สถาบันวิทยาลัยชุมชน
INSTITUTE OF COMMUNITY COLLEGES
วิทยาลัยชุมชนสตูล
SATUN COMMUNITY COLLEGE

การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

สู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม

วิทยาลัยชุมชนสตูล

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

คำนำ

วิทยาลัยชุมชนสตูลมีปรัชญาพื้นฐานที่เชื่อมั่นว่า บุคคลทุกคนมีศักยภาพอยู่ในตนเอง หากได้รับโอกาสและการส่งเสริมสนับสนุนอย่างเหมาะสม ย่อมสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มความสามารถ และเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่อชุมชนและสังคม วิทยาลัยจึงมุ่งดำเนินงานตามพันธกิจในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาต่ำกว่าปริญญา การฝึกอบรมด้านวิชาการและวิชาชีพ การวิจัยและบริการทางวิชาการเพื่อการพัฒนาชุมชน การทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ท้องถิ่นและชุมชนอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างคน สร้างความรู้ และการพัฒนาศักยภาพของชุมชนบนพื้นฐานของทุนทางสังคม วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ที่สั่งสมและถ่ายทอดจากประสบการณ์ของคนในชุมชนผ่านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และการประกอบอาชีพ ซึ่งถือเป็นทุนสำคัญในการพัฒนาชุมชนและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทำให้ชุมชนจำเป็นต้องมีแนวทางในการรวบรวม อนุรักษ์ จัดระบบ และถ่ายทอดองค์ความรู้ดังกล่าวอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการประยุกต์ใช้ความรู้และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยยังคงรักษาอัตลักษณ์และคุณค่าดั้งเดิมของชุมชนไว้

การจัดทำรายงานการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) เรื่อง **“การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม”** มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมและสังเคราะห์องค์ความรู้ ประสบการณ์ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดมูลค่าเพิ่ม โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของบุคลากรวิทยาลัยชุมชนสตูล ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ กลุ่มอาชีพ และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถอดบทเรียนจากการปฏิบัติงานจริง การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของชุมชน ตลอดจนการสังเคราะห์แนวทางการดำเนินงานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงองค์ความรู้จากประสบการณ์ของชุมชนเข้ากับองค์ความรู้ทางวิชาการ เทคโนโลยี และแนวคิดสร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีอัตลักษณ์ และมีศักยภาพในการแข่งขัน

วิทยาลัยชุมชนสตูลคาดหวังว่า รายงานฉบับนี้จะเป็นแหล่งเรียนรู้และแนวทางสำหรับบุคลากร นักศึกษา ชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาคีเครือข่าย ในการนำองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นไปใช้ประโยชน์ ต่อยอดเป็นนวัตกรรม และสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ การสร้างงาน และการเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชน ตลอดจนส่งเสริมการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว

วิทยาลัยชุมชนสตูลหวังเป็นอย่างยิ่งว่า องค์ความรู้และแนวปฏิบัติที่นำเสนอในรายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการขยายผลการจัดการความรู้ไปสู่ชุมชนและเครือข่ายต่าง ๆ หากมีข้อบกพร่องประการใด วิทยาลัยชุมชนสตูลขอน้อมรับข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วิทยาลัยชุมชนสตูล
9 กรกฎาคม 2569

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
บทที่ 1 แนวคิดและหลักการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม	1
บทที่ 2 กระบวนการจัดการองค์ความรู้และกรอบการดำเนินงาน SATUN Model	8
บทที่ 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มและการสร้างมูลค่าเพิ่ม	20
บทที่ 4 บทบาทของวิทยาลัยชุมชนสตูลและภาคีเครือข่าย	26
บทที่ 5 บทเรียนที่ได้รับ แนวทางประเมินผล และการขยายผล	34
เอกสารอ้างอิง	34
ภาคผนวก	35

การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม

บทที่ 1 แนวคิดและหลักการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ การเรียนรู้ และการปรับตัวของคนในชุมชนให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และการประกอบอาชีพ โดยมีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งผ่านการปฏิบัติจริง การบอกเล่า การสาธิต และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ภูมิปัญญาดังกล่าวจึงมิได้เป็นเพียงมรดกทางวัฒนธรรม แต่ยังเป็นทุนสำคัญที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจชุมชน

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีลักษณะเฉพาะที่สัมพันธ์กับบริบทของแต่ละพื้นที่ ทั้งในด้านวัตถุดิบ ทักษะฝีมือ วิธีการผลิต ความเชื่อ ประเพณี และอัตลักษณ์ของชุมชน องค์ความรู้บางส่วนสามารถอธิบายและบันทึกเป็นเอกสารได้ ขณะที่ความรู้อีกส่วนหนึ่งเกิดจากประสบการณ์และความชำนาญเฉพาะบุคคล ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการสังเกต การสัมภาษณ์ การสาธิต และการฝึกปฏิบัติเพื่อให้สามารถถ่ายทอดได้อย่างครบถ้วน การจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงต้องให้ความสำคัญทั้งการอนุรักษ์องค์ความรู้ดั้งเดิมและการสร้างโอกาสให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาต่อยอดอย่างเหมาะสม

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้ชุมชนจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรักษาคุณค่าของภูมิปัญญาและเพิ่มศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ที่มีอยู่ หากความรู้ยังคงอยู่เฉพาะในตัวบุคคลและไม่มีการบันทึกหรือถ่ายทอดอย่างเป็นระบบ อาจทำให้เกิดข้อจำกัดในการสืบทอดองค์ความรู้เมื่อผู้รู้ไม่สามารถถ่ายทอดต่อได้ ขณะเดียวกัน หากชุมชนไม่สามารถเชื่อมโยงภูมิปัญญากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และช่องทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม คุณค่าทางวัฒนธรรมและทรัพยากรที่มีอยู่ก็อาจยังไม่สามารถสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้อย่างเต็มศักยภาพ

การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นกระบวนการสำคัญในการรวบรวม อนุรักษ์ จัดระบบ แลกเปลี่ยน ถ่ายทอด และนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ โดยผสมผสานความรู้จากประสบการณ์ของคนในชุมชนกับองค์ความรู้ทางวิชาการ เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม กระบวนการดังกล่าวจะช่วยให้ชุมชนสามารถรักษารากฐานทางวัฒนธรรม ควบคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาความสามารถในการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน

สำหรับจังหวัดสตูล ภูมิปัญญาที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และการประกอบอาชีพของประชาชนสามารถนำมาใช้เป็นฐานในการพัฒนาชุมชนได้ กรณีการจัดการองค์ความรู้เรื่องโกปี้โบราณและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ “โกปี๊นาข่า” เป็นตัวอย่างของการนำองค์ความรู้เกี่ยวกับกาแฟโบราณมาพัฒนาต่อยอดผ่านการถ่ายทอดความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์ และการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่ม โดยมีวิทยาลัยชุมชนสตูลและภาคีเครือข่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของชุมชน

ดังนั้น การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มจึงมีความสำคัญทั้งในมิติของการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญา การพัฒนาทักษะและความสามารถของคนในชุมชน การสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่า ตลอดจนการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เติบโตบนพื้นฐานของทุนและศักยภาพที่มีอยู่เดิม

1.2 แนวคิดและความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะ วิธีคิด และประสบการณ์ที่คนในชุมชนได้สั่งสมจากการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ และการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ โดยมีการเรียนรู้ ปรับปรุง และถ่ายทอดภายในชุมชนจนกลายเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่าและสัมพันธ์กับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถจำแนกตามลักษณะการใช้ประโยชน์ได้หลายด้าน ได้แก่

1. **ภูมิปัญญาด้านการผลิตและการแปรรูป** เป็นความรู้เกี่ยวกับการเลือกวัตถุดิบ การผลิต การแปรรูป การควบคุมคุณภาพ และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์
2. **ภูมิปัญญาด้านอาหารและเครื่องดื่ม** เป็นความรู้เกี่ยวกับสูตร วัตถุดิบ เทคนิคการเตรียมและการปรุง ตลอดจนวิถีการบริโภคที่สัมพันธ์กับวัฒนธรรมของชุมชน
3. **ภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมและศิลปะ** เป็นทักษะฝีมือและเทคนิคการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจสะท้อนอัตลักษณ์ ความเชื่อ และรูปแบบศิลปะของท้องถิ่น
4. **ภูมิปัญญาด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม** เป็นความรู้เกี่ยวกับการใช้และดูแลทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม
5. **ภูมิปัญญาด้านการบริหารจัดการและการดำเนินชีวิต** เป็นความรู้เกี่ยวกับการรวมกลุ่ม การแบ่งหน้าที่ การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และการแก้ไขปัญหาของชุมชน

การจำแนกดังกล่าวเป็นกรอบสำหรับทำความเข้าใจและรวบรวมองค์ความรู้ มิใช่การแบ่งประเภทที่ตายตัว ภูมิปัญญาหนึ่งเรื่องอาจเชื่อมโยงกับความรู้หลายด้านได้ในเวลาเดียวกัน

คุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถพิจารณาได้อย่างน้อย 3 มิติ ได้แก่ มิติทางวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์และความต่อเนื่องของวิถีชีวิต มิติทางสังคม ซึ่งส่งเสริมการเรียนรู้ ความร่วมมือ และความภาคภูมิใจของคนในชุมชน และมิติทางเศรษฐกิจ ซึ่งเปิดโอกาสให้ชุมชนนำความรู้และทรัพยากรที่มีอยู่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์และรายได้

อย่างไรก็ตาม การนำภูมิปัญญาไปใช้ประโยชน์ควรคำนึงถึงสิทธิและบทบาทของเจ้าขององค์ความรู้ การยินยอมให้บันทึกหรือเผยแพร่ข้อมูล ตลอดจนการแบ่งปันประโยชน์อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะองค์ความรู้ที่มีความเฉพาะเจาะจงหรือเป็นความรู้ที่ชุมชนต้องการสงวนไว้ การพัฒนาต่อยอดจึงควรดำเนินการด้วยความเคารพต่อเจ้าของภูมิปัญญาและบริบททางวัฒนธรรมของชุมชน

1.3 แนวคิดและหลักการจัดการความรู้

การจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) หมายถึง กระบวนการที่ช่วยให้องค์กรหรือชุมชนสามารถค้นหา รวบรวม สร้าง จัดระบบ แลกเปลี่ยน ถ่ายทอด และนำความรู้ไปใช้ในการพัฒนางานหรือแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลและความรู้ที่ได้รับการบันทึกไว้ในรูปแบบต่าง ๆ

ความรู้ที่นำมาใช้ในการจัดการความรู้สามารถอธิบายได้เป็น 2 ลักษณะสำคัญ ได้แก่

1. ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ ความชำนาญ ความเข้าใจและการปฏิบัติของบุคคล ซึ่งอาจอธิบายเป็นข้อความได้ไม่ครบถ้วน เช่น เทคนิคการคั่วกาแฟ การสังเกตลักษณะวัตถุดิบ การปรับขั้นตอนการผลิตตามสภาพแวดล้อม หรือการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ความรู้ลักษณะนี้ควรได้รับการรวบรวมผ่านการสัมภาษณ์ การสังเกต การสาธิต และการฝึกปฏิบัติร่วมกับผู้มีประสบการณ์

2. ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถอธิบาย บันทึก และถ่ายทอดในรูปแบบที่ผู้อื่นเข้าถึงได้ เช่น เอกสาร คู่มือ สูตรการผลิต ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ภาพถ่าย วิดีโอ และสื่อการ

เรียนรู้ การจัดทำความรู้ให้อยู่ในรูปแบบดังกล่าวช่วยให้สมาชิกสามารถทบทวน เรียนรู้ และนำไปใช้ได้อย่างต่อเนื่อง

การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจำเป็นต้องเชื่อมโยงความรู้ทั้งสองลักษณะเข้าด้วยกัน กล่าวคือ ต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญของผู้รู้เป็นฐานในการถอดบทเรียน แล้วจัดทำเป็นองค์ความรู้ที่สามารถถ่ายทอดได้ พร้อมเปิดโอกาสให้สมาชิกนำความรู้ไปทดลองใช้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และปรับปรุงให้เหมาะสมกับบริบทของตนเอง

กระบวนการจัดการความรู้ที่เหมาะสมกับการพัฒนาชุมชนสามารถดำเนินการได้ดังนี้

1. **การบ่งชี้ความรู้** สำรวจปัญหา ความต้องการ และศักยภาพของชุมชน เพื่อระบุว่าความรู้ใดมีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนา
2. **การสร้างและแสวงหาความรู้** รวบรวมความรู้จากปราชญ์ชาวบ้าน สมาชิกกลุ่ม เอกสารทางวิชาการ และแหล่งเรียนรู้ที่เกี่ยวข้อง
3. **การจัดความรู้ให้เป็นระบบ** จัดหมวดหมู่ บันทึก และจัดเก็บความรู้ให้ค้นหาและนำกลับมาใช้ได้สะดวก
4. **การประมวลและกลั่นกรองความรู้** ตรวจสอบความถูกต้อง สังเคราะห์ประเด็นสำคัญ และปรับรูปแบบความรู้ให้เหมาะสมกับผู้ใช้
5. **การเข้าถึงและแบ่งปันความรู้** จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ฝึกอบรม สาธิต และเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อที่เหมาะสม
6. **การเรียนรู้และนำความรู้ไปใช้** สนับสนุนให้สมาชิกนำความรู้ไปทดลองปฏิบัติ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงกระบวนการทำงาน และแก้ไขปัญหาจริง
7. **การติดตามและปรับปรุง** ประเมินผลการนำความรู้ไปใช้ รวบรวมข้อเสนอแนะ และปรับปรุงองค์ความรู้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

