

การจัดการองค์ความรู้และสร้างมูลค่าต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้าน นครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

Knowledge Management and Creating Added Value of Folk Pottery Product Design in Nakhon Si Thammarat for OTOP Products

ฉัตรชัย แก้วดี^{1*}

Chatchai Kaewdee^{1*}

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

* ผู้ประสานงานเผยแพร่ (Corresponding Author), E-mail: natdanai.coe@hotmail.com

วันที่รับบทความ: 19 เมษายน 2567; วันที่ทบทวนบทความ: 26 เมษายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 27 เมษายน 2567

วันที่เผยแพร่ออนไลน์: 29 เมษายน 2567

บทคัดย่อ: งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาต่อยอดองค์ความรู้การพัฒนาเครื่องปั้น ดินเผาพื้นบ้าน นครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สู่ชุมชนกลุ่มเป้าหมาย 2) สร้างระบบการจัดการองค์ความรู้และสร้างมูลค่าต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 3) นำเสนอแนวทางส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สู่ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์สู่การจดทะเบียนเป็นสินค้าชุมชน โดยทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง คือ 1) กลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านชุมชนศาลาบางปูตะวันออก และชุมชนศาลาบางปูตะวันตก ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มละ 10 คน และ ชุมชนบ้านปากพูน ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 20 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาเพื่อการจำหน่ายเป็นสินค้าดำรงชีพในพื้นที่กำหนด ไม่น้อยกว่า 5 ปี และปัจจุบันยังคงผลิตเป็นอาชีพหลัก 2) ผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภคเป็นกลุ่มจำหน่ายสินค้าและซื้อสินค้าในแหล่งชุมชนเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านในเขตจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาริมถนนบางปู-ท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 10 ร้านค้า และ 3) ผู้เชี่ยวชาญ เป็นกลุ่มผู้มีความรู้ ความสามารถ หรือนักวิชาการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเครื่องปั้นดินเผา จำนวน 5 ท่าน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาระดับชุมชนในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 40 ราย ให้ฐานข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการเป็นผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ประสงค์พัฒนาสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2) ผู้จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาระดับชุมชน ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 7 ราย ให้ฐานข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการเป็นผู้จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ 3) ระดับคุณภาพของระบบการจัดการและผลิตเครื่องปั้นดินเผาชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้รับการตรวจสอบจากหน่วยงานราชการของรัฐในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 หน่วยงานเพื่อเตรียมการสู่การดำเนินงานสินค้าชุมชน 4) ร้อยละ 80 ของจำนวนผู้กลุ่มเป้าหมาย 50 ราย เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ โดยจำนวนที่หายไปเกิดจากกลุ่มมีสมาชิกผลิตเครื่องปั้นดินเผาไม่พอและหลายคนเดินทางไปประกอบอาชีพนอกพื้นที่ระหว่างการจัดกิจกรรมของโครงการ 5) ระดับความพึงพอใจของผู้ร่วมกิจกรรมตามกิจกรรมย่อยที่ 1 การจัดการองค์ความรู้และสร้างมูลค่าต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ Research for Community วิจัยเพื่อชุมชนสังคม พบว่าร้อยละ 100 ของผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในระดับ

มากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, $SD. = 0.00$) 6) จำนวนของผู้จดทะเบียนสินค้าชุมชนจากผู้ผลิต 10 ราย พบว่าจดทะเบียนสินค้าชุมชน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.00 7) ระดับเพิ่มขึ้นของสินค้า OTOP ของผู้ผลิตที่เข้าร่วมโครงการภายหลังการปิดโครงการเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวน 4 ชุมชนมีการเข้าสู่กระบวนการจดทะเบียนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ชุมชน และ 8) มูลค่าเพิ่มจากการจำหน่ายสินค้าที่มีผลต่อเนื่องจากการเข้าร่วมโครงการมีเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 29.50 โดยเบื้องต้นการจำหน่ายสินค้าของทั้ง 4 ชุมชน เปรียบเทียบก่อนและหลังการร่วมกิจกรรมและผลิตสินค้าตามรูปแบบที่ได้เข้าร่วมกิจกรรม

คำสำคัญ: การจัดการองค์ความรู้, สร้างมูลค่าต่อยอด, สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

Abstract: This research aims to: 1) develop and expand the knowledge base for the development of Nakhon Si Thammarat's traditional pottery into "One Tambon One Product (OTOP)" for the targeted community group; 2) establish a knowledge management system and create additional value through the design of traditional pottery products from Nakhon Si Thammarat for OTOP products, and 3) propose guidelines for promoting and transferring technology of such products in order to create value and improve product quality towards registration as a community product. The experiment was conducted with a sample group of: 1) a group of local pottery producers from east and west of Sala Bang Pu community, located in Pak Phun, Mueang, Nakhon Si Thammarat, consist of 10 participants each, and Ban Pak Phun Community, Pak Phun, Mueang, Nakhon Si Thammarat, with 20 participants. These groups consist of traditional pottery producers who have been engaged in pottery production for sale as a livelihood in specified areas for at least five years, and who currently continue to produce as their primary occupation; 2) distributors and consumers, consisting of 10 shops along Bang Pu - Tha Sala road in Mueang, Nakhon Si Thammarat, who sell and purchase traditional pottery products in this area, and 3) five experts who have knowledge, abilities, or academics related to traditional pottery. The results found that: 1) 40 traditional pottery producers in Nakhon Si Thammarat provided baseline data for community-based pottery production in the province, with the aim of progressing towards OTOP status; 2) seven community pottery distributors in Nakhon Si Thammarat provided baseline data for community-based pottery distributors in Nakhon Si Thammarat to support tourism in the southern region; 3) the quality level of pottery management and production system in Nakhon Si Thammarat was verified by five government agencies in Nakhon Si Thammarat, preparing for registration as a community product; 4) 80 percent of the 50 target group members participated in the project's activities. The missing percentage is due to the group having fewer pottery producers, and several members traveling to work outside the area during the project activities; 5) the level of satisfaction among participants in sub-activity 1, which involved knowledge management and value creation through the design of traditional potteries in Nakhon Si Thammarat, under the Research for Community project, was extremely high, with 100 percent of participants indicating the highest level of satisfaction ($\bar{X} = 5.00$,

SD. = 0.00); 6) out of 10 pottery producers, seven registered their community products, representing 70 percent; 7) the increase in OTOP products for producers participating in the project was 100%, with all four participating communities entering the registration process for OTOP status, and 8) the added value from selling products, resulting from participation in the project, increased by more than 29.50 percent. This increase is based on comparing sales of the four communities before and after engaging in the project activities, and products were produced according to the patterns of those who had participated in the activities.

