



รายงานการวิจัย

แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน
จังหวัดลำปาง

Development of Creative Economy Products from Network of Temple
museums and Communities in Lampang Province

โดย

พระครูสิทธิธรรมบัณฑิต, ผศ.

ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร

ดร.สมจันท์ ศรีปรัชยานนท์

นางสาวณฤณีย์ ศรีสุข

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS ๘๐๐๗๖๕๐๓๒



รายงานการวิจัย

แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน
จังหวัดลำปาง

Development of Creative Economy Products from Network of Temple
museums and Communities in Lampang Province

โดย

พระครูสิทธิธรรมบัณฑิต, ผศ.ดร.

ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร

ผศ.ดร.สมจันท์ ศรีปรัชยานนท์

นางสาวณฤณีย์ ศรีสุข

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

MCU RS ๘๐๐๗๖๕๐๓๒

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Research Program

Development of Creative Economy Products from Network of Temple
museums and Communities in Lampang Province

BY

Phrakusirithammabandit. Asst.Prof.Dr.
Asst.Prof.Dr. Busakorn Watthanabut
Asst.Prof.Dr.. Somchan Sripraschayanon
Miss. Narunee Srisuk

Mahachulalongkornrajavidyalaya University. Nakhon Lampang Buddhist College
B.E. ๒๕๖๕

Research Project Funded
By Thailand Science Research and Innovation Fund
MCU RS ๘๐๐๗๕๐๓๒
(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

- ชื่อรายงานวิจัย : การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่าย
พืชรักษะของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง
- ผู้วิจัย : พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.ดร., ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร
ผศ.ดร.สมจันท์ ศรีปรัชยานนท์ ,นางสาวณณณีย์ ศรีสุข
- ส่วนงาน : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
- ปีงบประมาณ : ๒๕๖๕
- ทุนอุดหนุนการวิจัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

แผนงานการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (๒) ออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ (๓) พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพืชรักษะ และ (๔) สร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพืชรักษะของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พืชรักษะในจังหวัดลำปาง เลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง คือ พืชรักษะวัดและชุมชนจำนวน ๓ แห่ง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ๒๔ รูป/คน การสนทนากลุ่มเฉพาะ การวิจัยเชิงเอกสาร และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัย พบว่า ๑) ส่งผลให้ได้องค์ความรู้จากกระบวนการพัฒนาที่เกิดจากการเรียนรู้ร่วมกัน เกื้อหนุนให้คนในชุมชนสามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต เกิดการกระจายโอกาสการเรียนรู้ สร้างแหล่งเรียนรู้ที่ก่อประโยชน์ต่อชุมชนให้ได้พัฒนาศักยภาพตามวิถีชีวิตและความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมา ๒) ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้ได้องค์ความรู้จากทุนทางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน เช่น กระจต่ายขูดมะพร้าว หรือ กระจตี่องควาย แล้วนำเสนอผ่านนิทรรศการเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเครือข่ายพืชรักษะชุมชนจังหวัดลำปาง ที่ยังต้องอาศัยการขับเคลื่อนเชิงบูรณาการกับกลุ่มเครือข่ายอื่น ๓) ได้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ๔) ได้สร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วมที่ถูกพัฒนาให้มีรูปแบบที่หลากหลายส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนให้มีสมรรถนะสูงขึ้นที่เกิดจากการมีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารจัดการ ส่งผลหนุนเสริมต่อการพัฒนาประเทศอย่างสร้างสรรค์ อันเป็นเป้าหมายหลักของการพัฒนาเครือข่ายชุมชนยุคใหม่อย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, พืชรักษะของวัดและชุมชน

Research report title : Development of Creative Economy Products from Network of Temple museums and Communities in Lampang Province

Researcher : Phrakusirithammabandit. Asst.Prof.Dr.
Asst.Prof.Dr. Busakorn Watthanabut
Asst.Prof.Dr.. Somchan Sripraschayanon
Miss. Narunee Srisuk

The division of : Mahachulalongkornrajavidyalaya University,
Nakhon Lampang Sangha College.

Year : ๒๐๒๒

Research funding : Mahachulalongkornrajavidyalaya University

ABSTRACT

The objectives of this research were ๑) to study body of knowledge in products development process ๒. To design and make phototype for products ๓. To develop products as creative economy for museums network and ๔. To build marketing networks in Development of Creative Economy Products from Network of Temple museums and Communities in Lampang Province. The research was qualitative research that was used in-depth interview technique with semi -structured from ๒๔ key informants for common characteristics and participation action research. The results of this research were as following ; ๑. body of knowledge in products development process were made participation learning that drive communities as lifelong learning and knowledge society in each communities ๒. Design and make phototype for products made social fund via body of knowledge such as kitchen tools , tools for control animal that present through exhibition in Lampang province and their network ๓) products as creative economy for museums network had process with system from communities participation ๔) marketing networks in Development of Creative Economy Products from Network of Temple museums and Communities in Lampang Province build from the management of networks and communities participation that drive high communities potential and served sustainable for each communities.

Keywords : Product Development , Creative Economy, Temple museums and Communities

กิตติกรรมประกาศ

แผนงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง สำเร็จได้ด้วยอาศัยความอนุเคราะห์ช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากคณะผู้ช่วยนักวิจัย ซึ่งเป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการร่วมเก็บข้อมูลภาคสนามและการลงพื้นที่วิจัยให้คำแนะนำชี้แนะจนทำให้งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลงอย่างสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ พระสุธีรัตนบัณฑิต, รศ.ดร. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และพระมหาชุตีภัก อภินนโท ผู้อำนวยการส่วนงานวางแผนและส่งเสริมการวิจัย สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษาและติดตามงานวิจัยด้วยดีตลอดมา

งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์แบบด้วยความเมตตาอนุเคราะห์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่าน ที่ได้ให้โอกาสแก่คณะผู้วิจัยในการดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในทางวิชาการ และคณะผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ที่ได้ให้กำลังใจและคอยสอบถามความก้าวหน้าด้วยดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ คณะผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับพิพิธภัณฑ์วัดและชุมชนในจังหวัดลำปาง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการจัดการพิพิธภัณฑ์วัดและชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป

พระครูสิริธรรมบัณฑิต,รศ.ดร. และคณะ

๑๐ กันยายน ๒๕๖๕

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
รายงานการวิจัยร่างสมบูรณ์	ก
รายงานการวิจัยร่างสมบูรณ์	ข
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญภาพประกอบ.....	ญ
บทที่ ๑ บทนำ.....	๑
๑.๑ ความสำคัญและที่มาของปัญหา	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๔
๑.๓ ขอบเขตของการวิจัย	๔
๑.๓.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	๔
๑.๓.๒ ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	๔
๑.๓.๓ ขอบเขตด้านสถานที่.....	๕
๑.๓.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา	๕
๑.๔ ปัญหาที่ต้องการทราบ.....	๕
๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	๖
๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	๗
บทที่ ๒ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๘
๒.๑ แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชน	๘
๒.๒ แนวคิดการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม	๑๖
๒.๒.๑ ความเป็นมาและความหมายการจัดการวัฒนธรรมชุมชน	๑๖
๒.๒.๒ องค์ประกอบการจัดการวัฒนธรรมชุมชน	๒๐
๒.๒.๓ การขับเคลื่อนการจัดการวัฒนธรรมชุมชน.....	๒๓
๒.๒.๔ ขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมชุมชน	๒๔
๒.๓ แนวคิดทฤษฎีการจัดการความรู้.....	๒๗
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ	๖๒
๒.๕ แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์	๖๔
๒.๖ แนวคิดการมีส่วนร่วมของวัดและชุมชน.....	๖๙
๒.๖.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	๖๙
๒.๖.๒ ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม	๗๒
๒.๗ แนวคิดทฤษฎีเครือข่าย	๗๙
๒.๘ บริบทพื้นที่พิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนที่ทำการศึกษ.....	๘๑

	๒.๘.๑ วัดปงสนุกเหนือ.....	๘๑
	๒.๘.๒ วัดบ้านหลุก.....	๘๒
	๒.๘.๓ วัดไหล่หินหลวง.....	๘๓
	๒.๙ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๘๔
	๒.๑๐ กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	๘๙
บทที่ ๓	วิธีดำเนินการวิจัย.....	๙๑
	๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๙๑
	๓.๒ พื้นที่การวิจัย/ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	๙๓
	๓.๒.๑ พื้นที่.....	๙๓
	๓.๒.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	๙๓
	๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	๙๔
	๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	๙๕
	๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๙๖
	๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย.....	๙๘
บทที่ ๔	ผลการวิจัย.....	๙๙
	๔.๑ องค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและ ชุมชนจังหวัดลำปาง.....	๙๙
	๔.๒ การออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่าย พิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง.....	๑๐๐
	๔.๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและ ชุมชนจังหวัดลำปาง.....	๑๐๕
	๔.๓.๑. จัดเวทีชุมชนระดมแนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ .๑๐๕	
	๔.๓.๒. นำเสนอรูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์	๑๐๕
	๔.๓.๓. ระดมความคิดเห็นเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์.....	๑๐๖
	๔.๔ การสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่าย พิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง.....	๑๐๘
บทที่ ๕	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	๑๑๐
	๕.๑ สรุปผลการวิจัย.....	๑๑๐
	๕.๒ ข้อเสนอแนะ.....	๑๑๔
	บรรณานุกรม.....	๑๑๖
	ภาคผนวก ก.....	๑๒๕
	ภาคผนวก ข.....	๑๓๖
	ภาคผนวก ค.....	๑๔๑

ภาคผนวก ง	๑๖๕
ภาคผนวก จ.....	๑๖๙
ประวัติผู้วิจัย	๑๗๕

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบที่	หน้า
๒.๑ การจัดการวัฒนธรรมชุมชน.....	๒๓
๒.๒ พีระมิดแสดงลำดับชั้นของความรู้.....	๒๙
๒.๓ วัฏจักรความรู้.....	๓๒
๒.๔ ลำดับชั้นของความรู้จากมุมมอง Dave Snowden.....	๓๓
๒.๕ ภูเขาน้ำแข็งแสดงการเปรียบเทียบความรู้.....	๓๕
๒.๖ การถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer).....	๔๖
๒.๗ การอธิบายถึงการทำงานของการสร้างความรู้.....	๕๕
๒.๘ แผนภาพโมเดลปลา.....	๖๐
๒.๙ ตัวแบบแสดงความสัมพันธ์ของการสร้างองค์ความรู้.....	๖๑
๔.๑ ธงกระดาษสา.....	๑๐๑
๔.๒ กรอบรูปพระภุม.....	๑๐๒
๔.๓ กรอบรูปพระพุทธรูป.....	๑๐๓
๔.๔ ธงภาพพระพุทธรูปไม้.....	๑๐๓
๔.๕ กระจต่ายขูดมะพร้าวจำลอง.....	๑๐๔
๔.๖ ฮอกควาย (กระต๊องควาย) จำลอง.....	๑๐๔
๔.๗ ครกไม้ จำลอง.....	๑๐๕
๔.๘ คณะทำงานวิจัยชุมชนได้วางแผนในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์.....	๑๐๗
๔.๙ ห่อบรรจุผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์.....	๑๐๙

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความสำคัญและที่มาของปัญหา

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ได้เป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีประวัติยาวนาน และได้ถูกนำมาใช้เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาประเทศของหลายๆ ประเทศชั้นนำของโลก^๑ เช่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมถึงประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างมาเลเซีย อินโดนีเซีย รวมถึงประเทศไทย โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ได้ถูกพูดถึงครั้งแรกในหนังสือของจอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ที่มีชื่อว่า The Creative Economy: How People Make Money from Ideas ซึ่งจัดพิมพ์ขึ้นในปี ๒๐๐๑ เพื่อเผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจใหม่ ซึ่งจะเข้ามาแทนที่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการผลิต (Manufacturing) และใช้ทรัพยากรอันประกอบด้วยแรงงานและทุนรูปแบบเก่าในที่สุด ดังนั้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และไอเดียใหม่ๆ ของปัจเจกบุคคล ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และมีความหมายครอบคลุมทุกกิจกรรมในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวอาจมีองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรมหรือไม่ก็ได้ ซึ่งจะกว้างกว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ที่มุ่งเน้นการผันศิลปะและวัฒนธรรมให้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรม และส่งออกผ่านเครื่องมือทางสื่อ ซึ่งหลายๆ ประเทศได้ใช้เป็นแนวทางในการส่งออกวัฒนธรรมของประเทศไปสู่สากล

ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรม เป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากเป็นแหล่งกำเนิดของความคิดสร้างสรรค์และเอกลักษณ์ที่แตกต่าง^๒ ผลิตภัณฑ์ที่มาจากภูมิปัญญาได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการชุมชนยังเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของตลาดและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง^๓ เอกลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สามารถบ่งบอกถึงความรู้ภูมิปัญญาของคนท้องถิ่น หรือความเป็นชาติ ไม่ถือเป็นสิ่งที่ล้ำสมัย ในทางตรงกันข้ามเอกลักษณ์และวัฒนธรรมเหล่านั้นเป็นเครื่องบ่งชี้ตัวตนและคุณค่าแบบที่ใครไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้ ในแต่ละพื้นถิ่นมีทรัพยากรที่แตกต่างกันออกไปทรัพยากรบางชนิดสามารถนำมาทำประโยชน์ให้กับชุมชนมาอย่างช้านานจนกลายเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั้นและ

^๑ Howkins, J. (2001). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. Allen Lane. Penguin Books Limited, 2002.

^๒ อรุณี ชัยพิชิต. (๒๕๕๗). ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์และทรัพย์สินทางปัญญา. สืบค้น ๙ มีนาคม ๒๕๖๐. จาก <https://kruneedesign.wordpress.com/๒๐๑๔/๐๔/๑๗>

^๓ ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์. (๒๕๕๑). การออกแบบและพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากผ้าไหมสุรินทร์: รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

คนในท้องถิ่นก็ใช้ความรู้ความสามารถที่มีนำมาพัฒนา ดัดแปลง ต่อยอด สร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นมาในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ตามท้องถิ่นที่มาจากภูมิปัญญา ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการชุมชนหลายรายเข้ามาแข่งขันกันในตลาดเป็นจำนวนมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นไปในทิศทางของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นเพื่อให้มีคุณภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในทิศทางที่ดีขึ้น อาจจะมีผู้ประกอบการ บางรายที่ยังมองไม่เห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์อีกทั้งยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้เท่าที่ควร^๔

การขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด: ผู้ประกอบการชุมชน บางรายยังขาดความเข้าใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถดึงดูดความสนใจและสร้างมูลค่าเพิ่มได้เท่าที่ควร^๕

การเข้าถึงข้อมูลภูมิปัญญาและวัฒนธรรม: การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์ จำเป็นต้องมีการเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจเป็นข้อจำกัดสำหรับผู้ประกอบการในชุมชน

การสร้างความร่วมมือให้กับผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา: การรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา ควบคู่ไปกับการออกแบบให้มีความร่วมมือ เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความน่าสนใจและเพิ่มโอกาสทางการตลาด

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ จึงต้องหันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เสียหายและเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภค^๖ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ทั้งของตัวเองและท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนยังคงประสบปัญหาเรื่องรูปแบบที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น การออกแบบจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน^๗ และในการวิจัยนี้จะเน้นในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน^๘ ได้กล่าวว่า การสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนควรมีการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดหรือกำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้น

ความต้องการที่ไม่มีสิ้นสุดของมนุษย์ทำให้ธุรกิจต่างๆ เกิดการปรับตัวและพัฒนาเพื่อตอบสนองให้สอดคล้องความต้องการ ให้ตรงกับผู้บริโภคมากที่สุด ในหลายๆ ประเทศได้ให้การสนับสนุนในเรื่องของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของสินค้าให้มีความดึงดูดและน่าสนใจ รวมถึงในประเทศไทยที่ทางรัฐบาล และเอกชนต่างให้การสนับสนุนสินค้าภูมิปัญญาไทย เพื่อการพัฒนาสินค้าให้มีความร่วมมือ

^๔ ปรีชา ปั่นกล้า. การสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.๒๕๔๙.

^๕ กรมวิทยาศาสตร์บริการ. (๒๕๕๕). รายงานประจำปี ๒๕๕๕. สำนักงานเลขาธิการกรม.

^๖ เรื่องเดียวกัน.

^๗ ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์. การออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์จากผ้าไหมสุรินทร์: รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. ๒๕๕๑.

^๘ ปรีชา ปั่นกล้า. การสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.๒๕๔๙.

ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เป็นผลผลิตที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์และทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มของสินค้า ด้วย แนวความคิดหรือกรรมวิธีต่างๆ และรวมไปถึงกระบวนการผลิตแบบใหม่ซึ่งอาจเรียกว่า เป็นการพัฒนาต่อยอดจาก ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่มาปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยในแต่ละช่วงนั้นๆ และด้วยคุณค่าความเป็นไทยและเสน่ห์ที่สวยงาม ในผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเรื่องราวอันน่าสนใจถูกนำมาปรับปรุงเพิ่มเติมเป็นผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร ถือได้ว่า เป็นทรัพย์สินทางปัญญาด้วย (อรุณี ชัยพิชิต, ๒๕๕๗) ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาไทยมีอยู่ทุกภูมิภาคในประเทศไทย หรือเป็นที่รู้จักในชื่อของ"หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" OTOP (One Tambon One Product) ซึ่งเป็นแนวคิดที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน โดยการผลิต หรือนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาผลิตให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองและสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นนั้น

ผู้วิจัยเคยได้รับสนับสนุนทุนวิจัยทำผลงานวิจัย เรื่อง การจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดลำปาง ได้บันทึกภาพและจัดเก็บข้อมูลของโบราณวัตถุและศิลปวัตถุ ร่วมกับชุมชนจำนวน ๓ วัดๆ ละ ๓๐ ชิ้น รวม ๙๐ ชิ้น แยกเป็นประเภทได้แก่ ๑) พิพิธภัณฑ์พระพุทธรูปไม้จำนวน ๓๐ ชิ้น ๒) พิพิธภัณฑ์ภาพพระภูพระเวสสันดร จำนวน ๓๐ ชิ้น และ ๓) พิพิธภัณฑ์เครื่องใช้ครัวเรือนและเครื่องใช้ทางการเกษตร จำนวน ๓๐ ชิ้น ในรูปแบบภาพถ่าย และ QR Code แสดงรายละเอียดขอข้อมูลวัตถุแต่ละชิ้น ได้นำเข้าสู่ในระบบอิเล็กทรอนิกส์เว็บไซต์ และ Application เพื่อให้ทันสมัยต่อความต้องการของผู้สนใจศึกษาค้นคว้า และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย

จากประสบการณ์การทำวิจัยเรื่องการจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดลำปาง ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงศักยภาพของการนำข้อมูลภาพและ QR Code จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนมาบูรณาการกับผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลภูมิปัญญาและวัฒนธรรม

จากข้อมูลที่ได้อ้างมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่ศึกษาการนำเอาข้อมูลภาพ และ QR Code ที่ได้จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์มาบูรณาการให้เข้ากับผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในลักษณะรูปแบบของการวาดลายเส้น, การสกรีนภาพสี, การเพ้นท์สี และการแกะสลักบนพื้นผิวของผลิตภัณฑ์ในชุมชนที่มีการผลิตอยู่ก่อนแล้ว เช่น เซรามิก, ถุงผ้า, กระจเปา, กล้องกระจดาข และไม้เป็นต้น และสนใจจะศึกษาความต้องการในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของไทย เพื่อหาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของไทย และเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น สู่ตลาดในไทย และการส่งออกในอนาคต และยังรวม ไปถึงการสนับสนุนการเข้าถึงข้อมูลพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ให้คงอยู่กับคนไทยในทุกยุคทุกสมัย ในรูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสร้างแนวความคิดและสร้างกระแสนิยมความเป็นไทยให้เป็นที่ประจักษ์ และชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้จากการนำ Barcode พิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของตนเองมาพัฒนาเป็นสินค้า และเกิดการอนุรักษ์วิถีวัฒนธรรมของตนให้เยาวชนได้เรียนรู้สืบต่อไป

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๒.๒ เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๒.๓ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๒.๔ เพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๓ ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง” ได้มีการกำหนดขอบเขตไว้ ดังนี้

๑.๓.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

แผนงานบูรณาการนี้มีโครงการวิจัยย่อยภายใต้แผนงานจำนวน ๔ โครงการ คือ โครงการวิจัยย่อยที่ ๑ จะได้ได้ชุดองค์ความรู้ และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง โครงการวิจัยย่อยที่ ๒ จะได้การออกแบบผลิตภัณฑ์ของการสร้างชุมชนนวัตกรรมบนพื้นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากและต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยสร้างเป็น Standard Operation Procedure และ Work Instruction ของผลิตภัณฑ์ที่จะมาจากการมีส่วนร่วมของชุมชน และผลผลิตออกมาภายใต้ความต้องการจากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง โครงการวิจัยย่อยที่ ๓ จะได้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง รวมถึงผลผลิตของผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โครงการวิจัยย่อยที่ ๔ ชุดองค์ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายทางการตลาดของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ดังนั้นชุดโครงการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์เป็นแบบแผนเพื่อต่อยอดกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนแห่งอื่นในประเทศไทยได้ เป็นพื้นที่เป้าหมายในการดำเนินการวิจัย และคณะผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับเครือข่ายนวัตกรรมสำหรับเศรษฐกิจฐานรากและชุมชนนวัตกรรม ในการร่วมด้วยช่วยกันระดมความคิดเพื่อส่งเสริมการพัฒนาบูรณาการชุมชนให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

๑.๓.๒ ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญออกเป็น ๓ กลุ่มโดยการจำแนกออก ดังนี้

๑) พระสงฆ์

จำนวน ๖ รูป/คน

๒) หน่วยงานรัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	จำนวน ๖ รูป/คน
๓) ประชาชนชาวบ้านและชาวบ้าน	จำนวน ๖ รูป/คน
๔) ผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์	จำนวน ๓ รูป/คน
๕) ผู้ประกอบการ	จำนวน ๓ รูป/คน

รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น จำนวน ๒๔ รูป/คน

โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ๑) เป็นผู้ที่มีส่วนในการดูแลพิพิธภัณฑ์ ๒) เป็นผู้ที่มีความรู้ด้านกระบวนการผลิต ๓) เป็นบุคคลที่มีส่วนในการบริหารจัดการภูมิปัญญาและวัฒนธรรม

ตารางผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์	ประชาชนผู้รู้	ผู้มีส่วนร่วมในการบริหาร	รวม
พระสงฆ์	✓	✓	✓	๖
หน่วยงานรัฐ	✓	✓	✓	๖
ประชาชนชาวบ้าน	✓	✓	✓	๖
ผู้ดูแล	✓	✓	✓	๓
ผู้ประกอบการ	✓	✓	✓	๓
รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้นจำนวน				๒๔

๑.๓.๓ ขอบเขตด้านสถานที่

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ วัดทั้ง ๓ วัด จาก ๓ อำเภอในจังหวัดลำปาง ได้แก่ (๑) วัดปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมืองลำปาง (๒) วัดไหล่หินหลวง ตำบลไหล่หิน อำเภอกาญจนดิษฐ์ และ (๓) วัดบ้านหลุก ตำบลนาครี อำเภอแม่ทะ

๑.๓.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิจัยตั้งแต่วันที่ ๑ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๔ ถึงวันที่ ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕ รวมเป็นระยะเวลา ๑๑ เดือน

๑.๔ ปัญหาที่ต้องการทราบ

๑.๔.๑ องค์กรความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปางเป็นอย่างไร

๑.๔.๒ การออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปางควรมีลักษณะอย่างไร

๑.๔.๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปางควรเป็นอย่างไร

๑.๔.๔ การสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปางควรเป็นอย่างไร

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง” ผู้วิจัยกำหนดความหมายต่าง ๆ ของการใช้คำในวิจัยดังนี้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Developing Products) หมายถึง การพัฒนาทุนทางสังคมของวัดและชุมชนพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง ๓ แห่ง โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือในท้องถิ่นในการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองต่อผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตสามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของมรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการรักษาและสืบสานจนถึงปัจจุบัน โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการสร้างรายได้ที่ยั่งยืนและเป็นการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากที่เป็นต้นทุนทางสังคมให้เกิดประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ และเกิดชุมชนที่เข้มแข็งแบบมีส่วนร่วมในการรักษาพิพิธภัณฑ์ของชุมชนได้อย่างแท้จริง

