

การส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย
ด้วยกระบวนการจัดการความรู้ จังหวัดพิษณุโลก

**The Enhance Potentiality of Fabrics and Apparel Products Community
Enterprises by knowledge Management Processes Phitsanulok Province**

บุษรา สร้อยระย้า, กิรติญา สอนเนย,
อุทัยวรรณ ฉัตรธง, ศรีไพร พรหมชาติ และ จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง*

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

**Bussara Soiraya, Keeratiya Sornnoey,
Utaiwan Chattong, Sriprai Promchat and Jiraphat Kaewsritong***

Pibulsongkram Rajabhat University, Thailand

*Corresponding Author, E-mail: jiraphat@psru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทและส่งเสริมศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดพิษณุโลก ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน พื้นที่เป้าหมายคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง 459 บ้านวังฆ้อง ตำบลวังฆ้อง อำเภอรพมพิราม ได้จากการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสนทนากลุ่ม แบบทดสอบ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนมุ่งเน้นการพึ่งพาตนเองในการพัฒนาและยึดแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากวัตถุดิบที่มีในชุมชน สำหรับแนวทางการส่งเสริมโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การแสวงหาความรู้ 2) การพัฒนาและบูรณาการความรู้ 3) การถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ 4) การประยุกต์ใช้ความรู้ 5) การจัดเก็บความรู้ และผลของการจัดการความรู้ทำให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจและทักษะเพิ่มมากขึ้นภายหลังจากการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กระเป๋า เสื้อยืด ผ้าคลุมไหล่ หมวก และผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ พบว่า ผลิตภัณฑ์เสื้อยืดและผ้าคลุมไหล่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผลิตภัณฑ์กระเป๋าและหมวกมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การส่งเสริมศักยภาพ; กลุ่มวิสาหกิจชุมชน; ผ้าและเครื่องแต่งกาย; การจัดการความรู้

* วันที่รับบทความ : 23 สิงหาคม 2566; วันแก้ไขบทความ 1 ตุลาคม 2566; วันตอบรับบทความ : 3 ตุลาคม 2566

Abstracts

The research aims to study the context and enhance the potentiality of community enterprises focusing on fabrics and apparel in Phitsanulok province. The research employs a mixed-method approach. The target area Organic Agriculture Community Enterprise with Sufficiency 459 Wong Khong sub-district, Phrom Phiram district by purposive sampling. The instruments of this research were interview forms, group discussions, tests, and questionnaires. Qualitative data analysis involves content analysis, while quantitative data is analyzed using statistics such as frequency, percentage, mean, standard deviation, and t-test. The research finding reveal that the community enterprises emphasize self-reliance in development, following the sufficiency economy philosophy, by transforming and developing environmentally-friendly product using locally available raw materials. The knowledge management process for promoting these enterprises consists of five steps: 1) knowledge acquisition, 2) knowledge development and integration, 3) knowledge dissemination and exchange, 4) knowledge application, and 5) knowledge storage. The knowledge management process results in increased knowledge, understanding, and skills among members after significant statistical training at the 0.05 level. The participants are highly satisfied with their engagement in the activities. Furthermore, four prototype products were designed and developed, including bags, T-shirts, shoulder wraps, and hats. The survey results on respondents' opinions about the prototype products indicate that T-shirts and shoulder wraps are highly suitable, while bags and hats are also considered highly suitable.

Keywords: Enhance potentiality; Community enterprises; Fabrics and Apparel; Knowledge Management

บทนำ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาระดับประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เริ่มจากธุรกิจระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องผ้าและเครื่องแต่งกาย เนื่องจากเป็นภูมิปัญญาและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะสามารถสะท้อนถึงเรื่องราวเชิงพื้นที่ เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ประกอบกับมีแนวทางในการที่จะนำมาต่อยอด และพัฒนาได้หลากหลายเป็นทุนชุมชนที่มีอยู่ในรูปแบบองค์ความรู้ภูมิปัญญา แต่จากรายงานผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของวิสาหกิจชุมชนพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบผลสำเร็จ คือ มีกระบวนการผลิตที่ได้รับรองมาตรฐานและดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และวิสาหกิจชุมชนที่ยังไม่ประสบผลสำเร็จและบางแห่งไม่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงวิสาหกิจชุมชนที่กำลังเริ่มต้นดำเนินการและต้องการได้รับการพัฒนา เช่น ความต้องการด้านความรู้เรื่องการบริหารงาน ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ความรู้เรื่องการค้า ธุรกิจ เรื่องแหล่งเงินทุน เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องอาศัยการปรับกระบวนการ การปรับโครงสร้างการผลิตระดับปฐมภูมิ ส่งเสริมการจัดตั้ง การให้ความรู้ การศึกษาวิจัย ในการนำทุนชุมชนมาใช้ อย่างเหมาะสม นอกจากนี้จำเป็นต้องนำชุดความรู้วิสาหกิจชุมชนไปปฏิบัติทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ระดับครอบครัว และระดับชุมชน (อุทัย ปริญา, 2560 : 137-138) จะเห็นว่าความรู้เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาและเป็นสิ่ง

สำคัญต่อการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จได้โดยผ่านการนำความรู้ที่มีอยู่เดิม (ความรู้เก่า) มาบูรณาการให้เกิดเป็นความรู้ใหม่ ๆ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นให้สอดคล้องกับบริบทของงานหรือกิจการ ซึ่งกระบวนการจัดการความรู้ สามารถแบ่งเป็นกระบวนการย่อย ๆ เช่น การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ใหม่ การผสมหรือบูรณาการความรู้ การถ่ายทอดความรู้ การแบ่งปัน และจัดเก็บความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้สะดวกยิ่งขึ้นและเป็นการรักษาไว้ซึ่งความรู้เหล่านั้น กล่าวได้ว่า การจัดการความรู้เป็นการรวบรวมความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ทั้งจากเอกสาร หลักฐาน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น คำบอกเล่าจากบุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงาน เพื่อนำมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จากนั้นนำมาจัดเก็บและเผยแพร่ นำไปใช้อย่างเป็นระบบเพื่อนำองค์ความรู้มาพัฒนาให้บรรลุเป้าหมายของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง, 2565 : 121) โดยนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้เพื่อให้เกิดการพัฒนาคน พัฒนางาน พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าบริการ และพัฒนาองค์กร

จังหวัดพิษณุโลกมีกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายที่จดทะเบียนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2565 จำนวน 142 แห่ง (ฤทธิชัย ชุนโยธา, สัมภาษณ์ 15 สิงหาคม 2565) และจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นโดยการลงพื้นที่และจากการให้ข้อมูลของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง 459 บ้านวังฆ้อง ตำบลวังฆ้อง อำเภอพรหมพิราม จังหวัดพิษณุโลก มีความต้องการได้รับการพัฒนาเนื่องจากกำลังเริ่มต้นที่จะแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย โดยมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตามเจตนารมณ์ของการจัดตั้งกลุ่ม เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและมีการต่อยอดให้ประสบผลสำเร็จ รวมถึงเพื่อให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคม และกระแสมโนมของตลาดกลุ่มผู้บริโภค (นพรัตน์ สำลี, สัมภาษณ์ 9 กันยายน 2565) โดยประเด็นที่ค้นพบสภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่ม ได้แก่ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมามีความใกล้เคียงกับผู้ผลิตรายอื่น จึงต้องการความรู้ในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้หลากหลายยิ่งขึ้นแต่ยังคงไว้ซึ่งการใช้วัตถุดิบของชุมชน และมีช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น จากที่กล่าวมาจะเห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการองค์ความรู้ ที่มาจากการจัดการความรู้จะทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถสร้างและต่อยอดการพัฒนาด้วยการบูรณาการจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การได้ประโยชน์สูงสุดเพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชนต่อไป

ดังนั้นการนำกระบวนการจัดการความรู้มาพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นแนวทางที่จะสามารถตอบโจทย์ต่อสภาพปัญหาและความต้องการของทั้งระดับกลุ่มชุมชนและระดับประเทศได้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของอุทัย อ้นพิมพ์ และ สายรุ้ง ดินโคกสูง (2566 : 256) ในการสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มด้วยกระบวนการวิจัยประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ย่อย คือ กลยุทธ์การจัดการความรู้ร่วมกับชุมชน การจัดการความรู้ข้ามชุมชน และการบริหารจัดการ

ความรู้ในกลุ่ม และสอดคล้องกับวิศัลยธีรา เมตตานนท์ (2560 : 103-104) กล่าวว่า ความรู้เป็นสิ่งจำเป็นที่แสดงถึงความอยู่รอดของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะปัจจัยด้านภาวะผู้นำ การติดตามความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก และการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะดำเนินการพัฒนาการจัดการความรู้ที่ส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายจะเป็นการสร้างแนวทางของการจัดการความรู้ให้มีความเหมาะสมกับบริบทของกลุ่มและประเภทผลิตภัณฑ์ที่จะมาเสริมและพัฒนาให้เกิดมาตรฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ตามมาตรฐานตัวชี้วัดของกลุ่มและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงการเพิ่มพูนศักยภาพของสมาชิกกลุ่ม เพราะการจัดการความรู้จะเป็นการพัฒนาความรู้ ทักษะความสามารถได้ คาดว่าผลงานวิจัยที่ได้จะเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อโจทย์ต่อวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่มที่ต้องการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ กระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากจากการดำเนินธุรกิจ นำมาซึ่งการสร้างรายได้จากการสร้างงาน สร้างอาชีพภายใต้บริบทและทุนของชุมชนที่มีอยู่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายด้วยกระบวนการจัดการความรู้

ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินโครงการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในรูปแบบผสมผสาน (Mixed Method) คือ เริ่มการดำเนินงานด้วยกระบวนการวิจัยบนพื้นฐานการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในด้านต่าง ๆ จากนั้นดำเนินการส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มด้วยกระบวนการจัดการความรู้ โดยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) และทำการเก็บข้อมูลด้วยการวัดประเมินผลผู้เข้าร่วมกิจกรรมซึ่งเป็นพื้นฐานการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย

1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเบื้องต้นที่มีความสมัครใจให้ข้อมูล ประกอบด้วย 1) กลุ่มประชาชนทั่วไปและตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย ได้จากการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 7 คน และ 2) กลุ่มผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน หัวหน้ากลุ่มสตรี ได้จากการสุ่มแบบเจาะจง

(Purpose Sampling) (พิจารณาผู้ที่ได้รับการยอมรับ) แล้วบอกต่อด้วยเทคนิคสโนว์บอล (Snow ball) จำนวน 5 คน และ 3) ตัวแทนเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 คน (พิจารณาจากตำแหน่งบทบาทหน้าที่และมีประสบการณ์อย่างน้อย 5 ปี)

1.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จะได้รับการส่งเสริมศักยภาพ ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purpose Sampling) คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง 459 บ้านวังซ้อง ตำบลวังซ้อง อำเภอพรหมพิราม มีสมาชิกจำนวน 12 คน ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการได้รับพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย เนื่องจากต้องการแปรรูปและประยุกต์ใช้วัตถุดิบชุมชนทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์ตามแนวทางของเศรษฐกิจพอเพียง และพิจารณาจากเกณฑ์ของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก

1.3 กลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์ต้นแบบ คือ บุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการภายในห้างสรรพสินค้าเซนทรัลพิษณุโลก โดยเฉลี่ยวันละประมาณ 10,000 กว่าคน (ข้อมูลจากการสอบถามฝ่ายประชาสัมพันธ์) เนื่องจากเป็นสถานที่ที่เหมาะสมในการทดลองประเมินด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น จากนั้นกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรทาโรยามานะ (Taro yamane) ค่าความคาดเคลื่อน $\pm 10\%$ (ยูทธี ไกยวรรณ, 2545 : 109) ได้ขนาดกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน และได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้และการหาคุณภาพเครื่องมือ

2.1 แบบสนทนากลุ่มเป็นประเด็นสนทนาเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมศักยภาพของกลุ่ม

2.2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด ประเด็นคำถามด้านข้อมูลบริบทชุมชน สภาพปัญหาความต้องการพัฒนา การบริหารจัดการ และผลิตภัณฑ์ชุมชน ดำเนินการหาคุณภาพเครื่องมือ โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content of validity) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence :IOC) 0.5-1