Key words: Management knowledge, Creating added value, OTOP products

1. บทนำ

สภาพเศรษฐกิจและสังคมไทยปัจจุบันก้าวสู่ประเทศที่ไม่อาจส่งเสริมการผลิตสินค้าในรูปแบบของการรับจ้างผลิต (OEM) ได้อีกต่อไป ด้วยค่าแรงงานของคนในประเทศมีอัตราสูงขึ้น และการครองชีพเป็นแรงกดดันสำคัญทำให้แรงงานกลับสู่ชุมชนท้องถิ่นเพื่อลดค่าครองชีพ การสร้างรายได้และอาชีพยั่งยืนให้กับชุมชนบนพื้นฐานทรัพยากรในท้องถิ่น แรงงานท้องถิ่นและภูมิปัญญาของชุมชนสามารถสร้างมูลค่าและเสริมรายได้จากการจำหน่ายสินค้าทั้งในระดับชุมชนและภูมิภาคได้ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง นอกเหนือจากอาชีพเกษตรกรรมซึ่งเป็นอาชีพหลักในของไทยในปัจจุบัน โดยการผลิตเครื่องปั้นดินเผาจากดินพื้นบ้าน (Folk pottery) เป็นองค์ความรู้ดั้งเดิมของคนไทยมาช้านาน ภูมิภาคของไทยมีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาเพื่อการจำหน่ายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน [1] แม้ว่าปัจจุบันอาจมีมูลค่าทางเศรษฐกิจน้อยลง ด้วยมีผลิตภัณฑ์ทดแทนจากวัสดุที่หลากหลายมากขึ้น แต่อัตลักษณ์และเสน่ห์ของเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านก็ยังคงได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในแหล่งการท่องเที่ยวของไทย สอดคล้องกับการส่งเสริมเศรษฐกิจไทยปัจจุบันที่มีมูลค่าการส่งออกลดน้อยลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดนครราชสีมาลดน้อยลง เนื่องจากผู้ประกอบการระดับครัวเรือนขาดแรงกระตุ้นจากตลาด เศรษฐกิจ และภาวะโรคติดต่อ โควิด 19 ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562-2564 [2] รัฐบาลจึงส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเพื่อเพิ่มรายได้ของประเทศในกรอบแนวคิด “เมืองต้องห้าม

พลาด” และ “เมืองต้องห้ามพลาดพลัส” เพื่อให้คนไทยเที่ยวไทยในต่างจังหวัด และส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประเพณีและวัฒนธรรมระดับชุมชนท้องถิ่นที่หลากหลายของไทย [3] การผลิตเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านเพื่อนำมาใช้ในการตกแต่งแหล่งท่องเที่ยว และการผลิตเป็นสินค้าสำหรับคนเมืองนำไปตกแต่งอาคารบ้านเรือนเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถถ่ายทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำเสนออัตลักษณ์ และความเป็นไทยให้รู้จักแก่นักท่องเที่ยวในระดับสากล สามารถสร้างเศรษฐกิจฐานรากสู่ชุมชนท้องถิ่นได้อย่างตรงประเด็น เพิ่มมูลค่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และเสริมรายได้ให้กับชุมชนผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน จากการพัฒนาโครงการวิจัยเดิมในโครงการพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครราชสีมาสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในปีงบประมาณ 2557 [4] เพื่อส่งเสริมและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในการนำภูมิปัญญาของการออกแบบของชุมชนและวัตถุดิบท้องถิ่นมาปรับปรุงพัฒนาให้กับผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาในท้องถิ่นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านมะยิง ตำบลโพธิ์ทอง อำเภอนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมาสามารถตอบโจทย์และสร้างรายได้ให้กับชุมชนกว่า 10 ครัวเรือน และสามารถจดทะเบียนเป็นผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาระดับชุมชน [5] โดยเครื่องปั้นดินเผาเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน ปี พ.ศ. 2565 ยังคงประสบความสำเร็จ สามารถเพิ่มรายได้และส่งเสริมการผลิตสินค้าเครื่องปั้นดินเผาในชุมชนได้อย่างยั่งยืน [6] ทำให้จำเป็นต้องสร้างแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ

คุณภาพเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านต่อยอดจากการวิจัยเดิม
สู่การส่งเสริมและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนยังคงเป็น
ประโยชน์ต่อชุมชนผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผา และเพื่อตอบ
โจทย์การยกระดับชุมชนฐานรากจากต้นแบบเดิมสู่การ
พัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนแต่ละแห่ง
เพิ่มมูลค่าให้กับท้องถิ่น ชุมชนไม่ต้องเคลื่อนย้ายแรงงาน
สามารถผลิตได้ในชุมชนด้วยตนเอง และพร้อมที่จะ
พัฒนาเป็นแหล่งการเรียนรู้ของชุมชนเชื่อมโยงกับการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตอบโจทย์การพัฒนาจังหวัดสู่
แหล่งท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐบาลและขับเคลื่อน
การดำเนินงานภายใต้ฐานของการจัดการความรู้ การวิจัย
และข้อมูลสารสนเทศเชิงประจักษ์ที่นำไปสู่การสร้าง
ปัญญา (Wisdom) ในฐานของผู้นำการพัฒนาในมิติการ
ท่องเที่ยวและกีฬาให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายของ
การพัฒนาประเทศไทยไปสู่ความยั่งยืน [7]

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 พัฒนาต่อยอดองค์ความรู้การพัฒนาเครื่องปั้น
ดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์สู่ชุมชนกลุ่มเป้าหมาย

2.2 สร้างระบบการจัดการองค์ความรู้และสร้างมูลค่า
ต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้าน
นครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