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economic) หมายถึง การผลิตสินค้าที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในการแสดงความคิดเห็น การมีส่วนร่วม และการร่วมกันผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์จากความมรดกที่เป็นภูมิปัญญาชุมชนและทุนทางสังคม โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบ สร้างรายได้ และการเผยแพร่อัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนลงในผลิตภัณฑ์ด้วยความรู้ ความสามารถ แลละการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน เพื่อให้เกิดการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากแนวคิดและกรรมวิธีต่างๆ รวมถึงกระบวนการผลิตหรือการประดิษฐ์นวัตกรรมแบบใหม่ที่เกิดจากการต่อยอดผลิตภัณฑ์สินค้าเดิมที่มีอยู่มาปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิมและเหมาะสมกับยุคสมัย เพื่อให้เกิดคุณค่า มูลค่า และเป็นมนต์เสน่ห์ของการแสดงให้เห็นถึงพิพิธภัณฑ์อันล้ำค่าของวัดและชุมชนในจังหวัดลำปาง

เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ (Museum Network) หมายถึง กลุ่มพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง ๓ แห่ง ได้แก่ ได้แก่ ๑) วัดปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ๒) วัดไหล่หินหลวง ตำบลไหล่หิน อำเภอกะคา จังหวัดลำปาง และ ๓) วัดบ้านหลุก ตำบลนาคร้ว อำเภอมะทะ จังหวัดลำปาง ที่มีการรวบรวมสิ่งของต่างๆ ที่เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาทางด้านโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ คัมภีร์ วรรณกรรม ศิลปะ สิ่งของเครื่องใช้สอย เป็นต้น และเป็นสถานที่ที่มีการเก็บรวบรวม สงวนรักษาและแสดงถึงสิ่งต่างๆ ที่เกิดจากการสร้างสรรค์และสะสมจากภูมิปัญญาที่บรรพชนได้สร้างสมไว้ให้คนรุ่นหลัง เพื่อเป็นการบอกเล่าเหตุการณ์ เรื่องราว ประวัติศาสตร์ ความงดงาม ความเชื่อ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม และแนวปฏิบัติที่ดั่งงามแก่ชุมชนได้สืบสานจนถึงปัจจุบัน

พิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง (Lampang Museum Community) หมายถึง แหล่งเรียนของชุมชนที่เกิดจากการสั่งสม การบอกเล่าเรื่องราว เหตุการณ์ ความเป็นมา และประวัติศาสตร์

ในท้องถิ่น โดยสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตการดำเนินชีวิต ความเชื่อ ศาสนา ปรัชญา จารีต ประเพณี ขนบธรรมเนียม และการปฏิบัติที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันจากบรรพบุรุษในท้องถิ่น โดยพิพิธภัณฑ์ชุมชนจำนวน ๓ แห่ง ได้แก่ ๑) วัดปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ๒) วัดไหล่หินหลวง ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง และ ๓) วัดบ้านหลุก ตำบลนาครี อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ที่มีอัตลักษณ์แสดงให้เห็นถึงความเชื่อ ความคิด และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ต้องทำนุบำรุงและสืบทอดในท้องถิ่นได้ศึกษาเรียนรู้สืบต่อไป

๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑.๖.๑ ทำให้ได้รับองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปางเพื่อความยั่งยืนและพึ่งพาตนเอง

๑.๖.๒ ทำให้มีการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๖.๓ ทำให้ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๖.๔ ทำให้มีเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๖.๕ สามารถนำผลการวิจัยใช้ประโยชน์ในกลุ่มภาครัฐ กลุ่มภาคเอกชน กลุ่มภาค กลุ่มชุมชนที่มีสถานที่รวมกลุ่ม และกลุ่มชุมชนสมัยใหม่ ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีการจัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างสังคมแห่งปัญญา

บทที่ ๒

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง” ผู้วิจัยจะนำเสนอการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเข้ามาประกอบการทำวิจัยเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นเที่ยงตรงตามหลักระเบียบวิธีวิจัย ดังมีประเด็นที่ศึกษาประกอบไปด้วย

- ๒.๑ แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานชุมชน
- ๒.๒ แนวคิดการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม
- ๒.๓ แนวคิดการจัดการความรู้
- ๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ
- ๒.๕ แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์
- ๒.๖ แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วม
- ๒.๗ แนวคิดทฤษฎีเครือข่าย
- ๒.๘ บริบทพื้นที่พิพิธภัณฑสถานของวัดและชุมชนที่ทำการศึกษา
- ๒.๙ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ๒.๑๐ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๑ แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานชุมชน

การดำเนินการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานชุมชน จำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการสร้างกระบวนการการผลิตและการจำหน่าย เพื่อสร้างรายได้และความเข้มแข็งของชุมชน โครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP:KBO) จึงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการโอท็อปมีความสามารถในการดำเนินการมากขึ้น นอกจากนี้กรมการพัฒนาชุมชนยังมีการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ง่ายต่อการพัฒนา และพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในตลาดที่กว้างขึ้นกรมการพัฒนาชุมชนจึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) ขึ้น การดำเนินการตามโครงการมีการนำร่องใน ๔ ภาค ภาคละ ๑ จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ อุดรธานี ราชบุรี และสงขลา เพื่อศึกษาหารูปแบบการดำเนินงานของเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัด ในการพัฒนาขีดความสามารถแก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP โดยโครงการนี้จะต้องดำเนินการให้ทั่วประเทศในปี พ.ศ. ๒๕๕๐ ภายใต้แนวคิด การเชื่อมโยงสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นกับชุมชน ด้วยการจัดตั้งเครือข่ายเป็นศูนย์พี่เลี้ยง/ฝึกวิชาชีพ OTOP ออกแบบหลักสูตรให้สอดคล้องกับภูมิปัญญาในแต่ละท้องถิ่นโดยต้องการส่งเสริมให้เครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัด เป็นศูนย์กลางในการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP พัฒนาขีดความสามารถในการ

ประกอบการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เป็นที่ต้องการของตลาด สามารถจำหน่ายได้ทั้งในและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

การดำเนินงานโครงการ

กระบวนการดำเนินการโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้โดยมีการกำหนดแนวทาง ขั้นตอน และวิธีการดำเนินงานตามโครงการ ดังนี้

๑. แต่งตั้งคณะกรรมการเครือข่ายองค์ความรู้ KBO เพื่อกำหนดโครงสร้างและบทบาทหน้าที่การดำเนินงาน

๒. จัดทำบันทึกข้อตกลง (MOU) ร่วมกันระหว่างคณะกรรมการเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัด

๓. จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัด เพื่อเป็นสถานที่พบปะพูดคุยของเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัด จัดเก็บข้อมูล องค์ความรู้ และเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

๔. จัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP จังหวัด

๕. จัดทำฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ ประชาชนชาวบ้าน

๖. สำรวจความต้องการ การพัฒนาขีดความสามารถของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

๗. จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

๘. คัดเลือกของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เข้าร่วมโครงการ

๙. จัดทำหลักสูตรพัฒนาขีดความสามารถตามความต้องการของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

๑๐. พัฒนาขีดความสามารถตามความต้องการของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ตามแผนปฏิบัติการ OTOP และ KBO จังหวัด พิจารณารองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมาย

๑๑. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงาน และร่วมประกวด KBO จังหวัดดีเด่นระดับประเทศ

ในการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิต และการพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น สี กลิ่น รส เนื้อสัมผัส เป็นต้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามการจัดกลุ่ม Quadrant (A B C D)

จากการดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๔๔ จนถึงปัจจุบัน เพื่อต้องการสร้างอาชีพ กระจายรายได้ และแก้ไขปัญหาความยากจน อันนำไปสู่ความเข้มแข็งทาง เศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการโครงการงบประมาณดำเนินการ กลไกการดำเนินงานให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป สำหรับผลการพัฒนาที่ผ่านมายังมีปัญหาสรุปได้ดังนี้

๑. ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ทำให้ขาดความน่าสนใจ

๒. การผลิตไม่คำนึงถึงความต้องการของตลาด
๓. ผลิตภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์
๔. คุณภาพของสินค้าไม่คงที่ โดยเฉพาะเมื่อมีคำสั่งซื้อจำนวนมาก
๕. ผู้ประกอบการมีข้อจำกัดด้านทักษะและความรู้ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิตสินค้า ให้ได้มาตรฐาน
๖. ผู้ประกอบการขาดการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาใช้
๗. ผู้ประกอบการขาดความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
๘. ผู้ประกอบการมีข้อจำกัดในการรับรู้และปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ
 ๙. ผู้ประกอบการขาดความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาด
 ๑๐. ไม่สามารถขยายตลาดให้โตขึ้นได้ เนื่องจากขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง
 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลง และสามารถดำเนินธุรกิจให้ สามารถอยู่รอดได้ท่ามกลางการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้น จะต้องใช้ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และมีการดำเนินการอย่างเป็นกระบวนการ มีการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาที่มีความชัดเจน เฉพาะกลุ่ม (Segmentation) โดยแนวทางการพัฒนาให้ความสำคัญใน ๓ ด้าน ดังนี้
 - ๑) ขับเคลื่อนการพัฒนา โดยเปลี่ยนกระบวนทัศน์ในการพัฒนาจาก “ผลิตภัณฑ์” เป็น ศูนย์กลาง สู่การมุ่งเน้นที่ “เครือข่าย” (Community Cluster) เป็นศูนย์กลาง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ระยะยาว
 - ๒) ขยายตลาดเชื่อมโยงการท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายโอกาสสู่อาเซียนและสากล
 - ๓) เสริมสร้างคุณค่า ตราสินค้า OTOP (Branding Thailand) โดยการเสริมสร้าง ภาพลักษณ์สินค้า OTOP ที่สะท้อนถึงความมีนวัตกรรม ความทันสมัยและทรงคุณค่าทางวัฒนธรรม
 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม ใช้กลยุทธ์การแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็นกลุ่มอย่าง ชัดเจน โดยจำแนกได้ ๔ กลุ่ม ได้แก่
 - กลุ่ม A ดาวเด่นสู่สากล เป็นกลุ่มสินค้ามีคุณภาพ ราคาสูง ผลิตได้ปริมาณมาก
 - กลุ่ม B อนุรักษ์สร้างคุณค่าในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เป็นกลุ่มสินค้ามีคุณภาพราคาสูงและ ผลิตในปริมาณน้อย เพื่อตอบสนองลูกค้าเฉพาะราย
 - กลุ่ม C พัฒนาเข้าสู่ตลาดการแข่งขัน เป็นกลุ่มสินค้าที่มีคุณภาพและราคาต่ำผลิตได้ ใน ปริมาณมาก
 - กลุ่ม D ปรับตัวเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานการผลิต เป็นกลุ่มสินค้าที่มีคุณภาพต่ำราคาต่ำผลิต ได้ ในปริมาณน้อย

กลุ่ม A ดาวเด่นสู่สากล

กลุ่มสินค้าคุณภาพดี ราคาสูง และสามารถผลิตได้ในปริมาณมาก จึงควรส่งเสริม มุ่งเน้นการเพิ่ม โอกาสเข้าถึงตลาดเป้าหมาย ดังนี้

๑ ด้านการตลาด กรมการพัฒนาชุมชนพยายามเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและโอกาสทางการตลาด โดยดำเนินการดังนี้

๑.๑ ส่งเสริมการทำวิจัยตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายเพื่อให้สามารถกำหนด ยุทธศาสตร์การผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้

๑.๒ ผลักดัน เชื่อมโยงเครือข่ายทางการตลาดผ่านสมาคมการค้าทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดส่งออก ผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีสาขาในต่างประเทศด้วย

๑.๓ สนับสนุนให้มีโอกาสในการขยายตลาดสู่สากลในกลุ่มประเทศอาเซียน ในประเทศคู่ค้าใหม่ เช่น รัสเซีย แอฟริกา ตะวันออกกลาง โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ การเจรจาจับคู่ธุรกิจ Road show OTOP การจัดกิจกรรมร่วมกับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ฯลฯ

๑.๔ พัฒนาช่องทางการตลาดที่เข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย เช่น การจำหน่ายสินค้าทางรายการ โทรทัศน์ การส่งแค็ตตาล็อกสินค้าทางอีเมล เป็นต้น

๒ ด้านเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ดำเนินการดังนี้

๒.๑ จัดให้มีศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP ในต่างประเทศ (Mini Thailand Plaza) เพื่อเป็นแหล่ง จำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ และจัดแสดงสินค้า OTOP เพื่อรับคำสั่งซื้อ

๒.๒ เสริมสร้างความรู้การดำเนินธุรกิจต่างประเทศ เช่น ความรู้เกี่ยวกับภาษี กฎระเบียบ ธุรกิจระหว่างประเทศ พฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มสินค้าในอนาคต สถานการณ์การแข่งขัน เป็นต้น

๓. ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย ดำเนินการดังนี้

๓.๑ ส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่าย การเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อให้สามารถผลิตได้ในปริมาณ ที่มากขึ้นสำหรับรองรับคำสั่งซื้อจำนวนมาก

๓.๒ เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย โดยผลักดันให้มีการจัดทำยุทธศาสตร์และแนวทางการดำเนินงานของเครือข่าย พัฒนาผู้นำหรือผู้ประสานงานเครือข่ายให้มีความรู้และเป็นที่ยอมรับ ของกลุ่มเครือข่าย ตลอดจนเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ และการประสานประโยชน์ของ เครือข่าย สนับสนุนให้เครือข่ายมีกิจกรรมร่วมกัน

๔. ด้านการยกระดับผลิตภัณฑ์สู่สากล ดำเนินการดังนี้

๔.๑ พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะเพื่อ

สร้างความแตกต่าง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

๔.๒ พัฒนาผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือ และเพิ่มโอกาสให้สามารถส่งออก ไปยังประเทศคู่ค้าหลัก

๕. ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต ดำเนินการดังนี้

๕.๑ ส่งเสริมให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP จัดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา และป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

๕.๒ ส่งเสริมให้มีการทำวิจัย เพื่อพัฒนาวัตถุดิบ คุณภาพผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต เพื่อให้แข่งขันได้ในระดับสากล

๕.๓ ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสมมาใช้ในการบริหารจัดการกระบวนการ ผลิตและคำนึงถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และให้เป็นไปตามข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า ซึ่งขณะนี้ประเทศต่าง ๆ ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

๕.๔ ส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดเงิน ตลาดทุน เพื่อเพิ่มโอกาสในการพัฒนาการผลิต และการแข่งขันทางการตลาดส่งออก

กลุ่ม B อนุรักษ์สร้างคุณค่าในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ

กลุ่มสินค้าคุณภาพดี ราคาสูง ผลิตปริมาณน้อย จึงควรส่งเสริม มุ่งเน้นการสร้างคุณค่ามูลค่าเพิ่ม ในตลาดเฉพาะ ดังนี้

๑. ด้านการตลาด ดำเนินการดังนี้

๑.๑ จัดงานและร่วมงานแสดงสินค้าแสดงเรื่องราว ความเป็นมาของสินค้า (Story Product) นำเสนอภูมิปัญญาวัฒนธรรม (Wisdom) ความเชื่อในสังคม องค์กรความรู้ จัดแสดงผลงานความสำเร็จ และผลงานเด่น เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเฉพาะรับรู้ในคุณค่าของสินค้า ทั้งในควมมีคุณค่าทางจิตใจ และความคุ้มค่าด้านราคา

๑.๒ ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สำหรับการตลาด และการจำหน่ายสินค้า

๑.๓ เข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น การเข้าร่วมงานนิทรรศการ และจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ ร่วมกับสถานทูตไทยในต่างประเทศ ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าเฉพาะกลุ่ม สินค้าอนุรักษ์

๒. ด้านเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ดำเนินการดังนี้

๒.๑ เสริมสร้างระบบถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่คนรุ่นใหม่ เพื่อการสืบทอด ให้คงอยู่ต่อไป

๒.๒ พัฒนาระบบการจัดการคำสั่งซื้อตามลำดับ (Queuing System)

๒.๓ เสริมสร้างความรู้การดำเนินธุรกิจ เช่น ความรู้เกี่ยวกับภาษี กฎระเบียบ การทางธุรกิจที่เชื่อถือได้ การควบคุมคุณภาพสินค้า เป็นต้น

๒.๔ สนับสนุนการพัฒนาทักษะฝีมือร่วมกับศูนย์ศิลปาชีพฯ

๓. ด้านยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ ดำเนินการดังนี้

๓.๑ ต่อย้าคุณค่าของสินค้าด้วยเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า สร้างความคุ้มค่าในการรอคอย มีการผลิตจำนวนจำกัด (Limited Edition) และสร้างตราสินค้าให้เป็น ที่รู้จักแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

๓.๒ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐาน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้า

๔. ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต ดำเนินการดังนี้

๔.๑ ส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนา รวมถึงการศึกษาเชิงวิชาการ เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุน องค์กรความรู้และภูมิปัญญา

๔.๒ ส่งเสริมการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิรวมถึงส่งเสริม การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อประโยชน์ทางการตลาด

กลุ่ม C พัฒนาเข้าสู่ตลาดการแข่งขัน

กลุ่มสินค้าคุณภาพต่ำ ราคาต่ำ ผลิตได้ในปริมาณมาก จึงควรส่งเสริม มุ่งเน้นการเพิ่มผลิตภาพและ ประสิทธิภาพสู่การแข่งขัน ดังนี้

๑. ด้านการตลาด ดำเนินการดังนี้

๑.๑ เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เข้ากับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งในระดับ ภายในท้องถิ่น และระหว่างส่วนกลางกับท้องถิ่น

๑.๒ เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับแหล่งจำหน่ายในท้องถิ่น ทั้งแหล่งเดิมโดยการพัฒนาศูนย์จำหน่าย สินค้าประจำจังหวัด ท้องถิ่นให้มีการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ พัฒนาหมู่บ้านโอท็อปเพื่อการท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งจำหน่ายใหม่ ซึ่งเป็นสถานที่ศูนย์รวมการเดินทาง หรือสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น สถานีขนส่ง สนามบิน เป็นต้น

๑.๓ ส่งเสริมการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงมือลูกค้าเป้าหมาย เช่น สื่อออนไลน์ โทรศัพท์ และสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ

๑.๔ ส่งเสริมให้มีกิจกรรมภายในท้องถิ่นหรือกิจกรรมเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เช่น การจัดงาน ปีใหม่ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมของท้องถิ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อสินค้าท้องถิ่นในพื้นที่มากขึ้น

๑.๕ ส่งเสริมการเข้าร่วมแสดงและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น ระดับกลุ่มจังหวัด ระดับประเทศ รวมถึงการเจรจาจับคู่ธุรกิจด้วย

๑.๖ ส่งเสริมการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งมีสาขาจำหน่าย ทั่วประเทศ

๑.๗ เชื่อมโยงบริการของรัฐเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น เว็บไซต์ของรัฐ บริการรับสั่ง และขนส่งสินค้าของบริษัทไปรษณีย์ไทย เป็นต้น

๑.๘ ส่งเสริมการทำวิจัยตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายเพื่อการพัฒนาสินค้า

๒. ด้านการเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ดำเนินการดังนี้

๒.๑ พัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน/สมาชิกกลุ่ม ให้สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานที่กำหนด และได้คุณภาพสม่ำเสมอ

๒.๒ ส่งเสริมความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และสนับสนุนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ

๒.๓ เสริมสร้างความรู้ในการดำเนินธุรกิจ เช่น พฤติกรรมผู้บริโภค ธุรกิจทางธุรกิจ ภาษีและกฎระเบียบ สถานการณ์การแข่งขัน เป็นต้น

๒.๔ เสริมสร้างความรู้ และพัฒนาระบบการบริหารจัดการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความเสี่ยงทางธุรกิจ

๓. ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย ดำเนินการดังนี้

๓.๑ ส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายและการเชื่อมโยงเครือข่ายในรูปแบบเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อปริมาณมาก

๓.๒ เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย โดยผลักดันให้มีการจัดทำยุทธศาสตร์และแนวทาง การดำเนินงานของเครือข่าย พัฒนาผู้นำหรือผู้ประสานงานเครือข่ายให้มีความรู้ และเป็นที่ยอมรับของ กลุ่มเครือข่าย เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ และการประสานประโยชน์ของเครือข่าย สนับสนุนให้เครือข่ายมีกิจกรรมร่วมกัน

๔. ด้านยกระดับมาตรฐานและสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ ดำเนินการดังนี้

๔.๑ เสริมสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างของสินค้า ด้วยเรื่องราวภูมิปัญญาเพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่ม (Value added) สร้างคุณค่าและสร้างความน่าสนใจในตัวสินค้า

๔.๒ ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมและเชื่อมโยงนักออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เข้ามาช่วยเหลือด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

๔.๓ ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผลักดันให้เข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน ตลอดจนการรักษาไว้ซึ่งคุณภาพตามมาตรฐาน

๔.๔ ส่งเสริมให้มีตราสินค้าเป็นของตนเอง (Individual Brand) เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า รวมถึงส่งเสริมการใช้ตราสินค้าระดับท้องถิ่นหรือจังหวัดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพมาตรฐานของ สินค้าแก่ลูกค้า

๕. ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต ดำเนินการดังนี้

๕.๑ พัฒนากระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบ และเพิ่มประสิทธิภาพลดต้นทุน ลดความสูญเสีย จากการผลิต โดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม

๕.๒ เชื่อมโยงเทคโนโลยี/งานวิจัยท้องถิ่น เพื่อแสวงหาเทคโนโลยีในระดับที่เหมาะสมมาใช้ ในการผลิต รวมทั้งส่งเสริมการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่คำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อม

๕.๓ ส่งเสริมการทำวิจัยและแผนพัฒนา เพื่อปรับปรุงคุณภาพและกระบวนการผลิต

กลุ่ม D ปรับตัว

ห่วงโซ่อุปทานการผลิต กลุ่มสินค้าคุณภาพต่ำ ราคาต่ำ ผลิตได้ปริมาณน้อย จึงควรมุ่งเน้นการปรับช่วงการผลิตโดยคำนึงถึง ทักษะฝีมือเดิมและเพิ่มทางเลือกการมีอาชีพเสริม ดังนี้

๑. ด้านการตลาด ดำเนินการดังนี้

๑.๑ ส่งเสริมให้มีการจับคู่ระหว่างผู้รับจ้างผลิตกับผู้จำหน่ายสินค้า

๑.๒ ส่งเสริมการเข้าร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้าในระดับท้องถิ่น

๒. ด้านการเสริมสร้างองค์ความรู้ ดำเนินการดังนี้

๒.๑ เสริมสร้างทักษะฝีมือแรงงาน และเพิ่มทางเลือกด้วยการส่งเสริมอาชีพ

๒.๒ ส่งเสริมให้มีระบบพี่เลี้ยง คอยให้คำแนะนำ ปรึกษาในการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนิน ธุรกิจ เสริมสร้างความรู้ด้านธุรกิจ

๓. เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย โดยมุ่งเน้นการรับช่วงการผลิตเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ ห่วงโซ่อุปทานโดยส่งเสริมการเข้าร่วมเป็นกลุ่มเครือข่ายและการเชื่อมโยงเครือข่ายในรูปแบบเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อการมีรายได้จากการรับจ้างผลิต หรือการผลิตเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าในชุมชน

๔. ด้านการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เข้าสู่ กระบวนการรับรองมาตรฐาน และรักษาคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐาน

๕. ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต โดยพัฒนากระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบ และเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน ลดความสูญเสียจากการผลิต โดยคำนึงถึงชุมชนและสิ่งแวดล้อม

๒.๒ แนวคิดการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม

ทรัพยากรวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่มีประโยชน์หลายประการต่อมนุษย์ ชุมชน และสังคมมวลรวม “การจัดการวัฒนธรรม” (Cultural Management) หรือ “การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม” จึงได้รับการกล่าวถึงไม่ต่างจากการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ในภาพกว้างการจัดการ (Management) คือ การกระทำอันเป็นศาสตร์และศิลป์ของการทำกิจกรรม (กิจกรรม) ใดๆ ใดอย่างหนึ่ง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน วัดผลได้ และเมื่อนำมาใช้กับคำว่า “ทรัพยากร” (Resource) ซึ่งหมายถึงสิ่งที่มีอยู่แล้ว และมีศักยภาพในการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ได้แก่ มนุษย์ และสังคม ก็จะได้ความหมายของ “การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมชุมชน” ในภาพกว้าง ได้แก่ ศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินการเกี่ยวกับสิ่งที่มีคุณค่าของสังคมหรือชุมชนนั้น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตนั่นเอง

๒.๒.๑ ความเป็นมาและความหมายการจัดการวัฒนธรรมชุมชน

ก่อนที่จะวางแผนจัดการควรทำความเข้าใจความหมายของการจัดการอย่างดีเสียก่อน จาก การศึกษานิยามของการจัดการ จะสามารถช่วยให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาและขอบเขตของการศึกษา ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีผู้ให้คำนิยามที่แตกต่างกันไปตามแต่กรอบการศึกษาและสภาพพื้นที่หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ดังนี้

การจัดการ มาจากภาษาอังกฤษ “Management” หมายถึง การปลูกเพาะ อบรม ศึกษา ซึ่งมีความหมายว่า “สิ่งที่ทำให้ความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะ” ^๙

King and Sethi ได้กล่าวถึง การจัดการวัฒนธรรมไว้ว่า “การจัดการทั้ง ทรัพยากรวัฒนธรรมและผลกระทบต่อทรัพยากรวัฒนธรรมเกิดจากการใช้ประโยชน์จากที่ดินและกิจกรรมอื่นๆ ของโลกร่วมสมัย” ซึ่งเป็นแนวคิดเบื้องต้นที่เป็นรากฐานที่สำคัญในการศึกษาเพื่อออกแบบและวางกระบวนการจัดการอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ก็เพื่อการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งอาจจำเป็นต้องมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติร่วมด้วย หากมีความเกี่ยวข้องกัน เช่น เราจำเป็นต้องรักษาแหล่งน้ำ เพราะเรามีกิจกรรมทางวัฒนธรรมหรือประเพณีที่เกี่ยวข้องกับน้ำ เป็นต้น โดยใช้กระบวนการจัดการเป็นแนวทางในการจัดการ

สร้อยตระกูล อรรถมานะ ได้กล่าวว่า กระบวนการจัดการ หมายถึง การดำเนินงานตามขั้นตอนที่วางแผนไว้ล่วงหน้า ครอบคลุมถึงสิ่งที่ต้องทำ สถานที่ เวลา และผู้รับผิดชอบ ซึ่งช่วยลดความไม่แน่นอน เสริมสร้างความมั่นใจในการทำงาน และเพิ่มประสิทธิผล ทั้งนี้ การจัดลำดับงานควรยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งเราสามารถนำมาปรับใช้ใน

^๙ King, W. R., & Sethi, V., *Introduction to business process reengineering*, (NJ: Prentice Hall, ๑๙๙๕), p. ๗๑๒.

