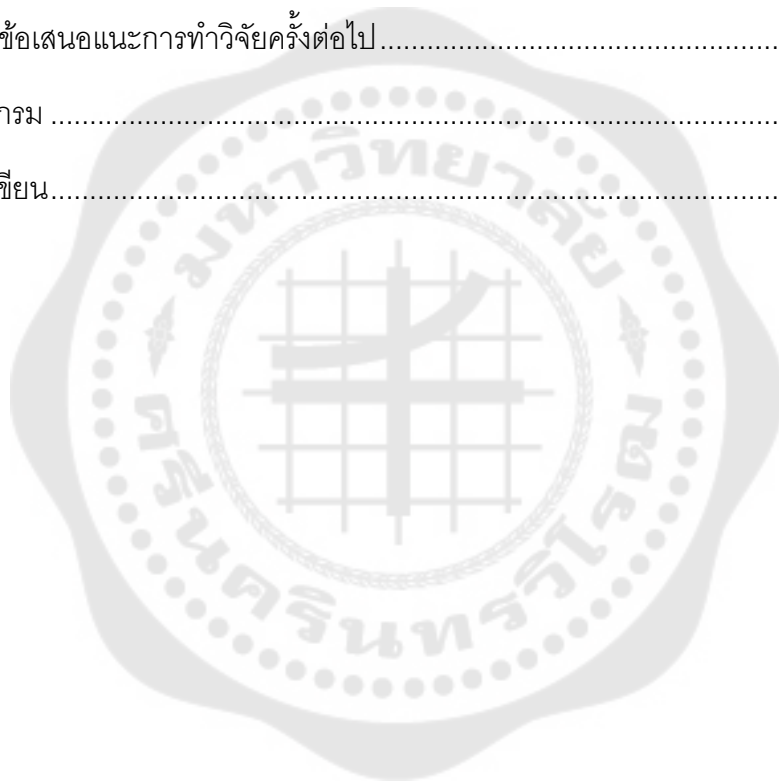
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย	5
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	6
ความสำคัญของการวิจัย.....	6
ความสำคัญด้านการสร้างองค์ความรู้เชิงวิชาการ.....	6
ความสำคัญด้านการสร้างแนวทางการปฏิบัติ	6
ความสำคัญด้านการสร้างแนวทางเพื่อการวิจัยในอนาคต.....	7
ขอบเขตการศึกษาวิจัยการครั้งนี้.....	7
ขอบเขตด้านวิธีวิทยาการวิจัย.....	7
ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	8
ขอบเขตของผู้ให้ข้อมูล	9
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
ส่วนที่ 1 ความเป็นมาของกลุ่มอาชีพ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)	11
1.1 แนวคิด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	12

1.2 การจัดประเภทผลิตภัณฑ์ (OTOP)	13
1.3 ฐานข้อมูลเครือข่ายองค์ความรู้ KBO (Knowledge-Based OTOP).....	16
1.4 การเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่เครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP: KBO)	17
ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม	19
2.1 ความหมายของนวัตกรรม	19
2.2 ประเภทของนวัตกรรม	21
2.3 กระบวนการสร้างนวัตกรรม	23
ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น	26
3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น	26
3.2 แนวคิดที่เกี่ยวกับกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญา	30
ส่วนที่ 4 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเรียนรู้	31
ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (social cognitive theory).....	32
ส่วนที่ 5 แนวคิดการเกี่ยวกับความรู้และจัดการความรู้	34
5.1 คำนิยามของความรู้	34
5.2 แนวคิดการจัดการความรู้	35
5.3 องค์ประกอบหลักของการจัดการความรู้	36
5.4 กระบวนการจัดการความรู้	37
ส่วนที่ 6 แนวคิดที่เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม	38
6.1 ลักษณะทางสังคม (Social Character).....	38
6.2 แนวคิดที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม	39
ส่วนที่ 7 วิธีการวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case study)	41
7.1 ความหมายและลักษณะของการศึกษาเฉพาะกรณี	41

7.2 รูปแบบการศึกษาเฉพาะกรณี.....	43
7.3 รูปแบบการทำวิจัย.....	44
7.4 วิธีการดำเนินการวิจัยแบบการศึกษาเฉพาะกรณี.....	45
ส่วนที่ 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
ส่วนที่ 9 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	50
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	53
1. พื้นที่วิจัยและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล.....	53
ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants).....	54
เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion Criteria).....	54
เกณฑ์การคัดออก (Exclusion Criteria).....	54
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
แนวคำถามในการสัมภาษณ์.....	55
อุปกรณ์ภาคสนาม.....	61
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
4. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
การถอดคำถามจากบทสัมภาษณ์.....	63
การให้รหัสข้อมูล.....	63
5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	64
6. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล.....	65
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
ส่วนที่ 1 บริบทพื้นที่และผู้ให้ข้อมูล.....	66
1.1 ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่หนึ่ง.....	67
1.1.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนสกุลช่างบายศรี จังหวัดราชบุรี.....	68

1.1.2	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย จังหวัดนครนายก	72
1.1.3	กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี.....	76
1.1.4	กลุ่มพฤษภษาพรรณวดี จังหวัดชลบุรี	80
1.2	ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 2 (ผู้ให้ข้อมูลรอง).....	83
ส่วนที่ 2	กระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น.....	86
ช่วงที่ 1	จุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์.....	86
ช่วงที่ 2	ช่วงการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อการเพิ่มมูลค่า.....	92
ช่วงที่ 3	ช่วงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเข้าร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ Knowledge-Based OTOP : KBO	98
ส่วนที่ 3	เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมและเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล	102
3.1	เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม.....	102
3.2	เงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล	110
ส่วนที่ 4	แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม	114
4.1	การส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น	115
4.2	การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	116
	แนวทางที่ 1 การสนับสนุนด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	117
	แนวทางที่ 2 การส่งเสริมความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด.....	117
	แนวทางที่ 3 การส่งเสริมการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์	118
	แนวทางที่ 4 การส่งเสริมในการใช้พื้นที่ท้องถิ่นสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์.....	119
	แนวทางที่ 5 การส่งเสริมเพื่อแข่งขันระดับประเทศ	120
	แนวทางที่ 6 การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ OTOP จดสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร.....	121
บทที่ 5	สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	123

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	124
1. กระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น	125
2. เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมและเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล	139
3. แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม	152
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	161
1. ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ	161
2. ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป	163
บรรณานุกรม	165
ประวัติผู้เขียน	171



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ตารางแนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก	56
ตาราง 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี	68
ตาราง 3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย.....	72
ตาราง 4 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง	76
ตาราง 5 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลของกลุ่มพฤษภรณ์วิดี จังหวัดชลบุรี	80
ตาราง 6 ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนและอาจารย์มหาวิทยาลัย	83



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โลกในปัจจุบันไม่อาจปฏิเสธถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ทุกวันในสังคม โดยปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงอันมีผลมาจากการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การมีช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย ตลอดจนการคมนาคม โลจิสติกส์ ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงจากยุคเดิม ไปสู่ยุคของเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว การปรับตัวจึงเป็นสิ่งที่องค์กรต่างๆ ไม่อาจปฏิเสธได้ การพยายามแข่งขันภายใต้เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลงส่งผลให้ “ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)” และ “นวัตกรรม (Innovation)” เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาเพื่อที่จะให้ทันต่อยุคและสมัย นอกจากนี้เพื่อการสร้างความแตกต่างในกระบวนการแข่งขันทางการค้า หรือให้บริการต่อผู้บริโภคที่มีความสะดวกรวดเร็ว สอดรับกับความต้องการที่ต้องแข่งขันกับเวลา ภายใต้เงื่อนไขของความพึงพอใจสูงสุดที่ผู้บริโภคสนใจ องค์กรที่จะอยู่รอดได้ในอนาคตภายใต้สภาพแวดล้อมของโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้นั้นจะต้องดึงศักยภาพของทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร เพื่อตอบโจทย์ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นวิธีการที่จำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้องค์กรมีประสิทธิภาพ ภายใต้เงื่อนไขที่ต้องทันต่อการเปลี่ยนแปลง (วีระวุฒิ วัจนะพุกกะ และ อาทิตยา อรุณศรีโสภณ, 2552)

นอกจากนี้ รัฐบาลได้พยายามปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจในทุกระดับชั้น เพื่อเตรียมตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น โดยได้กำหนดนโยบายภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ประกาศ เรื่อง ยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12, 2559) โดยมุ่งเน้นเพื่อที่จะเข้าไปยกระดับทั้งธุรกิจอุตสาหกรรม กลุ่มอาชีพ วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) นอกจากนี้ยังผลักดันให้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นโครงการที่สำคัญในการสนับสนุนให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจการที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อให้เกิดรายได้ สร้างอาชีพ และมุ่งเน้นให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ดังนั้นการที่ ครอบครั้ว ชุมชน วิสาหกิจชุมชน กลุ่มโอท็อป สามารถที่จะบริหารจัดการ ประยุกต์ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น ชุมชน ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ออกมาได้อย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพสูงสุด ที่เรียกว่าต้นทุนในชุมชน โดย “ทุนของชุมชน” เป็นสิ่งที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดมูลค่า ไปได้ทรัพยากร ผลผลิต องค์กรความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ประเพณี เป็นทุนทางวัฒนธรรม อีกทั้งต้นทุนทางสังคมอีกด้วย (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2563)

จากที่กล่าวไปแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรในชุมชน และ ภูมิศาสตร์เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวิถีชีวิตของมนุษย์ ทำให้เห็นได้ว่าผู้คนที่อาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันจะมีรูปแบบและแนวทางในการดำเนินชีวิตที่ต่างกันด้วย และผลจากการที่มนุษย์ต้องปรับตัวให้สามารถดำรงชีวิตเพื่อการอยู่รอดและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมเหล่านี้ได้ส่งผลให้เกิดเป็นภูมิปัญญาที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นตน การศึกษาเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความสำคัญอย่างยิ่งในแง่มุมมองของบริษัทที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการทางปัญญาที่ผ่านการสั่งสมประสบการณ์ เหตุการณ์ทุกอย่างที่มาจากการเรียนรู้ คิดเอง ทำเอง แก้ปัญหาหาเอง เพราะการมีอยู่ของภูมิปัญญาในสังคมใดสังคมหนึ่ง ในช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง หรือทุกช่วงเวลาในสังคมใด ๆ นั้นเป็นเรื่องที่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการพัฒนาทักษะทางด้านการสร้าง การประยุกต์แนวคิดและความสามารถด้านภูมิปัญญา ในการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ การแก้ปัญหาชีวิตของสมาชิกในชุมชนหรือสังคมหนึ่ง ๆ เพื่อให้วิถีชีวิตที่สอดคล้องตามแนวทาง ในการดำเนินชีวิตภายในสังคม และชุมชนนั้นๆ (ทวิศักดิ์ สาสงเคราะห์, 2554) ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นเหมือนเครื่องสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปในอดีต ที่มีวิถีชีวิตและการดำรงอยู่ ตามรูปแบบของสังคมแต่ละชุมชน มีเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะตัว ที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การหยิบยกเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นองค์ประกอบในความรู้หลัก ทักษะ วิธีการ ในการประกอบอาชีพ เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่พบได้โดยทั่วไปในประเทศไทย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับคน วัสดุ กรรมวิธีการ ในท้องถิ่นนั้น การสืบทอดภูมิปัญญามาแต่ครั้งอดีตกาลเป็นความรู้ที่ผ่านกระบวนการศึกษา สังเกต วิเคราะห์ ปฏิบัติ และสืบทอด กันมาจนปัจจุบัน(สมศักดิ์ ทองแก้ว, พิชัย สดภิบาล, และ อุดมศักดิ์ สารีบุตร, 2558) ดังนั้น ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง กระบวนการทางปัญญาที่เป็นทั้งความรู้หรือประสบการณ์ดั้งเดิม ที่ได้รับมาจากการถ่ายทอดหรือสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นที่ ทั้งนี้รวมไปถึงการเรียนรู้หรือการได้รับการถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์ผ่านแหล่งเรียนรู้ต่างๆ ในชุมชน ทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม อาทิ ครอบครัว ความเชื่อ ศาสนา ไปจนถึงหลักการแนวคิดขนบธรรมเนียมต่างๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยในการนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ ผลงาน ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนวิถีชีวิต ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและสังคมวัฒนธรรม(ประมวล พิมพ์เสน, 2555)

อย่างไรก็ตามถึงจะมีการส่งเสริมให้มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมากมายแค่ไหนก็ยังไม่อาจที่จะยกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้แก่ประชาชนได้ แม้ว่ารัฐบาลทุกยุคทุกสมัยจะพยายามมีการ

ผลักดัน มีแนวคิดหรือนโยบาย ก็ไม่อาจลดความเหลื่อมล้ำของสังคมได้ ดังนั้น การจะสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนมีความกินดี อยู่ดี นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนให้ประชาชน เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ มีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ในอีก 20 ปี ข้างหน้า โดยได้กำหนดให้การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) สอดรับกับนโยบายดังกล่าว เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนให้เกิดการ สร้างคน สร้างงาน และพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ รวมไปถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการดึงเอาองค์ความรู้และภูมิปัญญา ที่เป็นขีดความสามารถมาใช้โดยผ่านกระบวนการคิด การพัฒนา แนวทางการปฏิบัติเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาต่อยอดตามบริบทของชุมชนให้สามารถบริหารจัดการ และส่งเสริมแนวทางในการสร้างมิติใหม่ให้กับประเทศก่อเกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมามีการดำเนินโครงการเพื่อยกระดับสินค้าและบริการของแต่ละหมู่บ้านผ่านโครงการนี้ เพื่อเป็นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเพิ่ม โดยมีหมู่บ้านที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 125 หมู่บ้าน ที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจำหน่ายสินค้า และบริการ จากเดิมที่เป็นการผลิตจำหน่ายทางจัดจำหน่ายภายนอก สู่การนำเอาตัวผลิตภัณฑ์มาดึงดูดความต้องการของผู้บริโภคให้สนใจสินค้าและบริการควบคู่ไปกับการเข้ามาสัมผัสกับชุมชน โดยเป็นการขายสินค้าที่ผลิตเป็นของดีหรือของมีอยู่ในชุมชน ตลอดจนสร้างเส้นทางเพื่อท่องเที่ยว โดยใช้เสน่ห์อัตลักษณ์ ลักษณะภูมิปัญญาในชุมชน วิถีชีวิต สภาพสังคมและวัฒนธรรม และใส่ความคิดสร้างสรรค์ มาใช้เพื่อก่อเกิดรายได้ เป็นโครงการที่ทำให้ครอบครัว และชุมชนอยู่ร่วมกัน โดยไม่ต้องแข่งขันเพื่อที่จะนำเอาผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายนอกชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยเป็นการนำคนในชุมชนเข้ามาช่วยกันคิด ชวนกันทำ ผลิตสินค้าและบริการ ให้การท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองนั้น เต็มไปด้วยเสน่ห์ น่าหลงใหล ต่อผู้ที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยว(กรมพัฒนาชุมชน, 2560) นอกจากนี้กรมการพัฒนาชุมชนผู้รับผิดชอบหลัก ยังเข้ามามีส่วนในการสนับสนุนส่งเสริม ในโครงการ OTOP ภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า “เป็นสุดยอดภูมิปัญญาไทยสู่สากล” โดยได้สนับสนุนการดำเนินงานในการสร้างงานสร้างรายได้ อีกทั้งยังเป็นผู้คัดเลือกและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาผ่านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนโดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้เป็นที่แพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

อีกทั้ง(สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2563) ยังมีโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTOP : KBO) ที่เข้ามาช่วยในการพัฒนาองค์ความรู้ในการต่อยอดธุรกิจ วิธีการบริหารจัดการกลุ่ม ความรู้เฉพาะด้าน การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นวัตกรรม เข้ามาช่วยในด้านการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ ที่นำไปสู่การจำหน่ายได้ทั้ง

ในและนอกประเทศ โดยโครงการนี้ได้เริ่มต้นดำเนินงานมาตั้งแต่ ปี 2559 โดยให้ทุกจังหวัดตั้งคณะกรรมการเพื่อดำเนินงานเครือข่ายองค์ความรู้(KBO) ในการสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพขีดความสามารถแก่กลุ่มผู้ผลิต และผู้ประกอบการOTOP ต่อไป

การส่งเสริมให้นำความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีของชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ที่มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งซึ่งจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้เลยว่ากระบวนการถ่ายทอดทางภูมิปัญญาเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตOTOP ผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญา อาจจะเป็นสมาชิกในครอบครัว เครือญาติที่เป็นผู้ถ่ายทอดโดยการสอนและบอกวิธีทำ ทดลองปฏิบัติแนะนำ และอาศัยการขัดเกลาทางสังคมแบบค่อยเป็นค่อยไป และอาศัยการแลกเปลี่ยนซักถามอย่างไม่เป็นทางการ การถ่ายทอดความรู้ เทคนิค วิธีการ ในการคัดสรรวัสดุ ทรัพยากรทางธรรมชาติ นอกจากนี้หากเป็นระดับชุมชนการถ่ายทอด อาจมาจากกลุ่มเพื่อน อาชีพ หรือกลุ่มผู้มีประสบการณ์ ที่อยู่ในชุมชน โดยการประชุม หรือการหารือ เวทีชาวบ้าน สภา गाแพ หากมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดหรือประสบการณ์ ถือเป็นส่วนในการสร้างอาชีพในชุมชน(ชัตติยา ชัตติยวรา, อนุรัตน์ สมบูรณ์, และ วิทวัส เสมอใจ, 2555)

อีกทั้งการจะทำความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้องค์ความรู้ท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) อย่างลึกซึ้งจำเป็นต้องเข้าไปทำความเข้าใจเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้องค์ความรู้ ว่าแต่ละกลุ่มนั้นได้ใช้เป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมอย่างไร ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่องของการสร้างนวัตกรรมโดยฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ยังมีอยู่น้อย ส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์OTOP การส่งเสริมการตลาด ความยั่งยืนของกลุ่ม แต่การศึกษาถึงรูปแบบของการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ท้องถิ่น ทักษะ กระบวนการ ที่นำมาสร้างผลิตภัณฑ์ยังไม่ค่อยมีมากนัก กลุ่มผู้ประกอบการOTOP มีกระจายไปทั่วทุกพื้นที่ของหมู่บ้านและตำบล ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในเศรษฐกิจฐานราก การจะขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงไปกับสังคมวัฒนธรรม และเทคโนโลยี การศึกษาพฤติกรรมกรรมการสร้างนวัตกรรมบนพื้นฐานของภูมิปัญญาจึงมุ่งเน้นที่จะทำการศึกษาค้นคว้า ถึงความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ ภูมิปัญญา วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเป็นการค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ว่าการเกิดความคิดใหม่ๆ และความสามารถที่จะประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เหล่านั้น ไปใช้ให้เกิดการสร้างนวัตกรรม ให้ออกมาในรูปของผลิตภัณฑ์ กระบวนการ เป็นการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในการบ่มเพาะให้เกิดนวัตกรรมทำให้เกิดการไหลเวียนของทุนทาง

ปัญญา ก่อให้เกิดศักยภาพที่จะเกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรม งาน สร้างรายได้และการส่งออก ในขณะที่เดียวกันก็จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในสังคม และชุมชน ทำให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมและส่งเสริมการพัฒนามนุษย์ เกิด “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” (Creative Economy) ขึ้น เกิดการสร้างความรู้เชิงปฏิบัติทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน การค้า นวัตกรรม และความยืดหยุ่นกันของสังคม(สมบัติ กุสุมาวลี, 2556)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรดำเนินการวิจัยเรื่องเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรม โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษาของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จึงต้องเข้าไปทำความเข้าใจทั้งในลักษณะของบริบททางสังคมและวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ที่เป็นส่วนในลักษณะของบุคคล ว่ามีส่วนเกี่ยวข้องต่อการสร้างนวัตกรรมมากน้อยเพียงใด จากนั้นเมื่อทำความเข้าใจแล้วนำมาค้นหาคะบวนการในการเรียนรู้สู่การบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นฐานในการสร้างผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม จนสามารถสร้างเป็นแนวทางสู่ความสำเร็จและเป็นแนวทางสู่การนำเอาองค์ความรู้ที่ค้นพบไปใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการนโยบายและแนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้ รวมทั้งการดำเนินโครงการที่จะเข้ามาเสริมสร้างให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ทั้งในส่วนของการขยายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTO : KBO) แผนการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ แผนชุมชน ก่อให้เกิดความยั่งยืนในชุมชนนอกจากนี้องค์ความรู้ที่ได้ยังเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งสามารถนำไปประเด็นในการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมสูตรข้อค้นพบอื่นๆต่อไปและแผนในการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนในชุมชน นอกจากนี้ยังองค์ความรู้ที่ได้ยังเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

คำถามการวิจัย

1. กระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นอย่างไร
2. เงื่อนไขทางสังคม วัฒนธรรม และลักษณะส่วนบุคคลใดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างนวัตกรรม โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
3. มีแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อย่างไร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้อนุมัติอนุญาตท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
2. เพื่อทำความเข้าใจเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้อนุมัติอนุญาตท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
3. เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของอนุมัติอนุญาตท้องถิ่น ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญด้านการสร้างองค์ความรู้เชิงวิชาการ

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการสร้างองค์ความรู้ที่มาจากการวิจัย โดยในการวิจัยครั้งนี้จะเข้าไปหาข้อค้นพบผ่านระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาอภิปรายถึงข้อค้นพบ ที่จะแสดงให้เห็นถึงองค์ความรู้ทางด้านวิชาการ ที่ได้จากการศึกษาวิจัย นอกจากนี้ในงานวิจัยยังกำหนดถึงการทำความเข้าใจในลักษณะของเงื่อนไขทางสังคมและเงื่อนไขทางลักษณะส่วนบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมโดยใช้อนุมัติอนุญาตท้องถิ่น โดยผลของการวิจัยอธิบายให้เห็นถึงความหมายของกระบวนการในการสร้างนวัตกรรมบนฐานของอนุมัติอนุญาตท้องถิ่น และปัจจัยของเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมของกรณีศึกษาว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร และกระบวนการเหล่านั้นมีส่วนในการสร้างนวัตกรรมอย่างไร จนสามารถนำไปสู่ข้อค้นพบของแนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของอนุมัติอนุญาตท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)

ความสำคัญด้านการสร้างแนวทางการปฏิบัติ

การความสำคัญในการเป็นแนวทางเพื่อการปฏิบัติที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผลของการศึกษาแสดงให้เห็นถึงเพราะค้นพบของแนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของอนุมัติอนุญาตท้องถิ่น ของกลุ่มผู้ประกอบการOTOP ว่าการรวมกลุ่มหรือการคิดวิธีการกระบวนการในการสร้างผลิตภัณฑ์นั้นมีขั้นตอนอย่างไร การนำเอาอนุมัติอนุญาตท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างผลงานจนสามารถได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทนของจังหวัด เข้าไปสู่การแข่งขันการประกวดเผยแพร่การดำเนินงานเครือข่ายองค์ความรู้(KBO)ของสำนักงานส่งเสริมอนุมัติอนุญาตท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจากการวิจัยผู้ขายจะนำเสนอถึงแนวทางที่ค้นพบเพื่อให้กลุ่ม

ผู้ประกอบการที่สนใจ หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้มีคุณภาพมีหลักการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ เป็นการส่งเสริมการสร้างแบรนด์ และเพิ่มมูลค่าของตัวผลิตภัณฑ์ อันจะนำไปสู่การเพิ่มโอกาสทางการตลาดและการก้าวเข้าสู่มาตรฐานที่จะได้รับการคัดเลือกสู่การประกวดแข่งขันในระดับประเทศต่อไป

ความสำคัญด้านการสร้างแนวทางเพื่อการวิจัยในอนาคต

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้มีข้อค้นพบในการส่งเสริมกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถอธิบายข้อค้นพบได้ตามวัตถุประสงค์ การศึกษาครั้งนี้ยังให้ความสำคัญในการสร้างแนวทางสู่การศึกษาค้นคว้าวิจัยเพิ่มเติมในอนาคต เนื่องจากว่างานวิจัยชิ้นนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ที่ต้องการพัฒนาคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่น จุดขาย ความน่าสนใจ ภายใต้การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่คนไทยรู้จักมาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีจนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ผลจากการทำการศึกษาของกลุ่มเป้าหมายและขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นมุมมองขององค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรม โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน และนำไปศึกษาถึงรูปแบบของการวิจัยอื่นๆ อาทิ การวิจัยเพื่อการพัฒนา การวิจัยอนาคต หรือการวิจัยแบบผสมวิธี เป็นต้น

ขอบเขตการศึกษาวิจัยการครั้งนี้

ขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ขอบเขตด้านวิธีวิทยาการวิจัย ขอบเขตด้านเนื้อหา และขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ขอบเขตด้านวิธีวิทยาการวิจัย

การในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เข้ามาทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แนวทางการศึกษาแบบเฉพาะกรณี (case study) และใช้การเลือกกรณีศึกษาแบบ Instrumental Case โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) เป็นวิธีการในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากว่าเป็นการเลือกกรณีศึกษาเพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มอาชีพ และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครบถ้วน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ประเด็นตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) โดยในการศึกษาจะมุ่งเน้นในการเข้าไปทำความเข้าใจถึงกระบวนการในการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละกลุ่มว่ากระบวนการในการสร้างผลิตภัณฑ์นั้นนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างมากน้อยเพียงใด เหมือนการของกลุ่มการเริ่มต้นในการคิดหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นได้อย่างไร ข้อมูลที่ได้เกิดจากการเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก แล้วนำสิ่งที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อนำข้อค้นพบมาอภิปราย ถึงวัตถุประสงค์ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเกิดกระบวนการในการสร้างนวัตกรรม

2. เพื่อทำความเข้าใจเงื่อนไขทางสังคมวัฒนธรรม และลักษณะส่วนบุคคลของที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยศึกษาว่าลักษณะของตัวบุคคลที่มีความแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแตกต่างกันอย่างไร อีกทั้งเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีความหลากหลายตามภูมิภาค ภูมิศาสตร์ สังคม จะมีผลต่อการนำมาสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยหรือไม่

3. เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ว่ามีกระบวนการในการถ่ายทอดองค์ความรู้แต่ละขั้นตอนนั้นเป็นอย่างไร รวมทั้งกระบวนการที่เกิดขึ้นได้นั้นเกิดจากแนวทางในรูปแบบไหน เพื่อออกแบบแนวทางถึงกระบวนการว่าการจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยการสนับสนุนหรือส่งเสริมอย่างไร เพื่อให้ผู้ประกอบการ OTOP สามารถดำเนินการในการพัฒนาสินค้าและบริการ ผลิตภัณฑ์ ให้ประสบความสำเร็จและสามารถนำไปสู่การได้รับรองมาตรฐาน การเป็นตัวแทนเพื่อเข้าแข่งขันและประกวด ตลอดจนการเข้าร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ ที่ได้พบกับผู้เชี่ยวชาญ ในการเข้ามาดูแลสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและได้รับรางวัลในระดับประเทศได้

ขอบเขตของผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้แบ่งผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ได้แก่ กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่มีประสบการณ์ตรง ในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการสร้างนวัตกรรม โดยมีชุมชนต่างๆที่ได้รับรางวัลและประสบความสำเร็จระดับประเทศ โดยการคัดเลือกจากจังหวัดต่างๆที่ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทน และเข้าร่วมโครงการ (Knowledge Based OTOP : KBO) ของจังหวัด มีหลักเกณฑ์ 5 ด้าน คือ 1) องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ 2) การจัดการของกลุ่ม 3) ชีตความสามารถเครือข่าย KBO 4) วิธีการและกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 5) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการพัฒนาโดยการขับเคลื่อนกิจกรรมเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัดให้มีศักยภาพ ของกรมพัฒนาชุมชน (กรมพัฒนาชุมชน, 2560; สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2563)

นอกจากนี้งานวิจัยนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง โดยเป็นข้อมูลของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ของทุกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักโดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้มีข้อมูลที่สมบูรณ์ครบถ้วนครอบคลุมทุกมิติ อีกทั้งเพื่อการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ว่าเรื่องราวของผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ให้ข้อมูลรองมีความสอดคล้องกัน รวมทั้งการเห็นแง่มุมที่หลากหลายจากนักวิชาการ อาจารย์มหาวิทยาลัย หรือผู้เชี่ยวชาญ ในการอธิบายถึงวิธีการและกระบวนการในการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างสมบูรณ์ครบถ้วน

นิยามศัพท์เฉพาะ

นวัตกรรม หมายถึง การทำสิ่งใหม่ขึ้นมา โดยการนำเอาความคิด ทักษะ และประสบการณ์ เข้าไปเปลี่ยนแปลงให้แตกต่างไปจากเดิม โดยอาจจะเป็นการสร้างขึ้นใหม่หรือการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของการได้รับการพัฒนาให้แตกต่างไปจากเดิม โดยนวัตกรรมนั้นอาจมีทั้งในรูปแบบของ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์

การสร้างนวัตกรรม หมายถึง กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ในกระบวนการผลิต หรือการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่จนได้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมา

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ ประสบการณ์ ที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือการได้รับการถ่ายทอด จากกลุ่มอ้างอิงไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ตามลักษณะเงื่อนไขของสภาพแวดล้อมและบริบททางสังคม วัฒนธรรม

กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) หมายถึง การรวมกลุ่มของบุคคลแล้วจดทะเบียนเข้าร่วมโครงการโดยมีการสร้างผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ต้นทุนทางวัตถุดิบในชุมชน สรรสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นของตนเองและสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น

เครือข่ายองค์ความรู้ (KBO) หมายถึง โครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ของกรมพัฒนาชุมชน ที่ให้ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันทางการศึกษา เข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOPT โดยมีการแบ่งระดับการส่งเสริมออกเป็นระดับจังหวัดทุกจังหวัด



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการการสร้างสรรค์นวัตกรรมโดยการใช้องภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) 2) เพื่อทำความเข้าใจเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะส่วนบุคคลของที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมโดยการใช้องภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) 3) เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) โดยได้มีการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ความเป็นมาของกลุ่มอาชีพ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)

ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

ส่วนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเรียนรู้

ส่วนที่ 5 แนวคิดการเกี่ยวกับความรู้และจัดการความรู้

ส่วนที่ 6 แนวคิดที่เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม

ส่วนที่ 7 วิธีการวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case study)

ส่วนที่ 8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ความเป็นมาของกลุ่มอาชีพ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)

กระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) เป็นการศึกษาวิจัยในกลุ่มโอทอป โดยโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ One Tambon One Product เป็นนโยบายที่มุ่งเน้นในการยกระดับให้คนในชุมชนสามารถสร้างสรรค์ผลงานหรือผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญามาใช้ในการผลิต จำหน่ายเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับตนเองครอบครัวและชุมชน โดยโครงการได้มีการดำเนินงานมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2546 จนมาถึงปัจจุบัน โดยจัดตั้งขึ้น

ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ประกาศณวันที่ 7 กันยายน 2544 ว่าด้วยคณะกรรมการ อำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ โดยมีหน้าที่ในการขับเคลื่อนหรือกำหนดนโยบาย แผนแม่บทตลอดจนวิธีการดำเนินงาน “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ด้วยคณะกรรมการชุดนี้จะมี หน้าที่ในการกำหนดเกณฑ์ หลักการ วิธีการคัดเลือกตลอดจนการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่การขึ้น ทะเบียน โดยการขับเคลื่อนนโยบายตามแผนแม่บทและยุทธศาสตร์ที่ดำเนินการผ่านมา ผล ปรากฏว่า โครงการดังกล่าวสามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนและชุมชนเพิ่มขึ้นทั่วทั้งประเทศ เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สมาชิกผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นการ สร้างเศรษฐกิจฐานรากให้แก่ชุมชนที่เข้มแข็ง โดยมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนช่วยเหลือ ทั้ง ด้านความรู้ เทคโนโลยี ทู่น และการส่งเสริมการตลาด เพื่อเป็นการเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนไปสู่ การค้าทั้งภายในและต่างประเทศ(สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2563)

1.1 แนวคิด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นโครงการที่รัฐบาลได้มีนโยบายที่จะมุ่งเน้นในการ สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน โดยมีแนวคิดให้คนในชุมชนรวมกลุ่มกัน และนำเอาภูมิปัญญา ท้องถิ่นที่มีอยู่มาพัฒนาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ โดยผลิตภัณฑ์นั้น มี รูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีจุดเด่น สอดคล้องกับวัฒนธรรมและทรัพยากรในแต่ละ ท้องถิ่น และให้กลุ่มOTOP สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product) สร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่ เกิดขึ้นได้ในหมู่บ้านหรือตำบลของตนเอง เป็นการสร้างอาชีพโดยเจตนารมณ์ที่สำคัญของโครงการ นี้คือเป็นการสนับสนุนงานเศรษฐกิจและทุนชุมชน เพื่อให้ท้องถิ่นมีระบบเศรษฐกิจและทุนชุมชนที่ มั่นคง สามารถพึ่งตนเอง และจัดการตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยมีหน่วยงานภาครัฐคือกรมพัฒนา ชุมชน ภายใต้สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน เข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมให้ ท้องถิ่น มีกิจกรรมค้นหาคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์และให้กลุ่มOTOP มีความรู้ทางการตลาด กระบวนการผลิตสินค้าและบริการ การบริหารจัดการ และการนำเทคโนโลยีทางการผลิตมา ประยุกต์ใช้ให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและการเป็นที่ยอมรับและความต้องการของตลาดสากล เพื่อที่จะสามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ

จากแนวคิดดังกล่าวที่ต้องการส่งเสริมให้ชุมชนมีการสร้างผลิตภัณฑ์กระจายไปทั่ว ทั้งประเทศโดยยึดหลักที่จะให้แต่ละหมู่บ้านนั้นมีปฏิสัมพันธ์อย่างน้อย 1 อย่าง อีกทั้งการประยุกต์ หรือนำเอาวัตถุดิบ ทรัพยากรในท้องถิ่น มาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ เป็นการสอดคล้องกับโครงการ และเป็นการเสริมสร้างเศรษฐกิจในชุมชนให้เกิดขึ้นโดยมุ่งเน้นเพื่อการลดปัญหาเมืองแออัด เนื่องจากผลกระทบจากการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ โดยผสมผสานแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจ

พอเพียงตามแนวพระราชดำริ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ในการเรียนรู้ของประชาชน เป็นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านเศรษฐกิจ และการดำรงชีวิตของประชาชน ด้วยกลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาในครั้งนี้อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยสำคัญในการพัฒนา (Unit of Development) โดยจุดประสงค์หลักของกลยุทธ์ในการพัฒนาครั้งนี้ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้า หรือรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ครอบคลุมไปถึง แนวความคิด กระบวนการ วิธีการและรูปแบบในการให้บริการ ที่มีการเชื่อมโยงการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอด โดยยังคงรักษาภูมิปัญญาไทย ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมไปจนถึงการดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังมองไปถึงการท่องเที่ยว จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นการสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพหรือเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับผู้ที่สนใจในระดับสากลมีหลักพื้นฐานอยู่ 3 ประการ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน โดยเพิ่มจุดเด่นให้เกิดความน่าสนใจ และเป็นสิ่งปกป้องถึงวัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตภายใต้ผลิตภัณฑ์คุณภาพเป็นที่ยอมรับโดยสากล อีกทั้งสามารถจำหน่ายได้ทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ

2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) การใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ในการคิดค้นหรือพัฒนา ให้ตัวของผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพ เป็นสินค้าและบริการที่ดีที่สุด โดยเป็นการผสมผสานหลักการทางภูมิปัญญา ค่านิยม ความเชื่อ ประเพณี วัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องและเหมาะสมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถสื่อให้เห็นถึงหมู่บ้านและตำบล ส่งผลให้ดึงดูดถึงความต้องการในตัวของผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวไปสู่การที่ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้

3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) เป็นกระบวนการในการพัฒนาบุคคล ให้มีความคิด ความรู้ และความสามารถ ในการนำเอาองค์ความรู้มาพัฒนาในวงกว้าง โดยความรู้ที่ได้นำมานั้นอาจจะเป็นความรู้ในการวางแผน การบริหารจัดการ การตลาด หรือวิธีการผลิต เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

1.2 การจัดประเภทผลิตภัณฑ์ (OTOP)

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เริ่มต้นดำเนินการในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นสินค้าและบริการในชุมชนได้ระยะหนึ่งคณะกรรมการอำเภอหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติได้มีมติการพิจารณาการจัดประเภทตัวผลิตภัณฑ์ OTOP ออกเป็น 5 ประเภทด้วยกัน เมื่อปีพุทธศักราช 2549 ดังนี้

1.2.1. ประเภทอาหาร หมายถึง เป็นส่วนของผลิตภัณฑ์ที่มีการแปรรูปวัตถุดิบออกมาในรูปแบบของผลผลิต อาจจะเป็นส่วนของพืชพรรณธัญญาหาร หรือวัตถุดิบทางการเกษตรและอาหาร ซึ่งจะต้องได้รับมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา(อย.),หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice : GMP) , การวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis Critical Control Point : HACCP), การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices : GAP), มาตรฐานคุณภาพและบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก (Q Mark), มาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.), มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.), แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1.2.1.1) ผลิตผลที่ใช้บริโภคสด ประเภทพืชผักผลไม้ ทางการเกษตรที่ เช่น ลองกอง มังคุด พุรีเยน เงาะ ลำไย เป็นต้น หรือในกรณีที่เป็นพันธุ์ไม้ เช่น ไม้ประดับ กิ่งพันธุ์ผลไม้

1.2.1.2) ผลิตผลทางการเกษตรผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น อาทิ ข้าวสาร น้ำผึ้ง เป็นต้น การแปรรูปเนื้อสัตว์ อาทิ หมูแดดเดียว หมูยอ ฮอยจ๊อ ไส้กรอก แหนม ไส้ฉั่ว เป็นต้น การแปรรูปอาหารประมง อาทิ กุ้งแห้ง ปลาแห้ง ปลาส้ม กะปิ น้ำปลา ปลาร้า น้ำบูดู เป็นต้น และสัตว์ที่มีชีวิต เช่น วัวชน หมูแคระ หนู เป็นต้น

1.2.1.3) อาหารแปรรูปที่เป็นกึ่งสำเร็จรูปและสำเร็จรูป เช่น หมูทุบ กุนเชียง แคนหมู หมูแผ่น ไตปลาแห้ง ปลาร้าสับ น้ำปลาหวาน น้ำจิ้ม ไข่เค็ม พริกไทย ข้าวเกรียบ ข้าวแต่น กาละแม กระยาสารท ขนมหอมม่วง ขนมหัก ขนโมจิ เต้าส้อ กะหรี่ปั๊บ เจาก๊วย ขนุนทอด เผือกทอด เป็นต้น

1) อาหารสำเร็จรูป คือเป็นกระบวนการแปรรูปผลผลิตการเกษตร โดยใช้เทคโนโลยีเพื่อให้อาหารนั้นสามารถเก็บได้เป็นเวลานานพอสมควร เป็นอาหารที่ผ่านขั้นตอนการหุงต้ม โดยไม่เน่าเสีย อาทิ ข้าวสุกบรรจุกระป๋อง น้ำจิ้มไก่ น้ำพริกเผา น้ำจิ้มปลาซาบะ ซอสพริก หมูแผ่น หมูหยอง น้ำกะทิ ปลาหมึก ปลาอบกรอบ ขนมหอบกรอบ และปลากระป๋อง

2) อาหารกึ่งสำเร็จรูป คือ อาหารที่มีการปรุงแต่งหรือผ่านกรรมวิธีบางอย่างแล้ว เมื่อต้องการรับประทาน แค่เติมน้ำร้อน หรือต้ม อาทิ บะหมี่ เส้นหมี่ ไข่กึ่งปรุงแต่ง ซุปก้อน พริกแกงต่างๆ เป็นต้น

1.2.2 เครื่องดื่ม คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบพร้อมดื่ม หรือเป็นรูปแบบชงละลายน้ำ ได้แก่ ชาจีน ชาสมุนไพร ชิงผง น้่านมข้าวกล้อง น้ำเจาก๊วย กาแฟคั่ว กาแฟปรุงสำเร็จ เครื่องดื่มธัญญาหาร สุกราแซ่ สุกรากลิ่น เหล้าขาว 35 - 40 ดีกรี อุ ไวน์ สาโท เป็นต้น

1.2.3 ผ้า เครื่องแต่งกาย คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการถักทอเป็นผืน โดยใช้เส้นใยต่างๆ ทั้งที่เป็นใยสังเคราะห์และเส้นใยที่มาจากธรรมชาติ มาทำผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย โดยจำแนกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.2.3.1) ผ้า คือผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นด้าย หรือเส้นใย ทอเป็นผืนตามลวดลายที่ออกแบบตามลักษณะเฉพาะ รวมไปถึงนำไปสร้างผลิตภัณฑ์เป็นเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าเป็นหลักอาจด้วยมือ หรือใช้เครื่องจักร จากเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอต่าง ๆ

1.2.3.2) เครื่องแต่งกาย คือผลิตภัณฑ์จำพวกเครื่องแต่งกาย ที่มีการจัดทำเพื่อการตกแต่งร่างกาย โดยทำจากวัสดุประเภทต่างๆ เพื่อการตกแต่งร่างกายตามความสวยงาม อาทิ สร้อย แหวน นาฬิกา เข็มขัด กระเป๋า เป็นต้น

1.2.4 ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำการสร้างหรือผลิตมาเพื่อใช้ตกแต่งหรือเป็นเครื่องประดับภายในบ้าน โดยเป็นการสร้างจากการใช้เครื่องทุ่นแรง ทั้งเครื่องจักรและแรงงานคนในการสร้าง โดยวัตถุประสงค์ของประเภทนี้เพื่อใช้สอยและตกแต่งเป็นหลักแบ่งออกเป็นลักษณะย่อยได้ 7 กลุ่มคือ 1) กลุ่มงานไม้ 2) กลุ่มงานจักสาน หรืองานถักสาน 3) กลุ่มงานดอกไม้ประดิษฐ์หรือวัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ 4) กลุ่มงานโลหะ 5) กลุ่มงานเซรามิคและงานเครื่องปั้นดินเผา 6) กลุ่มงานเคหะสิ่งทอ และ 7) นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ทำมาจากวัสดุอื่นที่ไม่ได้กล่าวข้างต้นเป็นรายการนอกเหนือ 6 ข้อข้างต้น ได้แก่

1.2.4.1) ไม้ หมายถึง การใช้ไม้ทำเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน หรือเป็นของที่ใช้ตกแต่งบ้าน

1.2.4.2) จักสาน ถักสาน หมายถึง การใช้เส้นในธรรมชาติเป็นวัสดุในการทำของที่ระลึกของใช้ โดยการจักสานหรือการถักเป็นผลิตภัณฑ์

1.2.4.3) ดอกไม้ประดิษฐ์ ที่ทำมาจากวัสดุจากธรรมชาติ เป็นการประดิษฐ์เพื่อเลียนแบบธรรมชาติ อาทิ ดอกไม้ ต้นไม้ ผลไม้ เป็นต้น

1.2.4.4) โลหะ หมายถึง การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องใช้ ของประดับตกแต่ง และของที่ระลึก ที่ทำมาจากโลหะต่างๆ

1.2.4.5) เครื่องปั้นดินเผา และเซรามิค หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำเอาดินหรือแร่ต่างๆ มาสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน ของประดับตกแต่ง และเป็นของที่ระลึก เช่น เครื่องเบญจรงค์ ภาชนะ ถ้วยโถโอชาม ต่างๆ เป็นต้น

1.2.4.6) เคหะสิ่งทอ หมายถึง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการ ทัก ทอ ตัดเย็บ จากผ้า เช่น พรม ถูมือ ชุดเครื่องนอน ผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น

1.2.4.7) อื่นๆ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำโดยใช้วัสดุอื่นๆ นอกเหนือจากข้อ 1-6 ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ประดับตกแต่ง หรือเป็นของที่ระลึก โดยอาจทำมาจาก กระดาษ แก้ว เทียน เรซิน พลาสติก พระพุทธรูป Paper mache cement ถ่านดูดกลิ่น วัสดุอื่น ๆ เป็นต้น

1.2.5 สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากสมุนไพร หรือใช้สมุนไพรเป็นส่วนประกอบ เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเอาสมุนไพรมาใช้ในเชิงสุขภาพ อาทิ ยาสมุนไพรที่ใช้ทั้งภายในและภายนอก ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือน อาทิ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ผลิตภัณฑ์ล้างจาน สมุนไพรที่มีฤทธิ์ในการไล่ยุง หรือกำจัดแมลง น้ำหมักชีวภาพ น้ำส้มควันไม้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม 1) ยาที่ได้มาจากพืชหรือสมุนไพร 2) เครื่องสำอางที่ทำมาจากพืชหรือสมุนไพร 3) วัตถุอันตรายที่ทำมาจากสมุนไพรเพื่อใช้ในบ้านเรือน

นอกจากนี้แนวความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ยังมีการออกแบบแนวทางที่มุ่งเน้นในการพัฒนาระดับคุณภาพ และความเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP โดยนอกจากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพแล้วรูปลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ ต้องมีการออกแบบที่ทันสมัย เป็นการสร้างแบรนด์ ให้สินค้าผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่ม สอดรับกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

1.3 ฐานข้อมูลเครือข่ายองค์ความรู้ KBO (Knowledge-Based OTOP)

การดำเนินงานของโครง(OTOP) ในระยะเวลาที่ผ่านมาได้รับการสนับสนุนการดำเนินโครงการจากทุกๆรัฐบาล โดยได้มอบหมายให้กรมพัฒนาชุมชนเข้ามาดูแล และพัฒนาระบบในการสนับสนุนตลอดจนสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน กลุ่มสมาชิกในโครงการให้กลุ่มสมาชิกสามารถขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์OTOP ให้มีความเข้มแข็ง โดยเป็นการสร้างเครือข่ายของกลุ่มที่มีองค์ความรู้เข้ามาทั้งในส่วนของภาคเอกชน สถาบันทางการศึกษา โดยนำเอาองค์ความรู้และการบริหารจัดการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการขับเคลื่อนให้กลุ่ม OTOP สามารถที่จะยกระดับตัวของสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสามารถสร้างเป็นรายได้และเป็นสิ่งที่ยกระดับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นชุมชนในเป็นสินค้าที่สากลต่อทุกคนได้ การฉีกกำลังของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อน OTOP สู่อุณหภูมิความเข้มแข็งและยั่งยืนในรูปแบบของเครือข่ายองค์ความรู้ หรือ Knowledge – Based OTOP : KBO ตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 เป็นการเริ่มต้นขึ้นพร้อมกันทั้ง 4 ภาคแต่นำร่องจากการคัดมาภาคละ 1 จังหวัด โดยเริ่มต้นที่ ภาคเหนือเลือกเป็นจังหวัดเชียงใหม่ ภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือเป็นจังหวัดอุดรธานี ภาคกลางเป็นจังหวัดราชบุรี และภาคใต้เลือกเป็นจังหวัดสงขลา ผลของนาร่องใน 4 จังหวัด ผลการดำเนินงานเป็นแนวทางที่ดี กรมพัฒนาชุมชน จึงได้ดำเนินการขยายเครือข่ายองค์ความรู้ Knowledge – Based OTOP : KBO ออกไปยัง 75 เครือข่าย โดยได้ดำเนินจัดทำขึ้นทะเบียนเครือข่ายองค์ความรู้ในทุกๆจังหวัด เพื่อให้การสนับสนุนแก่ผู้ผลิตในชุมชนให้ได้รับการพัฒนาหรือได้รับการสนับสนุนการเรียนรู้จากเครือข่ายองค์ความรู้ อีกทั้งยังเป็นการหาความต้องการของกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP (Training Needs : TN) เข้ามาเพื่อพัฒนาให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP แต่ละประเภทได้รับการส่งเสริมจากเครือข่ายองค์ความรู้ KBO ตามวัตถุประสงค์ โดยมีหลักการที่สำคัญคือมุ่งเน้นในเชื่อมโยงแหล่งความรู้ภูมิปัญญาที่มีในท้องถิ่นและชุมชน มาเป็นสิ่งที่ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยนำเอาองค์ความรู้ที่มีในหน่วยงานของเครือข่าย ทั้งในส่วนของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่มีความรู้ เทคนิค หรือความชำนาญพิเศษ จากกลุ่มเครือข่ายภายใต้คำสั่งในการดำเนินงานของเครือข่ายองค์ความรู้ จะเข้ามาทำหน้าที่ในการอบรมและพัฒนาภายในหลักสูตรในการฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ ให้มีคุณภาพ การตรวจสอบมาตรฐาน ตลอดจนการสร้างมูลค่าเพิ่ม การดึงดูดความสนใจต่อผู้บริโภค การสร้างความโดดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ แต่ยังคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ตามแนววิถีชุมชนอย่างครบถ้วน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดให้สินค้าและผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานที่สามารถส่งออกหรือจำหน่ายได้ทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ ทั้งนี้การจัดตั้งคณะกรรมการเครือข่ายองค์ความรู้แต่ละจังหวัดยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนความรู้ด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการแก่กลุ่มผู้ผลิต OTOP เพื่อเป็นเครือข่ายที่ทำหน้าที่ในการดูแลและสมาชิกและเครือข่ายอย่างครบถ้วน

1.4 การเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่เครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP: KBO)

องค์ประกอบเครือข่ายองค์ความรู้(KBO) ในระดับจังหวัดนั้น ประกอบไปด้วยสถาบันการศึกษาในพื้นที่จังหวัด เช่น โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น อบต. อบจ. เทศบาล เครือข่ายกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ทรงคุณวุฒิ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่กระบวนการปรับปรุง รูปแบบของผลิตภัณฑ์ การออกแบบด้านบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนทั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเพื่อโอกาสทางการตลาดและการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เป็นการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

1) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการในการควบคุมคุณภาพ ตั้งแต่การเริ่มจากการนำเอาวัสดุที่มีคุณภาพเข้ามาใช้ การคำนึงถึงความปลอดภัยต่อผู้บริโภค การนำผลิตภัณฑ์ไปตรวจสอบค่ามาตรฐานต่างๆ เพื่อการรับรองคุณภาพตามมาตรฐานนั้นๆ

2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการห่อผลิตภัณฑ์ในมีความทันสมัย น่าสนใจ และดึงดูดผู้บริโภค ตามความเหมาะสมของแต่ละผลิตภัณฑ์

3) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง การปรับปรุงตัวของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพที่เหมาะสม เหมาะแก่การใช้งาน มีรูปแบบสวยงาม มีมาตรฐานและปลอดภัย

4) การพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนาในส่วนที่ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่ดีขึ้น ทั้งในส่วนของ สีผลิตภัณฑ์ กลิ่น รสชาติ ตลอดจนสัมผัส เป็นต้น

5) การพัฒนาด้านภูมิปัญญา หมายถึง การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยนำเอาองค์ความรู้ทางภูมิปัญญามาใช้ในการผลิต อาจเป็นขั้นตอน เทคนิค วิธีการ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีคุณค่าตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น การใช้วิถีธรรมชาติ การทำเครื่องมือ เครื่องมือเครื่องใช้ เป็นต้น

6) การพัฒนาเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ (Story of Product) หมายถึง การเพิ่มเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เข้าไปเพื่อให้สินค้าและบริการมีเรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์

การส่งเสริมกระบวนการกลุ่มของผู้ผลิตสินค้าและบริการในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้(KBO) ให้มีคุณภาพตามศักยภาพเพื่อเป็นผู้ประกอบการ OTOP ตามเกณฑ์การคัดสรรเพื่อการประกวดในระดับประเทศ ต้องอาศัยหลักการพัฒนาตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น และยังคงอาศัยการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ใหม่ (Value Creation Products) โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้การพัฒนาของกลุ่มมีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

การศึกษาครั้งนี้โดยกลุ่มที่ผู้วิจัยต้องการทำการศึกษา เพราะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการผู้ผลิต เป็นการจัดตั้งในนามของรายกลุ่มอาชีพ ที่มีการเชื่อมโยงองค์ความรู้ในท้องถิ่น และการได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ที่มาจากเครือข่ายองค์ความรู้ ผ่านหน่วยงานต่างๆที่เข้ามาช่วยเหลือตามคำสั่งของแต่ละจังหวัด โดยจะมีส่วนที่สำคัญในการประกอบการอธิบายถึงกระบวนการสร้างนวัตกรรมว่า ได้มีการนำเอาองค์ความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างไรบ้าง มีการต่อยอดการผลิต หรือคุณภาพที่ได้รับการพัฒนา หรือการเพิ่มพูนทักษะ ที่ทำให้กลุ่มของ

ผู้ประกอบการOTOP สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสามารถส่งออกจำหน่ายได้ทั้งในและสากล

ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

ปัจจุบันมีการกล่าวถึงนวัตกรรมค่อนข้างมาก เนื่องจากการพัฒนาของโลกในยุคปัจจุบันมีการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนในการเสริมสร้างทุกสิ่งทุกอย่าง ซึ่งคำว่านวัตกรรม (Innovation) จึงมีบทบาทกับมนุษย์และสังคมในปัจจุบันค่อนข้างมาก แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม จึงเป็นเสมือนปรากฏการณ์ทางความคิดในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นเพื่อการใช้ประโยชน์ที่ค่อนข้างถาวร เป็นแนวทางเพื่อการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจและสังคม การนำนวัตกรรมเข้ามาใช้ยังเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการที่จะทำให้องค์กรนั้นได้เปรียบในเชิงของการแข่งขันและการพัฒนา ตลอดจนสามารถนำนวัตกรรมไปแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยนวัตกรรมจะมีส่วนในการพัฒนาทั้งองค์กร บุคลากร ควบคู่กันไป จากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของนวัตกรรม(Innovation) มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ความหมายของนวัตกรรม

เมื่อกล่าวถึงคำว่า นวัตกรรม หรือในคำภาษาอังกฤษที่ว่า Innovation ได้มีการศึกษาเรื่องนี้มาเป็นระยะเวลานานแล้ว โดยมีผู้ศึกษาค้นคว้าและให้คำนิยาม ตลอดจนความหมาย คำว่านวัตกรรมมาโดยตลอด ใจยังมีการถกเถียงถึงการศึกษาและวิธีการอธิบายที่แตกต่างกัน เนื่องจากว่านักวิชาการแต่ละท่านมีมุมมอง และฐานความคิดที่แตกต่างกัน และยังมีข้อถกเถียงถึงเรื่องของลักษณะภูมิหลังของผู้ให้คำนิยามหรือให้ความหมาย จึงยังไม่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน โดยเรศัพท์ที่ใช้กันนั้นมาจากภาษาลาตินคำว่า “Innovare” แปลว่า “เป็นการทำสิ่งใหม่ขึ้นมา” (สมนึก เชื้อจระพงษ์พันธ์, พัทธพงษ์ วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย, และ ประกอบ คุปรัตน์, 2553; สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2550) ได้กล่าวถึงความหมายของคำว่า นวัตกรรม คือ ความคิดหรือแนวความคิด อาจเป็นความคิดเดิมที่มีอยู่แล้วหรืออาจจะเป็นความคิดรูปแบบใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังมีความหมายอีกหลายมุมมอง อาทิ การใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตที่ประสบความสำเร็จ เป็นการสร้างกิจกรรมทางสังคมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบพลวัต ในขณะเดียวกันความหมายในเชิงกว้าง หมายถึง มีแนวคิดวิธีการกระบวนการหรือรูปแบบการบริการใหม่ๆ โดยเป็นการปฏิรูปทั้งรูปแบบและวิธีการ ต้องบุคคลหรือผู้ที่นำเอารูปแบบเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ ก่อให้เกิดความสำเร็จในรูปแบบพาณิชย์ และเป็นการทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น อาทิ การนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่การตลาดแบบใหม่ๆ การนำเอากระบวนการ

วิธีการ และแนวทางการบริการใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวมาใช้ให้กลายเป็นโอกาส ในการเพิ่มมูลค่าใน จากแนวคิดและวิธีการ ที่ส่งผลประโยชน์แก่ตนเองและสังคม จากที่กล่าวไปแล้วข้างต้นสำนักงาน นวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้มีการสำรวจพบว่า การที่ผู้บริหาร หรือ ผู้นำของแต่ละองค์กรที่มีการนำนวัตกรรมมาใช้ พบว่านวัตกรรมนั้นมีผลโดยตรงกับความมั่นคงที่ สร้างขึ้นทางการตลาดหรือการตั้งตลาดในรูปแบบใหม่ รวมทั้งบริษัทต่างๆ ก็จะสามารถนำสิ่ง เหล่านี้ไปพัฒนาเป็นนวัตกรรมเพื่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและการลงทุน (สำนักงาน นวัตกรรมแห่งชาติ, 2550)

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นพบว่าจากนิยามและความหมายที่หลากหลาย คนพยายามอธิบายคำว่านวัตกรรม ได้มีนิยามหรือความหมายในหลายลักษณะ โดยนักวิชาการ แต่ละท่านได้ให้ความหมายและนิยามที่แตกต่างกันออกไป ตามมุมมองและองค์ความรู้ในแต่ละ พื้นฐานวิชาชีพของตน ตลอดจนความหมายของนักวิชาการ แต่อย่างไรก็ตามจากนิยามข้างต้น พบว่า การเป็นนวัตกรรมได้นั้นมีองค์ประกอบ 3 ประเด็นหลัก คือ

1. ความใหม่ (Newness) ความใหม่ในที่นี้เป็นคุณลักษณะแรกของนวัตกรรม กล่าวคือจะต้องมีความใหม่ เป็นสิ่งใหม่ที่ได้ดำเนินการหรือถูกสร้างพัฒนาขึ้น ซึ่งในที่นี้อาจจะมี ลักษณะเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์และขั้นตอนรูปแบบของการบริการ กระบวนการ เป็นการสร้างความแตกต่างจากสิ่งเดิมที่มีอยู่ หรือสร้างใหม่จากองค์ความรู้เดิม โดยอาจจะเพิ่มความใหม่ที่ น่าสนใจลงไปในตัวของผลิตภัณฑ์โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วสร้างความใหม่ ให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังนับรวมไปถึงการพัฒนาขึ้นมาใหม่เลยก็ได้

2. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) เป็นคุณลักษณะประการที่สองของการเป็นนวัตกรรม กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ สินค้าบริการ และกระบวนการ นั้นต้องเป็น ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่สร้างความสำเร็จและตอบใจทัยในรูปแบบพาณิชย์ จะเห็นได้ว่า นวัตกรรมจะต้องเป็นสิ่งที่เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้ โดยเกิดขึ้นตอนของความใหม่ที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น สามารถวัดได้ทั้งในรูปแบบของตัวเงิน หรือไม่ใช่ตัวเงินก็ได้

3. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) เป็นคุณลักษณะประการสุดท้ายของการเป็นนวัตกรรม คือ ผลิตภัณฑ์ สินค้าบริการ และ กระบวนการ นั้นต้องเกิดจากการใช้ความรู้ความคิดที่สร้างสรรค์ เป็นพื้นฐานในการพัฒนาสิ่ง ที่เกิดขึ้นใหม่ โดยจะต้องไม่เป็นการทำซ้ำ หรือเป็นการดัดแปลง ลอกเลียนแบบ เป็นต้น(สมนึก เอื้อจิ ระพงษ์พันธ์ และคนอื่น ๆ, 2553)

ดังนั้นความหมายของคำว่านวัตกรรม หมายถึง การใช้ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ เข้าไปสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นมา โดยการนำเอาความคิดมาพัฒนาให้สิ่งนั้นเกิดขึ้นหรือเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์ที่แตกต่างไปจากเดิม อาจจะเป็นในรูปแบบของการให้บริการแบบใหม่ วิธีการผลิตแบบใหม่ การได้ตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ และเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์

2.2 ประเภทของนวัตกรรม

การจำแนกประเภทของนวัตกรรมนั้นได้มีการจัดประเภทและแบ่งประเภทไว้หลายประเภทขึ้นอยู่กับการนำนวัตกรรมนั้นไปใช้ โดยที่มีความนิยมและพบบ่อยที่สุดที่ใช้ในการวิจัยได้มีการจำแนกไว้ 3 ประเภทได้แก่ 1) การจำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม(The Target of Innovation) โดยในเป้าหมายนี้มุ่งเน้นไปที่ ตัวของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์(Product Innovation) และนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) 2)การใช้ระดับของความเปลี่ยนแปลงมาเป็นเป้าหมายในการแบ่ง โดยจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ นวัตกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบที่เฉียบพลัน(Radical Innovation) และนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบที่ค่อยเป็นค่อยไป(Incremental Innovation) และ 3)การจำแนกตามประเภทของผลกระทบที่เกิดขึ้น (The Area of Impact) จำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือนวัตกรรมที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินการ(Technological Innovation) และนวัตกรรมที่ใช้การบริหาร (Administrative Innovation)เข้ามาขับเคลื่อนในการสร้างนวัตกรรมมา โดยสิ่งที่กล่าวไปแล้วข้างต้นจะขอนำเสนอสรุปและอภิปรายรายละเอียดเพิ่มเติมถึงขั้นตอนและเหตุผลของการแบ่งประเภทของนวัตกรรม ออกมาแต่ละด้านตามรายละเอียดนี้ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคนอื่นๆ, 2553)