2.3 นำเสนอแนวทางส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยี
การผลิตเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้า
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สู่ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและ
เพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์สู่การจดทะเบียนเป็น
สินค้าชุมชน

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 กลุ่มกรณีศึกษา เพื่อใช้ในการถ่ายทอด
เทคโนโลยีเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบและกรอก
แบบสอบถามเพื่อนำมาหาประสิทธิภาพด้านความพอใจ
ได้แก่

1) กลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้าน
ในเขตพื้นที่บริการวิชาการจังหวัดนครศรีธรรมราช
จำนวน 3 หมู่บ้าน ประกอบด้วย

1.1) ชุมชนศาลาบางปูตะวันตก
ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 5
ครัวเรือน จำนวน 10 คน

1.2) ชุมชนศาลาบางปูตะวันตก
ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
5 ครัวเรือน จำนวน 10 คน

1.3) ชุมชนบ้านปากพูน ตำบลปาก
พูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 10 ครัวเรือน
จำนวน 20 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาเพื่อ
การจำหน่ายเป็นสินค้าดำรงชีพในพื้นที่กำหนด ไม่น้อย
กว่า 5 ปี และปัจจุบันยังคงผลิตเป็นอาชีพหลัก

เพื่อเป็นผู้ร่วมผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
ทดลองปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้ และตอบ
แบบสอบถามในการถ่ายทอดองค์ความรู้

2) ผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภค เป็นกลุ่ม
จำหน่ายสินค้าและซื้อสินค้าในแหล่งชุมชน
เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านในเขตจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา
ริมถนนบางปู-ท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัด
นครศรีธรรมราช จำนวน 10 ร้านค้า ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายใน
เขตพื้นที่กำหนดไม่น้อยกว่า 3 ปี และจำหน่าย
เครื่องปั้นดินเผาของชุมชนเป็นสินค้าหลัก และผู้ซื้อ
เครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านมะยิงในร้านค้าพื้นที่
กำหนดที่เดินทางมาซื้อสินค้าในระหว่างการทดลองวิจัย
จำนวน 10 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

3) ผู้เชี่ยวชาญ เป็นกลุ่มผู้มีความรู้
ความสามารถ หรือนักวิชาการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ
เครื่องปั้นดินเผา จำนวน 5 ท่าน ซึ่งมีประสบการณ์ที่
เกี่ยวข้องกับการออกแบบ การผลิต หรือการจัดการเรียน
การสอนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องปั้นดินเผาไม่น้อยกว่า 5 ปี
และเป็นที่ยอมรับ ในกลุ่มนักศึกษา นักวิชาการ หรือ
ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาโดยทั่วไป เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1.2 วัตถุดิบและการผลิต เป็นไปตามแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผากลุ่มที่รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี

3.1.3 กระบวนการผลิตและองค์ความรู้ในการนำไปถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน เป็นไปตามงานวิจัยเดิม เรื่อง การพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาชุมชนบ้านมะยิง ตำบลโพธิ์ทอง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.1.4 การประเมินโครงการ มีประเมินในประเด็นตัวชี้วัด มีดังนี้

- 1) ร้อยละของผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผารุ่นใหม่ที่เข้าร่วมการสัมมนากิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้
- 2) ร้อยละของผู้จดทะเบียนสินค้าชุมชน
- 3) ร้อยละของการปรับระดับเพิ่มขึ้นของสินค้า OTOP ของผู้ผลิตที่เข้าร่วมโครงการ
- 4) มูลค่าเพิ่มจากการจำหน่ายสินค้าที่มีผลต่อเนื่องจากการเข้าร่วมโครงการ

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ขั้นตอนศึกษาข้อมูล ดำเนินการดังนี้

4.1.1 ทบทวนและประมวลผลงานวิจัยเดิม เพื่อวิเคราะห์องค์ความรู้สู่การถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับชุมชนกลุ่มเป้าหมาย ดังภาพที่ 1, 2 และ 3



ภาพที่ 1 การสำรวจผลิตผลภายใต้การผลิตสินค้าชุมชนกลุ่มเดิม บ้านมะยิง ตำบลโพธิ์ทอง อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพที่ 2 กิจกรรมการจัดกิจกรรมทบทวนความรู้เดิมสู่ชุมชน



ภาพที่ 3 ปฏิบัติการทบทวนความรู้เดิมสู่ชุมชน

4.1.2 ประชุม สรุปและประสานงาน เพื่อจัดกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้กับชุมชน โดยทำการทบทวนการจัดกิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนกับกลุ่มเป้าหมายเดิมให้มีความรู้ทั้งระดับชุมชนและนักศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การถ่ายทอดสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ ดำเนินการประสานงานเพื่อการจัดกิจกรรมกับกลุ่มชุมชนใหม่จำนวน 3 ชุมชน รวม 60 คน ดังภาพที่ 4 และ 5



ภาพที่ 4 การจัดกิจกรรมประชุมร่วมกับชุมชนเพื่อดำเนินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดองค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 5 ทีมวิจัยประชุมร่วมกับชุมชนเพื่อดำเนินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ

4.1.3 จัดพบปะและหาความรู้ในสถานที่จริงกับผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาชุมชนกลุ่มเป้าหมาย โดยจัดพบปะผู้ประกอบการและผู้นำชุมชนกลุ่มใหม่เพื่อประสานงานการถ่ายทอดเทคโนโลยี ร่วมปรึกษาหารือกับผู้นำชุมชนและเตรียมทำหนังสือราชการเพื่อการเข้าสู่พื้นที่ในการจัดกิจกรรมในระดับหมู่บ้าน โดยเข้าประสานงานกับผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และ อบต.ปากพูน

4.1.4 ร่วมปรึกษาหารือกับผู้นำชุมชนและส่วนราชการเขตพื้นที่ถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 การจัดประชุมผู้นำชุมชนและส่วนราชการเขตพื้นที่ถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน

4.1.5 ประชุมนักศึกษาและนักวิจัยรุ่นใหม่เพื่ออบรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 การจัดประชุมนักศึกษาและนักวิจัยรุ่นใหม่เพื่อเตรียมการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนกลุ่มใหม่