ชุมชน โดยนับว่ากลุ่มผู้นำกิจกรรม หรือชุมชนเป็นองค์กรหรือองค์การในรูปแบบหนึ่ง ก็จะสามารถประยุกต์แนวคิดใน “การบริหารจัดการชุมชน” เพื่อนำไปสู่เป้าหมายได้เช่นกัน^{๑๐}

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ ได้นิยาม การบริหารจัดการชุมชนไว้ว่า หมายถึง แนวทางการดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานใด ๆ ของบุคลากรและหน่วยงานทุกภาค ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชนภาคธุรกิจ ภาคที่ไม่สังกัดภาครัฐ และภาคประชาชน นำมาใช้ในการเปลี่ยนแปลงพัฒนา หรือสร้างความสุขความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนให้แก่ประชาชนและประเทศชาติด้วย อาจมองในลักษณะที่เป็นกระบวนการที่มีขั้นตอนในการดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบก็ได้ โดยการบริหารจัดการชุมชนเป็นแนวทางการดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานที่ผู้นำชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำมาใช้ในการเปลี่ยนแปลงพัฒนาหรือสร้างความอยู่เย็นเป็นสุขอย่างมั่นคงและยั่งยืนให้แก่ประชาชน ชุมชน สังคม และประเทศชาติ^{๑๑}

โดยสิ่งที่เราให้ความสนใจไม่ใช่กระบวนการพัฒนาชุมชนในภาพใหญ่ แต่มุ่งเน้นการศึกษา การจัดการวัฒนธรรมของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม ในส่วนของกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งความหมายของการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในงานพัฒนาชุมชน (Cultural Management in Community Development: CRM) คือการกระทำใดๆ ที่ก็ตามเกี่ยวข้องกับทรัพยากรวัฒนธรรมในอดีตของชุมชน เช่น วัดวาอาราม โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ เครื่องมือ เครื่องมือเครื่องใช้ รวมทั้ง ภูมิปัญญา ความรู้ ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีปฏิบัติศิลปะและวัฒนธรรม โดยมีความมุ่งหมายเพื่อ บรรลุเป้าหมายการพัฒนาในระดับต่างๆ ตั้งแต่การสร้างพลังปัญญาและความสามารถให้แก่คนที่มีส่วนร่วมในขบวนการจัดการที่นำไปสู่การต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการพัฒนาด้านอื่นๆ ของชุมชนอย่างรู้เท่าทัน มีอำนาจต่อรอง มีความสามารถในการพึ่งตนเองได้ และการจัดการตนเองได้ในทุกระดับ รวมไปถึงการพัฒนาจิตใจให้สามารถยกระดับคุณธรรมและจริยธรรมที่ทำให้ชุมชนสงบร่มเย็น อยู่ร่วมกันได้อย่างยาวนาน

การบริหารจัดการชุมชน เป็นกระบวนการในการจัดการของชุมชนกับการพัฒนาและแก้ไขปัญหของชุมชน โดยชุมชนจะมีระบบข้อมูล มีแผนชุมชน มีการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน มีการนำแผนไปใช้ประโยชน์ มีการจัดการความรู้ของชุมชน เพื่อเป็นแหล่งถ่ายทอดเรียนรู้องค์ความรู้ของชุมชน นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาและมีผู้นำกลุ่มองค์กร เครือข่ายองค์กร และชุมชนที่ผ่านมาตรฐาน นำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนที่ยั่งยืนจากการศึกษาความหมายของการจัดการ เมื่อนำมาวางแนวทางการจัดการก็จะสอดคล้องกับวิถีชุมชนมากขึ้น ทั้งนี้การจัดการใดๆ ก็ตามในชุมชนจะต้องให้ความสำคัญกับธรรมชาติในวิถีของชุมชนมากกว่าที่จะนำเอาหลักการบริหารจัดการไปครอบหรือไปจับกับชุมชน โดยปราศจากความรู้ ความเข้าใจในชุมชนนั้นๆ นอกจากนี้ คณะผู้ศึกษาจะต้องศึกษาเพื่อทำความเข้าใจในบริบทที่เกิดขึ้นในสิ่งที่ต้องการจัดการด้วยการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมก็เช่นกัน

^{๑๐} สร้อยตระกูล อรรถมานะ, **พหุติกรรมองค์การ: ทฤษฎีและการประยุกต์**, (กรุงเทพมหานคร: จี พี ไซ เบอร์พริ้นท์, ๒๕๔๕), หน้า๔๒๑.

^{๑๑} วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, **หลักรัฐประศาสนศาสตร์: แนวคิดและกระบวนการ**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ท, ๒๕๕๑).

การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม หมายถึง วิธีบริหารจัดการดูแลรักษาทรัพยากรหรือวัตถุทางวัฒนธรรมที่เป็นมรดกตกทอดมายาวนานของมนุษย์ เช่น ศิลปกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม โบราณสถาน รวมถึงวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น คติชน และในปัจจุบัน ครอบคลุมถึงวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เป็นผลงานสร้างสรรค์ใหม่อีกด้วย

การบริหารจัดการอาจหมายถึงการวางแผนงาน และการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการอนุรักษ์ ดูแลรักษาหรือการจัดการข้อมูล สถานที่ พื้นที่ และการตรวจสอบเรื่องราวในอดีตของชาติหรือของกลุ่มชนเผ่าพันธุ์ต่างๆ รูปแบบของการจัดการอาจปรากฏอยู่ในงานพิพิธภัณฑ์ ศูนย์การเรียนรู้หรือนิทรรศการ เป็นต้น

การบริหารจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากลัทธิชาตินิยมและพาณิชยกรรมของยุโรปในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ ๑๖ การครอบครองดินแดนของชาวยุโรปในทวีปอเมริกา แอฟริกา ออสเตรเลีย และเอเชียเป็นผลโดยตรงจากการขยายตัวของการค้าในโลกเก่า ตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ ๑๘ จนถึงคริสต์ศตวรรษที่ ๒๐ ดินแดนที่ตกเป็นอาณานิคมของชาวยุโรปเริ่มตระหนักว่าอดีตและประวัติศาสตร์ของตนเองกำลังถูกทำลายลง

ในปี ค.ศ. ๑๙๖๖ สหรัฐอเมริกาได้ออกกฎหมายเกี่ยวกับการอนุรักษ์คุ้มครองมรดกทางประวัติศาสตร์ของชาติ และในปี ค.ศ. ๑๙๗๔ ได้ออกกฎหมายเกี่ยวกับการอนุรักษ์คุ้มครองแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี กฎหมายนี้ช่วยยืนยันว่ารัฐบาลจะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการทำลายแหล่งประวัติศาสตร์หรือแหล่งโบราณคดีซึ่งเป็นของเอกชนที่ได้รับอนุญาตให้ครอบครองพื้นที่เหล่านี้ได้ตามกฎหมาย

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในสหรัฐอเมริกาก็คือ เกิดการอนุรักษ์แหล่งโบราณคดีอย่างต่อเนื่อง และทำให้ประชาชนมีสำนึกในการอนุรักษ์โดยอาศัยองค์กรต่างๆ เช่น หน่วยอุทยานแห่งชาติ องค์การป่าไม้และบริษัทจัดการที่ดินอื่นๆ รูปแบบการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมดังกล่าวนี้เกิดขึ้นเนื่องจากการจัดตั้งระบบการควบคุมในระดับรัฐซึ่งกระตุ้นให้มีกิจกรรมการอนุรักษ์คุ้มครองแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดีอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นยังได้ทรัพย์สินที่มีค่ากลับคืนมา การจัดการวัฒนธรรมยังรวมถึงการจัดทำข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับแหล่งโบราณสถานและทรัพยากรทางวัฒนธรรมนั้นเพื่อเผยแพร่ให้ความรู้แก่ประชาชน ประเด็นนี้กำลังเป็นสิ่งที่สำคัญมากขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากการจัดทำข้อมูลเพื่อเผยแพร่สาธารณะถือเป็นการทำข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์

หน่วยงานที่ทำงานด้านอนุรักษ์โดยตรง เช่น องค์การยูเนสโก จะมีการคัดเลือกสถานที่สำคัญๆ ให้เป็นมรดกโลก ซึ่งทำให้เกิดความพยายามที่จะอนุรักษ์สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ไปทั่วโลก สถานที่หลายแห่งได้รับการดูแลจากองค์การสหประชาชาติและหน่วยงานด้านอนุรักษ์ของชาติ ในปี ค.ศ. ๑๙๕๙ องค์การ ICCROM เกิดขึ้นในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของยูเนสโก โดยทำหน้าที่อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติทางวัฒนธรรม คณะกรรมการนานาชาติด้านพิพิธภัณฑ์หรือ ICOM และหน่วยงานที่ดูแลสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือ ICOMOS คือ หน่วยงานเอกชนที่เข้ามาเผยแพร่ ให้ข้อมูล ให้ผู้เชี่ยวชาญจากนานาชาติ ICOM เป็นหน่วยงานที่ทำให้เกิดการจับกุมผู้ลักลอบค้าของเก่าและทำหน้าที่สำรวจวัตถุสิ่งของทางประวัติศาสตร์เพื่อส่งคืนกลับประเทศเดิม หน่วยงานที่ชื่อ ICAHM เป็นหน่วยงานที่จัดการมรดกทางโบราณคดีนานาชาติ ก่อตั้งในปี ค.ศ. ๑๙๘๕ หน่วยงานนี้ทำหน้าที่

วางแผนงานเกี่ยวกับการอนุรักษ์ในระดับสากล อย่างไรก็ตาม การจัดการด้านทรัพยากรทางวัฒนธรรม จะมีความเข้มข้นมากในระดับชาติ โดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้วหรือในประเทศที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานซึ่งบ่งบอกความเป็นชาติพันธุ์ที่เข้มแข็ง การทำงานในด้านมิตินี้ทำให้การจัดการทางวัฒนธรรมเป็นเรื่องทางการเมืองหรือเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกสถานะที่ช่วยให้เกิดสัญลักษณ์ใหม่ในสังคม

การตัดสินใจว่าใครจะเข้ามาจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมหรือจะใช้วิธีใดในการจัดการคือประเด็นที่นำไปสู่การตระหนักถึงเรื่องทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรทางวัฒนธรรม ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ประเด็นเหล่านี้ยังคงถกเถียงกันเรื่อยมา แต่เป็นเรื่องที่วิพากษ์วิจารณ์กันมากในประเทศที่เคยตกเป็นอาณานิคมของตะวันตก เช่น ในดินแดนอเมริกาใต้ ออสเตรเลีย และอเมริกาเหนือ ประเด็นหลักของการถกเถียงคือการควบคุมมรดกทางวัฒนธรรมของคนพื้นเมือง การประเมินคุณค่าของการอนุรักษ์และการใช้ที่ดินที่เป็นสถานที่ประวัติศาสตร์ แนวคิดการอนุรักษ์ของ ชาวยุโรปถูกตั้งคำถามจากคนพื้นเมืองว่าคุณค่า ความหมายทางวัฒนธรรม ศาสนา การเมืองในสถานที่ทางประวัติศาสตร์นั้นเป็นของใคร

ในประเทศเม็กซิโกและลาตินอเมริกาหลายประเทศ พยายามที่จะพัฒนาอัตลักษณ์ของชาติตนเอง โดยการเน้นให้เห็นความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่มีอยู่ในดินแดนโลกเก่าและโลกใหม่ ทั้งนี้เพื่อยืนยันว่าคุณค่าของคนพื้นเมืองและชาวยุโรปที่อพยพมาที่หลังนั้นมีพอๆ กัน อย่างไรก็ตาม ในสหรัฐอเมริกามีการแยกวัฒนธรรมของคนพื้นเมืองออกจากวัฒนธรรมของชาวยุโรป โดยอาศัยนโยบายเกี่ยวกับคนพื้นเมืองที่มีอยู่ในรัฐบาลท้องถิ่นและรัฐบาลกลาง ในสังคมอเมริกานั้นมักจะมี การเหยียดประเพณีเกี่ยวกับชนพื้นเมืองขึ้นมากล่าวถึงบ่อยๆ บางครั้งประวัติศาสตร์ของชนพื้นเมืองใน สหรัฐอเมริกาจะแยกขาดจากประวัติศาสตร์ของคนอเมริกันผิวขาว โดยมองข้ามการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น ประเด็นนี้กลายเป็นข้อขัดแย้งเกี่ยวกับการเข้าไปควบคุมดูแลทรัพยากรและมรดกทางวัฒนธรรมของคนพื้นเมือง

อย่างไรก็ตามทิศทางของการจัดการวัฒนธรรมจะต้องคำนึงถึงประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับประวัติศาสตร์เหล่านั้น ถึงแม้ว่าหลักการการทำงานด้านอนุรักษ์และการคุ้มครองยังคงอยู่ในมือของรัฐก็ตาม พรรคการเมืองบางพรรคได้ริเริ่มให้รัฐเข้าไปจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรประวัติศาสตร์ในพื้นที่ของ เอกชน แต่สิ่งนี้ยังไม่เกิดขึ้นเนื่องจากต้องคำนึงถึงการกฎหมายเกี่ยวกับการครอบครองที่ดินส่วนตัว ด้วยจากการแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการชุมชน การจัดการวัฒนธรรมชุมชน ชี้ให้เห็นถึงการจัดการชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการนำไปสู่แนวทางปฏิบัติในการจัดการทางวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้การจัดการวัฒนธรรมชุมชน การอนุรักษ์ พื้นฟู สืบสานประเพณีและ วัฒนธรรมในชุมชน ซึ่งเป็นหน้าที่ของเจ้าของวัฒนธรรมเป็นอันดับแรก การจัดการทรัพยากรทาง วัฒนธรรมจึงเป็นศาสตร์ที่มุ่งเน้นศึกษา โดยจะผสมผสานศาสตร์และศิลป์ในการจัดการวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรวัฒนธรรมอันเปรียบเสมือนมรดกวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อนำสิ่งที่เจริญ งดงามของชุมชนไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดร่วมกัน ทั้งนี้ยังนำมาซึ่งตัวแบบการจัดการ วัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ในชุมชนอื่นๆ โดยสามารถนำแนวทางการศึกษาในครั้ง นี้ ไปปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของชุมชนอื่นที่ต้องการศึกษาหรือจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมอย่าง ยั่งยืนสืบไป

๒.๒.๒ องค์ประกอบการจัดการวัฒนธรรมชุมชน

เมื่อทราบถึงความสำคัญในการจัดการวัฒนธรรมแล้ว ก็มาพิจารณาสิ่งที่ชุมชนนำมาจัดการ ในที่นี้กล่าวถึง “ทรัพยากรวัฒนธรรม” อันเป็นผลผลิตของมนุษย์ทั้งในอดีตและปัจจุบัน อาจแบ่งออกเป็น ๒ ประเภทที่สำคัญ ได้แก่

๑) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ โดยภาพรวมแล้วประกอบด้วยวัตถุทางวัฒนธรรม (Material Culture) ในรูปลักษณะที่วัตถุนั้นสัมพันธ์กับวัฒนธรรม และวัฒนธรรมที่ดำรงอยู่ (Living Culture) ซึ่งมีพัฒนาการตามระบบและกลไกสังคม

๒) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เป็นผลผลิตทางด้านคติความเชื่อ ศาสนา ประเพณีพิธีกรรม คติชนวิทยา เป็นต้น ทั้งนี้ การจำแนกทรัพยากรในกรณีดังกล่าวนี้ มิได้แยกขาดออกจากกันอย่างชัดเจน หากแต่มีความสัมพันธ์กัน และเกี่ยวข้องกัน ซึ่งในแต่ละชุมชนมักจะมีทรัพยากรวัฒนธรรมทั้ง ๒ ประเภทนี้อยู่และมีพื้นฐาน จากความคิด ความเชื่อ และผลรวมของชุดความคิด คติชนของสังคมหรือชุมชน

ธนิช เลิศชาญฤทธ์ กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นศาสตร์ที่มุ่งเน้นการอยู่ร่วมกันของระบบสังคม โดยการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมมี ๓ องค์ประกอบ ดังนี้

๑) การประเมินความสำคัญ (Assessing Significance) เน้นการวิเคราะห์ วิจัย และสร้างคุณค่าให้กับทรัพยากรนั้น เพื่อให้หลายภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการแยกย่อยให้เห็นบริบทต่าง ๆ

๒) การวางแผนจัดการ (Planning for Management) เน้นการคาดการณ์แผนงานเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ต่อการจัดการทรัพยากรนั้นๆ โดยเน้นที่กระบวนการมีส่วนร่วม

๓) การกำหนดรายการจัดการ (Management Program) เน้นการแสวงหาแนวทางที่เหมาะสมต่อเงื่อนไข บริบทของทรัพยากรนั้นๆ อย่างเป็นกระบวนการ ซึ่งอาจดำเนินการได้หลายรูปแบบ อาทิ การเสริมความมั่นคง การบูรณะ การอนุรักษ์ การเคลื่อนย้าย การสงวนรักษา การดูแลรักษา เป็นต้น^{๑๒}

สายันต์ ไพเราะชาญจิตร กล่าวถึง การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมในฐานะเป็นการเชื่อมศาสตร์กับการพัฒนาชุมชนไว้ว่า การกระทำที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมในอดีตของชุมชน เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ รวมทั้งภูมิปัญญาและวัฒนธรรมในมิติต่างๆ โดยมีความมุ่งหมายเชิงระดับ ตั้งแต่ระดับการสร้างพลังปัญญา การสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชนให้สามารถต่อสู้ มีอำนาจต่อรอง สามารถจัดการตนเองได้ โดยประกอบด้วยกิจกรรมปฏิบัติการ ๗ ประการ คือ

๑) การศึกษาวิจัยหรือการสร้างองค์ความรู้ (Research Assessment) เพื่อให้เกิดชุดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมในมิติต่างๆ ทั้งในเชิงกายภาพ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศักยภาพ ข้อจำกัด และคุณค่าที่มีต่อชุมชนปัจจุบันในระดับต่างๆ

๒) การประเมินคุณค่าและศักยภาพของวัฒนธรรม (Research Assessment and Evolution) ทำให้ทราบว่าทรัพยากรวัฒนธรรมชนิดต่างๆ ที่มีอยู่มีคุณค่าทางด้านใดบ้าง และมีคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจลงทุนลงแรงดำเนินการต่อไปหรือไม่ ซึ่งหากพบว่ามีค่าน้อย หรือมีคุณสมบัติไม่เหมาะสมต่อการอนุรักษ์และพัฒนา ก็อาจจะไม่ตัดสินใจดำเนินการใดๆ ต่อไป หรือ

^{๑๒} ธนิช เลิศชาญฤทธ์, *ตามรอยกำเนิดมนุษย์*, (กรุงเทพมหานคร: สารคดี, ๒๕๕๐), หน้า ๓.