กระบวนการดังกล่าวควรดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและเชื่อมโยงกัน ไม่ใช่เพียงการจัดอบรมหรือจัดทำเอกสารเผยแพร่เท่านั้น หัวใจสำคัญคือการทำให้ความรู้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน และช่วยพัฒนาศักยภาพของบุคคล กลุ่ม และชุมชนในระยะยาว

สำหรับการดำเนินงานของวิทยาลัยชุมชนสตูล การจัดการความรู้ควรเชื่อมโยงการสำรวจความต้องการของชุมชน การพัฒนากิจกรรมหรือหลักสูตร การถ่ายทอดองค์ความรู้ การทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการติดตามผลเข้าด้วยกัน โดยให้บุคลากรของวิทยาลัย ปราชญ์ชาวบ้าน สมาชิกกลุ่ม และภาคีเครือข่ายมีส่วนร่วมตามบทบาทและความเชี่ยวชาญ

1.4 แนวคิดทุนชุมชนและวิสาหกิจชุมชน

1.4.1 ทุนชุมชน

ทุนชุมชนหมายถึงทรัพยากรและศักยภาพที่ชุมชนมีอยู่และสามารถนำมาใช้ในการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ และการพัฒนาชุมชนได้ ทุนดังกล่าวมิได้จำกัดเฉพาะเงินทุนหรือทรัพย์สินที่มีมูลค่าเป็นตัวเงิน แต่ยังครอบคลุมความรู้ ทักษะ ความสัมพันธ์ทางสังคม วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนา

ทุนชุมชนสามารถพิจารณาได้หลายประเภท ดังนี้

1. **ทุนมนุษย์** ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ความสามารถ และความชำนาญของสมาชิกในชุมชน
2. **ทุนทางสังคม** ได้แก่ ความไว้วางใจ ความร่วมมือ เครือข่าย และความสัมพันธ์ที่เอื้อต่อการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน

3. **ทุนทางวัฒนธรรม** ได้แก่ ประเพณี วิถีชีวิต อัตลักษณ์ ความเชื่อ และภูมิปัญญาที่สืบทอดในชุมชน

4. **ทุนทรัพยากรธรรมชาติ** ได้แก่ วัตถุดิบ พืชพรรณ และทรัพยากรในพื้นที่ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม

5. **ทุนทางกายภาพและการเงิน** ได้แก่ เครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ผลิต เงินทุน และทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจกรรม

6. **ทุนความรู้และนวัตกรรม** ได้แก่ องค์ความรู้ที่ผ่านการรวบรวม สังเคราะห์ ทดลอง และพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างวิธีการหรือผลิตภัณฑ์ใหม่

ทุนแต่ละประเภทมีความสัมพันธ์และสนับสนุนซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญากาแฟโบราณจำเป็นต้องอาศัยทุนมนุษย์จากผู้มีประสบการณ์ ทุนทางวัฒนธรรมจากวิถีการดื่มกาแฟ ทุนทางสังคมจากการรวมกลุ่ม ตลอดจนทุนทางกายภาพและการเงินสำหรับการผลิตและจำหน่าย

การพัฒนาชุมชนจึงควรเริ่มจากการสำรวจและทำความเข้าใจทุนที่มีอยู่ แล้วพิจารณาว่าจะเชื่อมโยงทุนเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์อย่างไร โดยไม่มุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มผลผลิตหรือรายได้ แต่คำนึงถึงความสามารถของชุมชนในการจัดการทรัพยากร การเรียนรู้ และการพึ่งพาตนเองด้วย

1.4.2 วิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นรูปแบบการประกอบกิจการที่เกิดจากการรวมตัวของบุคคลในชุมชนเพื่อดำเนินกิจกรรมด้านการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือกิจกรรมอื่นที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ครอบครัวและชุมชน โดยอาศัยทุนและศักยภาพที่มีอยู่ในพื้นที่เป็นพื้นฐานในการดำเนินงาน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เป็นกฎหมายสำคัญที่กำหนดกรอบเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนและการส่งเสริมกิจการของชุมชน การอธิบายความหมายและสถานะของกลุ่มในรายงานจึงควรพิจารณาตามกฎหมายและข้อมูลการจดทะเบียนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ การใช้คำว่า “กลุ่มวิสาหกิจชุมชน” ในรายงานควรสอดคล้องกับสถานะของกลุ่มตามหลักฐานจริง

ลักษณะสำคัญของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ได้แก่

1. ชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของ กำหนดทิศทาง และดำเนินกิจกรรม
2. ใช้ทรัพยากร ความรู้ และภูมิปัญญาในท้องถิ่นเป็นฐานในการผลิตหรือให้บริการ
3. มีการบริหารจัดการและแบ่งหน้าที่อย่างเหมาะสม
4. ส่งเสริมการเรียนรู้ การพัฒนาทักษะ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่
5. พัฒนากิจกรรมที่เชื่อมโยงกันและสอดคล้องกับบริบทของชุมชน
6. มุ่งสร้างประโยชน์แก่สมาชิกและชุมชนควบคู่กับการสร้างรายได้
7. ส่งเสริมการพึ่งพาตนเองและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นกลไกหนึ่งที่ช่วยเปลี่ยนทุนชุมชนให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม การรวมกลุ่มเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้เกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีการจัดการความรู้ การบริหารงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

ในบริบทของรายงานฉบับนี้ แนวคิดวิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญในฐานะกรอบสำหรับทำความเข้าใจการนำองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และอาชีพ โดยกรณีโกปี๊นาข่าแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างองค์ความรู้ดั้งเดิม การรวมกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างแหล่งเรียนรู้ของชุมชน

1.5 แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง การนำความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ทรัพยากร และอัตลักษณ์ที่มีอยู่ในชุมชนมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดคุณค่าและประโยชน์มากขึ้น ทั้งในด้านคุณภาพ ประโยชน์ใช้สอย ความแตกต่าง ความน่าสนใจ และโอกาสในการเข้าถึงตลาด โดยต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับบริบทของชุมชนและการรักษาคุณค่าดั้งเดิมของภูมิปัญญา

การสร้างมูลค่าเพิ่มไม่จำเป็นต้องหมายถึงการเพิ่มราคาจำหน่ายเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากการพัฒนาคุณภาพ การลดต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การสร้างความน่าเชื่อถือ การเพิ่มช่องทางจำหน่าย การสร้างประสบการณ์ให้แก่ผู้บริโภค หรือการทำให้ชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้และสร้างประโยชน์ได้กว้างขวางขึ้น

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถจำแนกได้ดังนี้

1.5.1 การพัฒนาคุณภาพและกระบวนการผลิต

การพัฒนาคุณภาพเป็นการนำความรู้เดิมมาทบทวนและปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสม่ำเสมอ มีขั้นตอนการผลิตที่เหมาะสม และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น กระบวนการดังกล่าวควรมีการบันทึกขั้นตอนการทำงาน การเลือกวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพ และข้อควรระวัง เพื่อให้สมาชิกสามารถเรียนรู้และปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง

1.5.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการนำองค์ความรู้เดิมมาสร้างรูปแบบหรือประโยชน์ใช้สอยที่หลากหลายขึ้น โดยต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิต ต้นทุน ความต้องการของผู้บริโภค และความสามารถของกลุ่ม ส่วนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ช่วยปกป้องผลิตภัณฑ์ สื่อสารข้อมูล และสร้างความโดดเด่นให้สินค้า ทั้งนี้ การออกแบบควรสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและไม่ทำให้ความหมายของภูมิปัญญาดั้งเดิมคลาดเคลื่อน

1.5.3 การสร้างอัตลักษณ์และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีคุณค่าจากที่มา กระบวนการผลิต ผู้ถ่ายทอด และความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชน การนำเรื่องราวเหล่านี้มาสื่อสารอย่างถูกต้องช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจคุณค่าของผลิตภัณฑ์และเห็นความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป อย่างไรก็ตาม การสื่อสารควรตั้งอยู่บนข้อเท็จจริงและได้รับความยินยอมจากผู้เกี่ยวข้อง โดยไม่กล่าวอ้างเกินกว่าหลักฐานที่มี

1.5.4 การพัฒนาการตลาดและช่องทางจำหน่าย

การสร้างมูลค่าเพิ่มจำเป็นต้องเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับผู้ใช้หรือผู้บริโภคที่เหมาะสม กลุ่มชุมชนจึงควรศึกษาความต้องการของตลาด กำหนดกลุ่มลูกค้า วางแผนราคาและต้นทุน และเลือกช่องทางจำหน่ายที่สอดคล้องกับกำลังการผลิต เช่น การจำหน่ายโดยตรง การออกร้าน การจำหน่ายผ่านเครือข่าย หรือการใช้สื่อดิจิทัลตามความพร้อมของกลุ่ม

การประเมินผลด้านการตลาดควรพิจารณาจากข้อมูลจริง เช่น จำนวนคำสั่งซื้อ ความถี่ในการซื้อ ความพึงพอใจของลูกค้า และยอดจำหน่ายในช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อใช้เป็นข้อมูลปรับปรุงการผลิตและการบริหารจัดการ

1.5.5 การพัฒนาความรู้และประสบการณ์เป็นบริการหรือแหล่งเรียนรู้

นอกจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว ภูมิปัญญาท้องถิ่นยังสามารถนำมาพัฒนาเป็นหลักสูตรฝึกอบรม กิจกรรมสาธิต การศึกษาดูงาน หรือประสบการณ์เรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้สนใจได้เรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์โดยตรง การดำเนินงานลักษณะนี้ช่วยเพิ่มช่องทางการใช้ประโยชน์จากความรู้ และสนับสนุนการสืบทอดภูมิปัญญาในชุมชน

กรณีโกปี๊นาข่าสามารถใช้เป็นตัวอย่างในการอธิบายการเชื่อมโยงระหว่างความรู้เกี่ยวกับกาแฟโบราณ การพัฒนาหลักสูตร การสร้างแบรนด์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดกิจกรรมเรียนรู้ ทั้งนี้ ควรระบุผลที่เกิดขึ้นจริงจากแต่ละกิจกรรมให้ชัดเจน และแยกผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วออกจากผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการทดสอบตลาดหรือมีการจำหน่ายจริง

1.5.6 การสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน

การสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืนต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ การพัฒนาควรช่วยสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพและรายได้ ขณะเดียวกันก็รักษาความรู้ดั้งเดิม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิก ใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนในระยะยาว ดังนั้น การประเมินความสำเร็จของการสร้างมูลค่าเพิ่มจึงไม่ควรพิจารณาจากจำนวนผลิตภัณฑ์หรือยอดขายเพียงอย่างเดียว แต่ควรพิจารณาด้วยว่าความรู้ได้รับการถ่ายทอดหรือไม่ สมาชิกสามารถนำไปใช้ได้จริงหรือไม่ ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของตลาดเพียงใด และชุมชนมีความสามารถในการบริหารจัดการและพัฒนาตนเองเพิ่มขึ้นหรือไม่

1.6 ความเชื่อมโยงระหว่างการจัดการความรู้กับการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การจัดการความรู้และการสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นกระบวนการที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน การจัดการความรู้ช่วยให้ชุมชนเข้าใจและใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ที่มีอยู่ ขณะที่การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นแนวทางหนึ่งในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งสองกระบวนการควรดำเนินควบคู่กันและมีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

ความเชื่อมโยงดังกล่าวสามารถอธิบายเป็นลำดับได้ดังนี้

ขั้นที่ 1 การค้นหาและทำความเข้าใจภูมิปัญญา

สำรวจองค์ความรู้ ผู้ถ่ายทอด วัตถุดิบ ทรัพยากร และความต้องการของชุมชน เพื่อระบุทุนเดิมที่สามารถนำมาพัฒนาได้

ขั้นที่ 2 การรวบรวมและถอดบทเรียน

สัมภาษณ์ สังเกต และบันทึกกระบวนการปฏิบัติจริง เพื่อให้เข้าใจขั้นตอน เทคนิค ประสบการณ์ และข้อควรระวังของผู้รู้

ขั้นที่ 3 การจัดระบบและแลกเปลี่ยนความรู้

จัดทำคู่มือ เอกสาร สื่อการเรียนรู้ หรือกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้สมาชิกสามารถเข้าถึงและนำองค์ความรู้ไปใช้ได้

ขั้นที่ 4 การประยุกต์ใช้และพัฒนาต่อยอด

นำองค์ความรู้มาทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงกระบวนการผลิต พัฒนาบรรจุภัณฑ์ หรือสร้างรูปแบบบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้

ขั้นที่ 5 การสร้างมูลค่าเพิ่มและการใช้ประโยชน์

นำผลิตภัณฑ์หรือบริการไปใช้จริง ประเมินความต้องการของผู้บริโภค พัฒนาช่องทางจำหน่าย และติดตามผลด้านคุณภาพ ต้นทุน รายได้ หรือประโยชน์ที่เกิดขึ้นตามข้อมูลที่มี