4.1.6 สร้างฐานข้อมูลการเจริญเติบโตระดับฐานรากของชุมชน

4.1.7 พัฒนาระบบการจัดการและพัฒนาอาชีพผลิตเครื่องปั้นดินเผาแนวใหม่โดยการตกแต่ง ด้วยดินสีทองถิ่นสำหรับประกอบกิจการเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเพื่อรองรับการผลิตสินค้าสำหรับแหล่งท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ 2 ระดับ ได้แก่ ครั้วเรือน และวิสาหกิจชุมชน

4.2 ขั้นตอนหาแนวทางในการทำงาน ดำเนินการดังนี้

4.2.1 สร้างกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่เหมาะสมกับชุมชนและผู้ประกอบกิจการเครื่องปั้นดินเผาชุมชนโดยต่อยอดองค์ความรู้เดิม

4.2.2 ประชุมและวางแผนถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวิชาการและแนวทางการต่อยอดงานวิจัยสู่ นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเพื่อร่วมโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน

4.3 ขั้นตอนการปฏิบัติการ ดำเนินการดังนี้

4.3.1 ถ่ายทอดองค์ความรู้เดิมสู่กลุ่มผู้ผลิตรายใหม่

4.3.2 พัฒนาแนวทางการสร้างรายได้จากการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มผู้ผลิตรายใหม่

4.3.3 ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้ากลุ่มพัฒนาใหม่ได้สามารถปรับระดับสินค้าชุมชนไม่น้อยกว่า 1 ระดับ



ภาพที่ 8 การจัดประชุมและคัดเลือกผู้ประกอบการรายใหม่ในกลุ่มเป้าหมาย



ภาพที่ 9 การจัดอบรมและถ่ายทอดองค์ความรู้กับผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายรายใหม่

4.4 ขั้นตอนการสรุปผลและวิเคราะห์ผล ดำเนินการดังนี้

4.1 สรุปผลการศึกษาหารูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และเตรียมนำเสนอข้อมูลต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4.2 ทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

4.5 แผนการดำเนินงาน มีการจัดกิจกรรมการจัดการองค์ความรู้และสร้างมูลค่าต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดกรอบ

แผนการดำเนินงานเป็น 9 กิจกรรม โดยมีรายละเอียดของการแต่ละกิจกรรม ดังนี้

4.5.1 กิจกรรมที่ 1 ประชุม สรุปและประสานงานเพื่อจัดกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้กับชุมชนมีแผนการดำเนินงานตามกิจกรรมดังนี้

1) ทบทวนและประมวลผลงานวิจัยเดิม เพื่อวิเคราะห์องค์ความรู้ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับชุมชนกลุ่มเป้าหมาย โดยทำการทบทวนการจัดกิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนกับกลุ่มเป้าหมายเดิมให้มีความรู้ทั้งระดับชุมชนและนักศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การถ่ายทอดสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยมีตัวชี้วัดของกิจกรรม คือ

1.1) จำนวนของผู้ประกอบการรายเดิมที่เข้าร่วมการทบทวนองค์ความรู้ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนกลุ่มเป้าหมายใหม่

1.2) ความพึงพอใจของผู้ประกอบการรายเดิมที่มีต่อการเข้าร่วมการทบทวนองค์ความรู้ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนกลุ่มเป้าหมายใหม่

2) ประสานงานกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยดำเนินการประสานงานเพื่อการจัดกิจกรรมกับกลุ่มชุมชนใหม่ โดยมีตัวชี้วัดของกิจกรรม คือ จำนวนของผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้าร่วมการทบทวนองค์ความรู้ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน ซึ่งกำหนดไว้จำนวน 3 ชุมชน รวม 60 คน

4.5.2 กิจกรรมที่ 2 สร้างฐานข้อมูลการเจริญเติบโตระดับฐานรากของชุมชน มีแผนการดำเนินงานตามกิจกรรมดังนี้

1) จัดพบปะและหาความรู้ในสถานที่จริง กับผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาชุมชนกลุ่มเป้าหมาย โดยจัดพบปะผู้ประกอบการและผู้นำชุมชนกลุ่มใหม่เพื่อประสานงานการถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยมีตัวชี้วัดของกิจกรรม คือ

1.1) จำนวนของผู้ประกอบการ รายเดิมและใหม่ที่เข้าร่วมการทบทวนองค์ความรู้สู่การ ถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน

1.2) ข้อเสนอแนะและการตอบรับ การร่วมกิจกรรม

1.3) ความพึงพอใจของจำนวนของ ผู้ประกอบการรายเดิมและใหม่ที่เข้าร่วมการทบทวน องค์ความรู้สู่การถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน

2) ร่วมปรึกษารื้อกับผู้นำชุมชนและ ส่วนราชการ เขตพื้นที่ถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน โดย ร่วมปรึกษารื้อกับผู้นำชุมชนและเตรียมทำหนังสือ ราชการเพื่อการเข้าสู่พื้นที่ในการจัดกิจกรรมในระดับ หมู่บ้าน โดยเข้าประสานงานกับผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และ อบต.ปากพูน โดยมีตัวชี้วัดของกิจกรรม คือ

2.1) จำนวนผู้นำชุมชนและส่วน ราชการที่เข้าร่วมกิจกรรม

2.2) ความคิดเห็นของผู้นำชุมชน และส่วนราชการที่เข้าร่วมกิจกรรม

3) ประชุมนักศึกษาและนักวิจัยรุ่นใหม่ เพื่ออบรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน โดยจัดประชุม นักศึกษาในระดับปริญญาตรีและโทเพื่อทำหน้าที่เป็น แก่นนำอบรมองค์ความรู้สู่ชุมชน โดยมีตัวชี้วัดของ กิจกรรม คือ

3.1) จำนวนนักศึกษาและนักวิจัย รุ่นใหม่ที่เข้าร่วมกิจกรรม

3.2) ความพึงพอใจของนักศึกษา และนักวิจัยรุ่นใหม่ที่เข้าร่วมกิจกรรม

4.5.3 กิจกรรมที่ 3 พัฒนาระบบการจัดการ และพัฒนาอาชีพผลิตเครื่องปั้นดินเผาแนวใหม่โดยการ ตกแต่งด้วยดินสีท้องถิ่นสำหรับประกอบกิจการ เครื่องปั้นดินเผาชุมชนเพื่อรองรับการผลิตสินค้าสำหรับ แหล่งท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ 2 ระดับ ได้แก่ ครัวเรือน และวิสาหกิจชุมชน มีแผนการดำเนินงานตามกิจกรรม โดย สร้างฐานข้อมูลและพัฒนาระบบการจัดการและ