2.2.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) จากความหมายเรื่องของการจำแนกประเภทของนวัตกรรมได้มีผู้ให้ความหมายนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไว้ค่อนข้างที่จะหลากหลาย โดยโดยในประเทศไทยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติได้อธิบายถึงความหมายของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไว้ว่า เป็นรูปแบบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเป็นการนำความใหม่หรือรูปแบบใหม่ตลอดทั้งแนวความคิดใหม่เข้ามาเป็นส่วนในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามาปรับปรุงให้ตัวผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งอาจจะมีลักษณะรูปแบบใหม่ หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างไปจากสภาพเดิมที่มีอยู่ โดยอาจเพิ่มทั้งคุณภาพและประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้นไปกว่าเดิม(รักษ์ วรภิกษาพร, 2557) ในการทำธุรกิจนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นผลผลิต(Outputs) ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะในรูปแบบของ

สินค้า(product)หรือบริการ(Services) ก็นับเป็นผลผลิตอย่างหนึ่งในส่วนของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Schilling, 2008) นอกจากนี้ปัจจัยหลักในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอยู่ด้วยกัน 2 ปัจจัยคือ 1)โอกาสทางด้านเทคโนโลยี หมายถึง การนำเอาองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี หรือ องค์ความรู้ด้านวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่ นวัตกรรมในลักษณะรูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์ และ 2) ปัจจัยทางด้านการตลาด หมายถึง การ วิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค หรือความต้องการในการใช้ผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ที่ได้รับการ พัฒนารูปแบบ ให้มีลักษณะที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ และตรงตามความต้องการของกลไก ตลาด อันจะส่งผลให้ผู้ผลิตนวัตกรรมที่สอดคล้องกับเหตุผลเชิงพาณิชย์ก็จะได้ประโยชน์ในเชิง เศรษฐกิจไปด้วย(Capon et al, 1992 ; Ettlit & Reza, 1992 ; Gopalakrishnan & Damanpour, 1997) การที่บริษัทแห่งหนึ่งได้พัฒนาผลิตภัณฑ์โดยนำเอาความต้องการของผู้บริโภคมาออกแบบ เป็นตัวผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด เป็น การออกแบบที่คำนึงถึงผู้ขายเป็นหลัก ซึ่งทำให้ได้รับความนิยมเป็นจำนวนมากจากผู้บริโภค ด้วย ทั้งตอบโจทย์ความต้องการและยังเป็นการตอบสนองตามยุคตามสมัยทำให้ประสบความสำเร็จใน การผลิตนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้เป็นอย่างมาก

2.2.2 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการอธิบายถึงการสร้าง นวัตกรรมในรูปแบบของกระบวนการที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรม โดยเป็นการประยุกต์เอา แนวคิดและวิธีการต่างๆ รวมไปถึงกระบวนการใหม่ๆ เข้ามาใช้ในกระบวนการของการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ โดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของ นวัตกรรมกระบวนการว่า เป็นการเอาแนวความคิด วิธีการ กระบวนการในการผลิต ใหม่ๆมา ประยุกต์ใช้ในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด อาทิ การ นำเอาคอมพิวเตอร์ในการออกแบบกระบวนการผลิตใหม่ การส่งการต่างๆ เป็นต้น (รักษ์ วรกิจโก ภาทร, 2557) จากความหมายที่ได้อธิบายไปแล้วจะเห็นได้ว่า ในส่วนของนวัตกรรมกระบวนการ นั้นเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการที่จะก่อให้เกิดผลในการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร ในรูปแบบใหม่ โดยจะรวมไปถึงเครื่องมือกรรมวิธีการกระบวนการ เทคนิคต่างๆ ที่มีการพัฒนาให้เกิด เป็นนวัตกรรมเพื่อให้สินค้าและบริการ หรือรูปแบบของการบริหารจัดการขององค์กรมี ประสิทธิภาพสูงสุด ในการพัฒนารูปแบบนี้ยังเป็นการพัฒนาที่จะเป็นแนวทางในการนำไปสู่การ พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์อีกทางหนึ่งด้วย (Capon et al, 1992 ; Ettlit & Reza, 1992 ; Gopalakrishnan & Damanpour,1997) จะเห็นได้ว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์เจ้าสามารภที่จะ มองเห็นได้เด่นชัดเนื่องจากว่าเป็นตัวของผลิตภัณฑ์ แต่จริงๆแล้วนวัตกรรมกระบวนการมี

ความสำคัญมากเช่นเดียวกัน เพราะเป็นส่วนที่จะทำให้องค์กรสามารถที่จะดำเนินธุรกิจและประสบความสำเร็จได้ค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นแนวทางหรือกระบวนการที่สามารถกำหนดความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ โดยนวัตกรรมกระบวนการนั้นส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปในเรื่องของการพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการตลอดจนการควบคุมคุณภาพ (Quality Control) ตั้งแต่แนวความคิด กระบวนการผลิต และวิธีการในการดำเนินการและผลิตผล เป็นเส้นทางคุณภาพในการผลิตสินค้าและบริการ (Abernathy & Utterback, 1978 ; Tushman & Nadler, 1986 ; Gopalakrishnan et al., 1999 and Damanpour & Gopalakrishnan, 2001) เช่นบริษัท CP ALL ซึ่งดำเนินธุรกิจในการค้าปลีกที่มีประสิทธิภาพมาก โดยมีการพัฒนาระบบการให้บริการในลักษณะของร้านสะดวกซื้อ มีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่ต้นทางคือกระบวนการผลิต การกระจายสินค้าร้านสะดวกซื้อ พนักงานและวิธีการบริการ โดยเป็นกระบวนการที่มีประสิทธิภาพจึงสามารถที่จะควบคุมกลไกทางการตลาดและตอบโต้ความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี สามารถครองตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลต่อการสร้างประโยชน์เชิงธุรกิจอย่างมหาศาล เป็นต้น

2.3 กระบวนการสร้างนวัตกรรม

นวัตกรรมเป็นกระบวนการในการทำขึ้นมาใหม่ให้มีความแตกต่างหรือเปลี่ยนแปลงไป ทั้งในส่วนของสินค้าและบริการจากรูปแบบเดิม โดยอาจจะเป็นในส่วนของความคิด วิธีการหรือแม้กระทั่งกระบวนการหรือการใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ อุปกรณ์ต่างๆ ผ่านการใช้ความคิดที่สร้างสรรค์ออกมาเป็นนวัตกรรมในรูปแบบของสินค้าผลิตภัณฑ์หรือบริการ และที่สำคัญนวัตกรรมที่สร้างนั้นจะต้องตอบโต้ในการสร้างประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2552) ไม่เพียงเท่านั้นยังหมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากการนำเอาความรู้ความสามารถ เทคนิควิธีการหรือกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ กระบวนการทางเทคโนโลยี เข้ามาใช้ในกระบวนการคิดหรือกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ โดยอาศัยจากการวิเคราะห์ตลาด และความต้องการของผู้บริโภค (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2550) ในการเปลี่ยนแปลงนั้นเกิดมาจากการนำเอาความคิดริเริ่มมาประยุกต์ใช้ในการคิดค้นประดิษฐ์ โดยการเปลี่ยนแปลงทางความคิดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาต่อยอดเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงนั้นมีผลต่อกระบวนการแนวความคิดวิธีการผลิตเป็นการพัฒนาแบบก้าวกระโดด ซึ่งเป็นการปฏิวัติอย่างถอนรากถอนโคนที่องค์กรต่างๆ ต้องพัฒนาเพื่อความมั่นคงของตน (Mckeown Max, 2008)

2.3.1 การสร้างนวัตกรรม

การสร้างนวัตกรรมได้มีผู้ทำการศึกษาวิจัยถึงรูปแบบของการสร้างนวัตกรรม โดย แคนเตอร์ (Kanter R.M., 1998) ได้ทำการวิจัยในกลุ่มอุตสาหกรรมกับตำแหน่งผู้จัดการ 6 สาขา พบว่า การสร้างนวัตกรรมนั้นเป็นผลมาจากพฤติกรรมที่มีความซับซ้อน โดยพฤติกรรมดังกล่าวประกอบด้วยพฤติกรรม 3 ประการ ดังนี้

1.การสร้างความคิด (Idea Generation) การนำเอาความคิดที่แปลกใหม่ที่หลากหลาย (Domain) ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเป็นการรับรู้ถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับงาน (Perceived work related problems) ความขัดข้อง (Incongruities) หรือความไม่ต่อเนื่อง (Discontinuities) โดยจะมีแนวโน้มให้เกิด (Emerging trend) ซึ่งจะเป็นตัวส่งเสริมให้องค์กรเกิดแนวความคิดที่แปลกใหม่

2.การสนับสนุนความคิด (Idea Promotion) เป็นขั้นตอนต่อจากการสร้างความคิด เมื่อบุคคลได้มีการสร้างความคิดใหม่เกิดขึ้นมา ส่วนที่สำคัญโครงการขับเคลื่อนความคิดคือการได้รับการสนับสนุนความคิดจากผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นเรื่องของงาน สังคม เพื่อเป็นการหาผู้สนับสนุน (Backer) และผู้อุปถัมภ์ (Sponsor) ให้กับแนวความคิดที่เกิดขึ้นของตน หรือเป็นการสร้างผู้สนับสนุนที่มีอำนาจในการอุปถัมภ์แนวความคิดของตนเองให้เป็นที่ประจักษ์ (Realized)

3.การทำให้ความคิดเป็นจริง (Idea Realization and Innovation) จากที่ได้กล่าวไปข้างต้นการเกิดนวัตกรรมนั้นอาจเกิดขึ้นเพื่อการแก้ไขปัญหา เมื่อได้ตระหนักถึงปัญหา และได้ดำเนินการสร้างแนวความคิดสำหรับแก้ไขปัญหา นั้น จะเข้าสู่กระบวนการที่ 2 คือการได้รับการสนับสนุนทางความคิด ซึ่งเป็นการสร้างสิ่งสนับสนุนขึ้นเพื่อการแก้ปัญหา นำไปสู่ขั้นสุดท้ายที่แนวความคิดเหล่านั้นจะกลายเป็นตัวแบบ (Prototype) หรือโมเดล (Model) ทั้งรูปแบบที่เป็นผลงานนวัตกรรมที่สามารถจับต้องได้ นอกจากนี้นวัตกรรมอาจเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้ อาทิ ประสบการณ์ (Experienced) สามารถแพร่กระจาย (Diffused) ผลิตได้จำนวนมาก (Mass-produced) และกลายเป็นสิ่งที่ใช้ประโยชน์ได้ (Turned to productive use) จากพฤติกรรม ทั้ง 3 ประการ ที่ได้แสดงให้เห็นแล้วในข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถระบุถึงพฤติกรรมในการสร้างนวัตกรรมได้ โดยที่นี้เรียกว่า นวัตกรรม เป็นลักษณะส่วนบุคคลที่มีลักษณะเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์ ในการใช้ความคิด โดยการใช้ความรู้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ หรือประดิษฐ์คิดค้นในสิ่งใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน เป็นการพัฒนาหรือดัดแปลงในสิ่งที่มีอยู่เดิมให้เกิดความทันสมัย และใช้ได้ผลดี ผ่านตามกระบวนการดังกล่าวข้างต้นทั้ง 3 กระบวนการ

นอกจากนี้ในการศึกษาคำนี้ถึงกระบวนการสร้างนวัตกรรมในกระบวนการผลิตก็เป็นสิ่งที่สำคัญ เป็นสิ่งที่มีการพัฒนามาจากกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development Process) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นรากฐานที่นำไปสู่กระบวนการพัฒนานวัตกรรม โดยมีทฤษฎีพื้นฐาน Innovation process (Tidd Joe & Bessant John, 2005) ได้เสนอกระบวนการสร้างนวัตกรรมอย่างง่ายซึ่งเป็นการสร้างได้กับทุกประเภทของนวัตกรรม โดยแบ่ง 4 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การค้นหา คือกระบวนการหาโอกาสสำหรับนวัตกรรม จาก การตรวจสอบข้อมูลทางการตลาด การประมวล รวมทั้งประเมินผล คุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับโอกาสและการเปลี่ยนแปลง

ขั้นตอนที่ 2 การคัดเลือก คือ เป็นวิธีการหนึ่งของแนวคิดเชิงนวัตกรรม ที่นำมาใช้ในการตัดสินใจว่าจะพัฒนาอย่างไรเพื่อเป็นการตอบสนองของความต้องการตามเป้าหมายบนพื้นฐานของกรอบแนวคิด กลยุทธ์ วิสัยทัศน์ เป็นการตอบสนองทางด้านธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 3 การปฏิบัติ คือ การเอาแนวความคิดความรู้เข้าไปสู่กระบวนการในการสร้างนวัตกรรมรูปแบบใหม่ และนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด การสร้างนวัตกรรมนั้นไม่อาจสร้างได้โดยลำพัง จะต้องอาศัยทรัพยากร บุคลากรที่เต็มไปด้วยความรู้ความชำนาญ กับสิ่งที่ต้องการพัฒนา เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมได้ นอกจากนี้อาจแสวงหาความรู้ซึ่งมาจากองค์กรภายนอก หรือผู้เชี่ยวชาญภายนอก อีกทั้งการเรียนรู้ถึงเทคโนโลยีหรือ ทักษะการบริการ เพื่อความยั่งยืนในการนำนวัตกรรมไปใช้ และเป็นการส่งเสริมให้เกิดการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

ขั้นตอนที่ 4 เป็นการเรียนรู้กระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานความรู้ ความสามารถที่มาจากการปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนรู้ผ่านนวัตกรรมที่นำออกสู่ตลาด

จากการแนวคิดข้างต้น การสร้างนวัตกรรม มีการแบ่งประเภทที่ค่อนข้างหลากหลาย โดยเฉพาะนวัตกรรมกระบวนการ เป็นอีกประเภทหนึ่งที่มีการประยุกต์ความรู้ ประสบการณ์วิธีการ มาใช้เป็นแนวคิด ในการออกแบบกระบวนการใหม่ๆ ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิตกระบวนการในการสร้างนวัตกรรม ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่จะส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมได้ ในการศึกษาจึงจำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมเพื่อใช้ในการทำความเข้าใจกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้อนุมัติปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นอย่างไร เจื่อนไขทางสังคม วัฒนธรรม และลักษณะส่วนบุคคลใดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยใช้อนุมัติปัญญาท้องถิ่นมีอะไรบ้าง และมีแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างไร

ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) จากการศึกษาเพื่อหาคำตอบจากคำถามวิจัยที่ว่า “ภูมิปัญญาท้องถิ่น อะไรบ้างที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ผู้วิจัยจึงทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถสรุปได้ดังนี้

ความหมายคำว่า “ภูมิปัญญา” (เสรี พงษ์พิศ, 2548) ความหมายของคำว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นธรรมที่สามารถอธิบายได้ถึงความเป็นศาสตร์และศิลป์อยู่ในความหมายของคำ ซึ่งเป็นสิ่งที่สื่อให้เห็นถึงลักษณะของวิถีชีวิต อาชีพ วัฒนธรรม ประเพณี หรือรูปแบบของชุมชน โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นเป็นกระบวนการถ่ายทอดในลักษณะองค์ความรู้ที่สั่งสมมาจากประสบการณ์ การเรียนรู้ ความเชื่อ ลักษณะของการดำเนินชีวิต จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง โดยผ่านเรื่องราวของผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นศาสตร์หรือเป็นองค์ความรู้ที่มุ่งเน้นในการอธิบายถึงวิถีชีวิต การใช้ชีวิตบนฐานปัจจัย 4 การทำมาหากิน การอยู่ร่วมกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และการอยู่ร่วมของคนในชุมชน นอกจากนี้หากเรามองภูมิปัญญาท้องถิ่นในเชิงของศิลป์ เราจะได้เห็นถึงการที่คนเรานั้นใช้เพียงแค่สมองและสองมือ คิดค้นสิ่งต่างๆหรือเรียนรู้สิ่งต่างๆเหล่านั้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีงาม เป็นสิ่งที่มีค่า โดยอาศัยอารมณ์ความรู้สึกหรือสติปัญญา ที่สอดคล้องกับเรื่องราวของตนกับชุมชนนั้นๆ ดังนั้นความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น (local wisdom) หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน (popular wisdom) หมายถึง ลักษณะของความรู้ที่ชาวบ้าน ได้รับการเรียนรู้จากคนในครอบครัว อาจจะเป็นพ่อแม่ หรือปู่ย่าตายาย ปราชญ์ชาวบ้าน หรือผู้ที่ทรงภูมิความรู้ หรือมีความเชี่ยวชาญในหมู่บ้าน หรือท้องถิ่นนั้นๆ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการสั่งสมประสบการณ์และองค์ความรู้เรื่องการทำมาหากิน ตัวอย่างเช่น เทคนิคทางการเกษตร ความรู้ทางด้านพืชพันธุ์ธัญญาหาร การทำนา การเลี้ยงสัตว์ งานจักสาน หรือการนำเอาต้นทุนทางสังคมหรือวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาประดิษฐ์คิดค้นให้กลายเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ทั้งในการทำงานและในครัวเรือน นอกจากนี้ยังมีเรื่องของการใช้สมุนไพรเป็นการใช้เพื่อการรักษาหรือ ใช้เพื่อการป้องกันโรคภัยต่างๆที่จะเกิดขึ้นเบื้องต้น ในแง่มุมของศิลปวัฒนธรรม ยังมีทั้งการละเล่น ดนตรี เครื่องดนตรี หรือความเชื่อจากประเพณีต่างๆ ดังนั้น คำว่าภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงมีความหมายครอบคลุมที่ค่อนข้างกว้าง แต่หากจะอธิบายง่ายๆคือ เป็นความรู้ความสามารถที่บรรพบุรุษได้สั่งสมประสบการณ์เหล่านั้นแล้วสร้างสรรค์ออกมาในรูปแบบของภูมิ

ปัญญาแล้วถ่ายทอดไปยังลูกหลานหรือคนในชุมชน ผ่านวิธีการสอนหรือปฏิบัติเป็นแบบอย่าง เป็นลักษณะของการรักษาไว้ในสิ่งที่ดีงาม ให้ยังดำรงไว้และคงอยู่ถึงปัจจุบัน การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นเหมือนการรวบรวมเอาองค์ความรู้หรือประโยชน์จากการประยุกต์ใช้สิ่งที่เคยมีการเรียนรู้จากอดีตมาผสมผสานกับความรู้หรือองค์ความรู้ในปัจจุบัน ให้เหมาะสมกับยุคและสมัย ตัวอย่างที่สามารถมองเห็นได้ชัดคือ การใช้ยาสมุนไพรในการรักษาโรคในโรงพยาบาล การทำพิธีบวชต้นไม้ เพื่อให้คนร่วมมือกันอนุรักษ์ป่า เป็นต้น

หากกล่าวถึงเรื่องภูมิปัญญาได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายและอธิบายถึงลักษณะของภูมิปัญญาไว้ค่อนข้างมากโดยในต่างประเทศ ไฮดีโอะ ยามาซากิ นักวิชาการชาวญี่ปุ่น อธิบายว่า ภูมิปัญญา (wisdom) เป็นองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัวของบุคคล โดยบุคคลนั้นสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนา ในการแก้ปัญหา เพื่อการทำงานและเกิดประโยชน์ โดยบางครั้งเป็นการนำปัญญามาใช้ในการปฏิบัติจนกระทั่งยกระดับไปสู่นวัตกรรม (Innovation) หรือนวัตกรรมแห่งความสำเร็จ ซึ่ง Hideo Yamazaki ได้สรุปนิยามของความรู้ที่อยู่ใน รูปแบบของปิรามิดแห่งความรู้หรือระดับความรู้ ทั้งหมด 4 ประเภท ได้แก่ 1) ข้อมูล(Data) 2) สารสนเทศ (Information) 3) ความรู้ (Knowledge) และ 4) ภูมิปัญญา (Wisdom) จากทฤษฎีปิรามิดแห่งความรู้ของยามาซากิ ทำให้ทราบว่า ภูมิปัญญานับเป็นความรู้ขั้นสูงสุดตามนิยามของความรู้ที่อยู่ในรูปแบบของปิรามิดแห่งความรู้ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกมาฐานที่เป็นทั้งข้อมูล สารสนเทศและ ความรู้จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นของประเทศไทยมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละภูมิภาคตามลักษณะของพื้นที่ ดังนั้นภูมิปัญญา ภูมิปัญญาไทย ภูมิปัญญาชาวบ้าน และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นความรู้ ข้อมูล ที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ของการดำรงชีวิตมาจนถึงปัจจุบัน องค์ความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการแบ่งประเภทและการจัดกลุ่มค่อนข้างหลากหลาย โดยคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ได้แบ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. ภูมิปัญญาที่เป็นด้านความคิด คติ ความคิด ความเชื่อ หลักการพื้นฐาน เป็นเรื่องที่เกิดจากความรู้ การสังสมประสบการณ์ ที่มีการถ่ายทอดผ่านเรื่องราวของพิธีกรรม ความเชื่อ ความศรัทธา เพื่อการดำรงอยู่ที่อาศัยร่วมกันกับธรรมชาติ เป็นประโยชน์ในการดำรงชีพ แล้วนำเอาสิ่งเหล่านี้มาพัฒนาชีวิตและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อาทิ การรวมกลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์ ธนาคารแห่งชีวิตเพื่อพัฒนาหมู่บ้าน การจัดตั้งป่าสมุนไพร กลุ่มทอผ้า กลุ่มแปรรูปต่างๆ เป็นต้น

2. ภูมิปัญญาที่เป็นด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี หรือขนบธรรมเนียมปฏิบัติต่างๆ เป็นการแสดงออกถึงการใช้ขนบธรรมเนียมปฏิบัติที่เป็นรูปแบบเป็นแบบแผน และ

แนวทางในการดำเนินชีวิต โดยอาจเป็นสิ่งที่มีการที่สืบทอดหรือปฏิบัติกันมาหลายชั่วอายุคน หรือ จากรุ่นสู่รุ่น อาทิ งานจักสานงานปั้นดินเผา แกะสลัก งานก่อสร้างหัตถกรรม ภาพเขียน รวมไปถึง การรำ เพลงพื้นบ้าน เป็นต้น

3. ภูมิปัญญาที่เป็นด้านการประกอบอาชีพในท้องถิ่น เป็นการประกอบอาชีพที่ นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาให้เหมาะสมกับยุคสมัย เป็นการยึดหลักการที่มุ่งเน้น ให้รู้จักการพึ่งพาตนเอง กลับไปสู่การอาศัยความสมดุลทางธรรมชาติ การประกอบอาชีพใน ท้องถิ่น และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและวัฒนธรรมได้อย่างภาคภูมิใจ ผ่านการส่งเสริมประสพการณ์ และกำลังปัญญา เป็นต้น

4. ภูมิปัญญาที่เป็นด้านแนวความคิด หลักปฏิบัติ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็น การนำเอาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตเข้ามาประยุกต์ใช้ใ้ นการพัฒนาต่างๆ ทั้งในด้านความคิด และวิถีปฏิบัติที่ชาวบ้านนำมาดัดแปลงใช้ในการดำรงชีพ ประกอบอาชีพในชุมชนอย่างเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่

ขณะเดียวกันภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละภูมิภาค ยังสามารถจำแนกประเภทตามลักษณะได้ 10 ประเภท ดังนี้

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับด้านความเชื่อและพิธีกรรมทางศาสนา ใน ประเทศไทยมีความเชื่อการนับถือศาสนาที่หลากหลาย ก่อให้เกิดลักษณะของความเชื่อและภูมิ ปัญญาที่แตกต่างกันไปตามภูมิภาคของแต่ละท้องถิ่น โดยสิ่งเหล่านี้เป็นการเชื่อมโยงถึง ขนบธรรมเนียมการปฏิบัติ วิถีชีวิต และการให้ความเคารพตามหลักความเชื่อนั้นๆ ที่ส่งเสริมเป็น ความรู้ประสพการณ์ และถ่ายทอดผสมผสานกันมาจนกลายเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับด้านพิธีกรรมประเพณี เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกระจายอยู่ ทุกภูมิภาคของประเทศไทยความ ภูมิปัญญาด้านประเพณีหรือพิธีกรรมจึงเป็นรูปแบบในการยึดถือ ปฏิบัติเพื่อเป็นการเพิ่มขวัญและกำลังใจ เป็นการให้ความเคารพนับถือในสิ่งที่มีมาตั้งแต่เดิมใน ท้องถิ่น เพื่อการดำรงชีวิตและเป็นการปกป้องรักษาให้การใช้ชีวิตของตุนั้นมีความสุขในวิถีชีวิตใน แต่ละท้องถิ่น เป็นการใช้ชีวิตที่ให้ความเคารพกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเคารพกับธรรมชาติ

3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับด้านศิลปะประจำถิ่นหรือศิลปะพื้นบ้าน เป็น รูปแบบของการถ่ายทอดภูมิปัญญาที่เป็นลักษณะของศิลปะประจำถิ่นและศิลปะพื้นบ้านที่มี คุณค่าเฉพาะถิ่น เป็นการสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ ผลงาน จากทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น จากต้นทุน ในชุมชน ซึ่งวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นตัวของศิลปะต่างๆตามแนววิถีชุมชน นั้นๆ

4. ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและพืชผักประจำถิ่น เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถ่ายทอดถึงวิธีการในการดำรงชีวิต การกินอยู่ การบริโภคพืชผักที่เกิดขึ้นประจำถิ่น ซึ่งรวมไปถึงเทคนิควิธีการในการแปรรูปการถนอมอาหารซึ่งเป็นการยืดระยะเวลาอาหารไว้บริโภคในระยะยาว

5. ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการละเล่นพื้นบ้าน เป็นการถ่ายทอดขนบธรรมเนียมการละเล่นพื้นบ้านในรูปแบบวิธีการ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการละเล่น หรือวิธีการประดิษฐ์อุปกรณ์การละเล่นที่ทำมาจากทรัพยากรทางธรรมชาติซึ่งเป็นที่สามารถเห็นได้ในท้องถิ่น เป็นการเชื่อมโยงวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับธรรมชาติ โดยการละเล่นพื้นบ้านถือเป็นการผ่อนคลาย เป็นการสร้างความเพลิดเพลินให้กับชุมชนหรือท้องถิ่นตามแนววิถีชีวิตสังคมวัฒนธรรมและภูมิภาคในท้องถิ่นนั้นๆ

6. ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านศิลปวัฒนธรรม เป็นการรังสรรค์ศิลปะของแต่ละท้องถิ่น ที่ผสมผสานความเชื่อวิถีชีวิต ประเพณี ที่สอดคล้องกับสังคมวัฒนธรรม โดยแสดงออกในรูปแบบของสถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม ที่เป็นรูปแบบเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น สะท้อนมุมมองถึงความเชื่อ วิถีชีวิต จากการได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น ออกมาในรูปแบบของงานศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละท้องถิ่น

7. ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านเพลงพื้นบ้าน ในภูมิภาคต่างๆของประเทศไทยสามารถพบเจอเพลงพื้นบ้านหรือท่วงทำนองบทเพลงที่สะท้อนให้เห็นถึงความสนุกสนาน วิถีชีวิตความเชื่อ และวัฒนธรรม รวมไปถึงบทเพลงที่แฝงไปด้วยคติเตือนใจที่มีไว้เพื่อสั่งสอนให้กับคนในสังคม เป็นภูมิปัญญาในการแสดงออกซึ่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในรูปแบบของบทเพลงพื้นบ้านตามแต่ละท้องถิ่นและภูมิภาคนั้นๆ

8. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับตำรายาพื้นบ้าน เป็นการนำภูมิปัญญาประสบการณ์ความรู้ ด้านยาสมุนไพร ตำรับยาพื้นบ้าน โดยภูมิปัญญาด้านนี้ ถ่ายทอดถึงองค์ความรู้ ประสบการณ์ วิธีการรักษา สำหรับผู้ป่วย โดยให้ยาสมุนไพรในการทำการรักษา ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ของการดำรงชีวิตของมนุษย์ หากได้รับการค้นคว้าและวิจัยเพิ่มเติมคาดว่าจะประโยชน์ในทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน ที่มีองค์ความรู้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับตำรายาพื้นบ้านในอนาคตได้

9. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการประดิษฐ์สิ่งของเพื่อใช้เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สรรสร้างเกี่ยวกับการประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือการใช้ในครัวเรือนนอกจากนี้ยังเป็นสิ่งที่ชุมชนสามารถนำเอาทรัพยากรที่มีใน

ชุมชนมาประดิษฐ์คิดค้นเป็นหัตถกรรมเพื่อให้เกิดรายได้ให้แก่ครัวเรือนและชุมชนเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่พบได้ในประเทศไทยทั่วทุกภูมิภาค

10. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับด้านการดำเนินชีวิต สังคม สภาพแวดล้อมและธรรมชาติโดยทั่วไปในภูมิภาคของประเทศไทยมีลักษณะที่แตกต่างกัน ทำให้ทรัพยากรทางธรรมชาติหรือสภาพแวดล้อมต่างๆของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกัน การประกอบอาชีพทางด้านการเกษตรกรรมหรือการประกอบอาชีพต่างๆ ก็ล้วนแล้วแต่มีความแตกต่างกันตามลักษณะของภูมิประเทศและภูมิอากาศของแต่ละท้องถิ่น ทำให้เราได้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แตกต่างกันในการดำรงชีวิตหรือการใช้ชีวิตตามลักษณะของสภาพแวดล้อมต่างๆที่มีรูปแบบวิธีการหรือเทคนิคต่างๆที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

การศึกษาถึงประเภทของภูมิปัญญา (พัชรินทร์ สิริสุนทร, 2550) ได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของภูมิปัญญาว่าส่วนที่สำคัญในการจำแนกลักษณะของภูมิปัญญานั้นสามารถจำแนกได้ 2 ประการ ได้แก่ 1) ลักษณะภูมิปัญญาที่เป็นรูปแบบนามธรรม อาทิ ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม วิถีชีวิต ประเพณี ขนบธรรมเนียมการปฏิบัติ หลักการในดำรงชีวิต และ 2) ลักษณะภูมิปัญญาที่เป็นรูปธรรม อาทิ เครื่องมือ ผลิตภัณฑ์ งานศิลปหัตถกรรม เครื่องมือเครื่องใช้ในการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพ เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นกระบวนการที่ส่งต่อองค์ความรู้ผ่านการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง เป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์วิถีชีวิตผ่านการเรียนรู้ ในวิธีการต่างๆ โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้นั้นเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้เห็นถึงความรู้ที่ได้รับผ่านกระบวนการในการถ่ายทอดอันจะนำไปสู่เทคนิคและวิธีการของแต่ละลักษณะของความหมายกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาต่อไป

3.2 แนวคิดที่เกี่ยวกับกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญา

ผู้วิจัยเน้นการศึกษากระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญา กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น อันได้แก่ พ่อแม่ผู้ปกครอง ผู้สูงอายุในครอบครัว ประชาชน ชุมชน ซึ่งเป็นรูปแบบทุนทางสังคมแบบภูมิปัญญาที่สืบทอดกันระหว่างคนต่อคน ดังนั้นการศึกษากระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)

โดยการสืบทอดและถ่ายทอดภูมิปัญญา สามารถถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งสามารถเกิดขึ้นได้หลายช่องทาง ได้แก่ ครอบครัว ชุมชน วัด สำนัก เป็นต้น โดยการเรียนรู้เป็นการซึมซับพ่อแม่โดยการสังเกตสิ่งที่พ่อแม่ทำ การช่วยเหลือพ่อแม่และค่อยๆทำตามทำเอง เรื่อง

เกี่ยวกับการทำมาหากิน การใช้เครื่องมือต่างๆ การทอผ้า หัตถกรรม ล้วนเกิดจากการปฏิบัติและ ซึมซับที่ละเล็กละน้อย (เสรี พงษ์พิศ, 2548)

วิธีการถ่ายทอดภูมิปัญญาที่สำคัญ มี 2 วิธี คือ การถ่ายทอดโดยตรงและการ ถ่ายทอดโดยอ้อม สามารถสรุปได้ดังนี้

1) การถ่ายทอดโดยตรง ถ่ายทอดโดยการบอกเล่าจากรุ่นสู่รุ่น จะเป็นในรูปแบบ ของการบอกเล่า หรือแสดงให้เห็น หรืออาจจะอยู่ในรูปแบบของบันทึก ตำรา หรือในรูปแบบลาย ลักษณะอักษร ตัวอย่างเช่น การบอกเล่าถึงวิธีปฏิบัติ การอบรมสั่งสอน หรือสูตรยาสมุนไพรต่างๆ เป็นต้น

2) การถ่ายทอดโดยทางอ้อม เป็นการสอดแทรกเอาภูมิปัญญาหรืออาจจะ เชื่อมโยงกับศิลปการแสดงมุ่งเน้นไปด้านความบันเทิง อาทิ งานจิตรกรรม ศิลปะการแสดงประจำถิ่น ตามลักษณะของภูมิภาค อาทิ การแสดงลิเก ลำตัด โดยเป็นรูปแบบที่ทำให้เห็นหรือการแสดงร่วม เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญานั้นจะเกิดขึ้นเมื่อมีผู้เรียนและผู้สอน เป็นขั้นตอนและกระบวนการอย่างหนึ่งของการถ่ายทอดจากการเรียนรู้ดังกล่าว มีผู้สอนและผู้เรียน “การเรียนรู้ย่อมเกิดขึ้น” (พัชรินทร์ สิริสุนทร, 2550)

ส่วนที่ 4 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเรียนรู้

เมื่อพูดถึงแนวความคิดการเรียนรู้ มีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้ให้ความหมาย เกี่ยวกับทฤษฎีและแนวคิดเรื่องของการเรียนรู้ไว้มากมาย ได้แก่ แนวคิดพฤติกรรมนิยม (Behaviorist) แนวคิดทางด้านปัญญานิยม (Cognitivist) แนวคิดทางด้านมนุษยนิยม (Humanist) แนวคิดการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning) และแนวความคิดการสร้างองค์ความรู้ (Constructivist) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดด้านการเรียนรู้ปัญญาสังคม (Social Learning Theory) เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงกระบวนการเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ที่เกิดจากการสังเกต การเรียนรู้จากตัวแบบ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เหตุการณ์ และสถานการณ์ที่บุคคลนั้นมีความสนใจ จากนั้นนำมาวิเคราะห์และแสดงออกเป็น พฤติกรรม (Christian Toban & Herman Sjahrudin, 2016)

การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่ทำให้บุคคลเกิดองค์ความรู้ ที่ได้รับจากการถ่ายทอดองค์ ความรู้นั้นไปใช้ในการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการ เรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อาศัยการ

การเรียนรู้เงื่อนไขทางสังคม วัฒนธรรม และลักษณะส่วนบุคคลใด ในการสร้างการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ที่มีแนวคิดทางสังคม

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (social cognitive theory)

เป็นแนวคิดของแบนดูรา(Bandura Albert, 1977) ได้ให้ความหมายว่าเป็นการเรียนรู้จากการสังเกตพฤติกรรมของบุคคล เป็นการเรียนรู้จากทัศนคติ โดยผลลัพธ์ของพฤติกรรมนั้นเกิดจากการสังเกตจากตัวแบบ เป็นการเลียนแบบพฤติกรรมของมนุษย์ ด้วยพฤติกรรมส่วนมากที่เกิดขึ้น จะได้รับอิทธิพลมาจากตัวแบบที่ผู้สังเกตนำมาแสดงออกเป็นพฤติกรรม โดยสิ่งนั้นจะถูกบันทึกไว้ในความทรงจำ และสามารถนำออกมาใช้ได้เมื่อต้องการที่จะแสดงออกเป็นลักษณะของการซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรม ทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม(social cognitive theory) เป็นอีกหนึ่งทฤษฎีที่มุ่งเน้นในการอธิบายถึงการเกิดพฤติกรรมจากการสังเกตจากตัวแบบ โดยแบนดูราเชื่อว่า มนุษย์สามารถเรียนรู้สิ่งต่างๆไม่ว่าจะเป็นในส่วนของข้อมูลข่าวสารที่ได้เห็นได้ยินหรือได้สัมผัสก็จะสามารถนำสิ่งเหล่านั้นมาเรียนแบบจนเกิดเป็นพฤติกรรมได้ โดยอาศัยการจดจำเรื่องราวที่ผ่านจากการมองเห็นหรือการสังเกตจากตัวแบบหรือบุคคลรอบข้าง สิ่งเหล่านี้ที่ได้กล่าวไปข้างต้น เรียกว่า การเรียนรู้โดยการสังเกต(Observational Learning)

ซึ่งแบนดูรา(Bandura Albert, 1977) ได้แบ่งตัวแบบออกเป็น 4 ประเภทหลักคือ

1. ตัวแบบทางพฤติกรรม (Behavioral Modeling) ลักษณะของพฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงให้เห็นเป็นแบบอย่างโดยผู้ที่เลียนแบบพฤติกรรมนั้นจะสังเกตจากรูปแบบของลักษณะท่าทางหรือการกระทำที่บุคคลนั้นแสดงออกให้เห็น อาทิ การไหว้ผู้ที่มีอาวุโสสูงกว่า ซึ่งแบนดูรา อธิบายว่าตัวแบบด้านพฤติกรรมนี้จะเป็นตัวแบบที่มีอิทธิพลในการเสริมสร้างพฤติกรรมใหม่หรือในการกระทำหรือแสดงออกด้านพฤติกรรมคนทางมาก

2. ตัวแบบทางวาจา (Verbal Modeling) หมายถึง การแสดงออกของตัวแบบในทางวาจา เป็นการพูดคุยกบอกกล่าว หรือเขียน เป็นรูปแบบในการแสดงออกว่าต้องการอะไรจะทำอะไรรูปแบบอย่างไร เพราะสิ่งเหล่านี้มนุษย์สามารถสังเกตเห็นในการกระทำต่างๆและสามารถจินตนาการได้จากการฟัง ดังนั้นการพูดหรือการบอกกับผู้อื่น หรือแม้กระทั่งการอ่านจากหนังสือหรือตำราที่ผู้อื่นเขียน ก็สามารถส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมได้ อาทิ การทำอาหารจากตำรา

3. ตัวแบบสัญลักษณ์ (Symbolic Modeling) หมายถึง รูปแบบของตัวแบบที่เป็นลักษณะของภาพหรือเสียง ผ่านทางช่องทางต่างๆไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อโซเชียล ล้วนเป็นสิ่งที่ส่งผลให้เกิดการสังเกตและเลียนแบบพฤติกรรมได้

4. ตัวแบบสัมผัส (Kinesthetic Modeling) หมายถึง เป็นการเรียนรู้จากตัวแบบที่มีลักษณะต้องให้รูปแบบของการสัมผัสเข้ามาเป็นตัวส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรม ซึ่งลักษณะของการเรียนรู้จากตัวแบบในเชิงของการสัมผัสอาจจะเป็นในลักษณะของการสัมผัสจากปากของครูผู้สอนที่จะมีผลต่อการออกเสียง หรือติดหูหนวก คนตาบอด ที่ต้องเน้นการสัมผัสเข้ามาเป็นส่วนช่วยในการแสดงพฤติกรรม

การเรียนรู้โดยการสังเกต เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่สามารถเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลมีการมีการสังเกตและเลียนแบบพฤติกรรมของบุคคลอื่น ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ ขั้นใส่ใจ (Attention) ขั้นจดจำ (Retention) ขั้นเลียนแบบ (Reproduction) และขั้นจูงใจ (Motivation) โดยสามารถเชื่อมโยงให้เห็นการเกิดพฤติกรรมได้ดังนี้ ในขั้นใส่ใจนั้น คือการที่บุคคลให้ความสนใจหรือใส่ใจในพฤติกรรม ชินในการสร้างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ผู้สร้างได้ให้ความสนใจและใส่ใจ ในการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นมาสรรค์สร้างเป็นนวัตกรรม หรือสินค้าที่มีคุณภาพ สร้างรายได้ให้กับตนเอง เปลี่ยนช่องทางการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ เป็นต้น ซึ่งในขั้นนี้ แบบดูว่า อธิบายเพิ่มเติมว่า บุคคลจะไม่สามารถแสดงพฤติกรรมหรือเลียนแบบพฤติกรรมจากการสังเกตได้เลยหากขาดซึ่งความใส่ใจหรือความสนใจในสิ่งนั้น ขั้นตอนมาคือขั้นของการจำ เป็นขั้นของการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากการสังเกตพฤติกรรมหรือการสังเกตที่เกิดจากการใส่ใจในสิ่งๆ นั้น สนใจอยากจะทำอะไรไปไว้ในความทรงจำระยะยาว เพื่อที่จะสามารถนำเอาความรู้นั้นกลับมาใช้ได้ ในครั้งต่อไป โดยบุคคลที่สังเกตนั้นอาจจะเก็บข้อมูลต่างๆ ไว้ในรูปแบบของสัญลักษณ์ การสร้างรูปภาพไว้ในความคิด หรือคำพูดที่สามารถสื่อถึงสิ่งที่ตนเองนั้นสามารถจะเรียนแบบได้แม้ว่าจะผ่านช่วงเวลามานานแล้วก็ตาม เมื่อได้รับการใส่ใจแล้วเข้าสู่กระบวนการของการจำก็จะส่งต่อไปสู่กระบวนการของขั้นของการเลียนแบบ หน่วยขั้นนี้เป็นขั้นของการที่บุคคลได้นำเอาสิ่งที่ตัวเองนั้นได้ผ่านการเรียนรู้และการจดจำมาใช้ในการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมโดยได้มาจากการเลียนแบบพฤติกรรมของตัวแบบ ในลักษณะที่ตนเองนั้นเข้าใจผ่านกระบวนการเรียนรู้จากการใส่ใจและจดจำ ดังนั้นพฤติกรรมที่แสดงออกมาของแต่ละบุคคลจึงมีลักษณะที่ค่อนข้างแตกต่างกันเนื่องจาก ขั้นตอนการใส่ใจและการจดจำของแต่ละบุคคลอาจจะมีลักษณะที่ไม่เหมือนกัน และขั้นสุดท้ายขั้นจูงใจ เป็นขั้นที่บุคคลนั้นได้ให้รางวัลหรือคำชมเชยที่ทำหน้าที่เป็นแรงเสริมให้บุคคลทำการลอกเลียนแบบ โดยแบบดูว่าได้แบ่งแรงเสริมออกเป็น 3 ลักษณะคือ แรงเสริมโดยตรง แรงเสริมที่ได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น และแรงเสริมจากตนเอง (Robbins, 2016) สำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นกระบวนการหนึ่งของการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมเช่นกัน โดยต้องมีการเรียนรู้จากตัวแบบต่างๆ ที่ได้กล่าวเอาไว้ข้างต้นนั้น ในตัวแบบทางพฤติกรรมนั้น การ

สร้างสรรค์นวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ถ่ายทอดนั้นต้องเป็นผู้ที่มีองค์ความรู้ในภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นแบบอย่างที่ดีมีความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดองค์ความรู้นั้นให้กระทำตามได้

ส่วนที่ 5 แนวคิดการเกี่ยวกับความรู้และจัดการความรู้

เมื่อกล่าวถึงความรู้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายและศึกษาเกี่ยวกับคำว่าความรู้ไว้ค่อนข้างหลากหลาย ย้อนกลับไปตั้งแต่ ทฤษฎีความรู้ epistemology หรือ Theory of knowledge ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการกำเนิดของความรู้ว่ามนุษย์นั้นเรียนรู้ได้อย่างไรและเรียนรู้ด้วยวิธีใด ความรู้มาจากไหน การศึกษาวิจัยถึงเรื่องกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ตามแนวทางนี้ ความรู้จึงสามารถนำไปจัดการได้ความรู้อยู่ทั่วไปทั้งในส่วนที่ฝังอยู่ในตัวคนและอยู่ภายนอกตัวคน ซึ่งได้มีการบันทึกไว้ในรูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือ ตำรา หรือแฝงอยู่ในองค์กร ผลิตภัณฑ์ ความรู้เหล่านี้จะมีคุณค่าเมื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งในการที่จะบริหารจัดการความรู้ได้มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเข้าใจในธรรมชาติของความรู้

5.1 คำนิยามของความรู้

ความรู้ หมายถึง หลักวิชาที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า อาจจะมาจากการลองผิดลองถูกจนสิ่งสมเป็นประสบการณ์ ที่สามารถอธิบายได้ทั้งในเชิงของการปฏิบัติ ทักษะ และแนวความคิด โดยความรู้นั้นสามารถที่จะได้รับจากหลายช่องทางทั้งในส่วนของตำรา แนวทางการปฏิบัติ การพูด การได้ยิน โดยสิ่งเหล่านี้จะเป็นแนวทางให้องค์ความรู้แต่ละสาขาวิชานั้นสามารถที่จะถ่ายทอดหรือส่งต่อไปได้ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542, 2542)

ความรู้จึงเป็นพฤติกรรมที่ผู้เรียนรู้สามารถนึกถึงและเกิดความจำได้จากการได้ยินมองเห็น ซึ่งความรู้ระดับนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการจดจำความหมาย ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์และแสดงออกมาในรูปแบบของการแปล โดยจะถูกถ่ายทอดออกมาในลักษณะของการเขียน บรรยายในเรื่องราวต่างในรูปแบบการใช้คำพูดของแต่ละคน รวมถึงการแสดงออกมาในรูปแบบของความ คิดเห็น ข้อสรุป และสามารถคาดคะเนเหตุการณ์ต่างๆ ได้ (อัศวร สวัสดิ์, 2542)สอดคล้องกับ (Todd R. Groff & Thomas P. Jones, 2003, กิตติ ภัคดีวัฒน์กุล, 2546) ความรู้คือ สารสนเทศที่มักเกิดมาพร้อมกับความเข้าใจและความสามารถในตัวของแต่ละบุคคลความรู้หมายถึง เรื่องที่เกี่ยวกับการนึกถึงวิธีการและกระบวนการของสิ่งเฉพาะ โดยจะเน้นในเรื่องของกระบวนการของจิตวิทยา ที่

จะใช้เชื่อมโยงกระบวนการต่างๆ เพื่อให้เกิดการจัดระเบียบข้อมูล โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ว่าคุณมีความรู้มีทั้งหมด 6 ระดับโดยจะเรียงจากน้อยไปมาก ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) หมายถึง การเรียนรู้ที่เน้นการจำและการระลึก ถึงสิ่งต่างๆ และเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งจะเป็นความจำที่เริ่มจากสิ่งที่ยังไปจนถึงสิ่งที่ซับซ้อน และมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

2. ความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด (Comprehension) เป็น กระบวนการทางสติปัญญาเพื่อขยายความรู้ที่มีให้กว้างออกไปอย่างสมเหตุสมผล ในรูปแบบของการแสดงพฤติกรรมเพื่อสื่อความหมาย และการสรุปเพื่อขยายความสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. การนำไปปรับใช้ (Application) คือ กระบวนการในการนำความรู้ และความเข้าใจหรือความคิดรวบยอดในเรื่องใดๆ ที่มีอยู่เดิม นำไปใช้แก้ปัญหาที่แปลกใหม่หรือใน มุมมองที่ต่างกันของเรื่องเดิม โดยสามารถสรุปและขยายความสิ่งนั้นได้

4. การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นความสามารถและทักษะที่สูงขึ้นมาอีก ขึ้นจากความเข้าใจและการนำไปใช้โดยจะสามารถแยกแยะสิ่งที่สนใจนำมาพิจารณาเป็นสัดส่วน เพื่อ ดูส่วนประกอบต่างๆ ว่ามีความสัมพันธ์และเข้ากันได้หรือไม่ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจที่แท้จริง

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นความสามารถในการรวบรวมส่วน ต่างๆ ทั้งส่วนย่อยและส่วนใหญ่เข้าด้วยกัน เพื่อให้เป็นเรื่องเดียวกัน เพื่อสร้างรูปแบบหรือโครงสร้าง หมายบท และอาศัยความคิดสร้างสรรค์ภายใต้ขอบเขตที่กำหนด

6. การประเมินผล (Evaluation) เป็นความสามารถในการตัดสินใจ เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีการกำหนดเกณฑ์ที่จะใช้ในการประเมิน ซึ่งต้องใช้ความสามารถทั้ง 5 ตามที่กล่าวมาข้างต้นประกอบการพิจารณาเพื่อให้ได้ผลที่ดีที่สุด

เมื่อเข้าใจในธรรมชาติและกระบวนการ ความหมาย ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ที่จะใช้เชื่อมโยงกระบวนการต่างๆ เพื่อให้เกิดการจัดระเบียบข้อมูล โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ว่าคุณมีความรู้มีขั้นตอนอย่างไรบ้างนั้นอาจต้องอาศัยกระบวนการจัดการเรียนรู้เข้ามาเพื่อ จัดการกับข้อมูลพร้อมทั้งการถอดองค์ความรู้เพื่อนำไปใช้ในการส่งเสริมในเรื่องต่างๆต่อไป

5.2 แนวคิดการจัดการความรู้

โดยแนวคิดการจัดการความรู้ (Knowledge Spiral หรือ SECI Model) ของ (Nonaka & Takeuchi, 1959) ได้อธิบายถึงความสามารถในการเข้าใจเรียนรู้งานงานเข้าใจตามบริบท โดยเป็นรูปแบบของการถ่ายทอดจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง โดยเป็นการถ่ายทอดผ่าน

มุมมองของความรู้ Knowledge และ Tacit Knowledge ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ เป็นวงจรที่มีการเรียนรู้ตลอดเวลา ซึ่งเป็นหนึ่งในทฤษฎีหนึ่งของกระบวนการบริหารจัดการความรู้

SECI Model แบ่งการแลกเปลี่ยนความรู้ออกเป็น 4 วิธีคือ

1) Socialization การถ่ายทอดทางสังคมเป็นการถ่ายทอดหรือการแบ่งปันองค์ความรู้จากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง จาก Tacit Knowledge สู่ Tacit Knowledge เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ รูปแบบการทำงาน ปัญหาอุปสรรคตลอดจนวิธีการแก้ไขปัญหาในงาน รวมไปถึงการสอนงานระหว่างหัวหน้างานกับลูกน้อง โดยเป็นการสื่อสารในรูปแบบของการแลกเปลี่ยนประสบการณ์โดยตรง ทั้งที่เป็นรูปแบบทางการและไม่เป็นทางการ

2) Externalization เป็นรูปแบบของการถ่ายโอนความรู้หรือการการสกัดองค์ความรู้จาก Explicit Knowledge ไปสู่ Tacit Knowledge โดยวิธีการถ่ายทอดความรู้นั้นสามารถสกัดออกมาในรูปแบบของลายลักษณ์อักษร ตำรา คู่มือปฏิบัติงาน

3) Combination เป็นองค์ความรู้ที่ได้จากการรวบรวมจาก Explicit Knowledge ใหม่ๆ คือรวบรวมความรู้จากเอกสาร ตำรา หนังสือที่เป็นลายลักษณ์อักษร ไปสร้างสรรค์งานใหม่ๆ ให้มีความรู้ใหม่แล้วนำไปเผยแพร่แก่สมาชิกในองค์กร

4) Internalization เป็นการนำเอาความรู้จาก Explicit Knowledge ไปสู่ความรู้ที่ฝังลึก Tacit Knowledge โดยเป็นการนำความรู้ที่ได้มานั้นไปสู่การปฏิบัติจริง ด้วยอาจจะออกมาในรูปแบบของแนวทางการปฏิบัติ หรือคู่มือการปฏิบัติงาน เมื่อมีผู้ต้องการเข้ามาใช้ต่อสามารถก่อให้เกิดความรู้และประสบการณ์ได้โดยทันที

5.3 องค์ประกอบหลักของการจัดการความรู้

มีองค์ประกอบหลักในการจัดการความรู้ดังนี้

1. คน (People) เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญที่สุดเนื่องจากคน (People) เป็นแหล่งที่สำคัญขององค์ความรู้ วิธีการ และกระบวนการต่างๆ ที่จะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์

2. เครื่องมือและเทคโนโลยี (Tool and Technology) เป็นองค์ประกอบที่ทำให้คนสามารถใช้ในการศึกษาค้นคว้า จัดเก็บองค์ความรู้ การแลกเปลี่ยน ตลอดจนเป็นเครื่องมือที่สามารถนำเอาความรู้ไปใช้ได้สะดวกและรวดเร็ว

3. กระบวนการความรู้ (Knowledge Process) เป็นกระบวนการในการบริหารจัดการ องค์ความรู้ที่ได้จากแหล่งความรู้ต่างๆ ไปสู่ผู้ที่ต้องการใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ด้วยกระบวนการนี้อาจจะเป็นขั้นตอนวิธีการทำงาน และการพัฒนางาน จนกระทั่งเกิดการพัฒนาไปจนถึงขั้นนวัตกรรม

นอกจากนี้ยังนิยมใช้ที่ใช้เปรียบเทียบการจัดการความรู้ เหมือนกับปลาหูหนึ่งตัวที่มี 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 หัวปลา (Knowledge Vision- KV) เป็นตัวกำหนดทิศทางของเป้าหมาย ในขั้นตอนของกระบวนการในการจัดการความรู้ โดยในกระบวนการจะต้องตอบให้ได้ว่าต้องการจัดการความรู้เรื่องอะไร มีวัตถุประสงค์อย่างไร

ส่วนที่ 2 ตัวปลา (Knowledge Sharing-KS) เป็นส่วนของการทำการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ทำให้เกิดการหมุนเวียนขององค์ความรู้ หรือการยกระดับความรู้ไปสู่การพัฒนาเป็น นวัตกรรม อาจจะออกมาในรูปแบบของกระบวนการ แนวทางการปฏิบัติที่ดี หรือคู่มือที่ได้จากข้อ ค้นพบจากการแลกเปลี่ยน

ส่วนที่ 3 หางปลา (Knowledge Assets-KA) เมื่อเกิดกระบวนการแลกเปลี่ยน เรียนรู้เสร็จสิ้นแล้วชุดความรู้หรือองค์ความรู้จะถูกเก็บรวบรวมเป็นคู่มือ หรือเอกสารที่ใช้สำหรับ อธิบายถึงสิ่งที่ได้จากข้อกำหนดในการจัดการความรู้ที่เกิดขึ้น

5.4 กระบวนการจัดการความรู้

รูปแบบของกระบวนการจัดการความรู้(บุญดี บุญญาภิจ, 2549)ได้สรุปรูปแบบของ กระบวนการจัดการความรู้จาก นักวิจัยคนอื่นเพื่อให้สอดคล้องกับองค์กรแบบไทย โดยได้ประยุกต์มาจาก Demarest M., 1997) ซึ่งได้ แบ่งกระบวนการจัดการความรู้เป็น 7 กระบวนการ ดังนี้

1. การค้นคว้าหาความรู้ (Knowledge Identification) คือ เป็นระบบของการทำ ความเข้าใจภายในองค์กร โดยผ่านการกำหนดทิศทาง ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมาย ขององค์กรที่จะดำเนินการไปตามพันธกิจ ซึ่งการที่คนในองค์กรจะสามารถดำเนินการไปได้ใน ทิศทางเดียวกันนั้นอาจจะต้องใช้การบริหารจัดการ รวมไปถึงการร่วมกันแชร์ความรู้ความเข้าใจ หรือการศึกษาค้นคว้า ความรู้ที่จะนำมาใช้เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย นอกจากนี้ยังสามารถที่จะ ประเมินถึงคุณภาพขององค์กรว่าอยู่ในระดับใด

2. การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) เป็น กระบวนการเรียนรู้จากการศึกษาองค์ความรู้ที่ที่จัดกระจาย โดยเป็นกระบวนการในการ แสวงหาองค์ความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยนำเอาองค์ความรู้ที่ได้มาพัฒนาหรือจัดการ ให้องค์กรนั้นมีเป้าหมายร่วมกันและสอดคล้องตามการดำเนินการตามพันธกิจ

3. การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organizing) คือ การจัดการ ความรู้ให้เป็นระบบ คือกระบวนการในการนำความรู้มาจัดสรรให้เป็นระบบ เป็นหมวดเป็นหมู่ เพื่อให้ง่ายต่อการใช้งาน ง่ายต่อการศึกษาทำความเข้าใจของบุคคลในองค์กร

4. การประมวล และกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) คือ กระบวนการจัดการเอกสารของทั้งองค์กรให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน รวมทั้งคอยปรับปรุงเนื้อหาของความรู้ในทันสมัยอยู่เสมอ

5. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) คือ ความสามารถที่เข้าถึงความรู้ได้อย่างรวดเร็วทุกที่ทุกเวลาตามความต้องการ

6. การแบ่งปันความรู้ (Knowledge sharing) คือ การแลกเปลี่ยนความรู้โดยการถ่ายโอนความรู้นั้นออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร จากความรู้ที่ฝังไว้ในตัวคนกลายเป็นความรู้เด่นชัด และการถ่ายโอนความรู้จากคนสู่คน เช่น การหมุนเวียนงาน

7. การเรียนรู้ (Learning) คือ เป็นการเรียนรู้ แล้วสามารถนำความรู้ที่ได้รับ ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการตัดสินใจ การแก้ปัญหา เพื่อให้เกิดการพัฒนาในองค์กรต่อไป

โดยการจัดการความรู้ มุ่งเน้นที่คำถามว่ากลุ่มโอท็อป มีวิธีการอย่างไร ในการจัดการความรู้ของกลุ่ม และดำเนินการในเรื่องต่อไปนี้อย่างไร โดยมีการรวบรวมและถ่ายทอดความรู้ของสมาชิกในกลุ่ม ผสานและหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อสร้างความรู้ใหม่ รวบรวมและถ่ายทอดความรู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรม โดยเป็นกลุ่มที่มีการเข้าร่วมในโครงการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้(KBO) จึงมีหน่วยงานเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริม เพราะจะเห็นได้ว่าความคืบหน้าความรู้นั้นมีรูปแบบหลากหลาย การศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรม บนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยแนวคิดเรื่อง การจัดการความรู้เข้ามาเพื่อเป็นการถอดองค์ความรู้ที่เกิดขึ้น และเป็นการเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการเรียนรู้ของกลุ่ม เพื่อให้เกิดกระบวนการในการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง มีความยั่งยืนในการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ส่วนที่ 6 แนวคิดที่เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม

6.1 ลักษณะทางสังคม (Social Character)

ลักษณะทางสังคม(Walters,1978) ได้ให้ความหมายถึงลักษณะทางสังคมว่า เป็นรูปแบบที่เกี่ยวข้องกันของวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตประจำวัน โดยลักษณะทางสังคมนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การถ่ายทอดทางสังคม โดยประกอบไปด้วยบริบทขององค์ประกอบแยกตามลักษณะของสังคมนั้นๆ ซึ่งเป็นกลุ่มอ้างอิงในลักษณะทางสังคม เช่น ครอบครัว ชุมชน การมีตำแหน่งหรือ

บทบาททางสังคม อาชีพของแต่ละบุคคลที่มีในสังคม หรือสถานภาพของบุคคลในแต่ละสังคม โดยสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้ (นันทิดา ดอกแก้ว, 2551)

6.1.1) กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อลักษณะการแสดงออกทางพฤติกรรม ความเชื่อ หรือมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ที่มีผลต่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

6.1.1.1) กลุ่มอ้างอิงทางตรง (Direct or Membership Groups) เป็นรูปแบบที่มีลักษณะของการมีอิทธิพลของกลุ่มบุคคลที่ส่งต่อผลทัศนคติ ความเชื่อวิถีชีวิต ซึ่งเป็นลักษณะที่มีการติดต่อกันโดยตรงแบบเผชิญหน้า เหมื่อนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) Primary Groups กลุ่มปฐมภูมิ เป็นลักษณะของกลุ่มที่มีการติดต่อหรือมีปฏิสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ เป็นลักษณะของการติดต่อไปมา โดยลักษณะนี้จะมีรูปแบบในการติดต่อแบบไม่เป็นทางการเช่นการพูดคุยหรือติดต่อสื่อสารกันภายในครอบครัว หรือการมีปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบของเครือญาติ 2) Secondary Groups กลุ่มทุติยภูมิ เป็นรูปแบบของลักษณะของกลุ่มที่มีการติดต่อกันแบบเป็นทางการ โดยรูปแบบของการติดต่อนั้นจะเป็นในลักษณะของการติดต่อแบบนานครั้ง อาทิ การติดต่อในเชิงของกลุ่มศาสนา การค้า งานธุรกิจ หรือการติดต่อของสมาคมวิชาชีพ เป็นต้น

6.1.1.2) กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม (Indirect Groups) เป็นรูปแบบลักษณะของที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมโดยอ้อม ซึ่งอาจจะมาจากการมีปฏิสัมพันธ์ที่ไม่ได้เป็นการรู้จักเป็นการส่วนตัว ในลักษณะนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มบุคคลในอุดมคติ (Asp Rational Groups) เป็นกลุ่มที่มีลักษณะในอุดมคติคือเป็นกลุ่มคนที่ผู้อื่นใฝ่ฝันหรือต้องการจะเป็นเหมือน อาทิ นักร้อง นักแสดง พิธีกร นายแบบ นักกีฬา หรือกลุ่มของบุคคลที่มีชื่อเสียงต่างๆ และ 2) กลุ่มที่ไม่พึงปรารถนา (Dissociative Groups) เป็นกลุ่มที่มีลักษณะในการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่สังคมไม่ให้การยอมรับ เป็นลักษณะของบุคคลที่แสดงออกในเชิงที่ไม่ต้องการหรือไม่พึงประสงค์ที่จะเป็นเหมือน