ขั้นที่ 6 การประเมินผลและถ่ายทอดบทเรียนกลับสู่ชุมชน

รวบรวมผลการดำเนินงาน ปัญหา ข้อเสนอแนะ และบทเรียนที่ได้รับ แล้วนำไปปรับปรุงองค์ความรู้และแนวทางดำเนินงานในรอบต่อไป

กระบวนการดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มไม่ได้เริ่มต้นจากการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือการตลาดเพียงอย่างเดียว แต่เริ่มจากการทำความเข้าใจความรู้และทุนของชุมชน จากนั้นจึงพัฒนาความรู้ให้สามารถนำไปใช้ได้จริง และนำผลจากการใช้กลับมาปรับปรุงองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

1.7 บทบาทของวิทยาลัยชุมชนสตูลในการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

วิทยาลัยชุมชนสตูลมีบทบาทในการจัดการศึกษา การฝึกอบรม การวิจัยและบริการวิชาการเพื่อการพัฒนาชุมชน การทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น และการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต บทบาทดังกล่าวสามารถสนับสนุนการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ผ่านการเชื่อมโยงองค์ความรู้ของชุมชนกับการเรียนรู้ การพัฒนาทักษะ และการประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาการประกอบอาชีพ

การดำเนินงานของวิทยาลัยควรให้ความสำคัญกับบทบาทสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1. **การเป็นผู้สนับสนุนกระบวนการเรียนรู้** โดยช่วยให้ชุมชนสามารถสำรวจความต้องการ รวบรวมองค์ความรู้ และจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้อย่างเป็นระบบ
2. **การเชื่อมโยงองค์ความรู้กับการพัฒนาศักยภาพ** โดยจัดการฝึกอบรมหรือพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มและชุมชน
3. **การส่งเสริมการประยุกต์ใช้ความรู้** โดยสนับสนุนการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการทำงาน การบริหารกลุ่ม และแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่ม
4. **การสร้างเครือข่ายและขยายผล** โดยประสานความร่วมมือกับปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มอาชีพ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และแหล่งเรียนรู้ที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินงานตามบทบาทดังกล่าวควรตั้งอยู่บนหลักการมีส่วนร่วม โดยให้ชุมชนเป็นเจ้าขององค์ความรู้และมีบทบาทในการตัดสินใจ วิทยาลัยทำหน้าที่สนับสนุนด้านวิชาการ กระบวนการเรียนรู้ และการประสานเครือข่าย เพื่อให้การพัฒนาสอดคล้องกับความต้องการและศักยภาพของพื้นที่

1.8 สรุป

การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นแนวทางสำคัญในการเชื่อมโยงทุนความรู้ของชุมชนเข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นทุนที่มีคุณค่า เพราะสะท้อนประสบการณ์ ทักษะ และอัตลักษณ์ที่สั่งสมมาในชุมชน การรวบรวม อนุรักษ์ จัดระบบ และถ่ายทอดองค์ความรู้จึงเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยให้ความรู้ดังกล่าวสามารถนำกลับมาใช้และพัฒนาต่อยอดได้

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการจัดการความรู้ที่ต่อเนื่อง ตั้งแต่การสำรวจและระบุองค์ความรู้ การถอดบทเรียน การจัดระบบและแลกเปลี่ยนความรู้ การประยุกต์ใช้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนการติดตามประเมินผลและขยายผล โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของเจ้าของภูมิปัญญา คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความต้องการของตลาด และการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชน

สำหรับวิทยาลัยชุมชนสตูล การจัดการความรู้ในลักษณะนี้เป็นกลไกหนึ่งในการสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต การพัฒนาทักษะอาชีพ และการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน กรณีโกปี๊นาข่าสามารถใช้เป็นกรณีศึกษาเพื่อเรียนรู้แนวทางการนำภูมิปัญญากาแฟโบราณมาจัดระบบ ถ่ายทอด และพัฒนาต่อยอด โดยนำผลการดำเนินงานและบทเรียนที่ได้รับมาใช้ปรับปรุงการทำงานและขยายผลสู่ชุมชนอื่นตามความเหมาะสม

บทที่ 2 กระบวนการจัดการองค์ความรู้และกรอบการดำเนินงาน SATUN Model

2.1 ความเป็นมาและความสำคัญของกระบวนการจัดการองค์ความรู้

การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการดำเนินงานที่เป็นระบบ ตั้งแต่การค้นหาและรวบรวมองค์ความรู้ การวิเคราะห์ความต้องการของชุมชน การจัดระบบความรู้ การถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ ตลอดจนการติดตามประเมินผลและขยายผลสู่กลุ่มเป้าหมายอื่น กระบวนการดังกล่าวช่วยให้ความรู้ที่สั่งสมอยู่ในตัวบุคคลและประสบการณ์ของชุมชนได้รับการถ่ายทอดและพัฒนาต่อยอดเป็นแนวปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริง

การจัดการความรู้ในบริบทของชุมชนมีลักษณะแตกต่างจากการจัดการความรู้ในองค์กรทั่วไป เนื่องจากองค์ความรู้ส่วนหนึ่งมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรในพื้นที่ และประสบการณ์ของปราชญ์ชาวบ้าน การดำเนินงานจึงต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของเจ้าของภูมิปัญญา สมาชิกกลุ่มและผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระบวนการรวบรวมและถ่ายทอดความรู้สะท้อนความเป็นจริงของชุมชน และสามารถนำไปใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตและการประกอบอาชีพได้อย่างเหมาะสม

สำหรับวิทยาลัยชุมชนสตูล การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแนวทางหนึ่งในการเชื่อมโยงพันธกิจด้านการจัดการศึกษา การฝึกอบรม การวิจัยและบริการวิชาการ การทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น และการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตเข้ากับการพัฒนาชุมชน โดยมุ่งสนับสนุนให้ชุมชนสามารถใช้ทุนความรู้และทรัพยากรที่มีอยู่มาพัฒนาต่อยอด สร้างผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพและสร้างรายได้

จากการดำเนินงานของวิทยาลัยชุมชนสตูล กรณีการจัดการความรู้เรื่องโกปี้โบราณและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ “โกปี๊นาข่า” เป็นตัวอย่างของการนำกระบวนการจัดการความรู้มาใช้ในการพัฒนาชุมชน โดยเริ่มจากการศึกษาความต้องการของกลุ่ม นำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมฝึกอบรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่ม การตลาด และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

เพื่อให้การดำเนินงานมีทิศทางที่ชัดเจน วิทยาลัยชุมชนสตูลใช้กรอบแนวคิด SATUN Model เป็นแนวทางในการบริหารจัดการและพัฒนางาน โดยเชื่อมโยงการสำรวจความต้องการ การดำเนินกิจกรรม การติดตามประเมินผล การยกระดับการพัฒนา และการสร้างเครือข่ายเข้าด้วยกัน กรอบดังกล่าวสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดระบบองค์ความรู้และถอดบทเรียนจากการดำเนินงาน เพื่อนำไปปรับปรุงกระบวนการทำงานและขยายผลสู่ชุมชนอื่นตามความเหมาะสม

2.2 วัตถุประสงค์ของกระบวนการจัดการองค์ความรู้

การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม มีวัตถุประสงค์สำคัญดังนี้

1. เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ และจัดระบบองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์และถ่ายทอดได้อย่างเป็นระบบ
2. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของปราชญ์ชาวบ้าน สมาชิกกลุ่ม บุคลากรวิทยาลัยชุมชนสตูล และภาคีเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้
3. เพื่อพัฒนาทักษะและศักยภาพของชุมชนในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นไปประยุกต์ใช้ในการผลิต การบริหารจัดการกลุ่ม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ
4. เพื่อสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนความรู้และทรัพยากรในท้องถิ่น โดยคำนึงถึงอัตลักษณ์ คุณภาพ และความต้องการของผู้บริโภค
5. เพื่อสร้างแนวทางการติดตามประเมินผล การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการขยายผลองค์ความรู้ไปสู่ชุมชนและเครือข่ายอื่นอย่างต่อเนื่อง

2.3 กรอบแนวคิด SATUN Model

SATUN Model เป็นกรอบแนวคิดที่วิทยาลัยชุมชนสตูลใช้ประกอบการดำเนินงานและการบริหารจัดการโครงการเพื่อพัฒนาชุมชน โดยเชื่อมโยงการทำงานตั้งแต่การศึกษาความต้องการของพื้นที่ การดำเนินกิจกรรมพัฒนา การติดตามผล การยกระดับการพัฒนา และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

องค์ประกอบของ SATUN Model ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. **S – Survey:** การสำรวจความต้องการและศักยภาพของชุมชน
2. **A – Action:** การดำเนินงานและพัฒนาตามความต้องการ
3. **T – Test and Follow:** การทดสอบ ติดตาม และประเมินผล
4. **U – Upgrade:** การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่ม
5. **N – Network:** การสร้างเครือข่ายและขยายผล

กรอบแนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาเชื่อมโยงกับกระบวนการจัดการความรู้ได้ โดยแต่ละขั้นตอนมีความสัมพันธ์กันและสนับสนุนให้การดำเนินงานมีความต่อเนื่อง ตั้งแต่การค้นหาความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนา การนำความรู้ไปใช้จริง การประเมินผล และการนำบทเรียนที่ได้รับกลับมาปรับปรุงงานในระยะต่อไป

2.3.1 หลักการสำคัญของ SATUN Model

การประยุกต์ใช้ SATUN Model ในการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นควรยึดหลักการสำคัญดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาที่เริ่มจากความต้องการของชุมชน

การกำหนดกิจกรรมควรเริ่มจากการสำรวจปัญหา ความต้องการ และศักยภาพของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การพัฒนาสอดคล้องกับบริบทจริง และช่วยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายของตนเอง

2. การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง

การจัดการความรู้ควรเปิดโอกาสให้สมาชิกได้เรียนรู้ผ่านการสาธิต การฝึกปฏิบัติ การทดลองพัฒนา และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถนำความรู้ไปใช้ได้จริง

3. การพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงานไม่ควรสิ้นสุดเมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรม แต่ควรมีการติดตามผล วิเคราะห์ปัญหา รับฟังข้อเสนอแนะ และปรับปรุงวิธีการดำเนินงานให้เหมาะสมกับความต้องการและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

4. การสร้างมูลค่าเพิ่มบนพื้นฐานของทุนชุมชน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการควรใช้ความรู้ ทรัพยากร และอัตลักษณ์ที่มีอยู่ในพื้นที่เป็นฐาน โดยประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิชาการและเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มคุณภาพและโอกาสในการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญา

5. การสร้างเครือข่ายและการเรียนรู้ร่วมกัน

การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานและชุมชนอื่นช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงองค์ความรู้ ทรัพยากร และช่องทางการพัฒนา ตลอดจนสนับสนุนการถ่ายทอดและขยายผลการดำเนินงาน

2.4 กระบวนการดำเนินงานตาม SATUN Model

2.4.1 ขั้นตอนที่ 1 S – Survey: การสำรวจความต้องการและศักยภาพของชุมชน

การสำรวจเป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่มีความสำคัญต่อการกำหนดทิศทางการจัดการความรู้ โดยมุ่งศึกษาสภาพปัญหา ความต้องการ ศักยภาพ และทุนความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน ตลอดจนวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประกอบอาชีพ และการบริหารจัดการกลุ่ม

การดำเนินงานในขั้นตอนนี้ควรเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและกำหนดประเด็นการพัฒนา วิธีการที่สามารถนำมาใช้ ได้แก่ การลงพื้นที่ การสัมภาษณ์ผู้รู้และสมาชิกกลุ่ม การประชุมกลุ่มย่อย การจัดเวทีประชาคม และการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

สาระสำคัญของการสำรวจประกอบด้วย

1. การศึกษาบริบทของชุมชนและประวัติความเป็นมาของภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. การสำรวจองค์ความรู้และทักษะที่มีอยู่ในชุมชน รวมถึงผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน
3. การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่ม ปัญหาการดำเนินงาน และข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
4. การศึกษาทุนชุมชน ทั้งด้านทรัพยากร วัตถุดิบ บุคลากร เครือข่าย และโอกาสทางการตลาด
5. การกำหนดเป้าหมายและประเด็นความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนา

จากข้อมูลในเอกสารการดำเนินงานของวิทยาลัยชุมชนสตูล พบว่าการสำรวจความต้องการของชุมชนผ่านการลงพื้นที่และเวทีประชาคมเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาการจัดการความรู้เรื่องโกปี้โบราณ โดยกลุ่มมีความต้องการพัฒนาความรู้และต่อยอดผลิตภัณฑ์จากกาแฟให้มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์

2.4.2 ขั้นตอนที่ 2 A – Action: การดำเนินงานและพัฒนาตามความต้องการ

ขั้นตอนการดำเนินงานเป็นการนำข้อมูลจากการสำรวจมาใช้กำหนดกิจกรรมการจัดการความรู้และพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม โดยมุ่งให้เกิดการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง และนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

การดำเนินงานควรประกอบด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์และแผนกิจกรรม การคัดเลือกวิธีถ่ายทอดความรู้ การกำหนดผู้รับผิดชอบ การจัดเตรียมทรัพยากร ตลอดจนการบันทึกองค์ความรู้และผลการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม

กิจกรรมที่เหมาะสมกับการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่

1. การพัฒนาหลักสูตรหรือชุดความรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน
2. การถ่ายทอดความรู้จากปราชญ์ชาวบ้านและผู้มีประสบการณ์ผ่านการสาธิตและฝึกปฏิบัติ
3. การจัดทำเอกสาร คู่มือ หรือสื่อการเรียนรู้เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ให้สามารถนำกลับมาใช้ได้
4. การพัฒนาทักษะด้านการผลิต การควบคุมคุณภาพ และการบริหารจัดการกลุ่ม
5. การทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสร้างอัตลักษณ์ของสินค้า
6. การพัฒนาความรู้ด้านการจัดทำบัญชี การบริหารต้นทุน และการส่งเสริมการตลาด
7. การจัดเก็บหลักฐานและบทเรียนจากการปฏิบัติงาน เพื่อใช้ในการติดตามและปรับปรุง

2.4.3 ขั้นตอนที่ 3 T – Test and Follow: การทดสอบ ติดตาม และประเมินผล

การติดตามและประเมินผลเป็นกระบวนการตรวจสอบว่าการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ ผู้เข้าร่วมสามารถเรียนรู้และนำความรู้ไปใช้ได้เพียงใด ตลอดจนมีปัญหาและข้อจำกัดใดที่ต้องได้รับการปรับปรุง

การประเมินผลควรดำเนินการอย่างต่อเนื่องทั้งระหว่างและหลังการจัดกิจกรรม โดยใช้วิธีการที่เหมาะสมกับลักษณะของความรู้และผลลัพธ์ที่ต้องการวัด เช่น การสังเกตการปฏิบัติงาน การประเมินทักษะ การสัมภาษณ์สมาชิก การประชุมทบทวนผลการดำเนินงาน และการตรวจสอบข้อมูลการผลิตหรือการจำหน่าย

ประเด็นสำคัญในการติดตามและประเมินผล ได้แก่

1. ความครบถ้วนและความเหมาะสมของกระบวนการถ่ายทอดความรู้
2. ความรู้และทักษะที่สมาชิกได้รับจากกิจกรรม
3. ความสามารถในการนำองค์ความรู้ไปใช้ในการทำงานจริง

4. คุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการทำงานหลังการพัฒนา
5. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมและผู้เกี่ยวข้อง
6. ความก้าวหน้าของการดำเนินงานเมื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนด

สำหรับการประเมินผลด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม ควรใช้ข้อมูลที่ตรวจสอบได้ เช่น จำนวนผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา สถานะของผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจของผู้ใช้ จำนวนคำสั่งซื้อ และข้อมูลรายรับหรือยอดขายตามช่วงเวลาที่กำหนด โดยแยกผลิตภัณฑ์ต้นแบบออกจากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายจริง และไม่ใช้จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นหลักฐานแทนการนำความรู้ไปใช้

2.4.4 ขั้นตอนที่ 4 U – Upgrade: การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่ม

การยกระดับเป็นขั้นตอนที่นำผลจากการดำเนินงานและการติดตามประเมินผลมาใช้ปรับปรุงองค์ความรู้ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์มากขึ้น โดยต้องพิจารณาความพร้อมของกลุ่ม ความต้องการของผู้บริโภค ต้นทุน คุณภาพ และความเป็นไปได้ในการดำเนินงาน

การยกระดับไม่จำเป็นต้องหมายถึงการเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่อาจรวมถึงการพัฒนาคุณภาพ การสร้างมาตรฐานการทำงาน การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ การเพิ่มช่องทางตลาด และการพัฒนาทักษะของสมาชิกให้สามารถดำเนินงานได้ด้วยตนเองมากขึ้น

แนวทางการยกระดับประกอบด้วย

1. การนำข้อเสนอแนะจากสมาชิกและผู้บริโภคมาใช้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์
2. การพัฒนาคุณภาพและความสม่ำเสมอของกระบวนการผลิต
3. การสร้างอัตลักษณ์และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของภูมิปัญญาที่แท้จริง
4. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งานและตลาดเป้าหมาย
5. การส่งเสริมช่องทางจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับศักยภาพของกลุ่ม
6. การพัฒนาความรู้ด้านต้นทุน บัญชี การวางแผนการผลิต และการบริหารจัดการ
7. การบันทึกผลการปรับปรุงและเปรียบเทียบกับข้อมูลก่อนการพัฒนา

2.4.5 ขั้นตอนที่ 5 N – Network: การสร้างเครือข่ายและขยายผล

การสร้างเครือข่ายเป็นขั้นตอนที่มุ่งเชื่อมโยงองค์ความรู้ ประสบการณ์ ทรัพยากร และความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้และสนับสนุนให้การพัฒนามีความต่อเนื่อง การสร้างเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพควรตั้งอยู่บนเป้าหมายร่วมกัน การกำหนดบทบาทของผู้เกี่ยวข้องและการแลกเปลี่ยนประโยชน์อย่างเหมาะสม

การดำเนินงานในขั้นตอนนี้สามารถทำได้หลายรูปแบบ ได้แก่

1. การสร้างความร่วมมือระหว่างวิทยาลัยชุมชนกับกลุ่มชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้ามาศึกษาและแลกเปลี่ยนประสบการณ์
3. การจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้แก่ชุมชนอื่น เยาวชน และผู้สนใจ
4. การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน
5. การพัฒนาสื่อหรือชุดความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นได้
6. การติดตามว่าผู้รับการถ่ายทอดนำองค์ความรู้ไปใช้จริงหรือไม่ และต้องการการสนับสนุนเพิ่มเติมอย่างไร

2.5 การเชื่อมโยง SATUN Model กับกระบวนการจัดการความรู้

SATUN Model สามารถใช้เป็นกรอบในการเชื่อมโยงกระบวนการจัดการความรู้กับการดำเนินงานพัฒนาชุมชน โดยแต่ละขั้นตอนทำหน้าที่สนับสนุนการทำงานในมิติที่แตกต่างกัน แต่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันตั้งแต่การค้นหาความรู้จนถึงการขยายผล

ตารางที่ 2.1 การเชื่อมโยง SATUN Model กับกระบวนการจัดการความรู้

องค์ประกอบ	กระบวนการจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้อง	แนวทางดำเนินงาน	หลักฐานที่ควรจัดเก็บ
S – Survey	การบ่งชี้และแสวงหาความรู้	สำรวจความต้องการ ปัญหา ทุนชุมชน และผู้รู้	บันทึกสำรวจ แบบสัมภาษณ์ รายงานเวทีชุมชน
A – Action	การรวบรวม จัดระบบ ถ่ายทอด และประยุกต์ใช้ความรู้	พัฒนาหลักสูตร ฝึกอบรม บันทึกความรู้ และทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์	หลักสูตร คู่มือ ภาพกิจกรรม ผลงานหรือผลิตภัณฑ์
T – Test and Follow	การประเมินผลและทบทวนความรู้	ติดตามการนำความรู้ไปใช้ ประเมินทักษะ และรับฟังข้อเสนอแนะ	แบบประเมิน รายงานติดตาม บันทึกการประชุม
U – Upgrade	การปรับปรุงและสร้างความรู้จากการปฏิบัติ	ปรับปรุงคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และกระบวนการตลาด	ผลการทดลอง ข้อมูลคุณภาพ ต้นทุนและยอดขายที่ตรวจสอบได้
N – Network	การแบ่งปันความรู้และขยายผล	พัฒนาเครือข่าย แหล่งเรียนรู้ และถ่ายทอดองค์ความรู้	เอกสารความร่วมมือ รายงานกิจกรรม และหลักฐานการนำไปใช้

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่า SATUN Model ไม่ได้เป็นเพียงลำดับกิจกรรมในการดำเนินโครงการ แต่สามารถใช้เป็นกรอบในการกำกับการจัดการความรู้ตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง โดยเน้นการเชื่อมโยงความรู้กับการปฏิบัติ การประเมินผล และการนำผลที่ได้รับไปใช้ปรับปรุงการทำงาน

ทั้งนี้ การจัดเก็บหลักฐานในแต่ละขั้นตอนควรดำเนินการควบคู่กับการทำงาน ไม่ควรรวบรวมเมื่อสิ้นสุดโครงการเพียงครั้งเดียว เพื่อให้สามารถตรวจสอบความก้าวหน้าและเชื่อมโยงกิจกรรมกับผลผลิตและผลลัพธ์ได้อย่างถูกต้อง

2.6 กลไกการมีส่วนร่วมในการจัดการองค์ความรู้

การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดผลอย่างต่อเนื่องจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย โดยแต่ละฝ่ายมีบทบาทแตกต่างกันตามความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทรัพยากรที่สามารถสนับสนุนได้

2.6.1 บทบาทของวิทยาลัยชุมชนสตูล

วิทยาลัยทำหน้าที่สนับสนุนด้านวิชาการ ออกแบบกระบวนการเรียนรู้ พัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมฝึกอบรม ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุนการติดตามประเมินผล เพื่อให้การจัดการความรู้เชื่อมโยงกับการพัฒนาศักยภาพและความต้องการของชุมชน

2.6.2 บทบาทของปราชญ์ชาวบ้านและเจ้าของภูมิปัญญา

ปราชญ์ชาวบ้านเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ที่สำคัญต่อการถ่ายทอดภูมิปัญญา โดยมีบทบาทในการอธิบายที่มา เทคนิค วิธีปฏิบัติ และข้อควรระวัง ตลอดจนร่วมตรวจสอบความถูกต้องขององค์ความรู้ที่ได้รับการบันทึกหรือพัฒนาต่อยอด

2.6.3 บทบาทของสมาชิกกลุ่มชุมชน

สมาชิกกลุ่มมีบทบาทในการร่วมกำหนดความต้องการ เรียนรู้และทดลองปฏิบัติ นำความรู้ไปใช้ในการผลิตหรือบริหารจัดการ ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมของสมาชิกช่วยให้ความรู้ไม่จำกัดอยู่เฉพาะผู้ถ่ายทอด แต่สามารถนำไปใช้ในกิจกรรมของกลุ่มได้อย่างต่อเนื่อง

2.6.4 บทบาทของภาคีเครือข่าย

ภาคีเครือข่ายสามารถสนับสนุนองค์ความรู้เฉพาะด้าน ทรัพยากร การพัฒนาทักษะ การตลาด และโอกาสในการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์หรือองค์ความรู้ ทั้งนี้ ควรกำหนดบทบาทและรูปแบบความร่วมมือให้ชัดเจน และมีการติดตามผลการดำเนินงานร่วมกัน

2.7 การติดตาม ประเมินผล และการจัดเก็บหลักฐาน

การติดตามและประเมินผลเป็นกลไกสำคัญในการตรวจสอบความก้าวหน้าของการจัดการความรู้ และใช้ผลการประเมินประกอบการตัดสินใจปรับปรุงการดำเนินงาน โดยควรกำหนดตัวชี้วัดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และระดับผลที่ต้องการวัด

การประเมินผลควรแยกอย่างน้อย 3 ระดับ ได้แก่

1. ผลผลิต (Output) หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นโดยตรงจากกิจกรรม เช่น จำนวนหลักสูตรหรือชุดความรู้ที่จัดทำ จำนวนผู้เข้าร่วมการถ่ายทอด จำนวนผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หรือจำนวนกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้

2. ผลลัพธ์ (Outcome) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการนำความรู้ไปใช้ เช่น สมาชิกสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น มีการปรับปรุงกระบวนการผลิต มีการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายจริง หรือมีการใช้ความรู้ในการบริหารจัดการกลุ่ม

3. ผลกระทบ (Impact) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในระยะยาวที่สัมพันธ์กับการดำเนินงาน เช่น การสืบทอดภูมิปัญญา ความเข้มแข็งของกลุ่ม การสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ และความสามารถในการพึ่งพาตนเองของชุมชน ซึ่งควรมีข้อมูลติดตามรองรับก่อนสรุปผล

ตารางที่ 2.2 แนวทางติดตามและประเมินผลการจัดการองค์ความรู้

ประเด็นประเมิน	ตัวอย่างตัวชี้วัด	วิธีการเก็บข้อมูล	ช่วงเวลาติดตาม
การรวบรวมองค์ความรู้	จำนวนชุดความรู้หรือคู่มือที่จัดทำ	ตรวจสอบเอกสารและสื่อความรู้	ระหว่างดำเนินงานและเมื่อสิ้นสุดกิจกรรม
การถ่ายทอดความรู้	จำนวนผู้เข้าร่วมและผลการประเมินความรู้หรือทักษะ	รายชื่อผู้เข้าร่วม แบบประเมิน และการสังเกต	ก่อนและหลังการถ่ายทอดตามความเหมาะสม
การนำความรู้ไปใช้	จำนวนหรือสัดส่วนสมาชิกที่นำความรู้ไปใช้จริง	สัมภาษณ์และติดตามการปฏิบัติงาน	หลังสิ้นสุดกิจกรรมและในระยะติดตาม
การพัฒนาผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาและสถานะของผลิตภัณฑ์	ตรวจสอบผลิตภัณฑ์และเอกสารประกอบ	เมื่อมีการพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์