พัฒนาอาชีพผลิตเครื่องปั้นดินเผาสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยมี ตัวชี้วัดของกิจกรรม คือ

1) จำนวนฐานข้อมูลจากอุตสาหกรรม จังหวัดในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช และการสำรวจ ภาคสนาม

2) ประสิทธิภาพของฐานข้อมูล

4.5.4 กิจกรรมที่ 4 สร้างกระบวนการถ่ายทอด เทคโนโลยีการผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่เหมาะสมกับชุมชน และผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาชุมชนโดยต่อยอด องค์ความรู้เดิม มีแผนการดำเนินงานตามกิจกรรม โดยสร้างกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต เครื่องปั้นดินเผาที่เหมาะสมกับชุมชน โดยมีตัวชี้วัดของ กิจกรรม คือ

1) จำนวนระบบการจัดการและพัฒนา เครื่องปั้นดินเผาชุมชนจากการวิเคราะห์/ประมวลจาก ผู้ประกอบการระดับเดียวกันทุกภูมิภาค

2) ประสิทธิภาพของฐานข้อมูล

4.5.5 กิจกรรมที่ 5 ประชุมและวางแผน ถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวิชาการและแนวทางการต่อยอด งานวิจัยสู่นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเพื่อ ร่วมโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน มีแผนการ ดำเนินงานตามกิจกรรมด้วยการจัดประชุมและกำหนด แผนการถ่ายทอดองค์ความรู้กับนักวิจัยรุ่นใหม่และ นักศึกษา โดยมีตัวชี้วัดของกิจกรรม คือ

1) ข้อมูลการทดลองพัฒนาเครื่องปั้น ดินเผาชุมชนที่เหมาะสมกับชุมชนในเขต กำหนดใหม่ 2 ชุดข้อมูล

2) ต้นแบบเครื่องปั้นดินเผาชุมชน ที่เหมาะสมกับชุมชนในเขตกำหนดใหม่ 2 รูปแบบ

3) ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

4.5.6 กิจกรรมที่ 6 ถ่ายทอดองค์ความรู้เดิมสู่ กลุ่มผู้ผลิตรายใหม่ มีแผนการดำเนินงานตามกิจกรรม ด้วยการ ถ่ายทอดองค์ความรู้เดิมสู่กลุ่มผู้ผลิตรายใหม่ โดยมีตัวชี้วัดของกิจกรรม คือ

1) โครงการจำลองการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนกับกลุ่มตัวอย่าง 3 รอบ ได้แก่ รอบที่ 1 จำนวน 6 ครั้วเรือน จำนวน 10 คน และนักศึกษาผู้ร่วมโครงการ 10 คน รอบที่ 2 จำนวน 8 ครั้วเรือน จำนวน 14 คน และนักศึกษาผู้ร่วมโครงการ 14 คน และรอบที่ 3 จำนวน 6 ครั้วเรือน จำนวน 16 คน และนักศึกษาผู้ร่วมโครงการ 18 คน

2) ประสิทธิภาพของการปฏิบัติการของผู้เข้าร่วมโครงการจากการสร้างและพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาชุมชน

3) จำนวนผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน

4.5.7 กิจกรรมที่ 7 พัฒนาแนวทางการสร้างรายได้จากการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มผู้ผลิตรายใหม่ มีแผนการดำเนินงานตามกิจกรรมด้วยการวางแผนและพัฒนาแนวทางการสร้างรายได้จากการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของกลุ่มผู้ผลิตรายใหม่ โดยมีตัวชี้วัดของกิจกรรม คือ จำนวนผู้สนใจต่อยอดผลิตเครื่องปั้นดินเผาเชิงพาณิชย์ การจดสินค้าชุมชน OTOP และการจำหน่ายสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม

4.5.8 กิจกรรมที่ 8 ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้ากลุ่มพัฒนาใหม่ได้สามารถปรับระดับสินค้าชุมชนไม่น้อยกว่า 1 ระดับ มีแผนการดำเนินงานตามกิจกรรมด้วยการ ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้ากลุ่มพัฒนาใหม่ได้สามารถปรับระดับสินค้าชุมชน และการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อโครงการ โดยมีตัวชี้วัดของกิจกรรมคือ

- 1) การจดทะเบียนสินค้าชุมชน/OTOP
- 2) มูลค่ามวลรวมขอรายได้จากสินค้าชุมชนหลังได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้

4.5.9 กิจกรรมที่ 9 ประเมินผลโครงการมีแผนการดำเนินงานตามกิจกรรมด้วยการจัดการนำเสนอผลงานโครงการ และผลงานการจดทะเบียนสินค้า OTOP หรือสินค้าชุมชนของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ โดยมีตัวชี้วัดของกิจกรรมคือ

1) ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมชมผลงานโครงการ

2) จำนวนผลงานการจดทะเบียนสินค้า OTOP หรือสินค้าชุมชนของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ

3) ความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการหลังปิดโครงการ

5. ผลการวิจัย

ผลการจัดการองค์ความรู้และสร้างข้อมูลต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์พบตามองค์ความรู้ที่บ่งชี้ โดยบุคลากรกลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 ชุมชน รวม 40 คน มีคุณภาพตามกรอบกิจกรรมที่กำหนดตามตัวชี้วัดและสามารถขับเคลื่อนงานสร้างเครือข่าย และมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนในการกิจอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทุกตัวชี้วัด ดังนี้

5.1 ฐานข้อมูลการประกอบอาชีพเครื่องปั้นดินเผาในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชและการจดทะเบียนสินค้าชุมชน ฐานข้อมูลการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นและกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผากลุ่มใหม่พบว่า