2.3 แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการหาคุณภาพเครื่องมือ โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.5-1 จากนั้นวิเคราะห์หาค่าความยากง่าย (P) ค่าอำนาจจำแนก (r) เลือกข้อคำถามที่มีความยากง่ายอยู่ระหว่าง 0.20-0.80 และเลือกข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป จำนวน 20 ข้อ ได้ค่าความยากง่าย (P) ระหว่าง 0.60-0.80 และค่าอำนาจจำแนก (r) 0.40-0.60 โดยครอบคลุมเนื้อหาและจุดประสงค์ (ยูทธี ไกยวรรณ, 2545 : 165-166)

2.4 แบบสอบถาม ประกอบด้วย แบบสอบถามความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วม แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ต้นแบบ มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ดำเนินการหาคุณภาพเครื่องมือ โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.5-1 จากนั้นทดสอบความเชื่อมั่น

(Reliability) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ของแบบสอบถาม พบค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแบบสอบถามความพึงพอใจเท่ากับ 0.78 แบบสอบถามความความคิดเห็น เท่ากับ 0.75

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายรูปแบบ โดยเรียงลำดับดังต่อไปนี้

3.1 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยใช้แบบสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยจะดำเนินการเชิญผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมาร่วมอภิปราย ให้ข้อเสนอแนะเพื่อเสนอแนวทางในการส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

3.2 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จากแบบสอบถาม แบบทดสอบทั้งในรูปแบบออนไลน์ (Online Questionnaires) ผ่าน Google Form และเก็บข้อมูลด้วยนักวิจัยเอง เพื่อทำการประเมินผลคะแนนพัฒนาการความรู้ ความพึงพอใจ ภายหลังเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรม และประเมินความคิดเห็นของผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการภายในห้างสรรพสินค้าเซนทรัล พิชญโลก โดยนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบจัดแสดงโชว์แล้วให้ตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ Google Form จาก QR-code ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

4. การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อให้ได้ความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้แก่ 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Method triangulation) เป็นการตรวจสอบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกต สัมภาษณ์ การใช้เอกสาร 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator triangulation) เป็นการตรวจสอบโดยการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตหรือสัมภาษณ์ว่าถ้าผู้สังเกตหรือสัมภาษณ์เปลี่ยนไปแล้วข้อมูลจะเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data source triangulation) เป็นการตรวจสอบจากแหล่งเวลา สถานที่ บุคคลที่แตกต่างกันว่าถ้าเก็บข้อมูลต่างกันจะได้ข้อมูลเดิมหรือเปลี่ยนไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ในการเก็บข้อมูลด้วยการสำรวจ การสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยการประมวลผลข้อมูลที่เก็บได้ โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Data Classification) และวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่ได้ (Content Analysis)

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม แบบทดสอบ แล้วนำไปวิเคราะห์ด้วยสถิติ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ความพึงพอใจ ความคิดเห็น วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วแปลความหมายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สำหรับการเปรียบเทียบคะแนนทดสอบความรู้ โดยใช้สถิติทดสอบที (t-test)

6. ขั้นตอนการดำเนินงาน

6.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แล้วติดต่อประสานงานกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลกเพื่อระบุพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย และลงพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายเพื่อสำรวจข้อมูลในเบื้องต้น

6.2 จัดประชุมทีมนักวิจัยร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม คณะกรรมการ ช่างบ้าน ผู้นำชุมชน หัวหน้ากลุ่มสตรี เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม

6.3 ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพกลุ่มโดยกระบวนการจัดการความรู้ด้วยการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ความสามารถให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเริ่มจากการแสวงหาความรู้ที่จำเป็น แล้วพัฒนาและบูรณาการความรู้ มีการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ จากนั้นประยุกต์ใช้ความรู้ และการจัดเก็บความรู้ที่ใช้ต่อการส่งเสริมศักยภาพกลุ่ม

6.4 ดำเนินการทดลองและพัฒนาตามแผนกระบวนการจัดการความรู้โดยสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและทีมวิจัยดำเนินงานร่วมกัน พร้อมทั้งออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบตัวอย่างที่ได้จากกระบวนการจัดการความรู้ร่วมกัน จากนั้นนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้สำรวจความคิดเห็นของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

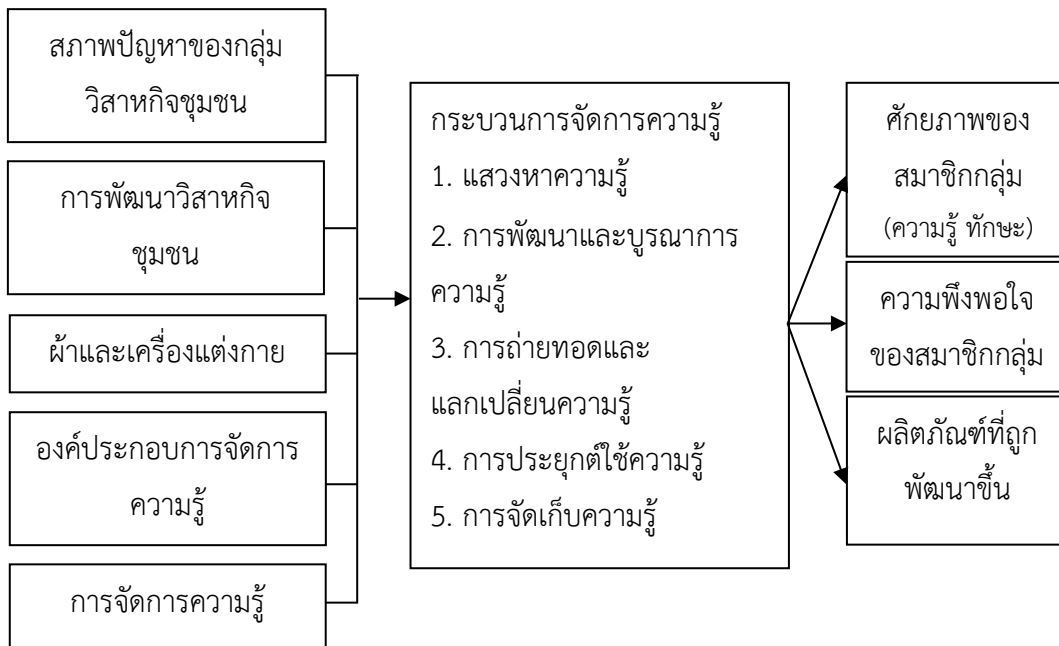
6.5 จัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนและเผยแพร่องค์ความรู้หรือแนวปฏิบัติที่ดี จากนั้นสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรม

6.6 จัดกิจกรรมถอดบทเรียนและคืนองค์ความรู้คืนให้กลุ่มเป้าหมาย จากนั้นประเมินผล สรุปผล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง การส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายด้วยกระบวนการจัดการความรู้ จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับหลักการจัดการความรู้และองค์ประกอบการจัดการความรู้ของ Nonaka (2002 : 437-462) และอุไรวรรณ แยมแสงสังข์ (2555 : 1-13) แนวคิดการพัฒนาเพื่อส่งเสริมและประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนของจินตนา กาญจนวิสุทธิ (2562 : 12-14, 105-116) และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าและเครื่อง

แต่งกายของจิราพัทธ์ แก้วศรีทอง (2565 : 147-171) และโดยลงพื้นที่ศึกษาบริบทชุมชน สัมภาษณ์ประชุมกลุ่มย่อยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของสภาพปัญหาความต้องการ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยนำเข้าที่จะส่งผลต่อการส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแล้วนำกระบวนการจัดการความรู้มาเป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน จากนั้นทำการวัดและประเมินผลศักยภาพของกลุ่มโดยการวัดความรู้ ทักษะ ความพึงพอใจ และผลผลิตจากการวิจัยคือผลิตภัณฑ์ที่ถูกพัฒนา โดยสามารถนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1. บริบทและศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดพิษณุโลก

ผลของการศึกษาบริบทและศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง 459 บ้านวังซ้อง ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ทางกลุ่มได้ดำเนินการก่อตั้งโดยจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนเมื่อวันที่ 29 มกราคม 2562 มีสมาชิกจำนวน 15 คน สถานที่ตั้งอยู่เลขที่ 93/8 หมู่ 3 ตำบลวงซ้อง อำเภอพรหมพิราม จังหวัดพิษณุโลก 65180 โดยเกิดจากการที่คนในพื้นที่รวมตัวกันและได้รับการแนะนำจากสำนักงานเกษตรอำเภอพรหมพิราม จึงได้ดำเนินการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง คือ เพื่อสร้างงานและรายได้ให้กับประชาชนภายในท้องถิ่น สร้างความรักความสามัคคีภายในชุมชน และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค รวมถึงเป็นแนวทางอาชีพให้คนรุ่นใหม่มา

พัฒนาบ้านเกิดและชุมชนของตน เนื่องจากชุมชนมีเจตนารมณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์ มุ่งเน้นการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น มีแนวคิด คือ เปลี่ยนจากการ “รับรู้” มาเป็นการ “เรียนรู้” เข้าร่วมอบรมแก้ปัญหาฐานราก นำศาสตร์พระราชาศาสตร์ภูมิปัญญาเกษตรพอเพียงมาปรับใช้ในครัวเรือน “พอมิ พอกิน พอใช้” สร้างแนวทาง “การพึ่งตนเอง” เริ่มจากปัญหา พัฒนาให้เกิดปัญญา และนำปัญญาไปแก้ไขปัญหของตนเอง มีการนำวัตถุดิบในชุมชน เช่น ใบกล้วย ใบไม้ กาบไผ่ มาแปรรูปเป็นภาชนะ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าชุมชนเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2564 ทางกลุ่มได้มีแนวคิดที่จะใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบชุมชนโดยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อจะได้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดประกอบกับกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์จากผ้า โดยย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งเป็นเจตนารมณ์ของกลุ่มในการสร้างสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมสีธรรมชาติโดยจัดทำเป็นเสื้อยืด และกระเป๋า จากนั้นทำการจัดขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิษณุโลก แต่ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และยังมีรูปแบบที่ไม่หลากหลาย ยังไม่เป็นที่รู้จักของตลาด ทางกลุ่มจึงมีความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมถึงสามารถสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีที่มีอยู่ โดยการนำของประธานกลุ่มในการเข้าร่วมโครงการเพื่อพัฒนาให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่าทางกลุ่มได้มีการกำหนดบทบาทและการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มไว้อย่างชัดเจน คือ มีการกำหนดโครงสร้างการดำเนินงาน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน เลขานุการ เภรณญิก ฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบัญชีและการเงิน มีการวางแผนบริหารจัดการและพัฒนาบุคลากร โดยประธานกลุ่มมีการกำหนดแนวทางให้กับสมาชิก มีการจัดสรรทรัพยากรในการผลิต หาแหล่งตลาดร่วมกัน และพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ และมีการเข้าอบรมและถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกร่วมกัน มีการเข้าร่วมทีมวิจัยเพื่อร่วมคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นนวัตกรรม และมีการศึกษาดูงานเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับฝ่ายผลิต สามารถสรุปประเด็นที่ค้นพบสภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่ม ได้แก่ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล และด้านการบริหารจัดการ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมามีความใกล้เคียงกับผู้ผลิตรายอื่น จึงต้องการความรู้ในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงช่องทางการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคยังไม่หลากหลาย ราคาที่จำหน่ายได้ต่อชิ้นไม่สูงมากนัก และจากการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) พบว่า กลุ่มมีความได้เปรียบจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนหาได้ในท้องถิ่น ความได้เปรียบในกระบวนการผลิต มีโอกาสสร้างกำไรได้สูง ส่วนจุดอ่อน (Weaknesses) คือ กลุ่มยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดมากนักทำให้มีส่วนแบ่งการตลาดไม่สูง ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือสร้างนวัตกรรมใหม่ได้ และยังไม่เชี่ยวชาญมากนัก เนื่องจากเพิ่งเริ่มผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย และด้านโอกาส (Opportunities) คือ ทางกลุ่มมีวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพียงพอเนื่องจากหาได้ในท้องถิ่น กระแสนิยมสินค้าที่เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อม เน้นสี่ธรรมชาติ และมีความเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐบาลและสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ส่วนอุปสรรค (Threats) คือ การขาดความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ และทักษะขั้นสูงในการดำเนินงาน