6.2 แนวคิดที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม

6.2.1 ลักษณะทางวัฒนธรรม (Kornblum, 1988) ได้ให้ความหมายถึงลักษณะทางวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นบริบทของกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะผูกพันกันโดยอาศัยปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดการรวมกลุ่มไว้ด้วยกัน โดยจะเป็นลักษณะของการเรียนรู้ทั้งความเชื่อ แนวคิดและวิธีการของวัฒนธรรมต่างๆ ที่ตนเองสนใจภายใต้กระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ลักษณะทางวัฒนธรรมยังแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยๆ ซึ่งแต่ละกลุ่มย่อยนั้นเป็นองค์ประกอบของแต่ละวัฒนธรรมที่ยึดโยงกัน

ให้เห็นลักษณะของรูปแบบวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติกันมาของกลุ่มหนึ่ง กลุ่มใด อันจะสะท้อนให้เห็นถึงลำดับชั้นทางสังคม บริบทของสังคม แต่ละชุมชนนั้นๆ โดยปัจจัยทางวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ (นันทิดา ดอกแก้ว, 2551)

1) วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นรูปแบบของลักษณะทางวัฒนธรรมที่อธิบายถึงความต้องการพื้นฐานของการดำรงชีพ โดยสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดลักษณะของพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ผ่านการเรียนรู้และการถ่ายทอดวัฒนธรรม จะสังคมรอบข้าง ครอบครัว หรือค่านิยมบางประการตั้งแต่เด็กๆ โดยสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดถึงความต้องการของสินค้าและบริการ ที่แตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม เช่น สมหมายสร้างบ้านแล้วซื้อกระบือมาเพื่อมุงหลังคา ในขณะที่เดียวกันชาวแอฟริกาใช้ใบไม้หรือหญ้าทำเป็นหลังคา ที่ให้เห็นถึงความแตกต่างของความต้องการในการบริโภคอุปโภค ที่ต่างวัฒนธรรมการเป็นต้น

2) วัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือขนบธรรมเนียมประเพณี (Subculture) วัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือขนบธรรมเนียมประเพณี (Subculture) เป็นลักษณะของวัฒนธรรมที่แบ่งไปตามเชื้อชาติ(Nationality Groups) โดยมุ่งเน้นถึงลักษณะของความเป็นชนชาตินั้นๆ เช่น คนไทยที่มีลักษณะเชื้อชาติไทย ก็จะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกับคนไทยที่มีลักษณะเชื้อชาติแบบมุสลิม จะเห็นได้ว่าลักษณะที่แตกต่างกัน ทั้งในส่วนของศาสนา(Religious Group) สีผิว(Racial Group) ลักษณะทางภูมิศาสตร์(Geographical Areas) ก็จะมีอิทธิพลและส่งผลต่อการแสดงออกหรือขนบธรรมเนียมประเพณีวิถีการปฏิบัติที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น การสร้างสรรค์นวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นย่อมมีผลมาจากขนบธรรมเนียมประเพณีที่แตกต่างกันไปด้วย

6.2.2 ความสำคัญของวัฒนธรรม เป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งของความเป็นประเทศชาติ ดังคำกล่าวที่ว่า “ชนใดที่ไร้เสียซึ่งวัฒนธรรม ชนนั้นจะคงความเป็นชาติอยู่ไม่ได้” เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงลักษณะของภูมิภาคนั้นๆ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการมีอารยธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่าง ในหลายๆประเทศอาจจะมี ความเข้มแข็งในเรื่องของการทำสงคราม แต่หากซึ่งศิลปวัฒนธรรมก็ไม่ต่างจากการพ่ายแพ้ซึ่งความเป็นชาติ (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546) ได้อธิบายให้เห็นถึงความสำคัญของวัฒนธรรม ไว้ 6 ข้อดังนี้

1) เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างกันระหว่างบุคคล กลุ่มคน หรือวิถีชีวิตของชุมชน ที่แสดงออกซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

2) เป็นข้อบ่งชี้ให้เห็นถึงความมั่งคั่ง คุณค่า และแบ่งแยกความแตกต่างให้เด่นชัดระหว่างคนและสัตว์

3) ช่วยอธิบายถึงที่มาของเรื่องราวต่างๆ การแสดงออกให้เห็น หรือการให้คำกับสิ่งที่เรามองเห็น ตามวัฒนธรรมของกลุ่มชน

4) วัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดลักษณะของการดำรงชีวิตตามลักษณะที่พึงต้องการตามปัจจัย 4 ไม่ว่าจะป็นอาหาร ยารักษาโรค ที่รักนอน หรือเครื่องนุ่งห่มต่างๆ

5) การมีวัฒนธรรมจะเป็นส่วนที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของอารมณืความรู้สึกรการแสดงออกต่อสิ่งต่างๆภายใต้ขนบธรรมเนียมประเพณีปฏิบัติและวัฒนธรรมของกลุ่มคนนั้นๆ

6) วัฒนธรรมจากเป็นตัวบ่งบอกถึงลักษณะของพฤติกรรม หรือการกระทำในบางสิ่งบางอย่าง ที่สังคมนั้นยึดถือปฏิบัติ ในลักษณะนี้อาจจะเหมาะสมกับบางสังคม และไม่เหมาะสมกับทางสังคมในการยึดถือปฏิบัติตามสังคมวัฒนธรรมนั้นๆ

เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดวิถีชีวิตของมนุษย์ ทำให้ผู้คนที่อาศัย อยู่ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันมีรูปแบบและแนวทางในการดำเนินชีวิตที่ต่างกันด้วย สภาพแวดล้อมเหล่านี้ ได้ส่งผลให้เกิดเป็นภูมิปัญญาแสดงถึงลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นตน การศึกษาเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นบริบทที่สำคัญอย่างหนึ่งในด้านของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนที่ตั้งภูมิศาสตร์สังคม ทุนของชุมชน รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ล้วนมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้ในการทำเงื่อนไขทางสังคม วัฒนธรรม และลักษณะส่วนบุคคลใดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มโอท็อป เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษากระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)

ส่วนที่ 7 วิธีการวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case study)

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพแบบเฉพาะกรณี โดยการทบทวนการวิจัยแบบเฉพาะกรณีจึงเป็นส่วนสำคัญในการออกแบบการวิจัยและการศึกษา ดังต่อไปนี้

7.1 ความหมายและลักษณะของการศึกษาเฉพาะกรณี

หยิน(Yin Robert K., 2014)การใช้ระเบียบวิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบการศึกษาแบบรายกรณี Case Study นั้น (ชาย โปธิสิตา, 2548) ความหมายถึงการศึกษาแบบรายกรณีว่าเป็นรูปแบบของการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาแบบเฉพาะเจาะจงมุ่งเน้นกับสิ่งที่จะทำการศึกษาโดยมีการกำหนดขอบเขตในการศึกษาที่ค่อนข้างชัดเจนอันจะได้มาซึ่งรายละเอียดที่จะทำการศึกษาอย่างสมบูรณ์ครบถ้วน โดยรูปแบบกรณีศึกษาสามารถทำการศึกษาได้ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยสามารถใช้วิธีการรวบรวมหรือการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ เป็นรูปแบบ

ในการศึกษาที่เป็นมาตรฐาน โดยสามารถอธิบายความหมายแบ่งออกได้เป็น 2 ประการคือ ประการที่ 1 หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล เหตุการณ์ ปรัชญาการณณ์ หรือเรื่องราว ที่มีการเลือกมาแบบเฉพาะเจาะจงเพื่อเป็นตัวอย่างในการใช้สำหรับการวิจัย ประการที่ 2 หมายถึง การศึกษาในสิ่งที่น่าสนใจ อยากรู้ อาจเป็นการศึกษาถึงปรัชญาการณณ์ เรื่องราว หรือบุคคล ตลอดไปจนถึงความรู้ ยังไม่ได้มีการเปิดเผยหรือค้นพบมาก่อน จากความหมายที่กล่าวไปข้างต้นนี้ จะทำให้เห็นได้ว่าการศึกษาเฉพาะกรณีเป็นรูปแบบที่มีลักษณะเป็นการวิจัยที่มีการเกิดขึ้นและจบขึ้นภายในตัวเอง ดังนั้นการศึกษาแบบรายกรณีจำเป็นต้องศึกษาสำหรับกรณีที่มีความสมบูรณ์ในตัวเอง ดังนั้นขอบเขตของการศึกษาจึงจำเป็นที่จะต้องมีความชัดเจนขององค์ประกอบ ทั้งในส่วนของเนื้อหา เวลา และสถานที่ ด้วยหัวใจสำคัญในการศึกษาแบบเฉพาะกรณีคือการศึกษาละเอียด เพื่อค้นหาและทำความเข้าใจในกรณีที่เลือกมาอย่างลึกซึ้งครบถ้วนและหลายมิติ โดยนักวิจัยสามารถที่จะเลือกกรณีศึกษาใดมาศึกษาก็ได้โดยเรื่องราวที่เลือกจะมีขอบเขตแค่เพียงระดับบุคคลหรือเป็นเรื่องราวของคนคนเดียวระดับองค์กรชุมชนหรือในระดับท้องถิ่นก็ได้โดย (Yin Robert K., 2014) ได้กล่าวว่า การค้นหาความจริงความรู้อย่างละเอียดลึกซึ้งๆจากการศึกษาเฉพาะกรณีเป็นการสืบค้นเพื่ออธิบายเกี่ยวกับสิ่งที่ตนนั้นสนใจโดยอาจจะเกี่ยวข้องกับปรัชญาการณณ์ที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมหรือบริบทโดยเป็นขอบเขตที่มีความเฉพาะเจาะจง (Specific) โดยสิ่งที่สนใจจะทำการศึกษานั้นอาจจะเป็นในเรื่องของปรัชญาการณณ์ เหตุการณ์ ชุมชน หรือกลุ่มบุคคล โดยอาจจะเฉพาะเจาะจงไปโดยรายใดรายหนึ่งหรือมากกว่า 1 รายก็ได้ขึ้นอยู่กับผู้วิจัยที่จะเลือกมาทำการศึกษาวิจัย ด้วยการศึกษาแบบรายกรณีให้ความสำคัญตั้งแต่การบันทึกการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติบุคคล เคสเล็กคอริด เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการใช้อธิบายสิ่งต่างๆในด้านต่างๆ และยังสามารถนำข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวข้อง กับปัญหาการวิจัยที่ต้องการศึกษามาวิเคราะห์เนื้อหาผ่านการตีความและการให้ความหมายอย่างละเอียดอันจะนำไปสู่การค้นหาความรู้ความจริงของกรณีศึกษานั้นซึ่งเป็นเป้าหมายหลักในการศึกษาวิจัย และยังเป็นแนวทางการศึกษาวิจัยหรือการศึกษากรณีที่สนใจเป็นการเฉพาะ (Intrinsic Interest) การศึกษาวิจัยจากกรณีเฉพาะดังกล่าวเป็นการทำความเข้าใจปรัชญาการณณ์บางอย่างที่สนใจโดยอาศัยการศึกษา (Extrinsic Interest) ผลที่ได้จากการศึกษาจากกรณีศึกษาจากเหตุการณ์จริงที่ได้มีการดำเนินแบบเฉพาะ (Real Life Situation) เป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์กับการทำงาน ในรูปแบบของสารสนเทศ สำหรับหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ โดยอ้อมสำหรับ ผู้ที่สนใจหรือต้องการทำวิจัยในประเด็นหรือปัญหาที่เกี่ยวข้องได้เพิ่มเติม ดังนั้นการศึกษาแบบรายกรณีจึงเป็นรูปแบบหนึ่งที่มีมักจะนำไปใช้ในการศึกษาเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ความจริงที่

ค่อนข้างหลากหลายสาขาวิชา (Yin Robert K., 2014) โดย (Creswell John W. & Poth Cheryl N., 2013) มองว่าวิธีการวิจัย การศึกษาเฉพาะกรณี เป็นการศึกษาที่มีความชัดเจนห้องขอบเขต มีความสมบูรณ์ในตัวเอง ทั้งในส่วนของเนื้อหาและเวลาสถานที่ และ (Stake, 1995) สิ่งที่ถูกทำการศึกษาแบบเฉพาะกรณีเป็นการศึกษาที่มีความเฉพาะเจาะจงของกรณีศึกษานั้น โดยเน้นอยู่ที่สิ่งที่ต้องการจะศึกษา ซึ่งมีความสมบูรณ์และขอบเขตที่ชัดเจนอยู่ในตัว

จากความหมายที่กล่าวมาแล้วข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการศึกษาเฉพาะกรณี เป็นการศึกษาถึงบุคคล กลุ่มคน ปรัชญาการณ เหตุการณ์ เรื่องราวต่างๆ หรือหน่วยงานองค์กรที่น่าสนใจ โดยกรณีศึกษานั้นต้องมีความสมบูรณ์ในตัวเอง คือมีบริบท และขอบเขตที่มีความเฉพาะเจาะจง ทางด้านเนื้อหาสถานที่และเวลา การศึกษาเฉพาะกรณีมีลักษณะเป็นการค้นหาความจริงความรู้ที่มีลักษณะละเอียดลึกซึ้ง โดยเข้าไปทำความเข้าใจหรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยให้ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งนั้น ซึ่งมีความเหมาะสมกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เนื่องจากการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจในปรากฏการณ์และลักษณะของกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทำการศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP โดยมีบริบทในการศึกษาที่ชัดเจนภายใต้ขอบเขตที่เฉพาะเจาะจง

7.2 รูปแบบการศึกษาเฉพาะกรณี

การเลือกกรณีตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาคำเป็นอย่างไรที่จะกำหนดว่าสิ่งไหนเป็นสิ่งที่จะสามารถทำการศึกษาหรือเลือกเป็นกรณีศึกษาได้หรือไม่ได้ ควรพิจารณาถึงคุณสมบัติของสิ่งที่เราสนใจในการทำการศึกษาวามีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะเลือกมาเป็นกรณีศึกษาหรือไม่ ด้วยกรณีศึกษาที่เลือกนั้นจะต้องมีการกำหนดถึงขอบเขตที่ต้องการทำการศึกษาได้อย่างชัดเจน (ชายโพธิสิทธิ์, 2548) โดยการเลือกกรณีตัวอย่างสามารถดำเนินการได้ 3 ประเภท ดังนี้

1) การศึกษาเฉพาะกรณีแบบ Intrinsic Case เป็นวิธีการศึกษาโดยการเลือกกรณีศึกษา ด้วยความสนใจที่ตนเองนั้นอยากจะเข้าไปทำความเข้าใจ หรืออยากที่จะทำงานวิจัยเพื่อที่จะศึกษารายละเอียดต่างๆ หรือการเปิดเผยถึงรายละเอียดของกรณีศึกษา โดยไม่มีจุดประสงค์อื่น ป็นการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการอยากรู้เพียงเท่านั้น และต้องเป็นกรณีที่มีความสมบูรณ์สามารถอธิบายถึงรายละเอียดต่างๆ

2) การศึกษาเฉพาะกรณีแบบ Instrumental Case เป็นรูปแบบของการเลือกรายกรณีศึกษา ที่มีลักษณะในการเป็นตัวแทนของกรณีศึกษาอื่นได้ โดยอาจเป็นการหยิบยกเอาเนื้อหามาเพื่อทำการแสดงถึงบทบาทหรือกรณีศึกษาที่ต้องการศึกษา

3) การศึกษาเฉพาะกรณีแบบ Collective Case การศึกษาจากกรณีศึกษาหลายๆกรณี แล้วรวบรวมเป็นข้อมูลเพื่อนำเสนอเป็นแนวคิดหรือข้อสรุปโต้แย้งต่างๆ ในเรื่องเดียวกัน เป็นกรณีศึกษาที่มุ่งเน้นในการศึกษาหาความรู้ ความจริง เพื่ออธิบายปรากฏการณ์หรือประเด็นต่างๆที่สนใจทำการศึกษา

7.3 รูปแบบการทำวิจัย

การวิจัยแบบกรณีศึกษาอาจทำได้ 3 รูปแบบและในแต่ละรูปแบบผู้วิจัยสามารถที่จะเลือกมาศึกษาเพียงกรณีเดียวหรือสามารถเลือกมาศึกษาแบบรายกรณีก็ได้ (Yin Robert K., 2014; ชาย โพธิสิตา, 2548)

1. ศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive) การที่ผู้วิจัยนำเสนอเนื้อหาด้วยเทคนิคการบรรยายที่แสดงถึงรายละเอียดของบริบทอย่างสมบูรณ์ครบถ้วนตามปรากฏการณ์ที่เลือกมาทำการศึกษา โดยเป็นการนำเสนอเนื้อหาและการบรรยายในสิ่งที่ค้นพบเป็นส่วนสำคัญในการอธิบายรายละเอียด ที่เป็นบริบทของกรณีศึกษา ซึ่งไม่เน้นการวิเคราะห์

2. ศึกษาแบบมุ่งการค้นหา (Exploratory) การที่ผู้วิจัยเข้าไปทำการศึกษาเพื่อค้นคว้า และกำหนดนิยาม ในสิ่งที่กำลังศึกษาที่ยังไม่ชัดเจน หรือเป็นการเข้าไปศึกษาเพื่อการสร้างสมมติฐานสำหรับการวิจัยเชิงสำรวจ หรืออาจเข้าไปค้นหาว่าปัญหาที่แท้จริงของปรากฏการณ์นั้นอยู่ที่ไหน นอกจากนี้ยังสามารถค้นหาประเด็นในการศึกษาที่น่าสนใจ โดยเป็นข้อค้นพบจากกรณีศึกษาที่เป็นข้อค้นพบเพื่อรอการวิเคราะห์เจาะลึกหรือนำไปศึกษาต่อ

3. ศึกษาแบบมุ่งหาคำอธิบาย (Explanatory) การที่ผู้วิจัยเข้าไปทำการศึกษาค้นคว้าจากกรณีศึกษาที่เลือกมาศึกษาโดยอาจจะเป็นสิ่งที่รู้จักหรือคุ้นเคยอยู่บ้าง เป็นการศึกษาเพื่อมุ่งเน้นที่จะเปิดเผยหรือทำความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นหรือปรากฏการณ์ที่เลือกมากรณีศึกษา

รูปแบบกรณีศึกษาทั้ง 3 รูปแบบนี้ สามารถศึกษาได้ทั้งรูปแบบของเชิงพรรณนาและเชิงวิเคราะห์ ไม่จำเป็นต้องเป็นอิสระจากกันเสมอไป ไม่สามารถหาคำอธิบายไปพร้อมกันได้ (ชาย โพธิสิตา, 2548) โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การศึกษาแบบมุ่งหาคำอธิบาย ความ เป็นเหตุและผลของกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมกับการศึกษาเชิงพรรณนา จะเป็นการบรรยายที่แสดงถึงรายละเอียดครอบคลุมของกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญา ลักษณะเงื่อนไขส่วนบุคคลสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนากระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ต่อไป

7.4 วิธีการดำเนินการวิจัยแบบการศึกษาเฉพาะกรณี

การวิจัยแบบการศึกษาเฉพาะกรณีมีวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

1. กำหนดคำถามหลักของการวิจัย เป็นการตั้งคำถามในสิ่งที่สนใจจะทำการศึกษา โดยข้อคำถามอาจจะมีลักษณะทั่วไปที่ถามถึงกระบวนการหรือการดำเนินการ เพื่อให้คำถามเหล่านั้นสะท้อนถึงการรับรู้หรือความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นโดยต้องมีเนื้อหาสาระหรือความหมายต่อผู้เกี่ยวข้อง ด้วยข้อคำถามแต่ละข้อที่เขียนขึ้นจะต้องมีความน่าสนใจและเชิญชวนให้มีการติดตามหรือสืบค้นหาคำตอบ

2. เลือกกรณีศึกษา เป็นสิ่งที่สำคัญมากในการศึกษาวิจัยในรูปแบบนี้ เนื่องจากกรณีที่ต้องการนำมาศึกษาจะต้องมีความชัดเจนด้านขอบเขตและมีความสมบูรณ์ในตัวของมันเอง ทั้งสถานที่เนื้อหาเวลา ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับบุคคล เหตุการณ์ ปรากฏการณ์ หรือกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะเฉพาะ รวมไปถึงโครงการหรือสิ่งที่ต้องการจะศึกษานั้นๆ โดยส่วนใหญ่การเลือกกรณีศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง ผู้วิจัยมักจะคัดเลือกกรณีศึกษาที่สามารถให้ข้อมูลได้ค่อนข้างหลากหลายและมีความครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาทุกประเด็น

3. การรวบรวมข้อมูลหลายชนิดโดยเทคนิคหลายแบบ การศึกษาแบบกรณีศึกษา จุดเด่นของการศึกษาในรูปแบบนี้คือการอธิบายหรือพรรณนาถึงสิ่งที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจนและสมบูรณ์ การมีข้อมูลที่หลากหลายจึงเป็นส่วนสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักวิจัย ซึ่งอาจรวมถึงข้อมูลที่ได้จากการสังเกต จากการสัมภาษณ์ การค้นคว้าจากเอกสาร หรือจากสื่ออื่นๆ

4. พรรณนารายละเอียดของสิ่งที่ศึกษา การศึกษาแบบเฉพาะกรณีมีความจำเป็นที่จะต้องอธิบายหรือพรรณนาเกี่ยวกับกรณีศึกษาอย่างละเอียดเพื่อให้เห็นความชัดเจนและครบถ้วนสมบูรณ์ การพัฒนาไม่ใช่การเล่าเรื่องโดยปราศจากจุดมุ่งหมาย แต่เป็นการนำเสนอถึงกรณีศึกษาอย่างมีจุดมุ่งหมายชัดเจนครบถ้วนสมบูรณ์

5. การวิเคราะห์และตีความข้อมูล ในส่วนนี้จะต้องมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าว่าการวิเคราะห์แบบไหนเหมาะสมกับข้อมูล que เลือกทำการศึกษามากที่สุด โดยเป็นการเตรียมข้อมูลไว้สำหรับการวิเคราะห์ว่าจะวิเคราะห์อย่างไร กับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งข้อมูลที่ได้มานั้นต้องทำการถอดออกมาเป็นบทความโดยใช้วิธีการสรุปใจความสำคัญเพื่อทำความเข้าใจ ดูวิธีการในการจัดการข้อมูลในลักษณะของการจัดบันทึกจากภาคสนามที่มีจำนวนมาก ให้เป็นหมวดหมู่ โดยการให้รหัสข้อมูลอย่างไรนั้น จะต้องมีการออกแบบวิธีการในการคิดวิเคราะห์ข้อมูล ว่าจะต้องใช้ข้อมูลอย่างไรลักษณะแบบไหนตามที่ได้มา และต้องใช้วิธีเปรียบเทียบหรือการตีความที่

เหมาะสม เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและตรงตามบริบทที่ต้องการศึกษาเสมอ

กระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม ถือว่ามีลักษณะที่ค่อนข้างซับซ้อนทั้งตัวกระบวนการแต่มีความสมบูรณ์ในตัวเองและมีขอบเขตที่ชัดเจนของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักคือกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยอาศัยแนวทางการศึกษาเฉพาะกรณีซึ่งเป็นวิธีการที่ทำให้ผู้วิจัย สามารถค้นหาได้ถึงความรู้ความเข้าใจอันจะนำไปสู่การทำความเข้าใจถึงกระบวนการในการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างครบถ้วนตามรายละเอียดวัตถุประสงค์ของการศึกษา รวมทั้ง รวมทั้งการค้นหาแนวทางเพื่อการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม โดยการวิจัยในรูปแบบนี้จะทำให้ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเชิงลึกจากกรณีศึกษาที่เป็นผู้มีส่วนประสมการณโดยตรงอีกครั้งการศึกษาในรูปแบบนี้ยังจะช่วยค้นหาแนวทางตลอดจนข้อเสนอแนะที่เป็นข้อค้นพบสำคัญ จากการศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพ OTOP

ส่วนที่ 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) แม้ว่าจะยังไม่มีงานวิจัยที่ใกล้เคียงหรือได้ทำการศึกษาในเรื่องนี้ไว้โดยตรง ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัย หรือมีการทบทวนวรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับเรื่องของนวัตกรรม การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งในส่วนของงานวิจัยที่เป็นในรูปแบบของคุณภาพและปริมาณไว้ดังนี้

การศึกษาเรื่องของการสร้างนวัตกรรม(วสันต์ สุทธาวาส และ ประสพชัย พสุนนท์, 2558)ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของบุคลากรในสำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาในระดับของบุคคล ผ่านการแจกแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ทางสถิติ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 172 คน ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรที่กำหนดในการศึกษา ทั้ง 3 ปัจจัย ส่งผลต่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมระดับบุคคล โดยปัจจัยทั้ง 3 ของตัวแปรคือ 1 เครือข่ายทางสังคม 2 การเปิดกว้างทาง

ความคิด และ 3 ลักษณะการคิดริเริ่ม จากข้อค้นพบดังกล่าวจะเป็นแนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์แก่หน่วยงานที่จะสามารถผลิตทรัพยากรที่มีคุณภาพในองค์กร นอกจากนี้ยังมีงานของ (โชติกา จันทร้อย, 2562) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยจำนวน 364 คน จากการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า พนักงานเจนเนอเรชั่นวายของการไฟฟ้ามีระดับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง และบรรยากาศในการส่งเสริมนวัตกรรม มีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำกับสมาชิกส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมอย่างมีนัยยะสำคัญ ด้วยการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม มีส่วนสนับสนุนคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างานและพนักงาน และมีส่วนส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมให้กับพนักงานและองค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างนวัตกรรมยังมีงานวิจัยที่ทำการศึกษารื่องของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร ที่มีผลต่อการริเริ่มในการใช้พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สร้างนวัตกรรมหน่วยงาน ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ (พรทิพย์ ไชยฤกษ์ และ ขวัญกมล ดอนขวา, 2557) โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับบุคลากร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 156 คน และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการหาค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรจะเกิดขึ้นในระดับสูงกับบุคลากรมีความผูกพันกับองค์กรระดับสูง ความผูกพันที่มีกับองค์กรนั้นเป็นส่วนหนึ่งของความรู้สึกทางพฤติกรรม และการรับรู้ เรียงตามลำดับ โดยการมีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นเรื่องของการแสวงหาโอกาสด้านความคิด ริเริ่ม นอกจากนี้ยังมีการสำรวจเรื่องของการนำความคิดไปประยุกต์ใช้ ผลของการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เมื่อบุคลากรมีความผูกพันกับองค์กรสูง การรับรู้ของบุคลากร ก็จะมีผลสูงตามไปด้วย เนื่องจากว่ามีผลกระทบต่อการเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถเอาการรับรู้หรือองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้มากที่สุด จะเห็นได้ว่าความผูกพันกับองค์กรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ การที่บุคลากรของสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) ทำการศึกษาในครั้งนี้ จะเห็นได้ว่ามีผลต่อการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาทำการศึกษาที่จะเห็นถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่า เพิ่มรายได้ เป็นกระบวนการในการพัฒนาและสร้างกระบวนการ ที่จะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต่อไป

การศึกษารื่องของการสร้างนวัตกรรมโดยพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นผู้วิจัยได้ทำการศึกษทำการศึกษาในกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องถึงการศึกษเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือสินค้าใหม่ OTOP ตามแนวคิด

OVOP(สุชาติดา คุ่มสกุล, ยุรพร ศุทธรัตน์, และ ปรียานุช อภิบุญโยภาส, 2560) โดยในงานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาในรูปแบบของวิจัยเชิงคุณภาพ ด้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth interview) กับกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ในส่วนของประเภทผ้าเครื่องแต่งกายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 120 ราย ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ได้มีการนำเอาแนวคิด การดำเนินโครงการ One Village One Product (OVOP) ในประเทศญี่ปุ่น ไปใช้ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้ง 5 ขั้นตอน 1 พัฒนาแนวคิดการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาแนวคิดและการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยความคิดของกลุ่ม 2 การประเมินทางด้านการตลาด ลูกค้า และเทคโนโลยีที่ใช้เบื้องต้น 3 การประเมินทางด้านธุรกิจ การเงิน และเทคโนโลยีที่ใช้ละเอียด 4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การทดสอบผลิตภัณฑ์ และทดสอบตลาด 5 การวางผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด โดยมีการนำเสนอเรื่องราวและกล่าวถึงตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่มซึ่งเป็นการ เป็นการนำเอาทรัพยากร และเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาผลิตผ่านเรื่องราวและการพูดคุยแลกเปลี่ยนระหว่างกระบวนการผลิตของสมาชิกในกลุ่ม นอกจากนี้ (กฤษณะ ดาวเรือง, 2560) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน โดยเป็นการศึกษาถึงแผนการทำการตลาด แผนกลยุทธ์ ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนของแผนกลยุทธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก คือ 1 การนำผลิตภัณฑ์ออกแสดงตามงานแสดงสินค้าอย่างต่อเนื่อง 2 การสร้างความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน หรือสถาบันทางการศึกษาที่มีองค์ความรู้เข้ามาพัฒนาตัวของผลิตภัณฑ์ให้สามารถพัฒนาเข้าสู่ตลาด โมเดิร์นเทร็ด 3 การเพิ่มช่องทางการจำหน่าย การเพิ่มกลุ่มผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นเข้าไปยังธุรกิจสปา และธุรกิจโรงแรม 4 การนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนการตลาดในรูปแบบ 4.0 ผ่าน ระบบ Social Media และระบบ Digital Marketing

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นจุดเริ่มต้นของความสำเร็จมีผู้ศึกษาเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว ที่นำไปสู่ปัจจัยความสำเร็จของการผลิตผลิตภัณฑ์ The Success Factors of OTOP ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(วันชัย ชันประสิทธิ์, 2560) โดยได้ทำการศึกษาในผู้ประกอบการOTOP ที่ได้รับการคัดสรรและการันตีเป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์ในระดับ 5 ดาว ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม ทั้งสิ้นจำนวน 360 ราย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการสร้างผลิตภัณฑ์จากข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการประกอบไปด้วยปัจจัยหลักๆ 9 ด้าน แกมเมื่อได้ทำการสำรวจข้อมูลและการแปรผลพบว่ามีเพิ่มอีกหนึ่งปัจจัย ทำให้ได้ข้อสรุปว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จของการสร้างผลิตภัณฑ์ในระดับ 5 ดาวนั้นประกอบไปด้วย 10

ด้านดังนี้ ด้านความร่วมมือหรือการสร้างเครือข่าย ด้านการบริหารจัดการเรื่องของการเงินและบัญชี ด้านตัวผลิตภัณฑ์ ด้านบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลแรงงาน ด้านการได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายหรือส่วนงานตลอดจนหน่วยงานภายนอก ด้านกระบวนการผลิต ด้านผู้นำองค์กร ด้านการบริหารจัดการ ด้านช่องทางการตลาดหรือกลยุทธ์ทางการตลาด และสุดท้ายด้านความเข้มแข็งของชุมชน สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งผลให้การผลิตสินค้าและบริการประสบความสำเร็จและสามารถเพิ่มมูลค่าและช่องทางการตลาดได้ จากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่าการบริหารจัดการหรือการควบคุมด้านการผลิตมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเพิ่มมูลค่าแห่งความสำเร็จของตัวผลิตภัณฑ์ การมีต้นทุนทางสังคมก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งแห่งความสำเร็จในการสร้างผลิตภัณฑ์โดย(สุนิตย์ เหมนิล, 2564) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนทางสังคมกับการประกอบสร้างวิสาหกิจชุมชน กรณีกลุ่มประมงดอนแก้ว อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำการศึกษาในรูปแบบของวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเลือกวิธีการศึกษาแบบรายกรณี Case Study ผลการวิจัยพบว่า การที่กลุ่มวิสาหกิจมีต้นทุนทางสังคมทั้ง 4 ด้าน เป็นส่วนประกอบที่ทำให้กลุ่มประมงดอนแก้ว ได้ก่อเกิดและดำรงอยู่ในปัจจุบัน โดยองค์ประกอบดังกล่าวมีส่วนให้เกิดอาชีพและการรวมกลุ่มในการดำเนินกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน โดยต้นทุนทางสังคมที่มีผล 4 ด้านได้แก่ 1)การมีแหล่งทรัพยากรและภูมิศาสตร์ 2)การมีความผูกพันหรือความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม 3)ภูมิปัญญา องค์ความรู้ และ 4)การมีเครือข่ายที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์กับภายนอก

นอกจากนี้ยังมีผู้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องเล่าสู่ความสำเร็จ : การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การอนุรักษ์พันธุ์ส้มโอบนนครชัยศรี (กุลลดา เลิศไสว, 2560) ได้ทำการศึกษาเกษตรกรชาวสวน เจ้าหน้าที่บุคลากรทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมจำนวนทั้งสิ้น 13 คน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า การถ่ายทอดทางภูมิปัญญาผ่านเรื่องเล่าถึงอาชีพและวิธีการในการดูแลสวนส้มโอบตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันสร้างรายได้ให้กับชาวสวนค่อนข้างมา อีกครั้งพื้นที่มีลักษณะที่เหมาะสม มีแร่ธาตุในดินสูงส่งผลให้ส้มโอบีรสชาติที่ดี ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 2 การถ่ายทอดภูมิปัญญาเกิดจากการสืบสานภูมิปัญญาวิธีการของการปลูกส้มโอบ และความใส่ใจที่จะเรียนรู้ของเกษตรกรชาวสวน โดยการถ่ายทอดดังกล่าวเป็นการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นเป็นรูปแบบของการจัดการความรู้ที่มีคุณภาพอีกรูปแบบหนึ่งจึงทำให้การสืบทอดทางภูมิปัญญาด้านการปลูกส้มโอบนั้นประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง 3 การมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมให้ชาวสวนสามารถใช้ภูมิปัญญาในการดูแลสวนส้มโอบหรือส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ภูมิ

ปัญญาของชาวสวนเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำให้วิธีการหรือรูปแบบการอนุรักษ์ส้มโอนครชัยศรี ยังคงมีกลิ่นอายของภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมอยู่

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม การสร้างสรรค์นวัตกรรม หมายถึง การแสดงออกทางพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมของบุคคลการหาโอกาสที่จะเรียนรู้เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่มาปรับปรุงงานกระบวนการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นำมาประยุกต์ใช้จากกระบวนการเรียนรู้ การบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรม ผู้วิจัยพบว่าการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการถ่ายทอดทางภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความสอดคล้องต่อการสร้าง ต่อยอดผลิตภัณฑ์ แต่ยังคงขาดซึ่งแนวทางในการนำเอาองค์ความรู้ที่เป็นในรูปแบบของภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีต่อกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งแนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ก็ยังไม่มีงานวิจัยที่ได้ดำเนินงานในเรื่องนี้ชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) แต่จากการทบทวนทบทวนแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น โดยผู้วิจัยได้สรุปได้อาศัยแนวคิดและประยุกต์แนวคิดข้างต้นที่ได้จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษากระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้พัฒนานวัตกรรม

ส่วนที่ 9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษา กระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ถือเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งเป็นวิธีการที่ทำให้สามารถศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมได้อย่างละเอียดลึกซึ้ง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการการสร้างสรรค์นวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) 2) เพื่อทำความเข้าใจเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะส่วนบุคคลของที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และ 3) เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบน

ฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีจากหลายสาขา อาทิ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม การสร้างนวัตกรรม ถ่ายทอดทางสังคม การถ่ายทอดทางภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการจัดการเรียนรู้ สังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น ที่ได้จากการประมวลไว้ข้างต้น ซึ่งมีลักษณะการศึกษาเป็นกระบวนการ ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดในการศึกษาว่า กระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยรูปแบบการถ่ายทอดทางภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละบุคคล แต่ละประเภทของกลุ่ม อาจเหมือนหรือแตกต่างกัน แต่จะนำมาซึ่งผลของกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้งหมดนั้น อาจต้องประยุกต์เรื่องของจัดการเรียนรู้ที่ นำเอามาจัดระบบองค์ความรู้ที่กระจัดกระจาย ให้มีความชัดเจนขึ้น เพื่อให้เห็นชัดในกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม นั้นๆ ของกลุ่มได้ โดยอาจมีกลุ่มที่เข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมเครือข่ายองค์ความรู้ (KBO) เข้ามาช่วยในการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาต่อยอดในกระบวนการสร้างนวัตกรรมให้เกิดความยั่งยืน

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางปัญญาสังคมของแบนดูรา (Bandura Albert, 1977) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม การสร้างนวัตกรรม ถ่ายทอดทางสังคม การถ่ายทอดทางภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการจัดการเรียนรู้ สังคมและวัฒนธรรม มาเป็นแนวทางในการศึกษา กล่าวคือกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นตัวแบบและเป็นผู้มีประสบการณ์ในการถ่ายทอดทางสังคมของซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือกระบวนการใหม่ ทั้งเรื่องเนื้อหา การปฏิบัติตัว และด้านอื่นๆ โดยการสังเกตหรือการเลียนแบบการกระทำ เพื่อจะได้เรียนรู้พฤติกรรมต่างๆ ในการพัฒนาความรู้ความสามารถที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ มาปรับปรุงงานกระบวนการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นำมาประยุกต์ใช้จากกระบวนการจัดการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างนวัตกรรม

โดยข้อค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อเสนอแนะพื้นฐานเพื่อค้นหากระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นขอ เป็นอย่างไร โดยมีการวิเคราะห์เงื่อนไขทางสังคม วัฒนธรรม และลักษณะส่วนบุคคลใดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรม โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และได้แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาใช้ในกระบวนการผลิต

โดยเน้นการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาในอนาคต โดยกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น และแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมในครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการค้นหากระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น และแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม ที่สอดคล้องกับสังคมวัฒนธรรมจากกรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) และศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ที่สวนเกี่ยวข้องอันได้แก่ เจ้าหน้าที่ กรรมการพัฒนาชุมชน ที่ลงไปพัฒนาอาชีพ หรือนักวิชาการที่มีการส่งเสริมพัฒนาความรู้ ตลอดจนผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะและแนวทางที่สำคัญ



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) การในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เข้ามาทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แนวทางการศึกษาแบบเฉพาะกรณี(case study) และใช้การเลือกกรณีศึกษาแบบInstrumental Case โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก(In depth interview) เป็นวิธีการในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากว่าเป็นการเลือกกรณีศึกษาเพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มอาชีพ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. พื้นที่วิจัยและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูล(Key informants) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจากเกณฑ์(Criteria) ที่กำหนดเพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกรณีศึกษาของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มOTOP ที่มีการสร้างผลิตภัณฑ์ตามการแบ่งผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร ออกเป็น 5 ประเภท ตามหลักการแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์OTOP ของกรมพัฒนาชุมชน คือ 1) ประเภทอาหาร 2) ประเภทเครื่องดื่ม 3) ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย 4) ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และ 5) สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลนั้นต้องเป็นกลุ่มOTOP ที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้(Knowledge - Based OTOP : KBO) โดยเป็นตัวแทนจังหวัดเข้าสู่การประกวดระดับประเทศเท่านั้น และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง ได้แก่ เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการวิจัยเป็นเขตพื้นที่ภาคกลาง โดยประกอบไปด้วย 26 จังหวัด เนื่องจากมีสถิติของกลุ่มOTOP ที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้(KBO) สูงสุด ถึง 21 ผลิตภัณฑ์ จาก 53 ผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่ภาคกลางเป็นพื้นที่หลักในการศึกษาวิจัยถึงกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้องค์ความรู้(KBO) ในครั้งนี้ โดยการเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่มจะดำเนินการดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่ม OTOP ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทนจังหวัดในการเข้าประกวดระดับประเทศ ภายใต้โครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTOP) และจะต้องเป็นกลุ่มที่ได้รับรางวัลตามประกาศผู้ชนะการประกวดและเผยแพร่ผลการดำเนินงานเครือข่ายองค์ความรู้ (KBO) จังหวัดดีเด่นในระดับประเทศ ของกรมการพัฒนาชุมชน โดยผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติ และคุณภาพที่ได้มาตรฐาน ตามเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้ 1) บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ มีการสร้างนวัตกรรม หรือนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion Criteria) และเกณฑ์การคัดออก (Exclusion Criteria) ของผู้ให้ข้อมูลหลักไว้ดังต่อไปนี้

เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion Criteria)

- 1) เป็นผู้ประกอบการโอท็อปที่มีการขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มอาชีพ ของกรมพัฒนาชุมชน
- 2) เป็นผู้เข้าร่วมและได้รางวัลสุดยอดเครือข่ายองค์ความรู้จังหวัดดีเด่น (KBO) (Knowledge – Based OTOP) ระดับประเทศ ของกรมการพัฒนาชุมชน ในพื้นที่ภาคกลาง 26 จังหวัด
- 3) ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพที่ได้มาตรฐาน มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถเพิ่มมูลค่า มีการสร้างนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion Criteria)

- 1) ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการโอท็อปที่มีการขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มอาชีพ ของกรมพัฒนาชุมชนแต่ไม่ได้เข้าร่วมในโครงการ KBO
- 2) ไม่สามารถจำเรื่องราวและถ่ายทอดข้อมูลต่างๆได้
- 3) ไม่ยินดี ไม่สะดวก หรือไม่สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยได้ตลอดระยะเวลาในการศึกษา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยเชิงคุณภาพเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการวิจัยคือตัวผู้วิจัย ซึ่งต้องประกอบไปด้วยประสิทธิภาพความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูล การจะเก็บข้อมูลให้ได้มาซึ่งความครบถ้วนสมบูรณ์ทุกประเด็นตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ จำเป็นต้องมีเครื่องมือเพื่อช่วยในการเก็บข้อมูล โดยในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดเตรียมเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยดังนี้

แนวคำถามในการสัมภาษณ์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง(Semi-structure interview) โดยวิธีการเก็บข้อมูลในรูปแบบนี้ เป็นการสร้างแนวคำถามเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้วิจัยใช้ในการเก็บข้อมูล เนื่องจากการสัมภาษณ์หวนข้อมูลตอบคำถามที่สลับไปสลับมาการมีประเด็นคำถามในการวิจัยจะทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและป้องกันการตกหล่นในประเด็นต่างๆ โดยแนวคำถามจะเป็นประเด็นกว้างๆ แต่ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการค้นคว้าหาคำตอบลักษณะของคำถามจะเป็นลักษณะปลายเปิดเน้นให้กลุ่มตัวอย่างสามารถที่จะบอกเล่าหรือถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างเปิดกว้าง โดยมีลักษณะยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ ในขณะที่ทำการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะต้องนำเอาแนวคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญ หรืออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจทานแนวคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ ประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลทั่วไป ประกอบไปด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก และบทบาทที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มOTOP
- 2) แนวคำถามในการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยได้แบ่งออกเป็นตัวอย่างแนวคำถามหลัก และตัวอย่างแนวคำถามพร้อมใช้ เพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อ ดังรายละเอียดในตาราง

ตาราง 1 ตารางแนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก

วัตถุประสงค์การวิจัย	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล	ตัวอย่างแนวคำถามหลัก	ตัวอย่างแนวคำถามพร้อมใช้
1. เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการก่อสร้างนวัตกรรมโดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(O TOP) มาใช้	ผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มที่ 1 กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(O TOP)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1. ท่านได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับถ่ายทอดมาสร้างผลิตภัณฑ์อย่างไร	1. ช่วยเล่าถึงผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มที่มีความโดดเด่นอย่างไร
2. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(O TOP) ไปยังผู้ประกอบการรายอื่น	ผลิตภัณฑ์(O TOP) และผู้ประกอบการรายอื่น	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1. ท่านได้ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างไร	2. ผลิตภัณฑ์ของท่านเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนอย่างไร
3. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์(O TOP)	ผลิตภัณฑ์(O TOP)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1. ท่านได้รับความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างไร	3. ท่านได้รับความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างไร
4. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงในตัวผลิตภัณฑ์(O TOP)	ผลิตภัณฑ์(O TOP)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1. ผลิตภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงในตัวผลิตภัณฑ์อย่างไร	4. ผลิตภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงในตัวผลิตภัณฑ์อย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากแค่ไหน และมีอะไรบ้างที่เปลี่ยนแปลง
5. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงในตัวผลิตภัณฑ์(O TOP)	ผลิตภัณฑ์(O TOP)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1. ผลิตภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงในตัวผลิตภัณฑ์อย่างไร	5. การสร้างผลิตภัณฑ์ วิธีการ กระบวนการ แนวความคิด ท่านได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญานี้ด้วยวิธีการใด
6. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์(O TOP)	ผลิตภัณฑ์(O TOP)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1. ผลิตภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงในตัวผลิตภัณฑ์อย่างไร	6. ผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่แตกต่างกันที่เคยมีมาอย่างไร
7. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์(O TOP)	ผลิตภัณฑ์(O TOP)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1. ผลิตภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงในตัวผลิตภัณฑ์อย่างไร	7. ผลิตภัณฑ์นั้นได้รับการพัฒนาเป็น KBO ได้อย่างไร

ตาราง 1 (ต่อ) ตารางแนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก

วัตถุประสงค์การวิจัย	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล	ตัวอย่างแนวคำถามหลัก	ตัวอย่างแนวคำถามพร้อมใช้
2. เพื่อทำความเข้าใจเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า	ผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มที่ 1 กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1. สังคมและวัฒนธรรมมีส่วนในการสร้างนวัตกรรมได้อย่างไร 2. ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างไร	1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ท่านได้นำมาสร้างผลิตภัณฑ์ มาจากวัฒนธรรมประจำถิ่นหรือไม่ 2. ชุมชนของท่านมีแหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายหรือไม่ 3. การสร้างผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันในพื้นที่ครอบครัว เครือญาติ ของท่านมีใครบ้าง และมีบทบาทเปลี่ยนแปลงของใครหรือไม่ 4. ชุมชนของท่านมีประเพณีที่ส่งเสริมให้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ 5. มีหน่วยงาน องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เข้ามาให้ความรู้ หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ของท่านด้วยหรือไม่

ตาราง 1 (ต่อ) ตารางแนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก

วัตถุประสงค์การวิจัย	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล	ตัวอย่างแนวคำถามหลัก	ตัวอย่างแนวคำถามพร้อมใช้
3. เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (OTOP) และผู้ให้ข้อมูลรอง	ผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มที่ 1 กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และผู้ให้ข้อมูลรอง	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1. มีภาระหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมในการพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างไร	กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. ในชุมชนของท่านมีการส่งเสริมการนำเอาองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างไร 2. มีหน่วยงานใดเข้ามาส่งเสริม ความรู้ แนวทางการปฏิบัติ เกี่ยวกับพัฒนาผลิตภัณฑ์บ้าง 3. เจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชน รวมทั้งสถานศึกษา ที่เข้าส่งเสริมการนำเอาองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างไร
4. เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (OTOP) และผู้ให้ข้อมูลรอง	ผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มที่ 1 กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และผู้ให้ข้อมูลรอง	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1. มีภาระหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมในการพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างไร	กลุ่มเป้าหมายหลัก 1. ในชุมชนของท่านมีการส่งเสริมการนำเอาองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างไร 2. มีหน่วยงานใดเข้ามาส่งเสริม ความรู้ แนวทางการปฏิบัติ เกี่ยวกับพัฒนาผลิตภัณฑ์บ้าง 3. เจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชน รวมทั้งสถานศึกษา ที่เข้าส่งเสริมการนำเอาองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างไร

ตาราง 1 (ต่อ) ตารางแนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก

วัตถุประสงค์การวิจัย	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล	ตัวอย่างแนวคำถามหลัก	ตัวอย่างแนวคำถามพร้อมใช้
3. เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ของภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และผู้ให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ กรรมการพัฒนาชุมชน ฯลฯ	ผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มที่ 1 กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1.มีการหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมในการพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น อย่างไร	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลของ 1.การเข้าไปส่งเสริมการเรียนรู้ เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ท่านทำอย่างไร 2.ผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความโดดเด่นอย่างไร 3.มีการพูดคุยและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือเรียนรู้ร่วมกันเพื่อสร้างแนวทางในระบบส่งเสริมการเรียนรู้การนำเอาองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ อย่างไร

ตาราง 1 (ต่อ) ตารางแนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก

วัตถุประสงค์การวิจัย	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล	ตัวอย่างแนวคำถามหลัก	ตัวอย่างแนวคำถามพร้อมใช้
3. เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเจริญเติบโต พัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น	ผู้ให้ข้อมูลหลัก กลุ่มที่ 1 กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และผู้ที่ให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่กรมการพัฒนาชุมชน ฯลฯ	การสัมภาษณ์เชิงลึก	1.มีการหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมในการพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น อย่างไร	4.เพราะเหตุใดท่านถึงได้คิดเลือกเป็นเครือข่ายองค์ความรู้จังหวัดดีเด่น KBO (Knowledge – Based OTOP) 5.มีการส่งเสริมในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาใช้ในระบบการผลิต โดยเน้นการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาอย่างไร

อุปกรณ์ภาคสนาม

ในการลงพื้นที่วิจัยจำเป็นต้องมีอุปกรณ์ในการใช้สำหรับการลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูล ซึ่งอุปกรณ์ภาคสนามนั้นจะช่วยให้การเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ สามารถเก็บข้อมูลได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เนื่องจากว่าจะมีอุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลที่ค่อนข้างหลากหลายป้องกันการตกหล่นของข้อมูล ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลกลับมาวิเคราะห์ และสรุปได้อย่างครบถ้วนตามวัตถุประสงค์และข้อคำถามในการสัมภาษณ์ ซึ่งจะสามารถอธิบายสภาพความเป็นจริงที่ปรากฏ โดยในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้อุปกรณ์ภาคสนามในการเก็บข้อมูลคือ

1) สมุดจดบันทึกภาคสนาม ในการลงสัมภาษณ์ในพื้นที่ภาคสนามผู้วิจัยได้ใช้สมุดในการจดบันทึกข้อมูลต่างๆ โดยในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพการจดบันทึกลงสมุดบันทึกภาคสนามมีความสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากสามารถให้ผู้วิจัยจดจำถึงเรื่องราวหรือหัวข้อที่ได้สัมภาษณ์ไปผ่านการจดบันทึก ดังนั้นจะทำให้ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาประกอบเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ และยังสามารถบันทึกอารมณ์ความรู้สึกของผู้วิจัยที่มีต่อการเก็บข้อมูล เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้ผู้วิจัยเกิดอคติระหว่างการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นต้น

2) เครื่องบันทึกเสียง ผู้ชายใช้เครื่องบันทึกเสียงในโทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลที่เป็นในรูปแบบของไฟล์เสียง ซึ่งจะสามารถบันทึกถ้อยคำ น้ำเสียงหรือเนื้อหาที่เกิดขึ้นในขณะสัมภาษณ์ โดยการบันทึกเสียงจะเป็นการป้องกันการบันทึกที่อาจจะขาดตกบกพร่องในขณะสัมภาษณ์ได้ โดยการบันทึกเสียงนั้นผู้วิจัยจะทำการขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลก่อนที่จะทำการบันทึกเสียงก่อนทุกครั้ง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพจะต้องลงพื้นที่สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนั้นการสัมภาษณ์จึงเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้วิจัยสามารถได้ข้อมูลจากกรณีศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยจึงควรมีการเตรียมตัว โดยมีการวางแผนการดำเนินการวิจัย โดยเป็นการเตรียมตัวตั้งแต่ในช่วงของระยะก่อนการวิจัย ในระยะของระหว่างการวิจัยโดยในที่นี้หมายถึงการลงสนามวิจัย และเมื่อสิ้นสุดหรือออกจากสนามบินใจแล้ว โดยวิธีการดังกล่าวจะเป็นการเตรียมตัวสำหรับการวิจัยอย่างรอบคอบเพื่อลดปัญหาและอุปสรรคสำหรับการเก็บข้อมูลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 2 วิธีการได้แก่

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้แนวคำถามที่โครงสร้างที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาใช้เป็นแนวในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยต้องการทำการศึกษาในครั้งนี้

2. การรวบรวมเอกสาร ข้อความ ภาพ เสียง วีดีโอ หรือหลักฐานต่างๆที่เกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ หรือการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาดำเนินการในกระบวนการสร้างหรือการผลิตของผลิตภัณฑ์ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักได้อนุญาตให้นำมาประกอบเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยได้ดำเนินการในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 จึงได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลักฐานผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มเติมด้วย ดังนี้

1. หลังจากหัวข้อการวิจัยผ่านคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์แล้ว ผู้วิจัยดำเนินการในการยื่นขอหนังสือรับรองการวิจัยต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

2. ทำการติดต่อเพื่อนัดหมายกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อทำการนัดหมายวันเวลาและสถานที่ ในการสัมภาษณ์

3. เมื่อถึงวันนัดหมายผู้วิจัยลงพื้นที่ โดยจะเริ่มจากการทักทาย แนะนำตัวกับผู้ให้ข้อมูล ชี้แจงถึงรายละเอียดวัตถุประสงค์ของการวิจัย พร้อมทั้งขออนุญาตในการบันทึกเสียงหรือเก็บภาพประกอบ

4. ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยเริ่มต้นจากการเก็บประวัติข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกรณีศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ และดำเนินการสัมภาษณ์ตามแนวคำถามที่ในแบบสัมภาษณ์ที่ได้เตรียมไว้ โดยเป็นการสัมภาษณ์ถึงกระบวนการ เงื่อนไขลักษณะส่วนบุคคล เงื่อนไขลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม โดยในการดำเนินการครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เองทุกราย

5. หลังจากการสัมภาษณ์เสร็จผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาจากการบินเท็กและจัดระบบข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลกลับไปให้กรณีศึกษาทำการตรวจสอบถึงความถูกต้องของข้อมูลทุกครั้ง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลไปควบคู่กับการเก็บข้อมูล และได้ดำเนินการตรวจสอบความครบถ้วน และความถูกต้องของข้อมูลอยู่ตลอดเวลา และไม่แยกการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูล เนื่องจากเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลแล้วพบว่ามีสิ่งใดขาดตกบกพร่อง ผู้วิจัยจะทำการขออนุญาตเก็บข้อมูลเพิ่มเติมอีกครั้งกับผู้ให้ข้อมูล จนกระทั่งข้อมูลมีความอิมตัวลุ่มลึกเพียงพอ และสามารถสรุปข้อค้นพบสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์ดูหนึ่งสรุปอุปนัย (Analytical Induction) โดยมีรายละเอียดและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

การถอดคำถามจากบทสัมภาษณ์

ในการวิจัยเชิงคุณภาพการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการลงสัมภาษณ์ในพื้นที่คือการลงสัมภาษณ์ภาคสนาม ยังไม่ใช่ข้อมูลที่สามารถนำไปวิเคราะห์ได้โดยทันที ผู้วิจัยจะต้องดำเนินการในการจัดข้อมูลให้อยู่ในระบบที่พร้อมจะสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้ โดยผู้วิจัยจะจัดระเบียบข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ จากการจดบันทึก และจากเครื่องบันทึกเสียง ด้วยการนำวิธีการถอดคำสัมภาษณ์ให้ออกมาในรูปแบบของเอกสารที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล หรือการเรียกใช้ข้อมูล หลังจากนั้นผู้วิจัยทำการอ่านข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หลายๆครั้ง เพื่อให้เข้าใจถึงข้อมูลที่ได้มาอย่างลึกซึ้ง และต้องการนำข้อมูลมาใช้ในการจัดไป

การให้รหัสข้อมูล

1.หลังจากข้อมูลได้ดำเนินการจัดระเบียบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการให้รหัสข้อมูลกับข้อความที่มีความหมายหรือมีลักษณะหรือมีประเด็นตรงกับคำถามการวิจัยที่ต้องการจะศึกษา โดยผู้วิจัยจะมีหน้าที่กำหนดรหัสแทนความหมายให้แก่แต่ละกลุ่มของข้อความเหล่านั้น ซึ่งเป็นลักษณะของการให้รหัสแบบอุปนัย (Inductive Coding) คือไม่มีการกำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า การให้รหัสแบบนี้จะทำให้คนพบข้อมูลใหม่ที่มีความน่าสนใจ จากข้อความที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายกัน

2.การแสดงผลข้อมูล (Data Display) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยดำเนินการในการนำเอาหน่วยของข้อมูลที่ได้รับการให้รหัสเรียบร้อยแล้วมาเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์และรวมกลุ่มออกเป็นประเด็นๆ และจัดกลุ่มประเภทของข้อความที่มีความสัมพันธ์กันเพื่อการจัดแสดงผลข้อมูลแบบแผนภาพต่อไป

3.การอธิบายและหาข้อสรุป (Description and Conclusion) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการจัดกลุ่มแล้วมีรหัสเดียวกันมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล และทำการสรุปตีความ

ซึ่งในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการเป็นแนวทางของการวิเคราะห์ข้อมูลและอธิบายผลได้ โดยการนำเอาแนวคิดทฤษฎีมาเข้าร่วมในการอภิปรายข้อค้นพบที่ได้จากข้อมูลที่กลุ่ม (OTOP) โดยผู้วิจัยทำการสรุปและวิพากษ์ผลการวิจัยในเชิงวิชาการเพื่อยืนยันความถูกต้อง ผลจากข้อสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล พร้อมทั้งอภิปรายถึงข้อค้นพบใหม่ที่เกิดขึ้นจากการวิจัยครั้งนี้

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเพื่อประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยวางแผนออกแบบการวิจัย การเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอข้อมูลตามแนวทางดังนี้

1. การตรวจสอบแบบสามเส้า triangulation เป็นวิธีการตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า ดังนี้

1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลที่มากกว่า 1 วิธี (Methodological Triangulation) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยด้วยวิธีการที่หลากหลายและมีความแตกต่างกัน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 2 แบบ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการศึกษาจากเอกสาร

1.2 การตรวจสอบข้อมูลของผู้ให้ข้อมูล (Member checking) เป็นขั้นตอนในการตรวจสอบความถูกต้องของผู้ให้ข้อมูล ในขณะที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เมื่อดำเนินการไปชั่วครู่หนึ่ง ผู้วิจัยจะทบทวนคำตอบที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลโดยการตรวจสอบความถูกต้อง ว่าคำตอบที่สัมภาษณ์นั้นมีความถูกต้องหรือไม่

2. การดำเนินการตรวจสอบการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ (Peer Debriefing) ในการดำเนินการวิจัยทุกขั้นตอนของผู้วิจัยมีอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโทเป็นผู้ให้คำแนะนำและตรวจสอบขั้นตอนและวิธีการในการดำเนินการทุกขั้นตอน

3. ความไว้วางใจได้ (Dependability) ในขั้นตอนของการทำวิจัยผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยอธิบายให้เห็นถึงขั้นตอนและกระบวนการในการดำเนินการวิจัยอย่างชัดเจน และนำเสนอข้อมูลครบถ้วน ครอบคลุมการทำงานในทุกกระบวนการของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล

4. การยืนยันผลการวิจัย (Confirm Ability) ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการถอดข้อความที่ได้จากการบันทึกไฟล์เสียง แล้วส่งให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อเป็น

การยืนยันผลการวิจัย อีกทั้งผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถสืบค้นในการตรวจทานได้ ได้

5. การนำข้อมูลไปศึกษาหรืออธิบายในกรณีอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน (Transferability) โดยผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้กับกลุ่มที่มีบริบทใกล้เคียงได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้นำไปใช้

6. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล

ในการทำการศึกษาวิจัยการพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูลเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการศึกษาวิจัยที่ผู้วิจัยทำการศึกษาจากกรณีศึกษา ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการยื่นเรื่องต่อคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยหมายเลขรับรองเลขที่ เลขที่ SWUEC-G-339/2563 ก่อนที่ผู้วิจัยจะดำเนินการลงนามสำหรับการเก็บข้อมูล และการดำเนินการของผู้วิจัยก่อนที่จะเก็บข้อมูลจะมีหนังสือแสดงความยินยอมให้แก่ผู้ให้ข้อมูลทุกครั้ง เพื่อเป็นการรับทราบถึงการรักษาสีทธิของข้อมูลให้มากที่สุด โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะไม่ใส่ชื่อหรือลักษณะที่ให้ปรากฏในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล โดยจะเป็นการกำหนดนามสมมุติทั้งหมด และทุกครั้งในการขอสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะขออนุญาตในการบันทึกเสียงก่อนเริ่มสัมภาษณ์ รวมทั้งชี้แจงให้ทราบถึงความ เป็นอิสระของผู้ให้ข้อมูลหากมีความจตุัดหรือไม่สะดวกสามารถหยุดได้ทุกเมื่อ และผู้วิจัยให้ความสำคัญและเคร่งครัดที่จะปฏิบัติตามความพึงพอใจของผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก และการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือข้อมูลทั้งหมดโครงการวิจัยไว้ในที่ปลอดภัย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเปิดโอกาสให้กับผู้ให้ข้อมูลสามารถซักถามถึงข้อสงสัยที่เกิดขึ้นจากการสัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความกระจ่าง และมีเวลาให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถติดต่อทบทวนสำหรับคำตอบในการสัมภาษณ์ทุกครั้ง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบคุณภาพ(Qualitative Research) ในรูปแบบการศึกษาเฉพาะกรณี (Case study) ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้จะแนะนำเสนอถึงเรื่องของการทำความเข้าใจในรายละเอียดพร้อมทั้งในส่วนของบริบทอย่างสมบูรณ์จากกรณีศึกษาที่ได้ถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ของกลุ่ม(OTOP) จากข้อมูลที่ได้จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลผ่านการศึกษาเฉพาะกรณีแบบ Instrumental Case โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านในรูปแบบของการบรรยายข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยข้อมูลที่สำคัญต่างๆที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลจะเป็นการรวบรวมเพื่อตอบประเด็นปัญหาการวิจัยที่กำหนด โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 บริบทพื้นที่และผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 กระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ส่วนที่ 3 เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมและเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม

ส่วนที่ 1 บริบทพื้นที่และผู้ให้ข้อมูล

สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลเป็นหลักการบรรยายถึงข้อมูลพื้นฐานในภาพรวมเกี่ยวกับลักษณะของผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ที่ได้มีการรวมกลุ่มและมีประสบการณ์ในการสร้างผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาและมีการพัฒนาจนได้รับรางวัลนวัตกรรมระดับประเทศ ของกรมพัฒนาชุมชน โดยรายละเอียดเกี่ยวกับชีวิตและบริบทต่างๆ ผู้วิจัยจะนำเสนอสอดแทรกผู้วิจัยจะนำเสนอสอดแทรกใจความสำคัญในส่วนของการศึกษาเพื่อการตอบวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา ส่วนกรณีศึกษา 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มที่มีส่วนช่วยในการส่งเสริมหรือช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) โดยจะขอนำเสนอรายละเอียดของข้อมูลขอให้ผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่มตามตารางแนบดังนี้

1.1 ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่หนึ่ง

คือกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้ทำการศึกษานั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจำนวน 4 กลุ่ม จากการใช้เกณฑ์คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย ดังนี้ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี ตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี 2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก 3) กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง ตำบลท่ายาง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี 4) กลุ่มพฤษาพรรณวดี ตำบลบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยจะขอนำเสนอข้อมูลและบริบทของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแยกเป็นรายกลุ่มนั้นๆ เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีการตั้งอยู่ในจังหวัดที่ต่างกันเพื่อให้เข้าใจในบริบทของพื้นที่ซึ่งของนำเสนอ ดังนี้



1.1.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี จังหวัดราชบุรี

ตาราง 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	ประเภทผลิตภัณฑ์ (OTOP)	ปีก่อตั้ง	ลำดับ	นามสมมุติ	เพศ	ระดับการศึกษา	อาชีพหลัก	ตำแหน่ง/บทบาท	ภูมิปัญญา/ความเชี่ยวชาญ
1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี	ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	พ.ศ.2561	1	คุณต้น	ชาย	อนุปริญญา	เจ้าของแบรนด์ตานี	ประธานกลุ่ม	<ul style="list-style-type: none"> - ความรู้เกี่ยวกับการทำบายศรี พิธีกรรม - ความรู้เกี่ยวกับช่างแพ่งหวกเครื่องสด - ความรู้เรื่องวัตถุดิบ - ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสิ่งทอ - การวิเคราะห์ความต้องการกลุ่มลูกค้า/รสนิยม
			2	คุณกล้วย	ชาย	ปริญญาตรี	ควบคุมการผลิต	กรรมการกลุ่ม	<ul style="list-style-type: none"> - ความรู้เกี่ยวกับการทำบายศรี พิธีกรรม - ความรู้เรื่องวัตถุดิบ - ความรู้ทางการเกษตร - เทคนิคการแปรรูปวัตถุดิบ

ตาราง 2 (ต่อ) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลของกลุ่มวิชาศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	ประเภทผลิตภัณฑ์ (OTOP)	ปีก่อตั้ง	ลำดับ	นามสมมุติ	เพศ	ระดับการศึกษา	อาชีพหลัก	ตำแหน่ง/บทบาท	ภูมิปัญญา/ความเชี่ยวชาญ
1) กลุ่มวิชาศึกษาศาสตร์ ชุมชนศึกษาศาสตร์ ช่างบายศรี	ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	พ.ศ.2561	3	คุณทอง	ชาย	ปริญญาตรี	ดีเซ็นเนอร์	กรรมการกลุ่ม	- ความรู้ด้านการออกแบบดีไซน์ - ความเชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า/รสนิยม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลเจ็ดเสมียน ประชากรส่วนใหญ่ในตำบลเจ็ดเสมียนประกอบส่วนใหญ่เป็นอาชีพด้านเกษตรกรรม โดยมีพื้นที่เพาะปลูกอยู่โดยรอบชุมชน พืชที่สำคัญในการเพาะปลูกของชาวชุมชนเจ็ดเสมียน ได้แก่ มะขามที่ อ้อย มันสำปะหลัง ข้าว และพืชอื่นๆ นอกจากนี้ในชุมชนเจ็ดเสมียนยังมีการเลี้ยงสัตว์ค่อนข้างมาก นอกจากนั้นการประกอบอาชีพภายในชุมชน จะมีลักษณะเป็นร้านค้าหรืออุตสาหกรรมขนาดเล็ก ด้านการค้าเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กถึงปานกลาง ส่วนใหญ่จะเป็นการทำโรงงานแปรรูปพืชผักที่ปลูกภายในเขตพื้นที่ ตัวอย่างเช่น หัวไชโป๊ เป็นการทำอุตสาหกรรมมีชื่อเสียงเนื่องจากมีความเก่าแก่และทำกันมาอย่างยาวนานตำบลเจ็ดเสมียนตั้งอยู่ทางทิศใต้ของอำเภอ โดยตำบลนี้มีอาณาเขตติดต่อกับการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ ติดต่อกับตำบลคลองข่อย อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ทิศใต้ ติดต่อกับตำบลท่าราบ อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี ทิศตะวันออก ติดต่อกับตำบลดอนทราย อำเภอโพธาราม และตำบลสามเรือน ตำบลท่าราบ อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี ทิศตะวันตก ติดต่อกับตำบลคลองข่อย อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี เป็นการรวมกลุ่มคนในครอบครัว คนในชุมชน หรือคนที่สนใจเข้ามาร่วมกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนเพื่อการดำเนินการในการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายสร้างรายได้โดยได้ก่อตั้งเป็นกลุ่มในนามชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี และได้เข้าสู่ระบบการสมัครขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรีได้ดำเนินการจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2561 ภายใต้การนำโดยประธานกลุ่มที่มีแนวคิดในการอยากนำความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมจากการทำบายศรีและความรู้ด้านช่างแทงหยวก มาสร้างงานฝีมือเพื่อที่สร้างรายได้ ทั้งนี้ในครอบครัวนั้นมีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญทางด้านบายศรีและพิธีกรรม ถือเป็นองค์ความรู้ที่มีค่าและสะท้อนวิถีชีวิตชุมชนที่พึ่งพาธรรมชาติ การเคารพต่อความเชื่อ และพิธีกรรม ที่คนในครอบครัวและชุมชนอนุรักษ์ไว้ ต่อมาเมื่อมีแนวคิดเพิ่มมูลค่าจากต้นกล้วย ทั้งกล้วยตานี กล้วยน้ำว้า ที่เหลือจากการทำบายศรี มาผลิตกระเป๋าแฟชั่นทำจากกาบกล้วย แล้วยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น หมวก กระเป๋า สะพาย กล่องใส่เอกสาร สมุดโน้ต กลุ่มวิสาหกิจชุมชนช่างสกุลบายศรียังพัฒนาและต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์แบรนด์ Tanee เป็นกระเป๋าจากกาบกล้วยที่เหมือนการใช้กระเป๋าน้ำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผสมภูมิปัญญาท้องถิ่นกับนวัตกรรมนาโนเทคโนโลยี ทำให้ผลิตภัณฑ์ทั้งกันน้ำ กันเชื้อรา และทนทาน อายุใช้งานนาน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรี มีการดำเนินการโดยกลุ่มประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก ประชาสัมพันธ์ กรรมการ โดยยังมีการแบ่งโครงสร้างออกเป็น 2 ส่วนคือ การผลิต และการตลาด ทั้งยังแยกการผลิตออกเป็น 3 กลุ่มหลัก 1) กลุ่มต้นน้ำคือกลุ่มที่จัดการเรื่องวัตถุดิบ การปลูกกล้วย การลอก การอัด 2) กลุ่มกลางน้ำ การตัดเย็บ การผลิต การจัดซื้อ และ วางแบบ 3) กลุ่มปลายน้ำ คือกลุ่ม ออกแบบ ตลาดประชาสัมพันธ์ โดยได้มีการจัดทำในรูปแบบของ Thanee.brand

“จากเดิมผมเป็นศูนย์การเรียนรู้ชื่อว่าช่างสกุลบายศรี แล้วก็ได้เกิดผลิตภัณฑ์ขึ้นมา จนมีหน่วยงานทางการเกษตรเข้ามาช่วย เข้ามาให้องค์ความรู้ในด้านการเกษตรเพื่อขยายในตัวของพันธุ์กล้วยตานี และได้จัดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี จึงเป็นการรวมกลุ่มเพื่อทำงานร่วมกัน” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

1.1.2 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทราย จังหวัดนครนายก

ตาราง 3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	ประเภทผลิตภัณฑ์ (OTOP)	ปีก่อตั้ง	ลำดับ	นามสมมุติ	อาชีพหลัก	ระดับการศึกษา	ตำแหน่ง/บทบาท	ภูมิปัญญา/ความเชี่ยวชาญ
2) กลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทราย	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	พ.ศ.2558	1	คุณใบพลู	พนักงานธนาคาร	ปริญญาตรี	ประธานกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทราย	<ul style="list-style-type: none"> - ความรู้ด้านการแปรรูปมะดัน - ความรู้เกี่ยวกับตัวตุ๊กตึบ - ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - ความรู้ด้านการบริหารจัดการ - ความรู้ด้านสรรพคุณของพืชสมุนไพรท้องถิ่น
			2	คุณกานพลู	ช่างเย็บผ้า	ปริญญาตรี	รองประธานกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทราย	<ul style="list-style-type: none"> - ความรู้ทางหลักโภชนาการ - ความรู้การชั่งตวงวัด - ความรู้ด้าน

ตาราง 3 (ต่อ) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	ประเภทผลิตภัณฑ์ (OTOP)	ปีก่อตั้ง	ลำดับ	นามสมมุติ	เพศ	ระดับการศึกษา	อาชีพหลัก	ตำแหน่ง/บทบาท	ภูมิปัญญา/ความเชี่ยวชาญ
2) กลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทราย	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	พ.ศ.2558	3	คุณหญิงชลาพุด	หญิง	ป.4	เกษตรกร	กรรมการกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทราย	- ความรู้ด้านเกษตรกรรม และการปลูกมะดัน - ความรู้ด้านการแปรรูปมะดัน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทราย ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลท่าทราย โดยในพื้นที่ของตำบล มีแม่น้ำนครนายกไหลผ่าน เป็นศูนย์กลางของตำบล ซึ่งเป็นเส้นทางในการใช้ขนส่งสินค้าจากจังหวัดต่างๆ ไปยังพระนคร ในอดีต และพื้นที่ท่าทรายเป็นพื้นที่ที่มีทรายอยู่มาก เป็นลำน้ำที่ต้นเขิน เป็นทางเดินข้ามของวัว ควาย และช้าง ชาวบ้านทั่วไปเรียกว่าบ้านท่าทราย จึงได้เป็นตำบลท่าทรายมาจนถึงทุกวันนี้ ในเขตพื้นที่ตำบลท่าทราย ประชากรโดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรม เนื่องจากสภาพทางกายภาพเป็นที่ลุ่ม พื้นที่เหมาะแก่การเกษตร มีแม่น้ำนครนายกไหลผ่าน โดยมีพื้นที่เพาะปลูกอยู่โดยรอบชุมชน พืชที่ปลูก ได้แก่ ข้าว มะยงชิด มะปรางหวาน มะดัน ข้าวโพด เผือก แตงโม ถั่ว และเห็ดฟาง โดยเป็นการเพาะปลูกเพื่อเป็นรายได้เสริม โดยมีระยะทางห่างจากอำเภอเมืองนครนายก 12 กิโลเมตร ตำบลท่าทรายมีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงทั้ง 4 ด้านดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ ติดต่อกับตำบลพรหมณี อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ทิศใต้ ติดต่อกับตำบลดอนยาย อำเภอมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ทิศตะวันออก ติดต่อกับตำบลท่าช้าง อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ทิศตะวันตกติดต่อกับตำบลบางอ้อ อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทราย เป็นการรวมกลุ่มคนในชุมชนที่เป็นกลุ่มคนที่สนใจ เกษตรกรที่ปลูกมะดันในชุมชนตำบลท่าทราย หรือคนที่สนใจเข้ามาช่วยกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนเพื่อการดำเนินการในการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ในรูปแบบของการแปรรูปผลผลิต ผลไม้และพืชผลทางการเกษตรในชุมชน โดยได้ก่อตั้งเป็นกลุ่มในนามชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี และได้เข้าสู่ระบบการสมัครขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายได้ดำเนินการจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2558 โดยในตำบลท่าทรายมีพืชที่ปลูกกันในท้องถิ่นมากคือ“มะดัน” ที่เดิมถูกมองว่าเป็นผลไม้รสเปรี้ยวไร้ค่า ไม่สามารถนำมาต่อยอดหรือเพิ่มมูลค่าได้ จึงถูกทิ้งให้เน่าเสียไปอย่างน่าเสียดาย กลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทราย ได้เริ่มจากการการนำมะดันมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากมาย เช่น น้ำมะดัน มะดันแช่อิ่มอบแห้งน้ำจิ้มซีฟู้ดมะดัน น้ำสลัดมะดัน น้ำพริกมะดัน เค้กมะดัน สบู่มะดัน แชมพูมะดัน สบู่เหลวมะดัน และถ่านไม้มะดัน เป็นต้น

การดำเนินงานของกลุ่มมีทั้งมีโครงสร้างที่ประกอบด้วยตัว ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรัณยูิก ประชาสัมพันธ์ กรรมการ และสมาชิก โดยสมาชิคนั้นจะมีการร่วมทุนโดยเป็นการซื้อหุ้นของสมาชิก มีการปันผลทุกปี แล้วแต่นโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือการแบ่ง

ผลประโยชน์ โดยสมาชิกส่วนใหญ่เป็นแม่บ้านและเกษตรกรที่สนใจ การดำเนินงานของกลุ่มส่วนใหญ่มาจากการผลักดันของประธานกลุ่มเป็นหลัก ในการดำเนินงานทั้งการการผลิต การตลาด และการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ซึ่งกลุ่มยังคงมีการดำเนินงานและพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ที่มาจากมะดันอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันมีการผลิตเพิ่มเติมในส่วนเครื่องสำอาง และสายของสมุนไพร เช่น สร้อยจากใบมะดัน น้ำยาบ้วนปากจากใบมะดัน

“ตอนแรกๆ เหมือนรับมาขายไป เป็นพวกลอยแก้ว พวกป่าๆเค้าทำมาแล้วพื้ก็เอาไปขาย เป็นพวกมะดันลอยแก้ว พอถึงจุด ๆ หนึ่งที่มันไม่ใช่ฤดูกาลของเค้าก็จะมีขาย แต่เรานั้นมีออเดอร์ที่เข้ามา เราก็เลยต้องผลิตเองขาย ก็เริ่มตั้งแต่นั้นมา ก็ทำแบบนี้มาได้สัก 10 ปีแระ ก็เริ่มจากการไปอยู่กับกลุ่มอื่นก่อนตอนแรก เราเลยคุยกันว่าเราอยากทำเรื่องมะดันในกลุ่มอื่นนะ เค้าเลยบอกว่าถ้าอยากทำต้องทำเองแล้วละ เราก็เลยต้องตั้งกลุ่มในปี2558 จัดทะเบียนเป็นวิสาหกิจในปี 2560”
(คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

1.1.3 กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

ตาราง 4 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	ประเภทผลิตภัณฑ์ (OTOP)	ปีก่อตั้ง	ลำดับ	นามสมมุติ	ระดับการศึกษา	อาชีพหลัก	ตำแหน่ง/บทบาทความเกี่ยวข้องกับกลุ่ม OTOP	ภูมิปัญญา/ความเชี่ยวชาญ
3) กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	พ.ศ.2560	1	คุณชายกว่าน	ปริญญาตรี	ร้านอาหาร/ค้าขายมะนาว	กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง	<ul style="list-style-type: none"> - ความรู้ด้านวัตถุดิบ - ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ - ความรู้ด้านการตลาด
			2	คุณแถว	ปริญญาตรี	ค้าขายมะนาว	ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ส่งให้กับกลุ่มฯ	<ul style="list-style-type: none"> - ความรู้ด้านวัตถุดิบ - การสร้างเครือข่ายช่องทางสำหรับการสกัดน้ำมันหอมระเหย - การพัฒนาผลิตภัณฑ์ - ความรู้ทางด้านเกษตร - ความรู้ทางด้านแปรรูปผลิตภัณฑ์

ตาราง 4 (ต่อ) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มแปรรูปสมุนไพรสมุนไพรชนชาติเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	ประเภทผลิตภัณฑ์ (OTOP)	ปีก่อตั้ง	ลำดับ	นามสมมุติ	นายแพทย์ระดับการศึกษา	อาชีพหลัก	ตำแหน่ง/บทบาท	ภูมิปัญญา/ความเชี่ยวชาญ
3) กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง	สมุนไพรที่ใส่อาหาร	พ.ศ.2560	3	คุณศรีอ	ชาย	ปริญญาโทพัฒนาผลิตภัณฑ์	ผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์	- ความรู้ด้านสุนทรียศาสตร์ กลิ่น Aromatherapy - ความรู้ด้านเครื่องหอม - ความรู้ด้านการตลาด การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า - ความรู้ด้านการพัฒนาเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง เป็นกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของตำบลท่ายาง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี โดยทั่วไปลักษณะภูมิประเทศของอำเภอท่ายาง มีลักษณะเป็นพื้นที่ลาดเอียงตั้งแต่ทางทิศตะวันตกไปจนถึงทิศตะวันออก เป็นพื้นที่ที่อุดมไปด้วยแหล่งน้ำประกอบไปด้วย แม่น้ำเพชรบุรี และคลองชลประทานถึง 3 สาย ไหลผ่านเขตพื้นที่ของอำเภอท่ายางวนกลับเพื่อเขาตะนาวประชาชนส่วนใหญ่ของตำบลนี้ประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรม ได้แก่ การทำสวน ทำนา และทำไร่ นอกจากนี้ยังมีการเลี้ยงสัตว์เพื่อการค้า โดยในเขตพื้นที่นี้มีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญได้แก่ ได้แก่ มะนาว กล้วย พืชผักต่างๆ โดยมีตลาดกลางทางการเกษตร 1 แห่ง คือ ตลาดกลางการเกษตรท่ายาง ตำบลท่ายางห่างจากอำเภอเมืองเพชรบุรีประมาณ 18 กิโลเมตร โดยตำบลท่าทราย มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ ติดต่อกับแม่น้ำเพชรบุรี และตำบลถ้ำรงค์ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ทิศใต้ ติดต่อกับตำบลดอนขุนห้วย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ทิศตะวันออก ติดต่อกับตำบลบ้านในดง ตำบลมาบปลาเค้า และตำบลหนองจอก อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ทิศตะวันตก ติดต่อกับแม่น้ำเพชรบุรีฝั่งตะวันออก เขตติดต่อกับตำบลท่าแลง และตำบลท่าไม้รวก อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง เป็นการรวมกลุ่มคนในชุมชนที่เป็นกลุ่มคนที่สนใจ เกษตรกรที่ปลูกมะนาวในชุมชน หรือคนที่สนใจเข้ามาช่วยกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนเพื่อการดำเนินการในการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อใช้กันเอง และเพื่อการจำหน่ายสร้างรายได้ในรูปแบบของการแปรรูปผลผลิตจากพืชในชุมชนและได้เข้าสู่ระบบการสมัครขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง ได้ดำเนินการจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2560 กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง มีการดำเนินการตามโครงสร้างของกลุ่มวิสาหกิจ OTOP ประกอบไปด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก ประชาสัมพันธ์ กรรมการ สมาชิก และยังร่วมมือกับเพื่อนที่ต่างมีธุรกิจเป็นของตนเองเข้ามาช่วยในการดำเนินการในการสร้างผลิตภัณฑ์ อาทิ ไรมุเซรัม (RAIMU Body Mist Serum) น้ำมันหอมระเหยสกัดจากเปลือกมะนาว คือ บริษัท เล่ม่อนโกลด์รีนรมย์สตูดิโอ เพื่อทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าประกวดแข่งขันในระดับประเทศในโครงการ KBO

ปัจจุบันยังคงดำเนินการอยู่แฉ่เป็นการผลิตมาเพื่อฝากขายเนื่องจากประธานกลุ่มมีการเปิดร้านอาหารที่ขายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับมะนาว ทั้งการแปรรูปต่างๆ ตลอดทั้งการออกงานของจังหวัด

“เริ่มแรกก็คือเริ่มจากการแปรรูป เอามาเชื่อมน้ำผึ้ง ทำเป็นน้ำผึ้งมะนาว โดยการที่เรา นั้นรับมาจากชาวบ้านคนในท้องถิ่นท่ายางครับ แล้วเราก็เอามาแปรรูป โดยผสมมะนาว น้ำผึ้ง ดอกเกลือ ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่เรามีอยู่แล้วครับ ในจังหวัดเพชรบุรี เป็นการเพิ่มมูลค่าพืชผลทางการเกษตรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้มีมูลค่าสูงขึ้น จากนั้นเราก็พัฒนาเรื่อยมา จนผมก็ก่อตั้งเป็นกลุ่มแปรรูป

สมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง อะครับ

ก็รวมกลุ่มกันในชุมชนท่ายางนี้แหละครับ ก็รวมเอาผู้สูงอายุ คนในอำเภอท่ายาง ผมอยากที่จะทำเป็นตัวผลิตภัณฑ์สมุนไพรใช้กันเอง โดยผมก็มีตัวมะนาวเป็นหลัก เพราะว่ามีมะนาวมันเยอะอะครับในเขตพื้นที่ท่ายาง แล้วก็ทำยาหม่อง แล้วตอนหลังเราก็มีสมาชิกในกลุ่มของเรา สกัดเป็นน้ำมันออกมาจากเปลือกของมะนาวที่เรา นั้นได้อาบน้ำมะนาวไปใช้แล้ว ก็สกัดออกมาเป็นน้ำมัน แล้วเราก็ส่งเข้าประกวด”(คุณวณ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

1.1.4 กลุ่มแพทยศาสตรบัณฑิต จังหวัดชลบุรี

ตาราง 5 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลของกลุ่มแพทยศาสตรบัณฑิต จังหวัดชลบุรี

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	ประเภทผลิตภัณฑ์ (OTOP)	ปีก่อตั้ง	ลำดับ	นามสมมติ	เพศ	ระดับการศึกษา	อาชีพหลัก	ตำแหน่ง/บทบาท	ภูมิปัญญา/ความเชี่ยวชาญ
4) กลุ่มแพทยศาสตรบัณฑิต	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	พ.ศ.2555	1	คุณพนา	ชาย	ปริญญาตรี	เจ้าของบริษัท/วิทยากร/นักพัฒนาผลิตภัณฑ์/อาจารย์ (พิเศษ)	ประธานกลุ่ม พฤษศาสตร์ พรรณพฤกษศาสตร์	- การสร้างเครื่องมือในการสกัดสารสำคัญจากพืชท้องถิ่น - ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - ความรู้เกี่ยวกับการตลาด - ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ - ความรู้เรื่องของการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์สินค้า (โลโก้) - ความรู้เกี่ยวกับสารสำคัญในวัตถุดิบ - ความรู้ทางภูมิปัญญาในการกั้น

กลุ่มพฤษชาพรรณวดี ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีลักษณะภูมิประเทศ เป็นพื้นที่ติดกับชายฝั่งทะเล ซึ่งตำบลบางละมุงห่างจากอำเภอบางละมุง ประมาณ 5 กิโลเมตร โดยตำบลบางละมุง มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังต่อไปนี้ ทิศเหนือ ติดต่อกับตำบลตะเคียนเตี้ย อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ทิศใต้ ติดต่อกับเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ทิศตะวันออก ติดต่อกับตำบลตะเคียนเตี้ยและตำบลหนองปลาไหล อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ทิศตะวันตก เป็นเส้นเรียบทะเลไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือจบหลักเขตที่ 1 โดยประชากรส่วนใหญ่ในเขตพื้นที่บางละมุงประกอบอาชีพเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพฤษชาพรรณวดี จึงได้นำเอาพืชท้องถิ่นในเขตอำเภอกว๊านเตี้ยมาสร้างผลิตภัณฑ์คือตัวสับประรดศรีราชา ดังนั้นเขตพื้นที่ อำเภอศรีราชาตั้งอยู่ชายฝั่งทะเลตะวันออกของอ่าวไทย โดยอำเภอศรีราชานั้นมีพื้นที่เป็นที่ราบเนินเขา ทิวบริเวณอำเภอดูกล้อมรอบด้วยภูเขาขนาดเล็กสลับกับพื้นที่ราบ ซึ่งพื้นที่นั้นเหมาะแก่การทำเกษตรและอุตสาหกรรม พื้นที่บางส่วนเป็นที่ราบลุ่มเหมาะแก่การทำนาโดยเขตพื้นที่ทางทิศตะวันตกติดกับชายฝั่งทะเล ในเขตพื้นที่อำเภอศรีราชาไม่มีแม่น้ำหรือลำคลองขนาดใหญ่ไหลผ่าน มีเฉพาะสายน้ำที่ไหลมาจากภูเขาสูงสู่ทะเล อำเภอศรีราชา มีพื้นที่ติดต่อกับอำเภอข้างเคียงทางทิศเหนือ เมื่ออำเภอเมือง และอำเภอบ้านบึง นอกจากนี้ทางทิศใต้ยังติดต่อกับอำเภอบางละมุง ทิศตะวันออกมีเขตพื้นที่ติดต่อกับอำเภอหนองใหญ่ และกินพื้นที่ไปถึงอำเภอปลวกแดงของจังหวัดระยอง โดยทางทิศตะวันตกนั้นมีเขตพื้นที่ติดกับทะเลอ่าวไทยทั้งด้าน

กลุ่มพฤษชาพรรณวดี เป็นการรวมกลุ่มคนในครอบครัว หรือคนที่สนใจเข้ามาด้วยกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจเพื่อการดำเนินการในการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์และเพื่อการจำหน่ายสร้างรายได้ในรูปแบบของการแปรรูปผลผลิตจากพืชและผลไม้ในชุมชน และได้เข้าสู่ระบบการสมัครขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย กลุ่มพฤษชาพรรณวดี ได้ดำเนินการจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2555 เมื่อดำเนินการไปได้สักระยะก็เปลี่ยนจากผู้ประกอบการ OTOPI มาเป็นในรูปแบบของการจัดตั้งเป็นรูปแบบของบริษัท โดยใช้ชื่อว่า บริษัทพฤษชาพรรณวดี จำกัด โดยการบริหารงานในรูปแบบของการดำเนินกิจการในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางโดยได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันได้ผันตัวมาเป็นบริษัท พฤษชาพรรณวดี จำกัด ประกอบธุรกิจด้านการบริการให้คำปรึกษาสำหรับสถานประกอบการที่ ดำเนินการประกอบธุรกิจทุกช่วงเวลาตั้งแต่การเริ่มต้น การปรับตัวสู่การพัฒนา การกำหนดนโยบาย และเป้าหมาย เมื่อเติบโต โดยทางบริษัทฯทางบริษัทฯ ได้

มีการผนึกกำลังความร่วมมือของ วิทยาการ/ผู้เชี่ยวชาญที่ปรึกษา นักวิชาการที่มีวิสัยทัศน์ เป็นไปในทิศทางเดียวกันในด้านการให้บริการทางวิชาการกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนทุกระดับ ตั้งแต่ ธุรกิจขนาดเล็ก กลาง จนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ ที่มงานที่ปรึกษาของเรามีความมุ่งมั่น และตั้งใจจริงที่จะสร้างสรรค์ ผลงานให้เป็นที่ประจักษ์ในการส่งเสริม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนพัฒนาศักยภาพของบุคลากรใน องค์กรต่างๆให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลที่เป็นรูปธรรม โดยเสริมความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจ สังคม และประเทศชาติต่อไป

“จุดเริ่มต้นของผมนั้นเริ่มต้นมาจากผมเป็นในส่วนของภาคเกษตรกรก่อนนะ ผมปลูกข้าว ตะไคร้ขาย แล้วก็ประสบปัญหาเรื่องของราคาตกต่ำผมก็เลยได้มีโอกาสเข้าไปดูใน YouTube แล้วผมก็ไปเจอว่าค่าน้ำตะไคร้ใบเตยดีมผสมกันแล้วผมก็เลยเอามาทำบรรจุขวดขาย แล้วผมก็ทำไปได้สักประมาณปี 2 ปีครับ ก็มีในส่วนของ OTOP ของอำเภอ เปิดรับสมัครให้ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ OTOP ผมก็เลยได้เข้าไปร่วมขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ OTOP ตั้งแต่นั้นมามันก็เลยกลายเป็นจุดเริ่มต้น” (คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณนวด)

1.2 ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 2 (ผู้ให้ข้อมูลรอง)

ตาราง 6 ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนและอาจารย์มหาวิทยาลัย

ลำดับ	นามสมมุติ	เพศ	ระดับการศึกษา	อาชีพหลัก	ตำแหน่ง	สังกัด	บทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม OTOP
1	คุณหนึ่ง	หญิง	ปริญญาตรี	ข้าราชการ	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ	พัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรี	เจ้าหน้าที่ภาคีรัฐที่ทำหน้าที่ในการสนับสนุนและส่งเสริมกลุ่ม OTOP ตามบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการเครือข่ายองค์กรความรู้(KBO)
2	คุณสอง	ชาย	ปริญญาตรี	ข้าราชการ	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ	พัฒนาชุมชนจังหวัดนครนายก	เจ้าหน้าที่ภาคีรัฐที่ทำหน้าที่ในการสนับสนุนและส่งเสริมกลุ่ม OTOP ตามบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการเครือข่ายองค์กรความรู้(KBO)
3	คุณสาม	หญิง	ปริญญาตรี	ข้าราชการ	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ	พัฒนาชุมชนจังหวัดชลบุรี	เจ้าหน้าที่ภาคีรัฐที่ทำหน้าที่ในการสนับสนุนและส่งเสริมกลุ่ม OTOP ตามบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการเครือข่ายองค์กรความรู้(KBO)
4	คุณสี่	หญิง	ปริญญาตรี	ข้าราชการ	นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ	พัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบุรี	เจ้าหน้าที่ภาคีรัฐที่ทำหน้าที่ในการสนับสนุนและส่งเสริมกลุ่ม OTOP ตามบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการเครือข่ายองค์กรความรู้(KBO)

ตาราง 6 (ต่อ) ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลรอง เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนและอาจารย์มหาวิทยาลัย

ลำดับ	นามสมมุติ	เพศ	ระดับการศึกษา	อาชีพหลัก	ตำแหน่ง	สังกัด	บทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม OTOP
5	คุณห้า	หญิง	ปริญญาโท	อาจารย์ มหาวิทยาลัย	อาจารย์สาขาวิชาแพทย์ แผนไทยประยุกต์	วิทยาลัย นานาชาติพระ นคร มหาวิทยาลัย ราชภัฏพระ นคร	ใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ช่วยในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม OTOP

ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล จะประกอบไปด้วย 5 ท่านด้วยกัน โดยผู้ให้ข้อมูล 4 ท่านแรกคือ ผู้ให้ข้อมูลที่อยู่ภายใต้สังกัดกรมพัฒนาชุมชน และมีหน้าที่ในคำสั่งของสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย โดยมีหน้าที่เข้าไปในแต่ละกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่แยกตามจังหวัดมีหน้าที่ในการส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ทักษะ และพัฒนาขีดความสามารถแก่กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOPT ทุกๆ ด้าน อันเป็นประโยชน์ต่อกลุ่ม และประสานงานบูรณาการในการจัดทำแผน และโครงการ/กิจกรรม รวมทั้งงบประมาณในการดำเนินงานเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge Based OTOPT : KBO) โดยกำหนดรูปแบบหลักสูตร และแผนปฏิบัติการส่งเสริม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดบริการข้อมูลสารสนเทศเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOPT และข้อมูลผลิตภัณฑ์ OTOPT แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน และกำกับติดตามประเมินผลการดำเนินงาน

“ของเรามีทั้งภาคทฤษฎีและกปฏิบัตินะคะ ในบทบาทของภาคทฤษฎีเนี่ย กรมพัฒนาชุมชนนะคะ ทุกๆปีจะได้จัดสรรงบประมาณลงมาอันชื่อว่าโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ KBO ก็คือว่าในจังหวัดทั่วทั้งประเทศ ให้ผู้ว่าราชการแต่งตั้ง ส่วนราชการ สถาบันการศึกษาเนคะ เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ประกอบการ OTOPT แล้วคำสั่งเนี่ย พวกสถาบันการศึกษาหรือว่าหน่วยงานเขาจะเรียกว่า เครือข่ายองค์ความรู้ KBO”
(คุณสี่ เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลรองอีก 1 ท่าน ที่เป็นนักวิชาการจากภายนอกที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการช่วยเหลือด้านวิชาการ โดยในที่นี่เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยที่มีความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับหลักการทางวิทยาศาสตร์และความรู้ด้านแพทย์แผนไทยประยุกต์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากพืชสมุนไพรของกลุ่มผู้ประกอบการ โดยได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือกลุ่ม

“เริ่มต้น เลยคือ ก่อนหน้านี้ มีอาจารย์เคยไปทำงานของโครงการศาสตร์พระราชาก่อนหน้านี้แล้ว แล้วก็พบว่าผู้ประกอบการอยากใช้วัตถุดิบที่มันไม่ได้ใช้อะคะ เอามาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ เค้าก็เลยถามว่า เราลองเป็นน้ำยาบ้วนปากเนี่ยจะพอทำได้ไหม ก็เลยคิดสูตรแล้วก็ไปสอนพี่น้องทำอะคะ” (คุณห้า อาจารย์มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง)

ส่วนที่ 2 กระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

กระบวนการ คือ ขั้นตอนหรือลำดับการกระทำที่ดำเนินต่อเนื่องกันไป โดยมีกรรมวิธี หรือวิธีการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้จนสำเร็จ

กระบวนการสร้างนวัตกรรม หมายถึง ขั้นตอนตลอดจนวิธีการตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการริเริ่มความคิดการริเริ่มในลงมือในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ โดยเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่ม หรือการต่อยอดเพื่อการเพิ่มมูลค่าของตัวผลิตภัณฑ์ โดยการนำภูมิปัญญาที่นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้มาพัฒนา ในขั้นตอนการสร้างผลิตภัณฑ์ โดยเป็นรายละเอียดของการดำเนินการในช่วงระยะเวลาต่างเพื่อที่จะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

ซึ่งจุดหลักของงานวิจัยนี้คือ เป็นการศึกษาถึงกระบวนการสร้างนวัตกรรม ซึ่งหมายถึงกระบวนการนั้นมีการเริ่มต้นและมีขั้นตอนเป็นอย่างไรบ้าง เพราะแต่ละในกลุ่ม มีความแตกต่างกันเนื่องจากรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ความรู้ ทักษะ ภูมิปัญญา วัสดุอุปกรณ์ ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น ตลอดจนสภาพแวดล้อมรอบข้าง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนด เป็น 3 ช่วง คือ

ช่วงที่ 1 จุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์

ช่วงที่ 2 ช่วงการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า

ช่วงที่ 3 ช่วงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเข้าร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ Knowledge-Based OTOP : KBO ดังรายละเอียดตามต่อไปนี้

ช่วงที่ 1 จุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์

จุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์คือช่วงที่แต่ละกลุ่มได้มีการรวมกลุ่มเกิดขึ้นเพื่อที่จะเริ่มต้นในการสร้างผลิตภัณฑ์ในตอนแรก โดยเป็นช่วงของการดำเนินงานในการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์ออกมาเพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ในช่วงเริ่มต้น โดยได้รวมกลุ่มคนในครอบครัว หรือกลุ่มคนในชุมชนแล้วก่อตั้งเป็นกลุ่มในนามชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่างๆตามของตนเองนั้นสร้างผลิตภัณฑ์ ในช่วงเริ่มต้นหลายๆกลุ่ม ที่มาและขั้นตอนวิธีการต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย ผู้วิจัยมองว่าเป็นขั้นตอนของการที่จะเป็นปัจจัยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้นในภายหลังและเข้าสู่กระบวนการแข่งขันและได้รับรางวัลระดับประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 การรวมกลุ่มของคนในชุมชน เพื่อก่อตั้งกลุ่มอาชีพ OTOP อาจมีการเริ่มต้นในการรวมกลุ่มที่แตกต่างกันออกไป ในบางกลุ่มเริ่มต้นมาจากการที่มีคนเริ่มต้นในการสร้างตัวผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นมาก่อนแล้วแล้วจึงมีการชักชวนคนในชุมชน หรือคนที่สนใจเข้ามาเพื่อที่จะรวมกลุ่มกันในการสร้างหรือผลิตตัวผลิตภัณฑ์ บางกลุ่มก็เป็นการรวบรวมกลุ่มของเกษตรกรที่มี

การดำเนินการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเดียวกันเข้ามารวมกลุ่มกัน หรือบางกลุ่มก็เป็นการจัดตั้งขึ้นเพื่อที่จะให้คนแก่ ผู้สูงอายุ คนในครอบครัว ได้มีงานทำ

“จากเดิมผมเป็นศูนย์การเรียนรู้ชื่อว่าช่างสกุลบายศรี แล้วก็ได้เกิดผลิตภัณฑ์ขึ้นมา จนมีหน่วยงานทางการเกษตรเข้ามาช่วย เข้ามาให้องค์ความรู้ในด้านทางการเกษตรเพื่อขยายในตัว ของพันธุ์กล้วยตานี และได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี จึงเป็นการรวมกลุ่มเพื่อทำงานร่วมกัน จึงเกิดการร่วมมือกันในกลุ่มที่วิสาหกิจดูแล ตอนนี้อยู่ประมาณ 30 ครอบครัว โดยมีทั้งผู้พิการทางสายตา เด็กพิเศษ เรายรวมทุกคน ทุกวัย”
(คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“ก็รวมกลุ่มกันในชุมชนทำยางนี้แหละครับ ก็รวมเอาผู้สูงอายุ คนในอำเภอทำยาง ผมอยากที่จะทำเป็นตัวผลิตภัณฑ์สมุนไพรใช้กันเอง โดยผมก็มีตัวมะนาวเป็นหลัก เพราะว่ามีมะนาวมันเยอะ ะครับ ในเขตพื้นที่ทำยาง” (คุณว่าน กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมทำยาง)

“ก็เริ่มจากการไปอยู่กับกลุ่มอื่นก่อนตอนแรก เราเลยคุยกันว่าเราอยากทำเรื่องมะดันในกลุ่มอื่นนะ เค้าเลยบอกว่าถ้าอยากทำต้องทำเองแล้วละ เราก็เลยต้องตั้งกลุ่มในปี 2558 จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจในปี 2560”
(คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“เป็นกลุ่มเลยครับ เพราะว่าส่วนใหญ่ผมจะใช้แรงงานแถวๆนั้น คือไม่ได้เป็นลักษณะกลุ่มใหญ่ขนาดนั้นครับ คือเป็นกลุ่มเชิงเดี่ยวชะมากกว่าครับถ้าเป็นกลุ่มใหญ่คือต้องเป็นคนที่มีพื้นเพอยู่ในพื้นที่จริงๆ มีญาติมีอะไรครับที่ผมเห็นมาอะนะ ของผมนี่เกือบจะเป็นรายเดียวเลยนะครับ เป็นผู้ประกอบการรายเดียวเลยทีเดียวนะครับ แล้วผมก็ทำไปได้สักประมาณปี 2 ปีครับ ก็มีในส่วนของ OTOP ของอำเภอ เปิดรับสมัครให้ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ OTOP ผมก็เลยได้เข้าไปร่วมขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ OTOP ตั้งแต่นั้นมามันก็เลยกลายเป็นจุดเริ่มต้น”
(คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณวนดี)

เมื่อมีการรวมกลุ่มทำให้มีสมาชิกกลุ่มมากขึ้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่แต่กลุ่มนั้นจำเป็นที่จะต้องมีการแบ่งหน้าที่กันเพื่อการดำเนินการของกลุ่ม

1.2 การแบ่งหน้าที่ในการดำเนินการของกลุ่ม เป็นเรื่องของการบริหารจัดการของการเป็นกลุ่มที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการแบ่งหน้าที่ในการดำเนินงาน เนื่องจากว่าการสร้างผลิตภัณฑ์ อาจจะต้องแบ่งสมาชิกไปดูแลเรื่องของวัตถุดิบ การออกแบบ การแปรรูป หรือ การเก็บรักษา ซึ่งอาจจะมีการแบ่งแผนกหรือหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับสมาชิกของกลุ่มให้มีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนต่างๆกันได้

“มีครับ มีการแบ่งงานกระจายงาน ในการดูครับ อย่างที่บอกครับ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ เรามี หัวหน้าที่ดูแล ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญในแต่ละจุดอยู่แล้ว เช่น ถ้าเป็นเรื่องของการกีดกัน ก็เป็นเรื่องของคุณพรดรัล เลย อันนั้นเป็นต้นน้ำ ที่มณฑลดูแลกลางน้ำ เรื่องของการออกแบบ พี่ทรายทองดูแลเรื่องของปลายน้ำ เรื่องของการตลาดเรื่องของ contact ทั้งหมด ทำที่สุดคือผมจะดูแลองค์รวมทั้งหมดเลย” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

1.3 การริเริ่มสร้างผลิตภัณฑ์ เป็นช่วงที่มีการลงมือในการริเริ่มของการทำ ซึ่งในช่วงนี้เป็นช่วงที่มีรายละเอียดค่อนข้างมาก เนื่องจากมีหลายวิธีที่แตกต่างกันไปจากการที่ผู้วิจัยได้เข้าไปสัมภาษณ์ถึงจุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์นั้นแต่ละกลุ่มอาชีพได้เริ่มต้น หรือริเริ่มในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในรูปแบบต่างๆ ทั้งที่เป็นการเริ่มต้นจากการอะไรง่าย ๆ รอบตัวของตนเองรอบบ้าน เป็นการใช้ความรู้จากครอบครัวหรือภูมิปัญญาเท่าที่มีในการสร้างผลิตภัณฑ์ในขั้นเริ่มแรกเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์จากความคิดมาริเริ่มในการผลิตและสร้าง

1.3.1 การคัดเลือกวัตถุดิบจากที่มี ในการสร้างผลิตภัณฑ์กลุ่ม วัตถุดิบที่นำมาเพื่อใช้ในการสร้างเป็นผลิตภัณฑ์นั้น ในช่วงเริ่มต้นอาจเป็นเลือกสิ่งที่อยู่รอบๆตัว ของใกล้ตัว สิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น หรือเป็นสิ่งที่ตนเองนั้นมีความถนัด ได้มีโอกาสทำหรือคลุกคลี เคยมีโอกาสได้นำสิ่งเหล่านั้นไปใช้ในการทำอย่างอื่นอย่างใดที่มีลักษณะคล้ายๆกับผลิตภัณฑ์ที่ตนเองนั้นจะกระทำมาก่อน เลยได้มีการคิดริเริ่มที่จะนำเอาสิ่งเหล่านั้นมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ของตนในช่วงเริ่มต้น

“ดั้งเดิมเป็นงานจักสานก่อน ทำความไปก่อนคือมีการนำการแปรรูปจักสานคือ ไปเห็นตัว ผักตบชวา คือเค้าสานได้ กระจุกก็ทำได้ เอามาทำกระเป่า เอามาทำเป็นเสื้อ ผมก็มอว่าเชือกกล้วยมันก็เหนียวเหมือนกัน ผมก็เลยไปกรีด ไปตาก แล้วก็เอามาสาน ก็ทำได้แล้วก็ทำได้ดีด้วย แถมยังดีกว่าผักตบ เพราะขึ้นราที่หลัง เพราะว่าตัวกล้วยมีคุณสมบัติพิเศษอยู่แล้ว เรื่องกันเชื้อรา

กันแบบที่เรีย เบื้องต้น ถ้าให้เทียบเรื่องคุณภาพกล้วยนั้นดีกว่าผักตบมาก คือลำต้นผมทำตัวจัก
สาน ตัวเชือกกล้วยครับ คือทำเพื่อเพิ่มรายได้และมูลค่าจากใช้แค่ใบทำบายศรี”

(คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“ที่นี้ดังก็มี มะดัน กับมะยงชิดอะ ที่มีเยอะมาก แต่ก่อนเข้าโรงดองหมด เพราะว่ามีแต่
มะปรางเปรี้ยว ทั้งนั้นแบบมะดันนี่แหละ ที่นี้เค้ามีสูตรใหม่มีมะยงชิดเลยเอามาปลูก”

(คุณชาพล วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“มะดันคือผลไม้ท้องถิ่น แล้วมันก็มีเยอะและราคาก็ไม่แพง คือราคา แค่ 5 บาท 10 บาท
แล้วเราก็สามารถเก็บได้ แถมเมื่อออกมาทั้งปี เราคิดว่าเรามีวัตถุดิบที่สามารถนำมาใช้ในการเรียนรู้
พี่ก็เลยอยากจะทำแปรรูปไปเรื่อย ๆ ทุกอย่าง เช่น พี่ทำน้ำมะดัน มันก็จะเหลือกาก พี่ก็เอากา มา
ทำน้ำพริกมะดัน ทำน้ำปลาหวาน คือพี่มีความคิดว่าของเราต้องเป็น Zero Waste

(คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“ดั้งเดิมนะครอบครัวของผมน่ะแม่ผมก็ทำอาชีพเกี่ยวกับปัญหานะครับแต่ว่าส่วนตัว
ของผมเองและน่าจะเป็นพ่อค้าก็ขายมะนาวเหมือนกันครับ ก็คือผมออกจากงานจากกรุงเทพฯ
มาแล้วก็มาทำการค้าก็เกี่ยวกับการค้ามะนาวนี่ละครับเราว่าตอนแรกเราก็มีการแปรรูปจาก
มะนาวเป็นน้ำมะนาวแช่แข็งตอนนั้นเป็นตัวผลิตภัณฑ์หลักของผม

และผมก็ by product” (คุณเกอว์ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

“ก่อนอื่นก็ต้องบอกเลยครับว่าจังหวัดเพชรบุรีของเราจะเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีในเรื่องของ
มะนาวเยอะครับเนื่องด้วยเป็นพืชพื้นถิ่นของเรา”

(คุณเครือ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

“จุดเริ่มต้นของผมนั่นเริ่มต้นมาจากผมเป็นในส่วนของภาคเกษตรกรก่อนนะผมปลูกข้าว
ตะไคร้ขาย แล้วก็ประสบปัญหาเรื่องของการราคาตกต่ำผมก็เลยได้มีโอกาสเข้าไปดูใน YouTube แล้ว
ผมก็ไปเจอว่าเค้าทำตะไคร้ไบโอดีทผสมกันแล้วผมก็เลยเอามาทำบรรจุขวดขาย”

(คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณวนดี)

เมื่อเรามีการคัดเลือกวัตถุดิบได้ตามที่เรามีแล้วนั้น ก็เข้าสู่ขั้นตอนที่นำเอาวัตถุดิบที่มีมาใช้เป็นตัวตั้งต้นในการทำผลิตภัณฑ์โดยกระบวนการหรือความรู้ทางภูมิปัญญา

1.3.2 การนำภูมิปัญญามาใช้ในช่วงของการเริ่มทดลองจนได้ผลิตภัณฑ์ เป็นขั้นตอนที่มีการนำเอาความรู้ทางภูมิปัญญา ความเชื่อ แนวคิด ค่านิยม ปรัชญาการดำเนินชีวิต หรือเทคนิคต่างๆมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ทั้งที่ได้รับการถ่ายทอดจากการเรียนรู้จากบรรพบุรุษ คนในครอบครัว ชุมชน หรือปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ศูนย์เรียนรู้ในท้องถิ่น ไม่ว่าจะ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับอาหารและผักพื้นบ้าน เทคนิคการถนอมอาหารและการปรุงอาหาร สำหรับยาพื้นบ้าน สมุนไพร ภูมิปัญญาด้านความเชื่อพิธีกรรม การสร้างเครื่องสักการะ หรือแม้แต่ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องมือ การประดิษฐ์สิ่งของ หัตถกรรมพื้นบ้าน เครื่องใช้ต่างๆ แล้วนำมาทดลองในการทำจนได้ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

“เพราะว่าคุณสมบัติคือกล้วยตานีมันเหนียวและทนทานสุด และมีความสวยงามในการทำเครื่องสักการะ ทั้งใบ ต้น มีความแข็งแรงที่สุด โดยเรา มีการได้รับการถ่ายทอดเรื่องของการเลือกวัสดุ เลือกกล้วยอยู่แล้ว ไม่ใช่แค่ผมหรอกครับ ที่ไหนก็ทราบครับว่า กล้วยตานีเหมาะสำหรับการทำเครื่องสักการะอย่างยิ่ง หรือแม้กระทั่งการแทงหยวก งานราชพิธีต่างๆ ถ้าเป็นเรื่องผีจริง ทำไม่พราหมณ์ต้องทำพิธีพิธีกรรมก่อนตัด เพื่อนำไปทำจิตกาธาน”
(คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“ก็ศึกษาด้วยตัวเองเบื้องต้นก่อน ทำพวกลาย 2 ลาย 3 ลายๆ ก่อน ลายชัด พอทำไป เริ่มไปติดตรงหู เริ่มไปติดตรงการเก็บงานให้มันเรียบร้อย ทำให้ผมต้องไปศึกษาเพิ่มเติมโดยไปหาองค์ความรู้รอบนอก ได้ไปเจอครูที่นครปฐมที่ท่านนั้นทำผักตบอยู่ ก็ไปเรียนสานผักตบ แต่ก็ไม่ได้บอกเค้าหรอกครับว่าจะเอามาสานเชือกกล้วย ก็ไปเรียนมาแล้วลองเอามาทำของเรา ก็เอามาสานเชือกกล้วยของเรา แล้วก็เอาไปให้ท่านดู ผมเรียกท่านว่าอาจารย์แม่ ก็เอาไปให้ท่านดู ท่านก็แปลกใจว่า อ้าวทำไม ไม่เป็นผักตบชวา ทำไมเป็นเชือกกล้วย ผมก็บอกว่าผมไม่มีผักตบชวา ผมมีแต่กล้วย เพราะว่าต้นกล้วยบางครั้งตัดมาทำงานบายศรีผมแล้วเหลือ แล้วก็ทิ้งผมเลยเอามาตากมาทำเป็นผลงานใบนี้ อธิบายให้ท่านฟัง นี่คือเหตุผลที่เกิดขึ้นในการหาองค์ความรู้รอบนอกเข้ามาตอบโจทย์ตัวเอง” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“ก็เริ่มจากการแปรรูปก่อน ตอนแรกก็เลียนแบบเค้า แต่ว่าในส่วนต่างของเราคือเรามีกรรมวิธีที่แตกต่างกับเค้า อย่างคนอื่นเค้าบีบเม็ดออกมาของพีใช้คว้านเม็ด ค่อยๆเอาเม็ดออกมา ลูกก็สวยกว่า แต่เวลาขายขายยากเนื่องจากการเก็บรักษา ต้องอยู่ในความเย็น ถ้าเราเอาออกมาขายไม่หมดเราก็ไม่อร่อยแล้ว”

(คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“ก็ใช้วิธีการเดิมตามภูมิปัญญาที่เราได้รับการถ่ายทอดมาเลยคะ เพียงแต่เรานั้น มีการตวง มีการชั่ง แต่สมัยก่อนนั้นใช้การกะเอาเช่นเกลือ 1 กำมือ”

(คุณกานพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

1.3.3 การขายเพื่อรายได้ เป็นการนำสินค้าหรือตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่มออกจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่ม โดยผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มได้ดำเนินการในช่วงแรก ออกขายไม่ว่าจะเป็นการจัดจำหน่ายทางตรง หรือการรับยอดสั่งซื้อเข้ามาเพื่อการผลิตตลอดทั้งการออกไปขายตามงานต่างๆ ทั้งที่เป็นงานที่ไปออกร้านขายเอง หรือออกร้านตามงานที่มีหน่วยงานต่างๆของภาครัฐจัดขึ้น โดยเป็นเหมือนจุดเริ่มต้นในการทดลองตลาดของสินค้าที่กลุ่มนั้นได้ทำกันในช่วงเริ่มต้นของกลุ่ม

“ณ ตอนนั้นในคำว่ากล้วยมาจากसानมันก็แปลก มันแปลกในสายของพวก OTOP เพราะว่ายังไม่มีใครหยิบยกกล้วยที่ใครก็มีอยู่ในบ้านยังไม่มีใครหยิบยกขึ้นมาทำได้อะไรอย่างเรามันก็เลยทำให้ติดตลาด ทำให้คนเริ่มรู้จักเรา ในที่สุด พช. ก็เข้ามา เพราะว่าเรามองเห็นกล้วยที่ดูโก้ มีมูลค่า เค้าก็เลยคัดสรรตัวผลิตภัณฑ์ผมเข้าไป ในโครงการ KBO ของ พช.”

(คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“ใช้คะ เค้าทำมะดันลอยแก้ว ตัวแรกคือลอยแก้ว พอเราได้ออกไปขายตามงานต่างๆ ที่เค้าจัด (งานอีเว้นท์) เค้าก็บอกว่าไม่อยากกินของดอง”

(คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“ในส่วนแรกนะครั้บก็คือพีโก้เขามีในส่วนของโรงงานในการทำเกี่ยวกับน้ำมะนาวซึ่งทำส่งในห้างสรรพสินค้าไม่ว่าจะเป็นในห้างแม็คโครต่างๆ”

(คุณเครือ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

ในส่วนของการดำเนินการของกลุ่มในช่วงแรกก็ได้มีการนำเอาตัววัตถุดิบที่ตนเองมีใกล้ตัวเข้ามาในร่วมการความรู้ทักษะและภูมิปัญญาที่ใช้กันมาในช่วงเริ่มต้น โดยแต่ละกลุ่มเมื่อมีการดำเนินการไปสักระยะหนึ่ง เกิดความคิดที่อยากจะพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มูลค่า และเพิ่มราคาของตัวสินค้าขึ้นไปอีกระดับหนึ่ง ซึ่งเป็นกระบวนการถัดไป

ช่วงที่ 2 ช่วงการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อการเพิ่มมูลค่า

การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อการเพิ่มมูลค่า ช่วงที่การดำเนินการในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้มีการเริ่มต้นทำมาได้สักระยะหนึ่งแล้ว ภายในกลุ่มเกิดความคิด หรือมีไอเดียที่จะมีการพัฒนา ต่อยอดสินค้าและผลิตภัณฑ์ ทั้งในส่วนของตัวสินค้าเดิมที่ได้ดำเนินการมาแล้ว หรือเป็นการพัฒนารูปแบบใหม่จากวัตถุดิบเดิมโดยอาจจะเป็นการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์หรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้งาน ทั้งนี้ในบางกลุ่มอาจมีการเปลี่ยนแปลงตัวผลิตภัณฑ์ไปจากเดิมเลยก็ได้ เนื่องจากอาจจะเป็นการยกระดับตัวของสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ความใหม่ ตอบโจทย์ในการขายหรือในเชิงเศรษฐกิจ ทั้งนี้อาจเป็นการเรียนรู้หรือเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เข้ามาพัฒนารูปแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ในมีความเป็นนวัตกรรมมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดของขั้นตอนและกระบวนการที่เกิดขึ้น ดังนี้

2.1 จุดเปลี่ยนในการเกิดไอเดียในการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การที่กลุ่มเกิดความคิดที่อยากจะดำเนินการในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่รูปแบบ วิธีการ กระบวนการ หรือรูปลักษณ์ที่แตกต่างไปจากเดิม โดยอาจจะเกิดจากการที่สังเกตเห็นถึงช่องทางที่สามารถจะดำเนินการพัฒนาได้ ทั้งที่เกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์เดิม เลยมีความคิดที่จะนำเอาตัววัตถุดิบนั้นมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น หรือเป็นการที่เอาตัววัตถุดิบอื่นๆ มาสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยอาจจะเกิดจากการเห็นว่าตัววัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นนั้นเมื่อถึงฤดูกาล แล้วผลผลิตมีออกมามากมายจนล้นตลาด ทำให้ราคาพืชผลทางการเกษตรนั้นมีราคาความตกต่ำ หรือที่เรียกกันว่าเป็นภาวะผลผลิตล้นตลาด จึงเกิดความคิดที่อยากจะเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งนั้น โดยแต่ละกลุ่มมีจุดเปลี่ยนในการเกิดไอเดีย ดังนี้

“ก็เกิดจากการที่เค้าเอาระเป่าเชือกกล้วยจักสานเราไปออกบูช ทำให้เกิด 2 เหตุการณ์ ที่ทำให้ผมต้องคิด คือ เหตุการณ์แรกคือ ผมเอาระเป่าจักสานไปประกวด (Knowledge – Based OTOP : KBO) แล้ว (Knowledge – Based OTOP : KBO) มันคือผลงานนวัตกรรม แต่แล้วของผมมันเป็นแค่งานจักสาน แล้วมันเป็นนวัตกรรมตรงไหน และเหตุการณ์ที่สองเกิดจากคนที่ใกล้ชิด

ของผมไปออกบูธที่งานจักสานนี้แหละครับ เค้กเกิดอยากได้กระเป๋าแบรนต์ดังนั้นคือกระเป๋า
พราด้า ไปหนึ่งก็ 4-5 หมื่น มันแพงมาก ผมเลยมองว่ากูไม่มีหรอก แต่ถ้ามีงอยากได้กูจะทำกระเป๋า
จากกาบกล้วยให้มันเอง มันเลยเกิดมูมอันนี้ กับมูมของนวัตกรรม ของ (Knowledge – Based
OTOP : KBO) มันก็เลยเกิดไอเดียขึ้นมาว่า เอ้อ ทำไม่เราไม่ทำกล้วยให้เป็นแผ่นหนังวะ
เราก็ย้อนกลับไปถึงสิ่งทอ ก่อนว่าการจะทำอะไรก็ต้องขึ้นเป็นผืนผ้าก่อน มันต้องทำกระบวนการสิ่ง
ทอขึ้นมาก่อน เราจึงทำให้เป็นผืนก่อน แล้วค่อยเอาไปDesign ต่อได้ ก็ได้ต้นทุนในเรื่องของกล้วย
นี่แหละครับ มันเกิดการตกผลึกรวมกันกับสิ่งที่ผมได้เรียนมากับต้นทุนที่ผมมีของรากเหง้า
ผสมผสานกันกลายมาเป็นตัวที่ผมพูด” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“จริงๆ มันก็เริ่มต้นจากที่เรานั้นแปรรูปไปเรื่อย ๆ แปรรูปไปเป็นของกินก่อน พอมันเหลือ
เปลือกเราก็อยากพัฒนาต่อยอดเรื่อย ๆ เราไม่อยากจะให้เหลือซากเลยอยากใช้ประโยชน์ทุกส่วน เรา
ก็มีคนที่มือมีความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์เข้ามามีส่วนร่วมทำให้มันนั้นสามารถที่จะทำได้ และมี
ความทันสมัยน่าใช้ การตลาดต่างๆ เข้ามาร่วมกันทำ”
(คุณว่าน กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

“เราจะมีเหลืออยู่ใช่ไหมครับเราก็จะสังเกตเห็นว่า เวลาเราทำเกี่ยวกับมะนาวเนี่ย เราก็จะ
มีการใช้มือเข้าไปในการบีบมะนาวใช่ไหมครับและบริเวณที่เราใช้ในการบีบมะนาวผิวมือของเราก็
มีความชุ่มชื้น ซึ่งมันมีความแตกต่างและก็สามารถสังเกตเห็นได้ชัด ไม่ต่างจากโฆษณาที่เราเคย
เห็นกันเลยก็คือตัวของน้ำตบที่ทำมาจากข้าวสาลี ที่ใช้มือในการลงเท้าไหร่หรือว่าขยำข้าวสาลีแล้ว
ทำให้มันก็ไม่เหี่ยว เช่นเดียวกันคนเพชรบุรีที่ทำมะนาวใช้มือในการบีบการคั้นมะนาวมือของเขาก็
ไม่เหี่ยวเหมือนกัน” (คุณเครือ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

“ที่คิดไว้แล้วว่าพียอยากทำของกินของใช้ อันนี้น้ำยาบ้วนปากมันคือของใช้ เป็นของใช้อีก
ตัวหนึ่งที่เพิ่มมูลค่า” (คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“คือเราไปเอาปัญหาของคนอื่นนะครั้นมาวิเคราะห์แล้วก็มาแก้ไขปัญหา ซึ่งเราก็มีความรู้
ในการวิเคราะห์ปัญหาของเราเองอยู่แล้วใช่ไหมครับ ที่เกี่ยวกับตะไคร้ส่วนตัวสัปดาห์ละก็มีปัญหาที่
มันคล้ายๆกัน คือที่มีสินค้าล้นตลาดในช่วงของบางปีหรือว่าบางฤดูกาล เราก็เลยมาคิดที่จะหาวิธี
ในการเพิ่มมูลค่าให้กับมันเราก็เลยเอามาคิดว่าจะสกัดเอาสารสำคัญออกมา”
(คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณวนดี)

เมื่อเกิดความคิดที่เป็นจุดเปลี่ยนในการเกิดไอเดีย เพื่อสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทำให้การค้นหาข้อมูลความรู้ หรือการปรึกษาผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นกระบวนการถัดไป

2.2 การค้นคว้าหาความรู้ และการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เป็นช่วงที่กลุ่ม ดำเนินการ ทำให้ความคิดหรือไอเดียที่เกิดขึ้นนั้นเป็นจริง โดยการศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมจากการที่ไปศึกษา จากแหล่งข้อมูลต่างๆ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากในระบบอินเทอร์เน็ต งานวิจัย หรือการปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งในส่วนที่เป็นภาครัฐหรือเอกชน อาจารย์มหาวิทยาลัย เนื่องจากบางผลิตภัณฑ์มีความจำเพาะบางอย่างที่จำเป็นต้องใช้ความรู้ทางวิชาการ หลักการ วิธีการหรือกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อให้การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์สามารถทำได้และมีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้ที่สนใจในสินค้าและผลิตภัณฑ์ ยิ่งถ้ากรณีที่เป็นในส่วนของ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำเป็นอย่างยิ่งที่อาจจะต้องมีการ ทดสอบค่าต่างๆ ให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด

“เราเอาข้อมูลที่ได้จาก Google นั้นมาเป็นข้อมูลแต่ที่เราคิดต่อไปเรื่อย ๆ ไอเดียของเรา คิดไปเรื่อย ๆ พี่คิดทุกอย่างแล้วไปนำเสนอต่ออาจารย์ ที่เค้ามีความรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการทำเรื่องน้ำยาบ้วนปากอย่างถูกวิธีและปลอดภัย ก็บอกว่าถ้าทำตามที่เราเองคิดได้จะดีมาก เพราะว่าเราชอบตัวนี้มากเราสนใจที่จะให้มันออกมาเป็นอย่างไรที่เล่ามาคะ โดยตอนนั้นพี่คิดหลาย ตัว ทั้งสมุนไพรรอบตัว สครับ ตอนนี้อยู่กำลังมีสครับ”
(คุณไบพลู วิชาทกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“ผมก็คิดๆเลยมีไอเดียว่าอยากลองคิดดูว่าอยากจะทำในด้านของเครื่องสำอางและ ประจวบเหมาะๆกับในขณะนั้นเมืองคักรของภาครัฐเข้ามาให้คำปรึกษาก็เลยไปเรียนการทำ เครื่องสำอางกลับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ก็ได้แนวทางในการทำแซมพู สบู่ อะไรจำพวกนี้กลับมา อันนั้นก็รวมไปถึงลิปบาล์มด้วยครับ ลิปบาล์มก็คือลิปสติกครับที่ทาแล้วมัน รู้สึกมันๆให้ปากของเราไม่แตกครับ” (คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณาวดี)

“แนวคิด แนวคิด คือจริงๆนะเราเคยอ่านว่าในตัวของมะนาวจะมีน้ำมันหอมระเหยใช้ ใหม่ยะ แล้วเราก็ไปเปิดดูใน YouTube เราก็ไปเจอข้อมูลของ ดร.สุรัสวดี ซึ่งเป็นนักวิจัยเกี่ยวกับ น้ำมันหอมระเหยท่านอาจารย์ก็คือดีมากท่านอาจารย์ก็ให้ความรู้ ก็เลยได้ไปถามท่านแล้วที่ท่าน ก็ได้ให้ข้อมูลแล้วก็แนะนำว่าควรทำอย่างนี้นะท่านก็สอนนะครับแล้วเราก็เลยได้ข้อมูลมาจากตรง

นั่น ผมดูวิดีโอของอาจารย์ที่ผมเข้าไปดูนั้นของอาจารย์ ผมดูแค่ว่าเป็นแนวทางเพราะว่ามันเป็น
วิจัยของอาจารย์” (คุณเกอวี กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

2.3 การใช้กระบวนการ วิธีการ เทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์เข้ามาสร้าง
ผลิตภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการที่ผู้ผลิตที่มีการนำเอาหลักการทางวิทยาศาสตร์ หรือเครื่องมือ
บางอย่าง เข้ามาเพื่อที่จะใช้ในการผลิตตัวของผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องในการสกัดสารสำคัญ
ที่ใช้เป็นสารตั้งต้นในการผลิตตัวของผลิตภัณฑ์ หรือกรรมวิธีในการทดสอบคุณภาพความเข้มข้น
ของสาร ความเป็นกรดต่าง ล้วนเป็นกระบวนการที่สำคัญที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องใช้ในควบคุมและ
ทดสอบในทุกๆกระบวนการของการสร้างผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพของตัว
ผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน และเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆให้กับตัวผลิตภัณฑ์

“คือต้นน้ำนั้นเป็นกระบวนการทำวัตถุดิบ เราไม่มีเครื่องจักรใดๆ มีแต่เครื่องมือบ้านๆ คือ
เตารีด การตากแดด ส่วนกลางน้ำนั้นคือ เป็นกึ่งอุตสาหกรรมคือ เป็นจักรเย็บ เท่านั้นครับ”
(คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“เป็นของพี่เองคะ เช่น อุณหภูมิ ก็เป็นพวกปรอท หมอต้ม ก็ยังใช้หมอตุ่นธรรมดา
เพราะว่าวิธีการของเราใช้แค่กระบวนการต้มเองคะ”
(คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“มันก็ได้มีเทคโนโลยีสมัยใหม่อะไรนะคะ ที่เอามาพัฒนา เราใช้หลักการทาง
วิทยาศาสตร์มากกว่า อะคะ” (คุณห้าว อาจารย์มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง)

“ไม่มีใครมาสอนเลยครับผมนั่นได้ทำด้วยตัวเองคือกระบวนการได้มาของน้ำมันหอม
ระเหยกระบวนการกลั่นผมเป็นคนทำเองครับว่าทางอาจารย์ท่านจะสอนเกี่ยวกับจะกลั่นว่าจะทำ
ยังไงให้น้ำมันที่เรากลั่นออกมาแนะนำเป็นน้ำมันที่บริสุทธิ์ ผมก็ดูว่ากระบวนการกลั่นน้ำมันทำ
วิธีการแบบไหนแล้วผมก็เอาไปให้ช่างที่ผมรู้จักทำดู ก็ให้ช่างม้วนมาให้เลย เราไปบอกว่าเราอยาก
ได้รูปแบบไหนแล้วก็เราอยากได้วิธีการแบบนี้เราไม่ได้เป็นชื่อเครื่องโดยตรงจากที่เขาขาย เราไม่ได้
ไปซื้อเครื่องกลั่นเราเอามาผิดแผงดัดแปลง อีกอย่างหนึ่งผมเองก็เป็นช่างด้วยนะครับเราก็มี
เพื่อนหรือว่ามีพ่อก็มีพวกที่เป็นเกี่ยวกับทางด้านสายช่างมีเพื่อนฝูงปรึกษากัน ก็พูดตรงๆคือแต่เรา
ก็มีแอบไปดูบ้างนะครับว่าเครื่องอะว่าเครื่องมันเป็นแบบไหนกันแน่ มันมีรูปแบบแบบไหนลักษณะ

เป็นอย่างไร เพราะเราไปดูบ๊อบมันก็ไม่ได้มีอะไรที่ว่าจะดูยุ่งยากเลย เราก็เลยเอามาทดลองทำกันเอง แต่ว่าเราไม่ได้ทำเองนะครับเราก็มีการนำไปให้ช่างนะทำให้โดยเรามีคนอื่นจะเข้ามาช่วย”

(คุณเกอวี กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

“เรื่องตัวของสารสำคัญนะครับในสัปดาห์นั้นผมก็มีการสอบถามไปยังท่านอาจารย์ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ท่านหนึ่งทีตอนนั้นท่านเป็นคนบดนะครับ และในส่วนของการทำสุรากลั่นหรือว่าการต้มเห็ดแล้วคือวิธีการที่ผม ได้นำมาประยุกต์นำเอากระบวนการนั้นมาใช้กับการกลั่นเพื่อให้ได้สารสำคัญจากสัปดาห์โดยให้หลักการวิธีการเดียวกัน”

(คุณพนา กลุ่มพฤกษาพรรณวดี)

เมื่อผู้ผลิตได้เนนการทำให้ความคิดหรือไอเดียที่เกิดขึ้นนั้นเป็นจริง โดยผ่านกระบวนการในการเอาความคิดริเริ่มในการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์มาประยุกต์ใช้ร่วมกับการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม มีการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ถึงการใช้กระบวนการ วิธีการ เทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ที่จะนำเข้ามาสร้างผลิตภัณฑ์ เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ออกมาเป็นที่เรียบร้อยแล้วก็เป็นการนำผลิตภัณฑ์ ออกสู่ตลาดเพื่อเป็นการทดสอบผลิตภัณฑ์

2.4 การทดสอบผลิตภัณฑ์และการวางผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ช่วงของการที่เมื่อกลุ่มได้นำเอาตัวผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ ไม่มีการทดสอบผลิตภัณฑ์ มีเพียงแต่การให้สมาชิกนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ในกลุ่มกันเอง เพื่ออธิบายหรือทำความเข้าใจกับลูกค้าได้ จึงไม่เกิดการเก็บข้อมูลจากลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ก่อนวางออกสู่ตลาด ค่าแนะนำของลูกค้าจึงเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าซื้อสินค้านั้นไปใช้แล้วเป็นหลัก โดยมาจากหลักคิดที่ว่าเมื่อคิดผลิตภัณฑ์ออกมาแล้วก็สามารถผลิตและขายได้เลยเพียงแต่การผลิตในระยะแรกจะเป็นการผลิตในปริมาณน้อยเพื่อศึกษาถึงความต้องการสินค้า ผลตอบรับจากลูกค้า และเพื่อการวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อใช้ในการกำหนดราคาขาย และกำไรที่คาดว่าจะได้รับ

“ก็ทุกอย่างมันเกิดจากการใช้จริงทำจริง มันคือการลงจริงไม่มีสตั้นท์ เพราะฉะนั้นเราก็แล้วรับประกันเพราะว่าเรามีพี่ที่รายอีกคนของเค้าที่เซฟแบรนต์ดังๆมาก่อนครับ คนที่testคือลองเอากะเป่ามาทำให้แบบยับเยี่ยก็ยังคงอยู่ เพราะฉะนั้นผลของการที่ทดสอบเกิดจากการที่ใช้งานหนัก

แน่นอนแต่สภาพยังคงดีไม่ต่างจากกระเป่าคุณภาพต่างๆเลยครับ”

(คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“โหย!! ต้องลองบัวรดนะ คือว่าตัวเศษอาหารมันหลุดออกมาจริงๆเลยนะ มีความสดชื่น ความเป็นกรีน มันไม่มีเคมีเข้ามามันทำให้เรารู้สึกว่ามันมีความเป็นธรรมชาติ เราชู้สึกได้”

(คุณใบพลู วิชาทฤษฎีชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“เค้าก็บอกว่าดี เค้าชอบ บางทีพี่ไปออกรายการเค้าก็มีคนโทรเข้ามาสั่งเลยนะ จะเข้ามาขอซื้อ แต่เราก้ยังไม่กล้าขายเพราะว่าเรายังไม่ได้ผ่าน อย.(สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)

ต้องมีมาตรฐานเข้ามาก่อน”

(คุณใบพลู วิชาทฤษฎีชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“พอพี่ได้เข้ามามีส่วนร่วมพี่ก็ได้มีการศึกษาเพิ่มเติมว่าในส่วนของการตลาดละ ตัวผลิตภัณฑ์นี้มันจะสามารถที่จะฮิตกับใครได้บ้าง

(คุณเกอวี่ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่าทราย)

“แล้วในส่วนตัวของพี่เองก็ได้บินไปที่ประเทศญี่ปุ่น ไปงานด้วยไปเที่ยวด้วยแล้วก็ได้นำตัวของผลิตภัณฑ์ตัวนี้ไปด้วย ในครั้งแรกที่เราไปนั้นก็ประสบความสำเร็จมากแล้วก็สามารถส่งขายได้เยอะมากครับ เรามีตลาดรองรับครับก็เลยกลายเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เราทำๆกันอยู่นะครับ”

(คุณเกอวี่ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่าทราย)

“มีครับผมก็ไปเขมรมา 3 ครั้ง เอาตัวนี้ไปขายครับ แล้วก็ถ้าต่างประเทศก็คือ ถ้าต่างประเทศนะครับก็ไปเขมรมา 3 ครั้งแต่ถ้าว่าในประเทศไทยผมก็ไปถึงห้างสยามพารากอนเลย ครับ ผมไปแสดงสินค้าใน tops Supermarket เดอะมอลล์ที่เคยไปทดลองขายนะครับ แล้วก็ที่

สยามพารากอนครับ” (คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณวนดี)

“มีการทดสอบตลาดและก็นำสู่การขาย อย่างเป็นรูปธรรมชัดเจน ก็ได้ขายในมิสทีนด้วยครับตอนนั้นขายไปประมาณ 2 ปี ขายในแคตตาล็อกของมิสทีนครับ แล้วก็แคตตาล็อกฟรายเดย์ครับ แล้วก็เซเว่นแคตตาล็อกผมก็เคยได้เข้าไปขายนะครับ” (คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณวนดี)

เมื่อได้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในระหว่างนั้นทางหน่วยงานภาครัฐก็มีนโยบายในการที่จะเข้ามาช่วยในการพัฒนา กลุ่ม พัฒนา

ผลิตภัณฑ์ เพื่อขับเคลื่อนให้ OTOP สู่อุตสาหกรรมที่เข้มแข็งและยั่งยืนในรูปแบบของเครือข่ายองค์ความรู้ ซึ่งจะเป็นกระบวนการช่วงหนึ่งถัดไป

ช่วงที่ 3 ช่วงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเข้าร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ Knowledge-Based OTOP : KBO

เป็นช่วงที่กลุ่มได้รับการคัดเลือกจากเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนระดับอำเภอ ให้เข้าร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ Knowledge-Based OTOP : KBO ของจังหวัดซึ่งเป็นโครงการที่กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ได้จัดขึ้น โดยมุ่งให้มีสถาบันการศึกษาในพื้นที่เป็นหน่วยหลักและเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐ ท้องถิ่น เอกชน ชุมชน และภาคประชาชน เข้ามาขับเคลื่อนในการนำเอาองค์ความรู้มาพัฒนาให้แก่ผู้ประกอบการ OTOP สามารถมีความรู้และทักษะในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ของตนให้มีคุณภาพ และมาตรฐาน สามารถเป็นตัวแทนในการรับคัดเลือกเข้าประกวดในระดับประเทศ หรือเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายให้กับกลุ่ม สามารถส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศได้

“ของเรามันมีทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัตินะคะ ในบทบาทของภาคทฤษฎีเนี่ยกรมพัฒนาชุมชนนะคะ ทุกๆปีจะได้จัดสรรงบประมาณลงมาสนับสนุนโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ KBO ก็คือว่าในจังหวัดทั่วทั้งประเทศ ให้ผู้ว่าราชการแต่งตั้ง ส่วนราชการ สถาบันการศึกษานะคะ เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือผู้ประกอบการ OTOP แล้วคำสั่งเนี่ย พวกสถาบันการศึกษาหรือว่าหน่วยงานเขาจะเรียกว่า เครือข่ายองค์ความรู้ KBO”
(คุณสาม เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)

3.1 การเข้าร่วมพัฒนาความรู้ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นช่วงที่กลุ่มได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทนจากระดับอำเภอเข้าไปร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ Knowledge-Based OTOP : KBO ในระดับจังหวัด ซึ่งเป็นกิจกรรมที่นำเอาผู้เชี่ยวชาญผู้ที่มีความรู้ ทั้งในส่วนของสถาบันการศึกษา หน่วยงานต่างๆของภาครัฐ และเอกชน เข้ามาให้ความรู้โดยทางกรมพัฒนาชุมชน จะเป็นหน่วยงานหลักในการสนองนโยบายการขับเคลื่อนและการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการ OTOP โดยได้ออกแบบหลักสูตรเพื่อทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภายใต้คณะกรรมการในการดำเนินงานของเครือข่ายองค์ความรู้ของแต่ละจังหวัด โดยจะมีหน้าที่ในการนำเอาผู้มีความรู้ ประสบการณ์ ในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ให้มีมาตรฐาน สามารถส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ

เรียนรู้ถึงวิธีการและกระบวนการในการบริหารจัดการ ตลอดจนการควบคุมมาตรฐานของตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังสามารถนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ร่วมกับเทคโนโลยีซึ่งเป็นการสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย โดยผู้เชี่ยวชาญจะทำการวิเคราะห์ถึงแนวทางในการพัฒนาตัวของผลิตภัณฑ์ หรือการพัฒนาคุณภาพ การใช้วัสดุ หรือการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้วิธีการตามหลักการของภูมิปัญญาท้องถิ่น มาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น จะมีแนวทางในการพัฒนาทั้งรูปลักษณะภายนอกของบรรจุภัณฑ์ การเพิ่มคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ และยังมีมองไปถึงช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางการตลาดหรือการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าและบริการ ซึ่งในการพัฒนาครั้งนี้จะเป็นการนำเอากระบวนการทางภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสานวิธีการทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเอาไปประยุกต์ใช้ในขั้นตอนของการพัฒนาหรือกระบวนการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงหมายถึง การเพิ่มคุณภาพให้กับตัวของผลิตภัณฑ์ โดยอาจจะใช้สิ่งของหรือวัสดุที่มีคุณภาพ และมีความปลอดภัย โดยมีการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐาน การออกแบบตัวของบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นเหมาะสมกับการใช้งานและสามารถเป็นภาชนะที่ใส่ผลิตภัณฑ์ได้อย่างสวยงาม สร้างความเร็วดูดีให้กับผู้บริโภค ไม่ว่าจะสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นลักษณะของประเภทใดก็สามารถที่จะพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบเพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภคและตอบโจทย์ความต้องการในกลไกการตลาดสามารถจัดจำหน่ายได้ทั้งในและต่างประเทศ โดยการพัฒนานี้ยังเป็นการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นแนวคิดหรือองค์ความรู้เดิมมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นชิ้นงานหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ หรือนำเทคนิคหรือวิธีการกระบวนการต่างๆเหล่านั้นมาใช้ในขั้นตอนของการสร้างผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น การใช้สีธรรมชาติโดยเป็นลักษณะทางภูมิปัญญาของการใช้สีจากธรรมชาติ เข้ามาใช้กับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์และความโดดเด่นของตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังสามารถที่จะใส่เรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์เข้าไปได้ด้วยเนื่องจากว่าผลิตภัณฑ์ที่มีที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมีวิธีการมีวิถีชีวิตการดำเนินชีวิตหรือบริบทของพื้นที่ก็สามารถนำมาเป็นเรื่องราวในการเพิ่มมูลค่าหรือสร้างเป็นสิ่งที่น่าสนใจให้กับผู้บริโภคเป็นวิธีการนำเสนอตัวผลิตภัณฑ์อีกรูปแบบหนึ่งที่สร้างความน่าสนใจ

“เค้าก็เข้ามาให้ความรู้ ทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ความรู้เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตลาดบ้าง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีครบหลายได้ มีการเอาไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญให้เรา ได้ผลเลยทีเดียวครับ ได้พัฒนาไปเรื่อยเลยครับ” (คุณว่าน กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

“ก็ดึงเข้าไปทำกิจกรรมนี้แหละครับ ไปเป็นผลิตภัณฑ์ KBO บางครั้งก็ไป อบรมหรือว่าเข้าร่วมโครงการทางแผนธุรกิจอะไรอย่างนี้ครับ แล้วก็ส่งเสริมพัฒนาเขาก็เอาเจ้าหน้าที่เอาหน่วยงานที่มีความรู้ อย่างเช่น สาธารณสุขนี่เข้ามาบรรยาย เรื่องของการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ครับ” (คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณวนดี)

เมื่อได้ร่วมกิจกรรมทั้งในส่วนของการเข้าร่วมพัฒนาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท และพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว กิจกรรมตัวสุดท้ายคือการคัดเลือกเป็นตัวแทนจังหวัดในการเข้าประกวดในโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ Knowledge-Based OTOP : KBO ในระดับประเทศต่อไป

3.2 การเข้าร่วมประกวดผลิตภัณฑ์ระดับประเทศ เป็นช่วงที่เมื่อได้รับการคัดเลือกให้เป็นตัวแทนจังหวัดให้เข้าไปประกวดในโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) ในระดับประเทศ โคนเป็นการนำเอาตัวผลิตภัณฑ์ที่มีการสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่จากการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาใช้กระบวนการผลิต โดยเน้นการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนา การเพิ่มเรื่องราวผลิตภัณฑ์ แผนการดำเนินการ ตลอดจนวิธีการ และกระบวนการสร้างของผลิตภัณฑ์ โดยเป็นการประกวดเพื่อคัดสรร ผู้ชนะการประกวดและเผยแพร่ผลการดำเนินงานเครือข่าย (KBO) จังหวัดดีเด่น

“บรรยากาศโดยทั่วไปก็เขาก็จะมีเวทีนะครับเป็นเวทีแบบปกติครับ แล้วก็ก็มีลักษณะในการสอบถามภาษณ์ครับเขาก็จะมีห้อง ให้เราเข้าไปเพื่อรับการสัมภาษณ์จากคณะกรรมการ เขาก็ถามทุกด้านนะครับถามจะถามจากเอกสารแผนธุรกิจของเราเนี่ยแหละ เพราะว่าเราต้องส่งแผนธุรกิจให้กับเขาก่อน จากนั้นเขาก็เปิดดูแล้วก็ถามถามถามครับ คนเขาก็ไม่รู้ว่าจะถามอะไรแล้วเขาก็มาถามผมเรื่องเกี่ยวกับการเงิน เกี่ยวกับบัญชีการเงินในแผนธุรกิจนะครับแล้วก็ผมก็สามารถที่จะตอบได้ ในคำถามที่เค้าตั้งอยู่ครับเพราะว่าเป็นคำถามที่ดีเขาก็คงอยุ่จริงๆครับ เขาบอกว่าตารางนี้ตารางข้อมูลทางการเงินหน้าสุดท้าย มันมีส่วนสอดคล้องกันยังไงกับทั้งเล่ม เค้าถามอย่างนี้เลย ซึ่งตรงนั้นมันเป็นหัวข้อของอัตราส่วนของหนี้สินของการค้ามันครับ ผมก็เลยตอบว่าก็สอดคล้องกันในลักษณะของความถูกต้องนะครับ เพราะว่าของเรามันไม่มีหนี้การค้า ตอนตอบเขาก็โอเคนะครับ เขาก็ตั้งอยู่จนเขาไม่รู้ว่าเขาจะถามอะไรแล้ว เพราะว่าเราทำเองนะครับ เรื่องของแผนธุรกิจเราทำตั้งแต่ บทแรกแรกจนถึงบทสุดท้ายเลยอะครับ ก็สนุกสนานอยู่ครับ สนุกสนานอยู่ แล้วก็ในลักษณะเราก็จัดบูธนะจัดบูธครับ แล้วก็มีการเวียนเข้ามาให้คะแนน

ตามหมวดหมู่หัวข้อต่างๆ แล้วก็มีการบรรยายภาคีก็อย่างหนึ่ง ก็คือจะมีการสรุปในสมัยก่อนมี
 บรรยายภาคีเหมือนกับว่าเป็นคอมเม้นต์เตอร์ครับ คือมีคำว่าคณะกรรมการรอบเลยล้อมเป็น
 วงกลม แล้วก็ให้เจ้าของแบรนด์อยู่ตรงกลางผมก็ไปบรรยายครับ ผมก็บรรยายแล้วก็ตอบคำถาม
 ไปจนกว่ากรรมการไม่รู้ว่าถามอะไรแล้วเหมือนกันครับ ก็ตอบได้หมดนะครับ เพราะว่าเราทำเอง
 แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่เข้าได้ระดับต้นๆไปผมก็ไม่รู้ว่าเพราะอะไร เพราะว่าเขาไม่ได้ตอบเอง
 นะครับเขามีที่ปรึกษาที่เป็นผู้เชี่ยวชาญของสถาบันการศึกษา ยังอาจารย์แดง แบบเนียนมานั่งตอบ
 ให้อย่างเนียนครับ มานั่งตอบคำถามให้เลย ดาราไปตอบเองหมดเลยคือผมยืนตอบเองหมดเลยครับ
 ก็ อธิการเหมือนนายกไปปาฐกถา หรือประชุมเวทีโลกก็ต้องมีล่ามอะไรอย่างเนี่ยครับ เขาก็อารมณ์
 ประมาณนั้นแหละครับแต่ละคนเท่าที่ผมสังเกตนะครับ ในการที่ผมบอกว่ามีล่ามไม่ใช่
 แปลภาษาแล้วครับแต่ว่าเป็นการช่วยในการตอบคำถามให้ บางทีตัวลาก็ถือว่าที่ปรึกษาครับเขาก็
 จะคอยบอกให้ตอบ บางทีเขาอาจจะตอบเองเลยก็มีครับ ในบางคำถามในบางคำถามแต่ว่าของ
 ผมผมตอบคนเดียวเลยครับ เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนที่เข้าไปด้วยของจังหวัดนะครับเขาก็ที่นั่งอยู่
 เฉยๆนะครับก็ที่นั่งอยู่ข้างนอก ผมก็ตอบเองหมดเลยนะครับ” (คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณวนดี)

“ณ ตอนนั้นในคำว่ากล้วยมาจากสวนมันก็แปลก มันแปลกในสายของพวก OTOP
 เพราะว่ายังไม่มีใครหยิบยกกล้วยที่ใครก็มีอยู่ในบ้านยังไม่มีใครหยิบยกขึ้นมาทำได้ก็อย่างเรา มัน
 ก็เลยทำให้ติดตลาด ทำให้คนเริ่มรู้จักเรา ในที่สุด พช. (กรมพัฒนาชุมชน) ก็เข้ามา เพราะว่าเรา
 มองเห็นกล้วยที่ดูโก้มีมูลค่า เค้าก็เลยคัดสรรตัวผลิตภัณฑ์ผมเข้าไป ในโครงการ KBO ของ พช.
 กรมพัฒนาชุมชน” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“คือเราได้เพราะว่า เราไม่ได้แค่ตัวนี้ตัวเดียว เพราะว่าตอนเรานำเสนอเราได้เพราะว่าเรา
 นั้นใช้มะดันทุกส่วนเลย อีกร่างระบบการบริหารจัดการ เราทำด้วยชุมชนด้วย ท้องถิ่นด้วย การ
 ได้รางวัลคือคุณมีตัวนี้โดดเด่นไม่ใช่ เค้าต้องดูเรื่องการบริหารจัดการ การเงิน การช่วยเหลือชุมชน
 จริง เค้าเลยให้เราเป็น Based OTOP รางวัลชมเชยตัวนี้ และด้วยความที่ว่าพี่เองก็ยังมีงานประจำ
 อยู่ นี่ก็ได้มาแบบไม่ได้นอนเลยทั้งคืนกว่าจะได้ตัวนี้ออกมา มันไม่ได้ง่ายเลย”
 (คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“แล้วที่พูดเรื่องสำคัญคือ เป็นวัตถุดิบในท้องถิ่น โดยเราวมกลุ่มกันพัฒนาทำให้มีรายได้
 สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เข้มแข็งและยั่งยืนไปในอนาคต ตอนนำเสนอก็ไม่ค่อยได้พูดเกี่ยวกับ
 น้ำมันที่ได้รับรางวัลทั้งหมดนะ พูดเกี่ยวกับการพัฒนาที่เพชรบุรีเป็นหลักที่เรานั้นเอามาพัฒนาจาก

การแปรรูปต่อยอดเป็นน้ำมันเข้ามาอะไรอย่างจ้ะครับ ก็เลยทำให้เราได้รับรางวัลจากการต่อยอดใน
สิ่งที่เรามี (คุณว่าน กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

ผมว่าเค้าไม่ได้มองแค่ตัวผลิตภัณฑ์เท่านั้น เค้ามองเป็น Story เรื่องราวการทำ การ
รวมกลุ่มกันมากกว่าครับว่าเราพัฒนามันมาเรื่อยๆจนได้เป็นผลิตภัณฑ์นั้น เราได้ส่งเสริมชาวบ้านให้
ส่งมะนาวมาขายกับเรา มีการเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบด้วย มีการต่อยอดการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น
อะไรประมาณนี้ละครับ” (คุณว่านกลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

ส่วนที่ 3 เจื่อนใจทางสังคมและวัฒนธรรมและเจื่อนใจด้านลักษณะส่วนบุคคล

เจื่อนใจทางสังคมและวัฒนธรรมและเจื่อนใจด้านลักษณะส่วนบุคคล เป็นหนึ่งในประเด็น
หลักของงานวิจัยเพื่อที่จะทำความเข้าใจในเจื่อนใจที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิ
ปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งงานวิจัยนี้ได้แบ่งเจื่อนใจ
ออกเป็น 2 คือ 1) เจื่อนใจทางสังคมและวัฒนธรรม และ 2) เจื่อนใจด้านลักษณะส่วนบุคคล

3.1 เจื่อนใจทางสังคมและวัฒนธรรม

เจื่อนใจทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นลักษณะของสังคมที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน
วิถีชีวิต ความเชื่อ ประเพณี สภาพแวดล้อม การประกอบอาชีพ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ที่ได้รับ
การเรียนรู้ ซึมซับผ่านตัวแบบในการถ่ายทอด อาทิ ครอบครัว ชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยในการที่
สนับสนุน หรือมีส่วนในการการสร้างสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.1.1 การได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ เป็นกระบวนการทาง
ปัญญาที่มุ่งหมายที่จะใช้ความรู้ ทักษะ หรือประสบการณ์ที่มีการสั่งสอน ถ่ายทอด บอกให้ทำ เป็น
ประสบการณ์ที่ส่งต่อมาทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยการเรียนรู้ผ่านกระบวนการในสังคมขนาดเล็ก
อาจจะเป็นครอบครัวหรือความรู้ที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และวิธีการ
ถ่ายทอด สิ่งดังกล่าวนี้สอดคล้องกับสังคมและวัฒนธรรมสภาพแวดล้อมภูมิประเทศ ซึ่งมีเจื่อนใจ
ปัจจัยที่แตกต่างกันออกไปดังนี้

3.1.1.1 วิถีชีวิต พิธีกรรม ความเชื่อ หมายถึง ภูมิปัญญาจาก
ประสบการณ์การทำมาหากินในด้านต่างๆ ที่มีการยึดโยงกับหลักธรรมคำสอนทางศาสนา
ปรัชญาความเชื่อและประเพณี พิธีกรรม ที่มีการสืบทอดและยึดถือปฏิบัติกันมา โดยเป็นเจื่อนใจที่
อาจเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการการสร้างสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.1.1.1.1 วิธีชีวิตและการประกอบอาชีพ เป็นการใช้ชีวิต การประกอบอาชีพ ซึ่งแทรกซึมอยู่ในชีวิตประจำวัน ที่เป็นรูปแบบของการสั่งสมประสบการณ์หรือการเรียนรู้วิธีการต่างๆจากสังคมในท้องถิ่นต่างๆ เป็นการจัดการความสัมพันธ์ของคนกับธรรมชาติและสภาพแวดล้อมนั้นๆ โดยเป็นปัจจัยให้คนนั้นมีการประกอบอาชีพตามสภาพแวดล้อม หรือการนำเอาภูมิปัญญา วิธีชีวิตมาสร้างสรรค์เป็นอาชีพ ผลิตภัณฑ์

“แสดงว่าเรื่องมะนาว การปลูกมะนาว การดูแลการกินการใช้ เป็นเรื่องที่คนในท้องถิ่นนั้น รับประทานและก็ทำต่อๆกันมานานแล้วใช้ใหม่ครับ เป็นภูมิปัญญาที่เค้าเรียนรู้กันมาอยู่แล้ว ใช้ครับ เค้ามีองค์ความรู้เรื่องนั้นอยู่แล้วครับ สืบทอดกันมารุ่นสู่รุ่น ทั้งภูมิประเทศของเราก็ เป็นพื้นที่ที่ติดแม่น้ำเพชรบุรีเราเลยค่อนข้างที่จะอุดมสมบูรณ์มันเลยได้ผลผลิตที่ดี แล้วก็มีคลองชลประทานตัดผ่านอีก 3 สาย อากาศดีมาก อบอุ่นทั้งปี”
(คุณว่านกลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

3.1.1.1.2 การเรียนรู้โดยพิธีกรรมและความเชื่อ เป็นเรื่องของกรรมวิธีในรูปแบบของลำดับขั้นตอนวิธีการที่มีการเอาคุณค่าของความเชื่อ ความศรัทธา เข้ามาเชื่อมโยงกันวิถีปฏิบัติในการแสดงออกถึงความเคารพศรัทธาในรูปแบบต่างๆ โดยเชื่อมโยงไปถึงสิ่งของการสักการะ หรือของบูชา ขั้นตอนการบูชา เป็นกรรมวิธีที่ปลูกฝังบ่มเพาะความเชื่อ แนวทางของพฤติกรรมและการแสดงออก แม้ปัจจุบันสังคมสมัยใหม่ที่นับถือความเป็นเหตุเป็นผลต่อกันของสรรพสิ่งแล้วก็ตาม

“ก็คงต้องเล่าว่า เรื่องของผมนั้นมันเป็นเรื่องของรากเหง้าของผม เพราะว่าตระกูลของผม เป็นตระกูลของช่าง 10 หมู่ เครื่องสด ในส่วนของช่างแทงหยวก แล้วก็งานบายศรี หรือ พิธีกรรม โดยผมเป็นรุ่นที่ 4 ที่ถูกตกทอดและขับเคื่อนมาถึงปัจจุบัน รากเหง้ายังสมบูรณ์อยู่ พยายาม รักษาและสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันนี้” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

นอกจากความเชื่อความศรัทธา ประเพณีปฏิบัติที่เป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแล้ว การมีต้นทุนทางด้านวัตถุดิบในการสร้างผลิตภัณฑ์ก็เป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นเช่นกัน

3.1.2 การมีต้นทุนทางด้านวัตถุดิบในการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน การที่ชุมชนที่กลุ่มได้ใช้ประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือพืชท้องถิ่น ที่มีอยู่ในชุมชนที่ตนนั้นอาศัยอยู่ มาประยุกต์ใช้เพื่อการสร้างผลิตภัณฑ์ โดยเป็นการใช้ความรู้หรือประสบการณ์ที่ชาวบ้านใช้ในการประกอบอาชีพมาเป็นปัจจัยในการสนับสนุนให้เกิดการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

“มีครับ มีส่วนแน่นอนครับวันที่ผมกลับมาบ้าน ผมก็ต้องมองว่าเรามีอะไรเป็นต้นทุนบ้าง ในขณะที่เรานั้นไม่มีเงิน แต่เราจะสามารถเอาต้นทุนที่เรามีนั้นขับเคลื่อนไปอย่างไรเท่าที่เรามี มองไปนั้นก็ไม่มีอะไรแล้วในบ้านผม ผมมีต้นกล้วย ซึ่งมันอยู่กับบ้านผมมาตั้งแต่เกิด บ้านตาบ้านยาย ก็ทำมาแต่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับกล้วย ครับ” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“ส่วนตัวสับประดาก็มีปัญหาที่มันคล้ายๆกัน คือที่มีสินค้าล้นตลาดในช่วงของบางปีหรือว่าบางฤดูกาล เราก็เลยมาคิดที่จะหาวิธีในการเพิ่มมูลค่าให้กับมันเราก็เลยเอามาคิดว่าจะสกัดเอาสารสำคัญออกมา” (คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณวนดี)

“คือผมเติบโตที่นี่มา ผมมีทั้งเกลือ ทั้งน้ำผึ้ง ทั้งมะนาว แล้วมะนาวพันธุ์ของผมดีที่สุดในประเทศ เป็นความภาคภูมิใจที่เรานั้นเอามะนาวของที่มีอยู่ในท้องถิ่นเรานั้นมาแปรรูป ไม่ใช่แค่น้ำมัน เสร้ม แต่คือทั้งหมดครับ” (คุณว่วน กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่าสาย)

“ใช่คะ คือมะดันเป็นพืชท้องถิ่นที่อยู่ในบ้านอยู่แล้วคะ คือแต่ก่อนพี่ก็เก็บขายเอา” (คุณไบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

3.1.3 การมีต้นทุนด้านทักษะอุตสาหกรรมและหัตถกรรม หมายถึง การที่คนในชุมชนได้มีทักษะจากการประกอบอาชีพที่มีการใช้เครื่องมืออุตสาหกรรมหรือเครื่องมือเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการแปรรูปการผลิตเพื่อการสร้างผลิตภัณฑ์ หรือเพื่อการบริโภคที่ปลอดภัย หรือเป็นการนำเอาเครื่องมือที่เป็นเครื่องทุนแรงเข้ามาใช้ในกระบวนการสร้างงานหัตถกรรม เช่น เครื่องจักร เครื่องรีด หรือเครื่องมือต่างๆ แล้วได้นำเอาความรู้และประสบการณ์ที่เป็นทักษะเกี่ยวกับเครื่องมือเหล่านั้นมาใช้ในการเพื่อเป็นการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

“ดั้งเดิมเลยคือที่เมืองราชบุรีเราเป็นเมืองนิคมอุตสาหกรรมตุ๊กตา คนโพธารามคือทุกคนส่วนใหญ่จะเย็บจักรเป็น ถึงแม้ว่าจะมีจำนวนที่ลดลงเนื่องจาก การโดนฟ้องลิขสิทธิ์บ้างอะไรบ้าง แต่เราก็ยังมีผู้เชี่ยวชาญด้านการเย็บการถักอะไรเหล่านี้อยู่ กลุ่มเหล่านี้เราก็ไปนำเค้ามายกระดับให้องค์ความรู้ในส่วนของงานแฟชั่น pattern ต่างๆ ในทีมตัดเย็บของเรา เพื่อเข้ามาทำงานร่วมกับเรา” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

ทั้งนี้การนำวัตถุดิบในชุมชนมาสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน ร่วมกับต้นทุนด้านทักษะอุตสาหกรรมและหัตถกรรม เป็นสิ่งที่จะช่วยในการสร้างผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่ม โดยทั้งนี้ในชุมชนอาจมีแหล่งเรียนรู้ในชุมชนที่ช่วยส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์

3.1.4 การมีแหล่งเรียนรู้ในชุมชน หมายถึง สถานที่แห่งการเรียนรู้ เป็นแหล่งซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสาร หรือองค์ความรู้ ประสบการณ์ ทั้งในรูปแบบของวิถีชีวิตหรือกิจกรรม ประเพณีที่เกิดขึ้นในด้านต่างๆ ในชุมชนเพื่อเป็นการสนับสนุนส่งเสริมให้คนในชุมชนสามารถที่จะเข้ามาหาความรู้และเรียนรู้ได้ ทั้งในศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการมีแหล่งเรียนรู้ในชุมชน อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนคือ 1) ส่วนที่เป็นศูนย์เรียนรู้ในชุมชน และ 2) ประชาชนชาวบ้าน

3.1.4.1 ศูนย์เรียนรู้ในชุมชน หมายถึง การที่ในชุมชน หรือหมู่บ้านมีการจัดตั้งเป็นศูนย์ที่มีการรวบรวมเอาองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ข้อมูลข่าวสารความรู้ มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารศูนย์เรียนรู้ในชุมชน ที่มีความรู้เกี่ยวกับชุมชน หรือมีความรู้ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและการพัฒนาหมู่บ้าน การนำเอาภูมิปัญญามาถ่ายทอดหรือประกอบอาชีพ เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ภายในชุมชน

“ชุมชนเรามีแหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่น มีกลุ่มภูมิปัญญา เค้าก็จะสอนเรื่องการทำสบู่ การทำอื่นๆ ด้วยเหมือนกัน เป็นแหล่งเรียนรู้”
(คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“อ้อก็มีอะครับ ก็พอมีอะครับเขาอยู่ในเขตชุมชนของตะเคียนเตี้ยครับเขามีมีเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็มีในเรื่องของ แต่มันก็ไม่ค่อยยึดโยงเท่าไหร่นะครับเพราะว่าเขาเน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวมากกว่า” (คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณวนดี)

3.1.4.2 การเรียนรู้จากปราชญ์ชาวบ้าน หมายถึง คนที่มีความรู้ มีประสบการณ์ ภูมิปัญญา ที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ในการทำกิจกรรม ที่มาจากการใช้ต้นทุนรอบๆตัวที่มีอยู่ ซึ่งเกิดจากรากเหง้าที่สั่งสมมาจากการได้เรียนรู้ลองผิดลองถูก จนเป็นที่ยอมรับ และได้รับการยกย่องจากคนทั่วไปในชุมชนให้เป็นปราชญ์ชาวบ้าน

“ก็สังคมรับรู้ทั้งหมดครับว่า ในส่วนของตระกูลผม ในตำบลเจ็ดเสมียน ตา ยาย ทวด ผม เป็น ปราชญ์ หรือเป็นหมอชาวบ้าน ในสมัยนั้น เพราะว่าในสมัยก่อนนั้น ไม่ค่อยมีโรงพยาบาลการ รักษา ก็จะเป็นในเรื่องของการรักษาในรูปแบบนั้น เช่น การสะเดาะเคราะห์ การสู่ขวัญ การทำอะไร ที่เกี่ยวกับพิธีความเชื่อ ความศรัทธา อันนี้เป็นสิ่งที่บรรพบุรุษผมได้ทำมา จนตัวผม ก็ได้ทำไป ต่อเนื่อง ผมเองก็เป็นผู้ทำพิธีสำคัญของพราหมณ์” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

นอกจากการเรียนรู้จากความรู้ภูมิปัญญาภายในชุมชนแล้วการได้รับการสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญภายนอกก็เป็นเงื่อนไขที่สำคัญต่อการสร้างผลิตภัณฑ์

3.1.5 การได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญภายนอก หมายถึง การที่นักวิชาการ หรือเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆของภาครัฐและเอกชน ที่มีความรู้ความสามารถ เฉพาะด้าน ไม่ว่าจะเป็นกรมพัฒนาชุมชนที่มีหน้าที่กำกับดูแลส่งเสริม เป็นหลัก หรือนักวิชาการ เช่น อาจารย์มหาวิทยาลัย ที่เข้ามาทำโครงการ ทำการวิจัย หรือเข้ามาดำเนินการบริการวิชาการ ให้กับท้องถิ่นต่างๆ ตลอดจนทั้งหน่วยงานเอกชนที่เป็นเครือข่ายที่เข้ามาส่งเสริมตามโครงการองค์กร หรือเครือข่ายตามคำสั่งคณะกรรมการของการพัฒนาในจังหวัดต่างๆ โดยเข้าไปช่วยเหลือส่งเสริม ในการที่สร้างผลิตภัณฑ์

3.1.5.1 คณะกรรมการการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTOP : KBO) จังหวัด โดยกรมพัฒนาชุมชน ได้มอบหมายให้แต่ละจังหวัด ดำเนินการขับเคลื่อน กระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ โดยมี(KBO) เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาขีดความสามารถแก่กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการOTOP มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถเพิ่มมูลค่า สร้างนวัตกรรม และเตรียมความพร้อมผลิตภัณฑ์OTOP ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาในระดับจังหวัด ๆ ละ 1 ผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วยหน่วยงานต่างในจังหวัด อาทิ ผู้ว่าราชการจังหวัด สาธารณสุขจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชย์จังหวัด วัฒนธรรม

จังหวัด เกษตรจังหวัด เกษตรและสหกรณ์จังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัด และอื่นๆ เป็นต้น เพื่อเข้าร่วมการประกวดและเผยแพร่ผลงานในระดับประเทศ

3.1.5.1.1 การให้การสนับสนุนการพัฒนาและองค์ความรู้ก่อนไปประกวดและเผยแพร่ผลงานในระดับประเทศ คือ การที่พัฒนาชุมชนจังหวัดได้ใช้เครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTOP: KBO) เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ ให้กับกลุ่มโอท็อป ที่ได้รับการคัดเลือกเข้ามาเป็นตัวแทนในระดับอำเภอ เข้ามาอบรมตามหลักสูตร 3 กิจกรรมที่ กรมพัฒนาชุมชนกำหนด คือการให้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการตลาด และกิจกรรมการคัดเลือก เพื่อไปประกวดและเผยแพร่ผลงานในระดับประเทศ

“เปิดประมุลนะครีบประกวดราคานะครีบเพื่อจะจ้างให้กับผู้ที่เชี่ยวชาญ จะมีบริษัทที่เขา รับจ้างเหมาครีบ เขาก็จะดึงเอา อาจารย์แต่ละสถาบันแต่ละที่ที่เขามีความเชี่ยวชาญ ที่ได้รับรอง หรือว่าการันตีว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในการเข้ามาให้ความรู้ในการพัฒนาครีบ”
(คุณสอง เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)

“ในส่วนของตัว พช. เองนั้นไม่ได้มีความรู้เลยคะว่าจะต้องให้ความช่วยเหลือเรื่อง เทคโนโลยีอย่างไร เราก็มึนหน้าที ที่จะประสานโดยใช้คำสั่งที่ผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งนี้แหละคะ สถาบันการศึกษาพอเค้ามาคณะกรรมการเครือข่ายองค์ความรู้กับเราแล้ว เรารู้ว่ามหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกเขามีแลป ที่จะตรวจเชื้อให้เราตรงนี้นะ ถ้าเราจะขอมาตรฐานเราก็ ต้องไปที่สาธารณสุขนะ อะไรอย่างนี้คะเรามีหน้าที่ช่วยในการประสาน เพื่อให้ได้สิ่งที่ ผู้ประกอบการต้องการนะคะคือการร่วมด้วยช่วยกันทุกภาคส่วนนะคะ”
(คุณสาม เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)

3.1.5.1.2 เครือข่ายองค์ความรู้ KBO ก็จะไปประกวดและเผยแพร่ ผลงานในระดับประเทศ คือ ช่วงที่คณะกรรมการร่วมพัฒนา กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทนจังหวัด เข้าไปนำเสนอผลงาน ต่อคณะกรรมการโครงการ ส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ระดับประเทศ (OTOP KBO CONTEST) โดยจะแบ่ง ออกเป็น 3 ส่วนคือ คือ 1) การจัดนิทรรศการในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ 2) การนำเสนอการ ดำเนินงานของกลุ่มต่อคณะกรรมการ 3) การตอบคำถามของเครือข่าย (KBO) ต่อคณะกรรมการ

“ก็เราก็จะไปจัดบุญนิทรรศการแสดงนะคะ เสร็จแล้วก็จะมีความที่จะประกวดซึ่งชลบุรีส่วนใหญ่ก็จะได้ภาพเข้าเพราะว่าเป็นอักษรตัวแรกเนอะ ช.ช้าง เขาก็จะมีคณะกรรมการระดับประเทศมาประมาณ 10 คน แล้วทีนี้เขาก็จะให้นำเสนอขายให้นำเสนอว่าเครือข่ายองค์ความรู้ KBO ก็คือคนที่ผู้ว่าแต่งตั้งนะคะ ไม่ว่าจะเป็นตัวแทนจากม.ศรีปทุม ม.บูรพา ม.ราชชมงคลตะวันออก หรือแม้แต่ภาครัฐกิจต่างๆในจังหวัดชลบุรีเนี่ยคะ เขาก็ให้นำเสนอว่าเครือข่ายองค์ความรู้ KBO ของจังหวัดชลบุรีเนี่ยคะ ได้ไปช่วยเหลือผู้ประกอบการยังไงบ้าง แล้วแต่ก่อนผลิตภัณฑ์ของเขานั้นมีสภาพเป็นอย่างไร มีปัญหาอย่างไรแล้วเครือข่ายองค์ความรู้แก้ไขปัญหามาอย่างไร โดยใช้วิธีการไหน โดยใช้วิธีการไหนแล้วนวัตกรรมมันอยู่ตรงไหน แล้วเขาก็ให้เราแนะนำเสนอค่ะอาจารย์เขาก็แนะนำเสนอไปเขาว่าเดิมเกษตรกรมีปัญหาผลผลิตตกต่ำเราก็ไปซื้อผลผลิตมาช่วยเหลือเกษตรกรแล้วก็เอามาสกัดเป็นสารตั้งต้นแล้วก็เอามาแปรรูปเป็นเครื่องสำอางต่างๆแล้วมันก็ได้แบบในที่ราคาที่สูงขึ้น โดยเราผลิตเครื่องมือของเราเองเพื่อลดต้นทุน ตรงนี้จะเป็นการช่วยเหลือเสร็จแล้วเขาก็ไปถาม กลุ่มของเจ้าของผลิตภัณฑ์ว่า KBO เข้ามาช่วยเหลือเนี่ยคุณได้ประโยชน์อะไรบ้าง สินค้าของคุณขายได้จริงไหมคุณขายที่ไหนบ้าง มันมีรายได้เข้ามาตอบโจทย์ของคุณไหมอะไรอย่างนี้จะ 2 ส่วนต้องรวมกันคะ คือฝั่งคณะกรรมการ KBO ระดับจังหวัด ฝั่งผู้ประกอบการ OTOP ก็ต้องตอบคำถามไปในทิศทางเดียวกันนะคะ ค่ะแล้วเขาก็จะให้คะแนนคะ”

(คุณสาม เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)

นอกจากเครือข่ายองค์ความรู้แล้วยังหน่วยงานที่เป็นสายวิชาการ อย่างเช่นอาจารย์มหาวิทยาลัยที่เป็นนักวิชาการที่เข้ามาช่วยในการพัฒนาองค์ความรู้ภูมิปัญญาแก่กลุ่มอีกด้วย

3.1.5.2 การสนับสนุนทางวิชาการจากนักวิชาการและอาจารย์มหาวิทยาลัย ในการสร้างผลิตภัณฑ์และมีการสนับสนุนทางวิชาการจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความรู้ความสามารถในการช่วยในเรื่องของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือการได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางประเภทเป็นกลุ่มของสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ดังนั้นจึงมีกฎและข้อกำหนดบางประการในการควบคุมคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือข้อกำหนดตามหลักการสาธารณสุขเรื่องของวัตถุกันเสีย ตลอดจนเรื่องการสกัดสารสำคัญบางประการที่เป็นสารตั้งต้นในการผลิตตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนกระบวนการที่ทำให้สารตั้งต้นเหล่านั้นมีความบริสุทธิ์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความรู้ วิธีการ หรือหลักการทางวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยในการสร้างผลิตภัณฑ์

“คือที่จริงแล้วตัวของไบมะดันอะคะ มีความเป็นกรดที่ค่อนข้างสูง แต่ว่าเราก็ไปศึกษากับคนที่จบทางด้านการสร้างผลิตภัณฑ์โดยตรงอะคะว่ามันมีโอกาสที่จะพัฒนาได้ไหม คำก็บอกว่าได้ สรรพคุณของมันอะคะที่เป็นกรด ก็มีคุณสมบัติในการฆ่าเชื้อได้ด้วย แต่ว่าเราไม่ได้ใส่ไบมะดันตัวเดียวอะคะ เราใส่ไบฝรั่งช่วยในการสमानแผลในปาก แล้วก็ใส่ไบพลูที่ช่วยเรื่องฆ่าเชื้อโรคได้ด้วย ส่วนไบมะดันที่เรามาด้วยนั้น ก็เพราะว่าผู้ประกอบการบอกว่าพอเราเก็บลูกไปหมดแล้วอะคะ

ไบเราไม่ได้ใช้ทำอะไรเลย มันเหลือทิ้งไปเปล่าๆแล้วก็ไม่มีมูลค่าเค้าเลยอยากให้เราดูว่าไบจะสามารถทำอะไรได้บ้าง แต่ว่าพอเราทำเป็นผลิตภัณฑ์น้ำยาบ้วนปากก็ก็ต้องมีการปรับคือ เราปรับความเป็นกรดต่าง ซึ่งมันมีความเป็นกรดสูง ซึ่งเราก็ปรับลงมาที่ค่อนข้างพอดีแล้ว เพราะว่าถ้าเราต้องใช้ในช่องปากเราต้องปรับให้มีค่า 5.5 ซึ่งมันก็ต้องมีการใส่สารปรับเบสลงไปอะคะ แล้ว

เราก็ปรึกษากับทางผู้เชี่ยวชาญที่จบมาทางด้านผลิตภัณฑ์โดยตรง ตอนแรกเราจะไปหาข้อมูลเกี่ยวกับมะดันมาเพื่อรับรองด้วย แต่ปรากฏว่างานวิจัยที่เกี่ยวกับมะดันมันมีแค่ราก แต่งานวิจัยที่เกี่ยวกับไบและต้นไม่มีงานวิจัยรองรับ ดังนั้นเราเลยต้องดูสรรพคุณทางแพทย์แผนไทย และทางพฤกษศาสตร์ทางแผนปัจจุบันเพิ่มเติม แต่งานวิจัยที่ตรงมันยังไม่มีรองรับซะทีเดียวอะคะ”

(คุณห้ำ อาจารย์มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง)

“ทาง ดร.สุรัสวดี พอผมโทรไปท่านก็ให้การช่วยเหลือแล้วก็บอกว่าคุณมาหาเลย เราก็ไปหาแกลยนะ ผมก็ถือน้ำมันตัวนั้นที่ผมทำได้อะไปให้แกลดู พออาจารย์เห็นท่านก็ถามว่าเครื่องกลั่นผมเป็นยังไงผมก็เล่าให้ฟังว่าลักษณะของเครื่องปั่นของผมมันทำแบบนี้แบบนี้แบบนี้ครับ อาจารย์ อาจารย์ก็บอกว่าเครื่องของคุณก็โอเคละ เพราะว่าเครื่องของผมมันสามารถสกัดออกมาเป็นน้ำมันออกมาได้ อาจารย์ก็เลยบอกว่าเครื่องของคุณนะ OK แล้ว แต่ว่าตัวน้ำมันของคุณนะตัวน้ำมันของคุณยังไม่บริสุทธิ์ อาจารย์ก็เลยบอกว่าว่าคุณต้องไปทำอย่างนี้นะถึงจะได้น้ำมันออกมาอีก 1 ครั้ง มันก็จะจบมันก็เลยได้น้ำมันออกมาได้อาจารย์ท่านก็ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าคุณจะทำได้หรือ คำก็เลยขอตัวน้ำมันเนี่ย ไปลองทดสอบดูก่อนว่ามันจะซัวร์หรือไม่ซัวร์ อาจารย์เขาก็เลยส่งตัวเนี่ยไปตรวจสอบที่เครื่องหอมไทยจีน พอเอาไปตรวจที่นั่นปั๊บ ปรากฏว่า ตัวน้ำมันของผมผ่านมาตรฐาน” (คุณเกาว์ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่าช้าง)

“ มรภ.บ้านจอมบึง ที่เข้ามาช่วยในเรื่องของวิชาการ เช่นอย่าง GI มันต้องผ่านเรื่องไปจาก มรภ.บ้านจอมบึง ผู้รวบรวมข้อมูลหรือผู้ที่ทำวิจัยขึ้นไป เพราะว่าทางเกษตร เองไม่เหมาะกับการ

เขียนวิจัย และพาณิชย์เองก็ต้องช่วยเพื่อให้ได้สายพันธุ์ เฉพาะมาให้ได้ ทั้ง 3 หน่วยงานต้องช่วยเราครับ แต่ยังไม่เป็นรูปธรรมในขณะนี้” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“เรื่องตัวของสารสำคัญนะครับในสัปดาห์นั้นผมก็มีการสอบถามไปยังท่านอาจารย์ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ท่านหนึ่งที่ตอนนั้นท่านเป็นคนบดนั้นะครับ”
(คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณวดิ)

นอกจากสังคมและวัฒนธรรมแล้วเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคลก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์

3.2 เงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล

เงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล เป็นคุณลักษณะส่วนบุคคล ที่เป็นสาเหตุในการช่วยส่งเสริมให้กลุ่ม เกิดการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งลักษณะส่วนบุคคลนี้เป็นสิ่งที่อยู่ภายในบุคคลเอง เปลี่ยนแปลงได้ยาก อาจเป็นสิ่งที่ตัวบุคคลได้มาจากการศึกษาเล่าเรียน การแสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากการเข้าไปเรียนรู้จากหน่วยงานต่างๆ การอบรม สัมมนา หรือการสั่งสมทักษะประสบการณ์ด้วยตนเองจนมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคลแต่ละส่วนมีรายละเอียดที่เชื่อมโยงกับกระบวนการนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 ความรู้ที่ได้รับจากการเรียนที่เกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์ คือการที่บุคคลมีความรู้ หรือประสบการณ์จากการที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้มาจากการศึกษาเล่าเรียนในระบบการได้เข้าไปศึกษาเพิ่มเติมจากการอบรมหลักสูตรระยะสั้น การอบรม สัมมนา การพัฒนาวิชาชีพต่างๆ ที่มีการจัดขึ้นทั้งในหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน เป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้สามารถประยุกต์เอาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ที่ได้รับการเรียนมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ดังนี้

3.2.1.1 ความรู้ที่ได้มาจากการศึกษาเล่าเรียนในระบบ หมายถึง การที่บุคคลเข้าศึกษาไปศึกษาเล่าเรียนตามระบบของการศึกษา ที่ได้มีการดำเนินการจัดการเรียนการสอน ทั้งที่เป็นรูปแบบของสายวิชาชีพ สายสามัญ ในทุกระดับ ทั้งระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง อนุปริญญา และอุดมศึกษา ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลสามารถนำเอาความรู้วิธีการ หลักการจากการศึกษามาประยุกต์ใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ดังนี้

“เนื่องจากผมเรียนมาทางด้าน เทคโนโลยีสิ่งทอ สาขาออกแบบและแฟชั่นมาอยู่แล้ว มาจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ก็เลยมีองค์ความรู้มาชนกัน”

(คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“ก็คือพี่มีการเรียน โอเคพี่มีพื้นฐานว่าพี่ได้ศึกษามาเกี่ยวกับด้านของอโรม่า อโรมาเทอราปี ฟิลลิง อลูเม็ทของอเมริกา” (คุณเครือ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่าปาง)

“ก็อย่างที่บอกอะครับว่าพื้นฐานของพี่พี่ได้มีการศึกษาทางด้านอโรม่ามาอยู่แล้ว หรือถ้าเป็นภาษาไทยก็คือการใช้สมุนไพรบำบัด หรือว่าเป็นการใช้กลิ่นเข้ามาบำบัดนั่นเอง กลับบ้านกลิ่นของแต่ละอย่างที่เป็นพืชสมุนไพรมันเป็นกลิ่นเฉพาะตัวอยู่เลยไม่ใช่ว่าเหมือนที่เราเคยเห็นอยู่ที่ห้องตลาดซึ่งจริงๆแล้วที่ไม่มีการศึกษามาแล้วเป็นพันปีซึ่งมีกลิ่นเยอะเยอะมากมายเลยครับพี่ยังมีอีกเยอะ” (คุณเครือ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่าปาง)

“ผมจบช่างกลโรงงานและผมก็ไปไปต่อสาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรมที่บางมด อะครับ ก็มี ความรู้ทางการผลิตเป็นอย่างดีเพราะว่าผมนั่นค่อนข้างที่จะได้เปรียบ เพราะว่าคนอื่นที่เขาเรียน สายวิศวะส่วนใหญ่ก็จะมาจากทางของ ม.6 ใช้ไหมครับ แต่สำหรับผมว่าจับเครื่องจักรเครื่องกล ตั้งแต่ ม.4-5-6 แต่ของผมเรียกว่า ปวช. แล้วนะครับ แล้วผมก็ยังไปต่อในระดับ ปวส.อีก 2 ปี ผมเลยมีเวลาในการเรียนและก็คลุกคลีกับด้านนี้ครับมาอย่างน้อย 5 ปี ใน 5ปีนี่ผมชำนาญอย่างมากเลย ผมก็เลยได้เรียนรู้ทางทฤษฎีและข้อปฏิบัติ” (คุณพนา กลุ่มพฤษาพรรณวนดี)

นอกจากนี้การยังส่วนที่เป็นความรู้จากการที่บุคคลเข้าไปเรียนรู้จากการอบรมสัมมนา ซึ่งเป็นส่วนที่ส่งเสริมในการสร้างผลิตภัณฑ์ของบุคคลด้วยเช่นกัน

3.2.1.2 ความรู้ที่ได้มาจากการเข้าอบรมสัมมนาเสริมพิเศษ หมายถึง การที่บุคคลได้เข้าไปเรียนรู้เพิ่มเติมจากการเข้าร่วมการอบรม การสัมมนา หรือการพัฒนาวิชาชีพ ตามโครงการต่างๆจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หรือการเข้าไปอบรมหลักสูตรระยะสั้น ที่ได้มีการดำเนินการจัดขึ้น เป็นปัจจัยในการส่งเสริมและสนับสนุนความรู้ให้บุคคลสามารถที่นำเอามาประยุกต์ใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

“คือผมไปได้จากกลุ่มเกษตร อย่างเช่นว่าผมไปอบรมกับเกษตร กรมส่งเสริมเพราะว่า ตอนนี้มีมันมีกองพัฒนาเกษตร แล้วผมก็นั่ง แล้วผมมีเพื่อนผมได้จากเพื่อนแล้วที่ผมอ่านหนังสือนี้

แหละเรื่องน้ำหมักใช้ใหม่ น้ำหมักผมก็โทรไปหาเพื่อที่อยู่กระทรวงทรัพย์ มันก็บอกว่าเห้ยน้ำหมักที่ได้จากมะนาวอะดีที่สุดนะ” (คุณเกอวี่ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