5.1.1 จำนวนผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาระดับชุมชนในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 40 ราย เข้าร่วมกิจกรรมตามกรอบที่กำหนด ประกอบด้วย (1) กลุ่มศาลาบางปู หมู่ที่ 1 จำนวนสมาชิก 10 คน (2) กลุ่มปากพูน (บ้านหน้าสวน กม.4) จำนวนสมาชิก 10 คน (3) กลุ่มบ้านมะยิง จำนวนสมาชิก 10 คน และ (4) กลุ่มชุมชนสั๊กงามและบ้านศาลาบางปู (ของชำร่วย) จำนวนสมาชิก 9 คน

5.1.2 ผู้จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาระดับชุมชนในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชรายใหม่ จำนวน 7 ราย มีการดำเนินการผลิตเครื่องปั้นดินเผาตามรูปแบบที่ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ในเชิงพาณิชย์

5.1.3 หน่วยงานที่รับผิดชอบผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาในระดับชุมชนในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 หน่วยงาน ร่วมดำเนินการสายต่อนโยบายจังหวัดที่มีต่อกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

5.2 ระบบการจัดการและพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเพื่อรองรับการผลิตสินค้าสำหรับแหล่งท่องเที่ยวในเขตภาคใต้ พบว่า

5.2.1 ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาระดับชุมชนในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 40 ราย ให้ฐานข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการเป็นผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ประสงค์พัฒนาสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

5.2.2 ผู้จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาระดับชุมชนในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 7 ราย ให้ฐานข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการเป็นผู้จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตภาคใต้

5.2.3 ระดับคุณภาพของระบบการจัดการและผลิตเครื่องปั้นดินเผาชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้รับการตรวจสอบจากหน่วยงานราชการของรัฐในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 หน่วยงานเพื่อเตรียมการสู่การดำเนินงานสินค้าชุมชน

5.3 กิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน พบว่า

5.3.1 ร้อยละ 80 ของจำนวนผู้กลุ่มเป้าหมาย 50 ราย เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ โดยจำนวนที่หายไปเกิดจากกลุ่มมีสมาชิกผลิตเครื่องปั้นดินเผาน้อยและหลายคนเดินทางไปประกอบอาชีพนอกพื้นที่ระหว่างการจัดกิจกรรมของโครงการ

5.3.2 ระดับความพึงพอใจของผู้ร่วมกิจกรรมตามกิจกรรมย่อยที่ 1 การจัดการองค์ความรู้และสร้างมูลค่าต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการ “Research for Community วิจัยเพื่อ

ชุมชนสังคม” พบว่าร้อยละ 100 ของผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, $SD. = 0.00$)

5.4 แผนพัฒนาและสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่รุ่นใหม่จากโครงการ พบว่า

5.4.1 จำนวนของผู้จดทะเบียนสินค้าชุมชนจากผู้ผลิต 10 ราย พบว่าจดทะเบียนสินค้าชุมชน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.00

5.4.2 ระดับเพิ่มขึ้นของสินค้า OTOP ของผู้ผลิตที่เข้าร่วมโครงการภายหลังการปิดโครงการเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวน 4 ชุมชนมีการเข้าสู่กระบวนการจดทะเบียนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้ง 4 ชุมชน

5.4.3 มูลค่าเพิ่มจากการจำหน่ายสินค้าที่มีผลต่อเนื่องจากการเข้าร่วมโครงการมีเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 29.50 โดยเบื้องต้นการจำหน่ายสินค้าของทั้ง 4 ชุมชนเปรียบเทียบก่อนและหลังการร่วมกิจกรรมและผลิตสินค้าตามรูปแบบที่ได้เข้าร่วมกิจกรรม โดยประมาณมีดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงมูลค่าการจำหน่ายสินค้าของทั้ง

4 ชุมชน เปรียบเทียบก่อนและหลังการร่วมกิจกรรมและผลิตสินค้าตามรูปแบบที่ได้เข้าร่วมกิจกรรม

กลุ่มชุมชน	มูลค่าต่อเดือน (บาท)	
	ก่อน ร่วมกิจกรรม	หลัง ร่วมกิจกรรม
1. กลุ่มศาลาบางปู หมู่ที่ 1	26,000	32,000
2. กลุ่มปากพูน (บ้านหน้าสวน กม.4)	45,000	62,000
3. กลุ่มบ้านมะยิง	28,000	35,000
4. กลุ่มชุมชนสีแกม และบ้านศาลาบางปู	40,000	51,000
รวม	139,000	180,000
เฉลี่ย	34,750	45,000
ร้อยละ	100.00	129.50

5.5 ความพึงพอใจการจัดการอบรมและสอบถามความคิดเห็นก่อนการเข้าการอบรมและหลังการอบรม

ทั้ง 4 ชุมชน พบว่า

5.5.1 ด้านเนื้อหา ผู้เข้ารับการอบรมมีความคิดพึงพอใจ โดยเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.40) ซึ่งในประเด็นที่ 3 เนื้อหาขององค์ความรู้มีความสำคัญและจำเป็นต่อการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน มีความพึงพอใจสูงสุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00)

5.5.2 ด้านกระบวนการ ผู้เข้ารับการอบรมมีความคิดพึงพอใจ โดยเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.40) ซึ่งในประเด็นที่ 4 กระบวนการและการจัดการความรู้มีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่มีความพึงพอใจสูงสุด ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.30)

5.5.3 ด้านสภาพแวดล้อมและสื่อประกอบ ผู้เข้ารับการอบรมมีความคิดพึงพอใจ โดยเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.50) ซึ่งในประเด็นที่ 4 บรรยากาศในการพัฒนาเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ของสมาชิกชุมชน มีความพึงพอใจสูงสุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00)

5.5.4 ด้านผลที่ได้จากการดำเนินการจัดการความรู้ ผู้เข้ารับการอบรมมีความคิดพึงพอใจ โดยเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.25) ซึ่งในประเด็นที่ 2 ผลที่เกิดจากการดำเนินการ การจัดการความรู้ส่งผลให้เกิดประสิทธิผลในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจสูงสุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) แสดงให้เห็นว่า ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมมีความรู้หลังการอบรมมีความรู้เพิ่มขึ้น ซึ่งจัดอยู่ในระดับดีมาก

6. อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

จากการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาชุมชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดการสนทนากลุ่มย่อยชุมชนต้นแบบจากการวิจัยเดิม 1 กลุ่ม เพื่อพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้สู่กลุ่มผลิตภัณฑ์รายใหม่ และร่วมการสนทนากับผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ารับการถ่ายทอด

เทคโนโลยีการจัดการความรู้ทางการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราช และพบว่า

6.1 ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาระดับชุมชนในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ให้ฐานข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการเป็นผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาชุมชนเพื่อพัฒนาสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และผู้จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาระดับชุมชนให้ฐานข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการเป็นผู้จำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเขตภาคได้อย่างครบถ้วน อาจจะเพราะว่าคนในชุมชนมีความมุ่งมั่นและสนใจในกิจกรรมที่จะสามารถเสนอข้อมูลที่จะนำไปพัฒนาการประกอบกิจการในชุมชนให้เข้มแข็ง เสริมรายได้ที่มั่นคงในชุมชนและช่วยสร้างความหวังให้คนรุ่นใหม่มีอาชีพที่มั่นคงในชุมชนภายหลังวิกฤตโรคระบาดและการกลับจากเมื่อหลวงของคนรุ่นใหม่มาอาศัยในชุมชนบ้านเกิดทำให้รายได้ของชุมชนลดน้อยลงการสร้างอาชีพและเกิดรายได้ในชุมชนจึงเป็นทางเลือกที่ชุมชนสนใจและร่วมมือกันให้ข้อมูลอย่างเต็มใจ สอดคล้องกับบทความวิชาการของ พัฒนกุล อ่อนสำลี [8] ซึ่งได้เขียนบทความเกี่ยวกับการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และกล่าวไว้ว่าหากวิสาหกิจชุมชนมีการปรับตัวก็จะเป็นผู้อยู่รอด และเป็นผู้พยุกระงับวิกฤตระดับมหภาคได้ การปรับตัวทางการตลาดและหันมาทำการตลาดแบบออนไลน์จะเป็นทางเลือกหนึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และเชนตติ พุ่มพุกซ์ [9] ซึ่งได้ศึกษาทางรอดและแนวทางการปรับตัวของวิสาหกิจ ชุมชนแนววิถีใหม่หลังวิกฤติ COVID-19 ของไทย และสรุปว่า ทางรอดด้านการจัดการรวมกลุ่มกันในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน มุ่งผลิตสินค้าที่แปลกใหม่ และมุ่งพัฒนาคนในชุมชนให้สามารถผลิตภัณท์วิสาหกิจชุมชนด้วยอัตลักษณ์ที่โดดเด่นสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้หลายช่องทาง เช่นเดียวกับงานวิจัยของ จิรัชญา ศุขโกคา [10] ซึ่งได้วิจัยเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนและพบว่า ผู้ประกอบการ

วิสาหกิจชุมชนยุคใหม่ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก ต่อศักยภาพการจัดการการเปลี่ยนแปลงวิสาหกิจชุมชน เพื่อไปใช้ในประกอบการกำหนดนโยบาย วางแผน และ กำหนดความรับผิดชอบด้านการพัฒนา ศักยภาพ การจัดการการเปลี่ยนแปลงวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็น ระบบและเป็นรูปธรรม เช่นเดียวกับงานวิจัยของ สุจินันท์ ใจแก้ว [11] ซึ่งได้วิจัยเกี่ยวกับทิศทางการผลิตและการตลาดเครื่องปั้นดินเผา จังหวัดอุบลราชธานี และพบว่าอาชีพการผลิตเครื่องปั้นดินเผา ในจังหวัดอุบลราชธานี ยังถือเป็นอาชีพที่สามารถสืบทอดไปสู่คนรุ่นหลังให้เกิดความมั่นคงในอาชีพ และส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีต่อครอบครัวได้

6.2 ระดับความพึงพอใจของผู้ร่วมกิจกรรมตามการจัดการองค์ความรู้และสร้างมูลค่าต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ Research for Community วิจัยเพื่อชุมชนสังคม พบว่าร้อยละ 100 ของผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, $SD. = 0.00$) และจำนวนของผู้จดทะเบียนสินค้าชุมชนจากผู้ผลิต 10 ราย พบว่าจดทะเบียนสินค้าชุมชน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.00 อาจเป็นเพราะกิจกรรมที่จัดขึ้นในโครงการเป็นการนำความรู้เดิมที่ผู้ประกอบการได้มีประสบการณ์ร่วมกันมาแล้วและมีการเตรียมความพร้อมทั้งกับคนในชุมชน หน่วยงานท้องถิ่น และภาครัฐอย่างต่อเนื่อง มีการเข้าไปร่วมกิจกรรมในพื้นที่อยู่อย่างสม่ำเสมอและ กิจกรรมสอดคล้องกับความคิด วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในชุมชน ทำให้ชุมชนร่วมกิจกรรมกันอย่างมีความสุข สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบูรณ์ นิยม [12] ซึ่งได้ศึกษาและพัฒนาแผนงานการส่งเสริมการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน โดยถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำส้มโอพร้อมดื่มด้วยการฆ่าเชื้อแบบพาสเจอร์ไรส์และการบรรจุร้อน เพื่อเพิ่มมูลค่าส้มโอทำประโยชน์ในจังหวัดนครสวรรค์ และพบว่าจากการจัดอบรม

เชิงปฏิบัติการชุมชนตอบสนองการเรียนรู้ได้ดีและสามารถพึ่งพาตนเองได้โดยใช้ทรัพยากรในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างยั่งยืนชุมชนได้มีการนำวัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์เด่นของชุมชนมาเพิ่มมูลค่าได้