2. การส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายด้วยกระบวนการจัดการความรู้

2.1 แนวทางการส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายด้วยกระบวนการจัดการความรู้ 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย

1) แสวงหาความรู้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องแสวงหาความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการกลุ่ม การตลาดที่เกี่ยวข้อง แหล่งเงินทุน ระเบียบข้อบังคับมาตรฐานผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้เท่าทันต่อสถานการณ์และเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่ม ซึ่งความรู้เหล่านี้สามารถแสวงหาได้จากทั้งภายในและภายนอกชุมชน เช่น การศึกษาดูงาน การเข้าร่วมฝึกอบรม หรือการเข้าร่วมกิจกรรมที่สนับสนุนจากหน่วยงาน ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม พูดคุยแลกเปลี่ยน บอกต่อ หรือเกิดจากการทดลองพัฒนา ลงมือปฏิบัติแล้วเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่

2) การพัฒนาและบูรณาการความรู้ เป็นการนำความรู้ที่ได้มาบริหารจัดการเพื่อให้อยู่ในรูปแบบที่พร้อมนำไปใช้ประโยชน์ให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิม สร้างสรรค์กว่าเดิม เมื่อกลุ่มได้รับความรู้มาแล้วต้องนำมาพัฒนาและบูรณาการให้สอดคล้องกับบริบทของกลุ่ม ประเมินความพร้อมของกลุ่มว่าองค์ความรู้ใดเหมาะสมในการนำมาพัฒนาภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัดต่าง ๆ เป็นการผสมผสานประยุกต์เข้ากับองค์ความรู้ใหม่ตามบริบทสังคมที่เปลี่ยนไป ที่สำคัญ คือ นำความรู้ที่มีผสมผสานกับความรู้ใหม่ที่ได้จากการแสวงหามาใช้อย่างต่อเนื่องจึงจะเกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

3) การถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นการส่งต่อและรักษาองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นให้คงอยู่ โดยกระบวนการถ่ายเทนั้นมีรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ บางครั้งเป็นการถ่ายทอดแบ่งปันความรู้กันภายในกลุ่มระหว่างสมาชิก หรือบางครั้งเป็นการแบ่งปันความรู้ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ เช่น การเป็นวิทยากรรับเชิญไปบรรยายภายนอก กล่าวคือ เมื่อมีตัวแทนกลุ่มไปศึกษาดูงานทำให้ได้รับความรู้ แล้วนำมาแลกเปลี่ยนถ่ายทอดกันเพื่อพัฒนางานให้ดียิ่งขึ้น

4) การประยุกต์ใช้ความรู้เป็นการใช้ความรู้เดิมหรือความรู้ใหม่ที่แสวงหามาได้ให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนหรือสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผ่านการวางแผนและจัดการเพื่อให้การใช้ความรู้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม กล่าวคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องมีการเสริมศักยภาพทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการกลุ่ม การตลาดช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้ธุรกิจหรือการดำเนินงานของกลุ่มยังคงอยู่

และมีการพัฒนาที่ดีขึ้น หลักสำคัญของการประยุกต์ใช้ความรู้ต้องมีการวางแผนและจัดการอย่างต่อเนื่องตามบริบทของกลุ่ม

5) การจัดเก็บความรู้ เป็นการนำความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการกลุ่ม การตลาด กฎระเบียบที่มีทั้งที่อยู่ในตัวสมาชิก ในกลุ่ม หรือจากบุคคลที่เกี่ยวข้องให้เกิดเป็นความรู้ชัดแจ้งมากที่สุด รวมถึงความรู้อื่น ๆ ที่มีอยู่ โดยจัดเก็บในรูปแบบของสื่อช่องทางต่าง ๆ ทั้งในระบบออนไลน์และระบบออฟไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถนำความรู้กลับมาใช้หรือสร้างประโยชน์ใหม่ ๆ ได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องมีการจัดเก็บความรู้ของกลุ่มที่มีอยู่ในสื่อที่พร้อมนำมาใช้งาน หลักสำคัญของการจัดเก็บความรู้ให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสมและพร้อมกับการนำไปใช้

สรุปกระบวนการจัดการความรู้ แสดงแผนภาพที่ 2 และมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 2 กระบวนการจัดการความรู้เพื่อส่งเสริมศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย

2.2 ผลการส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายด้วยกระบวนการจัดการความรู้

1) ผลการประเมินศักยภาพของสมาชิกกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ พบว่า สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจและทักษะเพิ่มมากขึ้นหลังจากการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างคะแนนค่าเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่มก่อนและหลังเข้าร่วมฝึกอบรม

การทดสอบ	N	คะแนนเต็ม	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
ก่อนเรียน	15	20	11.00	2.63	16.289	.000
หลังเรียน	15	20	17.00	1.73		

ค่านัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.05$

จากตารางที่ 1 พบว่า คะแนนผลการทดสอบของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนก่อนเข้าร่วมฝึกอบรม และหลังเข้าร่วมฝึกอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเข้าร่วม ($\bar{X} = 17.00$, S.D. = 1.73) สูงกว่าก่อนเข้าร่วมฝึกอบรม ($\bar{X} = 11.00$, S.D. = 2.63)

2) ผลการประเมินความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 15 คน มีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

รายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	(n=15)
			ระดับความพึงพอใจ
1. การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของกระบวนการจัดการความรู้	4.73	0.45	มากที่สุด
2. เนื้อหาที่ได้รับเป็นความรู้ที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการกลุ่ม การตลาด	4.67	0.61	มากที่สุด
3. การได้รับแนวคิดและประสบการณ์ใหม่ ๆ ไปประยุกต์ใช้	4.60	0.63	มากที่สุด
4. กิจกรรมมีสัดส่วนระหว่างฝึกอบรมภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติเหมาะสม	4.47	0.51	มาก
5. ลักษณะของกิจกรรมสอดคล้องกับความต้องการส่งผลต่อการเรียนรู้และ พัฒนาความสามารถนำไปปฏิบัติได้	4.53	0.51	มากที่สุด
6. วิทยากรหรือผู้ดำเนินกิจกรรมมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีให้ความสนใจผู้เข้าร่วมอย่างทั่วถึง	4.87	0.35	มากที่สุด
7. ระยะเวลาในการดำเนินงานมีความเหมาะสม	4.33	0.61	มาก
8. วัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ประกอบกิจกรรมเพียงพอและความเหมาะสม	4.20	0.56	มาก
9. สถานที่มีความเหมาะสมกับกิจกรรมในแต่ละขั้นตอน	4.67	0.48	มากที่สุด
10. ความประทับใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมในภาพรวม	4.87	0.35	มากที่สุด
รวม	4.60	0.12	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้เข้าร่วมฝึกอบรมมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.12) โดยมีความประทับใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมและมีความพึงพอใจในส่วนของวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ มีมนุษยสัมพันธ์ให้ความสนใจผู้เข้าร่วมอย่างทั่วถึงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และรองลงมาคือการจัดมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของกระบวนการจัดการความรู้

3) ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาด้วยกระบวนการจัดการความรู้ เป็น ผลิตภัณฑ์จากผ้าพิมพ์ลายใบไม้สีเขียวธรรมชาติ (Eco-print) ต้นแบบที่ได้จากกระบวนการจัดการองค์ความรู้ จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาด้วยกระบวนการจัดการความรู้

ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	รายละเอียด
<p>ผลิตภัณฑ์กระเป๋า</p> 	<p>รูปแบบเป็นกระเป๋าทรง Tote Bag โดยมีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้เห็นลวดลายจากผ้าพิมพ์ลายใบไม้สีเขียวธรรมชาติซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของการสร้างลวดลายจากธรรมชาติ ผสมผสานกับการใช้วัสดุหนังมาเป็นหูกระเป๋าเพื่อความคงทนแข็งแรงต่อการใช้งาน รวมถึงการตัดเย็บกระเป๋ารูปทรงนี้มีขั้นตอนไม่ซับซ้อนมากนักซึ่งเหมาะสมกับการเริ่มต้นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้า</p>
<p>ผลิตภัณฑ์เสื้อยืด</p> 	<p>กลุ่มสามารถซื้อหรือจัดหาผลิตภัณฑ์เสื้อยืดสีพื้นต่างๆ แล้วนำมาเข้าสู่กระบวนการพิมพ์ลายด้วยสีเขียวธรรมชาติได้ สร้างสรรค์ลวดลายได้หลากหลายเนื่องจากมีพื้นที่ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง และในการบริหารจัดการจะได้ไม่ต้องเสียเวลาในการตัดเย็บหรือสต็อกสินค้าไว้ เป็นการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางการค้าและนำผลิตภัณฑ์มาสร้างมูลค่าเพิ่มตามความถนัดและความเชี่ยวชาญของกลุ่ม</p>
<p>ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่</p> 	<p>ผลิตภัณฑ์ใช้ทักษะการตัดเย็บอย่างง่ายโดยการเย็บขอบและตกแต่งชายผ้าในส่วนนี้สามารถกระจายงานให้กับสมาชิกวัยเด็กหรือวัยสูงอายุทำได้ และที่สำคัญผ้าคลุมไหล่เป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นการโชว์ลวดลายของผ้า ดังนั้นการพิมพ์ผ้าด้วยใบไม้ ดอกไม้สีเขียวธรรมชาติจะเป็นการสร้างสรรค์ผลงานได้หลากหลาย</p>
<p>ผลิตภัณฑ์หมวก</p> 	<p>รูปแบบหมวก Bucket Hat เนื่องจากหมวกกำลังได้รับความนิยมของตลาด และทางกลุ่มต้องการใช้เศษผ้าพิมพ์ลายธรรมชาติที่เหลือจากการตัดเย็บมาต่อกันแล้วทำเป็นหมวกเพราะรูปทรงที่ไม่ซับซ้อนจะทำให้เห็นลวดลายที่เกิดจากการต่อผ้ามีความโดดเด่นยิ่งขึ้น สามารถใส่ได้ทั้งสองด้าน เป็นการโชว์ลวดลายได้ชัดเจนและหลากหลาย นอกจากนี้จะเป็นการออกแบบตามแนวคิด Zero Waste ซึ่งเป็นเจตนารมณ์ของกลุ่ม</p>

4) ผลประเมินความคิดเห็นของผู้สนใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 48) อาชีพพนักงานของรัฐ (ร้อยละ 43) รายได้ 20,000 -25,000 บาท (ร้อยละ 39) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 53) และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลประเมินความคิดเห็นของผู้สนใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบตัวอย่าง

รายการประเมิน	กระเป๋		เสื่อยัด		ผ้าคลุมไหล่		หมวก	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1. สะท้อนความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.65	0.64	4.81	0.39	4.85	0.36	4.75	0.50
2. สะท้อนถึงการใช้วัตถุดิบธรรมชาติในชุมชน	4.56	0.64	4.62	0.53	4.64	0.48	4.47	0.65
3. สีสันทันและลวดลายของผลิตภัณฑ์มีความเด่น	4.73	0.45	4.74	0.44	4.79	0.40	4.46	0.67
4. ขนาดเหมาะสมกับการใช้งานของกลุ่มผู้บริโภค	4.25	0.85	4.04	0.65	4.05	0.73	4.48	0.71
5. รูปแบบเหมาะสมกับการใช้งานตามประเภทของผลิตภัณฑ์	4.02	0.72	4.67	0.49	4.68	0.51	3.76	0.79
6. วัสดุที่นำมาใช้ออกแบบตกแต่งเหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์	4.41	0.65	4.73	0.48	4.69	0.54	4.60	0.65
7. ราคาสอดคล้องกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และวัสดุที่ใช้ในการผลิต	4.71	0.57	4.77	0.42	4.76	0.42	4.84	0.37
8. การตัดเย็บมีความละเอียด ประณีต	4.13	0.81	4.42	0.67	4.58	0.63	4.40	0.80
ภาพรวม	4.43	0.22	4.60	0.20	4.63	0.22	4.47	0.27

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้สนใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ ($\bar{X} = 4.43$, S.D = 0.22) หมวก ($\bar{X} = 4.47$, S.D = 0.27) อยู่ในระดับมาก เสื่อยัด ($\bar{X} = 4.60$, S.D = 0.20) และผ้าคลุมไหล่ ($\bar{X} = 4.63$, S.D = 0.22) อยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาในการวิจัยและพัฒนาเรื่อง “การส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายด้วยกระบวนการจัดการความรู้ จังหวัดพิษณุโลก” พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง 459 บ้านวังซ้อง ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย มีประเด็นเป้าหมายของการพัฒนา คือ ด้านผลิตภัณฑ์เพราะยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน เนื่องจากยังขาดแนวทางความรู้และความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบกับยังไม่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญมากนัก จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มี