พิจารณาแล้วว่าวัฒนธรรมนั้นๆ มีคุณค่าและคุณสมบัติเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการดำเนินการอนุรักษ์ และใช้ประโยชน์ในฐานะเป็นแหล่งเรียนรู้หรือแหล่งท่องเที่ยว ก็จะสามารถดึงดูดสนใจและวางแผนว่าจะทำอย่างไรต่อไปจึงจะเกิดประโยชน์อย่างยิ่งยืนต่อชุมชนและส่วนร่วม กิจกรรมที่ ๒ เป็นชุดการประเมินเพื่อการตัดสินใจต่อการปฏิบัติการ ซึ่งจะนำไปการวางแผนการบริหารจัดการได้

๓) การสงวนและการอนุรักษ์ (Preservation/Conservation) หมายถึง การคงไว้ซึ่งสภาพทางเชิงกายภาพและคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน การศึกษา การทัศนศึกษาหรือการท่องเที่ยว โดยใช้เทคนิควิธีการต่างๆ ตามความเหมาะสมในสภาพแวดล้อมของทรัพยากรวัฒนธรรมแต่ละประเภทแต่ละพื้นที่ เช่น การสร้างข้อห้ามหรือการใช้กฎเกณฑ์ เพื่อสนองตอบการใช้ประโยชน์ของชุมชนในยืนนานที่สุดเท่าที่จะทำได้

๔) การดำเนินธุรกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Business based Management) ความจำเป็นที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการในชุมชน ตามกระแสทุนนิยมในเรื่องกำไร ขาดทุน ดังนั้น กิจกรรมเชิงธุรกิจจึงมีความสำคัญในการจัดการวัฒนธรรม โดยการสร้างรายได้หรือประโยชน์ทางธุรกิจ เช่น การจัดพิมพ์หนังสือ เอกสาร โปสการ์ด การสร้างของที่ระลึก การเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชมหรือแม้แต่การขอรับความร่วมมือกับองค์กรธุรกิจเอกชน เป็นต้น

๕) การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ (Communication) เพื่อเป็นการสื่อสารกับคนในชุมชน สถาบันหรือองค์กรต่างๆ รวมไปถึงการเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชนในกระบวนการเรียนรู้และการให้การศึกษา อาจจะจัดเป็นสิ่งพิมพ์หรือสื่อต่างๆ ออกเผยแพร่ โดยการจำหน่ายหรือให้เปล่าซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถของกลุ่มคนและชุมชนที่จัดการในการจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์หรือข้อมูลต่างๆ จะเชื่อมโยงกับการจัดการธุรกิจชุมชน

๖) การฟื้นฟู ผลิตซ้ำและการสร้างใหม่ (Resource Rehabilitation/Revitalization) การนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมนั้นมาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อใช้ประโยชน์ในบทบาทใหม่ในการแก้ไขปัญหาของชุมชนที่กำลังเผชิญอยู่หรือสร้างประโยชน์ในมิติอื่นๆ ใหม่ เช่น การฟื้นฟูประเพณี พิธีกรรมบางอย่างที่เคยปฏิบัติติดกัน นอกจากนี้ ยังมีการนำเอารูปแบบโบราณสถานหรือสัญลักษณ์ ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแหล่งโบราณคดีต่างๆ ไปดัดแปลงเป็นตราสัญลักษณ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์สถานที่กิจกรรม เป็นตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัด เครื่องหมายต่างๆ ขององค์กรจังหวัด สถาบัน ชุมชน เป็นต้น

๗) การใช้กฎเกณฑ์ ข้อบัญญัติ ข้อบังคับ (Enforcement) โดยชุมชน กลุ่ม ชมรม สมาคม มูลนิธิ องค์กรประชาชนเป็นผู้กำหนดหรือใช้กฎหมายรัฐก็ได้ แต่การบังคับจะต้องดำเนินไปในรูปแบบที่การเอื้ออำนวยให้การจัดการทางวัฒนธรรมในรูปแบบมรดกวิธีหรือวิธีการเชิงกระบวนการ (Means) สามารถเป็นการพัฒนาในทิศทางที่เหมาะสม ซึ่งเป็นคุณค่าต่อชุมชนและประโยชน์ต่อตัวทรัพยากรวัฒนธรรม^{๑๓}

^{๑๓} สายันต์ ไพเราะจิตร์, การฟื้นฟูพลังชุมชนด้วยการจัดการทรัพยากรทางโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์: แนวคิด วิธีการและประสบการณ์จากจังหวัดน่าน, (กรุงเทพมหานคร: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.), ๒๕๔๗), หน้า๗๘-๘๐.

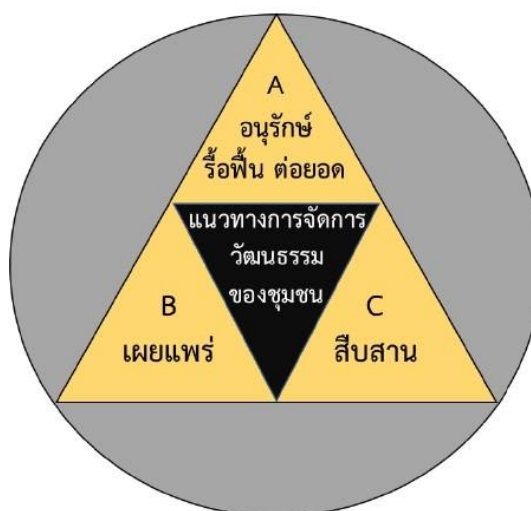
โดยแนวทางทั้ง ๗ ข้อนี้สามารถนำมาปรับใช้ในกระบวนการจัดการวัฒนธรรมของชุมชนได้ โดยสามารถเลือกใช้ในแต่ละหัวข้อที่สอดคล้องกับบริบทของทรัพยากรวัฒนธรรมนั้นๆ ซึ่งชุมชนจะเป็นผู้ประเมินความสำคัญก่อนในลำดับแรก

สายันต์ ไพเราะชญจักร์ ได้ศึกษาถึงวิธีการและมิติภาระงาน การศึกษาการจัดการวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการสงวนและการอนุรักษ์ (Preservation/ Conservation) การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ (Communication) การฟื้นฟู ผลิตซ้ำและการสร้างใหม่ (Resource Rehabilitation/ Revitalization) ซึ่งกระบวนการดังกล่าว เป็นการนำเอาทรัพยากรทางวัฒนธรรมนั้นมาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้เป็นประโยชน์ในมิติใหม่หรือแก้ไขปัญหาที่ชุมชนเผชิญอยู่ จากการรวบรวมแนวคิดต่างๆ ทำให้คณะผู้วิจัยนำมาปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาการจัดการวัฒนธรรมชุมชน โดยแบ่งแนวทางการจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรม ตามภาระหน้าที่ขององค์การหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเพิ่มแนวทางการสืบสานซึ่งเป็นการส่งต่อวิธีการอนุรักษ์ และเผยแพร่ให้กับหน่วยงานภายนอกและสร้างเครือข่ายที่กว้างขึ้นกับชุมชนต่อไป ซึ่งแนวทางการจัดการ วัฒนธรรมมี ๓ แนวทาง ดังนี้

๑) แนวทางการอนุรักษ์ รื้อฟื้นหรือการต่อยอด หมายถึง การนำทรัพยากรวัฒนธรรมหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนที่สูญหาย มีแนวโน้มที่จะสูญหายหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สามารถพัฒนาหรือขยายขอบเขตของการจัดงานนั้นๆ มาเข้าสู่กระบวนการจัดการ เพื่อการอนุรักษ์ รื้อฟื้นหรือฟื้นฟูให้กลับมาอีกครั้งหรือปรับปรุงและพัฒนาเพื่อใช้ประโยชน์ในบทบาทใหม่มีดีอื่นๆ หรือมีความกว้างขวางกว่าเดิม

๒) แนวทางการเผยแพร่ หมายถึง การนำทรัพยากรวัฒนธรรมหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ยังดำรงอยู่ มีการจัดขึ้นตามเงื่อนไขเวลาตามประเพณีดั้งเดิมหรือปฏิบัติต่อๆ กันมา แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ในชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่ทั่วถึง ทำให้มีจำนวนผู้เข้าร่วมมีแนวโน้มลดลงอย่างเห็นได้ชัด มาเข้าสู่กระบวนการจัดการเพื่อการประชาสัมพันธ์ในชุมชน ซึ่งจะเน้นทรัพยากรวัฒนธรรมและกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่มีขอบข่ายเพื่อประชาชนในชุมชนเป็นหลักหรือจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเฉพาะเป็นการภายในชุมชน การประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการสื่อสารกับประชาชนในชุมชนเพื่อส่งเสริมกระบวนการถ่ายทอดและเรียนรู้ทางวัฒนธรรมภายในชุมชน

๓) แนวทางการสืบสาน หมายถึง การนำทรัพยากรวัฒนธรรมหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของชุมชนที่สามารถรองรับมวลชนจากภายนอกที่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้มาเข้าสู่กระบวนการจัดการเพื่อรักษาและคงคุณค่าวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนไว้ โดยขับเคลื่อนด้วยชุมชนและใช้หน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ เช่น เทศบาล การท่องเที่ยวจังหวัด สภาวัฒนธรรมจังหวัด เป็นเครือข่ายเพื่อสนับสนุน การจัดกิจกรรมแหล่งเงินทุน และช่องทางการประชาสัมพันธ์ออกสู่สาธารณะ โดยเป้าหมายของแนวทางนี้คงไว้ซึ่งสภาพทางวัฒนธรรมเชิงกายภาพและคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์ในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน แสวงหาจุดร่วมและ สงวนจุดต่างที่หลากหลายทางวัฒนธรรมไปตามบริบท



ภาพที่ ๒.๑ การจัดการวัฒนธรรมชุมชน

โดยทั้ง ๓ แนวทางที่สำคัญจะใช้สถาบันทางสังคมในการขับเคลื่อนผ่านกลไก “คชศร” ผ่านสถาบันหลักของสังคม ได้แก่ ครอบครัว ชุมชน ศาสนา และรัฐ โดยแบ่งความรับผิดชอบในกระบวนการจัดการวัฒนธรรม ทรัพยากรวัฒนธรรมหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ได้รับการประเมินความสำคัญและนำเข้าสู่กระบวนการจัดการ โดยบูรณาการกับองค์กรภายนอกชุมชน เพื่อให้การจัดการวัฒนธรรมของชุมชนประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้โดยสมาชิกในชุมชน

๒.๒.๓ การขับเคลื่อนการจัดการวัฒนธรรมชุมชน

การขับเคลื่อนการบริหารจัดการวัฒนธรรม ทั้งการอนุรักษ์ รื้อฟื้น และต่อยอด จำเป็นต้องอาศัยบุคคล องค์กร หรือสถาบันที่มีกระบวนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะองค์กรในชุมชนที่อาศัยความเชื่อและความศรัทธาของชาวบ้านเป็นพลังขับเคลื่อน ดังนั้น สถาบันหรือองค์กรที่ใกล้ชิดกับชาวบ้านมากที่สุดจึงเหมาะสมที่สุด ตัวอย่างเช่น "บวร" หรือ บ้าน วัด โรงเรียน ซึ่งประกอบด้วยสถาบันทางสังคมที่สำคัญ ๓ สถาบัน ได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันทางศาสนา และสถาบันการศึกษา

บ้าน หรือสถาบันครอบครัว รวมถึงบุคคลในชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน ถือเป็นแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำหน้าที่ถ่ายทอดวัฒนธรรม ชัดเกล้าเด็กให้เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม ผ่านการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม ศาสนา หรือการบำเพ็ญประโยชน์ต่อชุมชน

วัด หรือสถาบันทางศาสนา เป็นแหล่งชัดเกล้า บ่มเพาะศีลธรรมจรรยา สืบสานวัฒนธรรม และเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชน โดยทำหน้าที่สอนธรรมะ จัดกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรม ด้วยปัจจัยความพร้อมด้านสถานที่ จึงเอื้อต่อการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปัญหาของชุมชนลดน้อยลง เกิดความสามัคคีปรองดอง ประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข นำไปสู่ความเป็นปึกแผ่นมั่นคงของสังคม

โรงเรียน หรือสถาบันการศึกษา ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ ฝึกทักษะอาชีพ ชัดเจนและถ่ายทอดวัฒนธรรม โดยส่งเสริมให้ครูและประชาชนชาวบ้านถ่ายทอดความรู้แก่เด็กและเยาวชน รวมถึงการสอนธรรมะ และร่วมสืบสานประเพณีวัฒนธรรมของชุมชน

"บ้าน วัด โรงเรียน (บวร) เป็นพลังสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง โดยเป็นกลไกขับเคลื่อนกระบวนการบริหารจัดการวัฒนธรรม ร่วมกันคิดวิเคราะห์ปัญหา สร้างความเชื่อมั่น ปลุกฝังจิตสำนึก รัก ห่วงแทน เสียสละ และมีจิตสาธารณะ โดยมีวัดเป็นศูนย์รวมจิตใจ อบรมคุณธรรมจริยธรรม และนำพิธีกรรมทางศาสนา ส่วนโรงเรียนเตรียมความพร้อมให้เด็กและเยาวชนเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่ดี สามารถดำรงชีวิตในสังคมอย่างมีความสุข อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของสังคมตามกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้มีกลุ่มอื่นๆ ในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการปลุกฝังและส่งเสริมมากขึ้น จึงพัฒนาจาก "บวร" เป็น "คชศร" คือ ครอบครัว ชุมชน ศาสนา และรัฐ

ปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การจัดการวัฒนธรรมของชุมชนประสบผลสำเร็จ คือ หน่วยงานภาครัฐ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เทศบาล สถานีอนามัย และสถาบันการศึกษาของรัฐ ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการขับเคลื่อนชุมชนคุณธรรมของกรมการศาสนา โดยใช้พลัง "บวร" (บ้าน-วัด-โรงเรียน) ร่วมกับภาครัฐ เพื่อสร้างชุมชนและสังคมคุณธรรม ที่มีความเอื้ออาทร และสมานฉันท์อย่างยั่งยืน

การศึกษาครั้งนี้จึงให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนการบริหารจัดการวัฒนธรรมผ่านกลไก "คชศร" ซึ่งประกอบด้วย ๔ สถาบันหลัก ได้แก่ ครอบครัว ชุมชน ศาสนา และรัฐ โดยทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการอนุรักษ์ รื้อฟื้น และต่อยอดวัฒนธรรม รวมถึงเผยแพร่ สืบสานวัฒนธรรมเดิม และรังสรรค์ประโยชน์จากอัตลักษณ์ของทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อรักษาสมดุลในการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยอย่างยั่งยืน

๒.๒.๔ ขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมชุมชน

โดยทั่วไปแล้ว "การจัดการ" เป็นงานสำคัญที่จำเป็นจะต้องมีการวางแผนเป้าหมายที่ชัดเจน ตลอดจนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ "การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ" หมายถึง การทำงานให้ได้ผลลัพธ์ (Output) โดยการใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยนำเข้า (Input) ให้คุ้มค่าที่สุด ซึ่งจะให้ความสำคัญกับวิธีการหรือกระบวนการในการทำงาน โดยเฉพาะความสำคัญระหว่างผลลัพธ์และปัจจัยนำเข้า ในขณะที่ประสิทธิผล หมายถึง การทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งจะให้ความสนใจกับการทำงานให้สำเร็จเพียงอย่างเดียว โดยไม่คำนึงถึงคุณค่าในการใช้ทรัพยากร

การบริหารจัดการมีลักษณะสำคัญเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ในด้าน "ศิลปะ" คือการประยุกต์ใช้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ผสานกับเทคนิคและทักษะของสมาชิกในกลุ่ม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ส่วนในด้าน "ศาสตร์" คือการนำองค์ความรู้ที่เป็นระบบและหลักการมาพัฒนา ผู้นำที่มีประสิทธิภาพต้องมีทั้งศาสตร์และศิลป์ในการบริหารจัดการ นักวิชาการได้ให้คำนิยามของการบริหารจัดการไว้หลากหลาย แต่โดยสรุปแล้ว การบริหารจัดการ คือ ศิลปะการวางแผน สั่งการ นำ และควบคุม เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ทวิศักดิ์ นพเกษร นำเสนอว่าธนาคารโลกได้เปลี่ยนตัวชี้วัดความมั่งคั่งของประเทศจากรายได้ประชากรต่อคนต่อปี (GDP) เป็น Estimated Wealth per Capita ซึ่งประกอบด้วย ๓ ปัจจัย ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ สินทรัพย์จากการผลิต และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ โดยพบว่า ๒ ใน ๓ ของประเทศที่มั่งคั่งนั้นมาจากปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วม เช่น การคิด การตัดสินใจ การประเมิน และการวางแผน ล้วนมีส่วนช่วยแก้ไขปัญหาและบรรลุวัตถุประสงค์ของชุมชน ไม่ว่าจะ เป็นกิจกรรมที่หลากหลายหรือกิจกรรมเดียวที่ครอบคลุมหลายมิติ^{๑๔}

ซึ่งในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า การบริหารตามวงจรเดมมิง (Deming Cycle) เป็นกระบวนการบริหารงานหรือการจัดการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่วางไว้

วงจร Deming หรือวงจรควบคุมคุณภาพ PDCA ย่อมาจาก Plan-Do-Check-Act แปลว่า วางแผน - ปฏิบัติ - ตรวจสอบ - ปรับปรุง แนวคิดของวงจรนี้ ดร.วอลท์เตอร์ ชิวฮาร์ต (Walter A. Shewhart) เป็นผู้พัฒนาขึ้นเป็นคนแรกในปี ค.ศ. ๑๙๓๙ เรียกว่า SHEWHART Cycle ซึ่งมีเพียง Plan - Do - See ต่อมา ดร.เอ็ดวาร์ด เดมมิง (Edward W. Deming) ได้นำมาพัฒนาต่อ และเป็นผู้นำมาเผยแพร่ในประเทศญี่ปุ่นเมื่อปี ค.ศ. ๑๙๕๐ จนเป็นที่เผยแพร่หลายในชื่อ วัฏจักรเดมมิง (Deming Cycle) หรือวงจรคุณภาพหรือวัฏจักรแห่งการบริหารคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย ๔ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การจัดทำและการวางแผน (Plan: P) การวางแผนงานจะช่วยพัฒนาความคิดต่างๆ เพื่อนำไปสู่รูปแบบที่เป็นจริงขึ้นมา โดยละเอียดให้พร้อมในการเริ่มต้นลงมือปฏิบัติ

- ๑) ทำความเข้าใจกับวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนแล้วกำหนดหัวข้อควบคุม
- ๒) กำหนดค่าเป้าหมายที่ต้องการบรรลุให้แก่หัวข้อควบคุมแต่ละข้อ
- ๓) กำหนดวิธีดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ ๒ การปฏิบัติตามแผน (Do: D) ประกอบด้วยการทำงาน ๓ ระยะ คือ

- ๑) หาความรู้เกี่ยวกับวิธีการดำเนินการ
- ๒) ดำเนินการตามวิธีการที่กำหนด
- ๓) เก็บรวบรวมบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องและผลลัพธ์

ขั้นตอนที่ ๓ "การตรวจสอบ (Check: C) เป็นการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน โดยเปรียบเทียบกับแผนที่วางไว้ ประกอบด้วย ๔ ขั้นตอน ดังนี้

- ๑) ตรวจสอบการดำเนินงานเทียบกับมาตรฐาน
- ๒) ตรวจสอบค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องว่าเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหรือไม่
- ๓) ตรวจสอบการทำงานในแต่ละขั้นตอนเทียบกับแผนที่วางไว้
- ๔) รายงานผลการประเมิน พร้อมทั้งมาตรการป้องกันความผิดพลาด โดยอาจรายงานเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้

^{๑๔} ทวิศักดิ์ นพเกษร, วิกฤตสังคมไทย ๒๕๔๐ กับบทบาทวิทยาการกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อจัดเวทีประชาคม, (กรุงเทพมหานคร: คณะอนุกรรมการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อเผชิญปัญหาวิกฤต, ๒๕๔๑), หน้า ๖.

ขั้นตอนที่ ๔ การปรับปรุงแก้ไข (Act: A) เป็นการดำเนินการเมื่อพบความบกพร่องจากการตรวจสอบ ทำให้งานไม่เป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่ได้มาตรฐาน โดยแก้ไขปัญหาตามสาเหตุที่พบ ดังนี้

- ๑) หากผลงานเบี่ยงเบนจากเป้าหมาย ให้แก้ไขที่ต้นเหตุ
 - ๒) หากพบความผิดปกติ ให้สอบสวนหาสาเหตุและป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ
- มาตรการแก้ไขปัญหาเพื่อให้ได้ผลงานตามมาตรฐาน เช่น
- (๑) ย้ายนโยบาย
 - (๒) ปรับปรุงระบบหรือวิธีการทำงาน
 - (๓) ประชุมเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน

การจัดการด้วยวงจร Deming เป็นกระบวนการบริหารคุณภาพที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในองค์กรหรือหน่วยงาน เพื่อให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การบริหารงานด้วยกระบวนการวงจรเดมมิง จะต้องประกอบด้วย การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การตรวจสอบ และการปรับปรุงแก้ไข และในขณะเดียวกันมีความยืดหยุ่นในการปรับแผนได้ตามความเหมาะสมในทุกขั้นตอน ซึ่งคณะผู้วิจัยได้เห็นความสอดคล้องกับแนวทางการจัดการวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งมีโครงสร้างไปในทิศทางเดียวกันกับวงจรนี้ ซึ่งหากมีการพัฒนาเป้าหมายที่ชัดเจนและนำกระบวนการมาใช้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยคาดหวังว่าจะสามารถพัฒนาเป็นต้นแบบที่สามารถนำมา ปรับใช้ในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมของชุมชนได้เป็นอย่างดี

การพัฒนาเป็นต้นแบบที่เหมาะสมกับชุมชนยังต้องพิจารณาแนวทางและแนวคิดในการจัดการที่หลากหลาย โดยการจัดการเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับระบบของคนและระบบงาน การผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับวิธีการจัดการทรัพยากรของชุมชนให้เน้นระบบการจัดการที่ดี ซึ่งมีกระบวนการจัดการที่ผู้นำหรือคณะกรรมการจัด กิจกรรมดำเนินการเริ่มตั้งแต่ การวางแผนงาน การดำเนินงานตามแผน การติดตามประเมินผล และถ้ายังไม่สามารถแก้ไขปัญหาก็มีปัญหาใหม่เกิดขึ้นอีก ก็ให้แก้ไขไปตามขั้นตอน คือ ปรับแก้การดำเนินการและปฏิบัติเช่นนี้ไปจนกว่าแก้ไขปัญหาคิด ซึ่งก็สอดคล้องกับความยืดหยุ่นในการใช้วงจร Deming

คณะผู้วิจัยมีเห็นว่าการศึกษาในบริบทการดำเนินการจริงนั้น ควรที่จะสามารถปรับเปลี่ยนขั้นตอนต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริง ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา เพื่อให้การจัดการมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรม ๔ ขั้นตอน โดยอธิบายเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับการจัดการวัฒนธรรมของชุมชน โดยใช้รูปแบบของวงจร Deming ที่มีข้อดีในความยืดหยุ่น เหมาะกับชุมชนที่มีรูปแบบการจัดการเดิมที่ไม่เป็นทางการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑) Plan: P การจัดทำแผนและการวางแผนจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม โดยคัดเลือกทรัพยากรวัฒนธรรม อาทิ กิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชนที่มีการกล่าวถึง ณ ขณะนั้น มาพิจารณาประกอบกับการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่สามารถเกิดขึ้นได้และส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางวัฒนธรรมทั้งด้านบวกและลบอันจะมาเป็นข้อพิจารณาถึงการสนับสนุนและอุปสรรคต่อไป การประเมินความสำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรมและกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน การ

กำหนดแผนการปฏิบัติการหรือแนวทางที่จะปฏิบัติตามแผนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายของชุมชนในการจัดการวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

๒) Do: D การปฏิบัติตามแผนการจัดการวัฒนธรรม การแบ่งความรับผิดชอบ การติดตามและประเมินผลในแต่ละขั้นตอน เพื่อให้ทราบสภาพการณ์ของการดำเนินงานที่เป็นอยู่เปรียบเทียบกับเป้าหมาย การจัดกิจกรรมตามแผน กำหนดภาระหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้จะใช้สถาบันทางสังคมจากทั่วโลก “คชศร” เป็นหลักและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมนั้น ๆ

๓) Check: C การตรวจสอบการปฏิบัติหรือการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมตามแผนหรือการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน หลังจากการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยจะต้องทำการสรุปและบันทึก รวมทั้งการเก็บประวัติการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม การประเมินผลและการวางแผนการจัดกิจกรรมในครั้งต่อไป

๔) Act: A การดำเนินการให้เหมาะสมหรือการปรับปรุงแก้ไขเพื่อเป้าหมายของชุมชน เช่น การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องหรือการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ การกำหนดแผนงานอย่างชัดเจนและแผนงานประจำปี เพื่อให้มีความยั่งยืนสอดคล้องตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปของชุมชน

๒.๓ แนวคิดทฤษฎีการจัดการความรู้

ในสังคมแห่งความรู้ (Knowledge Society) ซึ่งเป็นสังคมโลกปัจจุบัน “ความรู้” ถือเป็นทรัพยากรหลักที่มีค่ายิ่ง ซึ่งแตกต่างจากปัจจัยการผลิตอื่นๆ เนื่องจากความรู้เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงและสร้างขึ้นใหม่ได้ตลอดเวลาและได้กลายเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญคนที่มีความรู้ (Knowledge Workers) จะกลายเป็นคนกลุ่มใหม่ที่ทรงพลังในองค์กรและตลาดแรงงานมีค่านิยมและวัฒนธรรมการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มองคุณค่าของการทำงานอยู่ที่การได้ทำงานที่มีอิสระและสร้างสรรค์ พร้อมทั้งจะโยกย้ายจากองค์กรได้หากได้ไม่ได้รับงานที่ทำทนายและไม่มีโอกาสได้เรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง^{๑๕} และในสังคมแห่งการเรียนรู้ องค์กรจะประสบความสำเร็จได้ต้องสามารถสร้างสรรค์และเห็นคุณค่าของความรู้ ความรู้จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ปีเตอร์เอฟดรักเกอร์ปรมาจารย์ด้านการจัดการสมัยใหม่ มักกล่าวเสมอว่า ความรู้เป็นทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลสำคัญอย่างมาก และเป็นปัจจัยชี้ขาดของความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ถือเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรุนแรงมากที่สุดเท่าที่เคยมีมา เพราะสังคมเปลี่ยนเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ และเกิดกลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่มีความรู้ (Knowledge Worker) ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในประเทศที่พัฒนาแล้วทุกประเทศ

ความรู้ที่ดรักเกอร์ กล่าวถึงต่างจากความรู้ที่เคยเข้าใจในสมัยก่อนโดยหมายถึงความรู้ที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน (Knowledge in Application) ซึ่งเขาให้ความหมายของสังคมแห่งความรู้ว่าเป็นสังคมที่ประกอบด้วยองค์กร ซึ่งมีแก่นสาระสำคัญอยู่ที่การจัดการองค์กรแห่งความรู้ (Knowledge Organization) จึงเป็นองค์กรในสังคมแห่งความรู้ที่มีการกำหนดกลยุทธ์ในการนำ

^{๑๕} พรธิดา วิเชียรปัญญา, การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์ใช้ (Knowledge Management), (กรุงเทพฯ: ธรรมกมลการพิมพ์, ๒๕๔๗), หน้า ๑๕.