ประเด็นประเมิน	ตัวอย่างตัวชี้วัด	วิธีการเก็บข้อมูล	ช่วงเวลาติดตาม
การสร้างมูลค่าเพิ่ม	ต้นทุน ราคา ยอดขาย หรือรายได้ตามข้อมูลที่มี	ตรวจสอบบัญชีและหลักฐานการจำหน่าย	เปรียบเทียบข้อมูลตามช่วงเวลาที่กำหนด
การขยายผล	จำนวนกิจกรรมถ่ายทอดหรือกลุ่มที่นำความรู้ไปใช้	รายงานกิจกรรมและการติดตามเครือข่าย	หลังการถ่ายทอดและตามแผนติดตาม

2.8 ปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จและข้อควรพิจารณาในการดำเนินงาน

การประยุกต์ใช้ SATUN Model ให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จำเป็นต้องมีปัจจัยสนับสนุนที่เหมาะสม ทั้งด้านบุคลากร การมีส่วนร่วม การบริหารจัดการ และระบบข้อมูล

ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่

1. **การมีส่วนร่วมของชุมชน:** สมาชิกและเจ้าของภูมิปัญญาควรมีส่วนร่วมตั้งแต่การกำหนดปัญหา การวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผล
2. **ความต่อเนื่องของกระบวนการเรียนรู้:** ควรมีการบันทึกและถ่ายทอดความรู้ ไม่จำกัดเฉพาะกิจกรรมหรือช่วงเวลาของโครงการ
3. **การสนับสนุนทางวิชาการ:** วิทยาลัยและภาคีเครือข่ายควรสนับสนุนความรู้และทรัพยากรตามความต้องการของกลุ่ม
4. **การบริหารจัดการที่ชัดเจน:** ควรกำหนดบทบาทหน้าที่ ผู้รับผิดชอบ และแนวทางการติดตามผลในแต่ละขั้นตอน
5. **การใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ:** ควรมีระบบเก็บข้อมูลและหลักฐานที่ตรวจสอบได้ เพื่อใช้ปรับปรุงการดำเนินงาน
6. **การรักษาคุณค่าและสิทธิของเจ้าของภูมิปัญญา:** ควรให้ความสำคัญกับการยินยอมในการบันทึกและเผยแพร่ความรู้ ตลอดจนการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม
7. **การปรับใช้ตามบริบทของพื้นที่:** การนำรูปแบบไปขยายผลควรคำนึงถึงความแตกต่างด้านทรัพยากร ความรู้ และความพร้อมของแต่ละชุมชน

2.9 สรุป

กระบวนการจัดการองค์ความรู้และกรอบการดำเนินงาน SATUN Model เป็นแนวทางสำคัญในการเชื่อมโยงการสำรวจความต้องการของชุมชนกับการพัฒนาความรู้ การประยุกต์ใช้ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการขยายผล โดยประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ Survey การสำรวจความต้องการและศักยภาพของชุมชน, Action การดำเนินงานและพัฒนา, Test and Follow การติดตามและประเมินผล, Upgrade การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่ม และ Network การสร้างเครือข่ายและขยายผล

บทที่ 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มและการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การพัฒนาศักยภาพกลุ่มและการสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นกระบวนการสำคัญในการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ ทักษะ และความสามารถของสมาชิกกลุ่มให้สามารถนำทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทุนทางวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชนให้มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

จากการดำเนินงานจัดการความรู้ของวิทยาลัยชุมชนสตูลในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2562–2568 พบว่า การพัฒนากลุ่มชุมชนมีลักษณะต่อเนื่องจากการถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะพื้นฐาน ไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปทรัพยากรในท้องถิ่น การสร้างอัตลักษณ์สินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมช่องทางการตลาด โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม การเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มชุมชน

การพัฒนาศักยภาพกลุ่มชุมชนมุ่งเสริมสร้างความสามารถของสมาชิกทั้งด้านการบริหารจัดการ การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาด เพื่อให้กลุ่มสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยมีแนวทางสำคัญ ดังนี้

1) การพัฒนาความรู้และทักษะของสมาชิกกลุ่ม

ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มได้รับการถ่ายทอดความรู้จากผู้มีประสบการณ์และผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติจริง เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มได้ เช่น การพัฒนาความรู้ด้านการผลิตกาแฟ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกาแฟ การออกแบบลวดลายผ้าบาติก การย้อมสีธรรมชาติ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบในชุมชน

2) การพัฒนาระบบบริหารจัดการกลุ่ม

ส่งเสริมให้กลุ่มมีความรู้และทักษะในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ทั้งด้านการวางแผนการดำเนินงาน การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การบริหารสมาชิก การจัดทำบัญชีรายรับ–รายจ่าย การบริหารต้นทุน และการวางแผนการลงทุน เพื่อให้สมาชิกสามารถร่วมกันกำหนดทิศทางและเป้าหมายการดำเนินงานของกลุ่มได้อย่างชัดเจน

3) การส่งเสริมการเรียนรู้และการมีส่วนร่วม

เปิดโอกาสให้สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของชุมชน ร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์และองค์ความรู้ ตลอดจนร่วมออกแบบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ โดยใช้กระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม เพื่อให้เกิดการพัฒนาความสามารถของสมาชิกอย่างต่อเนื่อง

4) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกลุ่มชุมชน วิทยาลัยชุมชนสตูล หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้ เทคโนโลยี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงตลาด ตลอดจนเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และขยายผลการดำเนินงานระหว่างชุมชน

3.2 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรเริ่มต้นจากการสำรวจทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ ตลอดจนศึกษาองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน โดยมีแนวทางดำเนินงาน ดังนี้

1) การสำรวจและคัดเลือกทรัพยากรในชุมชน

ศึกษาทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบทางการเกษตร ผลผลิตในท้องถิ่น และภูมิปัญญาที่มีศักยภาพในการนำมาใช้ประโยชน์ เช่น กาแฟโรบัสต้าสตูล น้ำผึ้ง ผลิตภัณฑ์จากผึ้งชันโรง กระท้อน วัตถุดิบอาหารทะเล และพืชที่สามารถนำมาใช้เป็นสีย้อมธรรมชาติ

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการแปรรูป

นำทรัพยากรที่มีอยู่มาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย โดยประยุกต์ใช้ความรู้และเทคนิคการแปรรูปที่เหมาะสม เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาแฟ การนำดอกกาแฟและเปลือกกาแฟมาแปรรูปเป็นเครื่องดื่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้งและขี้ผึ้ง การแปรรูปกระท้อนเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกด้วยลวดลายและสีธรรมชาติ

3) การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ส่งเสริมให้กลุ่มให้ความสำคัญกับคุณภาพวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ความสะอาด ความปลอดภัย และความสม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน

นำเรื่องราวของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม และทรัพยากรในพื้นที่มาเป็นองค์ประกอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มคุณค่าของสินค้า เช่น การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กาแฟกับอัตลักษณ์กาแฟสตูลและอุทยานธรณีโลกสตูล รวมถึงการออกแบบลวดลายผ้าที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน

3.3 แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน

การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นการนำองค์ความรู้ ทักษะ และทรัพยากรที่มีอยู่มาพัฒนาให้เกิดคุณค่าในมิติที่หลากหลาย ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพ การออกแบบ เรื่องราว และการตลาด โดยมีแนวทางสำคัญ ดังนี้

1) การเพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูปและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

ส่งเสริมการนำวัตถุดิบและผลพลอยได้จากกระบวนการผลิตมาใช้ประโยชน์ให้เกิดความคุ้มค่า เช่น การนำดอกกาแฟและเปลือกกาแฟมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม การนำใบกาแฟมาใช้สกัดสีสำหรับย้อมผ้า และการนำกากกาแฟมาใช้เป็นส่วนประกอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่ขัดผิว แนวทางดังกล่าวช่วยเพิ่มทางเลือกในการใช้ทรัพยากรและลดการสูญเสียจากกระบวนการผลิต

2) การเพิ่มมูลค่าด้วยการออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

พัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม ความสะดวกในการใช้งาน และความเหมาะสมกับการจำหน่าย เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก การพัฒนารูปแบบกระเป๋าจากผ้าชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากวัตถุดิบท้องถิ่น

3) การเพิ่มมูลค่าด้วยอัตลักษณ์และเรื่องราวของชุมชน

นำเอกลักษณ์ของพื้นที่และเรื่องราวของภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความโดดเด่นและความน่าสนใจให้แก่สินค้า โดยเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับแหล่งกำเนิด วัตถุดิบ วิถีชีวิต และกระบวนการผลิตของชุมชน

4) การเพิ่มมูลค่าด้วยบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอสินค้า

ส่งเสริมให้กลุ่มพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะผลิตภัณฑ์ มีความสะดวกในการจัดเก็บและขนส่ง รวมทั้งให้ข้อมูลสินค้าอย่างชัดเจน เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบ วิธีใช้ และข้อมูลของกลุ่มผู้ผลิต ตลอดจนพัฒนาการถ่ายภาพสินค้าเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์และนำเสนอผ่านช่องทางออนไลน์

5) การเพิ่มมูลค่าด้วยการตลาดและช่องทางจำหน่าย

ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มมีความรู้ด้านการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การนำเสนอจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ และการใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า รวมทั้งสนับสนุนการทดลองจำหน่ายและการรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และแนวทางการจำหน่ายให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

3.4 แนวทางการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การลดของเสีย และการสร้างประโยชน์จากวัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ โดยสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ซึ่งประกอบด้วยเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว มาเป็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มชุมชน ดังนี้

1) การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า

ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน ลดการพึ่งพาวัตถุดิบจากภายนอก และนำทรัพยากรที่เหลือจากกระบวนการผลิตมาใช้ประโยชน์ในรูปแบบอื่น เช่น การใช้ส่วนต่าง ๆ ของต้นกาแฟในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

2) การลดของเสียจากกระบวนการผลิต

ส่งเสริมให้กลุ่มวางแผนการใช้วัตถุดิบและจัดการวัสดุเหลือใช้จากการผลิตอย่างเหมาะสม โดยพิจารณาความเป็นไปได้ในการนำกลับมาใช้ประโยชน์หรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น

3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สนับสนุนการใช้วัสดุและกระบวนการผลิตที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้สีจากธรรมชาติในการย้อมผ้า การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม

4) การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มสามารถนำความรู้ไปพัฒนาการประกอบอาชีพ สร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่า ตลอดจนสร้างความร่วมมือภายในชุมชนและเครือข่ายภายนอก เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มให้มีความต่อเนื่อง

3.5 แนวทางการพัฒนาตลาดและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

การพัฒนาตลาดเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่สมาชิกกลุ่ม โดยควรดำเนินการควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1) การศึกษาความต้องการของตลาด

สำรวจความต้องการและความคิดเห็นของผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งด้านรูปแบบ คุณภาพ ราคา และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสมกับสินค้า

2) การพัฒนาทักษะการตลาดออนไลน์

ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มมีทักษะการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ การเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ และการใช้ช่องทางออนไลน์ในการนำเสนอสินค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคและขยายช่องทางการจำหน่าย

3) การสร้างเครือข่ายทางการตลาด

เชื่อมโยงกลุ่มชุมชนกับหน่วยงานและเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ การจัดแสดงผลิตภัณฑ์ การแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการตลาด และการสร้างโอกาสในการจำหน่ายสินค้า

4) การนำข้อมูลจากผู้บริโภคมาพัฒนาผลิตภัณฑ์

รวบรวมข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากผู้บริโภคหลังการทดลองใช้หรือทดลองจำหน่าย เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพ รูปแบบ และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

3.6 แนวทางการติดตามและประเมินผลการพัฒนาศักยภาพกลุ่ม

การติดตามและประเมินผลเป็นกระบวนการสำคัญในการตรวจสอบความก้าวหน้าและผลการดำเนินงาน ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลสำหรับปรับปรุงการพัฒนากลุ่มชุมชนให้มีประสิทธิภาพ โดยควรพิจารณาผลการดำเนินงานในระดับต่าง ๆ ดังนี้

1) ด้านการพัฒนาศักยภาพสมาชิก

ประเมินความรู้และทักษะของสมาชิกก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ความรู้ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม การผลิต การแปรรูป การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการตลาดออนไลน์

2) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ติดตามจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ คุณภาพของสินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และความก้าวหน้าในการเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน โดยแยกสถานะของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนระหว่างผลิตภัณฑ์ที่อยู่ระหว่างการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมาตรฐาน และผลิตภัณฑ์ที่มีการทดลองจำหน่ายหรือจำหน่ายจริง

3) ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

ติดตามการจัดทำแผนการดำเนินงาน การแบ่งหน้าที่ของสมาชิก การจัดทำบัญชีรายรับ–รายจ่าย การบริหารต้นทุน และความต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม

4) ด้านการตลาดและรายได้

ติดตามช่องทางการจำหน่าย จำนวนการสั่งซื้อ การทดลองตลาด และรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยเปรียบเทียบข้อมูลก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการ รวมทั้งติดตามสถานะการประกอบอาชีพและรายได้ของสมาชิกในระยะต่อเนื่อง

5) ด้านเครือข่ายและความยั่งยืน

ประเมินการมีส่วนร่วมของเครือข่าย ความต่อเนื่องของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และความสามารถของกลุ่มในการนำองค์ความรู้ไปใช้พัฒนากิจกรรมของตนเอง

3.7 สรุปแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มและการสร้างมูลค่าเพิ่ม