6.3 ระดับเพิ่มขึ้นของสินค้า OTOP ของผู้ผลิตที่เข้าร่วมโครงการภายหลังการปิดโครงการเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวน 4 ชุมชนมีการเข้าสู่กระบวนการจดทะเบียนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และมูลค่าเพิ่มจากการจำหน่ายสินค้าที่มีผลต่อเนื่องจากการเข้าร่วมโครงการมีเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 29.50 ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อาจจะเป็นเพราะการปรับปรุงกระบวนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภคและชุมชนผู้ผลิตเข้าใจกลไกและความต้องการของตลาดเพิ่มขึ้นด้วยการแนะแนวทางการปรับปรุงทั้งคุณภาพ กระบวนการผลิต และการตลาด โดยผ่านการจดทะเบียนเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในสินค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวาล อมาตยกุล [13] ซึ่งได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์OTOP เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวของบ้านห้วยหอม อำเภอแม่ลาน้อย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และพบว่าชุมชนสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการนำผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของตนไปวางจำหน่ายอีกชุมชนหนึ่ง สนับสนุน แลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์กันและกัน เพื่อโอกาสในการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของบ้านห้วยหอมให้กระจายไปชุมชนต่าง ๆ

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

7.1.1 การจัดกิจกรรมควรมีการกำหนดระยะเวลา และการดำเนินงานที่แน่นอนผ่านการจัดการอย่างเป็นระบบโดยอาศัยการเชื่อมโยงกับหน่วยงานต่าง ๆ ให้ครอบคลุม

7.1.2 การดำเนินงานควรกำหนดตามช่วงฤดูกาล ซึ่งระบบการผลิตมีผลสภาพแวดล้อมอย่างมากจากการผลิตต้องอาศัยการใช้สภาพอากาศ

7.1.3 ควรมีการร่วมมือกับหน่วยงานรัฐในกลุ่มอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงกับการตลาดและการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม

7.1.4 การกำหนดงบประมาณของโครงการควรมีการกำหนดวงงานให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมที่แท้จริงเพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมที่จัด

7.2 ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาเพื่อขยายผลต่อไป

การขยายผลเพื่อต่อยอดองค์ความรู้มีแนวทางการกำหนดในการพัฒนาวิทยากรชุมชนเพื่อเป็นต้นแบบของผู้ประกอบการโดยเน้นให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่ในการพัฒนารูปแบบ คุณภาพ และระบบการผลิตที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการผลิตตามแนวทางใหม่ ทำให้เกิดมูลค่าและตรงตามความต้องการของผู้ร่วมกิจกรรมของชุมชนและต้องการสืบต่อในการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่สมาชิกในกลุ่ม

8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัย การจัดการองค์ความรู้และสร้างมูลค่าต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการ “Research for Community วิจัยเพื่อชุมชนสังคม” เป็นการต่อยอดจากงานวิจัยที่ประสบความสำเร็จจากงบประมาณการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านมะยง” โดยได้รับทุนอุดหนุนจากเครือข่ายการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนฐานราก สกอ. ภาคใต้ตอนบน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ปีงบประมาณ 2557 และชุดองค์ความรู้ เรื่อง “การเพิ่มศักยภาพ มูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่อีสาน” โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์อินทรี ชาติ และคณะ สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) งบประมาณ 2558 ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

9. เอกสารอ้างอิง

- [1] Kaewdee, C. 2012. "Study of plant latex for decorating local pottery for southern communities," Ph.D. dissertation, Dept. Applied Arts and Design, Ubon Ratchathani Univ., Ubon Ratchathani, Thailand. (In Thai)
- [2] Kaewdee, C. 2023. "The Design and Development of plaster molds for Large Industrial Pottery for the Community and Household Business," *Academic Journal of Industrial Technology Innovation*, 1(1): pp. 1–15. (In Thai)
- [3] Parliamentary Budget Office of the Secretariat of the House of Representatives. 2021. *Proposed guidelines for promoting tourism in secondary cities in order to distribute income from tourism*. Bangkok: Publishing House Office of the Secretariat of the House of Representatives. (In Thai)
- [4] Kaewdee, C., and Rattanaphan, C. 2014. "Development of local Nakhon Si Thammarat pottery into One Tambon One Product: A case study of Ban Ma Ying community," Project report. Research and Innovation Network to transfer technology to grassroots communities, OHEC, Upper Southern Region, Office of the Higher Education Commission, Nakhon Si Thammarat, Thailand. (In Thai)
- [5] Office of Local Wisdom and Community Enterprise Promotion, Department of Community Development. 2020. *Information about the One Tambon One Product (OTOP) Project 2020*. [Online]. Available: <https://data.go.th/dataset/otop2020>. Accessed 20 May 2022. (In Thai)

- [6] RakMuang, J. 2022, February 16. *Demand for pottery products in the local market community*. Nakhon Si Thammarat, Thailand. Interview. (In Thai)
- [7] Ministry of Tourism and Sports. 2022. *Operational plan for 2022, Ministry of Tourism and Sports*. [Online]. Available: https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article_20220610151812.pdf. Accessed 20 May 2023. (In Thai)
- [8] Onsamlee, P. 2021. "Adaptation of Community Enterprises in The Epidemic Conditions of Coronavirus Infection in 2019," *Journal of Management Science Review*, 23(1): pp. 195-205. (In Thai)
- [9] Anusonphat, N., and Poompurk, C. 2022. "New Normal Ways for The Survival and Adaptation of Community Enterprise after Covid-19 Crisis of Thailand," *Journal of MCU Nakhondhat*, 9(1): pp. 1-19. (In Thai)
- [10] Sukphoka, J. 2022. *"Potential for managing change for sustainable community enterprise development,"* Ph.D. dissertation, Dept. Managment, Silpakorn Univ., Bangkok, Thailand. (In Thai)
- [11] Jaikaew, S. 2017. *"Process Direction and Marketing of Pottery in Ubon Ratchathani Province,"* M.B.A. thesis, Dept. Business Administration., Ubon Ratchathani Univ., Ubon Ratchathani, Thailand. (In Thai)
- [12] Niyom, S. 2021. *"Development of ready-to-drink pomelo juice products. Pasteurization and hot filling to increase the value of Tha Khoi pomelo,"* Research report. Bangkok: Promotion and Coordination Division for Scientific Benefits Research and innovation Office of the Permanent Secretary, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (In Thai)
- [13] Amatayakul, S. 2022. *"A Development of OTOP Entrepreneurs Network for Promoting Tourism in Huay Hom Village, Mae La Noi Distric, Mae Hong Son Province,"* M.A. thesis, Dept. Social Development., Mahachulalongkornrajavidyalaya Univ., Bangkok, Thailand. (In Thai)