องค์การไปสู่เป้าหมาย โดยผู้บริหารต้องมีการจัดการความรู้ในองค์การและมีความเข้าใจองค์การเกี่ยวกับจุดมุ่งหมาย ค่านิยม สิ่งแวดล้อม ตลาดและสมรรถนะหลักขององค์การด้วย และการจัดการถือเป็นหน้าที่ทางสังคม (Social Function) เพื่อมุ่งทำให้ความรู้บังเกิดผลขึ้นมา^{๑๖}

โดยทั่วไปความหมายของความรู้ในประเด็นทั่วไปจะมีความหมายดังนี้ คือคำว่า “ความรู้” ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “knowledge” เป็นคำที่ความหมายกว้างและเป็นนามธรรม^{๑๗} ราชบัณฑิตยสถานอธิบายว่า “ความรู้” คือ สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือ ประสบการณ์ รวมถึงความสามารถเชิงปฏิบัติ ทักษะ ความเข้าใจ หรือสารสนเทศที่ได้รับจาก ประสบการณ์ การได้ยิน ได้ฟัง การคิด หรือการปฏิบัติ และองค์ความรู้ในแต่ละสาขา”^{๑๘}หากมุ่งเน้น ในมุมมองของปรัชญาแล้ว ความรู้จะหมายถึง “องค์ประกอบ ๑ ใน ๓ ส่วนของกระบวนการรับรู้ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้รู้กับสิ่งที่ถูกรู้”^{๑๙}ความหมายของคำว่า “ความรู้” นั้นเป็นคำที่มีความหมายกว้าง

ดังนั้นในการจะทำความเข้าใจในความหมายของความรู้ จึงต้องพิจารณาความหมายของ ข้อมูล และสารสนเทศ ซึ่งเชื่อว่ามีความสัมพันธ์กันก่อน ทั้งนี้เมื่อศึกษาพบว่ามีความหมายของ ข้อมูลสารสนเทศ และความรู้ไว้ต่าง ๆ ดังนี้

ดาเวนพอร์ต และพรูแซค ให้ความหมายของข้อมูลว่า ข้อมูล คือกลุ่มของข้อเท็จจริงที่มี จุดมุ่งหมายอย่างหนึ่งเกี่ยวกับเหตุการณ์ หรือเมื่อพิจารณาในแง่ของธุรกิจ ข้อมูล คือ บันทึกธุรกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบ ข้อมูลให้มีความหมายในตัวของมันเองเป็นเพียงการบอกกล่าวถึงข้อเท็จจริง บางส่วนของสิ่งที่เกิดขึ้น ไม่มีการตีความ การออกความคิดเห็นหรือการพิจารณาตัดสินใจ แม้กระนั้น ข้อมูลยังเป็นวัตถุดิบที่สำคัญสำหรับธุรกิจในการก่อให้เกิดสารสนเทศ ในขณะที่สารสนเทศ คือข่าวสาร (Message) ในรูปของเอกสาร เสียงหรือภาพ ที่มีจุดมุ่งหมายในการเปลี่ยนมุมมองของผู้รับสารต่อบาง สิ่ง และมีผลกระทบต่อการศึกษาตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้รับสารข่าว^{๒๐}

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ได้กล่าวถึงคำจำกัดความของคำว่า ข้อมูล สารสนเทศและความรู้ ของ ฮิเดโอะ ยามาซากิ ซึ่งได้ให้คำจำกัดความไว้ในรูปของปิรามิด ดังแสดงในแผนภูมิที่ ๑^{๒๑}

^{๑๖} Peter F. Drucker, “The Age of Social Transformation”, The Atlantic Monthly (November ๑๙๙๔), pp.๑-๒๐, อ้างใน ทิพวรรณ หล่อสุวรรณ, องค์การแห่งการเรียนรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์รัตนไตร, ๒๕๔๙), หน้า ๒-๓.

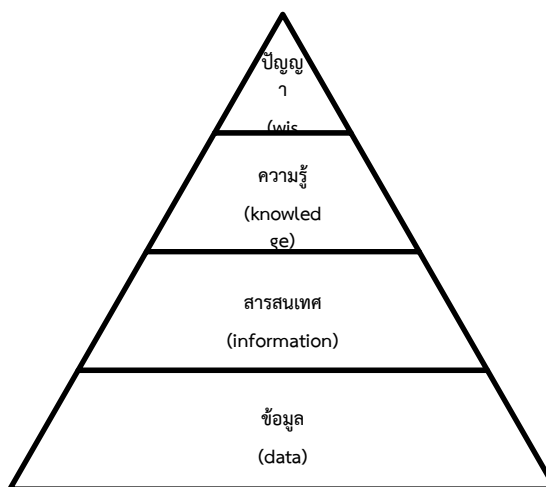
^{๑๗} อิกุจิโร โนนาเกะ, โนโบรุ คอนโนะ, และแพทริก โรนโมลเลอร์, วิธีการสร้างความรู้ (Methodology of Knowledge Creation), แปล โดย ทวี นาคบุตร, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๑๕๕๐), หน้า ๓.

^{๑๘} ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๔๒, (กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์, ๒๕๔๒), หน้า ๒๓๒.

^{๑๙} ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมศัพท์ปรัชญา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๔๘, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์, ๒๕๔๘), หน้า ๕๔.

^{๒๐} Thomas H. Davenport and Laurene Prusak, Working Knowledge: How Organization Manage What They Know, ๒nd ed, (Massachusetts: Harvard Business School Press, ๒๐๐๐), p. ๒.

^{๒๑} สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, การจัดการความรู้....จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ พิมพ์ครั้งที่ ๒ (กรุงเทพมหานคร: บริษัท จีรวัฒน์เอ็กเพรส จำกัด, ๒๕๔๘), หน้า ๑๔.



แผนภูมิที่ ๒.๒ : พีระมิดแสดงลำดับชั้นของความรู้

โดยให้ความหมายของ “ข้อมูล (Data)” ว่าเป็นข้อเท็จจริง ข้อมูลดิบ หรือตัวเลขต่าง ๆ ที่ ยังไม่ได้ผ่านการแปลความ ส่วน “สารสนเทศ (Information)” เป็นข้อมูลที่ผ่านกระบวนการ สังเคราะห์ วิเคราะห์เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการและตัดสินใจ มีบริบทซึ่งเกิดจากความ เชื่อสามัญสำนึก หรือประสบการณ์ของผู้ใช้สารสนเทศนั้น ๆ โดยมักจะอยู่ในรูปของข้อมูลที่วัดได้หรือ จัดตั้งได้ อย่างไรก็ตาม สารสนเทศอาจมีข้อจำกัดในเรื่องช่วงเวลาที่ใช้และขอบข่ายของงานที่จะ นำมาใช้ในขณะที่ “ความรู้ (Knowledge)” คือ สารสนเทศที่ผ่านกระบวนการคิด เปรียบเทียบ เชื่อมโยงกับความรู้อื่นจนเกิดเป็นความเข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์ในการสรุปและตัดสินใจใน สถานการณ์ต่าง ๆ ได้โดยไม่จำกัดช่วงเวลา หรือกล่าวได้ว่าเป็นสารสนเทศที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับเรา ในการนำไปใช้งาน และ “ปัญญา (Wisdom)” คือ ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน ก่อให้เกิดประโยชน์ในการ นำไปใช้^{๒๒}

ส่วนความหมายของความรู้เป็นคำที่มีความหมายกว้าง ได้มีผู้รู้และนักวิชาการให้ ความหมายไว้ต่าง ๆ ดังนี้

Senge ให้ความหมายของความรู้ คือ ความสามารถที่นำไปสู่การกระทำที่มี ประสิทธิภาพ^{๒๓} โนนากะ กล่าวว่า ความรู้ คือ ความเชื่อถือส่วนบุคคลซึ่งมีเหตุผลที่จะช่วยเพิ่มขีด ความสามารถของบุคคลในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ^{๒๔} และได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับความรู้ว่า ความรู้ที่สร้างขึ้นใหม่จะเริ่มจากบุคคลที่มีความสามารถและมีการเรียนรู้อยู่เสมอ ดังนั้น หากทำให้ ความรู้เฉพาะบุคคลส่งต่อไปยังบุคคลอื่น และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้กันได้ ก็จะทำให้เกิดคุณค่า

^{๒๒} สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, การจัดการความรู้...จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพฯ: บริษัท จีวีดีเอ็มเอ็กซ์เพรส จำกัด, ๒๕๔๘), หน้า ๑๓-๑๔.

^{๒๓} P.M.Senge, *The fifth discipline: the art and practice of the learning organization*, (New York: Doubleday, ๑๙๙๐), p. ๑๒.

^{๒๔} Ikujiro Nonaka, *A Dynamic Theory of Organization Knowledge Creation, Organization Science*, ๑, ๑๙๙๔, pp. ๑๔-๓๗.

สำหรับองค์กร องค์กรจึงต้องสร้างสรรค์ กิจกรรมการจัดการความรู้ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และ สม่่าเสมอในทุกระดับขององค์กร ซึ่งบางครั้งอาจเกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจหรือไม่ได้คาดการณ์มาก่อนก็ได้^{๒๕} นอกจากนี้ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายของ "ความรู้" ว่าเป็นสิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมถึงความสามารถเชิงปฏิบัติ ทักษะ ความเข้าใจ หรือสารสนเทศที่ได้รับจากประสบการณ์ การได้ยิน ได้ฟัง การคิด หรือการปฏิบัติ และองค์ความรู้ในแต่ละสาขา ส่วนน้ำทิพย์ วิภาวิน ให้ความหมายของ "ความรู้" ว่าเป็นผลที่ได้จากการเรียนรู้ เกิดจากความเข้าใจในสิ่งที่เรียนรู้ เป็นความสามารถในการระลึกถึงสิ่งที่ได้เรียนรู้มาแล้ว ความรู้ในแต่ละสาขา วิชาชีพ ความรู้ที่องค์กรสร้างขึ้น หรือความรู้ใหม่ที่องค์กรต้องการใช้ในการพัฒนา ซึ่งจำเป็นต้องมีวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการแสวงหาความรู้จากการอ่านและการคิด^{๒๖} ส่วนพรธิดา วิเชียรปัญญา กล่าวว่า (Knowledge) เป็นกระบวนการของการขัดเกลา เลือกลง และบูรณาการ การใช้สารสนเทศ เหล่านั้นจนเกิดเป็นความรู้ใหม่ (New Knowledge) ความรู้ใหม่จึงเกิดขึ้นจากการผสมผสานความรู้ และประสบการณ์เดิมผนวกกับความรู้ที่ได้รับ ความรู้ดังกล่าวเป็นสิ่งที่อยู่ภายในบุคคลเป็นความรู้ที่ได้ปรากฏชัดแจ้ง (tacit Knowledge) หากเมื่อความรู้เหล่านั้นได้ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปของการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร ความรู้นั้นก็จะกลายเป็นความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง (explicit Knowledge) ความรู้ดังกล่าวจะมีคุณค่าปรากฏเมื่อนำมาใช้ในกระบวนการตัดสินใจ (decision making)^{๒๗} และประเวศ ะสี ให้ความหมายของความรู้ว่า เป็นเรื่องของความจริงซึ่งสามารถพิสูจน์ได้ เช่น ความรู้เฉพาะเรื่อง การเห็นการเชื่อมโยงของสิ่งต่างๆ ทำให้เกิดปัญญา (Wisdom) ปัญญา นำไปสู่การเปลี่ยนจิตสำนึก กาเรียนแต่เนื้อหาโดยไม่สามารถนำไปปฏิบัติ หรือพัฒนาได้ ไม่ถือว่าเป็นความรู้อย่างแท้จริง วิธีการได้มาซึ่งความรู้ต้องสอนวิธีคิด วิธีตรวจสอบความรู้ ซึ่งก็คือวิธีวิจัย ดังนั้น สิ่งที่สำคัญคือ การคิดเป็นและวิธีสร้างความรู้^{๒๘} ส่วนทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ ให้นิยามว่า ความรู้ คือ สารสนเทศที่มีคุณค่า ซึ่งมีการนำประสบการณ์ วิจัยญาณ ความคิด ค่านิยม และปัญญาของมนุษย์มาวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการสนับสนุนการทำงานหรือใช้ในการแก้ปัญหา^{๒๙}และโทมัส ได้นิยามความหมายของความรู้ไว้ ๖ ประการดังนี้คือ

๑. ประสบการณ์ (Experience) คือ สิ่งที่เกิดขึ้นหรือได้ทำลงไปในอดีต หล่อหลอมเป็นความรู้ที่พัฒนาขึ้นตามกาลเวลา ผ่านการอ่าน การรับรู้ การอบรม และการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการ ประสบการณ์ช่วยให้เรามีมุมมองเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อนำมาใช้เป็นฐานในการเข้าใจประสบการณ์ และเหตุการณ์ใหม่ๆ ดังนั้น ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์จึงมีคุณค่ายิ่ง

^{๒๕} Ikujiro Nonaka, *The Knowledge-Creating Company*, (USA: Harvard Business School Press, ๑๙๙๘), p. ๓๑๕.

^{๒๖} น้ำทิพย์ วิภาวิน, *การจัดการความรู้, วารสารศรีปทุมปริทัศน์*,ปีที่๓ ฉบับที่๒, (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๔๖), หน้า ๘๕-๙๒.

^{๒๗} พรธิดา วิเชียรปัญญา, *การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์, (Knowledge Management)*, (กรุงเทพมหานคร: ธรรมกมลการพิมพ์, ๒๕๔๗), หน้า ๒๑.

^{๒๘} อรศรี งามวิทย์พงษ์, *คุยกันเรื่องความคิดกับศาสตราจารย์ นพ.ประเวศ ะสี*, (กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกลบอล คิมทอง, ๒๕๔๑), หน้า ๓๙-๔๐.

^{๒๙} ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, *องค์กรแห่งการเรียนรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ*, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: รัตนไตร, ๒๕๔๘), หน้า ๒๑-๒๒.

๒. ข้อเท็จจริงพื้นฐาน (Ground truth) คือ การรู้ว่าอะไรใช้ได้หรือไม่ได้ สิ่งสำคัญของประสบการณ์และข้อเท็จจริงพื้นฐานนี้ คือ การประเมินผลหลังการกระทำ (AAR : After Action Review) ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาและอธิบายการจัดการความรู้

๓. ความซับซ้อน (Complexity) ประสบการณ์และข้อเท็จจริงพื้นฐานสะท้อนถึงศักยภาพของความรู้ในการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ซับซ้อน ความรู้ไม่ใช่โครงสร้างตายตัว แต่สามารถปรับเปลี่ยนและจัดการกับความซับซ้อนได้ นี่คือเหตุผลสำคัญที่ทำให้ความรู้มีคุณค่า

๔. การตัดสินใจ (Judgment) ความรู้ต่างจากข้อมูลและสารสนเทศ ตรงที่มีการตัดสินใจ ความรู้ไม่เพียงตัดสินใจสารสนเทศและสถานการณ์ใหม่ๆ แต่ยังปรับปรุงและกลั่นกรองตัวเองให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เช่น ระบบการดำเนินชีวิต และการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม

๕. การเรียนรู้ผิดถูกด้วยตนเอง (Rules of thumb and intuition) เป็นความรู้ที่เกิดจากการเรียนรู้ การลองผิดลองถูก ความผิดพลาด ประสบการณ์ และการสังเกต เป็นแนวทางแก้ปัญหาที่ยืดหยุ่นสำหรับผู้ปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์

๖. ค่านิยมกับความเชื่อ (Values and beliefs) ค่านิยมและความเชื่อของบุคคลมีอิทธิพลต่อความรู้ในองค์กร การคิดและการกระทำของคนในองค์กรสะท้อนถึงค่านิยมและความเชื่อ ซึ่งส่งผลต่อความรู้ การรับรู้ และมุมมองของแต่ละคน นำไปสู่การจัดระเบียบความรู้ตามค่านิยมและความเชื่อของตนเอง^{๓๐}

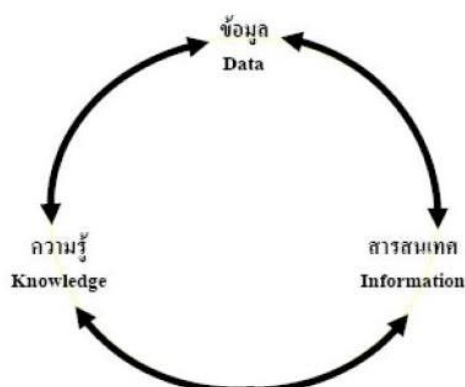
ดังนั้น ความหมายของความรู้ที่เป็นพื้นฐานต่อการจัดการความรู้ คือ การผสมผสานขององค์ประกอบของความรู้ได้แก่ ประสบการณ์ ข้อเท็จจริงพื้นฐาน ความซับซ้อน การตัดสินใจ การเรียนรู้ผิดถูกด้วยตนเอง ค่านิยมและความเชื่อ รวมทั้งคุณค่า ความรอบรู้ในเนื้อหาสาระสารสนเทศ และความเชี่ยวชาญที่ทำให้กรอบการทำงานมีการประเมินและเกิดการรวมเข้ากับประสบการณ์และสารสนเทศใหม่เพื่อนำไปสนับสนุนทำให้ศักยภาพความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคคลเพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น อาจสรุปได้ว่า ความรู้หมายถึง สิ่งที่ทำให้เราเข้าใจในสิ่งที่ได้จากการเรียนรู้อันอาจเกิดจากประสบการณ์ ค่านิยม ความเชื่อ กระบวนการ ข้อมูล หรือสารสนเทศ จนทำให้เกิดคุณค่าและปัญหาที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์แก่ตนเองและสังคมได้

๑) ความสัมพันธ์และความแตกต่างของข้อมูลสารสนเทศและความรู้

จากการศึกษาความหมายข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ ว่ามีความต่อเนื่องเชื่อมโยงกัน ซึ่ง สจิวต์ (Stewart) กล่าวว่า ข้อมูล สารสนเทศ และความรู้มีความสัมพันธ์กันในลักษณะเป็นวัฏจักรแบบเวียนบังเกิด วงจรอาจจะเริ่มต้นที่จุดใดจุดหนึ่งก็ย่อมได้ เช่น อาจจะเริ่มต้นที่ข้อมูล เริ่มต้นที่สารสนเทศหรือเริ่มต้นที่ความรู้ดังแสดงในแผนภูมิที่ ๒

^{๓๐} Thomas H. Davenport, and Laurence Prusak, *Working Knowledge: How Organization Manage What They Know*, ๒nd edition, (Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, ๒๐๐๐), pp. ๑๑-๑๙.



ภาพที่ ๒.๓ : วัฏจักรความรู้

ที่มา : Thomas A. Stewart, Intellectual capital, (New York : Doubleday, ๑๙๙๗), p.๑๑.

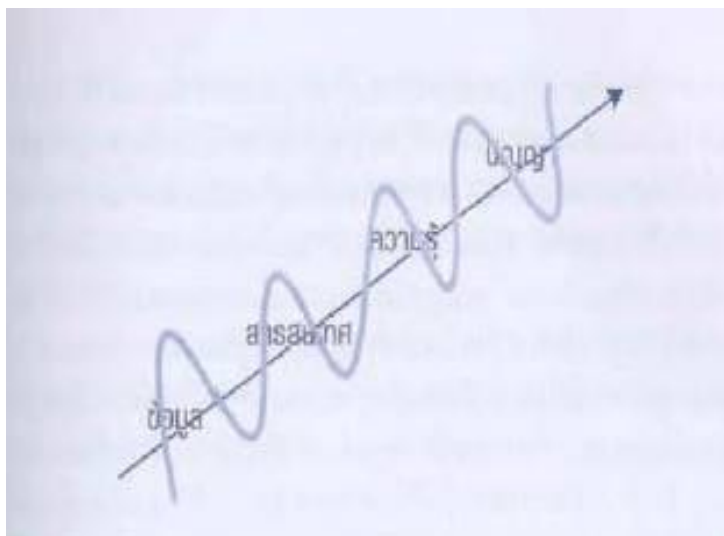
จากภาพ เส้นทางของข้อมูลสารสนเทศ และความรู้จำแนกได้ ๓ สารสนเทศ เส้นทาง คือ เส้นทางที่ ๑ ข้อมูล → สารสนเทศ → ความรู้ → ข้อมูล คือ วัฏจักรเริ่มต้นที่ข้อมูลเมื่อข้อมูลผนวกด้วยบริบทจะกลายเป็นสารสนเทศ เมื่อสารสนเทศผนวกด้วยความเข้าใจจะกลายเป็นความรู้ และเป็นข้อมูลเริ่มในสถานการณ์ใหม่สำหรับพัฒนาเป็นความรู้ใหม่

เส้นทางที่ ๒ สารสนเทศ → ความรู้ → ข้อมูล → สารสนเทศ คือ วัฏจักรเริ่มต้นที่สารสนเทศ เมื่อสารสนเทศผนวกกับความเข้าใจ จะกลายเป็นสารสนเทศใหม่ต่อไป

เส้นทางที่ ๓ ความรู้ → ข้อมูล → สารสนเทศ → ความรู้ คือ วัฏจักรเริ่มต้นที่ความรู้ในฐานะที่เป็นข้อมูลเริ่มต้น เมื่อข้อมูลนั้นได้ผนวกด้วยบริบท จะเปลี่ยนสภาพเป็นสารสนเทศ และเมื่อนำสารสนเทศมาผนวกกับความเข้าใจ ข้อมูลสนเทศจะถูกพัฒนาไปเป็นความรู้ใหม่ต่อไป^{๓๑} สำหรับ สโนว์เดน ผู้เชี่ยวชาญการจัดการความรู้และเป็นผู้อำนวยการของ IBM' Cynefin สหราชอาณาจักร มีมุมมองที่ต่างออกไปว่า ความรู้เป็นสิ่งที่ซับซ้อนไม่สามารถจัดระบบที่แน่นอนได้ หรือไม่สามารถกล่าวได้ว่าพัฒนาการของข้อมูลจะนำไปสู่การเป็นสารสนเทศ ความรู้ และปัญหาตามลำดับเสมอไป โดยให้เหตุผลว่าสารสนเทศที่แม้จะผ่านกระบวนการวิเคราะห์ มีบริบทรายละเอียดที่ครบถ้วน แต่หากไม่ใช่สารสนเทศในเรื่องที่เป็นประโยชน์แก่เรา หรือเราไม่สามารถนำไปใช้ได้ ก็ไม่เรียกว่าเป็นความรู้สำหรับเรา^{๓๒}

^{๓๑} Thomas A, Stewart, Intellectual capital, (New York: Doubleday, ๑๙๙๗), pp. ๑๑-๑๒.

^{๓๒} สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : บริษัท จีวีดีเอ็นเอ็กซ์เพรส จำกัด, ๒๕๔๘), หน้า ๑๘-๑๙.



ภาพที่ ๒.๔ : ลำดับขั้นของความรู้จากมุมมอง Dave Snowden
ที่มา: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, การจัดการความรู้...จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, พิมพ์ครั้งที่ ๒
(กรุงเทพมหานคร : บริษัท จีรวัดน์เอกซ์เพรส จำกัด, ๒๕๔๘), หน้า ๑๖.