จากการดำเนินงานจัดการความรู้ของวิทยาลัยชุมชนสตูลในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2562–2568 สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มและการสร้างมูลค่าเพิ่มได้ว่า การพัฒนากลุ่มชุมชนควรดำเนินการอย่างเป็นกระบวนการ โดยเริ่มจากการสำรวจทุนและศักยภาพของชุมชน การพัฒนาความรู้และทักษะของสมาชิก การส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่ม การนำทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูปและการออกแบบ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการตลาด ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการติดตามประเมินผล

แนวทางดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเชื่อมโยงองค์ความรู้กับการปฏิบัติจริง โดยใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานในการพัฒนา และให้ชุมชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพ พัฒนาผลิตภัณฑ์ และต่อยอดกิจกรรมของกลุ่มได้อย่างต่อเนื่อง อันเป็นแนวทางในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

บทที่ 4 บทบาทของวิทยาลัยชุมชนสตูลและภาคีเครือข่าย

การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มชุมชนและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างวิทยาลัยชุมชนสตูล ชุมชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง โดยวิทยาลัยชุมชนสตูลมีบทบาทในการส่งเสริมการเรียนรู้ การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการสนับสนุนการพัฒนาทักษะอาชีพ ขณะที่ชุมชนเป็นแหล่งองค์ความรู้และเป็นผู้มีส่วนร่วมในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้

4.1 ข้อเท็จจริงจากการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้

4.1.1 บทบาทของวิทยาลัยชุมชนสตูล

จากข้อมูลการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2562–2568 พบว่า วิทยาลัยชุมชนสตูลดำเนินงานด้านการพัฒนาชุมชนผ่านโครงการและกิจกรรมที่มุ่งเน้นการรวบรวม ถ่ายทอด และต่อยอดองค์ความรู้จากทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีลักษณะการดำเนินงาน ดังนี้

1) การสำรวจและพัฒนาองค์ความรู้จากชุมชน

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 มีการสำรวจความต้องการและศักยภาพของชุมชน โดยพบประเด็นการพัฒนากาแฟพื้นถิ่นหรือกาแฟโบราณของจังหวัดสตูล รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลกสตูล นำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรกาแฟโบราณสตูล จำนวน 30 ชั่วโมง และการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านอาหารพื้นถิ่นและเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน

2) การถ่ายทอดความรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563–2565 มีการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาแฟโรบัสต้าท้องถิ่น โดยนำองค์ความรู้ด้านการแปรรูปมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สบู่ขัดผิวกาแฟ เค้กชิฟฟอนกาแฟ ทอฟฟี่กาแฟ กาแฟโบราณ กาแฟคั่ว และกาแฟบด รวมถึงการนำส่วนต่าง ๆ ของต้นกาแฟมาใช้ประโยชน์ เช่น ดอกกาแฟ เปลือกกาแฟ และใบกาแฟ

นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาการสกัดสีจากใบกาแฟ การย้อมผ้าด้วยสีจากใบกาแฟในรูปแบบชิโบริ และการทำผ้า Eco Print จากพืชในท้องถิ่น โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดเศรษฐกิจ BCG

3) การรวบรวมและจัดระบบองค์ความรู้เพื่อพัฒนาแหล่งเรียนรู้

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 มีการดำเนินงานพัฒนาศูนย์เรียนรู้กาแฟสตูล โดยรวบรวมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับกาแฟ จำนวน 9 ประเด็น ได้แก่ การปลูกกาแฟร่วมกับยางพารา การปลูกและขยายพันธุ์ การดูแลและตัดแต่งกิ่ง การจัดการระบบนิเวศและปุ๋ย การแปรรูปกาแฟคุณภาพ การคัดแยกสารกาแฟ การพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟ การชิมกาแฟ เทคนิคการชงกาแฟโรบัสต้าสตูล และการป้องกันด้วงเจาะเมล็ดกาแฟ

4) การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรชุมชน

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 มีการดำเนินโครงการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน โดยดำเนินกิจกรรมในพื้นที่บ้านท่าหิน คลองขุด วังประจัน และสาคร เนื้อหาการพัฒนาครอบคลุมการบริหารจัดการกลุ่ม การเงินและบัญชี การลงทุน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรในพื้นที่

ผลิตภัณฑ์และผลงานที่มีข้อมูลการดำเนินงาน ได้แก่

- **ชุมชนคลองขุด:** ผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้งและขี้ผึ้ง ได้แก่ คอร์นเฟลกน้ำผึ้ง เครื่องดื่มน้ำผึ้ง ลิปบาล์มสมุนไพรจากขี้ผึ้ง และยาหม่องสมุนไพรจากขี้ผึ้ง
- **ชุมชนสาคร:** ผลิตภัณฑ์อาหาร ได้แก่ น้ำปลาหวานและกะปิหวาน รวมถึงการพัฒนากระเป๋า 3 รูปแบบ ได้แก่ แบบทรงแบน แบบก้นขยาย และแบบทรงกล่อง

- **ชุมชนวังประจัน:** ผลิตภัณฑ์จากกระท้อน ได้แก่ น้ำพริกกระท้อน แยมกระท้อน ไอศกรีมกระท้อน และกระท้อนหยี
- **ชุมชนบ้านท่าหิน:** การพัฒนาเมนูอาหารที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน “ล่องแพแลนกอินทรีย์” ได้แก่ แกงปูใบชะพลู ปลากะพงทอดพริก อาหารทะเลย่าง และเครื่องดื่มสมุนไพร

5) การพัฒนาทักษะด้านการออกแบบและการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 มีการดำเนินโครงการจัดการความรู้เพื่อเสริมสร้างความสุขและความเข้มแข็งของชุมชน ภายใต้กิจกรรมการสืบสานภูมิปัญญาและวิถีพื้นถิ่นด้วยการพัฒนาลวดลายผ้าและการใช้สีธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ การออกแบบและพัฒนาลวดลายผ้าบาติกของกลุ่มบาติกบ้านยวน และการย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มบาติกควนขัน

การดำเนินงานประกอบด้วย การถ่ายทอดความรู้จากวิทยากร การพัฒนาหลักสูตรหรือแนวทางการเรียนรู้ด้านการออกแบบลวดลายผ้าบาติกและการย้อมสีธรรมชาติ ตลอดจนการส่งเสริมความรู้ด้านการตลาดออนไลน์และการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์

4.1.2 บทบาทของชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย

จากข้อมูลการดำเนินงาน พบว่าชุมชนและกลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการความรู้ในฐานะแหล่งองค์ความรู้ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรม และผู้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีตัวอย่างการดำเนินงาน ดังนี้

1. กลุ่มโกปี๊นาข่า มีการนำองค์ความรู้เกี่ยวกับกาแฟพื้นถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอดการใช้ประโยชน์จากส่วนต่าง ๆ ของต้นกาแฟ
2. กลุ่มชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ในพื้นที่คลองขุด สาคร วังประจัน และบ้านท่าหิน มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบและทรัพยากรในพื้นที่
3. กลุ่มบาติกบ้านยวนและกลุ่มบาติกควนขัน เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาความรู้ด้านการออกแบบลวดลายผ้า การย้อมสีธรรมชาติ การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ และการตลาดออนไลน์

4.1.3 บทบาทของภาคีเครือข่าย

จากข้อมูลการดำเนินงานในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2562–2568 พบว่าการพัฒนากลุ่มชุมชนมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานและเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และเครือข่ายผู้ประกอบการ โดยมีหน่วยงานที่ปรากฏในข้อมูลการดำเนินงาน ได้แก่

- วิทยาลัยชุมชนสตูล
- สำนักงานพัฒนาชุมชน
- หน่วยงานด้านการเกษตรในพื้นที่อำเภอละงู
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด
- หน่วยงานด้านการพัฒนาฝีมือแรงงาน
- หน่วยงานด้านการศึกษานอกระบบ
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
- สภาเกษตรกรจังหวัด
- เครือข่าย OTOP และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

4.1.4 สรุปข้อเท็จจริงตามช่วงปีงบประมาณ

ปีงบประมาณ	ข้อเท็จจริงจากการดำเนินงาน	บทบาทที่ปรากฏของวิทยาลัยชุมชนสตูล
2562	พัฒนาหลักสูตรกาแฟโบราณสตูล 30 ชั่วโมง และส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน	สำรวจความต้องการและส่งเสริมการพัฒนาความรู้
2563	พัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาแฟ เช่น สบู่ขัดผิว เค้กชิฟฟอน และทอฟฟี่กาแฟ	ถ่ายทอดความรู้และสนับสนุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์
2564	ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนและการใช้ประโยชน์จากส่วนต่าง ๆ ของกาแฟ	สนับสนุนการพัฒนากลุ่มและการต่อยอดองค์ความรู้
2565	พัฒนาการสกัดสีจากใบกาแฟ การย้อมผ้า และ Eco Print	ส่งเสริมการประยุกต์ใช้ทรัพยากรท้องถิ่น
2566	พัฒนาศูนย์เรียนรู้กาแฟสตูลและรวบรวมองค์ความรู้ 9 ประเด็น	รวบรวมและจัดระบบองค์ความรู้
2567	พัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้ง ขี้ผึ้ง กระท้อน อาหารทะเล และผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว	สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการกลุ่ม
2568	พัฒนาลวดลายผ้าบาติก การย้อมสีธรรมชาติ การถ่ายภาพสินค้า และการตลาดออนไลน์	ถ่ายทอดความรู้และพัฒนาทักษะของกลุ่มเป้าหมาย

4.2 ข้อเสนอเชิงวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาบทบาทของวิทยาลัยชุมชนสตูลและภาคีเครือข่าย

จากข้อเท็จจริงของการดำเนินงานที่ผ่านมา สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาการทำงานในระยะต่อไปได้ ดังนี้

4.2.1 การพัฒนาบทบาทวิทยาลัยชุมชนสตูลให้เป็นศูนย์กลางการจัดการความรู้ของชุมชน

ข้อเสนอเชิงวิเคราะห์

ควรพัฒนาบทบาทของวิทยาลัยชุมชนสตูลให้เป็นศูนย์กลางในการรวบรวม จัดระบบ และเผยแพร่องค์ความรู้ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำฐานข้อมูลความรู้ที่เชื่อมโยงกับกลุ่มอาชีพ ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งเรียนรู้ในจังหวัดสตูล

ควรจัดทำระบบจัดเก็บองค์ความรู้ในรูปแบบเอกสาร ภาพถ่าย วิดีโอ และสื่อดิจิทัล เพื่อให้บุคลากร สมาชิกกลุ่ม และผู้สนใจสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้ รวมทั้งกำหนดผู้รับผิดชอบในการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

4.2.2 การพัฒนากลไกความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย

ข้อเสนอเชิงวิเคราะห์

ควรกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของภาคีเครือข่ายให้ชัดเจนตามความเชี่ยวชาญของแต่ละหน่วยงาน เช่น

- ด้านวิชาการและการวิจัย สนับสนุนการศึกษา ทดลอง และพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ด้านการเกษตร สนับสนุนความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบและกระบวนการผลิต
- ด้านอุตสาหกรรม สนับสนุนความรู้ด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์

- ด้านพัฒนาชุมชน สนับสนุนการบริหารจัดการกลุ่มและการพัฒนาผู้ประกอบการ
- ด้านการตลาด สนับสนุนการเชื่อมโยงช่องทางจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์

ทั้งนี้ ควรจัดทำแผนความร่วมมือร่วมกัน โดยระบุหน่วยงานผู้รับผิดชอบ กิจกรรม ผลผลิต และผลลัพธ์ที่คาดหวัง เพื่อให้สามารถติดตามความก้าวหน้าและประเมินผลการดำเนินงานได้

4.2.3 การพัฒนากลไกการถ่ายทอดความรู้ระหว่างชุมชน

ข้อเสนอเชิงวิเคราะห์

ควรส่งเสริมให้กลุ่มชุมชนที่มีประสบการณ์และมีองค์ความรู้เฉพาะด้านทำหน้าที่เป็นแหล่งเรียนรู้ให้แก่กลุ่มอื่น โดยจัดกิจกรรมศึกษาดูงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการถ่ายทอดประสบการณ์ระหว่างกลุ่ม

ควรพัฒนาสมาชิกที่มีความรู้และทักษะให้เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้หรือแกนนำการเรียนรู้ของชุมชน เพื่อให้การถ่ายทอดองค์ความรู้สามารถดำเนินต่อไปได้แม้สิ้นสุดโครงการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก

4.2.4 การพัฒนาระบบติดตามผลการนำความรู้ไปใช้

ข้อเสนอเชิงวิเคราะห์

ควรกำหนดระบบติดตามผลที่แยกความแตกต่างระหว่างผลผลิตจากกิจกรรม ผลลัพธ์จากการนำความรู้ไปใช้ และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชน โดยใช้ข้อมูลที่ตรวจสอบได้ เช่น

1. จำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมและผ่านการประเมินความรู้หรือทักษะ
2. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา โดยจำแนกเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการทดลองตลาด และผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายจริง
3. จำนวนกลุ่มที่สามารถนำความรู้ไปใช้พัฒนากระบวนการผลิตหรือบริหารจัดการกลุ่ม
4. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่มีช่องทางจำหน่ายและมีการสั่งซื้อจริง
5. จำนวนสมาชิกที่มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเปรียบเทียบข้อมูลรายได้ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการ

ควรกำหนดช่วงเวลาติดตามผลทั้งก่อนดำเนินกิจกรรม หลังสิ้นสุดกิจกรรม และระยะติดตามต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถประเมินการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

4.2.5 การพัฒนาความต่อเนื่องและความยั่งยืนของกลุ่มชุมชน

ข้อเสนอเชิงวิเคราะห์

ควรส่งเสริมให้กลุ่มชุมชนมีแผนการดำเนินงานระยะกลางและระยะยาว ครอบคลุมด้านการบริหารจัดการ การเงิน การผลิต การตลาด และการพัฒนาสมาชิก โดยให้ความสำคัญกับการสร้างผู้นำรุ่นใหม่และการถ่ายทอดความรู้ภายในกลุ่ม

นอกจากนี้ ควรสนับสนุนให้กลุ่มสามารถวางแผนต้นทุน กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ บริหารจัดการรายรับ–รายจ่าย และพัฒนาช่องทางตลาดด้วยตนเอง เพื่อเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

4.3 สรุปบทบาทและแนวทางการพัฒนาต่อยอด

จากข้อเท็จจริงการดำเนินงานในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2562–2568 พบว่า วิทยาลัยชุมชนสตูลมีการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ที่เชื่อมโยงกับการพัฒนากลุ่มชุมชนในหลายประเด็น ตั้งแต่การพัฒนากาแฟพื้นถิ่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรในชุมชน การพัฒนาศูนย์เรียนรู้กาแฟสตูล การพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่เศรษฐกิจหมุนเวียน ตลอดจนการพัฒนาลวดลายผ้าบาติกและการใช้สีธรรมชาติ

ชุมชนมีบทบาทเป็นแหล่งองค์ความรู้และผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขณะที่ภาคีเครือข่ายเป็นส่วนสนับสนุนการดำเนินงานตามภารกิจและความเชี่ยวชาญของแต่ละหน่วยงาน

สำหรับการพัฒนาต่อยอด ควรให้ความสำคัญกับการจัดระบบฐานข้อมูลความรู้ การกำหนดบทบาทภาคีเครือข่ายให้ชัดเจน การพัฒนากลไกการถ่ายทอดความรู้ระหว่างชุมชน และการติดตามผลการนำความรู้ไปใช้ โดยใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นฐานในการวางแผนและประเมินผล เพื่อให้การจัดการความรู้สามารถสร้างประโยชน์ต่อสมาชิกกลุ่มและชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง

บทที่ 5 บทเรียนที่ได้รับ แนวทางการติดตามประเมินผล และการขยายผล

5.1 บทเรียนที่ได้รับจากการดำเนินงานด้านการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

การดำเนินงานด้านการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของวิทยาลัยชุมชนสตูล ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562–2568 แสดงให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาความรู้จากทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญา และประสบการณ์ของคนในชุมชน ให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างอาชีพ และการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยมีบทเรียนสำคัญจากการดำเนินงาน ดังนี้

5.1.1 การพัฒนาองค์ความรู้ต้องเริ่มจากบริบทและความต้องการของชุมชน

การดำเนินงานด้านการจัดการองค์ความรู้จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับบริบทของพื้นที่ ทรัพยากรที่มีอยู่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความต้องการของประชาชน การดำเนินงานเกี่ยวกับกาแฟโรบัสต้าสตูลและการทำกาแฟแบบดั้งเดิมในพื้นที่บ้านนาข่าเหนือ อำเภอควนโดน จังหวัดสตูล เป็นตัวอย่างของการนำทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรในชุมชนมาเป็นฐานในการพัฒนาองค์ความรู้ ตั้งแต่การจัดทำหลักสูตรอาชีพระยะสั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาแฟ ไปจนถึงการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ Satun Coffee

การดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนช่วยให้ประชาชนสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง และเกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมของชุมชน

5.1.2 การอนุรักษ์ภูมิปัญญาควบคู่กับการพัฒนาต่อยอด

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์และการสั่งสมของคนในชุมชน การจัดการความรู้จึงไม่ควรจำกัดอยู่เพียงการรวบรวมและบันทึกข้อมูล แต่ควรส่งเสริมให้เกิดการถ่ายทอดและนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

จากการดำเนินงานด้านกาแฟ การย้อมสีธรรมชาติ การทำผ้าบาติก และการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น แสดงให้เห็นถึงการนำองค์ความรู้ดั้งเดิมมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการเรียนรู้รูปแบบใหม่ โดยยังคงเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์และทรัพยากรของพื้นที่

5.1.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น

การนำทรัพยากรในชุมชนมาใช้ประโยชน์สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การแปรรูปกาแฟเป็นกาแฟคั่ว กาแฟบด สบู่สครับกาแฟ และผลิตภัณฑ์จากส่วนต่าง ๆ ของต้นกาแฟ ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้ง ผลไม้ท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์จากผ้าบาติก

การดำเนินงานดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแนวทางการเพิ่มมูลค่าทรัพยากรในชุมชนผ่านการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะการแปรรูป อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผ่านมาตรฐาน การทดลองตลาด และการจำหน่ายจริงเป็นผลการดำเนินงานคนละระดับ จึงควรมีการติดตามและประเมินผลแยกจากกัน

5.1.4 การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ที่นำแนวคิด BCG Model มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรในชุมชน เป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่น การสกัดสีจากใบกาแฟ การย้อมผ้าด้วยเทคนิคชิโบริโดยใช้สีจากใบกาแฟ และการทำ Eco Print ด้วยพืชในท้องถิ่น

แนวทางดังกล่าวช่วยเชื่อมโยงการจัดการองค์ความรู้กับการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ การลดการสูญเสียของวัตถุดิบ และการสร้างแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

5.1.5 การพัฒนาศักยภาพกลุ่มและการมีส่วนร่วมของชุมชน

การจัดการองค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์อย่างต่อเนื่องจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพของสมาชิกกลุ่มควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งด้านทักษะอาชีพ การแปรรูป การบริหารจัดการกลุ่ม การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารทางการตลาด

การดำเนินงานร่วมกับกลุ่มชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ ของจังหวัดสตูล แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ทดลองปฏิบัติ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการสร้างความเข้มแข็งและความสามารถในการดำเนินงานของกลุ่ม

5.1.6 การพัฒนาแหล่งเรียนรู้เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้

การจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ Satun Coffee ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 เป็นการต่อยอดองค์ความรู้ด้านกาแฟให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่การปลูกกาแฟ การดูแลรักษา การจัดการระบบนิเวศ การแปรรูปกาแฟ การคัดเมล็ดกาแฟ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การชิมกาแฟ และการชงกาแฟโรบัสต้าสตูล

แหล่งเรียนรู้ดังกล่าวเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการ นักศึกษา และผู้สนใจ รวมถึงเป็นพื้นที่สำหรับการศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5.1.7 การสร้างเครือข่ายและการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้

การพัฒนาองค์ความรู้ให้เกิดความต่อเนื่องจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างวิทยาลัยชุมชน กลุ่มอาชีพ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ และการตลาดออนไลน์ ยังช่วยเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และองค์ความรู้ของชุมชนให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น

5.2 แนวทางการติดตามและประเมินผลการจัดการองค์ความรู้

การติดตามและประเมินผลการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นกระบวนการสำคัญในการตรวจสอบความก้าวหน้า ผลผลิต และผลลัพธ์จากการดำเนินงาน ตลอดจนใช้ข้อมูลที่ได้ในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน โดยควรพิจารณาการประเมินผลในระดับต่าง ๆ ดังนี้

5.2.1 การประเมินกระบวนการดำเนินงาน

เป็นการติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินงานตั้งแต่การสำรวจข้อมูลและความต้องการของชุมชน การวางแผน การรวบรวมและถ่ายทอดองค์ความรู้ การฝึกอบรมและฝึกปฏิบัติ ตลอดจนการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ โดยพิจารณาจากการดำเนินกิจกรรมตามแผน การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย และความเหมาะสมของกระบวนการดำเนินงาน

5.2.2 การประเมินผลผลิตจากการจัดการองค์ความรู้

เป็นการประเมินผลที่เกิดขึ้นโดยตรงจากการดำเนินกิจกรรม เช่น จำนวนองค์ความรู้ที่ได้รับการรวบรวมและจัดทำเป็นชุดความรู้ จำนวนหลักสูตรหรือกิจกรรมการเรียนรู้ จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และจำนวนแหล่งเรียนรู้ที่ได้รับการพัฒนา

5.2.3 การประเมินผลลัพธ์ด้านความรู้และทักษะ

เป็นการประเมินว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะเพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมโครงการหรือไม่ โดยใช้แบบประเมินก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรม การประเมินจากการปฏิบัติจริง การสังเกต และการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

5.2.4 การประเมินผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ

เป็นการติดตามการนำองค์ความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างรายได้ของประชาชน โดยพิจารณาจากสถานะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การผ่านมาตรฐาน การทดลองจำหน่าย และการจำหน่ายจริง รวมถึงการเปรียบเทียบรายได้ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการ ทั้งนี้ ควรเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมโครงการเป็นรายบุคคลเพื่อให้สามารถตรวจสอบและคำนวณผลลัพธ์ได้อย่างถูกต้อง

5.2.5 การประเมินผลลัพธ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป็นการประเมินผลที่เกิดขึ้นต่อชุมชน เช่น การมีส่วนร่วมของสมาชิก การถ่ายทอดความรู้ระหว่างคนต่างวัย การสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่ม และการใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างคุ้มค่าและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5.2.6 การประเมินความต่อเนื่องและความยั่งยืน

เป็นการติดตามว่าชุมชนสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้และดำเนินกิจกรรมต่อเนื่องได้หรือไม่ โดยพิจารณาจากการดำเนินงานของกลุ่มหลังสิ้นสุดโครงการ การถ่ายทอดความรู้ให้สมาชิกใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม และการเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในระยะยาว

ตารางแนวทางการติดตามและประเมินผลการจัดการองค์ความรู้

ระดับการประเมิน	ประเด็นการประเมิน	ตัวชี้วัดที่ใช้ติดตาม	วิธีการประเมิน
กระบวนการ	การดำเนินงานตามแผน	กิจกรรมที่ดำเนินการตามแผนและการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย	ตรวจสอบแผนงาน รายงานกิจกรรม และแบบลงทะเบียน
ผลผลิต	องค์ความรู้และผลิตภัณฑ์	จำนวนชุดความรู้ หลักสูตร ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และแหล่งเรียนรู้	ตรวจสอบเอกสารและผลงานที่เกิดขึ้น
ความรู้และทักษะ	การพัฒนาความสามารถของผู้เข้าร่วม	คะแนนความรู้และทักษะก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรม	แบบทดสอบ แบบประเมินทักษะ และการสังเกต
เศรษฐกิจ	การนำความรู้ไปสร้างรายได้	จำนวนผู้มีรายได้เพิ่มขึ้นและมูลค่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น	แบบติดตามรายได้และการสัมภาษณ์
สังคมและสิ่งแวดล้อม	การมีส่วนร่วมและการใช้ทรัพยากร	การมีส่วนร่วมของสมาชิก การถ่ายทอดความรู้ และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	แบบสอบถาม การสัมภาษณ์และการสังเกต
ความยั่งยืน	การดำเนินงานต่อเนื่อง	การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มและการถ่ายทอดองค์ความรู้หลังสิ้นสุดโครงการ	การติดตามผลภายหลังดำเนินโครงการ

5.3 แนวทางการขยายผลการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

การขยายผลการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการนำองค์ความรู้และประสบการณ์จากการดำเนินงานไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายอื่น เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การพัฒนาทักษะอาชีพ และการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน โดยมีแนวทางการขยายผล ดังนี้

5.3.1 การพัฒนาหลักสูตรและชุดการเรียนรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น

นำองค์ความรู้ที่ได้จากการดำเนินงานมาจัดทำเป็นหลักสูตรระยะสั้น ชุดการเรียนรู้ และสื่อการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การแปรรูปกาแฟ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรธรรมชาติ

การย้อมสีธรรมชาติ การทำผ้าบาติก และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงความรู้และนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพได้

5.3.2 การส่งเสริมแหล่งเรียนรู้และผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ในชุมชน

ส่งเสริมให้กลุ่มอาชีพและชุมชนที่มีความพร้อมพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ โดยสนับสนุนการจัดทำองค์ความรู้เป็นระบบ การพัฒนาสื่อประกอบการเรียนรู้ และการสร้างผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ในชุมชน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนและการถ่ายทอดความรู้จากคนรุ่นเดิมสู่คนรุ่นใหม่

5.3.3 การต่อยอดผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่ม

สนับสนุนการนำองค์ความรู้ด้านวัตถุดิบ การแปรรูป การออกแบบ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปประยุกต์ใช้กับทรัพยากรในพื้นที่ โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ อัตลักษณ์ชุมชน บรรจุภัณฑ์ และความต้องการของตลาด พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นขั้นตอน ตั้งแต่การสร้างต้นแบบ การปรับปรุงคุณภาพ การตรวจสอบมาตรฐาน การทดลองตลาด จนถึงการจำหน่ายจริง