ความใกล้เคียงกับผู้ผลิตรายอื่น และยังไม่เป็นที่รู้จักของตลาดมากนัก เพราะแต่เดิมของการจัดตั้งกลุ่มมุ่งเน้นการทำเกษตรแบบปลอดสารพิษเป็นหลัก แต่มีความต้องการแนวทางการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายยิ่งขึ้นเพื่อความอยู่รอดของการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและเพื่อให้ได้ใช้วัตถุดิบเหลือใช้จากการเกษตรให้เกิดประโยชน์ในมิติอื่น ๆ ดังนั้นทางกลุ่มจึงมีความต้องการองค์ความรู้หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาพัฒนางานดังกล่าว และเป็นการบูรณาการใช้วัตถุดิบของชุมชน นอกจากนี้ปัญหาที่ค้นพบที่สำคัญอีกหนึ่งด้าน คือ ด้านการตลาดทั้งนี้อาจเป็นเพราะทางกลุ่มยังไม่มีแนวทางการส่งเสริมการตลาดที่ชัดเจนหรือกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม แต่ในเบื้องต้นทางกลุ่มได้มีการทำตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเข้าร่วมออกร้านกับหน่วยงานต่าง ๆ จะเห็นว่าการตลาดมีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะถ้าหากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพแต่ถ้าไม่สามารถจำหน่ายได้หรือทำให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้บริโภคได้นั้นจะส่งผลให้ไม่เกิดรายได้กลับมายังชุมชนซึ่งวัตถุประสงค์หนึ่งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็เพื่อสร้างรายได้ หรือบางครั้งแนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ก็มาจากกระแสความต้องการของตลาด สอดคล้องกับผลการวิจัยของชนนิกานต์ อินทรเผือก ประเทศ ไกรจันทร์ และทวีศักดิ์ รูปสิงห์ (2564 : 54) พบว่า องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาพรวม คือ การสร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์ การมีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรมและจริยธรรม การผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการหาแหล่งตลาดเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของจิตาพัชญ์ ไยเทศ ภูมาภา ร่มภูชัยพฤกษ์ และอธิกัญญ์ มาลี (2565 : 94) พบว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่เหมาะสมต่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการซื้อขายผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ และกลุ่มลูกค้าทั่วไป ด้วยช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เครือข่ายสังคมออนไลน์และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เหล่านี้เป็นแนวทางส่งเสริมการตลาดให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี

แนวทางการส่งเสริมศักยภาพของกลุ่ม พบว่า กระบวนการจัดการความรู้ที่ใช้ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ เริ่มจากการแสวงหาความรู้ที่มีความจำเป็นหรือเกี่ยวข้อง แล้วทำการพัฒนาและบูรณาการความรู้ให้เหมาะสมกับบริบทของกลุ่มและความรู้เหล่านั้นควรมีการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้กันอยู่เสมอ นำสู่การประยุกต์ใช้ความรู้ และการจัดเก็บความรู้ ซึ่งหลักสำคัญในการเกิดกระบวนการจัดการความรู้ได้นั้น ผู้นำกลุ่มหรือผู้นำชุมชนต้องมีการผลักดันให้เกิดขึ้นอยู่เสมออย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะเกิดการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ทั้งจากภายในและภายนอกชุมชนอยู่ตลอดเวลา การจัดการความรู้จะส่งเสริมศักยภาพของสมาชิกกลุ่มซึ่งเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาในมิติต่าง ๆ รวมถึงสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ขึ้นได้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของจิราพัทธ์ แก้วศรีทอง (2563 : 69) พบว่า กระบวนการจัดการความรู้จะส่งผลให้เกิดการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งภายในชุมชน ภายนอกชุมชนและระหว่างชุมชนซึ่งจะทำให้สมาชิกมีความรู้เพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องกับผลการวิจัยของวิศลย์ธีรา เมตตานนท์ (2560 : 103-104) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ภาวะผู้นำ การติดตามความเปลี่ยนแปลงของ

สภาพแวดล้อมภายนอกและเตรียมรับมือกับความเปลี่ยนแปลง เครือข่ายและการสร้างเครือข่าย การเรียนรู้ และสร้างความรู้อย่างต่อเนื่อง และผลของการจัดการความรู้ทำให้สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจและทักษะเพิ่มมากขึ้น มีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็น เพราะกระบวนการจัดการความรู้ของงานวิจัยเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มและร่วมกันดำเนินกิจกรรมให้ สอดคล้องกับความต้องการในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้มีกิจกรรมทั้งเชิงบรรยาย การลงมือ ฝึกปฏิบัติจริง สถานที่ วัสดุอุปกรณ์เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้สอดคล้องกับ Kambiz, A., Abbas, M., Aslan, A, S., Laura, T., Jurga, N., Loreta K., Vladislavas, K (2018 : 2) กล่าวว่า การจัดการความรู้ต้อง อำนวยความสะดวกในการสร้างความรู้ใหม่ เพื่อให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน จึงเป็นการรับความรู้ ความสำเร็จในกระบวนการจัดการส่งผลต่อนวัตกรรมองค์กร และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ประสิทธิ์ ติก ขาว และคณะ (2564 : 730) พบว่า การลงมือปฏิบัติจริงและได้เรียนรู้จากสถานการณ์จริงและมีความร่วมมือ ในการมีส่วนร่วมทุกกระบวนการส่งผลให้เกิดความสำเร็จ