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น อาจสรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึง ผลที่ได้จากการเรียนรู้และความเข้าใจในสิ่งที่เรียนรู้ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ ค่านิยม ความเชื่อ กระบวนการหรือข้อมูล สารสนเทศ จนทำให้เกิดคุณค่าและปัญญา และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ให้แก่ตนเองและองค์กรได้

คุณลักษณะของความรู้

โนนากะ (Nonaka) ได้อธิบายคุณลักษณะของความรู้ ไว้ดังนี้

๑. ทรัพย์สินที่เป็นความรู้ นั้น ให้ผลตอบแทนมากขึ้น (Increasing return) ซึ่งหมายความว่าเรายิ่งใช้ความรู้มากก็ยิ่งได้รับผลตอบแทนมากขึ้น

๒. ทรัพย์สินที่เป็นความรู้ใช้ไม่หมด (Unlimited Usage) ซึ่งหมายความว่าเราสามารถใช้เวลาความรู้ในการดำเนินงาน ได้ตลอดเวลา ไม่มีวันจบสิ้น

๓. ทรัพย์สินที่เป็นความรู้ในภาคการผลิตและผู้บริโภคมีความเกี่ยวพันกันอย่างมาก (Production and Consumption Unseparated) ซึ่งในยุคอุตสาหกรรมนั้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคมีน้อยมาก แต่ในปัจจุบันนั้นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน (Citizen) มีคุณค่าอย่างมากในการบริหารงานในภาครัฐ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือซึ่งกันและกัน (Collaboration) ระหว่างภาครัฐและประชาชน ซึ่งศาสตราจารย์โนนากะ มีความเห็นว่าการวางนโยบายสาธารณะ (Public Policy) ก็คือการสร้างสรรค์ความรู้ (Knowledge Creation) อย่างหนึ่ง

๔. ทรัพย์สินที่เป็นความรู้ นั้นยากที่จะซื้อขาย (Difficulties Market Transaction) โดยเฉพาะในส่วนของความรู้ภายในตัวบุคคล (tacit Knowledge)

๕. ทรัพย์สินที่เป็นความรู้ นั้น สามารถสร้างคุณค่าใหม่ ๆ (New value) หรือแนวคิดใหม่ ๆ (new concept) ไปได้เรื่อยๆ จากการปรับเปลี่ยนมุมมองและวิธีการประยุกต์ใช้ความรู้เดิม

๖. ทรัพย์สินที่เป็นความรู้ที่ล้าสมัยอย่างรวดเร็ว (Quickly Outdated)

๗. ทรัพย์สินที่เป็นความรู้ที่ถูกรังสรรค์ขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์เท่านั้น ซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญมาก เพราะถึงแม้ว่ามนุษย์จะพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (information technology: IT) แต่เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเพียงเครื่องมือเท่านั้นไม่สามารถสร้างความรู้ได้^{๓๓}

ประเภทของความรู้

การแบ่งประเภทของความรู้ มองได้หลายมิติ แต่มิติที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ มองในด้าน “รูปแบบที่มองเห็น” ทาคิอูชิ และโนนากะ ได้แบ่งความรู้ออกเป็น ๒ ประเภท คือ ความรู้แบบชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้แบบอยู่ในตัวบุคคล (Tacit Know Knowledge) ความรู้แบบชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) นั้น เป็นความรู้ที่จับต้องได้ (Objective) และมีเหตุผล (rational) สามารถแสดงออกได้ผ่านทางคำพูดและตัวเลขที่ยังแบ่งปันกันได้ในรูปแบบของข้อมูล สูตรทางวิทยาศาสตร์ทฤษฎีการแก้ปัญหา คือ ฐานข้อมูลและอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศได้

ความรู้แบบอยู่ในตัวบุคคล (Tacit Know Knowledge) นั้นเป็นความรู้เฉพาะตัว (Subjective) และความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential) ยากที่จะถ่ายทอดหรือแบ่งปันให้ผู้อื่นได้ โดยง่ายตัวอย่างของความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล ได้แก่ ความรู้ความชำนาญ ความเชื่อ อุดมคติ คุณค่า และรูปแบบความคิดที่ยังรากลึกลงอยู่ในตัวเรา

จะเห็นได้ว่าธรรมชาติของความรู้ประเภทต่างๆ จะแตกต่างกันตรงข้ามกัน อาทิ ความรู้แบบชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) กับความรู้แบบอยู่ในตัวบุคคล (Tacit Know Knowledge) จับต้องได้ (Objective knowledge) กับความรู้เฉพาะตัวยากที่ถ่ายทอด (Subjective Knowledge) ความรู้ส่วนตัว (Personal Knowledge) กับความรู้ของกลุ่ม (Collective knowledge) ดังนั้นการมีปฏิสัมพันธ์กัน (Dynamic Interaction) ระหว่างความรู้ประเภทต่าง ๆ ที่ตรงข้ามกันจะนำไปสู่กระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ เมื่อพิจารณาสัดส่วนความรู้ทั้ง ๒ ประเภท จะพบว่าความรู้ในองค์กรส่วนใหญ่เป็นความรู้ประเภท tacit มากกว่าความรู้ประเภท explicit หลายเท่า โดยอาจเปรียบเทียบเป็นอัตราส่วนระหว่างความรู้ประเภท tacit : explicit เป็น ๘๐:๒๐ หรือเช่นเดียวกับที่ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านกล่าวไว้ว่า ถ้าจะเปรียบเทียบกับปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำแข็ง เราสามารถเปรียบเทียบได้ว่า explicit เปรียบเสมือนส่วนของภูเขาน้ำแข็งที่โผล่พ้นน้ำขึ้นมา ซึ่งสัดส่วนน้อย (ประมาณ ๒๐% ของทั้งหมด) เมื่อเทียบกับส่วนของภูเขาที่อยู่ใต้น้ำ ซึ่งมากถึง ๘๐% (เป็นส่วนของ tacit)^{๓๔} ดังแสดงในแผนภูมิที่ ๔

^{๓๓} Ikujiro Nonaka and Hirotaka Takeuchi, *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, (USA: Oxford University Press, ๑๙๙๕), pp.๑๒-๑๔.

^{๓๔} สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, *การจัดการความรู้.....จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท จีวีเอ็นเอ็กซ์เพรส จำกัด, ๒๕๔๘), หน้า ๑๖.



ภาพที่ ๒.๕ : ภูเขาน้ำแข็งแสดงการเปรียบเทียบความรู้

ส่วน AmritTiwana ได้จำแนกประเภทของความรู้เป็น ๓ ประเภทภายใต้การปฏิสัมพันธ์ของความรู้ฝังลึกในตัวคนและความรู้ชัดแจ้งไว้ดังนี้คือ

๑. ความรู้ภายในสู่ภายนอก (Externalized knowledge) หมายถึงความรู้ที่มีความซับซ้อนมาจากความรู้ที่ฝังลึกในตัวคนซึ่งจะถูกนำออกมาสู่ภายนอกและประกอบเข้าไปในผลิตภัณฑ์และกระบวนการของบริษัทตัวอย่างหนึ่งของความรู้ฝังลึกคือองค์ประกอบทางจิตเป็นความรู้ที่ยากจะอธิบายออกมาให้เข้าใจได้ง่ายเพราะมันประกอบไปด้วยความเชื่ออุดมคติคุณค่าแบบแผนความคิดและแบบจำลองทางความคิดซึ่งหยั่งอยู่ในจิตใจของคนจึงถือว่าความรู้ฝังลึกนี้เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดธรรมชาติรู้ของคนเป็นองค์ประกอบทางจิตที่ควรจะถูกกลั่นกรองออกมาเป็นความรู้ชัดแจ้งโดยคงบริบทและความสมบูรณ์ไว้

๒. ความรู้หลายถิ่น (Multilocal knowledge) หมายถึงความรู้ที่อาจจะอยู่ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรก็ได้การจัดการความรู้นี้จะใช้กิจกรรมต่างๆเพื่อการบูรณาการความรู้จากแหล่งข้อมูลที่ต่างกันและอยู่ในรูปแบบที่ต่างกันสร้างคุณค่าเพิ่มด้วยการเชื่อมความรู้ความชำนาญประสบการณ์และการตัดสินใจจากภายในและภายนอกองค์กรตั้งนั้นหัวใจสำคัญของการสร้างความรู้นี้จะเป็นการเคลื่อนย้ายและแปลงความรู้จากความรู้ฝังลึกไปเป็นความรู้ชัดแจ้ง

๓. ความรู้ถ่ายทอด (Migratory knowledge) หมายถึงความรู้ที่เป็นอิสระจากเจ้าของหรือผู้คิดค้น (Creator) ในขณะที่ความรู้ถูกประมวลอย่างกว้างขวางความสามารถในการถ่ายทอดเพิ่มขึ้นตัวอย่างการประมวลเช่นการถ่ายทอดลงในเอกสารฐานข้อมูลรูปภาพบรรยายกระดานทำการอีเมลวีดิทัศน์หรือเว็บเพจบนเครือข่ายของบริษัทเป็นต้น^{๓๕} ส่วน Clyde ได้จำแนกความรู้ไว้ ๒

^{๓๕} AmritTiwana, The Knowledge Management Toolkit: Practical Techniques for Building a Knowledge Management System, (Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall PTR, ๒๐๐๐), p.๖๗.

ระดับคือระดับปฐมภูมิและระดับพุทธิภูมิโดยแบ่งในชั้นปฐมภูมิเป็น ๓ ประเภทคือ (๑) ความรู้เชิงพรรณนา (Descriptive knowledge) (๒) ความรู้เชิงกระบวนการ (Procedural knowledge) (๓) ความรู้เชิงตรรกะหรือเหตุผล (Reasoning knowledge) ส่วนในระดับพุทธิภูมิแบ่งเป็น ๓ ประเภทเช่นกันคือ

๑. ความรู้ทางภาษา (linguistic knowledge)

๒. ความรู้ในทางซึมซับ (assimilative knowledge)

๓. ความรู้เชิงการนำเสนอ (presentation knowledge) โดยอธิบายความหมายของความรู้ในชั้นปฐมภูมิว่ามีรายละเอียดดังนี้คือ

๓.๑ ความรู้เชิงพรรณนา (descriptive knowledge) หมายถึง การอธิบายสภาวะของโลกไม่ว่าจะเป็นโลกจริงเสมือนจริงหรือโลกการคาดคะเนและรวมความถึงการอธิบายลักษณะของแนวคิดอดีตปัจจุบันและอนาคตหรือสถานการณ์สมมติข้อมูลสารสนเทศที่มีลักษณะของการอธิบายอยู่แล้วแต่การใช้งานของความรู้เชิงพรรณนามีลักษณะการใช้งานที่จำกัดเพราะมีที่มาจากด้านเดียวแต่ข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาเป็นฐานหรือตีความเพิ่มเติมที่ทำให้เกิดความรู้เชิงพรรณนาอื่นๆได้เช่นการพยากรณ์การคาดคะเนปัญหาทางแก้ปัญหาต่างๆเป็นต้นนอกจากนั้นแล้วความรู้เชิงพรรณนาก็สามารถเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าความรู้รณการธิบายได้ (declarative knowledge) เนื่องจากมีลักษณะการอธิบายและพรรณนาที่ใกล้เคียงกัน^{๓๖}

๓.๒ ความรู้เชิงกระบวนการ (procedural knowledge) หมายถึงเป็นความรู้ในการดำเนินการทำสิ่งต่างๆหรือความเข้าใจในกระบวนการของสิ่งต่างๆด้วยกระบวนการที่เป็นขั้นเป็นตอนสำหรับดำเนินการกิจต่างๆหรืออธิบายกลไกของสิ่งที่เกิดขึ้นตัวอย่างเช่นขั้นตอนการแก้ปัญหายุทธศาสตร์แผนการปฏิบัติการโปรแกรมและวิธีการเป็นต้น

๓.๓ ความรู้เชิงตรรกะหรือเหตุผล (reasoning knowledge) หมายถึงความรู้ที่สามารถเป็นได้ทั้งความรู้ฝังลึกและความรู้ชัดแจ้งเป็นความรู้ซึ่งสามารถรับจากภายนอกหรือสร้างจากภายในนำจากภายนอกสู่ภายในและจากภายในสู่ภายนอกได้เช่นการบ่งชี้ความจริงแท้ของข้อสรุปหนึ่งๆหรือการบ่งชี้สิ่งซึ่งสามารถกระทำได้ในสถานการณ์หนึ่งๆซึ่งความเชื่อมโยงระหว่างสถานการณ์และการกระทำหรือข้อสรุปนี้อาจตั้งอยู่บนพื้นฐานทางตรรกศาสตร์

Ikujiro Nonaka, and Hirataka Takeuchi^{๓๗} และนักวิชาการหลายท่านที่มักกล่าวอ้างถึงการแบ่งประเภทความรู้ของไมเคิลโปลานยี^{๓๘} ที่ได้แบ่งความรู้เป็นประเภทใหญ่ด้วยกัน

^{๓๖} Clyde W. Holsapple, *Handbook on Knowledge Management ๑ Knowledge Matters*, (Berlin: Springer-Verlag Berlin, ๒๐๐๓), pp. ๑๗๙-๑๘๑.

^{๓๗} Ikujiro Nonaka, and Hirataka Takeuchi, *The Knowledge Creating Company : How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, (New York, [u. a]: Oxford University Press, ๑๙๙๕), pp. ๕๙-๖๑.

^{๓๘} Tacit knowledge และ explicit knowledge ตรงกับคำที่ใช้ในหนังสือของไมเคิลโปลานยีว่า personal และ objective ตามลำดับ- Michael Polanyi, *Personal Knowledge : Towards a Post-Critical Philosophy*, (London : Routledge & Kegan Paul ,๑๙๖๒), p.๓๗๓.

๒ ประเภท คือความรู้ฝังลึกในตัวคน (Tacit knowledge) และความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้คือ

๑. ความรู้ฝังลึกในตัวคน (Tacit knowledge)

ความรู้ฝังลึกในตัวคน หมายถึง สิ่งที่เห็นได้ไม่ชัดเป็นความรู้ที่มาจากการปฏิบัติเป็นความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในการกระทำกระบวนการและกิจวัตรประจำตัวต่างๆ ความรับผิดชอบอุดมคติคุณค่าและอารมณ์หลากหลาย ซึ่งยากที่จะอธิบายโดยใช้คำพูดมีรากฐานมาจากการกระทำและประสบการณ์เป็นความเชื่อทักษะและมีลักษณะเป็นอัตวิสัย (subjective) เป็นเรื่องส่วนบุคคลมีบริบทเฉพาะ (context-specific) ต้องการการฝึกฝนเพื่อให้เกิดความชำนาญทำให้เป็นทางการและสื่อสารได้ยากนอกจากนั้นยังเป็นความรู้เฉพาะตัวที่เกิดจากประสบการณ์การศึกษาการสนทนาการฝึกอบรมความเชื่อเจตคติของแต่ละบุคคลเป็นความรู้บวกกับสติปัญญาและประสบการณ์อีกทั้งยังเป็นการเรียนรู้หรือพรสวรรค์ต่างๆซึ่งสื่อสารหรือถ่ายทอดในรูปของตัวเลขสูตรหรือลายลักษณ์อักษรได้ยากได้แก่วิจารณ์ญาณความลับทางการค้าวัฒนธรรมองค์กรทักษะความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆเคล็ดวิชาเป็นภูมิปัญญาปฏิภาณไหวพริบ เป็นต้น

ความรู้ประเภทนี้ถือว่าเป็นความรู้ที่ไม่เป็นทางการจัดระบบหรือจัดหมวดหมู่ไม่ได้แต่สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยการนำมาเล่าสู่กันฟังและถ่ายทอดแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกันได้ อีกทั้งยังสามารถสังเกตและเลียนแบบกันได้และยังสามารถพัฒนาเป็นความรู้ที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งความรู้ประเภทนี้ใช้เวลาและมีต้นทุนสูงในการถ่ายโอนความรู้ ตัวอย่างเช่นความสามารถในการชิมรสไวน์ทักษะในการสังเกตเปลวควันจากปล่องโรงงานว่ามีปัญหาในกระบวนการผลิตหรือไม่หรือทักษะในการทำกับข้าว เป็นต้น

๒. ความรู้ชัดแจ้ง (explicit knowledge)

ความรู้ชัดแจ้งเป็นความรู้ที่เห็นได้ชัดเจนเป็นรูปธรรมเป็นความรู้ที่อยู่ในตำราเป็นความรู้ที่รวบรวมได้ง่ายจัดระบบและโอน โดยใช้วิธีการดิจิทัลมีลักษณะวัตถุวิสัย (Objective) สามารถแปลงเป็นรหัสในการถ่ายทอด โดยวิธีการที่เป็นทางการไม่จำเป็นต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อถ่ายทอดความรู้และสามารถแสดงออกในภาษาที่เป็นระบบและเป็นทางการและถูกแบ่งปันในรูปแบบของข้อมูลสูตรทางวิทยาศาสตร์ข้อกำหนดต่างๆ (Specifications) คู่มือต่างๆหรือสิ่งที่คล้ายๆกันมันสามารถอยู่ในแนวทางปฏิบัติถูกส่งผ่านและถูกเก็บไว้อย่างสัมพันธ์กันอย่างง่ายดาย เช่นนโยบายขององค์กรกระบวนการทำงานซอฟต์แวร์เป็นต้นและยังมีความหมายที่เป็นความรู้ที่ได้การถ่ายทอดจากบุคคลออกมาในรูปของการบันทึกในรูปแบบต่างๆซึ่งก็คือสารสนเทศนั่นเอง เช่นหนังสือบทความเอกสารมาตรฐานลิขสิทธิ์สิทธิบัตรเครื่องหมายการค้ารายงานประจำปีสื่อโสตทัศน์ (VDO CD) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ E-books) เป็นต้น ความรู้ประเภทนี้ถือได้ว่ามีการใช้สัญลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นภาษาเขียนภาษาพูด เพื่อการบันทึกความรู้นั้นๆจะทำให้คนเข้าใจได้กว้างขวางและสะดวกยิ่งขึ้น เมื่อความรู้นั้นมีการสะสมกันมานานจึงเป็นความรู้ที่ใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีการตรวจสอบอย่างเป็นระบบและ ชู (Choo) ได้แบ่งความรู้ออกเป็น ๓ ประเภท คือ

๑. ความรู้อย่างไม่เป็นทางการ (Tacit Knowledge) เป็นทักษะหรือความรู้เฉพาะตัว

ของแต่ละบุคคลที่มาจากประสบการณ์ ความเชื่อ หรือ ความคิดสร้างสรรค์ ในการปฏิบัติงาน เช่น การถ่ายทอดความรู้ ความคิด ผ่านการสังเกต การสนทนา การฝึกอบรม ความรู้ประเภทนี้เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้งานประสบความสำเร็จ ตัวอย่างของความรู้ชนิดนี้ เช่น เมื่อช่างเครื่องยนต์ฟังเสียงเครื่องยนต์ก็สามารถรู้อาการของเครื่องยนต์ได้ เนื่องจากความรู้ประเภทนี้เกิดจากประสบการณ์และนำมาเล่าสู่กันฟัง จึงไม่สามารถเขียนเป็นกฎเกณฑ์หรือตำราได้ แต่สามารถถ่ายทอดและแบ่งปันความยากรู้ได้โดยการสังเกตและเลียนแบบ

๒. ความรู้อย่างเป็นทางการ(explicit knowledge) เป็นความรู้ที่มีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และใช้ร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ธุรกิจ เอกสารขององค์การธุรกิจประชณีย์ อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต ความรู้ประเภทนี้เป็นความรู้ที่แสดงออกมาโดยใช้ระบบสัญลักษณ์ จึงสามารถสื่อสารและเผยแพร่ได้อย่างสะดวกสามารถแบ่งออกได้เป็น ๒ แบบ คือ

๒.๑ Object-based เป็นความรู้ที่เกิดจากการสร้างขึ้นมา เช่น ผลิตภัณฑ์ สูตรวิทยาศาสตร์ข้อกำหนด คู่มือ สิทธิบัตร โปรแกรมสำเร็จรูป ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ แบบวาดทางเทคนิค เครื่องมือ ต้นแบบรูปภาพ การบันทึกเสียง และฟิล์ม เป็นต้น

๒.๒ Rule-based เป็นความรู้ที่ถูกนำมาประมวลเป็นกฎเกณฑ์ ระเบียบปฏิบัติ หรืองานประจำ

๓. ความรู้ที่เกิดจากวัฒนธรรม (Cultural knowledge) เป็นความรู้ที่เกิดจากศรัทธา หรือความเชื่อที่ทำให้กลายเป็นความจริง ซึ่งจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การเฝ้าสังเกต และการสะท้อนผลกลับของตัวความรู้ และของสภาพแวดล้อม องค์การที่พัฒนามาเป็นระยะเวลาที่ต่อเนื่องกันอย่างยาวนาน จะพัฒนาความเชื่อร่วมกันในเรื่องที่เกี่ยวกับธรรมชาติของธุรกิจหลักขององค์การ ความสามารถหลักขององค์การ การตลาด และคู่แข่ง^{๓๙} นอกจากนี้ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของความรู้จากผู้เชี่ยวชาญท่านอื่นๆ ได้แก่ เอ็ดวินสัน ที่แบ่งความรู้ออกเป็น ๓ ประเภท คือความรู้เพราะบุคคล ความรู้ขององค์กร และความรู้ที่เป็นระบบ ดังนี้

๑. ความรู้เพราะบุคคล (Individual Knowledge) เป็นความรู้ที่อยู่ในตัวพนักงานแต่ละคน หรือเป็นความรู้ที่อยู่ในหัวของพนักงาน

๒. ความรู้ขององค์กร(Organizational knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงานที่อยู่ในกลุ่มที่อยู่ในกลุ่มหรือฝ่ายงานต่าง ๆ ในองค์กรทำให้เกิดเป็นความรู้โดยรวมขององค์กร สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานขององค์กรโดยรวมได้มากขึ้น

๓. ความรู้ที่เป็นระบบ (Structural knowledge) เป็นความรู้ที่เกิดจากการสร้างหรือต่อยอดองค์ความรู้ผ่านกระบวนการ คู่มือ และจรรยาบรรณต่าง ๆ ในองค์กร

ทั้งความรู้ทั้ง ๓ ประเภทข้างต้น สามารถเป็นได้ทั้งในรูปของ tacit knowledge และ Explicit knowledge และการแบ่งประเภทความรู้ของ สโนว์เดน ที่ให้แนวคิดที่ว่า ความรู้มีตั้งแต่ที่เป็นนามธรรมยากต่อการบริหารจัดการ จนกระทั่งถึงที่เป็นรูปธรรม หรือเป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจนสามารถจัดการงานได้

^{๓๙}Chum Wei Choo, "Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know", Congress of Southeast Asian Librarians, ๗-๙, ๓๕, (April ๒๐๐๐), pp. ๒๖-๒๘.