“ไปเรียนการทำเครื่องสำอางกลับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ก็ได้แนวทางในการทำแชมพู สบู่ อะไรจำพวกนี้กลับมา อันนั้นก็รวมไปถึงลิปบาล์มด้วยครับ”
(คุณพนา กลุ่มพฤกษาพรรณวดิ)

“มศว อาจารย์เอก (อาจารย์ณัฐพล) มีโครงการมาให้เราเข้าอบรม มาคนแรกเลยนะคะ มาสอนเรื่องของการทำน้ำปลาทูหวาน”
(คุณใบพลู วิชาทกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

ความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้จากการศึกษาในระบบ การเข้าไปอบรมสัมมนา เป็นส่วนในการสนับสนุนการสร้างผลิตภัณฑ์ แต่ยังมีในส่วนของประสบการณ์ที่บุคคลได้รับจากการทำงาน ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนในการสร้างผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นรายละเอียดถัดไป

3.2.2 ความรู้และประสบการณ์จากการเรียนรู้ในการทำงานที่ส่งเสริมในการสร้างผลิตภัณฑ์ คือการที่บุคคลนั้นมีประสบการณ์จากการเรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองนั้น เคยประสบพบเห็นหรือเคยทำมาก่อน ทั้งในรูปแบบของการประกอบอาชีพ รูปแบบของการลงมือทดลองจากงานที่ทำ รูปแบบของการมีส่วนเข้าไปคลุกคลี เป็นการสั่งสมสิ่งที่เรียนรู้จนเป็นประสบการณ์ แล้วนำเอาสิ่งนั้นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

“คือผมเองก็มีหลายประสบการณ์ที่ผมเคยทำมา เช่น ผมมีประสบการณ์ที่ผมเคยเป็นเซลล์ เคยอยู่กับครูเล็ก (ภักธราวดี) คือชีวิตผมเคยไปเดินรอนมา จนได้หลายๆองค์ความรู้มาตกผลึกเป็นงานเหล่านี้ พอเรามีตัวตนแล้วเราก็เอาทุกศาสตร์มาช่วยให้มันดีขึ้น นั่นคือองค์ความรู้ภายนอกที่ผมได้ไปเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริงมา จึงมาสร้างผลงานที่มันเป็นตัวตนเรา”
(คุณต้น กลุ่มวิชาทกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“อย่างตัวของร่มเย็นสตูดิโอของเราเองก็จะเป็นในส่วนที่ทำครีม แฮนด์ครีม ทำเกลือสปา”
(คุณเครือ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

“ผมได้เป็นถึงวิทยากรประจำของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน มีคนมาเรียนกับผมหลายๆ หลักสูตรเป็นหลักสูตรกับผมกับสูตรและ 20 คนเป็นหลายๆหลักสูตร เป็น 2,000 คนแล้วครับ ผม นั้นสามารถที่จะทำทุกอย่างได้ครบวงจรเลยครับเพราะว่าผมสามารถทำได้ทั้ง Graphic Design เวลาที่ผมไปสอนใช้ใหม่ครับมันมี 5 วัน วันแรกผมก็ ไปคุยถึงเรื่อง Concept ในการที่จะทำตัว ผลิตภัณฑ์ ในการสร้างแบรนด์ก่อนของกลุ่มนี้” (คุณพนา กลุ่มพฤษภาพรณวดี)

3.2.3 การมีทักษะเชิงช่างในการประดิษฐ์อุปกรณ์ การที่บุคคลมีความชำนาญ เชี่ยวชาญในเชิงช่าง โดยเป็นการเอาความรู้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ หรือภูมิปัญญามาใช้ใน การประดิษฐ์วัสดุอุปกรณ์ขึ้นมาใช้เองในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งของการสร้างผลิตภัณฑ์ หรือการ ได้มาของวัตถุดิบในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ เป็นการลดต้นทุนในขั้นตอนของการผลิต เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางอย่างประเภท อาจมีความจำเป็นต้องใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการสกัด สารสำคัญหรือการได้มาของสารตั้งต้นในผลิต ซึ่งการมีทักษะเชิงช่างเป็นส่วนที่สำคัญและเป็น ปัจจัยที่ส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์

“มีสิครับก็คือแทนที่ว่าเรานั้นจะกลั่นแบบง่ายๆ เราก็ใช้กระบวนการแบบ การกลั่นด้วยไอน้ำ (steam distillation) เรามีเครื่องทำเอง การที่เรานำเปลือกของมะนาวใส่เข้าไปแล้วก็มี การกลั่น ออกมา” (คุณเครือ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

“ส่วนความโดดเด่นของมันก็คงจะเป็นตัวหนึ่งเลยก็คือเครื่องมืออะคะ ตัวที่เขาเอามา สกัดเนี่ย ทางผู้ประกอบการเขามีภูมิปัญญาที่ดีอะคะเพราะว่าเขานั้นเป็นวิศวกรคะ เขาก็เอาหม้อ กวยเตี่ยว มาประยุกต์เป็นเครื่องสกัดอะคะ ปกติถ้าเราไปซื้อเครื่องสกัดสารตั้งต้นเนี่ยคะ มันจะ แพงมาก ประมาณหลักห้าแสนถึงหนึ่งล้านบาทเลยคะ แต่เขาก็เป็นวิศวกรเขาก็เอาหม้อกวยเตี่ยว เนื่อมาดัดแปลงและก็ทำเป็นเครื่องสกัด ซึ่งใช้หลักการระเหยมันคะแล้วมันจะทำให้ น้ำหยดลงมา แล้วตัวนี้อะคะเครื่องมือตัวนี้อะคะทางคณะกรรมการระดับประเทศเขามองว่ามันเป็นต้นทุนที่เป็น ภูมิปัญญาที่สามารถลดต้นทุน ลดcost ของเขาได้ดีเขาสามารถทำได้เองอย่างเนี่ยคะ แล้วมันก็ ปลอดภัยได้มาตรฐานที่เขาดูอะคะ ส่วนเครื่องมือจุดเด่นอันนี้ชื่อแรกนะคะ” (คุณสาม เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)

นอกจากความรู้ประสบการณ์เฉพาะตัวแล้วการที่บุคคลสามารถเข้าใจถึงความ ต้องการของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ หรือรสนิยมของกลุ่มลูกค้าก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของการเป็นเงื่อนไข

ลักษณะด้านบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลิตภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยเช่นกันตามรายละเอียดถัดไป

3.2.4 การเข้าอกเข้าใจอย่างรู้ถึงการใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ ในการที่ผู้สร้างผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติพิเศษในการที่จะสามารถวิเคราะห์ลักษณะและความต้องการ รสนิยม ในการใช้ตัวผลิตภัณฑ์ ว่ากลุ่มลูกค้านั้นมีรสนิยมเป็นอย่างไร กลุ่มลูกค้าที่ใช้นั้นมีลักษณะเป็นแบบไหน เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อผลิตสินค้าให้สามารถเข้าถึงลูกค้า และเป็น การส่งเสริมให้กับกลุ่มลูกค้านั้นเข้ามาใช้กลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

“คือเรื่องนี้มันมีเรื่องของ taste (รสนิยม) คนมากกว่า เราทำงานคำนึงถึง metrosexual มันเป็นเรื่องของตัว taste (รสนิยม) ที่สำคัญ เพราะคำนึงถึงการออกแบบว่ากระเป๋าค่ะแต่ละใบนั้น เหมาะกับลูกค้าแบบไหน เรามีการวางแผนว่า รสนิยม กลุ่มลูกค้า taste (รสนิยม)กลุ่มคนต่างๆ”
(คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนสกุลช่างบายศรี)

“เรามีฐานลูกค้าอยู่แล้วซึ่งก็จะเป็นกลุ่มที่รักสุขภาพและก็จะเป็นคนที่เป็นกลุ่มของคนที่รัก ในความสวยความงามหรือว่ากลุ่มบิวตี้ต่างๆ ถ้าถามว่าผลิตภัณฑ์ของเรานั้นตอบโจทย์อะไรก็ต้อง ขอดตอบว่าตอบโจทย์สำหรับผู้ที่ต้องการในสิ่งที่แปลกและใหม่ แล้วก็เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ 100%” (คุณเครือ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

ส่วนที่ 4 แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นได้โดยอาศัยปัจจัยต่างๆ ที่หลากหลาย ทั้งที่เป็นในส่วนของ ปัจจัยจากสังคมวัฒนธรรมและปัจจัยที่เป็นในลักษณะส่วนบุคคลประกอบกัน อย่างที่ได้กล่าว มาแล้วก่อนหน้านี้ ในหัวข้อเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมและเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล ที่ มีส่วนในการเกิดพฤติกรรมในการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ของกลุ่มอาชีพ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) งานวิจัยในส่วนนี้ต้องการค้นหาแนวทางในการส่งเสริมการ เรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยอาศัยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ให้ข้อมูลรอง เพื่อเสนอเงื่อนไขและแนวทางที่อาจ ก่อให้เกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งผู้ให้ข้อมูลได้ให้แนวทาง ไว้ ดังนี้

4.1 การส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

การส่งเสริมให้บุคคลที่มีความรู้ความสามารถในชุมชน หรือปราชญ์ชาวบ้าน ให้สามารถทำการถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาของตนได้อย่างเต็มที่ โดยเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับนักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลทั่วไปที่สนใจ ได้มีโอกาสเข้ามาศึกษาเรียนรู้เพื่อการสืบทอดความรู้เหล่านั้นให้คงอยู่ต่อไป

4.1.1 การส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดและสืบทอดในครัวเรือน เป็นแนวทางในการถ่ายทอดองค์ความรู้วิถีชีวิตหรือภูมิปัญญาจากสังคมที่มีความใกล้ชิดกัน ตัวอย่างเช่น การถ่ายทอดกันภายในครอบครัว เครือญาติ หรือกลุ่มเพื่อนฝูงที่มีความสนิทชิดเชื้อ โดยเป็นการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำผ่านการเรียนรู้ที่ละขั้นตอนจากจนเกิดเป็นความชำนาญ และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ กล่าวคือ เป็นความสามารถเฉพาะบุคคลหรือเฉพาะครอบครัว บางอย่างมีความหวงแหนหรืออาจเป็นความลับในตระกูล โดยเป็นแนวทางในการส่งเสริมที่สามารถทำเป็นกิจกรรมของครอบครัวหรือวิถีชีวิตที่จะได้จากการเริ่มต้นมาจากครอบครัว

“ผมอยู่ที่นี้มา ตั้งแต่เกิดผมก็เห็นเค้าทำอยู่เรื่อย ผมมองว่ามันคือการชิมชั๊บ ในตอนนั้นเรายังไม่รู้หรอกว่าเราต้องทำอะไร จนเราได้มาจับ เนื่องจากครอบครัวของผมเป็นครอบครัวที่ไม่มี เพราะทุกอย่างที่ผมพูดมานั้นเกิดจากการดิ้นรน มันเลยการเป็นฝึก เพราะว่าครอบครัวของผมนั้นไม่ได้มีเม็ดเงินหรือสมบัติอะไรมาให้เรา แต่เค้ามีแต่องค์ความรู้ เพราะเชื่อว่าบรรพบุรุษคงจะให้สิ่งที่ดีกับเราแล้วแหละ แต่เราจะไปต่อยอดให้มันเกิดมูลค่าอย่างไรเท่านั้นแหละ”

(คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“แหล่งข้อมูลที่สำคัญเลยคือ ปราชญ์ชาวบ้าน ก็เป็นรุ่น ตา ยาย ของผมนี่แหละครับ และ ก็พวกบ้านน้ำอ่า ที่เค้าปลูกกล้วยตานี และกล้วยอื่นๆด้วยครับ เรามีการสอบถามเค้า”

(คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“ก็เอามาจากแม่สามี เค้าเป็นคนทีสอนเป็นหลักท่านก็สอนเยาะอยู่คะ เพราะท่านเป็นคน ที่ให้ภูมิปัญญาและวิถีชาวบ้านในการทำทุกอย่าง ไม่ว่าจะในครัวเรือนการใช้หม้อใช้กระทียม เคล็ดลับเหล่านี้เค้าก็จะสอนเรา เราเลยได้เรียนรู้มาโดยบังเอิญจากเค้า เช่น น้ำพริกกะปิ ที่อื่นเค้าก็จะใส่น้ำต้มชนิดนี้ เราไปกินที่อื่นก็ไม่อร่อยเท่าที่นี้ เพราะว่าที่นี้เค้าทำแบบแค่นั้น เค้าก็จะสอนเรา การลอยแก้ว การบอกลมะม่วงเค้าก็จะสอนเรา”

(คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“มีครับ ก็ครอบครัวผมทำกันมานานแล้ว ผมก็ทำต่อมาจากอาชีพในครอบครัว”
(คุณว่าน กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

4.1.2 การส่งเสริมให้มีการสืบทอดความรู้ในชุมชน เป็นแนวทางในการสนับสนุนส่งเสริมให้คนในชุมชนรวมกลุ่มกันเพื่อที่จะจัดตั้งเป็นกลุ่ม เป็นการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ หรือศูนย์เรียนรู้ในชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับอาชีพที่มีในหมู่บ้าน อาจเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพรองก็ได้ เช่น การรวมกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผา จักสาน ทอผ้า หรือกลุ่มแปรรูปสมุนไพร กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ซึ่งเป็นสิ่งที่คนในชุมชนได้คลุกคลี คุ่นเคยมาตั้งแต่เด็ก ภายใต้สภาพการดำรงชีวิตประจำวัน

“ก็ได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี จึงเป็นการรวมกลุ่มเพื่อทำงานร่วมกัน จึงเกิดการร่วมมือกันในกลุ่มที่วิสาหกิจดูแล ตอนนี้อยู่ประมาณ 30 ครอบครัว โดยมีทั้งผู้พิการทางสายตา เด็กพิเศษ เรายรวมทุกคน ทุกวัย” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“ตอนนี้ทางเราได้ให้ชาวบ้านปลูกกล้วย โดยการสนับสนุนสิ่งที่มีอยู่หลังบ้านขึ้นมาสร้างรายได้ โดยเรามีการรวมกลุ่มของเกษตรกรเข้ามาปลูกกล้วยเพื่อทำการส่งมาขายกับเราครับ”
(คุณกล้วย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“พี่นะ พยามที่จะเอาท้องถิ่นเข้ามาจับบ้าง เอาชาวบ้านเข้ามาเรียนรู้ เค้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันกัน ทำเป็นเครือข่ายเลยของพี่ เอาคนในชุมชนเข้ามาเรียนรู้ เอาชาวบ้านเข้ามา”
(คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

4.2 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ หมายถึง รัฐบาลหรือหน่วยงานของภาครัฐที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลส่งเสริมให้หน่วยงานของภาครัฐเข้าไปดำเนินโครงการหรือกิจกรรม ที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ ส่งเสริม ต้มครอง และเผยแพร่ การดำเนินงานของกลุ่ม โดยครอบคลุมหมายให้ มีหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบการทำงานอย่างจริงจัง มีการกำกับติดตามและประเมินผลงาน รวมทั้งมีกิจกรรมในการกระตุ้นให้เกิดความรักและความภาคภูมิใจในการใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์จากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยสามารถส่งเสริมได้ 4 แนวทางดังต่อไปนี้

แนวทางที่ 1 การสนับสนุนด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

แนวทางที่ 2 การส่งเสริมความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด
 แนวทางที่ 3 การส่งเสริมการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์
 แนวทางที่ 4 การส่งเสริมในการใช้พืชท้องถิ่นสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวบ่งชี้ทาง
 ภูมิศาสตร์

แนวทางที่ 5 การส่งเสริมเพื่อเข้าแข่งขันระดับประเทศ

แนวทางที่ 6 การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ OTOP จดอนุสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

แนวทางที่ 1 การสนับสนุนด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

การสนับสนุนด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การที่หน่วยงานของภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแล ได้มีการกำหนดแผนพัฒนากลุ่ม OTOP โดยอาจจะเป็นการดำเนินการในรูปแบบของโครงการส่งเสริมและพัฒนา หรือเป็นการจัดกิจกรรม สำหรับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ทุกกลุ่มประเภท ทั้งอาหาร เครื่องดื่ม ผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้ของตกแต่ง ของที่ระลึก และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยการสนับสนุนด้านความรู้ในที่นี้จะเป็นการให้ผู้ประกอบการนั้นมีความรู้เพิ่มเติมในส่วนของผลิตภัณฑ์ของตนที่ผู้ประกอบการ OTOP ได้ผลิตและดำเนินการอยู่

“เริ่มต้น เลยคือ ก่อนหน้านี้ มีอาจารย์เคยไปทำงานของโครงการศาสตร์พระราชาก่อนหน้านี้แล้ว แล้วก็พบว่าผู้ประกอบการอยากใช้วัตถุดิบที่มันไม่ได้ใช้อะคะ เอามาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ เค้กก็เลยถามว่า เราลองเป็นน้ำยาบ้วนปากเนี่ยจะพอทำได้ไหม” (คุณห้าว)

“เค้กก็เข้ามาให้ความรู้ ทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ความรู้เรื่องเกี่ยวกับการตลาดบ้าง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีครบหลายได้ มีการเอาไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญให้เรา ได้ผลเลยที่เดียวครับ ได้พัฒนาไปเรื่อยเลยครับ” (คุณว่าน กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

แนวทางที่ 2 การส่งเสริมความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด

การส่งเสริมความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด การที่หน่วยงานของภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ เข้าไปดำเนินการในรูปแบบโครงการหรือกิจกรรม โดยเป็นการนำผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา องค์กรส่วนท้องถิ่น ดำเนินการพัฒนาความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด เป็นการสนับสนุนให้กับกลุ่ม เกิดกระบวนการคิดการออกแบบ การแก้ไขและปรับปรุง ให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ดี และ

เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความใหม่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง นอกจากนี้ยังเป็นการให้ความรู้แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เป็นขั้นตอนที่ผู้เชี่ยวชาญจะเข้ามาแนะแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของตัวผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย ทั้งการวางแผนในเรื่องของตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด สภาพแวดล้อมภายนอก ทรัพยากร เพื่อให้ผู้ประกอบการ OTOP สามารถที่จะวิเคราะห์การดำเนินการของกลุ่มทางธุรกิจ เป็นการสร้างองค์ความรู้ที่สามารถต่อยอดทางธุรกิจได้เมื่อกลุ่มสามารถที่จะเข้าไปในการวิเคราะห์ อุปสงค์ ต้นทุนและกำไร โดยมุ่งหมายในการสร้างกำไรในระยะยาวในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ และแนวทางในการตัดสินใจที่จะลงทุนสำหรับการพัฒนาธุรกิจ

“ตอนนี้ก็มีในส่วนของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เข้ามาให้ความรู้อยู่แล้วก็มีสถาบันต่างๆ ให้ความรู้ในเรื่องตัวอย่างเช่นการเพิ่มช่องทางการตลาด สอนตัวผลิตภัณฑ์ที่หน่วยงานเราไปเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนในเรื่องของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์นะครับ แล้วก็เรื่องของ การบรรจุภัณฑ์นะครับ” (คุณสอง เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)

“ของเราเป็นสถาบันการศึกษาต่างๆ หากส่วนราชการหรือภาคเอกชนที่เข้ามามีความรู้จะมาร่วมกับนักออกแบบบรรจุภัณฑ์นะคะนั่งคู่กัน แล้วก็เอาสินค้ามาดูจะคะว่ามันมีจุดด้อยตรงไหน แล้วก็ให้ผู้ประกอบการสะท้อนออกมา ว่าเค้าอยากจะทำตรงไหนแล้วก็ให้ผู้ที่มีความรู้ว่าการร่วมกันวิเคราะห์ว่าสินค้าตัวนี้ ควรจะพัฒนาต่ออย่างไรด้วยนวัตกรรมนะคะ” (คุณสาม เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)

“การพัฒนาของกระบวนการของการออกแสดงการพัฒนา พัฒนาของผลิตภัณฑ์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ก็เริ่มทุกอย่างเลยนะคะรวมทุกอย่างนะคะตั้งแต่ตรา สติกเกอร์ Story อะไรก็แล้วแต่ เขาก็จะพัฒนาให้หมดเลยคะ” (คุณสี่ เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)

แนวทางที่ 3 การส่งเสริมการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

การส่งเสริมการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ การที่กลุ่มนั้นเพิ่มเรื่องราวต่างๆ สะท้อนเรื่องราวของสินค้าและบริการนั้น โดยเป็นการนำเอาข้อมูลที่มีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ออกมาเล่า โดยอาจเป็นการสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่มาจากทรัพยากร และภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่นการนำเสนอลดรายจ่าย พี่ซท้องถิ่น และความเป็นมาของกลุ่ม ความรู้ความชำนาญที่เกิดขึ้นจากความบังเอิญหรือสิ่งลึกลับ โดยนำความเป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์เหล่านั้นมา

เรื่องราวให้สร้างสินค้าและบริการที่มีความแตกต่าง เป็นการเพิ่มกลยุทธ์อีกรูปแบบหนึ่งของการตลาดสมัยใหม่ที่ต้องการให้ผู้บริโภคสามารถที่จะจดจำเรื่องราว และการนึกถึงแบรนด์สินค้านั้น

“คือเรานำเสนอในการชูเรื่องของวัตถุดิบอยู่แล้วคือ 1 ตัน 1 ใบ มันเป็นการที่จะทำให้คุณได้รู้สึกว่ามันมีใบเดียวสำหรับคุณเท่านั้น มันเลยเกิดคำว่า Only tanee ขึ้นมา เพราะต้นกล้วยแต่ละต้นเค้ามีผลดลยทางธรรมชาติ น้องดั่งน้องหนอนที่เค้าวาดผลดลยมันไม่เหมือนกันอยู่แล้วเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภค เพราะว่าเราทำได้แต่ก่อนนั้น 1 ตัน 1 ใบจริงๆ เพราะว่ากระบวนการยังไม่ดีมาก มันเลยมี concept ว่า Tanee only you เลยเปลี่ยนเป็น Only tanee ต่อมา นี่คือ 100 คน 100 ลาย “ไม่มีการซ้ำกัน” (คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

“แต่ว่าวิธีการในการนำเสนอ Story เรื่องราวต่างๆที่เก่งเป็นคนที่นำเอาข้อมูลทั้งหมดที่ผมได้ให้ไปเรียบเรียงเป็นเรื่องราวต่างๆเพื่อที่จะใช้ในการเล่าในการประกวดของโครงการ” (คุณเกอว กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

“ผมว่าเค้าไม่ได้มองแค่ตัวผลิตภัณฑ์เท่านั้น เค้ามองเป็น Story เรื่องราวการทำ การรวมกลุ่มกันมากกว่าครับว่าเราพัฒนาขึ้นมาเรื่อยๆจนได้เป็นผลิตภัณฑ์นั้น เราได้ส่งเสริมชาวบ้านให้ส่งมะนาวมาขายกับเรา มีการเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบด้วย มีการต่อยอดการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นอะไรประมาณนี้จะครับ” (คุณว่าน กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

แนวทางที่ 4 การส่งเสริมในการใช้พืชท้องถิ่นสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การส่งเสริมในการใช้พืชท้องถิ่นสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ การที่ผู้ประกอบการในเขตพื้นที่นั้นมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และได้รับการยอมรับเป็นอย่างสูง ซึ่งก็เนื่องมาจากความมีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ทำการผลิต ที่เอื้ออำนวยเช่น กรรมวิธีการผลิตที่พิเศษสืบทอดกันมาชั่วลูกหลานและสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ลักษณะดินและอื่นๆ เป็นสิ่งที่สามารถระบุได้ว่าลักษณะพิเศษที่เป็นรากฐานของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถเจาะจงแหล่งทำการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่าย ซึ่งเจาะจงจากชื่อของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการเกษตร ป่าไม้ และประมง ผลิตภัณฑ์อาหารและอื่นๆ ซึ่งคุณลักษณะพิเศษดังกล่าวนี้มีความเชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์นั้นๆ

“ตัวผลิตภัณฑ์ในหมู่ของเรานั้นเป็นตัวผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากผลิตผลของ GI หรือ Geographical Indications เป็นพืชพื้นถิ่นบ่งชี้ที่ยอมรับโดยมีการันต้อยู่แล้วอันนี้ตัวชูโรงนะครับ”
(คุณเครือ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่ายาง)

“คือที่เราได้รับรางวัลจากกรมการระดับประเทศเนี่ยคะ เขามองว่าผลิตภัณฑ์ของเราเนี่ย ค่ะมันเป็นสินค้า GI ก็คือเป็นสินค้าที่เป็นตัวบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดชลบุรีก็คือถ้าพูดถึง ชลบุรี นี้ก็ถึงสัปดาห์ศรีราชา” (คุณสาม เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)

“มี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านจอมบึง ที่เข้ามาช่วยในเรื่องของวิชาการ เช่นอย่าง GI มัน ต้องผ่านเรื่องไปจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านจอมบึง ผู้รวบรวมข้อมูลหรือผู้ที่ทำวิจัยขึ้นไป เพราะว่าทางเกษตร เองไม่เหมาะกับการเขียนวิจัย และพาณิชย์เองก็ต้องช่วยเพื่อให้ได้สายพันธุ์ เฉพาะมาได้ ทั้ง 3 หน่วยงานต้องช่วยเราครับ แต่ยังไม่เป็นรูปธรรมในขณะนี้”
(คุณต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสกุลช่างบายศรี)

แนวทางที่ 5 การส่งเสริมเพื่อเข้าแข่งขันระดับประเทศ

การส่งเสริมเพื่อเข้าแข่งขันระดับประเทศ การที่กลุ่มสามารถสร้างสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการมีคุณภาพ และสามารถส่งเสริมให้เข้าประกวดได้ในเวทีระดับต่างๆ โดยอาจ เป็นการแข่งขันที่จัดขึ้นทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน เพื่อยกระดับสินค้าและบริการของกลุ่ม ให้สามารถแข่งขันกันได้ในทุกๆระดับ เป็นการสร้างโอกาสให้กับกลุ่ม ให้มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นที่อมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่ม และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน จนสามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่ม และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความร่วมมือของคนในชุมชนที่มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน เพิ่มมูลค่าทางการตลาด และสามารถเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายให้สามารถส่งออกไปยังตลาดสากลได้ โดยปัจจุบันกรมพัฒนาชุมชนได้เข้ามาช่วยส่งเสริมในการดำเนินการบ้านอยู่แล้ว แต่ถ้าผู้ประกอบการสามารถที่จะพัฒนาหรือมีแรงจูงใจในการสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและเข้าสู่ระบบ ในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีข้อมูลในฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะได้มีการดำเนินงานในเชิงของการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือดูแลและส่งเสริมคุณภาพ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นช่องทางของการส่งออกเพิ่มช่องทางการตลาดให้ตามลำดับถัดไป

“เลือกมา 1 ตัวเพื่อที่จะนำไปประกวดในระดับประเทศ ในตัวนี้เราก็จะทำงานร่วมกับเครือข่ายองค์ความรู้ KBO ซึ่งเราจะให้คณะกรรมการเครือข่ายองค์ความรู้เป็นคนเลือกคณะว่ากลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามาสู่กระบวนการพัฒนาเนี่ย อาจารย์เห็นว่ากลุ่มไหนที่พอจะมีแววช่วยเหลือเขาแล้วก็ผลักดันให้เค้าออกไปสู่ตลาดได้อะคะ แต่ละปีก็จะมีการประชุมกันก่อนนะคะที่จะคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย แล้วก็วางแผนที่จะทำงานว่าเราจะช่วยเหลืออะไรเขาได้บ้าง”
(คุณสาม เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน)

“พอดีมันมีโครงการ KBO อาจารย์เค้าบอกว่าเดี๋ยวจะส่งตัวนี้เข้าไปประกวด ให้นุช เตรียมตัว แล้วเค้าก็ส่งอาจารย์มาฝึกทำกับพี่มณฑา ที่เป็นรองประธาน ถึงเค้าจะเป็นคนทำเพราะว่าพี่ไม่ค่อยได้อยู่” (คุณใบพลู วิชาเทคนิคชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

“พช เค้าก็เข้า เห็นเค้าก็เลยมองว่าน่าส่งเสริม เป็นนวัตกรรมอะไรเนี่ยอะครับ เค้าก็เลยเอาเราไปเรียนรู้กับอาจารย์จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา แล้วก็นำผลิตภัณฑ์ออกไปแข่งขันอะครับ” (คุณว่าน กลุ่มแปรรูปสมุนไพรชุมชนศาลเจ้าแม่ทับทิมท่าทราย)

แนวทางที่ 6 การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ OTOP จดสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจด แนวทางนี้จะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนั้นมีกฎหมายคุ้มครองในส่วนของแนวคิดการประดิษฐ์หรือภูมิปัญญาโดยกฎหมายในการคุ้มครองนั้นมีชื่อเรียกว่า สิทธิบัตร ซึ่งเป็นหนังสือที่ร้านออกให้ในการคุ้มครองการประดิษฐ์ หรือความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด หรืออาจกล่าวได้ว่า สิทธิบัตรเป็นเสมือนหนังสือที่คุ้มครองแนวความคิดหรือการประดิษฐ์ตัวผลิตภัณฑ์ แก่เจ้าของเพียงผู้เดียว ซึ่งเป็นการป้องกันผู้ลอกเลียนแบบหรือแสวงหาผลประโยชน์ เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถตั้งถาวร

ดังนั้นจากความหมายที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นมีการคุ้มครองเรื่องของการประดิษฐ์ โดยในที่นี้หมายถึง การสร้างสรรค์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โดยการใช้เวลา ความคิด ลักษณะของกลไกต่างๆ หรือวิธีการผลิต การถนอมรักษา คุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของตน ล้วนเป็นการประดิษฐ์ที่สามารถนำไปจดสิทธิบัตรได้ ในส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น หมายถึงความคิดสร้างสรรค์ที่มีต่อการสร้างผลิตภัณฑ์โดยอาจจะเป็นในส่วนของลักษณะรูปลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งสีสันทันของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้

นอกจากนี้ยังมีในส่วนของ การขึ้นทะเบียนอนุสิทธิบัตร ดินลักษณะของการจดทะเบียนเพื่อรับรอง ในส่วนของทรัพย์สินทางปัญญา หรือการประดิษฐ์คิดค้นที่ไม่สลับซับซ้อน ใช้กระบวนการผลิตหรือ ระบบเทคโนโลยีที่ไม่สูงมาก หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการประดิษฐ์คิดค้นในลักษณะของ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่มีความไม่ซับซ้อนมาก แต่เป็นการประดิษฐ์ที่มีการประยุกต์ใช้ในเชิงของ อุตสาหกรรม และมีประโยชน์ต่อการใช้สอยที่มากขึ้น

ดังนั้นการส่งเสริมการส่งเสริมให้จดอนุสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร นั้น เป็นการ ค้ำครอง ความคิดสร้างสรรค์ การประดิษฐ์คิดค้นในสิ่งที่กลุ่มนั้นได้คิดหรือสร้างขึ้น ในส่วนของ ผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้สิ่งที่กลุ่มผู้ประกอบการได้ทำขึ้นมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองโดยมี กฎหมายเข้ามารองรับ

“เค้ามาลงพื้นที่แล้วคะ แต่เค้ากำลังดำเนินการว่า เราจะอยู่ในแบบไหน อนุสิทธิบัตร กลุ่ม ไหน ประเภทไหน คะ พี่ส่งเข้าไปประกวด เค้าคัดเหลือ 45 คนแล้วเค้าก็มาถ่าย VDO ถ่าย รายละเอียดเกี่ยวกับตัวมะดัน พี่ก็ติด 1 ใน 20 เค้าก็เข้ามาดูว่าจะช่วยเหลืออะไรเราได้บ้าง สิทธิบัตรนี้เป็นของกระทรวงพาณิชย์ เป็นกรมทรัพย์สินทางปัญญา”

(คุณใบพลู วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปมะดันตำบลท่าทรายตำบลท่าทราย)

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบคุณภาพ (Qualitative Research) ในรูปแบบการศึกษาเฉพาะกรณี (Case study) ดังนั้นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้ นอกจากจะทำความเข้าใจในรายละเอียดของบริบท เนื้อหารายละเอียดต่างๆจากการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วนั้น มีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ตั้งแต่เริ่มต้นของการริเริ่มสร้างผลิตภัณฑ์จนกระทั่งเข้าร่วมการแข่งขันได้รับรางวัลในการสร้างผลิตภัณฑ์ระดับประเทศ โดยเป็นการนำเสนอในภาพรวมของกลุ่มโอท็อป จากข้อมูลของกลุ่มว่า ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้เก็บผ่านการศึกษาระบบกรณีแบบ Instrumental Case โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการบรรยายผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ทำการศึกษาเพื่อตอบใจเหตุวัตถุประสงค์ในการวิจัย ตามปัญหาการวิจัยที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้เข้าร่วมในการประกวดเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTO) โดยเป็นการนำเสนอผลการดำเนินงานและผลิตภัณฑ์ แล้วได้รับรางวัลในระดับประเทศ ที่สามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยอย่างละเอียด ครบถ้วนในการชี้ให้เห็นถึงกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น และกลุ่มที่ 2 เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้การสนับสนุนในกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งในส่วนของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีประสบการณ์ ผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์มหาวิทยาลัย หรือบุคลากรของภาครัฐ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ผู้ที่มีคุณสมบัติคือเป็นกลุ่มผู้ประกอบการ OTO ที่ได้นำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเข้าร่วมในการประกวดในโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTO) ของกรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย โดยต้องเป็นกลุ่ม (OTOP) ที่ผ่านการคัดเลือกและนำเสนอผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ แล้วได้รับรางวัลในระดับประเทศ โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในเขตภาคกลางเท่านั้น

ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 2 เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการสนับสนุนช่วยเหลือกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ไม่ว่าจะเป็นนักวิชาการ อาจารย์มหาวิทยาลัย บุคลากรของภาครัฐ ภาคเอกชน ที่ได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)

โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงเป็นการ (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลที่มีคุณลักษณะตรงตามที่กำหนดไว้ โดยผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 1 ผู้วิจัยพิจารณาเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล จากข้อมูลที่มีการประกาศผลการประกวดและเผยแพร่ผลงานที่ได้รับรางวัลในระดับประเทศ ที่อยู่ในเขตพื้นที่ภาคกลาง และผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 2 ผู้วิจัยพิจารณาเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีหน้าที่ในส่วนของส่งเสริมสนับสนุน กำกับดูแล การดำเนินการในการเข้าประกวดแข่งขันและเผยแพร่ผลงาน ในโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTOP) ระดับประเทศ โดยทำการศึกษาระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม(กลุ่มที่ 1) ทั้งสิ้น 10 ราย และเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญและผู้ที่มีความเกี่ยวข้องในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น(กลุ่มที่ 2) ทั้งสิ้น 5 ราย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอเสนอข้อค้นพบที่เป็นบทสรุปพร้อมทั้งการอภิปรายผลควบคู่กันไปตามประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าเสนอไว้ในบทที่ 4 โดยมีครอบคลุมเนื้อหาวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ประเด็น อันได้แก่ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การทำความเข้าใจเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม ลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมไปถึงการค้นหาแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
 - 1.1 ช่วงจุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์
 - 1.2 ช่วงการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า

1.3 ช่วงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเข้าร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO)

2. เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม และเงื่อนไขลักษณะส่วนบุคคล

2.1 เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม

2.2 เงื่อนไขลักษณะส่วนบุคคล

3. แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อการพัฒนานวัตกรรม

3.1 การส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.2 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

โดยในการอภิปรายผลจะเป็นการเทียบเคียงผลการศึกษากับองค์ความรู้ที่เคยศึกษา มาแล้วทั้งแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เห็นถึงองค์ความรู้ที่สามารถเทียบเคียงให้ เห็นกันได้และข้อค้นพบที่ปรากฏขึ้น ที่ไม่สามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีเท่านั้น เนื่องจากการศึกษา ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาในกลุ่มอาชีพ ที่มีความแตกต่างกันในเชิงของพื้นที่ และผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ดังนั้นกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละกลุ่มจึงสามารถสรุปและ อภิปรายผลการวิจัยได้โดยการนำเสนอรายละเอียดดังนี้

1. กระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษากระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการที่ศึกษาถึงขั้นตอนกระบวนการที่จะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า สามารถแบ่งได้เป็น 3 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 จุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์ ช่วงที่ 2 ช่วงการ ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า ช่วงที่ 3 ช่วงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเข้าร่วมโครงการ เครือข่ายองค์ความรู้(Knowledge-Based OTOP : KBO) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ช่วงจุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิ ปัญญาท้องถิ่น เป็นการที่ศึกษาถึงช่วงที่แต่ละกลุ่มนั้นเกิดขึ้น หรือมีการรวมกลุ่มของคนที่มีความคิด หรืออุดมการณ์ที่อยากจะทำในสิ่งเดียวกันเป็นการรวมกลุ่มเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ หรือรวมกลุ่มเพื่อ แปรรูปเกี่ยวกับการผลิตผลที่เป็นต้นทุนในชุมชนของกลุ่มในช่วงแรกโดยเป็นช่วงของการ ดำเนินงานในการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์ออกมาเพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ในช่วงเริ่มต้น

โดยการจากการศึกษาครั้งนี้พบรูปแบบของกระบวนการเริ่มต้นในการสร้าง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 3 ประการ ประกอบไปด้วย

1) การรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อก่อตั้งกลุ่ม เป็นช่วงของการเริ่มต้นในการที่แต่ละกลุ่มนั้นได้รวบรวมกลุ่มคน จากคนที่สนใจเข้ามาเพื่อที่จะรวมกลุ่มกันในการสร้างหรือผลิตตัวผลิตภัณฑ์ บางกลุ่มก็เป็นการรวบรวมกลุ่มของเกษตรกรที่มีการดำเนินการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเดียวกันเข้ามารวมกลุ่มกัน หรือบางกลุ่มก็เป็นการจัดตั้งขึ้นเพื่อที่จะให้คนแก่ ผู้สูงอายุ คนในครอบครัว ได้มีงานทำ หรือเป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อที่จะทำอาชีพเสริมเพิ่มเติมในเวลาว่างจากการทำงานปกติ ซึ่งรูปแบบของการรวมกลุ่มแบบนี้สามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดการรวมกลุ่มในการเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ คือเป็นการที่ชุมชนเกิดการรวมกลุ่มของคนหนึ่งกลุ่มในชุมชน เป็นการร่วมมือกันเพื่อทำอะไรบางอย่างร่วมกัน ในลักษณะของการแปรรูปสินค้า การสร้างผลิตภัณฑ์ หรือการนำเอาวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน พืช หรือทรัพยากรทางธรรมชาติ มาดำเนินการสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อการจัดจำหน่ายซื้อขาย ที่มีลักษณะคล้ายกับสหกรณ์ โดยลักษณะของการรวมกลุ่มในลักษณะนี้เป็นการเริ่มต้นเพื่อการสร้างอาชีพให้มีรายได้เสริมเน้นการพึ่งพาและช่วยเหลือกัน(เสรี พงษ์พิศ, 2548) นอกจากนี้ในการรวมกลุ่มของผู้ที่สนใจยังคงสอดคล้องกับแนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน โดยเป็นแนวคิดที่มองเห็นถึงการที่ของส่งเสริมให้ชุมชนนั้นมีการรวมกลุ่มเพื่อที่จะดำเนินการในการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าคุณภาพ มีจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของตนเองและสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เป็นการสร้างอาชีพและเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยสามารถจำหน่ายได้ทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ ซึ่งการเริ่มต้นในการรวมกลุ่ม (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2563) โดยในช่วงแรกอาจรวมตัวกันจากกลุ่มคนในครอบครัว หรืออาจรวมกลุ่มเกษตรกรที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน หรือเป็นการรวมกลุ่มจากการที่อยากมีรายได้เสริมเป็นการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมในการสร้างรายได้ในช่วงที่ว่างเว้นจากการทำการเกษตรที่เป็นงานหลัก หรือเป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อเป็นการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรที่มีออกมาเยอะในช่วงของหน้าฤดูการเพื่อเป็นการสร้างรายได้และเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ อันเป็นช่วงของการเริ่มต้นในการทำหรือการรวมกลุ่มในขั้นแรก เมื่อทุกคนที่เข้ามารวมกันเป็นที่มีความต้องการที่จะมีการสร้างผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการแล้วก็เป็นส่วนที่จำเป็นต้องมีการแบ่งหน้าที่กันเพื่อที่จะให้การทำงานหรือการดำเนินการกลุ่มมีความเป็นระบบเป็นรูปธรรมในเชิงกลุ่มที่ทำงานร่วมกันมากยิ่งขึ้น โดยจําแนกตามรายละเอียดถัดไป

2) การแบ่งหน้าที่ในการดำเนินการกลุ่ม ซึ่งกระบวนการนี้เมื่อกลุ่มได้เริ่มต้นแล้วในการบริหารจัดการกลุ่มจําเป็นอย่างยิ่งที่กลุ่มนั้นต้องมีการแบ่งหน้าที่ต่างๆ ให้แก่สมาชิกกลุ่มเพื่อการดำเนินการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากว่าในการสร้างผลิตภัณฑ์ อาจจะมี

ต้องแบ่งสมาชิกไปดูแลเรื่องของวัตถุประสงค์ การออกแบบ การแปรรูป หรือการเก็บรักษา เพื่อการสร้างระบบเบื้องต้นโดยการแบ่งหน้าที่อาจจะมีการแบ่งแผนกหรือหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับสมาชิกของกลุ่มให้มีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนต่างๆกันได้ ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับกระบวนการเสริมสร้างกลุ่ม ซึ่งเป็นในส่วนของขั้นตอนการเป็นขั้นตอนที่กระตุ้นในช่วงของการรวมกลุ่มและการต้องการให้กลุ่มเจริญเติบโต โดยการแบ่งหน้าที่นี้ก็คือกระบวนการจัดการเบื้องต้นในการดำเนินการของกลุ่มโดยเป็นกระบวนการที่เป็นขั้นเป็นตอน เป็นการศึกษาและตัดสินใจว่าสมาชิกในกลุ่มสามารถที่จะมอบหมายการดำเนินงานหรือ หน้าที่ความรับผิดชอบในรูปแบบไหนอย่างไรกับใคร เพื่อเป็นการดำเนินงานที่ชัดเจนและลดการเกิดภาวะไม่แน่นอน กุลิคและเออร์วิค (Gulick Luther Halsey & Urwick Lyndall F, 1937) ได้นำเสนอหลักกระบวนการจัดการประกอบด้วยขั้นตอน 7 ประการ หรือที่เรียกว่า POSDCORB โดยประการแรกมุ่งเน้นอธิบายถึงเรื่องของการวางแผนในการดำเนินงานของกลุ่ม ประการที่ 2 มุ่งเน้นเรื่องของการบริหารจัดการขององค์กร เพื่อให้องค์กรนั้นมีสมรรถนะในการบริหารจัดการที่สามารถส่งต่อองค์กรในเรื่องของการจัดการคนเข้าทำงานให้ตรงกับความสามารถ และยังสามารถอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการแบ่งหน้าที่ในเรื่องของการประสานงานการติดต่อทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก การจัดการเรื่องงบประมาณ การจัดการเรื่องของการทำรายงาน เป็นการบริหารจัดการของกลุ่มที่จำเป็นอย่างยิ่ง เพราะในการบริหารนั้นหากมีการแบ่งหน้าที่ของกลุ่มที่ชัดเจนโดยคำนึงถึงหลักการบริหารจัดการที่ดีก็จะทำให้กลุ่มนั้นสามารถมีคุณภาพและเป็นไปด้วยความเรียบร้อย เนื่องจากกระบวนการในการสร้างนวัตกรรมของกลุ่มนั้น ผู้วิจัยได้เข้าไปทำการศึกษาถึงการเริ่มต้นของกลุ่มในการรวมกันเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์จะเห็นได้ว่านวัตกรรมที่ใช้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นมีการบริหารจัดการภายในกลุ่มตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นและการแบ่งหน้าที่ให้กับสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงกระบวนการในการบริหารจัดการและกระบวนการในการดำเนินการสร้างผลิตภัณฑ์ให้ออกมาในรูปแบบของนวัตกรรมได้

3) การริเริ่มสร้างผลิตภัณฑ์ เป็นช่วงที่มีการลงมือในการริเริ่มของการทำ แสดงให้เห็นถึงเรื่องราวและวิธีการที่มีรายละเอียดค่อนข้างมาก เนื่องจากมีหลายวิธีที่แตกต่างกันไปจากการที่ผู้วิจัยได้เข้าไปสัมภาษณ์ถึงจุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์นั้นแต่ละกลุ่มอาชีพได้เริ่มต้น หรือริเริ่มในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในรูปแบบต่างๆ ทั้งที่เป็นการเริ่มต้นจากของที่มีอยู่รอบตัวของตนเองรอบบ้าน เป็นการใช้ความรู้จากครอบครัวหรือภูมิปัญญาเท่าที่มีในตอนนั้นเพื่อการศึกษาที่อยากจะทำหรือริเริ่มในการสร้างหรือทำผลิตภัณฑ์อะไรสักอย่างออกมา ในช่วงนี้เป็นจุดเริ่มต้นในการเรียนรู้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ในขั้นเริ่มแรกเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์จากความคิดมาริเริ่มในการผลิต

และสร้าง สำหรับกระบวนการนี้มี 3 กระบวนการ คือ การคัดเลือกวัตถุดิบ การนำภูมิปัญญามาใช้ ในช่วงของการเริ่มทดลองจนได้ผลิตภัณฑ์ การขายเพื่อรายได้ โดยในช่วงแรก การคัดเลือกวัตถุดิบ ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยแนวคิดได้กล่าวถึงการ มุ่งเน้นในการสนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นหรือกลุ่มคนในท้องถิ่นนั้นสามารถสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์(Product) และมีการดำเนินกิจกรรมร่วมกันทั้งการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้ง มีการวิเคราะห์การตลาด กระบวนการผลิต หลักในการบริหารจัดการ รวมไปถึงการนำเอา เทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพในด้านการผลิต ให้ตัวของผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่ยอมรับและ สามารถจำหน่ายได้ทั้งตลาดภายในและภายนอก โดยมีการใช้ความสามารถทั้งแรงกาย (Energy) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity) และการตรงตามปรารถนา(Desire) เพื่อที่จะเกิดการสร้าง งานสร้างรายได้ และยกฐานความเป็นอยู่ของกลุ่มชุมชนให้มีรายได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นซึ่งเป็น รากฐานที่สำคัญของประเทศและยังเป็นการส่งเสริมให้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการสรรค์ สร้างผลิตภัณฑ์หรือรักษาให้คงอยู่ต่อไป (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2563) ดังนั้นกระบวนการในช่วงแรกของกลุ่ม คือ การคัดเลือกวัตถุดิบ เป็นช่วงของการเริ่มต้นใน การคิดและริเริ่มในการนำเอาสิ่งที่มีที่เลือกแล้วมาเป็นต้นทุนทางวัตถุดิบในการริเริ่มที่จะสร้าง ผลิตภัณฑ์ ซึ่งในการสร้างผลิตภัณฑ์ จุดเริ่มต้นของกลุ่มนั้นจะต้องเริ่มต้นด้วยการคัดเลือกต้อง วัตถุดิบ โดยวัตถุดิบที่กลุ่มจะนำมาเพื่อใช้ในการเริ่มสร้างเป็นผลิตภัณฑ์นั้น อาจเป็นสิ่งของที่มีอยู่ ในครัวเรือน หรืออาจเป็นสิ่งที่อยู่รอบๆตัวเองใกล้ตัว ในช่วงนี้จึงเป็นช่วงที่สำคัญเนื่องจากการ เริ่มต้นของการคัดเลือกวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ โดยผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล ที่ได้เข้าไปศึกษานั้นโดยส่วนใหญ่เป็นการคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์มาจากของที่มี อยู่ในชุมชน พืชผักผลไม้ เป็นสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นมีการปลูกกันมาอย่างแพร่หลาย หรือเป็นสิ่งที่ ตนเองนั้นมีความรู้ความถนัด ได้มีโอกาสทำหรือคลุกคลี และมีโอกาสได้นำสิ่งเหล่านั้นมาใช้ในการ ทำผลิตภัณฑ์ แปรรูป เพื่อเป็นการถนอมอาหาร หรืออย่างอื่นอย่างใดที่มีลักษณะคล้ายๆกับ ผลิตภัณฑ์ที่ตนเองนั้นเคยได้กระทำมาก่อน เลยได้มีการคิดริเริ่มที่จะนำเอาสิ่งเหล่านั้นมาเป็น วัตถุดิบหลักในการเริ่มต้นในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้ให้ความหมายของการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์โดยแนวคิดนี้ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีการสร้างผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 1 ประเภท และที่สำคัญผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นต้องเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากการใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนในการสร้างผลิตภัณฑ์ (สำนัก ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2563) การนำภูมิปัญญามาใช้ในช่วงของการ เริ่มทดลองจนได้ผลิตภัณฑ์ เป็นขั้นตอนได้มีการนำเอาความรู้ทางภูมิปัญญา ขั้นตอน วิธีการ

ความเชื่อ แนวคิด ค่านิยม ปรัชญาการดำเนินชีวิต หรือเทคนิคต่างๆมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ทั้งที่ได้รับการถ่ายทอดจากการเรียนรู้จากบรรพบุรุษ คนในครอบครัว ชุมชน หรือปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ศูนย์เรียนรู้ในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับอาหารและผักพื้นบ้าน เทคนิคการถนอมอาหารและการปรุงอาหาร ตำหรับยาพื้นบ้าน สมุนไพร ภูมิปัญญาด้านความเชื่อ พิธีกรรม การสร้างเครื่องสักการะ หรือแม้แต่ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องมือ การประดิษฐ์ สิ่งของ หัตถกรรมพื้นบ้าน เครื่องใช้ต่างๆ แล้วนำมาทดลองในการทำงานได้ผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการนำภูมิปัญญามาใช้ในช่วงของการเริ่มทดลองจนได้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น (ประสาธ เนืองเฉลิม, 2546) โดยกล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นองค์ความรู้ที่มีการสั่งสมและมีการถ่ายทอดกันมาอย่างเป็นระบบ เป็นกระบวนการที่ได้จากการเรียนรู้และกระบวนการที่กลั่นกรองทางสังคม เป็นเหตุการณ์ที่ประสบพบเจอนั้นด้วยตัวเอง หากฟังจากคำบอกเล่า หรืออาจจะเรียนรู้มาจากการอ่านหรือจากการจดบันทึก เป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ ความสัมพันธ์กับธรรมชาติ และความสัมพันธ์ที่อยู่กับสิ่งเหนือธรรมชาติ ด้วยการดำรงชีวิตนั้นมุ่งเน้นถึงการรักษาความสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและมนุษย์ นอกจากนี้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นยังมีความเป็นพลวัต คือสามารถเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์เมื่อสภาพสังคม สิ่งแวดล้อม และวิถีแห่งการดำรงชีวิตเปลี่ยนแปลง การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ หรือการคิดค้น ในการนำเอาภูมิปัญญาเหล่านั้นมาใช้ในการปรับปรุง ทั้งจากภูมิปัญญาให้เข้ากับบริบทของแต่ละท้องถิ่น อย่างที่ผู้วิจัยเข้าไปศึกษาในบางกลุ่มก็เริ่มต้นจากการแปรรูปร่างๆ จากการเอาความรู้ภูมิปัญญาที่เป็นอาชีพที่สมาชิกกลุ่มมีความถนัดอยู่แล้วมาริเริ่มในการสร้างผลิตภัณฑ์ในช่วงต้น เป็นการทำในรูปแบบของการประยุกต์ใช้ในเรื่องที่มีอยู่ หรือสิ่งที่เหลือจากของที่ใช้จากการสร้างผลิตภัณฑ์อื่นแล้ว ยังคิดว่าใช้ประโยชน์ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ใหม่เพิ่มขึ้น โดยเป็นการสร้างจากการลองผิดลองถูก ยกตัวอย่างจากกลุ่มหนึ่งที่มีวัสดุที่เหลือจากบายศรีแล้วอยากที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ ก็เริ่มจากการคิดที่จะทำงานจักรสานจากวัสดุที่ตนเองนั้นมีอยู่และเหลือจากการทำบายศรีนั้นก็คือต้นกล้วย โดยนำเอาต้นกล้วยมาตากแห้งเป็นเชือกกล้วยแล้วนำไปสร้างงานจักสาน ในช่วงเริ่มต้นก็เป็นเรื่องของการจัดสานเป็นกระเป่าธรรมดา เป็นการทดลองในการริเริ่มสร้างผลิตภัณฑ์ในช่วงเริ่มต้นจากการที่นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ตนเองนั้นมีอยู่มาสร้างผลิตภัณฑ์ เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ก็จะเป็นช่วงของการนำเอาตัวผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายหรือขายเพื่อรายได้ในช่วงเริ่มต้น การขายเพื่อรายได้เป็นการนำสินค้าหรือตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่มออกจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่ม โดยผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มได้ดำเนินการในช่วงแรก ออกขายไม่ว่าจะเป็นการจัดจำหน่ายทางตรง หรือการรับยอดสั่งซื้อเข้ามาเพื่อการผลิต ตลอดทั้งการออกไปขายตามงานต่างๆ ทั้งที่เป็น

งานที่ไปออกร้านขายเอง หรือออกร้านตามงานที่มีหน่วยงานต่างๆของภาครัฐจัดขึ้น โดยเป็นจุดเริ่มต้นในการทดลองตลาดของสินค้า ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดด้านการขาย (Selling Concept) โดยได้ให้ความหมายว่าเป็นการประกอบธุรกิจในเชิงของการจัดตั้งกิจการเพื่อแสวงหากำไรจากการค้านอกจากนี้รายได้ของกิจการยังประกอบไปด้วย เงินสด สินทรัพย์ และลูกหนี้ เป็นสิ่งที่พึงได้ในการตอบแทนจากการประกอบสัมมาอาชีพ หรือการประกอบธุรกิจ ซึ่งโดยปกติแล้วเมื่อมีการหักค่าใช้จ่ายจากการขายสินค้าและบริการ โดยรายได้ที่ได้จากการดำเนินการนี้ (Operating Revenues) เป็นรายได้ที่เกิดจากการจำหน่ายสินค้าหรือการให้บริการที่เป็นผลมาจากการประกอบธุรกิจตามปกติ ดังนั้นเมื่อมีการประกอบธุรกิจและมีรายได้จากการประกอบกิจการเกิดขึ้น จะเรียกว่ารายได้หลัก ซึ่งรายได้ที่เกิดจากการจำหน่ายสินค้า หรือรายได้ที่ได้จากการให้บริการ อันมาจากผลการดำเนินการหรือประกอบกิจการของกลุ่ม โดยในช่วงต้นอาจจะเป็นรูปแบบของการออกงานต่างๆที่มีการนำเอากลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ออกไปจัดแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย หรือในการเริ่มต้นอาจเป็นช่วงของการฝากขายตามร้านค้าที่มีในชุมชน การเปิดหน้าร้านเพื่อจัดจำหน่ายเองของกลุ่ม ในส่วนของการดำเนินการของกลุ่มในช่วงแรกก็ได้มีการนำเอาตัววัตถุดิบที่ตนเองมีใกล้ตัวเข้ามาในร่วมการความรู้ทักษะและภูมิปัญญาที่ใช้กันมาในช่วงเริ่มต้น โดยแต่ละกลุ่มเมื่อมีการดำเนินการไปสักระยะหนึ่ง เกิดความคิดที่อยากจะพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มูลค่า และเพิ่มราคาของตัวสินค้าขึ้นไปอีกระดับหนึ่ง ซึ่งเป็นกระบวนการถัดไป

1.2 ช่วงการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อการเพิ่มมูลค่า

ช่วงที่การดำเนินการในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้มีการเริ่มต้นทำมาได้สักระยะหนึ่ง แล้วภายในกลุ่มเกิดความคิด หรือมีไอเดียที่จะมีการพัฒนา ต่อยอดสินค้าและผลิตภัณฑ์ทั้งในส่วนของตัวสินค้าเดิมที่ได้ดำเนินการมาแล้ว หรือเป็นการพัฒนารูปแบบใหม่จากวัตถุดิบเดิมโดยอาจจะเป็นการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้งาน ทั้งนี้ในบางกลุ่มอาจมีการเปลี่ยนแปลงตัวผลิตภัณฑ์ไปจากเดิมเลยก็ได้ เนื่องจากอาจจะมาจากความต้องการที่อยากจะยกระดับตัวของสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์ความใหม่ ตอบโจทย์ในการขายหรือในเชิงเศรษฐกิจ เพิ่มความน่าสนใจมากขึ้น เกิดประโยชน์มากขึ้น อายุการใช้งานหรือระยะเวลาที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นการเรียนรู้หรือเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เข้ามาพัฒนารูปแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ในมีความเป็นนวัตกรรมมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดของขั้นตอนและกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้น สามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (New Product Development) เป็นแนวคิดและขั้นตอนของกระบวนการสร้าง

นวัตกรรม คือเป็นการที่คิดและวางแผนด้านผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเป็นการคำนึงถึงสิ่งสำคัญคือปัจจัยด้านการตลาดหรือปัจจัยที่เป็นประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Developing New Product) เป็นการสร้าง หรือการปรับปรุงสินค้า บริการขึ้นมาใหม่ มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเข้ามาร่วมผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์ สิ่งที่สำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ต้องเปลี่ยนไปจากเดิมคือต้องมีความใหม่ จากการปรับปรุงเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยเป็นการใช้ความคิด แนวทางการปฏิบัติ วัสดุใหม่ ที่ได้สร้างสรรค์ ยอมรับ และปฏิบัติ ร่วมกับแนวทางเดิมคือภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่ม

1) จุดเปลี่ยนในการเกิดไอเดียเดียวในการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ใหม่ การที่กลุ่มเกิดความคิดที่อยากจะดำเนินการในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่รูปแบบ วิธีการ กระบวนการ หรือรูปปลักษณ์ที่แตกต่างไปจากเดิม โดยอาจจะเกิดจากการที่สังเกตเห็นถึงช่องทางที่สามารถจะดำเนินการพัฒนาได้ ทั้งที่เกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์เดิม เลยมีความคิดที่จะนำเอาตัววัตถุดิบนั้นมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น หรือเป็นการที่เอาตัววัตถุดิบอื่นๆ มาสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยอาจจะเกิดจากการเห็นว่าตัววัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นนั้นเมื่อถึงฤดูกาล แล้วผลผลิตมีออกมามากมายจนล้นตลาด ทำให้ราคาพืชผลทางการเกษตรนั้นมีราคาความตกต่ำ หรือที่เรียกกันว่าเป็นภาวะผลผลิตล้นตลาด จึงเกิดความคิดที่อยากจะเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งนั้น โดยแต่ละกลุ่มมีจุดเปลี่ยนในการเกิดไอเดียเดียว ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Inan Eda Atilgan, Buyukkupcu Aslihan, & Akincl Serkan, 2010) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation) ในการพัฒนาแนวคิด ประกอบไปด้วยกระบวนการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation) และการคัดเลือกเบื้องต้น (Initiation Screening) เริ่มจากการที่องค์กรมีแนวคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีการจัดสรรงบประมาณ และทรัพยากรขององค์กรเพื่อสนับสนุนการพัฒนาดังกล่าว ทำการค้นคว้าวิจัยหาข้อมูลสารสนเทศเบื้องต้น ทั้งในด้านความต้องการของลูกค้า ความต้องการของตลาด ความสามารถ/ความก้าวหน้าทางเทคนิค เทคโนโลยีและความสามารถในการผลิตขององค์กร แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ได้จะมีความหลากหลายซึ่งองค์กรจะต้องนำมาคัดเลือกโดยใช้หลักเกณฑ์ที่มีความเป็นมาตรฐาน เพื่อให้ได้แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม มีศักยภาพ และสามารถดำเนินงานได้ จุดเริ่มต้นที่อยากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้มีความใหม่และมีคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ เป็นความคิดเป็นไอเดีย สิ่งนี้คือสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรม โดยในการสร้างนวัตกรรมนั้นมาจากการเริ่มต้นที่มีไอเดีย และความคิดสร้างสรรค์ในการคิดที่อยากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์