นอกจากนี้จะเห็นว่าผลิตภัณฑ์ต้นแบบตัวอย่างที่ได้จากกระบวนการจัดการความรู้ใช้วัตถุดิบชุมชนเป็น หลักในการสร้างลดรายจ่ายสะท้อนถึงความเป็นสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตามเจตนารมณ์ของกลุ่ม และผล จากการสำรวจความคิดเห็นจากผู้สนใจผลิตภัณฑ์ทั่วไปพบว่าผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมในระดับมากและมาก ที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมทั้งจากสมาชิกกลุ่ม ทีม นักวิจัยโดยใช้เหตุผลประกอบการออกแบบ เช่น ข้อมูลทางการตลาด ข้อจำกัด ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ของสมาชิก วัตถุดิบที่มี ต้นทุน ระยะเวลาในการผลิต สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Pokkron, J., Cherdjerm, S., Jariyaratnagoon, J., Viramon, P., Kanponoi, N. & Senapa, C (2022 : 26) ได้ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและงานศิลปกรรมร่วมสมัยด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมพบว่าได้รับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับศักดิ์ชาย ลีक्षा และคณะ (2564 : 161) ที่ได้ศึกษาข้อมูลความต้องการ ทางการตลาดก่อนพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การใช้กระบวนการจัดการความรู้ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความรู้และทักษะเพิ่ม มากขึ้น รวมถึงมีความสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้ ดังนั้นจึงควรนำกระบวนการจัดการความรู้ที่ได้จัดทำ เป็นเล่มคู่มือหรือสื่อสำหรับการเผยแพร่เพื่อนำไปใช้ในส่งเสริมและฝึกอบรมให้กับสมาชิก กลุ่มวิสาหกิจชุมชน อื่นได้เรียนรู้เป็นการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

การประเมินความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้รับความเหมาะสมอยู่ในระดับมากแสดงให้เห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจมีศักยภาพในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนั้นควรมีการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จดังกล่าว รวมถึงควรมีการประเมินติดตามผลเมื่อมีการผลิตเพื่อจำหน่ายจริง และควรศึกษาแนวทางการตลาดที่เหมาะสมให้มีหลากหลายช่องทางมากขึ้น เช่น ออกบูทตามงานแสดงสินค้า ขายเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อออนไลน์ โดยขายผ่านหน้าโฮมเพจ Facebook Intragram Line Tiktok ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานวัฒนธรรม ควรนำผลวิจัยไปต่อยอดเพื่อปรับปรุงพัฒนา หรือวิเคราะห์ผลเพื่อจัดทำแผนการดำเนินงานขององค์กรบรรลุในแผนปฏิบัติการโดยพิจารณาทั้งด้านกำลังคน งบประมาณ กลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานให้สอดคล้องตามสภาพปัญหาความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนโยบายทั้งระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และระดับประเทศต่อไป

4. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

ผลของการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากระบวนการจัดการความรู้สามารถส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายได้ ดังนั้นควรทำการศึกษาการนำกระบวนการจัดการความรู้ไปส่งเสริมศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทอื่น ๆ เช่น ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องตี๋ม ประเภทของใช้ของตกแต่งของที่ระลึก ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง. (2563). การจัดการและพัฒนาองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเชื่อมโยงสู่วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดแพร่ : กรณีการทำผ้าหม้อห้อมของชาวไทยพวน. *วารสารการพัฒนาสังคม*. 22 (1), 69-82.
- จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง. (2565). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- จิตาพัชญ์ ไยเทศ, ลลภาภา ร่มภูชัยพฤกษ์ และ อธิกัญญา มาลี. (2565). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์. *Journal of Roi Kaensarn Academi*. 8 (3), 83–96.
- จินตนา กาญจนวิสุทธิ์. (2562). *เส้นทางวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งตนเอง*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: มินิ เซอร์วิส ซัพพลาย

- ชนนิกานต์ อินทรเผือก, ประเพศ ไกรจันทร์ และ ทวีศักดิ์ รูปสิงห์. (2564). รูปแบบการจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ*. 12 (2), 46-56.
- นพรัตน์ สำลี. ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์วิถีพอเพียง 459. (9 กันยายน 2565). *สัมภาษณ์*.
- ประสิทธิ์ ตึกขาว, ดนุลดา จามจรี และ ศิริยุภา พูลสุวรรณ. (2564). การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้โดยใช้ชุมชนเป็นฐานเสริมสร้างความสามารถในการใช้ทุนทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา. *วารสารศิลปะการจัดการ*. 5 (3), 718-732.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2545). *พื้นฐานการวิจัย ฉบับปรับปรุงใหม่*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- วิศัลย์ธีรา เมตตานนท์. (2560). การจัดการความรู้ในวิสาหกิจชุมชน: ทางเลือกในการพัฒนาความสามารถในการอยู่รอด. *วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ*. 9 (1), 103-126.
- ศักดิ์ชาย ลีक्षा, ประทับใจ สุวรรณธาดา, ดารา แสงกองมี, และ สมพร แสงกองม. (2564). การพัฒนาผ้าขาวม้าสำหรับกลุ่มผู้ผลิตในชุมชนภาคอีสานเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*. 12 (2), 161-176.
- อุทัย อ้นพิมพ์ และ สายรุ่ง ดินโคกสูง. (2566). การสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่องมาลี ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน วิสาหกิจชุมชนร่องมาลี จังหวัดอุบลราชธานี. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8 (5), 256–269.
- อุทัย ปริญา. (2560). “วิสาหกิจชุมชน” ปฏิวัติชนชั้นในการแข่งขันทางธุรกิจ. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*. 37 (2), 131-150.
- อุไรวรรณ แยมแสงสังข์. (2555). *การจัดการองค์ความรู้เบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: โอกรูปเพลส.
- ฤทธิชัย ขุนโยธา. นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ. (15 สิงหาคม 2565) .*สัมภาษณ์*.
- Kambiz, A., Abbas, M., Aslan, A, S., Laura, T., Jurga, N., Loreta K., Vladislavas, K. (2018). The effect of knowledge management, Organizational culture and organizational learning of innovation in automotive industry. *Journal of Business Economics and Management*. 19 (1), 1–19.
- Pokkrong, J., Cherdjerm, S., Jariyaratnagoon, J., Viramon, P., Kanponoi, N. & Senapa, C. (2022). The development of local products and contemporary arts as the souvenirs for the community-based tourism of the Khorum Sub-district, Uttaradit Province. *Journal of Asia Arts and Design*. 3 (1), 26-41.
- Nonaka, I. (2002). A dynamic theory of organizational knowledge creation. In C.W. Choo and N. Bontis (eds.), *The strategic management of intellectual capital and organizational knowledge* (pp.437-462). New York: Oxford University Press.