จากประเภทของความรู้ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้นสามารถสรุปได้ว่า ความรู้แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือ ความรู้ฝังลึกในคน เป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน แต่ยังไม่ได้นำเสนอสู่ภายนอก เช่น ทักษะหรือความรู้เฉพาะตัวของแต่ละบุคคลที่มาจากประสบการณ์ ความเชื่อค่านิยม หรือความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน และความรู้เปิดเผย ซึ่งเป็นความรู้ที่มีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และใช้ร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสารทางราชการ การบันทึก การรายงาน จดหมาย ข่าว ประกาศ วิทยุทัศน์ สิ่งตีพิมพ์ หนังสือ ตำรา เป็นต้น

ระดับความรู้

ในยุคแรก ๆ แม้ความรู้ของมนุษย์จะมีอยู่อย่างจำกัด แต่การรู้ของมนุษย์ก็มักจะเชื่อมโยงกับประสบการณ์ชีวิต และทำให้ความรู้ที่เกิดขึ้นและเกิดประโยชน์ในนำไปปฏิบัติใช้ทั้งนี้ เพราะไม่ใช่เป็นการรู้แบบการรู้จำ แต่เป็นการรู้แบบการเข้าใจ ดังนั้น การเข้าใจในเรื่องระดับของความรู้จะช่วยให้รู้ว่า ความรู้ที่เกิดขึ้นนั้นจะใช้ประโยชน์ในระดับต่าง ๆ ของความรู้ได้อย่างไร เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถของบุคคลในการนำความรู้ไปใช้ ซึ่งชัยอนันต์ สมุทวนิช อธิบายถึงการรู้ของบุคคลแบ่งออกได้เป็น ๔ ระดับ คือ

๑. การไม่รู้ที่ไม่รู้ เป็นสภาวะสุดโต่งที่ไม่ก่อให้เกิดการเข้าถึงตัวความรู้ได้
๒. การไม่รู้ที่รู้ เป็นสภาวะของบุคคลที่เคยรู้แต่ระลึกไม่ได้ เป็นเรื่องของจิตใต้สำนึก
๓. การรู้ที่ไม่รู้เป็น สภาวะที่อาจก่อให้เกิดการรู้หรือไม่รู้ได้ ขึ้นอยู่กับบุคคลมีความอยากที่

ชัด

๔. การรู้ที่รู้ เป็นสภาวะอุดมคติ ซึ่งเป็นเป้าหมายของการเรียนรู้ นั่นคือ การรู้จักตนเอง^{๙๐}

มนุษย์มีวิธีการหาความรู้หลายวิธี ตั้งแต่สมัยโบราณ จากการรวบรวมของผู้ที่ศึกษาไว้ สรุปได้ว่ามนุษย์มีวิธีการหาความรู้จากแหล่งต่างๆ ไม่น้อยกว่า ๙ วิธี ได้แก่ วิธีการหาความรู้จากประสบการณ์ การถามผู้รู้ ธรรมเนียมประเพณี การหยั่งรู้ การอนุมาน การอุปมาน วิทยาศาสตร์ และการวิจัย ซึ่งในแต่ละวิธีมีรายละเอียดดังนี้

๑. การหาความรู้ด้วยประสบการณ์ (Experience) เป็นการหาความรู้ที่คุ้นเคยกันมากที่สุด อาจเรียกว่าเป็นการหาความรู้ตามโอกาสหรือความบังเอิญ หรือลองผิดลองถูก โดยการทดลองหลายๆ วิธีเพื่อแก้ปัญหาหรือได้มาซึ่งความรู้

๒. การถามผู้รู้ (Authority) เป็นการถามความรู้จากผู้รู้ในเรื่องนั้น ๆ โดยอาจเป็นนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความรู้เฉพาะสาขา ซึ่งในสมัยก่อนมักจะเป็นผู้มีอำนาจหรือได้รับการยอมรับ เช่น กษัตริย์ นักปราชญ์ และผู้นำทางศาสนา เป็นต้น ซึ่งความรู้ที่ได้จะถูกต้องหรือไม่ก็ไม่มีใครกล้าคัดค้านหรือพิสูจน์

๓. การหาความรู้ด้วยธรรมเนียมประเพณี (Tradition) นั้นคล้ายกับการถามผู้รู้ เพียงแต่เป็นการถามผู้รู้ เป็นการถามโดยแต่วิธีนี้ได้จากแนวปฏิบัติสืบต่อกันมาโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนแปลงน้อยมาก เพราะไม่มีใครกล้าพิสูจน์ว่าสิ่งที่ปฏิบัติกันมาถูกต้องหรือไม่เพียงไร เช่น การแต่งกายหรือการปฏิบัติตัวในพิธีการต่างๆ เป็นต้น

^{๙๐} ชัยอนันต์ สมุทวนิช, *เพลินเพื่อรู้*, (กรุงเทพมหานคร: พี.เพรส., ๒๕๔๓), หน้า ๓๘.

๔. การหาความรู้ด้วยวิธีการหยั่งรู้ (Intuition) เป็นการได้รับความรู้โดยไม่มีเหตุผล หรือกระบวนการใดๆ เหมือนกับเป็นเรื่องอัศจรรย์ ซึ่งการหาความรู้วิธีนี้คนไทยคู่ยุคดึกก็คือ การได้รับความรู้ด้วยการตรัสรู้ของพระพุทธเจ้า

๕. การอนุมาน (Deduction) การหาความรู้แบบนี้ถือว่าเป็นวิธีที่เป็นระบบ ซึ่งนักปราชญ์ชาวกรีกคิดค้นขึ้นโดยใช้หลักตรรกวิทยา หรือเชิงเหตุผล เริ่มจากข้อเท็จจริงใหญ่ไปสู่ข้อเท็จจริงย่อย และข้อสรุป เช่น ข้อเท็จจริงใหญ่มิว่านักศึกษาปริญญาโททุกคนต้องทำวิทยานิพนธ์ ข้อเท็จจริงย่อย มีว่าสายันเป็นนักศึกษาปริญญาโท ข้อสรุปจะได้ว่าสายันต้องทำวิทยานิพนธ์ข้อสรุปจะเป็นจริงเสมอถ้าข้อเท็จจริงย่อยเป็นความจริง อย่างไรก็ตาม การหาความรู้ด้วยวิธีนี้จะไม่ได้รับความรู้ใหม่ และมีโอกาสผิดพลาดได้ในบางสถานการณ์ ที่พบเห็นกันทั่วไป เช่นกรณีการแข่งขันกีฬาฟุตบอล โดยทีมแรกชนะ ทีมที่สอง ทีมที่สองชนะทีมที่สาม สรุปว่าทีมแรกต้องชนะทีมที่สาม ซึ่งไม่เป็นจริงเสมอไป ทีมแรกอาจจะแพ้ก็ได้ ดังที่ปรากฏอยู่เสมอๆ เป็นต้น

๖. การหาความรู้ด้วยการอุปมาน (induction) เป็นการใช้การรวบรวมข้อเท็จจริงย่อยมาจัดเป็นหมวดหมู่ แล้วจึงรวมเป็นข้อสรุป เช่น ในสำนักวิจัยแห่งหนึ่งข้อเท็จจริงย่อยหลายข้อพบว่า นายสมโชติ นายสมชัย นางสาวสมหญิง นางสาวสมศรี จบการศึกษาจากสถาบันการศึกษาแห่งเดียวกัน ทุกคนมีความสามารถในการทำวิจัย จึงสรุปว่า ผู้ที่จบจากสถาบันการศึกษานั้นเป็นผู้มีความสามารถในการทำวิจัย เป็นต้น การหาความรู้ด้วยวิธีนี้มีข้อดี คือ จะได้ความรู้ใหม่ แต่มีข้อผิดพลาดได้ง่าย ถ้าข้อเท็จจริงย่อยไม่เป็นความจริง หรือข้อสรุปย่อยมีไม่เพียงพอ หรือเกิดจากความบังเอิญ จะทำให้สรุปผิดพลาดได้ เช่น จากกรณีตัวอย่างถ้าผู้จบการศึกษาทั้ง ๔ คนมีความสนิทสนมกัน บุคลิกลักษณะนิสัย คล้ายคลึงคลึงกัน ปรีชาหาหรือ และร่วมกันทำวิทยานิพนธ์ก็จะทำให้สรุปผิดได้ หรืออาจพูดง่าย ๆ ว่าไม่ได้เป็นตัวแทนของนักศึกษาทั้งหมดนั่นเอง การค้นหาความรู้ด้วยวิธีนี้ประกอบด้วยวิธีย่อย ๓ วิธี คือ

๖.๑ การอุปมานสมบูรณ์ (perfect induction) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากหน่วยของประชากร แล้วทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลย่อย เช่น ต้องการทราบว่าผู้ปกครองของนักศึกษามีอาชีพอะไร ก็ศึกษาจากผู้ปกครองทุกคนแล้วนำมาวิเคราะห์สรุป ก็จะได้ผลที่เชื่อถือได้ แต่มีความยุ่งยากและสิ้นเปลืองทรัพยากรมาก มีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติน้อย

๖.๒ การอุปมานไม่สมบูรณ์ (imperfect induction) คล้ายวิธี ๖.๑ แต่เก็บข้อมูลบางส่วนหรือใช้กลุ่มตัวอย่าง ผลที่ได้จะมีความน่าเชื่อถือหรือไม่ขึ้นอยู่กับความเป็นตัวแทนของตัวอย่างที่นำมาศึกษาว่าเป็นตัวแทนของประชากรหรือไม่ดังกล่าวแล้ว แต่มีข้อดีคือ สะดวกและประหยัด มีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติมาก

๖.๓ การอุปมานแบบเบคอนเนียน และมิลล์ (baconianinductionmill) เป็นการตรวจสอบข้อเท็จจริงเชิงเหตุผลจากข้อมูล ซึ่งมีวิธีที่คล้ายกัน โดยสรุปยึดตามแนวของมิลล์ ๕ วิธี คือ ส่วนที่เหมือนกัน ต่างกัน ร่วมกันของความเหมือนกับความต่าง ส่วนที่เหลือและความผันแปร

๖.๓.๑. การอนุมาน - อุปมาน(deduction-induction) การหาความรู้ด้วยวิธีนี้ โดยนำเอาวิธีที่ ๕ และ ๖ มารวมกัน เนื่องจากมีผู้เห็นว่าจะใช้วิธีหนึ่งวิธีใดเพียงวิธีเดียวไม่เพียงพอต้องใช้ทั้ง ๒ วิธี ซึ่งเรียกวิธีการนี้ว่า การคิดแบบครอบคลุม (reflective thinking) โดยมีขั้นตอน ๕ ขั้นตอน

คือ ชั้นเกิดปัญหา กำหนดนิยามปัญหา ตั้งสมมุติฐาน ตรวจสอบความถูกต้องของสมมุติฐาน และทดสอบสมมุติฐาน ซึ่งเป็นที่มาของวิธีวิทยาศาสตร์

๖.๓.๒. การหาความรู้ด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ (scientific) ถือว่าเป็นระบบ และมีแบบแผนสมบูรณ์ที่สุด และความรู้ความจริงที่ได้น่าเชื่อถือมากที่สุดเช่นกัน โดยมีขั้นตอนที่สำคัญ ๕ ขั้นตอน คือ

๖.๓.๒.๑ ชั้นปัญหา (problem) เป็นขั้นตอนแรกที่ต้องแสวงหาความรู้วิเคราะห์ว่าอยากรู้หรือมีปัญหาอะไรบ้างที่ต้องการคำตอบ

๖.๓.๒.๒ ชั้นกำหนดสมมุติฐาน (hypothesis) เป็นการวางแนวทางอย่างมีเหตุผลเพื่อหาคำตอบ

๖.๓.๒.๓ ชั้นการรวบรวมข้อมูล (collection of data) เป็นการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ สังเกต สอบถาม สัมภาษณ์ ทดสอบ และทดลอง

๖.๓.๒.๔ ชั้นวิเคราะห์ข้อมูล (analysis of data) ขั้นนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบว่าตรงกับสมมุติฐานที่กำหนดไว้หรือไม่

๖.๓.๒.๕ ชั้นการสรุปผล (conclusion) เป็นการนำผลการวิเคราะห์มาสรุปตามความอยากรู้หรือปัญหาที่กำหนดไว้

การใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์หาความรู้ นั้น มีข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญ ๒ ประการ คือ ข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับรูปแบบของธรรมชาติ มีหลักว่าปรากฏการณ์ธรรมชาติทุกชนิดต้องมีสาเหตุอย่างคงเส้นคงวา ไม่ใช่ความบังเอิญ หรือผลย่อมเกิดจากเหตุ ข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับกระบวนการทางจิตวิทยา มีหลักว่าบุคคลได้รับความรู้ต่างๆ โดยอาศัยการรับรู้ การจำ และการใช้เหตุผล ได้โดยหาข้อเท็จจริง สังเกตหรือทดลองด้วยตนเองอย่างมีความเชื่อมั่น ไม่ใช่การฟังจากผู้อื่นการวิจัย (Research) เป็นวิธีการหาความรู้โดยใช้หลักการของวิธีการทางวิทยาศาสตร์ซึ่งเป็นระบบและมีแบบแผนสมบูรณ์ ทำให้ความรู้ที่ได้มีความน่าเชื่อถือได้รับการยอมรับและกันมากที่สุดในปัจจุบัน^{๔๑}

ความหมายการจัดการความรู้ (Knowledge Management)

เมื่อโลกเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ ความรู้จึงเป็นอำนาจ (knowledge is Power) เนื่องจากเป็นความรู้ที่ผูกพันอยู่กับงานหรือกิจกรรมของบุคคลและองค์กร เป็นความรู้ที่ใช้ในงานและสร้างขึ้นโดยผู้ปฏิบัติงาน หรือกลุ่มผู้ปฏิบัติงานเอง โดยอาจสร้างขึ้นจากการเลือกเอาความรู้เชิงทฤษฎีหรือความรู้จากภายนอกมาปรับแต่ง เพื่อการใช้งานหรือสร้างขึ้นโดยตรงจากประสบการณ์ในการทำงาน ความรู้เหล่านี้มีลักษณะบูรณาการและมีความจำเพาะต่อบริบทของงาน ต่อกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน ต่อหน่วยงานและต่อองค์กรนั้น^{๔๒} ความรู้ที่จะนำมาใช้เพื่อให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมายนั้น จำเป็นจะต้องมีกระบวนการหรือขั้นตอนในการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ โดยนับตั้งแต่ปี ค.ศ.๑๙๙๐

^{๔๑} พิสนุ พงศ์ศรี, *วิจัยทางการศึกษา*, พิมพ์ครั้งที่ ๔ (กรุงเทพมหานคร: บริษัทพรอพเพอร์ตี้พรีนซ์ จำกัด, ๒๕๕๐), หน้า ๑-๕.

^{๔๒} Gardon Petrash, "Strategy: Compelling Word, complex Concept", in *Knowledge Management : Classic and Contemporary Works*, Morey Daryl et al., (London: The MIT Press, ๒๐๐๑), pp. ๑๓-๑๘.

เป็นต้นมา การจัดการความรู้ไม่ใช่ศาสตร์ของการพัฒนาองค์การที่มุ่งเฉพาะการใช้เทคโนโลยี และเครือข่ายแต่เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป แต่ได้กลายเป็นศาสตร์ใหม่ที่องค์การชั้นนำทั่วโลก ไม่เว้นแม้แต่ในการจัดการศึกษาที่ได้นำการจัดการความรู้ไปใช้เพื่อการพัฒนาเพิ่มพูนศักยภาพผู้ปฏิบัติงานเพิ่มผลผลิต และบริการขององค์การมากขึ้นเรื่อย ๆ ^{๔๓} เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างชัดเจนเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ผู้วิจัยได้ศึกษา หลักการแนวคิดทฤษฎี ซึ่งมีผู้รู้ นักวิชาการต่าง ๆ ได้กล่าวไว้ ด้วยมีสาระดังนี้

Nonaka and Takeuchi ให้ความหมาย การจัดการความรู้ว่า คือกระบวนการในการสร้างความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง เผยแพร่ความรู้ทั่วทั้งองค์การ และนำไปเป็นส่วนประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์บริหารเทคโนโลยีและระบบใหม่ ๆ ^{๔๔} ส่วนเดเวลพอร์ทอธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบการจัดการความรู้ว่าความสำเร็จของการจัดการความรู้เกิดขึ้นจากการผสมผสานการปฏิบัติงานของคน กระบวนการทางธุรกิจ และเทคโนโลยีสารสนเทศเรียกว่าองค์ประกอบการจัดการความรู้ (Components of Knowledge Management) ดังนี้

๑. คน (Man) กลยุทธ์หลักที่องค์การใช้เพื่อสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันในทศวรรษนี้มุ่งที่ความสามารถของคนในองค์การ คนจึงมีความสำคัญเป็นอันดับแรกการจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์กระบวนการและเทคโนโลยีที่ใช้ในองค์กรเพื่อแสวงหา สร้างจัดการแลกเปลี่ยนและทำให้การใช้ความรู้จากหลายศาสตร์ เช่นการบริหารจัดการ(Management Science) การค้นคว้าสารสนเทศ(Information Retrieval)สิ่งประดิษฐ์ทางปัญญา(Artificial Intelligence) และพฤติกรรมองค์การ (Organization Behavior) ซึ่งในทฤษฎีของ เดเวนพอร์ท (Davenport and Prusak) ได้อธิบายการจัดการความรู้ไว้ว่าเป็นการพัฒนาคนในองค์การโดยร้อยละ ๘๐ เป็นการใช้สมองของมนุษย์และ ร้อยละ ๒๐ เป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพราะหัวใจของการจัดการความรู้ คือ การรวบรวมความรู้ (Gathering Information) การวิเคราะห์ (Analysis) และการสังเคราะห์ (Synthesizing) ตลอดจนการนำความรู้ไปใช้ซึ่งตัวแบบ(Model) ของการจัดการความรู้คือการสร้าง(Creating) การจัดการ (Organizing) และการนำความรู้ไปใช้ (Applying Knowledge)

๒. กระบวนการ (Process) กระบวนการของการจัดการความรู้ประกอบด้วยแนวทางและขั้นตอนของการจัดการความรู้โดยต้องระบุประเภทของสารสนเทศที่ต้องการ ทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก เป็นการแยกว่าความรู้ชนิดใดที่ควรนำมาใช้ในองค์การแล้วนำความรู้ที่กำหนดโครงสร้าง รูปแบบ และตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนที่จะนำมาผลิตและเผยแพร่ โดยการบริหารกระบวนการนั้นจะต้องเข้าใจวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนขององค์การว่าด้วยการบรรลุเป้าหมายอะไร

๓. เทคโนโลยีสารสนเทศ(Information Technology) การจัดการความรู้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของความรู้ในองค์การให้เป็นความรู้ที่เกิดประโยชน์ต่อบุคคลนั้นเวลาและรูปแบบที่บุคคลนั้นต้องการ เรียกว่า “ระบบบริหารความรู้” ซึ่งองค์ประกอบของระบบบริหารความรู้ได้แก่ เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดเก็บเอกสารสารสนเทศ (Repositories) แพลตฟอร์มที่ทำให้เกิดการทำงานร่วมกัน(Collaborative Platforms) การมีระบบ

^{๔๓} Paul Quintas, **Managing Knowledge in a New Century, Managing Knowledge** (London Sage Publication, ๒๐๐๒), pp ๑-๑๔.

^{๔๔} I, Nonaka and H. Takeuchi, **The Knowledge-creating company: how Japanese companies create the dynamics of innovation**, (New York : Oxford University Press, ๑๙๙๕), p. ๓๐.

และฐานข้อมูลที่ใช้งานร่วมกันได้^{๔๕} ขณะเดียวกันกับ Odell and Grayson การได้มาซึ่งความรู้ที่ถูกต้องเหมาะสมเพื่อบุคคลที่เหมาะสม ณ เวลาที่ถูกต้อง และช่วยให้บุคคลได้แลกเปลี่ยนและใช้ข้อมูลสารสนเทศร่วมกันในการปฏิบัติงานโดยมุ่งมั่นที่ปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร^{๔๖} Sallis and Jones ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้เป็นกระบวนการของการใช้ความรู้ที่เหมาะสมและเป็นระบบซึ่งประกอบด้วย การแสวงหาความรู้ การเก็บรวบรวมความรู้ การสร้างความรู้และการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างครูกับนักเรียนระหว่างทีมงาน และการนำความรู้ไปใช้เพื่อให้สถานศึกษามีความเข้มแข็งทางวิชาการฐานะผู้นำความรู้ในสังคม ภายใต้การสนับสนุนของผู้บริหารสถานศึกษา และปัจจัยสนับสนุนอื่นที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ในสถานศึกษา^{๔๗} ขณะที่ Becerra, Fernandez and Irma กล่าวว่า การจัดการความรู้อาจจำกัดความอย่างง่าย ๆ ว่าหมายถึง การทำอะไรก็ได้ที่จำเป็นต่อการดึงเอาทรัพยากรความรู้ออกมาให้มากที่สุด^{๔๘} การจัดการความรู้ยังหมายถึง เครื่องมือบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย ๔ ประการไปพร้อม ๆ กันได้แก่ บรรลุเป้าหมายของงาน บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน บรรลุเป้าหมายการพัฒนาระบบการไปเป็นองค์กรการเรียนรู้ และบรรลุความเป็นชุมชนเป็นหมู่คณะ ความเอื้ออาทรระหว่างกันในที่ทำงาน^{๔๙}

ส่วน พรธิดา วิเชียรปัญญา กล่าวว่า การจัดการความรู้ หมายถึงกระบวนการอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการประมวลข้อมูลสารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคล เพื่อสร้างเป็นความรู้ หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้ โดยอาศัยช่องทางต่างๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์กร^{๕๐} ซึ่งบุญดี บุญญา กิจ และคณะให้ความหมายของการจัดการความรู้ว่าเป็นกระบวนการในการนำความรู้ที่มีอยู่หรือเรียนรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ เช่น การสร้างรวบรวมและแลกเปลี่ยนและใช้ความรู้เป็นต้น^{๕๑}

^{๔๕} Davenport. And prusak.Working, **Knowledge: New Organization Management What They Know**, (Boston: Harvard Business School, ๒๐๐๒).

^{๔๖} C. O' dell and C. J. Grayson, **If only Knew what we know: The transfer of internsl Knowledge and best practice**, (New Uork: The Free press.OECD, ๑๙๙๘), p. ๒๙.

^{๔๗} Edward Salkis and Gary Jones, **Knowledge Management in Education**, (London : Kogan page, ๒๐๐๒), pp. ๒๒-๒๙.

^{๔๘} Irma Becerra – Fernandez,and Rajiv Sabherwl,**Knowledge Management Challeges, ans Technologies**, (New Jersey : Pearson Education Inc,Upper Saddle River, ๒๐๐๔), p. ๒.

^{๔๙} วิจารย์ พานิช, **การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ**, (กรุงเทพมหานคร : ตาตา พับลิเคชั่น, ๒๕๔๕), หน้า ๗๕.

^{๕๐} พรธิดา วิเชียรปัญญา, **การจัดการความรู้:พื้นฐานและการประยุกต์ใช้**, (กรุงเทพมหานคร : ๒๕๔๗), หน้า ๓๒-๓๓

^{๕๑} บุญดี บุญญา กิจ และคณะ, **การจัดการความรู้...จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ**, พิมพ์ครั้งที่ ๒ (กรุงเทพมหานคร : บริษัทเจริญเอ็นเอ็กซ์เพรส จำกัด, สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, ๒๕๔๘), หน้า ๑๑.