5.3.4 การพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพ

ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มมีความรู้และทักษะด้านการบริหารจัดการ การวางแผนการผลิต การควบคุมคุณภาพ การจัดทำบัญชีต้นทุนและรายรับรายจ่าย การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ และการบริหารจัดการตลาด เพื่อให้กลุ่มสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

5.3.5 การส่งเสริมการตลาดและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้สนับสนุนการประชาสัมพันธ์และการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ การจัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคและขยายช่องทางการตลาด

5.3.6 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างวิทยาลัยชุมชน กลุ่มอาชีพ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถานศึกษา และภาคีเครือข่ายในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้ เทคโนโลยี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการสร้างโอกาสทางอาชีพ ตลอดจนแลกเปลี่ยนประสบการณ์และขยายผลการดำเนินงานไปยังชุมชนอื่น

5.3.7 การจัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

รวบรวมและจัดเก็บองค์ความรู้ที่เกิดจากการดำเนินงานในรูปแบบเอกสาร ภาพถ่าย วิดีโอ สื่อดิจิทัล และฐานข้อมูล เพื่อให้สามารถสืบค้น เข้าถึง และนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างสะดวก รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการพัฒนาหลักสูตร การวิจัย และการดำเนินงานด้านการพัฒนาชุมชนในอนาคต

5.4 สรุปผลการดำเนินงานและทิศทางการพัฒนาต่อยอด

การดำเนินงานด้านการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของวิทยาลัยชุมชนสตูลในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2562–2568 มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากการรวบรวมและถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับกาแฟโรบัสต้าสตูลและอาหารพื้นถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรในชุมชน การเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มอาชีพ การประยุกต์ใช้แนวคิด BCG Model การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ Satun Coffee ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน และการสืบสานภูมิปัญญาด้านผ้าบาติกและการใช้สีธรรมชาติ

กระบวนการดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเชื่อมโยงองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ทรัพยากร และการมีส่วนร่วมของชุมชนเข้าด้วยกัน โดยมุ่งให้เกิดการเรียนรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ทั้งด้านการพัฒนาทักษะอาชีพ การสร้างผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าทรัพยากรในท้องถิ่น และการสร้างความเข้มแข็งให้แก่กลุ่มชุมชน

สำหรับทิศทางการพัฒนาต่อยอด ควรให้ความสำคัญกับการจัดเก็บและพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้ การพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน การสร้างผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ในพื้นที่ การยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดและเทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควบคู่กับการติดตามและประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ปรับปรุงการดำเนินงานและขยายผลการจัดการองค์ความรู้ไปสู่ชุมชนอื่นได้อย่างต่อเนื่อง

การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงภูมิปัญญาดั้งเดิมกับการพัฒนาในปัจจุบัน โดยมุ่งให้ความรู้และทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนได้รับการอนุรักษ์ ถ่ายทอด และต่อยอดเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอาชีพ เศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดสตูลอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กัญญามน อินหว่าง และคณะ. (2554). *การจัดการวิสาหกิจชุมชน* (พิมพ์ครั้งที่ 1). มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.

ทิวา แก้วเสริม. (2551). *ปัญหาและความต้องการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดเพชรบูรณ์*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

นงนุช อิ่มเรือง. (2554). แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหวายหลึม. *วารสารการบริหารท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 4*(2), [ระบุเลขหน้า].

วิทยา จันทะวงศ์ศรี. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม* [รายงานการศึกษาอิสระ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ]. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สมบูรณ์ ขันธิโชติ และชัชสรัญ รอดยิ้ม. (2558). การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่ม OTOP จังหวัดนนทบุรี: กรณีศึกษากลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 10*(1), 120–130.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2549). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550–2554)*.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2564). *ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนประเทศด้วยเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564–2570*.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (ม.ป.ป.). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 และพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562*.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570)*.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

การถอดความรู้จากผู้รู้ในหน่วยงาน
(Tacit Knowledge to Explicit Knowledge)

บันทึกการถอดความรู้จากผู้รู้ในหน่วยงาน (Tacit Knowledge to Explicit Knowledge)

1. ผู้รู้ (ข้อมูลผู้รู้)



ชื่อผู้รู้ นางนิสรีน ล่านุ้ย

ตำแหน่ง ครู วิทยฐานะ ครูชำนาญการ วิทยาลัยชุมชนสตูล

ภูมิลำเนา จังหวัดสตูล

มือถือ 0883987491

2. ผู้ถอดความรู้

1) นางสาวสุนิสา สะแหละ

2) นายอุใบ หมัดหมุด

3) นางสาวนวรัตน์ ลิ่มสกุล

3. ชื่อหัวข้อความรู้ การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษาโกปี๊นาข่า จังหวัดสตูล

4. ประโยชน์ของความรู้

องค์ความรู้นี้เป็นแนวทางในการรวบรวม จัดระบบ และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยนำภูมิปัญญาการทำกาแฟโบราณและทรัพยากรท้องถิ่นมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์และสร้างมูลค่าเพิ่ม

นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางให้วิทยาลัยชุมชนสตูลนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนรู้ การพัฒนาทักษะอาชีพ การส่งเสริมผู้ประกอบการชุมชน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถานศึกษา ชุมชน และหน่วยงานภาคี เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

5. เนื้อหาและสาระสำคัญขององค์ความรู้

5.1 หัวข้อความรู้ ประกอบด้วย

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ และการสั่งสมความรู้ของคนในชุมชน ซึ่งสะท้อนถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของท้องถิ่น การนำภูมิปัญญาเหล่านี้มาจัดการความรู้อย่างเป็นระบบจะช่วยให้สามารถอนุรักษ์ ถ่ายทอด และต่อยอดไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มได้

กรณีศึกษาโกปี๊นาข่า จังหวัดสตูล เป็นตัวอย่างของการนำภูมิปัญญาการทำกาแฟโบราณและทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มและการสนับสนุนจากวิทยาลัยชุมชนสตูลและภาคีเครือข่าย เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะการผลิต การแปรรูป การสร้างผลิตภัณฑ์ และการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

5.2 สาระสำคัญขององค์ความรู้

การจัดการองค์ความรู้กรณีโกปี๊นาข่า สามารถอธิบายตามกระบวนการ SATUN Model ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

S – Survey: การสำรวจและรวบรวมองค์ความรู้

ศึกษาบริบทชุมชน สำรวจทรัพยากร ภูมิปัญญา ประสบการณ์ของผู้รู้ และศักยภาพของกลุ่มชุมชน โดยให้ความสำคัญกับภูมิปัญญาการทำกาแฟโบราณ การปลูกกาแฟโรบัสต้า และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น

A – Action: การลงมือปฏิบัติและพัฒนาองค์ความรู้

นำองค์ความรู้ที่รวบรวมได้มาถ่ายทอดและทดลองปฏิบัติร่วมกับสมาชิกชุมชน เช่น การพัฒนากระบวนการผลิตกาแฟ การแปรรูปวัตถุดิบ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากส่วนต่าง ๆ ของกาแฟ เพื่อให้เกิดทักษะและแนวทางการนำภูมิปัญญาไปใช้ประโยชน์

T – Test and Follow: การทดลองและติดตามผล

ทดลองใช้ความรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ พร้อมติดตามกระบวนการผลิต คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความเหมาะสมในการใช้งาน และความคิดเห็นของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงการดำเนินงาน ทั้งนี้ ผลการทดลองและผลการติดตามควรมีหลักฐานประกอบตามที่ดำเนินการจริง

U – Upgrade: การยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่ม

นำองค์ความรู้และผลจากการทดลองมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและอัตลักษณ์ที่ชัดเจน เช่น การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์โกปี๊นาข่า และการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน

N – Network: การสร้างเครือข่ายและขยายผล

ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างชุมชน วิทยาลัยชุมชนสตูล หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายผู้ประกอบการ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และขยายผลการเรียนรู้ไปยังกลุ่มชุมชนอื่น

5.3 องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาต่อยอด

องค์ความรู้สำคัญจากกรณีศึกษาโกปี๊นาข่า ประกอบด้วย

1. **ภูมิปัญญาการทำกาแฟโบราณ** เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับวิธีการเตรียมและผลิตกาแฟที่สืบทอดในชุมชน สามารถนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น
2. **องค์ความรู้ด้านกาแฟโรบัสต้าสตูล** ครอบคลุมการปลูก การดูแล การเก็บเกี่ยว และการแปรรูปกาแฟ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับวัตถุดิบในชุมชน
3. **องค์ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์** การนำกาแฟและวัสดุที่เกี่ยวข้องมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น สบู่สครับกาแฟ ผลิตภัณฑ์จากกาแฟ และผลิตภัณฑ์ย้อมสีธรรมชาติ
4. **องค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแบรนด์** การออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการสร้างแบรนด์ “โกปี๊นาข่า” เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และจดจำได้
5. **องค์ความรู้ด้านการตลาดและการสร้างเครือข่าย** การประชาสัมพันธ์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ การจำหน่าย และการเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด

5.4 แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่นกรณีโกปี๊นาข่า ดำเนินการโดยเชื่อมโยงองค์ความรู้ดั้งเดิมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ได้แก่

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาการทำกาแฟโบราณให้มีรูปแบบที่หลากหลาย
- การใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบและส่วนต่าง ๆ ของกาแฟเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
- การปรับปรุงคุณภาพและกระบวนการผลิตให้เหมาะสมกับการใช้งานและความต้องการของผู้บริโภค
- การสร้างอัตลักษณ์และแบรนด์ “โกปี๊นาข่า” เพื่อสื่อถึงภูมิปัญญาและเรื่องราวของชุมชน
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และช่องทางการประชาสัมพันธ์และจำหน่าย
- การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับการท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ของชุมชน

5.5 ผลที่เกิดจากการจัดการองค์ความรู้

การดำเนินงานกรณีโกปี๊นาข่าแสดงให้เห็นแนวทางการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจัดการและต่อยอดสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีประเด็นผลที่ควรนำเสนอ ดังนี้

1) **ด้านองค์ความรู้:** มีการรวบรวมและถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับกาแฟโบราณและการแปรรูปกาแฟ
2) **ด้านผลิตภัณฑ์:** มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาแฟและทรัพยากรในชุมชน โดยควรแยกผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาคุณภาพ และผลิตภัณฑ์ที่มีการจำหน่ายจริง
3) **ด้านกลุ่มชุมชน:** สมาชิกมีโอกาสเรียนรู้และพัฒนาทักษะในการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์
4) **ด้านเศรษฐกิจ:** มีโอกาสสร้างรายได้และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรในชุมชน โดยการรายงานผลรายได้ควรใช้ข้อมูลการจำหน่ายหรือบัญชีรายรับที่ตรวจสอบได้
5) **ด้านเครือข่าย:** เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และความร่วมมือระหว่างชุมชน วิทยาลัยชุมชนสตูล และภาคีเครือข่าย

6. วิธีการนำความรู้ไปใช้

1) จัดทำเอกสารหรือคู่มือองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาการทำกาแฟโบราณและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
2) ใช้เป็นเนื้อหาในการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมฝึกปฏิบัติของวิทยาลัยชุมชนสตูล
3) ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่สมาชิกชุมชนและผู้สนใจผ่านการอบรมและกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้
4) นำแนวทาง SATUN Model ไปประยุกต์ใช้กับการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอื่น
5) ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการเพิ่มช่องทางการตลาดของชุมชน
6) เผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ และช่องทางการเรียนรู้ของวิทยาลัยชุมชนสตูล

7. ผู้เรียนรู้

1) บุคลากรและครูของวิทยาลัยชุมชนสตูล
2) นักศึกษาวิทยาลัยชุมชนสตูล
3) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น
4) ประชาชนและผู้สนใจด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น
5) หน่วยงานภาครัฐและภาคีเครือข่ายที่ดำเนินงานด้านการพัฒนาชุมชน

6) กลุ่มชุมชนอื่นที่ต้องการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่ม

8. ประสบการณ์ที่ประทับใจ

การดำเนินงานกรณีโกปี๊นาข่าทำให้เห็นความสำคัญของการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการสำรวจและรวบรวมความรู้จากผู้รู้ในชุมชน การเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการทดลองและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการนำองค์ความรู้ไปต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

บทเรียนสำคัญคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ควรเน้นเพียงการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่ควรให้ความสำคัญกับการรักษาคุณค่าของภูมิปัญญาดั้งเดิม การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์ การบริหารจัดการกลุ่ม และการเชื่อมโยงตลาดควบคู่กันไป

นอกจากนี้ การดำเนินงานตาม SATUN Model ยังเป็นแนวทางที่ช่วยเชื่อมโยงการสำรวจองค์ความรู้ การลงมือปฏิบัติ การทดลองและติดตามผล การยกระดับองค์ความรู้ และการสร้างเครือข่าย เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอื่นของจังหวัดสตูลได้

****

สถาบันวิทยาลัยชุมชน
INSTITUTE OF COMMUNITY COLLEGES

วิทยาลัยชุมชนสตูล
SATUN COMMUNITY COLLEGE



วิทยาลัยชุมชนสตูล
เลขที่ 271 หมู่ที่ 4 ตำบลเกตรี
อำเภอเมืองสตูล จังหวัดสตูล 91140
โทร. 074-711958
www.stcc.ac.th
วิทยาลัยชุมชนสตูล