2) การค้นคว้าหาความรู้ และการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เป็นช่วงที่กลุ่มดำเนินการทำให้ความคิดหรือไอเดียที่เกิดขึ้นนั้นเป็นจริง โดยการศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมจากการที่ไปศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากในระบบอินเทอร์เน็ต งานวิจัย หรือการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งในส่วนที่เป็นภาครัฐหรือเอกชน อาจารย์มหาวิทยาลัย เนื่องจากบางผลิตภัณฑ์มีความจำเพาะบางอย่างที่จำเป็นต้องใช้ความรู้ทางวิชาการ หลักการวิธีการหรือกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม เข้ามาเพื่อให้การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์สามารถทำได้และมีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้ที่สนใจในสินค้าและผลิตภัณฑ์ ยิ่งถ้ากรณีที่เป็นในส่วนของเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการทดสอบค่าต่างๆ ให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด เนื่องจากเป็นทั้งกฎเกณฑ์ตามหลักของมาตรฐานผลิตภัณฑ์และกฎหมายที่ควบคุมมาตรฐานของการผลิต ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-directed learning) การเรียนรู้ด้วยตนเองมีแนวคิดพื้นฐานมาจากทฤษฎีกลุ่มมานุษยนิยม (Humanism) ให้ความสำคัญในฐานะที่ผู้เรียนเป็นปัจเจกบุคคล และมีแนวคิดว่า มนุษย์ทุกคนมีคุณค่ามีศักดิ์ศรี และมีศักยภาพที่สามารถพัฒนา จากการเรียนรู้หรือ การใส่ใจเพื่อความตั้งใจของตน โดยแนวคิดนี้ยังมองว่ามนุษย์สามารถที่จะรับผิดชอบพฤติกรรมของตนเองและถือว่าตนเองเป็นคนที่มีความ โดยวิธีการในการแสวงหาความรู้ของมนุษย์(Methods of acquiring knowledge) ประกอบไปด้วย 1)การศึกษาหรือซักถามจากผู้รู้(Authority) 2)การเรียนรู้หรือศึกษาจากวัฒนธรรมประเพณีขนบธรรมเนียม และจารีต(Tradition) 3)การนำเอาประสบการณ์ที่เกิดจากการเรียนรู้มาประยุกต์ใช้(Experience) 4)การคาดคะเนจากหลักฐานที่มีอยู่(Deductive method) 5)การเปรียบเทียบในสิ่งที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน(Inductive method) และ 6)การนำวิธีการหรือกระบวนการทางวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ (Scientific method) ซึ่งเป็นแนวทางในการค้นคว้าและการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญของกลุ่มหรือสมาชิกในกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) เป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนและกระบวนการในการคิดที่จะหาความรู้หรือข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านศักยภาพของสมาชิกในกลุ่ม เพื่อตอบโจทย์กลุ่มของลูกค้า การตลาดและแนวทางการพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยในปัจจุบันการเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้มีความสะดวกมากขึ้น เนื่องจากการสืบค้นข้อมูลสามารถกระทำได้ทั้งจากการค้นหาผ่านอินเทอร์เน็ต หรือข้อมูลข่าวสารต่างๆในโลกโซเชียล ทั้งนี้งานวิจัยและบทความทางวิชาการก็มีการเผยแพร่อย่างแพร่หลายสะดวกและง่ายต่อการสืบค้น ประจวบเหมาะกับการที่หน่วยงานของภาครัฐ อาทิ มหาวิทยาลัย สถาบันทางการศึกษา กรมพัฒนาชุมชนก็

มีหน้าที่หลักที่จะเข้าไปบริการวิชาการในการพัฒนาชุมชนในโครงการและวาระต่างๆ ทำให้มีโอกาสที่จะสามารถช่วยในการให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปในตัวด้วย

3) การใช้กระบวนการ วิธีการ เทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์เข้ามาสร้างผลิตภัณฑ์ เป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่สำคัญมากของผู้ผลิตที่มีการนำเอาหลักการทางวิทยาศาสตร์ หรือเครื่องมือบางอย่าง เข้ามาเพื่อที่จะใช้ในการผลิตตัวของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางประเภทที่เป็นกลุ่มของสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร อาจจะไม่สามารถที่จะนำเอาวัตถุดิบแปรรูปหรือพัฒนาได้โดยตรงแต่จะต้องมีการใช้กรรมวิธี หรือเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ โดยเป็นการนำเครื่องมือมาใช้ในการสกัดสารสำคัญบางอย่างในตัวของวัตถุดิบ เพื่อที่จะใช้เป็นสารตั้งต้นในการผลิตตัวของผลิตภัณฑ์ หรือกรรมวิธีในการทดสอบคุณภาพความเข้มข้นของสาร ความเป็นกรดต่าง ล้วนเป็นกระบวนการที่สำคัญที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องใช้ในควบคุมและทดสอบในทุกๆกระบวนการของการสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน ปลอดภัยทั้งผู้ใช้ในแง่ของคุณภาพตามมาตรฐานและปลอดภัยของผู้ผลิตตามกฎหมายกำหนด โดยสิ่งเหล่านี้ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆให้กับตัวผลิตภัณฑ์โดยเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับแนวคิดและหลักการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมโดยนวัตกรรมมีการแบ่งประเภทและลักษณะขอบเขต ตามวัตถุประสงค์และการนำไปใช้(สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคนอื่น ๆ, 2553) ได้ให้รายละเอียดของการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์(Product Innovation) ว่าเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ โดยไม่ว่าจะเป็นในส่วนจากรูปแบบของวิธีการ หรือเทคโนโลยี รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น (รักษ วรรกิจโกคาท, 2557) นอกจากนี้ในกระบวนการนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องGMP (Good Manufacturing Practice) เป็นเกณฑ์มาตรฐานในการผลิตอาหาร เกณฑ์ดังกล่าวนี้เป็นข้อกำหนดที่จำเป็นอย่างยิ่งในการควบคุมเพื่อให้การปฏิบัติในกระบวนการผลิตนั้นมีประสิทธิภาพ และสามารถผลิตอาหารหรือสินค้าออกมาได้อย่างปลอดภัย โดยเป็นการป้องกันในเรื่องของความเสียหายที่จะเกิดขึ้นหรือลดปัญหาที่จะทำให้อาหารเป็นพิษ ก่อให้เกิดความอันตรายหรือไม่ปลอดภัยกับผู้บริโภค โดย GMP ยังกำหนดไปถึงวงการอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งในส่วนของอุตสาหกรรมยา เครื่องสำอาง และอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะดำเนินการในการผลิตสินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่มหรือสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำเรื่องของ GMP เข้ามาเป็นกระบวนการในการควบคุมการผลิตแล้วปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้มีข้อกำหนดให้นำหลักการ ในการผลิตของ GMP มาบังคับใช้ควบคุม การประกาศของกฎกระทรวงสาธารณสุข (ประกาศกฎกระทรวงสาธารณสุข

สุข(ฉบับที่193) พ.ศ.2543 เรื่อง วิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต และการเก็บรักษาอาหาร, 2543) ซึ่งประกาศดังกล่าวมีผลบังคับใช้ให้ยึดเป็นเกณฑ์ทางสุขลักษณะในการผลิตสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มตลอดทั้งสมุนไพร โดยเป็นหลักที่ควบคุมคุณภาพแบบสากล ดังนั้นผู้ผลิตสินค้าจึงจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงกระบวนการผลิตมาตรฐานและข้อจำกัดในเรื่องขององค์ความรู้เวลาเงินทุน ผลิตสินค้าได้ในทุกระดับและขนาดของการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้การปฏิบัติการข้อกำหนดดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่สามารถช่วยให้ตัวของผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพและสามารถจำหน่ายไปยังตลาดภายนอกประเทศได้

4) การทดสอบผลิตภัณฑ์และการวางผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ช่วงของการที่ได้นำเอาตัวผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย เพื่อสร้างรายได้ให้แก่กลุ่ม โดยกลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่ได้มีการทดสอบผลิตภัณฑ์ตามหลักการทางการตลาดที่นำเอาตัวผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาทดสอบตลาดก่อนเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเบื้องต้น มีเพียงแต่การให้สมาชิกนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ในกลุ่มกันเอง หรือการให้ลองใช้ผลิตภัณฑ์แล้วนำเอาคุณสมบัติที่ตนเองได้ใช้มาบอกอธิบายหรือทำความเข้าใจกับลูกค้าได้ จึงไม่เกิดการเก็บข้อมูลจากลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ก่อนวางออกสู่ตลาด โดยมีเพียงแต่การได้รับคำแนะนำของลูกค้าจึงเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าซื้อสินค้านั้นไปใช้แล้วเป็นหลัก โดยมาจากหลักคิดที่ว่าเมื่อคิดผลิตภัณฑ์ออกมาแล้วก็สามารถผลิตและขายได้เลย เพียงแต่การผลิตในระยะแรกจะเป็นการผลิตในปริมาณน้อยเพื่อศึกษาถึงความต้องการสินค้า ผลตอบรับจากลูกค้า และเพื่อการวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อใช้ในการกำหนดราคาขาย และกำไรที่คาดว่าจะได้รับเท่านั้น ในการทดสอบผลิตภัณฑ์และการวางผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินกิจการของกลุ่มและตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 5 ขั้นตอน (Inan Eda Atilgan - et.al, 2010) โดยประกอบด้วย 1) การพัฒนาแนวคิดในกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่(Idea Generation) และการคัดเลือกเบื้องต้นในการที่องค์กร หรือกลุ่มมีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) การประเมินทางด้านธุรกิจ การเงิน และเทคโนโลยีที่ใช้เบื้องต้นจากข้อมูลที่มีอยู่ (Preliminary Business/Financial and Technical Assessment) 3) การประเมินทางด้านธุรกิจ การเงิน และเทคโนโลยี ที่ใช้อย่างละเอียด (Detailed Business/Financial and Technical Assessment) ซึ่งจะประกอบด้วยการศึกษาตลาดอย่างละเอียด (Detailed Market Study) และการวิเคราะห์ธุรกิจ (Business/Financial Analysis)เป็นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้งหมดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด 4) การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และการทดสอบผลิตภัณฑ์ (Concept Development and Product Testing) การทดสอบตลาด (Test

Marketing) เป็นขั้นตอนภายหลังจากที่มีการตัดสินใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว 5) การวางผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด (Launch) เป็น ขั้นตอนในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดกับผลิตภัณฑ์เมื่อออกสู่ตลาด โดยมักเริ่มจากการจัดนิทรรศการ การส่งเสริมการขายในวิธีต่างๆ การสาธิตวิธีการใช้งาน การให้การอบรมเป็นพิเศษ และเตรียมความพร้อมให้แก่พนักงานขายก่อนผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด และภายหลังจากการวางผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด บริษัทต้องมีการทดสอบผลและรายงานผลกลับสู่บริษัท ซึ่งถ้าพบปัญหาจะได้มีการปรับปรุงได้ทัน่วงที่ก่อนผลิตอย่างเต็มกำลังการผลิต

โดยการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อการเพิ่มมูลค่าเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นขั้นเป็นตอน ซึ่งกระบวนการนี้เป็นกระบวนการที่สำคัญของการนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีการได้เรียงมาจากการที่กลุ่มและสมาชิกในกลุ่มเกิดไอเดีย เพื่อสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นจุดเริ่มต้นของการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาเดิมไปสู่การยกระดับสินค้าและบริการ อีกทั้งการนำเอาความคิดที่ตนเองมีไปศึกษาเพิ่มเติม ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญที่สามารถใช้หลักการทางวิชาการมาช่วยในการพัฒนาเพื่อให้ไอเดียและความคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นเป็นจริงได้ ในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น บางผลิตภัณฑ์ต้องอาศัยความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การใช้กระบวนการวิธีการ เทคนิค และเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์เข้ามาสร้างส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ หรือตัวของผลิตภัณฑ์ โดยอาจเป็นแนวทางในการที่ทำให้ผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นสามารถประยุกต์ความรู้ภูมิปัญญากับหลักทางวิทยาศาสตร์ มาสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการสร้างผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และเพื่อความ เป็นมาตรฐานสากลตามหลักคุณภาพ ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารของOTOP ที่อ้างอิงประกาศกระทรวงสาธารณสุข และกฎหมายว่าด้วยอาหารและยา เวชภัณฑ์เครื่องสำอาง เป็นต้น เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพแล้วการนำออกสู่ตลาดเพื่อการค้าก็เป็นขั้นตอนการทดสอบผลิตภัณฑ์และการวางผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด เป็นส่วนที่สำคัญของกระบวนการสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เนื่องจากการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า ของตลาด เป็นส่วนที่สำคัญ ซึ่งกลุ่มอาจจะไม่ได้ดำเนินการตามกระบวนการหลักแต่การได้รับผลตอบแทนจากผู้บริโภคจริงก็เป็นส่วนช่วยในการวิเคราะห์ผลตอบแทนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต สิ่งเหล่านี้เป็นขั้นตอนที่สะท้อนการเกิดกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาในการสร้างตัวผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังได้รับการคัดเลือกเพื่อเข้าสู่กระบวนการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานระดับสากลและการเข้าสู่การประกวด แข่งขันในโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO)

ระดับประเทศเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมจากการสนับสนุนและนำเสนอผ่านเครือข่ายองค์ความรู้ในแต่ละจังหวัด ดังรายละเอียดที่จะกล่าวต่อจากนี้

1.3 ช่วงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเข้าร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ Knowledge-Based OTOP : KBO ช่วงที่กลุ่มได้รับการคัดเลือกจากเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนระดับอำเภอ โดยเป็นกลุ่มที่มีการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจและโดดเด่น และสามารถคัดสรรไปสู่การเป็นนวัตกรรมได้ โดยให้เข้าร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) ของจังหวัดซึ่งเป็นโครงการที่กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ได้จัดขึ้นเป็นโครงการใหญ่ที่ครอบคลุมไปทั้ง 77 จังหวัด โดยขับเคลื่อนในรูปแบบของคำสั่งคณะกรรมการเครือข่ายองค์ความรู้ (KBO) ที่มุ่งเน้นให้สถาบันการศึกษาหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ท้องถิ่น และภาคประชาชนในพื้นที่ ถ้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์ความรู้ เสริมทักษะ และพัฒนาตัวของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ เป็นสินค้าที่มีมาตรฐาน เพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายทั้งตลาดในและต่างประเทศ โดยที่ผลิตภัณฑ์ยังคงเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ อันจะนำไปสู่การพึ่งพาตัวเองของชุมชนในที่สุด 1) **การเข้าร่วมพัฒนาความรู้ และพัฒนาผลิตภัณฑ์** ช่วงที่กลุ่มได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทนจากระดับอำเภอเข้าไปร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) ในระดับจังหวัด ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทางเครือข่ายได้นำเอาผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความรู้ความสามารถและความเข้าใจในการยกระดับทักษะความสามารถ ตลอดจนทั้งการพัฒนาบุคลิกภาพภายนอกและคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ โดยอาจจะเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัย หรือผู้เชี่ยวชาญจากภาคเอกชน เข้ามาให้ความรู้ภายใต้โครงการที่กรมพัฒนาชุมชนได้จัดขึ้นตามหลักสูตร ของเครือข่ายองค์ความรู้ที่แต่ละจังหวัดจัดขึ้นเพื่อดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อย่างที่กล่าวไปแล้วในการคัดสรรกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP เข้ามาเรียนรู้นั้น ผู้ประกอบการจะได้รับการพัฒนาทั้งบุคลิกภาพของตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนทั้งการควบคุมคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน เพื่อเพิ่มช่องทางทางการตลาด จากผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากภูมิปัญญาซึ่งเป็นสินค้าท้องถิ่นให้สามารถแข่งขันได้กับสินค้าอื่นๆทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ โดยในการเรียนรู้ของแต่ละหลักสูตรนั้นผู้เชี่ยวชาญจะวิเคราะห์ถึงระบบในการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ทั้งในส่วนของการพัฒนาตัวของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ การพัฒนา ลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะหรือการสัมผัสที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค รวมไปถึงการให้คำแนะนำในกระบวนการผลิตตัวของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการเพิ่มเรื่องราวต่างๆของตัวผลิตภัณฑ์เพื่อให้นำเรื่องราวเหล่านั้นไปเพิ่มจุดขายให้กับตัวสินค้าให้สามารถสร้างแรงดึงดูดให้กับผู้บริโภคและสร้างความน่าสนใจ ซึ่งสามารถเทียบเคียงแนวคิด เรื่องการจัดการความรู้

(knowledge Management : KM) การจัดการความรู้ ซึ่งแนวคิดนี้เป็นการนำเอาองค์ความรู้ที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายมาจากเข้าสู่ระบบเพื่อให้ตัวบุคคลนั้นสามารถนำมาพัฒนาองค์ความรู้ให้เกิดความเจริญก้าวหน้า องค์ความรู้ที่ได้นั้นจากเป็นองค์ความรู้ที่พัฒนามาจากผู้ที่มีความรู้ หรือวิธีการของผู้ปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ ด้วยความรู้นั้นจะสามารถนำไปพัฒนาและต่อยอดออกมาให้คนในองค์กรสามารถที่จะนำไปปฏิบัติเป็นแนวทางของการจัดการที่ดี สำหรับการบริหารจัดการองค์กรที่มีคุณภาพ ให้ทันต่อยุคสมัยที่มีการแข่งขันกันสูง โดยความรู้ที่มีอยู่ด้วยกัน 2 ประเภท คือความรู้ที่มีลักษณะฝังอยู่ในตัวคน(Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่เกิดจากการลองผิดลองถูก เกิดจากการฝึกฝนหรือการปฏิบัติจนเกิดเป็นทักษะความชำนาญ เป็นประสบการณ์ที่ติดมากับตัวบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่บุคคลนั้นเกิดการเรียนรู้จนกลายเป็นความเชี่ยวชาญและมีแนวทางสามารถปฏิบัติได้ และความรู้ที่ชัดเจน(Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถเห็นได้เป็นรูปธรรม โดยความรู้นี้อาจจะมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้าหาความรู้ ทั้งในรูปแบบของตำราเอกสาร หรือหลักวิชาการต่างๆ อาจจะเป็นในส่วนของทฤษฎีหรือการวิเคราะห์ สังเคราะห์ หรือการพิสูจน์ทางกระบวนการวิจัย จึงออกมาในลักษณะของความรู้ที่ชัดเจน สิ่งที่ถูกกล่าวไปแล้วข้างต้นนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่กลุ่มผู้ประกอบการได้เข้าไปร่วมพัฒนาองค์ความรู้ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ของเครือข่าย(Knowledge-Based OTOP : KBO) ในระดับจังหวัด นิทานเอาความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวคน มาพัฒนารวมกับผู้เชี่ยวชาญที่โครงการได้จัดสรรมาเพื่อพัฒนาตัวของผลิตภัณฑ์ให้ผู้เข้าร่วมนั้นมีความรู้ความสามารถในการยกระดับสินค้าและบริการของตนให้มีคุณภาพและมาตรฐานมากยิ่งขึ้น เป็นสินค้าที่สามารถนำเข้าไปประกวดแข่งขันได้ในระดับประเทศ โดยในกระบวนการจัดการความรู้นี้ เป้าหมายของงานที่สำคัญ คือ การนำองค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดจากกระบวนการจัดการความรู้ไปใช้แล้วสัมฤทธิ์ผลในการดำเนินการตามที่กำหนดไว้ ที่เรียกว่า Operation Effectiveness ซึ่งนิยามของความสำเร็จที่กล่าวไปแล้วข้างต้นนี้แบ่งออกเป็นได้ 4 ส่วน คือ 1) การสนองตอบ (Responsiveness) เป็นรูปแบบของการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า ผู้ร่วมกิจการ ผู้ถือหุ้น เจ้าหน้าที่บุคลากร หรือพนักงาน รวมทั้งการตอบสนองตามความต้องการของสังคม 2) การมีนวัตกรรม (Innovation) การมีนวัตกรรมเข้ามาใช้ในการทำงาน นวัตกรรมกระบวนการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ 3) ซีดความสามารถ (Competency) เป็นลักษณะของคุณภาพขององค์กรที่เป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาที่เกิดขึ้นของตัวบุคลากรภายในองค์กร ในการยกระดับสินค้าและบริการให้มีคุณภาพตามขีดความสามารถของตน และ 4) ประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นการคำนึงถึงหลักของการลงทุนที่เป็นผลสัมพัทธ์ระหว่างต้นทุนที่ลงทุนลงไปกับผลลัพธ์ที่ได้กลับมาจากการจัดจำหน่าย

สินค้าและบริการ โดยที่นั่นหมายถึงการทำงานในรูปแบบของการลงทุนลงแรงแล้วได้รับผลที่กลับมาที่ค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการจัดการความรู้ คือการที่จะให้กลุ่มนั้นสามารถเอากระบวนการในการจัดการความรู้ หรือชุดข้อมูลแนวทางการปฏิบัติองค์ความรู้เหล่านี้ ไปสร้างแนวทางหรือวิธีการปฏิบัติที่มีคุณภาพ ให้กับบุคคลเหล่านี้เป็นลักษณะของการสร้างองค์ความรู้ขึ้นไว้ใช้เองผ่านกระบวนการในการจัดการความรู้ที่มีคุณภาพ อีกทั้งยังสามารถนำเอาความรู้ภายนอกที่ได้จากการเรียนรู้เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นการพัฒนาระบบและกระบวนการของกลุ่ม เพื่อให้ทุกกิจกรรมในการทำงานหรือวิธีการในการทำงานนั้นมีประสิทธิภาพและสามารถควบคุมระบบของการทำงานได้ (คณะกรรมการประกันคุณภาพภายในระดับอุดมศึกษา คณะอนุกรรมการพัฒนาการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา, 2560) 2) **การเข้าร่วมประกวดผลิตภัณฑ์ระดับประเทศ** เป็นช่วงที่กลุ่ม ได้รับการคัดเลือกให้เป็นตัวแทนจังหวัดให้เข้าไปประกวดในโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) ในระดับประเทศ จากการคัดสรรจากคณะกรรมการเครือข่ายองค์ความรู้ของแต่ละจังหวัดโดยเป็นการนำเอาตัวผลิตภัณฑ์ที่มีการสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ จากการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาใช้ในกระบวนการผลิต โดยเน้นการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนา การเพิ่มเรื่องราวผลิตภัณฑ์ แผนการดำเนินการของกลุ่ม ตลอดจนวิธีการ และกระบวนการสร้างของผลิตภัณฑ์ โดยเป็นการประกวดเพื่อคัดสรรหาผู้ชนะการประกวดและเผยแพร่ผลการดำเนินงานเครือข่าย (KBO) จังหวัดดีเด่นประจำปี ซึ่งในส่วนนี้ สามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล เป็นการนำทรัพยากรภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์มาสร้างสินค้าและบริการที่มีความแตกต่าง และความรู้เดิมที่ตกทอดกันมา มีการสร้างเรื่องราวของลายที่ตนเองทอและความเป็นมาของกลุ่ม แต่ก็ยังเป็นจำนวนน้อย และจะทำเฉพาะเวลาไปออกงานตามงานนิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้าต่างๆ ที่ทางภาครัฐจัดขึ้น โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จะเป็นทั้งในลักษณะของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนากระบวนการผลิต สอดคล้องกับแนวคิดของ (Fujioka, 2012) ที่ว่าการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล เป็นการนำทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่ ซึ่งมีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่มาสร้างสินค้าและบริการที่มีความแตกต่าง การสร้างเรื่องราวให้เป็นจุดสนใจและมีที่มาที่ไปเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ

การศึกษากระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อย่างที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้นเมื่อพิจารณาแล้วพบว่าในแต่ละช่วงมีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีหลายแนวคิด โดยในการนำเสนอผู้วิจัยได้

นำเสนอข้อมูลโดยแบ่งออกเป็นช่วงๆ ด้วยกัน 3 ช่วง จากช่วงที่ 1 จุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์ ช่วงที่ 2 ช่วงการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า ช่วงที่ 3 ช่วงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเข้าร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้(Knowledge-Based OTOP : KBO) พร้อมทั้งการเทียบเคียงแนวคิดทฤษฎี ให้เห็นถึงกระบวนการที่กลุ่มโอท็อป ได้ดำเนินการในกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้อนุมัติปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงช่วงระยะเวลาที่กลุ่มได้ดำเนินการตั้งแต่จุดเริ่มต้นของกลุ่มไปจนถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแล้วได้รับการคัดสรรนำไปประกวดจนได้รับรางวัลในระดับประเทศ โดยรางวัลที่ได้รับนั้นเป็นการการันตีถึงผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นนวัตกรรมอย่างแท้จริงและเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน มีความใหม่ ตอบโจทย์ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ เป็นที่ยอมรับทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดโลก

การตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่ต้องการทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสร้างนวัตกรรม โดยใช้อนุมัติปัญญาท้องถิ่นของกลุ่ม ที่ผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผลไว้ข้างต้นถึงกระบวนการที่เกิดขึ้นว่ากว่าจะเป็นกระบวนการสร้างนวัตกรรมได้นั้นแต่ละกลุ่มมีจุดเริ่มต้นอย่างไรพัฒนาอย่างไรเพื่อให้ได้ตัวของผลิตภัณฑ์ออกมา และยังเป็นการใช้อนุมัติปัญญาท้องถิ่น วัสดุท้องถิ่น ต้นทุนทางสังคมเดิมร่วมกับแนวทางในกระบวนการวิทยาศาสตร์ในการสร้างผลิตภัณฑ์อีกด้วย นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการในการสร้างนวัตกรรมโดยใช้อนุมัติปัญญาท้องถิ่นแล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษาถึงเงื่อนไขทางสังคมวัฒนธรรมและเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล ว่ามีส่วนในการนวัตกรรมโดยใช้อนุมัติปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)ด้วยหรือไม่ ดังจะอธิบายในลำดับถัดไป

2. เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมและเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล

เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมและเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล เป็นหนึ่งในประเด็นหลักของงานวิจัยเพื่อที่จะทำความเข้าใจว่าเงื่อนไขใดบ้างที่มีส่วนในการทำให้เกิดกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้อนุมัติปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งงานวิจัยนี้ได้แบ่งเงื่อนไขออกเป็น 2 เงื่อนไขใหญ่ๆ คือ 1) เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม และ 2) เงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล ดังนี้

2.1 เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นเงื่อนไขที่เป็นในส่วนของลักษณะของสังคม โดยเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตประจำวัน ค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรมนิยมประเพณี สภาพแวดล้อม การประกอบสัมมาอาชีพ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ไม่ว่าจะ

จะมาจากกลุ่มอ้างอิงใดก็ตาม อาทิ ครอบครัว ชุมชน วัด โรงเรียน เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยในการที่สนับสนุน หรือมีส่วนในการก่อให้เกิดความคิด เกิดแนวทางและวิธีการ ในการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางสังคม (Walters, 1987) กล่าวว่าคุณลักษณะทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมผ่านการถ่ายทอดทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยในการดำเนินชีวิตนั้นเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ยึดโยงกับลักษณะทางสังคม ผ่านการเรียนรู้จากกลุ่มอ้างอิง ทั้งในส่วนของครอบครัว การมีสถานะทางสังคม ลักษณะของสังคมที่ตนนั้นอยู่ โดยงานวิจัยได้แบ่งเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมออกเป็น 5 ด้านใหญ่ๆ 1) **การได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ** เป็นกระบวนการทางปัญญาที่นำเอาความรู้ทักษะและประสบการณ์ ถ่ายทอดด้วยกระบวนการอบรมสั่งสอน หรือสาธิตให้เห็น เป็นประสบการณ์ที่เรียนรู้และสืบต่อกันมาในลักษณะทางตรง กล่าวคือ เป็นประสบการณ์ของตนเองที่เกิดจากการเรียนรู้แล้วถ่ายทอดให้กับบุคคลใกล้เคียง ส่วนการเรียนรู้ด้วยวิธีการทางอ้อมนั้น อาจจะเป็นการเรียนรู้มาจากผู้ใหญ่ หรือได้รับความเชื่อวิธีการกระบวนการในการปฏิบัติจากบรรพบุรุษ ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของสภาพแวดล้อมและวิธีการปฏิบัติของสถานะทางสังคมนั้นๆ การที่เงื่อนไขปัจจัยเฉพาะที่นั้นมีแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับการได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการถ่ายทอดทางภูมิปัญญาที่เป็นเรื่องของ การสืบทอดประสบการณ์จากอดีตถึงปัจจุบัน เป็นธรรมชาติและวิถีชาวบ้านที่มีการเชื่อมโยงกันเป็นลักษณะความสัมพันธ์ภายในโดยชาวบ้านกันเอง ซึ่งสังคมใดที่มีการดำรงอยู่ยาวนานย่อมจะต้องมีภูมิปัญญาด้วยกันทุกสังคม โดยลักษณะการถ่ายทอดภูมิปัญญาประกอบด้วย 4 ประการ คือ ความรู้และระบบ การสั่งสมความรู้และการเข้าถึงความรู้ การถ่ายทอดความรู้และการสังสรรค์ปรับปรุงความรู้ โดยเป็นการสั่งสมความรู้จากประสบการณ์ที่ได้จากการดำรงชีพมีการถ่ายทอดจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่งอย่างต่อเนื่องด้วยวิธีการต่างๆ ที่แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่น ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยความศรัทธาทางศาสนาความเชื่อผีสิ่งต่าง ๆ ทั้งความเชื่อที่บรรพบุรุษมีการปฏิบัตินับถือมาแล้วเป็นพื้นฐานในการถ่ายทอดการเรียนรู้ทางภูมิปัญญาที่เรียนรู้มาจากการสืบทอดมาสู่รุ่นลูกหลานด้วยเช่นกัน โดยในการศึกษาคั้งนี้ปัจจัยเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม พบว่ากลุ่มโอบอ้อมมีการได้รับการถ่ายทอดทางภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษหลากหลายช่องทางและหลากหลายรูปแบบ โดยบางกลุ่มมีการถ่ายทอดผ่านทางรูปแบบของ **วิถีชีวิต พิธีกรรม ความเชื่อ** เป็นการนำภูมิปัญญาจากประสบการณ์การทำมาหากิน หรือการประกอบอาชีพต่างๆ ผสมผสานกับความเชื่อ หลักคำสอนทางศาสนา ปรัชญา ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนทั้งพิธีกรรม ตำนาน หรือเรื่องเล่าที่ยึดถือปฏิบัติ โดยเป็นเงื่อนไขที่อาจเป็นปัจจัยที่

ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่ม โดยการถ่ายทอดทางภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ ผ่านทางวิถีชีวิต พิธีกรรม ความเชื่อ แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพและการเรียนรู้โดยพิธีกรรมและความเชื่อ **วิถีชีวิตและการประกอบอาชีพ** คือ การใช้ชีวิต การประกอบอาชีพ ซึ่งแทรกซึมอยู่ในชีวิตประจำวัน ที่เป็นรูปแบบของการสั่งสมประสบการณ์หรือการเรียนรู้วิธีการต่างๆจากสังคมในท้องถิ่นหนึ่งๆ เป็นการจัดการความสัมพันธ์ของคนกับธรรมชาติและสภาพแวดล้อมนั้นๆ โดยเป็นปัจจัยให้คนนั้นมีการประกอบอาชีพตามสภาพแวดล้อม หรือการนำเอาภูมิปัญญา วิถีชีวิตมาสร้างสรรค์เป็นอาชีพ เป็นผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มที่ผู้วิจัยได้ลงไปศึกษาก็มีเรื่องของอาชีพที่ทำกันมาจากการเป็นเกษตรกรปลูกเพื่อขาย จึงหันมาร่วมกลุ่มเพื่อการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มรายได้เพิ่มมูลค่าในสิ่งที่เป็นอาชีพและวิถีชีวิตเดิมของกลุ่ม นอกจากนี้ยังมี **การเรียนรู้โดยพิธีกรรมและความเชื่อ** คือ กรรรมวิธีที่นี้หมายถึงรูปแบบของลำดับ ขั้นตอน วิธีการ ที่มีการเอาคุณค่าของความเชื่อ ความศรัทธา เข้ามาเชื่อมโยงกันวิถีปฏิบัติในการแสดงออกถึงความเคารพศรัทธาในรูปแบบต่างๆ โดยเชื่อมโยงไปถึงสิ่งของการสักการะ หรือเครื่องประกอบพิธีที่ใช้ในการบูชา ขั้นตอนการบูชา เป็นกรรรมวิธีที่ปลูกฝังบ่มเพาะความเชื่อ แนวทางของพฤติกรรมและการแสดงออก แม้ว่าในสังคมปัจจุบันจะมีการพูดถึงหลักการและเหตุผล หรือความเป็นเหตุเป็นผลที่ค่อนข้างมากแล้ว แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธความเชื่อหรือเรื่องราวเหนือธรรมชาตินี้ได้ โดนข้อค้นพบดังกล่าวสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาโดย (พัชรินทร์ สิริสุนทร, 2550) ได้มีการจำแนกภูมิปัญญาท้องถิ่นออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) ภูมิปัญญาที่เป็นด้านความคิด คติ ความคิด ความเชื่อ หลักการพื้นฐาน เป็นเรื่องที่เกิดจากความรู้ การสั่งสมประสบการณ์ ที่มีการถ่ายทอดผ่านเรื่องราวของพิธีกรรม ความเชื่อความศรัทธา เพื่อการดำรงอยู่ 2) ภูมิปัญญาที่เป็นด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี หรือขนบธรรมเนียมปฏิบัติต่างๆ เป็นการแสดงออกถึงการใช้ขนบธรรมเนียมวิถีปฏิบัติที่เป็นรูปแบบเป็นแบบแผน และแนวทางในการดำเนินชีวิต 3) ภูมิปัญญาที่เป็นด้านการประกอบอาชีพในท้องถิ่น เป็นการประกอบอาชีพที่นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาให้เหมาะสมกับยุคสมัย เป็นการยึดหลักการที่มุ่งเน้นให้รู้จักการพึ่งพาตนเอง 4) หลักการปฏิบัติ เป็นการนำเอาหลักการทางวิทยาศาสตร์กระบวนการทางเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาความคิด การดำเนินชีวิตซึ่งเป็นการประยุกต์หลักของภูมิปัญญาและวิถีชีวิตเข้าด้วยกันให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างสมดุล ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีปัญญาสังคมของแบนดูรา(Bandura Albert, 1977; สิริอร วิชชาวุธ, 2554) ที่อธิบายถึงหลักของการเรียนรู้จากตัวแบบซึ่งเป็นลักษณะของการเรียนแบบพฤติกรรม(Behavioral Modeling)ของบุคคลผ่านการสังเกตซึ่งบุคคลนั้นจะได้รับการเรียนรู้ทั้งพฤติกรรม ทัศนคติ และแสดงพฤติกรรม

ออกม่ง่ายตามการเรียนรู้สิ่งที่เกิดขึ้นจากตัวแบบ ด้วยการเรียนรู้จากตัวแบบนั้นแบ่งออกเป็น 4 ตัวแบบ ได้แก่ การเรียนรู้จากคำพูด ถ้อยคำ หรือวาจา (Verbal Modeling) การเรียนรู้จากรูปแบบ สัญลักษณ์ หรือตัวแบบที่มีลักษณะที่เป็นรูปสัญลักษณ์ (Symbolic Modeling) การสังเกตที่เกิดพฤติกรรมจากการได้เห็นการสัมผัสการมีปฏิสัมพันธ์ (Kinesthetic Modeling) โดยการสังเกตเป็นกระบวนการเรียนที่สามารถเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลมีการสังเกตพฤติกรรมและเลียนแบบพฤติกรรมของบุคคลอื่น ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือขั้นใส่ใจ (Attention) ขั้นจดจำ (Retention) ขั้นกระทำ (Reproduction) และขั้นจูงใจ (Motivation) โดยในการวิจัยผู้วิจัยได้เห็นถึงการใช้ความเชื่อ ความศรัทธา ทั้งในรูปแบบของพิธีกรรม การทำเครื่องสักการะบูชา รูปแบบของวิถีชีวิตที่มีต่อความศรัทธานั้นมาใช้ในการดำเนินชีวิตของกลุ่มบางกลุ่ม และการนำเอาอาชีพหรือพืชผลทางการเกษตรที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ก็พบเห็นเช่นกัน โดนจากการสอบถามเป็นเรื่องของการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นที่มีทั้งรูปแบบต่างๆที่เทียบเคียงได้ตามแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น นอกจากนี้ในการวิจัยยังพบว่า 2) **การมีต้นทุนทางด้านวัตถุดิบในการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน** การที่ชุมชนที่ได้ใช้ประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือพืชท้องถิ่น ที่มีอยู่ในชุมชนที่ตนนั้นอาศัยอยู่ มาประยุกต์ใช้เพื่อการสร้างผลิตภัณฑ์ โดยเป็นการใช้ความรู้หรือประสบการณ์ที่ชาวบ้านใช้ในการประกอบอาชีพมาเป็นปัจจัยในการสนับสนุนให้เกิดการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดนในแต่ละท้องถิ่นมีลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนั้นพืชผลหรือต้นทุนที่ใช้เลยต่างกันไปตามความถนัดและพื้นที่ของต้นทุนในทรัพยากรท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางสังคมเป็นแนวความคิดที่มีความหมาย เป็นลักษณะนามธรรม (ส.ศิริชัย นาโคอุดม, ธนกฤต ยอดอุดม, และ เพ็ญพิศ ศรีประเสริฐ, 2563) ความเชื่อถือและความไว้วางใจที่มีต่อการในชุมชน หมายถึงการที่คนในชุมชนมองว่าทุนทางสังคมนั้น เป็นลักษณะของการเชื่อมโยงการภายในสังคมที่แต่ละบุคคลนั้นนำเอาความรู้ความสามารถและศักยภาพของแต่ละบุคคลเข้ามาเป็นต้นทุนในการร่วมมือร่วมใจที่จะทำอะไรร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีต้นทุนในประเภทอื่น เช่น ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทุนทางการเงิน นอกจากนี้ (Coleman, 1988) ยังอธิบายว่าการที่สังคมนั้นเพื่อทำการบางอย่างร่วมกันโดยมีความคาดหวังภายใต้เครือข่ายทางสังคม ที่ยึดโยงการมีภาระผูกพัน และก่อให้เกิดความไว้วางใจในการทำกิจกรรมร่วมกันนั้นเป็นลักษณะของต้นทุนทางสังคม ซึ่ง (Putnam, 2000) ได้หรือยังความหมายของทุนทางสังคมว่า เป็นการรวมเอาบุคคลที่มีอุดมการณ์หรือบรรทัดฐานความไว้วางใจเดียวกันเข้ามาร่วมเป็นเครือข่ายโดยมีการเชื่อมโยงทั้งวิธีการทัศนคติความเชื่อหรือแนวทางในการดำเนินการของกลุ่ม ถือเป็นรากฐานของการพัฒนาชุมชน ถือเป็นรากฐานของการพัฒนาชุมชน การมีต้นทุนทางด้านวัตถุดิบในการ

สร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน ทูทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงเป็นทุนทางสิ่งแวดล้อมของชุมชน รวมไปถึงวัดอุทิศ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สภาพอากาศ ตลอดจนภูมิประเทศ จึงเป็นปัจจัยที่สนับสนุนในการสร้างผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ในบางกลุ่มอาชีพพบว่า นอกจากการมีต้นทุนทางทรัพยากรท้องถิ่น หรือพืชพรรณ ต่างที่ใช้ในการเป็นวัตถุดิบในการสร้างผลิตภัณฑ์แล้ว ยังมีเรื่องของ 3) **การมีต้นทุนด้านทักษะอุตสาหกรรมและนวัตกรรม** คือการที่คนในชุมชนหรือสมาชิกกลุ่ม มีทักษะจากการที่เคยมีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพที่ได้มีการใช้เครื่องมืออุตสาหกรรม หรือเครื่องมือที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ เครื่องมือในการแปรรูปการผลิต ทั้งที่ใช้เพื่อการสร้างผลิตภัณฑ์ หรือเพื่อการบริโภคที่ปลอดภัย หรือเป็นการนำเอาเครื่องมือที่เป็นเครื่องทุ่นแรงเข้ามาใช้ในกระบวนการสร้างงานนวัตกรรม เช่น เครื่องจักร เครื่องรีด หรือเครื่องมือต่างๆ ซึ่งเป็นความรู้และประสบการณ์ที่เป็นทักษะเกี่ยวกับเครื่องมือเหล่านั้น มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการ หรือขั้นตอนในการสร้างผลิตภัณฑ์ เป็นขั้นตอนหนึ่งในเงื่อนไขที่ผู้วิจัยได้เห็นถึงการมีต้นทุนและทักษะจากประสบการณ์เดิมที่สามารถนำมาใช้ร่วมกันได้ของกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ นอกจากนี้บางคนยังมีทักษะและประสบการณ์เดิมเรื่องของการจักสานงานฝีมืองานหัตถกรรมต่างๆที่ได้มาจากการเรียนรู้ถ่ายทอดจากครอบครัวคนรู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับ(ศุภรชชตรา แสนวา, 2563) การเรียนรู้ขั้นตอนปฏิบัติงานจากรุ่นสู่รุ่นด้วยการสังเกต การเรียนรู้จากสมาชิกภายในชุมชน การเรียนรู้จากคำบอกเล่าจากรุ่นก่อนๆ การอบรม การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงของปราชญ์ ชาวบ้านผ่านกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมและการปลูกฝังวิถีคิด การแลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ ค้นหาแนวคิดใหม่ๆ ในการสร้างสรรค์งานมีแผนในการฝึกอบรมสำหรับสมาชิกกลุ่มและนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาบูรณาการกับระบบงาน เป็นการถ่ายทอดทักษะและความรู้ที่ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่ม มีทักษะหรือต้นทุนในการสร้างงานนวัตกรรมผ่านกระบวนการเรียนรู้และถ่ายทอด นอกจากนี้ 4) **การมีแหล่งเรียนรู้ในชุมชน** คือแหล่ง หรือที่รวมของข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ประสบการณ์ หรือการทำกิจกรรมต่างๆ ในชุมชนเพื่อเป็นการสนับสนุนส่งเสริมกลุ่ม ให้คนในชุมชนสามารถที่จะเข้ามาหาความรู้และเรียนรู้ได้ ทั้งในศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการมีแหล่งเรียนรู้ในชุมชน อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนที่เป็นศูนย์เรียนรู้ในชุมชน และ 2) ปราชญ์ชาวบ้าน โดย**ศูนย์เรียนรู้ในชุมชน** คือการที่ในชุมชน หรือหมู่บ้านมีการจัดตั้งเป็นศูนย์ที่มีการรวบรวมเอาองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ข้อมูลข่าวสารความรู้ มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารศูนย์เรียนรู้ในชุมชน ที่มีความรู้เกี่ยวกับชุมชน หรือมีความรู้ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและการพัฒนาหมู่บ้าน การนำเอาภูมิปัญญา มาถ่ายทอดหรือประกอบอาชีพ เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ภายในชุมชน**การเรียนรู้จากปราชญ์**

ชาวบ้าน คือคนที่มีความรู้ มีประสบการณ์ ภูมิปัญญา ที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ในการทำกิจกรรมที่มาจากการใช้ต้นทุนรอบๆตัวที่มีอยู่ ซึ่งเกิดจากรากเหง้าที่สั่งสมมาจากการได้เรียนรู้ลองผิดลองถูก จนเป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่องจากคนทั่วไปในชุมชนให้เป็นปราชญ์ชาวบ้านซึ่งสอดคล้องกับ(ธนัทภักดิ์ ธีตรภักดิ์, ชุตติวัฒน์ สุวัตติพงศ์, และ วิฑูรย์ วงษ์อำมาตย์, 2561) อธิบายว่าแหล่งการเรียนรู้ชุมชนมีความสำคัญต่อการเรียนรู้อย่างยิ่ง เนื่องจากว่าคนในชุมชนสามารถเข้าไปใช้ประโยชน์ในการเรียนรู้ได้ตามอัธยาศัย เป็นแหล่งเรียนจากประสบการณ์จริง สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งยั่งยืนเนื่องจากว่าการมีแหล่งเรียนรู้ในชุมชนเปรียบเสมือนในชุมชนแห่งนั้นเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้โดย (วิโรจน์ นิลโรจน์, 2558) จัดประเภทของแหล่งวิทยาการชุมชนไว้ 7 รูปแบบ 1) แหล่งวิทยาการชุมชนประเภททรัพยากรธรรมชาติที่อยู่บริเวณชุมชน เช่น แม่น้ำ ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก เป็นต้น 2) แหล่งวิทยาการชุมชนประเภทกิจกรรมที่เกิดจากการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เช่น กิจกรรมการประกอบอาชีพ ตลาดนัด การจัดเวทีประชาคม การสนทนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน การละเล่นต่างๆ 3) แหล่งวิทยาการชุมชนประเภทบุคคล ได้แก่ ผู้ทรงภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้รู้ในสาขาวิชาต่าง ๆ ผู้นำทางศาสนา 4) แหล่งวิทยาการชุมชนประเภทศาสนา ประเพณี ได้แก่ ศาสนสถาน ประเพณี และพิธีกรรมทางศาสนา 5) แหล่งวิทยาการชุมชนประเภทสถานที่ที่จัดสร้างขึ้นเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ของชุมชนโดยตรง ได้แก่ โรงเรียนหรือสถานศึกษา ห้องสมุด ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน 6) แหล่งวิทยาการชุมชนประเภทหน่วยงาน องค์กร ภาครัฐ และเอกชน เช่น สถานที่ราชการต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ในชุมชน องค์กร มูลนิธิต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ในชุมชน พิพิธภัณฑ์ 7) แหล่งวิทยาการชุมชนประเภทแหล่งสารสนเทศ ซึ่งให้บริการทรัพยากรสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ สารสนเทศในรูปแบบของวัสดุสิ่งพิมพ์ สารสนเทศในรูปแบบของสื่อทัศนวัสดุสื่ออิเล็กทรอนิกส์ลักษณะต่าง ๆ และอินเทอร์เน็ต การมีแหล่งเรียนรู้ในชุมชน จึงเป็นปัจจัยหนึ่งทางสังคมและวัฒนธรรมในการมีส่วนร่วมสนับสนุนที่สำคัญในการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของ เพราะการมีแหล่งการเรียนรู้ในชุมชนเป็นการที่คนมีส่วนร่วมในท้องถิ่นหรือคนในชุมชน เพื่อเป็นการพัฒนาให้ความรู้ที่ได้จากแหล่งเรียนรู้นั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของคนในชุมชนได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้การประยุกต์ใช้สื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ก็เป็นสิ่งสำคัญเพื่อเปิดโอกาสการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

5) การได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญภายนอก คือการที่นักวิชาการ หรือเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆของภาครัฐและเอกชน ที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ไม่ว่าจะ

เป็นกรมพัฒนาชุมชนที่มีหน้าที่กำกับดูแลส่งเสริมเป็นหลัก หรือนักวิชาการ เช่น อาจารย์มหาวิทยาลัย ที่เข้ามาทำโครงการ ทำการวิจัย หรือเข้ามาดำเนินการบริการวิชาการให้กับท้องถิ่นต่างๆ ตลอดทั้งหน่วยงานเอกชนที่เป็นเครือข่ายที่เข้ามาส่งเสริมตามโครงการองค์กร หรือเครือข่ายตามคำสั่งคณะกรรมการของการพัฒนาในจังหวัดต่างๆ โดยเข้าไปช่วยเหลือส่งเสริมในสร้างผลิตภัณฑ์ 1) **คณะกรรมการการเครือข่ายองค์ความรู้(Knowledge – Based OTOP : KBO) จังหวัด** คือ กรมพัฒนาชุมชน ได้มอบหมายให้แต่ละจังหวัด ดำเนินการขับเคลื่อนกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้(KBO) เพื่อนำผู้ประกอบการเข้ามาเรียนรู้ พัฒนาทักษะ ผ่านเครือข่ายที่จะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางให้ ผู้ประกอบการOTOP มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถเพิ่มมูลค่า สร้างนวัตกรรม และเตรียมความพร้อมผลิตภัณฑ์OTOP ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาในระดับจังหวัด ๆ ละ 1 ผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วยหน่วยงานต่างในจังหวัด อาทิ ผู้ว่าราชการจังหวัด สาธารณสุขจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด พาณิชยจังหวัด วัฒนธรรมจังหวัด เกษตรจังหวัด เกษตรและสหกรณ์จังหวัด สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัด และอื่นๆ เป็นต้น เพื่อเข้าร่วมการประกวดและเผยแพร่ผลงานในระดับประเทศ **การให้การสนับสนุนการพัฒนาและองค์ความรู้ก่อนไปประกวดและเผยแพร่ผลงานในระดับประเทศ** คือ การที่พัฒนาชุมชนจังหวัดได้ใช้เครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTOP : KBO) เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ที่ได้รับการคัดเลือกเข้ามาเป็นตัวแทนในระดับอำเภอ เข้ามาอบรมตามหลักสูตร 3 กิจกรรมที่ กรมพัฒนาชุมชนกำหนดคือ การให้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการตลาด และกิจกรรมการคัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP เพื่อไปประกวดและเผยแพร่ผลงานในระดับประเทศ **เครือข่ายองค์ความรู้(KBO) กับการไปประกวดและเผยแพร่ผลงานในระดับประเทศ** คือ ช่วงที่คณะกรรมการร่วมพัฒนากลุ่มที่ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทนจังหวัด เข้าไปนำเสนอผลงาน ต่อคณะกรรมการโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ระดับประเทศ (OTOP KBO CONTEST) โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ คือ 1) การจัดนิทรรศการในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ 2) การนำเสนอการดำเนินงานของกลุ่มต่อคณะกรรมการ 3) การตอบคำถามของเครือข่าย KBO ต่อคณะกรรมการซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ (Vangen Huxham, 2010) ได้พัฒนาทฤษฎีด้านความร่วมมือ โดยได้อธิบายว่า ความร่วมมือเกิดจากการสนับสนุนองค์กรให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งเอาไว้ โดยการตัดสินใจเข้าร่วมมีอนั้นอาจเกิดจากการนำเอาองค์กรเข้ามาพัฒนาอาจจะออกมาในรูปแบบของโครงการความร่วมมือ หรือการจัดกิจกรรมในการพัฒนา ที่มีลักษณะ Collaboration โดยเป็นการให้ความร่วมมือระหว่างองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรและหน่วยงานของ

ภาครัฐหรือภาครัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้ยังครอบคลุมไปถึงภาคเอกชนด้วย อยู่ในความร่วมมือที่เกิดขึ้นนั้น จะเป็นการร่วมมือกันระหว่างองค์กร เป็นแนวทางการประกอบธุรกิจหรือผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นตามมา เนื่องจากว่าคำสั่งคณะกรรมการเครือข่ายองค์ความรู้นั้น เป็นการรวบรวมเครือข่าย ในลักษณะขององค์กรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ทักษะ และเทคโนโลยี 3 ซึ่งลักษณะนี้มีความ คล้ายคลึงกับการให้เอกชนเข้ามาลงทุนในกิจการ ซึ่ง(พระราชบัญญัติ การให้เอกชนร่วมลงทุนใน กิจการของรัฐ พ.ศ.2562, 2562)โดย Public Private Partnership (PPP) โดย พรบ.นี้อธิบายถึง การร่วมลงทุนระหว่างหน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนโดยการจัดทำโครงการขึ้นมาเพื่อเป็น การบริการสาธารณะตามหลักหน้าที่ของภาครัฐโดยอาจจะเป็นส่วนของการมอบหมายหน้าที่ให้ ทุนกันชนนั้นเข้ามาร่วมดำเนินการ หรือให้ภาคเอกชนสามารถดำเนินการภายใต้โครงการดังกล่าว แทนผ่านสัญญาร่วมลงทุน โดยโครงการดังกล่าวนั้นอาจจะเป็นโครงการที่ภาครัฐเคยดำเนินการมา แล้วแต่เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินการรัฐจึงเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามา ร่วมดำเนินการเพื่อที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของโครงการ นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนา แนวทางในการพัฒนากลุ่มที่ดำเนินการอยู่แล้วให้สามารถที่จะขยายตัว และแข่งขันได้ทั้งภายใน ระดับประเทศและระดับโลก ซึ่งจากการสนับสนุนดังกล่าวนี้ สามารถดำเนินการโดยการสร้าง เครือข่ายของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนตลอดจนหน่วยงานอิสระหรือสถาบันทางการศึกษา ที่มี ผู้ทรงคุณวุฒิ และบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ เข้ามาสร้างทีมในการสนับสนุนหรือส่งเสริมการ ดำเนินโครงการหรือกิจกรรมให้มีประสิทธิภาพ โดยความร่วมมือดังกล่าวนี้ จะเป็นการดำเนิน แบบเข้มข้นเพื่อการพัฒนาไปสู่มาตรฐานสากล การยกระดับคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐาน การ ขนส่งโลจิสติกส์ ตลอดจนมาตรฐานในการให้บริการ คุณภาพการผลิต การตรวจสอบมาตรฐานทั้ง ในระบบ ISO 9000 หรือ ISO 14000 การตรวจสอบมาตรฐานด้านสุขอนามัย รวมถึงข้อกำหนด ต่างๆที่เกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการของภาคีเครือข่ายที่มุ่งเน้นในการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าและบริการมีคุณภาพ (วิชชัย เศรษฐจินดา, 2561) จะเห็นได้ว่าการให้การสนับสนุน หรือการช่วยเหลือจากเครือข่ายองค์ความรู้ที่กรมพัฒนาชุมชนได้จัดทำมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะ เป็นแรงผลักดันให้เกิดผลงานที่ได้รับรางวัลและการพัฒนา

2) การสนับสนุนทางวิชาการจาก นักวิชาการและอาจารย์มหาวิทยาลัย ในการดำเนินการสร้างผลิตภัณฑ์และมีการสนับสนุนทาง วิชาการจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีความรู้ความสามารถในการช่วยในเรื่องของคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ หรือการได้มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์บางประเภทเป็นกลุ่มของ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ดังนั้นจึงมีกฎและข้อกำหนดบางประการในการควบคุมคุณภาพตามเกณฑ์ มาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือข้อกำหนดตามหลักการสาธารณสุขเรื่อง

ของวัตถุดิบเสีย ตลอดจนเรื่องการผลิตสาระสำคัญบางประการที่เป็นสารตั้งต้นในการผลิตตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อการใช้ให้มีประสิทธิภาพตลอดจนกระบวนการที่ทำให้สารตั้งต้นเหล่านั้นมีความบริสุทธิ์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความรู้ วิธีการ หรือหลักการทางวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยในการสร้างผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (มานิตย์ ไชยกิจ, 2557) การบริการวิชาการแก่สังคมเป็นหนึ่งในพันธกิจของสถาบันอุดมศึกษา อันประกอบไปด้วย การผลิตบัณฑิต การวิจัย การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การบริการวิชาการ ที่เป็นการยกระดับองค์ความรู้หรืออาจจะเป็นการบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชน รูปแบบของการดำเนินการอาจจะเป็นการให้เปล่าหรือคิดค่าใช้จ่ายตามความเหมาะสม โดยการบริการดังกล่าวนี้หน่วยงานของภาครัฐเอกชนสามารถดำเนินการตามวัตถุประสงค์และภารกิจของหน่วยงานหรือตามพันธกิจในเครือข่ายที่ลงปฏิญญาความร่วมมือ เป็นต้น (ชยาวิมล เกียรติกมลมาลย์ และ สุรเกียรติ ชาติวัฒน์วิทย์, 2564) ศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการวิชาการของสถาบันอุดมศึกษา เฉพาะทางด้านอุตสาหกรรม บริการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ พบว่าด้านที่ผู้รับบริการวิชาการมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านการนำความรู้ไปใช้ รองลงมาคือ ด้านผู้ให้บริการวิชาการ และด้านสถานที่และระยะเวลา ตามลำดับ ดังนั้นการสนับสนุนทางวิชาการจากนักวิชาการและอาจารย์มหาวิทยาลัย อาจารย์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสร้างผลิตภัณฑ์ สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และประกวดแข่งขันได้รับรางวัลการันตีต่อไป

จากการศึกษาในเงื่อนไขทางด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่าเป็นเงื่อนไขที่สำคัญมากในการส่งเสริมให้กลุ่ม เกิดการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องมาจากการได้รับการเรียนรู้ทั้งในส่วนของการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ ที่มีความเชื่อมโยงในวิถีชีวิต พิธีกรรม ความเชื่อ การประกอบอาชีพ นอกจากนี้ยังมีการนำเอาต้นทุนทางวัตถุดิบทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นของตนเองมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ โดยมีการทำตามหลักภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอด และการเรียนรู้ตามแหล่งเรียนรู้ต่างๆในชุมชน ปราชญ์ชุมชนนำมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนส่งเสริมการใช้ทักษะประสบการณ์โดยผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญเข้ามาส่งเสริมให้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีคุณภาพ เป็นส่วนประกอบที่เป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอย่างยิ่ง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังศึกษาเกี่ยวกับเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคลเพื่อที่จะอธิบายเกี่ยวกับ

กระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ว่ามีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการอย่างไร ดังจะอธิบายในลำดับถัดไป

2.2) เจาะใจด้านลักษณะส่วนบุคคล เป็นคุณลักษณะส่วนบุคคล ที่เป็นสาเหตุในการช่วยส่งเสริมให้เกิดการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งลักษณะส่วนบุคคลนี้ เป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคลเอง เปลี่ยนแปลงได้ยาก อาจเป็นสิ่งที่ตัวบุคคลได้มาจากการศึกษาเล่าเรียน การแสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากการเข้าไปเรียนรู้จากหน่วยงานต่างๆ การอบรม สัมมนา หรือการสั่งสมทักษะประสบการณ์ด้วยตนเองจนเกิดเป็นองค์ความรู้และประสบการณ์ โดยการมีองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นนั้นอาจมีส่วนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งความรู้บลูม (Bloom, 1980) ได้อธิบายว่าความรู้ ความเข้าใจ คือสิ่งที่เกิดมาจากการสั่งสมจากการศึกษา การค้นคว้า หรือ ประสบการณ์ รวมถึงรวมถึงความเข้าใจที่มาจาก การเรียนรู้และประสบการณ์ จากการได้ยิน ได้ฟัง การศึกษาเล่าเรียน การคิด การทดลองภายใต้หลักความรู้ในแต่ละสาขา โดยองค์ความรู้หรือการที่บุคคลเรียนรู้ไปนานอาจจะไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับลักษณะการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล ปัจจัยที่สำคัญต่อการเรียนรู้หรือการเข้าใจ เป็นความสามารถเฉพาะตัว ซึ่งประกอบไปด้วย 1)ระดับการศึกษา การที่บุคคลนั้นได้รับการศึกษาหรือการเรียนในระดับที่สูงก็จะมีอิทธิพลต่อความคิด ตรรกะ และฐานขององค์ความรู้ ทำให้บุคคลสามารถพูดคุยหรือสื่อสารในเรื่องต่างๆ ได้อย่างมีเหตุมีผล 2)ความเชื่อ เป็นลักษณะที่เกิดจากการที่บุคคลนั้นได้รับการเรียนรู้แล้วเชื่อในองค์ความรู้ที่ตนเชื่อจนความรู้ที่ตนเชื่อที่มีต่อองค์ความรู้ที่ได้รับการเรียนรู้ ทำให้บุคคลมีการรับรู้ในบางสิ่งบางอย่าง หรือการตีความบางสิ่งบางอย่างแตกต่างกันออกไป 3)สถานภาพทางสังคม หมายถึงบทบาทหรือหน้าที่ของบุคคลที่ได้รับอัดมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งมีผลต่อความคิด ค่านิยมความเชื่อหรือการแสดงออกตามบทบาทและองค์ความรู้ที่ตนนั้นได้อยู่ในสภาพสังคมนั้นๆ และ 4)ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในลักษณะส่วนบุคคล เนื่องจากประสบการณ์เป็นส่วนที่ทำให้เจาะใจและสะสมบุคคลนี้มีรายละเอียดที่เชื่อมโยงกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเจาะใจด้านลักษณะส่วนบุคคลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้มีการแบ่งรายละเอียดออกเป็น 4 ประการคือ 1) **ความรู้ที่ได้รับจากการเรียนที่เกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์** คือการที่บุคคลมีความรู้ หรือประสบการณ์จากการที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้มาจากการศึกษาเล่าเรียนในระบบ การได้เข้าไปศึกษาเพิ่มเติมจากการอบรมหลักสูตรระยะสั้น การอบรม สัมมนา การพัฒนาวิชาชีพต่างๆ ที่มีการจัดขึ้นทั้งในหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน เป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้สามารถประยุกต์เอาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ที่ได้รับจากการเรียนมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ ในส่วนของความรู้ที่ได้รับจากการเรียนที่เกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์

ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) ความรู้ที่ได้มาจากการศึกษาเล่าเรียนในระบบ คือการที่บุคคลเข้าศึกษาไปศึกษาเล่าเรียนตามระบบของการศึกษา ที่ได้มีการดำเนินการจัดการเรียนการสอน ทั้งที่เป็นรูปแบบของสายวิชาชีพ สายสามัญ ในทุกระดับ ทั้งระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง อนุปริญญา และอุดมศึกษา หรือสูงกว่านั้น ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลสามารถนำเอาความรู้ วิธีการ หลักการจากการศึกษามาประยุกต์ใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม อย่างเช่น จากกลุ่มที่ได้ทำการศึกษาวิจัยพบว่าหลายท่านจบการศึกษา หรือได้เรียนจากระบบที่สามารถนำเอาความรู้เหล่านั้นไปออกแบบความคิด ไอเดีย ในการสร้างผลิตภัณฑ์ได้ อาทิ การศึกษาด้านสิ่งทอ การศึกษาด้านวิศวกรรม การศึกษาด้านอโรมา และการศึกษาด้านการออกแบบ เป็นต้น 2) ความรู้ที่ได้มาจากการเข้าอบรมสัมมนาเสริมพิเศษ คือ การที่บุคคลได้เข้าไปเรียนรู้เพิ่มเติมจากการเข้าร่วมการอบรม การสัมมนา หรือการพัฒนาวิชาชีพ ตามโครงการต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หรือการเข้าไปอบรมหลักสูตรระยะสั้น ที่ได้มีการดำเนินการจัดขึ้น เป็นปัจจัยในการส่งเสริมและสนับสนุนความรู้ให้บุคคลสามารถที่นำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการถ่ายทอดทางสังคม(Socialization) การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน (Work Socialization) เป็นรูปแบบของการโอนถ่ายองค์ความรู้ที่บุคคลจะได้รับในช่วงของวัยผู้ใหญ่ ดูเป็นองค์ความรู้หรือทักษะในการประกอบอาชีพ รวมทั้งค่านิยมบุคลิกภาพหรือทัศนคติที่เกิดขึ้น ผ่านการเรียนรู้วัฒนธรรมของอาชีพนั้นๆ นอกจากนี้ยังเป็นการปรับหรือลดพฤติกรรมบางอย่างที่เกิดขึ้นเพื่อให้สามารถปฏิบัติตนหรืออยู่ในสังคมที่มีวัฒนธรรมตามบรรทัดฐานของอาชีพนั้นๆ แคทซ์และคานัน (Katz Daniel & Kahn Robert L, 1978) ศึกษาการถ่ายทอดทางสังคมด้านอาชีพ ได้แบ่งกาอธิบายถึงการถ่ายทอดทางสังคมด้านอาชีพ(Occupation Socialization) ไว้ว่ามีกระบวนการในการถ่ายทอดซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระยะ 1)การถ่ายทอดทางสังคมในระยะเริ่มต้น(Early Socialization) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากสังคมใกล้เคียงจะเริ่มจากครอบครัว โดยเป็นการถ่ายทอดถึงการใช้ชีวิต ค่านิยมความเชื่อ ตลอดจนทั้งการดำเนินชีวิตตั้งแต่วัยเด็ก เป็นการสร้างความเป็นอัตลักษณ์ของบุคคล หรือการเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกครอบครัวดูสภาพแวดล้อมสังคมนั้นๆ 2)การถ่ายทอดล่วงหน้า(Anticipation Socialization) เป็นกระบวนการถ่ายทอดในเชิงของการอบรมสั่งสอนถึงค่านิยมความเชื่อหรือการประพฤติปฏิบัติตน ในบทบาทที่จะเติบโตขึ้นในวันข้างหน้า โดยเป็นการอบรมหรือการบอกผ่านกระบวนการถ่ายทอดก่อนที่จะเข้าสู่บทบาทนั้น เป็นเสมือนการเตรียมตัวให้สมาชิกเข้าสู่สภาพสังคมหรือองค์กรต่างๆล่วงหน้า 3.การถ่ายทอดสู่การเป็นสมาชิกขององค์กรในสังคม (Socialization Practice of Organizations) เป็นแนวทางที่เกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้เข้าไปอยู่ใน

องค์กรนั้นแล้ว โดยองค์กรก็จะมีภาวะเปียบข้อบังคับหรือแนวทางในการปฏิบัติ ตลอดจนถึงคู่มือในการปฏิบัติสิ่งต่างๆ เพื่อที่จะให้บุคคลสามารถเรียนรู้ปรับตัวให้เข้ากับองค์กร และแสดงตนเป็นฝ่ายขององค์กร (Identification with the organization) โดยความรู้ที่ได้มาจากการศึกษาในระบบและการเข้าอบรมสัมมนาเรียนรู้เพิ่มเติมเป็นการส่วนที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดกระบวนการนำความรู้ประสบการณ์เหล่านั้นที่ตัวบุคคลมีมาใช้ในการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ 2) **ความรู้และประสบการณ์จากการเรียนรู้ในการทำงานที่ส่งเสริมในการสร้างผลิตภัณฑ์** คือการที่บุคคลนั้นมีประสบการณ์จากการเรียนรู้ในสิ่งที่ตนเองนั้น เคยประสบพบเห็น หรือเคยทำมาก่อน ทั้งในรูปแบบของการประกอบอาชีพ รูปแบบของการลงมือปฏิบัติจากงานที่ทำ รูปแบบของการมีส่วนเข้าไปคลุกคลี เป็นการสั่งสมสิ่งที่เรียนรู้จนเป็นประสบการณ์ แล้วนำเอาสิ่งนั้นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ไม่ว่าจะสิ่งเหล่านั้นจะตรงหรือไม่ตรงต่อการสร้างผลิตภัณฑ์ก็ตามแต่เป็นประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องในการสร้างผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแนวทางการเรียนรู้ที่เอื้อประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้เรียน โดยใช้การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ หรือ (learning by doing) เป็นวิธีการเรียนรู้ ในลักษณะที่ผู้เรียนนั้นใส่ใจใฝ่รู้ในการแสวงหาองค์ความรู้เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้หรือวิธีการแบบใหม่ เป็นพิการในการเรียนรู้สำหรับผู้ที่มีลักษณะในการสนใจเรื่องของพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง หน่วยการเรียนรู้นี้เป็นแนวทางในการลงมือปฏิบัติเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบจากการเรียนรู้เหล่านั้น เป็นการเพิ่มทักษะและประสบการณ์ตลอดจนคุณภาพของการเรียนรู้ โดยการเรียนรู้แบบ Learning by doing หมี่จะทำให้เกิด แรงจูงใจในการเรียนรู้ (Motivation) การเรียนรู้เชิงลึก (Active Learning) ซึ่งเป็นข้อค้นพบจากการเรียนรู้เป็นส่วนในการเพิ่มพูนทักษะและสามารถให้ผู้เรียนเชื่อมโยงองค์ความรู้ (Transferable Skills)(Linda Evans และ Ian Abbott, 1998) นอกจากนี้ยังอาจมาจากการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community:PLC) ที่เกิดขึ้นในระดับบุคคล โดยการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นต้องอาศัยประสบการณ์และการเรียนรู้เพื่อเป็นทักษะที่ใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ของบุคคล จากการศึกษาพบว่าความรู้และประสบการณ์จากการเรียนรู้ในการทำงานมีความสำคัญมากในการส่งเสริมในการเกิดสร้างผลิตภัณฑ์ของตน 3) **การมีทักษะเชิงช่างในการประดิษฐ์อุปกรณ์** คือการที่บุคคลมีความชำนาญ เชี่ยวชาญในเชิงช่าง โดยเป็นการเอาความรู้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ หรือภูมิปัญญามาใช้ในการประดิษฐ์วัสดุอุปกรณ์ขึ้นมาใช้เองในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งของการสร้างผลิตภัณฑ์ หรือการได้มาของวัตถุดิบในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ เป็นการลดต้นทุนในขั้นตอนของการผลิต เพราะผลิตภัณฑ์บางประเภท เช่น สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ต้องใช้เครื่องมือหรือสถานที่ในการผลิตที่มีมาตรฐาน โดยเครื่องมือ

เหล่านั้นเป็นสิ่งที่มีความแพง ดังนั้นการประดิษฐ์เครื่องมือเพื่อนำมาใช้ในการผลิตจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะลดต้นทุนในการผลิตได้ โดยในกลุ่มที่ได้ทำการศึกษาที่มีการประดิษฐ์เครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสารสำคัญในการผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเอง เป็นการผสมผสานหลักทางภูมิปัญญา กับหลักทางวิทยาศาสตร์และทักษะเชิงช่างเพื่อสร้างเครื่องสกัดไอน้ำในการสกัดสารสำคัญออกมา เป็นการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่องของการต้มเหล้าเถื่อนเข้ามาประยุกต์กับความรู้ทักษะที่ตนเองมีเพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ประกอบสำคัญของการสร้างผลิตภัณฑ์ ซึ่งการมีทักษะเชิงช่างเป็นส่วนที่สำคัญและเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้แล้วยังคล้ายคลึงกับผลการวิจัยของ (พระมหาเมธา คำไหล, 2547) ซึ่งได้ศึกษา กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาในการทำเครื่องทองลงหินของบ้านหนองบัวน้อย ตำบลหนองบัวน้อย อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา และพบว่า เป็นการส่งผ่านความรู้ในกลุ่มเครือญาติที่ใกล้ชิดและเพื่อนบ้านในชุมชน ผู้เรียนรู้หรือผู้รับการถ่ายทอดได้ดูการทำงาน สัมผัสงาน และช่วยงานของผู้ถ่ายทอดอยู่เป็นประจำ จึงทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจ และความชำนาญ จนสามารถปฏิบัติได้ดีทัดเทียมกับผู้ถ่ายทอด ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการถ่ายทอดภูมิปัญญา (อรณิชชา ทศตา, สุภัญญา ใจอดทน, และ จันทร์จิรา ใจอดทน, 2560) การถ่ายทอดทางภูมิปัญญาที่ได้ทำการศึกษาเรื่องของการทอผ้าไหม นั้น ช่องทางในการถ่ายทอดภูมิปัญญาสามารถทำได้หลายช่องทางด้วยกัน ทั้งในเรื่องของการบอกเล่า เรื่องของการสาธิตให้ดูเป็นตัวอย่าง หรือการลงมือปฏิบัติไปด้วยกัน นอกจากนี้ยังเป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถึงวิธีการต่างๆร่วมกัน แต่วิธีการที่สำคัญที่สุดของการถ่ายทอดทางภูมิปัญญาคือการได้ลงมือทำจริง ผ่านการเรียนรู้ลงมือทดลองดู ซึ่งกระบวนการนี้เป็นลักษณะการเรียนรู้แบบพลวัต โดยผู้ที่สนใจในการเรียนรู้จะค่อยๆสั่งสมประสบการณ์และสามารถนำเอาองค์ความรู้วิธีการทักษะเหล่านี้ไปพัฒนาให้ตนเองสามารถทอผ้าไหมและแก้ไขปัญหาได้อยู่ตลอดเวลา ซึ่งแต่ละวิธีนั้นขึ้นอยู่กับองค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะทำการถ่ายทอด 4) การเข้าใจอย่างรู้ถึงการใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ คือการที่ผู้สร้างผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติพิเศษในการที่จะสามารถวิเคราะห์ลักษณะและความต้องการ รสนิยม ในการใช้ตัวผลิตภัณฑ์ ว่ากลุ่มลูกค้านั้นมีรสนิยมเป็นอย่างไร กลุ่มลูกค้าที่ใช้นั้นมีลักษณะเป็นแบบไหน เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อผลิตสินค้าให้สามารถเข้าถึงลูกค้า และเป็นการส่งเสริมให้กับกลุ่มลูกค้านั้นเข้ามาใช้กลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าวที่ผลิตและจัดจำหน่ายซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดของ (Krippendorff, 2006) ได้เสนอว่าการคิดเชิงออกแบบนั้นเป็นลักษณะของการรับรู้ถึงความต้องการหรือเข้าใจถึงความรู้สึก โดยการออกแบบนั้นเป็นการออกแบบที่สอดคล้องกับความพึงพอใจกับความรู้สึกของบุคคลเป็นหลัก(Human Centered Design) มีการศึกษาและให้ความหมาย

(Meaning) ว่าเป็นเรื่องของการให้ความหมายหรือสะท้อนความต้องการของสิ่งประดิษฐ์ผ่านความเข้าใจ ที่จะส่งผลต่อการผลิตสินค้าและนวัตกรรมให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการคิดเชิงออกแบบจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญในลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรม เนื่องจากเป็นสิ่งที่สนับสนุนให้บุคคลสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และตอบโจทย์การเพิ่มมูลค่าทั้งประโยชน์เศรษฐกิจ เป็นเงื่อนไขที่ส่งเสริมกระบวนการในการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่ม

จากการศึกษาเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมและเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล ทั้ง 2 เงื่อนไข เป็นส่วนที่สำคัญและเป็นประเด็นหลักของงานวิจัยเพื่อที่จะทำความเข้าใจในเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) โดยเงื่อนไขที่ 1) เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นสภาพแวดล้อม ภูมิปัญญา ทรัพยากรท้องถิ่น วิถีทำกิน 2) เงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคลเป็นกลไกและปัจจัยของแต่ละบุคคล ที่เปลี่ยนแปลงได้ยากทั้งนี้ มากจากการได้รับการถ่ายทอดทางสังคม การเรียนรู้ ทักษะความคิด ความเชื่อ อันเป็นพฤติกรรมที่เป็นสิ่งสนับสนุนให้ตัวบุคคลนำเอาสิ่งที่ได้รับมาเป็นปัจจัยในการสร้างนวัตกรรม ซึ่งจะสามารถเทียบเคียงได้กับทฤษฎีต่างๆ หลากหลาย ทั้งการเรียนรู้ทางปัญญา สังคม การถ่ายทอดทางสังคม การจัดการความรู้ การคิดเชิงออกแบบ ประกอบกันเพื่ออธิบายว่าเงื่อนไขในการเกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น อันมีผลเกี่ยวข้องมาจากเงื่อนไขทั้ง 2 ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

3. แนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นได้โดยอาศัยปัจจัยต่างๆ ที่หลากหลาย ทั้งที่เป็นในส่วนของปัจจัยจากสังคมวัฒนธรรมและปัจจัยที่เป็นในลักษณะส่วนบุคคลประกอบกัน อย่างที่ได้กล่าวมาแล้วก่อนหน้านี้ ในหัวข้อเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมและเงื่อนไขด้านลักษณะส่วนบุคคล ที่มีส่วนในการเกิดพฤติกรรมในการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) งานวิจัยในส่วนนี้ต้องการค้นหาแนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรม โดยอาศัยการสัมภาษณ์เชิงลึก(In-Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ให้ข้อมูลรอง เพื่อเสนอเงื่อนไขและแนวทางที่อาจก่อให้เกิดพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งผู้ให้ข้อมูลได้ให้แนวทางไว้ ดังนี้

3.1 การส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น คือการส่งเสริมให้บุคคลที่มีความรู้ความสามารถในชุมชน หรือปราชญ์ชาวบ้าน นำเอาองค์ความรู้หรือภูมิปัญญามาทำทอด

ให้กับคนในชุมชนได้อย่างเต็มที่ เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าไปเรียนรู้ภูมิปัญญาได้ อาทิ นักเรียน นักศึกษา หรือบุคคลทั่วไปที่สนใจ ได้มีโอกาสเข้ามาศึกษาเรียนรู้เพื่อสืบทอดความรู้เหล่านั้นให้คงอยู่ต่อไป โดยการส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนคือ 1) การส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดและสืบทอดภายในครอบครัว คือเป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือองค์ความรู้ที่มีอยู่ในครัวเรือนให้รุ่นลูกหลานหรือผู้ที่ใกล้ชิด เครือญาติ เช่น พ่อกับแม่ถ่ายทอดให้กับลูก หรือปู่กับย่าถ่ายทอดให้กับหลาน ผ่านการเรียนรู้แบบค่อยๆ เป็นค่อยๆ ไป ซึ่งการเรียนรู้เหล่านี้ อาจจะเป็นแนวทางในการทำให้การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือวิธีการต่างๆ ยังคงอยู่ภายในกระบวนการส่งเสริมและรักษาภายในครอบครัว นอกจากนี้อาจจะดำเนินการเป็นกิจกรรมที่ทำร่วมกันของคนในครอบครัว ซึ่งจะสามารถทำให้การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านี้สามารถที่จะถ่ายทอดให้กลับสมาชิกได้ง่ายเพราะเป็นการปลูกฝังไปในตัว 2) การส่งเสริมให้มีการสืบทอดความรู้ในชุมชน คือแนวทางในการสนับสนุนส่งเสริมให้คนในชุมชนรวมกลุ่มกันเพื่อที่จะจัดตั้งเป็นกลุ่ม เป็นการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ หรือศูนย์เรียนรู้ในชุมชน ที่เกี่ยวข้องกับอาชีพที่มีในหมู่บ้าน อาจเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพรองก็ได้ เช่น การรวมกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผา จักสาน ทอผ้า หรือกลุ่มแปรรูปสมุนไพร กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์และผลิตผลทางการเกษตร ซึ่งเป็นสิ่งที่คนในชุมชนได้คุ้นเคย หรือมีความคุ้นเคยจากวิถีชีวิตที่ตนเองนั้นได้ดำรงอยู่ในแต่ละวัน โดยสามารถเปรียบเทียบได้จากการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ที่แบ่งตัวแบบพฤติกรรมเป็น 4 ประเภทหลัก อันประกอบไปด้วย 1. ตัวแบบทางพฤติกรรม (Behavioral Modeling) 2. ตัวแบบทางวาจา (Verbal Modeling) 3. ตัวแบบสัญลักษณ์ (Symbolic Modeling) และ 4. ตัวแบบสัมผัส (Kinesthetic Modeling) ซึ่งการอบรมสั่งสอนและปลูกฝังการเกิดพฤติกรรมในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างนวัตกรรม โดยตัวแบบพฤติกรรม ทั้ง 4 แบบตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยการถ่ายทอดทางภูมิปัญญานั้นจากการที่ได้เข้าไปศึกษาในกลุ่มต่างต้องอาศัยกระบวนการอย่างแบบผสมผสานกัน เนื่องจากว่าการบอกกล่าวทำให้เห็นจับมือทำเป็นขั้นตอนในการฝึกฝนทักษะการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อบุคคลโดยตรงอยู่แล้วการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นการเรียนรู้ผ่านกระบวนการสั่งสอนให้แสดงพฤติกรรมในกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาได้ และอาจรวมไปถึง ตัวแบบทางพฤติกรรม (Behavioral Modeling) คือการแสดงพฤติกรรมให้ดูเป็นแบบอย่างเพื่อให้เด็กเกิดพฤติกรรมตามแบบ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ชลธิชา จิรภัคพงศ์, พระครูปริยัติวารการ, พระอนุสรณ์ กิตติวัฒนโณ, และ อรอนงค์ วุวงศ์, 2563) ที่ศึกษาเรื่องการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านศิลปะเชิงสร้างสรรค์ผ้าพื้นเมืองของเยาวชนและผู้สูงอายุในกลุ่มจังหวัดล้านนา จากผลการวิจัยพบว่า การ

นำเอาภูมิปัญญาชาวบ้านหรือทรัพยากรที่เป็นต้นทุนในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าโดยการรังสรรค์ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณภาพสูง เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและท้องถิ่น สร้างจุดเด่นให้กับตัวของผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางที่ดีอย่างยิ่งสำหรับองค์ความรู้หรือภูมิปัญญาที่จะใช้ในการถ่ายทอดให้กับเยาวชน ได้ให้แนวคิดว่าการนำเอาภูมิปัญญาชาวบ้านมาผสมกับแนวคิดศิลปะสร้างสรรค์ ส่งผลให้สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีเอกลักษณ์สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคนำไปสู่การยกระดับเศรษฐกิจชุมชน ตลอดจนเกิดการอนุรักษ์สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนให้คงอยู่ เป็นแนวทางที่ควรส่งเสริมให้กลุ่มอาชีพนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการสร้างผลงานและผลิตภัณฑ์ เป็นสินค้าและนวัตกรรมต่อไป

3.2 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ คือการที่หน่วยงานของภาครัฐได้ให้การสนับสนุน หรือส่งเสริมในการดำเนินการของกลุ่มผู้ประกอบการOTOP โดยเข้าไปดูแลตั้งแต่ต้นน้ำคือกระบวนการบริหารจัดการของกลุ่ม การอนุรักษ์หรือคุ้มครอง ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่รังสรรค์ออกมาเป็นรูปแบบของสินค้าและบริการ โดยในการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐนั้นนอกจากจะมีหน่วยงานในการกำกับดูแลอย่างชัดเจนแล้วอาจจะต้องมีการติดตามหรือประเมินผลเพื่อเป็นข้อมูลย้อนกลับในการปรับปรุงแผนในการให้การสนับสนุนจากภาครัฐ รวมทั้งการจัดกิจกรรมเพื่อให้แต่ละบุคคลสามารถนำเอาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ออกมาจำหน่ายโดยเป็นการสร้างความภาคภูมิใจในตัวสินค้าและเพิ่มมูลค่าตลอดจนรายได้ให้กับกลุ่มที่ผลิตสินค้าคุณภาพออกมาภายใต้กระบวนการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (วันชัย ชันประสิทธิ์, 2560) พบว่าผลการหาปัจจัยความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ได้จำนวน 10 ด้าน คือ 1)ด้านความร่วมมือหรือการสร้างเครือข่าย 2)ด้านการบริหารจัดการเรื่องของการเงินและบัญชี 3)ด้านตัวผลิตภัณฑ์ 4)ด้านบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลแรงงาน 5)ด้านการได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายหรือส่วนงานตลอดจนหน่วยงานภายนอก 6)ด้านกระบวนการผลิต 7)ด้านผู้นำองค์กร 8)ด้านการบริหารจัดการ 9)ด้านช่องทางการตลาดหรือกลยุทธ์ทางการตลาด และสุดท้าย 10)ด้านความเข้มแข็งของชุมชน สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งผลให้การผลิตสินค้าและบริการประสบความสำเร็จและสามารถเพิ่มมูลค่าและช่องทางการตลาดได้ ดังนั้นการส่งเสริมให้กลุ่มผู้ประกอบการOTOP สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่ขั้นของนวัตกรรมได้ต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือเป็นสำคัญ โดยประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาได้เข้ามามีส่วนร่วม การได้ไปศึกษาดูงานจากกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ ได้การเยี่ยมชมจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมี ตลอดทั้งกลุ่มผู้ประกอบการOTOP ความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐ มีการได้เข้าอบรมหรือรับฟังแนวคิดความรู้แลกเปลี่ยนในวิทยาการใหม่ๆ มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล

ข่าวสารระหว่างกลุ่ม จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นต้องอาศัยหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุน ส่งเสริมเพื่อเพิ่มจำนวนผลการคัดสรรระดับ 5 ดาวทั่วประเทศเพิ่มมากขึ้น เมื่อชุมชนผู้ขับเคลื่อน เศรษฐกิจฐานรากสามารถสรรสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพสูงก็จะส่งผลให้ชุมชนจังหวัดและ ประเทศมีผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ โดยสามารถส่งเสริมได้ 4 แนวทางดังต่อไปนี้ แนวทางที่ 1 การสนับสนุนด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แนวทางที่ 2 การส่งเสริมความรู้ด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และการตลาด แนวทางที่ 3 การส่งเสริมการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ แนวทางที่ 4 การส่งเสริมในการใช้พืชท้องถิ่นสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แนวทางที่ 5 การ ส่งเสริมเพื่อเข้าแข่งขันระดับประเทศ แนวทางที่ 6 การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ OTOP จดสิทธิบัตร และอนุสิทธิบัตร

แนวทางที่ 1 การสนับสนุนด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือการที่ หน่วยงานของภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแล ได้มีการกำหนดแผนพัฒนา กลุ่ม OTOP โดยอาจจะเป็นการดำเนินการในรูปแบบของโครงการส่งเสริมและพัฒนา หรือเป็นการจัดกิจกรรม สำหรับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ทุกกลุ่มประเภท ทั้งอาหาร เครื่องดื่ม ผ้า เครื่องแต่งกาย ของ ใช้ของตกแต่ง ของที่ระลึก และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยการสนับสนุนด้านความรู้ในที่นี้จะ เป็น การให้ผู้ประกอบการนั้นมีความรู้เพิ่มเติมในส่วนของผลิตภัณฑ์ของตนที่ผู้ประกอบการ OTOP ได้ ผลิตและดำเนินการอยู่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุบัน บัวขาว, 2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องของการ พัฒนาศักยภาพของตลาดสินค้าที่เป็นในส่วนของที่ระลึกในการท่องเที่ยว แห่งหนึ่ง จากกลุ่ม อาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดนนทบุรี ผลจากการวิจัยอธิบายว่า การ สนับสนุนหรือส่งเสริมด้านการตลาด ยังจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานภาครัฐในการเข้ามาขับเคลื่อน หรือสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้า นอกจากนี้การได้รับการ พัฒนารูปแบบหรือลักษณะของผลิตภัณฑ์ก็มีความสำคัญอย่างยิ่งรวมถึงบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อ ที่ใช้ใส่ตัวผลิตภัณฑ์ก็มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากว่าผู้ประกอบการมีต้นทุนในการบริหารจัดการ ที่ค่อนข้างต่ำจึงจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุน อีกทั้งมีความจำเป็น เรื่องของเงินทุนในการบริหารจัดการอาจจะต้องได้รับการส่งเสริมเรื่องของแหล่งทุนที่มีอัตรา ดอกเบี้ยในระดับต่ำ การพัฒนาในเรื่องของเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต การบริหารระบบหรือการ จัดการของกลุ่มก็มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ซึ่งสิ่งที่กล่าวไปแล้ว ข้างบนนี้เป็นข้อค้นพบจากงานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องของการพัฒนาตัวของผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะตอบ โจทย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (กิตติคุณ แสงนิล และ สันติธร ภูริ ภักดี, 2561) พบว่า มีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนที่ตนเองอยู่นั้นมาดำเนินการสร้างเป็น

ผลิตภัณฑ์โดยส่วนใหญ่ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางต้องอาศัยทักษะหรือความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างไปจากตัวของผลิตภัณฑ์เดิม นอกจากนี้การนำเอาทรัพยากรทางธรรมชาติหรือต้นทุนทางวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ ยังต้องอาศัยองค์ความรู้หรือการสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ เข้ามาส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบสากล ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องการให้หน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุนองค์ความรู้ที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง

แนวทางที่ 2 การส่งเสริมความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด หมายถึง การที่หน่วยงานของภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ เข้าไปดำเนินการในรูปแบบโครงการหรือกิจกรรม โดยเป็นการนำผู้เชี่ยวชาญผู้ที่มีความรู้ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา องค์กรส่วนท้องถิ่น ดำเนินการพัฒนาความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด เป็นการสนับสนุนให้กับกลุ่ม OTOP เกิดกระบวนการคิดการออกแบบ การแก้ไขและปรับปรุง ให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ดี และเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความใหม่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง นอกจากนี้ยังเป็นการให้ความรู้แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เป็นขั้นตอนที่ผู้เชี่ยวชาญจะเข้ามาแนะแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดของตัวผลิตภัณฑ์ ให้มีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งการวางแผนในเรื่องของกลไกตลาดหรือเป้าหมายทางการตลาด สภาพแวดล้อมภายนอก ทรัพยากรของผู้ประกอบการ OTOP เพื่อให้ผู้ประกอบการ OTOP สามารถที่จะวิเคราะห์การดำเนินการของกลุ่มทางธุรกิจ เป็นการสร้างองค์ความรู้ที่สามารถต่อยอดทางธุรกิจได้เมื่อกกลุ่มสามารถที่จะเข้าในในการวิเคราะห์อุปสงค์ ต้นทุนและกำไร โดยมุ่งหมายในการสร้างกำไรในระยะยาวในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ และแนวทางในการตัดสินใจที่จะลงทุนสำหรับการพัฒนาธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP สอดคล้องกับงานวิจัยของ(นริศรา ลอยฟ้า, เสาวลักษณ์ รักชอบ, และ ปราวริชาติ รื่นพงษ์พันธ์, 2563) ได้ทำการศึกษาลแล้วพบว่าแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2 ส่วนคือ 1) การแปรรูปผ้าทอจากเศษผ้าทอเหลือใช้โดยการแปรรูปเป็นกระเป๋า และการแปรรูปเป็นสิ่งของเครื่องประดับสตรี เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปร่างของผลิตภัณฑ์ไปจากเดิม 2) การแปรรูปต่อยอดผลิตภัณฑ์ พบว่า กรอบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ 1) รูปแบบทันสมัย ตอบสนองต่อผู้บริโภค 2) เพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ 3) เน้นความเรียบง่าย ชุมชนสามารถผลิตเองได้ 4) ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1) การนำเสนอในรูปแบบ e-catalog 2) ตะกร้าสินค้า (Shipping

Cart) 3) การชำระเงินและการจัดส่งสินค้า 4) กิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ 5) ติดต่อเรา ด้านผลการประเมินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผลพบว่า ความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก จึงเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการเพิ่มช่องทางการตลาด ที่สามารถจะสร้างรายได้ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอีกแนวทางหนึ่ง

แนวทางที่ 3 การส่งเสริมการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ คือการที่กลุ่มผู้ประกอบการ OTOP นั้นเพิ่มเรื่องราวต่างๆ สะท้อนเรื่องราวของสินค้าและบริการนั้น โดยเป็นการนำเอาข้อมูลที่มีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ออกมาแล้ว โดยอาจเป็นการสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่มาจากทรัพยากร และภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่นการนำเสนอลดหลาย พี่ชท้องถิ่น และความเป็นมาของกลุ่ม ความรู้ความชำนาญที่เกิดขึ้นจากความบังเอิญหรือสิ่งลึกลับ โดยนำความเป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์เหล่านั้นมาเรื่องราวให้สร้างสินค้าและบริการที่มีความแตกต่าง เป็นการเพิ่มกลยุทธ์อีกรูปแบบหนึ่งของการตลาดสมัยใหม่ที่ต้องการให้ผู้บริโภคสามารถที่จะจดจำเรื่องราว และการนึกถึงแบรนด์สินค้านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุชาติดา คุ่มสลุด และคนอื่น ๆ, 2560) ทำการศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้า OTOP ตามแนวคิด OVOP โดยในการศึกษาพบว่าขั้นตอนในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้า OTOP ตามแนวคิด OVOP ที่มุ่งเน้นให้มีการให้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล โดยให้นำเอาภูมิปัญญาไปใส่ในขั้นตอนของการวางผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด คือให้ มีการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่มาจากทรัพยากร และภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์มาสร้างสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการรวมทั้งตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP โดยอาจจะเป็นการนำเสนอเรื่องราวของลดหลายที่ทอ ในกรณีของกลุ่มที่ทำเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และความเป็นมาของกลุ่มการก่อตั้งการคิดเรื่องราวต่างๆมาใส่ให้น่าสนใจเพื่อสร้างมูลค่าในแง่มุมของการสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า OTOP โดยในงานวิจัยยังพบว่ายังมีการนำเสนอเรื่องราวอยู่น้อยและจำทำเมื่อมีโอกาส อาทิไปร่วมงานต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ การออกนุทนิทรรศการ

แนวทางที่ 4 การส่งเสริมในการใช้พืชท้องถิ่นสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึง การที่ผู้ประกอบการในเขตพื้นที่นั้นมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และได้รับการยอมรับเป็นอย่างสูง ซึ่งก็เนื่องมาจากความมีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ทำการผลิต ที่เอื้ออำนวยเช่น กรรมวิธีการผลิตที่พิเศษสืบทอดกันมาชั่วลูกหลานและสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ลักษณะดินและอื่นๆ เป็นสิ่งที่สามารถระบุได้ว่าลักษณะพิเศษที่เป็นรากฐานของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถเจาะจงแหล่งทำการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เข้าข่าย ซึ่งเจาะจงจากชื่อของ

ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการเกษตร ป่าไม้และประมง ผลิตภัณฑ์อาหารและอื่นๆ ซึ่งคุณลักษณะพิเศษดังกล่าวนี้มีความเชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์นั้นๆ ที่ว่าการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากลเป็นการนำทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่ ซึ่งมีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่มาสร้างสินค้าและบริการที่มีความแตกต่าง การสร้างเรื่องราวให้เป็นจุดสนใจและมีที่มาที่ไปเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ

แนวทางที่ 5 การส่งเสริมเพื่อเข้าแข่งขันในระดับประเทศ หมายถึง การที่กลุ่มผู้ประกอบการOTOP สามารถสร้างสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการมีคุณภาพ และสามารถส่งเสริมให้เข้าประกวดได้ในเวทีระดับต่างๆ โดยอาจเป็นการแข่งขันที่จัดขึ้นทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน เพื่อยกระดับสินค้าและบริการของกลุ่ม ให้สามารถแข่งขันกันได้ในทุกระดับ เป็นการสร้างโอกาสให้กับกลุ่มผู้ประกอบการOTOP ให้มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นที่อมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่ม สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการOTOP สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีคุณภาพและนำพาตัวของผลิตภัณฑ์ไปสู่การแข่งขันระดับประเทศได้ ดังนั้นปัจจัยที่สำคัญคือการเข้าสู่ระบบในการจัดการระดับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีข้อมูลในฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะได้มีการดำเนินงานในเชิงของการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือดูแลและส่งเสริมคุณภาพ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นช่องทางของการส่งออกเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการOTOP ตามลำดับถัดไป โดยงานของ (กมลภพ ศรีบุญเรือง และ ศิวัช ศรีโภคางกุล, 2563) ที่ได้ทำการศึกษาการปัญหาการส่งเสริมและเรื่องขอรับมาตรฐานระดับชาติ ของเจ้าหน้าที่ในจังหวัดชัยภูมิโดยได้ผลการวิจัยว่ากลุ่มผู้ประกอบการOTOP มักเป็นการส่งเสริมกลุ่มที่เข้าร่วมการอบรมจากนโยบายหรือโครงการที่สำนักงานเลือกจากกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มผู้ประกอบการOTOP จากรายชื่อที่เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนระดับพื้นที่เป็นผู้เสนอชื่อไปโดยสนับสนุนผ่านโครงการ OTOP Segmentation ซึ่งเป็นหนึ่งในภารกิจ หรือพาไปอบรมประจำในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่ แต่ยังคงขาดการติดตามผลการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการดังกล่าวไม่ได้รับการสนับสนุนในด้านมาตรฐานระดับชาติเท่าที่ควร ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการOTOP จะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์แล้วนำเข้าสู่การแข่งขันในระดับประเทศได้นั้น ต้องอาศัยกลไกจากการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลหากเจ้าหน้าที่ของรัฐยังปราศจากความเข้าใจในเกณฑ์มาตรฐานในการสนับสนุนส่งเสริมเพื่อเข้าแข่งขันในระดับประเทศ ก็อาจเป็นการเสียโอกาสทางการตลาดและต้นทุนทางการผลิตของกลุ่มผู้ประกอบการOTOP ดังนั้นการส่งเสริมแนวทางแก่ผู้ประกอบการเพื่อเข้าแข่งขันใน

ระดับประเทศจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อทุกภาคส่วนมีการวางแผนที่ชัดเจนและจะมีผู้ประกอบการOTOP ที่เข้าสู่มาตรฐานและเป็นสินค้านวัตกรรมในระดับประเทศเพิ่มขึ้น ๆ เรื่อย ๆ

แนวทางที่ 6 การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ OTOP จดสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร การที่ผู้ประกอบการได้รับการคุ้มครองเรื่องของสิทธิทางปัญญา หรือการคุ้มครองแนวความคิดในการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นมาประดิษฐ์คิดค้นเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ กฎหมายที่คุ้มครองนี้คือสิทธิบัตร ซึ่งผู้ประกอบการนั้นสามารถใช้เป็นเครื่องคุ้มครองแนวความคิดที่ได้ใช้ในกระบวนการผลิตหรือประดิษฐ์สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม อีกทั้งยังเป็นข้อกำหนดให้กลุ่มผู้ประกอบการต้องดำเนินการให้ได้ตามมาตรฐานที่ข้อกำหนดกำหนดเป็นการรักษาคุณภาพและรักษาผลประโยชน์ของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังเป็นการป้องกันการลอกเลียนแบบหรือการแสวงหาผลประโยชน์จากบุคคลอื่น ดังนั้นนิยามของการประดิษฐ์จึงเป็นในเรื่องของการนำความคิดหรือองค์ความรู้ทางภูมิปัญญามารังสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการและกลไกต่างๆ ในวิธีการผลิต ซึ่งเมื่อได้รับหนังสือรับรองสิทธิบัตรแล้วจะสามารถใช้เป็นเครื่องยืนยันถึงความเป็นเอกภาพในกรรมสิทธิ์ของทรัพย์สินทางปัญญาที่ตนนั้นได้ขึ้นทะเบียนไว้ นอกจากนี้ยังมีอนุสิทธิบัตร หรือหนังสือรับรองในทรัพย์สินทางปัญญาที่มีลักษณะแบบคิดค้นในลักษณะที่ไม่ซับซ้อนมากนัก เป็นการผลิตที่ประยุกต์ใช้ในเชิงอุตสาหกรรม และเป็นประโยชน์ต่อการใช้สอยที่มากกว่าเดิม ในส่วนของการผลิตและการบริการ เพื่อให้สิ่งที่กลุ่มผู้ประกอบการได้ทำขึ้นมีความเป็นเอกสิทธิ์ของตนเองโดยมีกฎหมายเข้ามารองรับ สอดคล้องกับนโยบายในการพัฒนาประเทศของรัฐบาล พึ่งได้ออกกฎหมาย (ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12, 2559) ตลอดจนร่างกรอบ(ประกาศ เรื่อง ยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) ได้มีนโยบายสำคัญในการผลักดันหรือกระตุ้นเศรษฐกิจ เป็นการมุ่งเน้นในการขับเคลื่อนประเทศภายใต้การนำเอาแนวความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาประเทศ อีกทั้งยังเป็นส่วนในการส่งเสริมให้นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือทรัพย์สินทางปัญญา เข้าสู่กระบวนการพัฒนาและสามารถแข่งขันที่ตลาดได้ได้อย่างยั่งยืน โดยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้มีการระบุถึงการคุ้มครองเรื่องสิทธิทางปัญญา โดยมุ่งเน้นให้สอดคล้องกับระบบสากล โดยสามารถพิทักษ์สิทธิและคุ้มครองสำหรับผู้ที่ยื่นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการนำความคิดหรือการประดิษฐ์วิธีการตลอดจนตัวผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและน่าสนใจเข้าสู่ระบบเพื่อได้รับหนังสือรับรองสิทธิและพิทักษ์สิทธิในผลิตภัณฑ์ทางภูมิปัญญา เนื่องจากที่ผ่านมาพบว่ายังคงมีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือการลอกเลียนแบบการประดิษฐ์หรือนวัตกรรมที่เกิดขึ้นภายในประเทศค่อนข้างมากดังนั้นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำ

ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการเข้าสู่ระบบกฎหมายคุ้มครองจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาประเทศ เนื่องจากว่าสามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ทางพาณิชย์ ยกระดับฐานเศรษฐกิจเพื่อความกินดีอยู่ดีของคนไทย ไม่เพียงเท่านั้นผู้ที่รับผิดชอบโดยตรงคือกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดแนวทางในการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาตามกฎหมายไว้ 6 ด้าน ได้แก่ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่มูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Value Chain) ประกอบไปด้วย 4 ด้านคือ งานความสร้างสรรค์ การคุ้มครอง การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ และบังคับใช้กฎหมาย 2 ด้าน ที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา ทำให้ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น คือเรื่องของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และทรัพย์สินทางปัญญา พันธุ์กรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559) ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถพัฒนาโดยมีแนวทางในการส่งเสริมในรูปแบบของกฎหมายคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ความคิดและสิ่งประดิษฐ์ของกลุ่มเพื่อที่จะสามารถใช้เป็นต้นทุนทางความคิดที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มและสามารถพัฒนาต่อยอดสินค้าและบริการรวมทั้งผลิตภัณฑ์ให้สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าภายใต้เอกลักษณ์ที่มีของตนเองต่อไปเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้สามารถใช้เป็นแนวทางในกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมในกลุ่มโอท็อป ได้ต่อไป

จากการศึกษาถึงกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนานวัตกรรมในกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) พบว่ากระบวนการในการสร้างนวัตกรรมนั้น มีขั้นตอนและรายละเอียดที่ค่อนข้างซับซ้อนเนื่องจากการสร้างโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งแตกต่างจากการสร้างปกติ โดยผลิตภัณฑ์นั้นความเฉพาะและมีความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มที่ยึดโยงกับท้องถิ่นเป็นการยกระดับตัวของผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการต่างๆในขั้นตอนของกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แบ่งให้เห็นเป็น ช่วงๆ ตั้งแต่ ช่วงจุดเริ่มต้นของการสร้างผลิตภัณฑ์ ช่วงการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า ช่วงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเข้าร่วมโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) ซึ่งในแต่ละช่วงผู้วิจัยได้อธิบายถึงข้อค้นพบแล้วแนวคิดทฤษฎีงานวิจัยต่างๆมาเพื่ออธิบายกระบวนการที่เกิดขึ้นเหล่านั้น นอกจากนี้ผู้วิจัยยังศึกษาว่าเงื่อนไขอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยได้ทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม และเงื่อนไขลักษณะส่วนบุคคล และนำผลการศึกษาที่ได้มาอภิปรายพร้อมแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เป็นการตอบความมุ่ง

หมายในการวิจัย และสุดท้ายผู้วิจัยก็ได้นำข้อค้นพบข้างต้นมาค้นหาแนวทางในการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อการพัฒนานวัตกรรม ทั้งเป็นแนวทางการส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และแนวทางการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยทุกส่วนที่กล่าวไปข้างต้นผู้วิจัยได้เห็นถึงกระบวนการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาวัตกรรม ที่เกิดขึ้นของกลุ่มเป็นกระบวนการเป็นขั้นเป็นตอนอธิบายถึงการเกิดกระบวนการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างผลิตภัณฑ์ในเชิงของกระบวนการสร้างนวัตกรรมได้อย่างไร มีเงื่อนไขใดบ้าง แล้วสุดท้ายเราจะหาแนวทางในการส่งเสริมสิ่งเหล่านี้อย่างไร

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากงานวิจัย 2 ส่วนคือ ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ และข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งถัดไป มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

1. จากผลการวิจัยในส่วนของภาวะที่ปัจจัยเงื่อนไขและผลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP พบว่า การสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจนประสบความสำเร็จและได้รับรางวัลระดับประเทศนั้น ในกระบวนการสร้างนวัตกรรมที่เกิดขึ้นนั้นมีผลมาจากปัจจัยปัจจัยในส่วนที่เป็นเงื่อนไขลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยเงื่อนไขทางลักษณะสังคมวัฒนธรรม โดยปัจจัยดังกล่าวนั้นมีผลมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ ทักษะการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นมีคุณภาพ ดังนั้นสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP วิสาหกิจชุมชนหรือผู้ที่สนใจในการสร้างผลิตภัณฑ์สามารถหยิบยกเอาปัจจัยเงื่อนไขที่เป็นข้อค้นพบในงานวิจัยครั้งนี้ไปสู่การปฏิบัติ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานและคุณสมบัติตามเงื่อนไขและหลักเกณฑ์ของกรมพัฒนาชุมชนเพื่อนำไปสู่การประกวดแข่งขันและได้รับรางวัลชนะเลิศได้หรือสามารถจำหน่ายได้ทั้งตลาดภายในตลาดต่างประเทศ

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการเพิ่มช่องทางการตลาด

จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการตลาดในการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) นั้นส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายตามงานต่างๆ ตามที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจัด แต่ไม่ค่อยมีช่องทางออนไลน์หรือช่องทางในการพัฒนาสินค้าสู่ระบบออนไลน์ จึงอยากให้นักวิจัยที่เกี่ยวข้องได้เข้ามาเพิ่มช่องทางในการส่งเสริมการตลาดให้แก่กลุ่มทั้งระบบของการขายสินค้า หรือช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นให้แก่กลุ่มอาชีพ

หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) เนื่องจากกลุ่มบางกลุ่มอาจจะไม่มีความพร้อมหรือทรัพยากรของกลุ่มที่เพียงพอต่อการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้ด้วยตนเอง การที่หน่วยงานภาครัฐเข้าไปส่งเสริมทางด้านระบบอาจเป็นช่องทางการยกเศรษฐกิจฐานรากให้แก่กลุ่มกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้

1.3. ข้อเสนอแนะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

จากการศึกษาพบว่าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยส่วนใหญ่เป็นการคัดเลือกกลุ่มกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) เข้ามาพัฒนาเพียงแค่บางกลุ่มไม่ครอบคลุมทุกกลุ่ม เนื่องจากเป็นการคัดสรรกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ที่มีผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างโดดเด่นในตัวอยู่แล้ว เข้ามาพัฒนาเพื่อเป็นการส่งเข้าประกวดในโครงการการเสนอเครือข่ายองค์ความรู้(KBO) ในระดับประเทศดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานที่สามารถแข่งขันได้ในระดับประเทศตกไปอยู่แค่กลุ่มบางกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายองค์ความรู้ ยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเลยอยากให้หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปเป็นพี่เลี้ยงในการยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการนำเอาภูมิปัญญามาสร้างผลิตภัณฑ์สู่สากลเพื่อการเพิ่มมูลค่าและแข่งขันได้ทั้งในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศต่อไป

1.4 ข้อเสนอแนะในการสร้างนวัตกรรมโดยการใช้องค์ความรู้ท้องถิ่น

จากการวิจัยพบว่าการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถเกิดขึ้นได้เนื่องจากกระบวนการพัฒนาความคิดที่อยากพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีมุมมองในการสร้างที่มีความใหม่ ตอบโจทย์ในเชิงเศรษฐกิจและการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ มีความรู้และการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ มีการนำเอาเทคโนโลยีบางอย่างมาใช้ในการบวนการ โดนมุ่งเน้นการสร้างความแปลกใหม่ ทั้งในตัวของสินค้า และในการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเครือข่ายองค์ความรู้ที่ครอบคลุมทุกระดับในกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) การสอนให้กลุ่มอาชีพ สามารถที่วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ ก็จะสามารถที่เพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และเป็นการสร้างนวัตกรรม คือผู้คิดคนริเริ่มสร้างนวัตกรรมในที่สุด

1.5 ข้อเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากการวิจัยพบว่าโครงการที่ดำเนินการ แนวทางต่างๆ ที่หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนดำเนินการนั้นมีความชัดเจนและค่อนข้างดีอยู่แล้ว แต่อยากที่จะเพิ่มเรื่องของการส่งเสริมให้ทุกกลุ่มสามารถที่จะพึ่งพาตนเองได้เมื่อหลังจากการที่ได้รับโอกาสแล้ว ดังนั้นการติดตามหรือการที่เป็นกำลังหนุนอาจจะต้องมีการเข้าไปส่งเสริมหรือคอยดูแลห่างๆ เพื่อเป็นการไม่ทอดทิ้ง

หลังจากการส่งเสริมในการพัฒนาที่สำเร็จแล้ว นอกจากนี้การเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาที่มากขึ้นหรือการนำเอากลุ่มที่ประสบความสำเร็จมาเป็นพี่เลี้ยงอาจเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการที่สามารถให้กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)สร้างเครือข่ายความเข้มแข็งในการช่วยเหลือกันเอง ทั้งนี้การพัฒนาให้สินค้าบริการและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มโอท็อป สามารถที่จะส่งเสริมผลักดันให้เป็นสินค้าหลักในการใช้กันภายในประเทศก็เป็นการดีอย่างหนึ่งที่จะให้การขายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมต่อไปในอนาคต ในเรื่องนี้จะเน้นแรงกระตุ้นกลับไปให้กลุ่ม(OTOP) สร้างสินค้าและบริการที่มีมาตรฐาน หรือเป็นเชิงนวัตกรรมมากขึ้น เพื่อตอบโจทย์ความต้องการในกลไกตลาดต่อไป

2. ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยในรูปแบบของการเก็บข้อมูลแบบรายกรณีศึกษา (Case Study) โดยวิธีการเก็บข้อมูลแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพียงอย่างเดียว ควรใช้วิธีในการศึกษาโดยรูปแบบของการเก็บข้อมูลที่หลายหลาย นอกจากนี้ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการจับกลุ่มของ (Key Informants) ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญมาทำการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อเป็นการได้รับข้อมูล ความคิดเห็น ทศนคติ และมุมมองที่แตกต่างจากความคิดเห็นของตน อาจเกิดแนวทางในการเสริมสร้างการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ในแนวทางที่หลากหลายและมากขึ้นเพื่อให้บุคคลได้มีพฤติกรรมในการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ของกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) มากขึ้น
2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในเขตภาคกลาง ครั้งต่อไปจึงควรศึกษา ให้ครอบคลุมทุกภาค เนื่องจากแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน บริบทที่ต่างกัน จะแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตกระบวนการวิธีการ รูปแบบภูมิปัญญา ความเชื่อ ตลอดจนทรัพยากรท้องถิ่นที่ต่างกัน จะแสดงให้เห็นถึงปัจจัยในการที่มีส่วนให้กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ถึงการเกิดกระบวนการสร้างนวัตกรรมบนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ชัดเจนมากขึ้น
3. ควรศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มคนที่อยู่เบื้องหลังในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างผลิตภัณฑ์ โดยเป็นการศึกษาในเงื่อนไขของลักษณะส่วนบุคคล และเงื่อนไขจากสภาพแวดล้อม เงื่อนไขทางสังคมวัฒนธรรม เช่น เกษตรกรผู้ปลูกพืชผักผลไม้ท้องถิ่นที่นำมาสร้างผลิตภัณฑ์ ครอบครัวของผู้ที่มีความเชื่อ ตำนาน วิถีชีวิตการประกอบอาชีพ เพื่อให้เห็นถึงคุณค่า

ขององค์ความรู้ที่สั่งสมแล้วนำมาขยายระดับออกมาเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการต่างๆ เพื่อเพิ่มรูปแบบการถ่ายทอดในแง่มุมต่างๆมากขึ้น

4) ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในรูปแบบของการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ทักษะของการเป็นนวัตกรรม เพื่อเป็นข้อมูลเชิงลึกในการศึกษาแบบรายบุคคลที่เป็นทักษะเฉพาะตัวของผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเป็นโมเดลในการสร้างนวัตกรรมทางภูมิปัญญาท้องถิ่นในอนาคต

5) ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบของการจัดทำคู่มือหรือแบบเรียนหลักสูตรเทคนิคความสำเร็จเพื่อการผลิตแนวทางออกมาให้กลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กลุ่มอื่นๆสามารถนำเอาองค์ความรู้หรือเทคนิคต่างๆไปประยุกต์ต่อยอดใช้ต่อกับผลิตภัณฑ์ของตนเองได้จะทำให้เห็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาที่ชัดเจนและยังเป็นสื่อที่ใช้ในการเรียนรู้กระตุ้นกลุ่มกลุ่มอาชีพหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่สนใจในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในอนาคตต่อไป



บรรณานุกรม

- Bandura Albert. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs New Jersey: Prentice Hall.
- Christian Toban, & Herman Sjahrudin. (2016). The Antecedent and Consequence of Organizational Commitment and Job Satisfaction. *Journal of Business and Management Sciences*, 4(2), 26-33.
- Creswell John W., & Poth Cheryl N. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3). Los Angeles: Sage Publications.
- Gulick Luther Halsey, & Urwick Lyndall F. (1937). *Papers on the science of administration*. New York Institute of Public Administration, Columbia University.
- Inan Eda Atilgan, Buyukkupcu Aslihan, & Akincl Serkan. (2010). A Content Analysis of Factors Affecting New Product Development Process. *Business and Economics Research Journal*, 1(3), 87 - 100.
- Kanter R.M. (1998). Changes-Master Companies: Environments in which Innovations Flourish In *Handbook for Creative and Innovative Managers*, 1998(1), 91.
- Katz Daniel , & Kahn Robert L. (1978). *The social psychology of organizations* (2). New York: Wiley-Blackwell.
- Linda Evans, & Ian Abbott. (1998). *Teaching and learning in higher education*. New York: London : Cassell.
- Mckeown Max. (2008). *The Truth About Innovation* (1). London: London Prentice Hall.
- Tidd Joe, & Bessant John. (2005, January 2011). Managing innovatio : intergrating technological,market and organizational chang. *Managing innovatio*, 1(1), 7-55.
- Yin Robert K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* (5) (5). United Kingdom: Sage Publications.
- กมลภพ ศรีบุญเรือง, และ ศิวัช ศรีโกคางกุล. (2563, พฤษภาคม - มิถุนายน). ปัญหาการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ OTOP ในการขอรับมาตรฐานระดับชาติ ของเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนในจังหวัดชัยภูมิ Problems of Promoting and Supporting OTOP Operators in Obtaining National Standards, of Community Development Officers in Chaiyaphum

- Province. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 6(3), 221-234.
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2559). ยุทธศาสตร์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2559-2579). นนทบุรี: กลุ่มงานแผนและประเมินผล สำนักงานเลขานุการกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์.
- กรมพัฒนาชุมชน. (2560). คู่มือบริหารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- กฤษณะ ดาวเรือง. (2560, ตุลาคม - ธันวาคม). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาด วิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์. *สุทธิปริทัศน์*, 31(100), 130 - 143.
- กิตติคุณ แสงนิล, และ สันติธร ภูริภักดี. (2561, มกราคม - เมษายน). การศึกษาแนวทางการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืนด้วยหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของวิสาหกิจเพื่อสังคม: กรณีศึกษาสามพรานโมเดล โดยมูลนิธิสังคมนุรักษ์. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(1), 168 - 182.
- กุลลดา เลิศไสว. (2560). เรื่องเล่าสู่ความสำเร็จ: การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การอนุรักษ์พันธุ์ส้มอินครชัยศรี. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- ชัตติยา ขัตติยวรา, อนุสรณ์ สมบูรณ์, และ วิทวัส เสมอใจ. (2555). การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทำตะเกียงน้ำมันพืชแบบโบราณ กรณีศึกษา ตำบลปรางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 1(เมษายน - กันยายน), 67-76.
- คณะกรรมการประกันคุณภาพภายในระดับอุดมศึกษา คณะอนุกรรมการพัฒนาการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา. (2560). คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2557 (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- ชยาวัฒน์ เกียรติกมลมาลย์, และ สุรเกียรติ ธาดาวัฒนาวิทย์. (2564, มกราคม - เมษายน). แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการวิชาการของสถาบันอุดมศึกษาเฉพาะทางด้านอุตสาหกรรมบริการ Guidelines for the Development of Academic Services of Specialized Higher Education Institutions in the Hospitality Industry. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 100 - 118.
- ชลธิชา จิรภักดิ์, พระครูปริยติวรากร, พระอนุสรณ์ กิตติวณโณ, และ อรอนงค์ วุวงศ์. (2563). การส่งเสริมการเรียนรู้ด้านศิลปะเชิงสร้างสรรค์ผ้าคันมีของเยาวชนและผู้สูงอายุในกลุ่มจังหวัดลำานนา *Creative Quilt Art Learning Enhancement for Youth and Elderlies in Lanna*

Provinces (รายงานวิจัยย่อยที่ 3).

ชาย โพธิ์สิตา. (2548). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (6). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

โชติกา จันทร์อยู่. (2562). พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายการไฟฟ้าฝ่ายผลิต แห่งประเทศไทย *Innovative Behavior of Generation Y Employees in Electricity Generating Authority of Thailand* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์. (2554, กรกฎาคม - ธันวาคม). เชาวน์ปัญญากับการสร้างสรรค์ภูมิปัญญา พื้นบ้าน. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ(สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 13(1), 27-30.

ธนัทภรณ์ รัตภักดิ์, ชุตติวัฒน์ สุวัตติพงษ์, และ วิฑูรย์ วงษ์อำมาตย์. (2561). การพัฒนารูปแบบ แหล่งการเรียนรู้ชุมชนอัจฉริยะในศตวรรษที่ ๒๑ เพื่อส่งเสริมคุณลักษณะการเรียนรู้ตลอด ชีวิตของประชาชน.

ธวัชชัย เศรษฐจินดา. (2561). แนวทางการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการเพิ่ม ศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)ในประเทศไทย. วิทยาลัยป้องกัน ราชอาณาจักร, กรุงเทพฯ. (หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 60).

นริศรา ลอยฟ้า, เสาวลักษณ์ รักชอบ, และ ปราวริชาติ รื่นพงษ์พันธ์. (2563). แนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ *Guideline for Product Development and Increasing Marketing channels through E-commerce System for Thai Local textile community enterprises in Sisaket Province*.

นันทิดา ดอกแก้ว. (2551). บนวิถีทางสังคมและบริบททางวัฒนธรรมเกาหลีที่ปรากฏในซีรีส์เกาหลี เรื่องสะอูดรักที่ปักใจ *Full House*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์บัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.

บุญดี บุญญาภิจ. (2549). การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: จีวีดีเอ็ม เอ็มพีเพลส. ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. (2559, 30 ธันวาคม 2559). ราช กิจจานุเบกษา (เล่ม 133 ตอนที่ 115 ก).

ประกาศ เรื่อง ยุทธศาสตร์ชาติ. (2561, 13 ตุลาคม 2561). ราชกิจจานุเบกษา (เล่ม 135 ตอนที่ 82 ก). http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF

- ประกาศกฎกระทรวงสาธารณสุข(ฉบับที่193) พ.ศ.2543 เรื่อง วิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต และการเก็บรักษาอาหาร. (2543, 24 มกราคม 2544). ราชกิจจานุเบกษาฉบับประกาศทั่วไป (เล่ม 118 ตอนพิเศษ 6 ง.).
- ประมวล พิมพ์เสน. (2555). การประยุกต์วรรณกรรมคำสอนอีสานโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวัฒนธรรมศาสตร์).
- ประสาธ เนืองเฉลิม. (2546, มกราคม-มีนาคม). วิทยาศาสตร์ศึกษากับภูมิปัญญาท้องถิ่น. วารสารศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 11(1), 65-68.
- พรทิพย์ ไชยฤกษ์, และ ชวัลภมล ดอนขวา. (2557). ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน). *Suranaree J. Soc. Sci*, 8(2), 61-69.
- พระมหาเมธา คำไหล. (2547). การศึกษากระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาในการทำเครื่องทองลงหินบ้านหนองบัวน้อย ตำบลหนองบัวน้อย อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- พระราชบัญญัติ การให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐ พ.ศ.2562. (2562, 10 มีนาคม 2562). ราชกิจจานุเบกษา (เล่ม 136 ตอนที่ 29 ก).
http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2562/A/029/T_0001.PDF
- พัชรินทร์ สิริสุนทร. (2550). ชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ : แนวคิด เทคนิค และกระบวนการ (1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์แห่งมหาวิทยาลัย.
- มานิตย์ ไชยกิจ. (2557, เมษายน - มิถุนายน). แนวทางการบูรณาการการเรียนการสอน กับการวิจัยและการบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันอุดมศึกษา วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 16(2), 205 - 213.
- รักษ์ วรกิจโกศาทร. (2557). การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- วสันต์ สุทธาวาส, และ ประสบชัย พสุนนท์. (2558, มกราคม - เมษายน 2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมระดับบุคคลในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 8(1), 530-545.
- วันชัย ชันประสิทธิ์. (2560, กรกฎาคม - ธันวาคม). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ The Success Factors of OTOP. วารสารสารสนเทศ, 16(2), 147 - 158.
- วีระวุฒิ วัจนะพุกกะ, และ อาทิตยา อรุณศรีโสภณ. (2552). ชุมชนแห่งนวัตกรรมและความคิด

- สร้างสรรค์ The Community of Innovation & Creativity. วารสารนักบริหาร, 30(3), 25 - 30.
- ศุภรชตรา แสนวา. (2563). การถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. มนุษยศาสตร์วารสาร, 21(3), 177 - 199.
- ส.ศิริชัย นาคอุดม, ธนกฤต ยอดอุดม, และ เพียงพิศ ศรีประเสริฐ. (2563, มกราคม - มิถุนายน). ทูทางสังคม : ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน Social Capital: Competitive Advantage of Community Enterprise. วารสารนักบริหาร, 40(1), 115 - 124.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย, และ ประกอบ คูปรัดน์. (2553, ตุลาคม-ธันวาคม). นวัตกรรม : ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. วารสารบริหารธุรกิจ, 33(128), 49-65.
- สมบัติ กุสุมาวลี. (2556). เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ รุ่งอรุณของเศรษฐกิจดิจิทัล (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมศักดิ์ ทองแก้ว, พิชัย สดภิบาล, และ อุดมศักดิ์ สาริบุตร. (2558, กรกฎาคม - ธันวาคม). การศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 6(2), 134-147.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2550). สูดยอนนวัตกรรมไทย (2). กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2550). สูดยอนนวัตกรรมไทย.
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2563). คู่มือการดำเนินงานผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่ ประจำปี (1). กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2546). จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์ Social Psychology and Applications. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สิริอร วิชชาวุธ. (2554). จิตวิทยาการเรียนรู้ (1 เดือนตุลาคม 2554). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชาดา คุ่มสลุด, ยुरพร ศุทธรัตน์, และ ปรียานุช อภิบุญโยภาส. (2560, กันยายน - ธันวาคม). การศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้า OTOP ตามแนวคิด OVOP. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 9(3), 16-28.

- สุนิตย์ เหมนิล. (2564). ทูทางสังคมกับการประกอบสร้างวิสาหกิจชุมชน กรณีกลุ่มประมงดอนแก้ว อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. วารสารพัฒนาสังคม, 23(1), 118-142.
- สุบัน บัวขาว. (2562, มกราคม - มิถุนายน). การพัฒนาศักยภาพการตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนนทบุรี. วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร, 21(1), 33 - 40.
- เสวี พงษ์พิศ. (2548). วิธีทำและวิธีคิด แผนชีวิตเศรษฐกิจชุมชน (1). กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- อรณิชา ทศตา, สุกัญญา ใจอดทน, และ จันทรีจิรา ใจอดทน. (2560, มกราคม - เมษายน). การถ่ายทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านในการทอผ้าไหม อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ The Transfer of local wisdom on silk weaving Ban Khwao District, Chaiyaphum Province. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา, 11(1), 117-128.
- อักษร สวัสดิ์. (2542). ความรู้ความเข้าใจและความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย : กรณีศึกษาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร. (ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายพิชากร ชุนภักดี
วัน เดือน ปี เกิด	24 มีนาคม 2534
สถานที่เกิด	สุราษฎร์ธานี
วุฒิการศึกษา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต(จิตวิทยา) มหาวิทยาลัยบูรพา
ที่อยู่ปัจจุบัน	27 หมู่ 6 ตำบลบางมะเดื่อ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