สำหรับประเวศ วะสี กล่าวว่า คำว่า “การจัดการ” อาจทำให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ค่อยดีนักในสังคมไทย เพราะเหมือนจะไปใช้อำนาจจัดการอะไร แต่คำว่า “จัดการความรู้ (Knowledge management) มีความหมายจำเพาะว่า หมายถึงการจัดการให้มีการค้นพบความรู้ ความชำนาญที่แฝงเร้นในตัวคน หาทางนำออกมาแลกเปลี่ยนเรียนเรียนรู้ ตกแต่งให้ง่ายต่อการใช้งานต่อการใช้สอย และมีประโยชน์เพิ่มขึ้น มีการต่อยอดให้คงงามและใช้ได้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงและกาลเทศะยิ่งขึ้น มีความรู้ใหม่หรือนวัตกรรมเกิดขึ้นจากการเอาความรู้ที่ไม่เหมือนกันมาเจอกันข้อสำคัญ ก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนทั้งหมดที่ร่วมในกระบวนการ ก่อให้เกิดปัญญาร่วม (Collective Wisdom) ทำให้แก้ปัญหาหรือพัฒนาในเรื่องยาก ๆ ได้สำเร็จ^{๕๒}

ส่วน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ ก.พ.ร และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ กล่าวว่า การจัดการความรู้ในองค์กร หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด^{๕๓}

สรุปได้ว่า การจัดการความรู้คือ กระบวนการให้คุณค่าแก่ทรัพยากรความรู้ และนำทรัพยากรความรู้ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาบุคคลหรือองค์กรผ่านการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การคัดเลือกและสร้างความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การประมวลและกลั่นกรองความรู้ การจัดเก็บความรู้ การเข้าถึงความรู้ การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ การติดตามและตรวจประเมินความรู้ เพื่อการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อใช้ความรู้ร่วมกันในการพัฒนาหรือแก้ปัญหา รวมไปถึงมีการจัดการเกี่ยวกับฐานความรู้ของทรัพยากรบุคคลในองค์กร ยกย่องความรู้โดยที่ความรู้จะต้องถูกต้องและสอดคล้องกับบุคคลและเวลา

องค์ประกอบของการจัดการความรู้

องค์ประกอบของการจัดการความรู้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการจัดการความรู้ของหน่วยงานต่างๆ เนื่องจากองค์ประกอบของการจัดการความรู้เป็นส่วนสำคัญสำหรับผู้บริหาร นักพัฒนาทรัพยากรบุคคล และนักพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถดำเนินการจัดการความรู้ให้กับหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดสำหรับองค์ประกอบของการจัดการความรู้ ดังกล่าว มีรายละเอียดดังนี้

นันทิ จิตสว่าง ได้กล่าวว่า การทำให้เกิดความยั่งยืนในการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม กรมราชทัณฑ์ จึงมุ่งสร้างองค์ประกอบทั้งภายในและภายนอก ๖ องค์ประกอบ คือ (๑) มีวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ที่จะนำไปสู่องค์กรนวัตกรรม

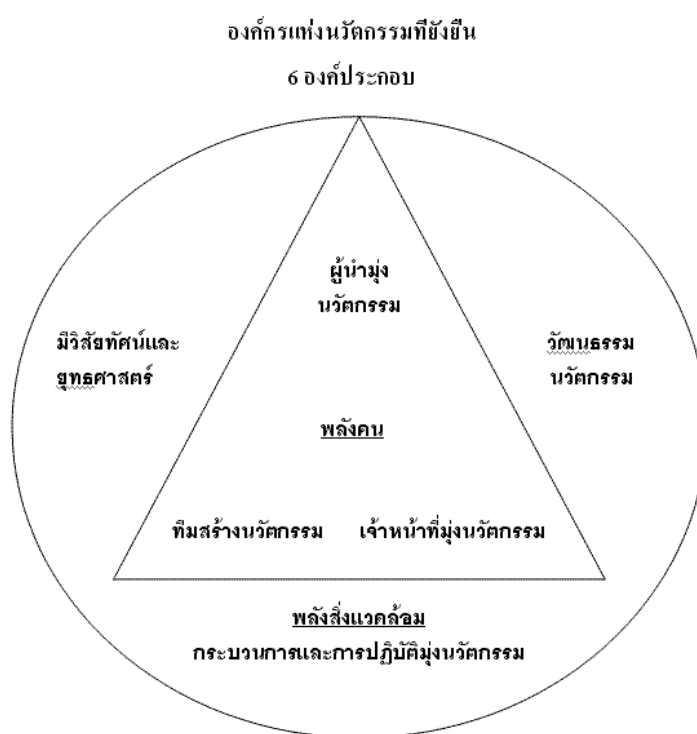
๑. แนวคิดด้านองค์ประกอบของการจัดการความรู้

^{๕๒} ประเวศ วะสี, การจัดการความรู้: กระบวนการปล่อยมนุษย์สู่ศักยภาพ เสรีภาพ และความสุข, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์กรีน-ปัญญาญาณ, ๒๕๕๐), หน้า ๔๗-๔๘.

^{๕๓} สำนักงาน ก.พ.ร และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, คู่มือการจัดการจัดการความรู้: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, (กรุงเทพมหานคร : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, ๒๕๔๘), หน้า ๔.

๒. สร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนนวัตกรรมในองค์กร
๓. มีกระบวนการ และการปฏิบัติที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างนวัตกรรม
๔. มีทีมผู้นำที่มุ่งมั่นไปสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม
๕. มีทีมงานในการสร้างนวัตกรรมส่งเสริมข้าราชการในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรม

โดยสรุปการสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรมของกรมราชทัณฑ์ จะมุ่งสร้างทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับพลังของบุคคล และพลังของสิ่งแวดล้อม โดยมีทีมผู้นำขององค์กรเป็นหลักในการขับเคลื่อน มีทีมงานของข้าราชการในระดับรองลงมาสนับสนุน มีการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน มีการสร้างนวัตกรรมขององค์กรที่เน้นนวัตกรรม และมีกระบวนการและการปฏิบัติที่เน้นนวัตกรรมเป็นสิ่งสนับสนุนแนวทางดังกล่าว ดังแสดงในรูปภาพด้านล่างนี้^{๕๔}



ภาพที่ ๒.๖: แสดงการถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer)

ที่มา: นันทิ จิตสว่าง, ๒๕๔๘,

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบหลัก ๆ ๖ องค์ประกอบ ดังนี้

๑. การจัดการการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรม (Transition and Behavior Management) การจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพเริ่มต้นจากการที่คนในองค์กรมีการแลกเปลี่ยน

^{๕๔} นันทิ จิตสว่าง, Knowledge Management องค์กรนวัตกรรม, (ออนไลน์) แหล่งที่มา: http://www.stou.ac.th/Thai/Schools/Shs/booklet/๓_๒๕๔๘/public.htm, ๒ มีนาคม ๒๕๔๘.

และแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ความเชื่อและพฤติกรรมที่องค์กรต้องการให้เกิดขึ้นสามารถซึมลึกเข้าไปในบรรทัดฐานและค่านิยมของคนในองค์กรจนกลายเป็นวัฒนธรรม องค์กรควรทำการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยเน้นในเรื่องการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในองค์กรให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้โดยการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของคนในองค์กรควรเริ่มต้นจากผู้บริหารแล้วจึงขยายผลไปสู่บุคลากรทุกระดับ องค์กรควรพิจารณา ดังนี้

๑.๑ ผู้บริหารระดับสูงจะต้องให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่รวมถึงมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

๑.๒ ผู้บริหารต้องเป็นแบบอย่างที่ดีในการแลกเปลี่ยนและจัดการความรู้

๑.๓ จัดตั้งทีมงานเพื่อทำหน้าที่วางแผนและจัดกิจกรรมต่าง ๆ

๑.๔ กำหนดว่าอะไรคือปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการความรู้ และต้องมั่นใจว่าปัจจัยเหล่านี้มีอยู่ หรือสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้

๒. การสื่อสาร (Communication) องค์กรจะต้องสื่อสารให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจว่าองค์กรกำลังจะทำอะไร เพื่ออะไร จะทำเมื่อไหร่ และอย่างไร ถ้าองค์กรสามารถสื่อสารให้บุคลากรทุกคนรับทราบได้อย่างชัดเจน ก็จะเป็นก้าวแรกที่ทำให้บุคลากรสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงเริ่มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตน ต้องมีการวางแผนการสื่อสารที่เป็นระบบ และทำการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงปัจจัยหลัก ๓ ประการ คือ เนื้อหาของเรื่องที่ต้องการจะสื่อสาร กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร และช่องทางการสื่อสารซึ่งต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในการทำงานขององค์กร และความสามารถในการรับรู้ของคนในองค์กร สิ่งสำคัญคือต้องมีการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารว่ากลุ่มเป้าหมายได้รับและเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารได้ถูกต้องหรือไม่

๓. กระบวนการและเครื่องมือ (Process and Tools) กระบวนการและเครื่องมือถือเป็นแกนหลักของการจัดการความรู้ที่จะช่วยให้เกิดพฤติกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กรวงจรการจัดการความรู้ของบริษัท Xerox Corporation เป้าหมาย การสื่อสาร การจัดการการเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมกระบวนการ และเครื่องมือ การเรียนรู้ การวัดผลการยกย่องชมเชยและให้รางวัล World Class KM Environment

การเลือกใช้เครื่องมือและกระบวนการจะต้องให้ความสำคัญกับความรู้ทั้งประเภท Tacit และ Explicit ซึ่งมีทั้งที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และไม่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการและเครื่องมือที่ไม่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญมากสำหรับความรู้ประเภท Tacit เนื่องจากเป็นความรู้ที่อยู่ในตัวคนซึ่งสื่อสารแลกเปลี่ยนได้ดีที่สุด โดยผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้ความรู้และผู้รับความรู้ ตัวอย่างของเครื่องมือเหล่านี้ เช่น ชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Community of Practice) การสับเปลี่ยนงาน (Job Rotation) การยืมตัวบุคลากรมาช่วยงาน และเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Forum) เป็นต้น ส่วนกระบวนการและเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ จะเข้ามามีส่วนสำคัญในขั้นตอนการค้นหา รวบรวม จัดเก็บ และเข้าถึงความรู้ช่วยให้การแลกเปลี่ยนความรู้ประเภท Explicit มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวอย่างเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้เพื่อการจัดการความรู้ เช่น ระบบอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ต

ในองค์กร การจัดทำ Knowledge Portal ขององค์กร การจะเลือกใช้กระบวนการหรือเครื่องมือใด นั้นควรพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่น ประเภทของความรู้ภายในองค์กร พฤติกรรมลักษณะการทำงานของคนในองค์กร รวมถึงวัฒนธรรมองค์กร

๔. การฝึกอบรมและการเรียนรู้ (Training and Learning) เป็นการเตรียมความพร้อมของบุคลากรทุกระดับสำหรับการจัดการความรู้ องค์กรจะต้องจัดให้มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับแนวทางและหลักการของการจัดการความรู้แก่บุคลากรเพื่อสร้างความเข้าใจและความตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการและการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กรให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการจัดการความรู้ซึ่งจะช่วยให้บุคลากรมองเห็นสิ่งที่พวกเขาจะได้รับจากการจัดการและแลกเปลี่ยนความรู้ชัดเจนยิ่งขึ้น และในองค์กรที่มีการนำระบบหรือเทคนิคใหม่ ๆ มาใช้เพื่อช่วยในการจัดการความรู้ก็อาจจะต้องจัดให้มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับการใช้ระบบและเทคโนโลยีเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการจัดการฝึกอบรมควรพิจารณาให้มีหลายรูปแบบเพื่อเปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์กรสามารถเข้ารับการฝึกอบรมได้อย่างเหมาะสม โดยพิจารณาให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงานของบุคลากร

๕. การวัดผล (Measurement) ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยบอกถึงสถานะของกระบวนการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร ผลจากการวัดจะสะท้อนถึงประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถทบทวนแก้ไขข้อบกพร่อง และปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ให้ประสบผลสำเร็จมากขึ้น การวัดผลจึงไม่ใช่เป็นการควบคุมแต่เป็นการบริหารจัดการและการเรียนรู้พัฒนาการวัดผลยังเป็นสิ่งที่ช่วยให้องค์กรทราบถึงสถานะในขณะนั้นว่าได้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่การวัดผลลัพธ์ของการจัดการความรู้เป็นเรื่องใหม่และยังไม่ค่อยชัดเจนนัก Department of the Navy ของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ค้นคว้าวิจัยวิธีการที่จะวัดผลการจัดการความรู้โดยแบ่งการวัดผลจากการจัดการความรู้เป็น ๓ ส่วน คือ ๑) การวัดระบบหรือกิจกรรมต่าง ๆ ในการจัดการความรู้ (System Measures) ๒) การวัดปัจจัยส่งออก (Output Measures) และ ๓) การวัดผลลัพธ์ (Outcome Measures) โดยการวัดผลควรปรับเปลี่ยนไปตามพัฒนาการของการจัดการความรู้ขององค์กร องค์กรที่เพิ่งเริ่มต้นการวัดระบบหรือกิจกรรมต่างๆที่ทำส่วนองค์กรที่มีการดำเนินการมาไ้ระยะหนึ่งแล้วควรวัดจากปัจจัยส่งออก ส่วนการวัดผลลัพธ์นั้นเป็นสิ่งที่วัดได้ยาก แต่เป็นสิ่งที่ผู้บริหารต้องการเห็นมากที่สุด

๖. การยกย่องชมเชยและการให้รางวัล (Recognition and Rewards) การนำการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กรอาจใช้การยกย่องชมเชยและให้รางวัลเป็นแรงจูงใจในช่วงเริ่มต้น เพื่อเป็นสิ่งที่ช่วย โน้มน้าวให้บุคลากรปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้และเข้าร่วมกิจกรรมการจัดการความรู้ แต่ในระยะยาวสิ่งที่สามารถโน้มน้าวให้บุคลากรในองค์กรสนใจแลกเปลี่ยนความรู้ได้ดีที่สุดคือประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับตนเอง เช่นการที่เขาสามารถปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น องค์กรควรมีการปรับแผนการยกย่องชมเชยและให้รางวัลให้เหมาะสมกับกิจกรรมที่ทำอยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อจูงใจให้บุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมการจัดการความรู้ นอกจากนี้ควรมีการบูรณาการแผนการยกย่องชมเชยและให้รางวัลเข้ากับระบบการประเมินผลงานและการให้ค่าตอบแทนแก่บุคลากร องค์กรจะต้องค้นหาว่าอะไรเป็นแรงจูงใจสำคัญสำหรับบุคลากรในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ

ความรู้^{๕๕} และ Nonaka & Takeuchi อ้างถึงในวิจารณ์ พาณิช กล่าวแนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมสำคัญสำหรับการดำเนินการจัดการความรู้ในองค์กรของ มีรายละเอียดดังนี้

๖.๑ การสร้างวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้

ผู้บริหารระดับสูงมีหน้าที่สร้างวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ที่เป็น "ความรู้แห่งชีวิต" หรือความรู้หลักขององค์กร สำหรับใช้เป็นเข็มทิศในการจัดการความรู้ขององค์กร การจัดการวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ ต้องไม่ใช่เพียงแค่สร้าง แต่จะต้องเรียงถ้อยร้อยคำให้กินใจและเข้าใจได้ง่าย แล้วสื่อสารให้เป็นที่รับรู้และซาบซึ้ง จนเกิดเป็นความเชื่อและค่านิยมร่วมกันทั่วทั้งองค์กร วิสัยทัศน์ดังกล่าวต้องมีความชัดเจนในระดับที่เหมาะสม คือ ชัดเจนในระดับที่มองเห็นทิศทางและขอบเขตร่วมกันได้อย่างชัดเจน แต่ก็ไม่ชัดเจนหรือมีรายละเอียดมากเกินไป จนทำให้ปิดกั้นความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน วิสัยทัศน์ดังกล่าวจะต้องเปิดโอกาสให้พนักงานในแต่ละ หน่วยย่อยร่วมกันตีความนำไปสู่วิสัยทัศน์และพันธกิจของหน่วยย่อยภายใต้ร่มของวิสัยทัศน์ภาพรวม ทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันทุ่มเท ที่จะทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์นั้น

๖.๒ สร้างทีมจัดการความรู้ขององค์กร

การจัดการความรู้เริ่มที่ตัวบุคคลเป็นคนๆ แต่ในที่สุดแล้วต้องดำเนินการเป็นทีม และเป็นระบบทั่วทั้งองค์กร จึงจะเกิดพลังของการจัดการความรู้อย่างเต็มที่ และสมาชิกขององค์กรจะต้องเข้าใจบทบาทของตนเองในด้านการจัดการความรู้ โดยทีมจัดการความรู้ขององค์กร ประกอบด้วย ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ปฏิบัติจัดการความรู้ ได้แก่ พนักงานระดับปฏิบัติการ กลุ่มวิศวกรความรู้ ได้แก่ พนักงานที่เป็นผู้บริหารระดับกลาง และ กลุ่มผู้บริหารความรู้ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงสุด

๑. ผู้ปฏิบัติจัดการความรู้ (Knowledge Practitioner) คือ ผู้จัดการความรู้ตัวจริงทำหน้าที่หลักเกี่ยวกับความรู้ ๔ ประการคือ การเสาะหา (Acquire) สร้าง (Create), สั่งสม (Accumulate) และใช้ (Exploit) ความรู้ ผู้ปฏิบัติจัดการความรู้ประกอบด้วยคน ๒ กลุ่ม คือ ผู้ปฏิบัติ (Knowledge Operator) กับ ผู้เชี่ยวชาญความรู้ (Knowledge Specialist) ผู้ปฏิบัติเป็นพนักงานหลักขององค์กร และสั่งสมประสบการณ์จากการปฏิบัติงานนั้น ความรู้ที่เกิดขึ้นในตัวพนักงานเหล่านี้ อยู่ในรูปของทักษะ บทบาทหลักของการจัดการความรู้ในองค์กรของคนเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ของตนเอง และขององค์กรเป็นส่วนใหญ่ การจัดการความรู้ของผู้ปฏิบัติเน้นที่ขั้นตอนการเอาความรู้ที่เปิดเผยชัดแจ้งมาปฏิบัติ (Internalization) และนำเอาความรู้ฝังลึกของตนมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน (Socialization) และผู้เชี่ยวชาญความรู้ ทำหน้าที่เกี่ยวกับความรู้ที่เปิดเผยชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และสามารถนำไปเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ให้ค้นหา จัดหมวดหมู่ และจัดส่งให้แก่ผู้ปฏิบัติได้ง่าย เนื่องจากการวิจัยและพัฒนาเป็นการสร้างความรู้ที่เปิดเผยชัดแจ้ง บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาทั้งหมดจึงถืออยู่ในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญความรู้ด้วย ผู้เชี่ยวชาญความรู้ทำหน้าที่สร้างความรู้ที่ชัดแจ้งจากความรู้ฝังลึก (Externalization) และนำความรู้ที่ชัดแจ้งมาสังเคราะห์จัดหมวดหมู่หรือสร้างเป็นความรู้ที่ยกระดับขึ้น หรือเรียกได้คือ Combination

^{๕๕} บุญดี บุญญาภิจ และคณะ, การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, (กรุงเทพมหานคร : จีรวัฒน์เอ็กซ์เพรส, ๒๕๔๗), หน้า ๔๖-๕๓.

๒. วิศวกรความรู้ (Knowledge Engineer) เป็นภารกิจของผู้บริหารระดับกลาง หน้าที่หลักคือการตีความและแปลงความรู้ฝังลึกให้เป็นความรู้ที่เปิดเผย จับต้องได้ และนำไปปฏิบัติได้ง่าย วิศวกรความรู้ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับพนักงานระดับปฏิบัติ โดยตีความวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ขององค์กรที่ผู้บริหารระดับสูง "ยกร่าง" ขึ้น และอยู่ในสภาพที่เป็นความรู้ฝังลึก ไม่ชัดเจน ให้เป็นความรู้ที่เปิดเผยชัดเจน สอดคล้องกับงานของพนักงานระดับปฏิบัติ เามาพูดคุยทำความเข้าใจกับพนักงานระดับปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานระดับปฏิบัติเกิดวิสัยทัศน์ความรู้ของตนเองในระดับบุคคล และในระดับทีมงานหรือหน่วยงานย่อย วิศวกรความรู้จึงแสดงบทบาทหลักในการ Externalize ความรู้ฝังลึกออกมาเป็นความรู้ชัดเจน นอกจากนั้น วิศวกรความรู้ยังมีหน้าที่หลักอีก ๓ ประการ โดยที่ทั้ง ๓ หน้าที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการหมุนวงจรระดับความรู้ในลักษณะของ "เกลียวความรู้" (Knowledge Spiral) เกลียวความรู้แรกคือเกลียวของวงจร SECI (Socialization, Externalization, Combination และ Externalization) เกลียวที่ ๒ คือ เกลียวความรู้ข้ามระดับชั้นภายในองค์กร คือเชื่อมระหว่างระดับล่าง ระดับกลาง และระดับบน ขององค์กร เกลียวที่ ๓ เป็นเกลียวความรู้ข้ามหน่วยงาน ข้ามภารกิจภายในองค์กร

ส่วนเซงเก้ (Senge) เสนอทัศนะว่าการจัดการความรู้ที่มีผลมากที่สุด ก็คือ การมีผู้นำองค์กรที่ส่งเสริมสนับสนุน ให้เกิดการจัดการความรู้ในองค์กร โดยการร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์องค์กรเพื่อมิให้เกิดความตึงเครียดเมื่อมีการนำการจัดการความรู้มาใช้ และกล่าวโดยสรุปต้องให้ความสำคัญกับนวัตกรรมในการจัดการความรู้ คือ ๑) การเรียนรู้ ๒) การสร้างนวัตกรรม ๓) การเผยแพร่ขีดความสามารถ ๔) การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ๕) ชุมชนปฏิบัติ^{๕๖}

ส่วนโนนากะ (Nonaka) ได้นำเสนอวงจร "SECT": ซึ่งได้รับการยอมรับจากองค์กรต่าง ๆ และผู้เชี่ยวชาญจำนวนมาก วงจร "SECT" กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงความรู้ (Knowledgeconversion) ระหว่าง tacit knowledge และ explicit knowledge ทำให้เกิดความรู้ใหม่ขึ้น ซึ่งจะหมุนเป็นเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ อย่างไม่มีสิ้นสุด เพราะการเรียนรู้เกิดตลอดเวลา การสร้างความรู้เกิดขึ้นใน ๔ ลักษณะ คือ

๑.) Socialization: การแบ่งปันและสร้าง Tacit knowledge จาก tacit knowledge ของผู้ที่สื่อสารระหว่างกัน โดยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตรง

๒.) Externalization การสร้างและแบ่งปันความรู้จากสิ่งที่มีและเผยแพร่ ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นการแปลงจากTacit knowledge เป็น Explicit knowledge

๓.) Combination เป็นการแปลง Explicit knowledge จาก Explicit Knowledge โดยรวบรวมความรู้ประเภท explicit ที่เรียนรู้ มาสร้างเป็นความรู้ประเภท Explicit ใหม่ ๆ

๔.) Internalization เป็นการแปลง Explicit knowledge มาเป็น Tacit Knowledge มักจะเกิดจากการนำความรู้ที่เรียนรู้มาไปปฏิบัติจนทำให้เกิดทักษะและความชำนาญของตนเองในที่สุด^{๕๗} ส่วนทฤษฎีของ เดเวนพอร์ท (Davenport and Prusak) ได้อธิบายการจัดการความรู้ ดังนี้

^{๕๖} Peter M,Senge, *The Fifth Discipline: The Art and Practice of Learning Organization*, (New York : Doubleday Currency, ๑๙๙๐), pp. ๕๖-๖๑.

^{๕๗} Ikujiro Nonaka, *The Knowledge Creating Company*, Harvard Business Review (๙๑๖๐๘, November, ๑๙๙๑), pp. ๗๐-๗๓.

(๑) พัฒนาคณิตศาสตร์โดยร้อยละ ๘๐ เป็นการใช้องค์ความรู้ของมนุษย์และ ร้อยละ ๒๐ เป็นการใช้นวัตกรรมสารสนเทศ เพราะหัวใจของการจัดการความรู้ คือ การรวบรวมความรู้ (Gathering Information) การวิเคราะห์ (Analysis) และการสังเคราะห์ (Synthesizing) ตลอดจนการนำความรู้ นั้นไปใช้ซึ่งตัวแบบ (Model) ของการจัดการความรู้คือการสร้าง (Creating) การจัดการ (Organizing) และการนำความรู้ไปใช้ (Applying Knowledge)

(๒) กระบวนการ (Process) กระบวนการของการจัดการความรู้ประกอบด้วยแนวทาง และขั้นตอนของการจัดการความรู้โดยต้องระบุประเภทของสารสนเทศที่ต้องการ ทั้งจากแหล่งข้อมูล ภายในและภายนอก เป็นการแยกความรู้ชนิดใดที่ควรนำมาใช้ในองค์กรแล้วนำความรู้ที่นำมา กำหนดโครงสร้าง รูปแบบ และตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนที่จะนำมาผลิตและเผยแพร่ โดยการ บริหารกระบวนการนั้นจะต้องเข้าใจวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนขององค์กรว่าด้วยการบรรลุเป้าหมายอะไร

(๓) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) การจัดการความรู้มีการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของความรู้ในองค์กรให้เป็นความรู้ที่ เกิดประโยชน์ต่อบุคคลนั้นเวลาและรูปแบบที่บุคคลนั้นต้องการ เรียกว่า “ระบบบริหารความรู้” ซึ่ง องค์กรประกอบของระบบบริหารความรู้ได้แก่ เทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดเก็บเอกสารสารสนเทศ (Repositories) แพลตฟอร์มที่ทำให้เกิดการ ทำงานร่วมกัน (Collaborative Platforms) การมีระบบ และฐานข้อมูลที่ใช้ร่วมกันได้

กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Process)

เมื่อการจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่ดำเนินการร่วมกันโดยมีผู้เกี่ยวข้องภายใน องค์กรเป็นผู้ให้ความรู้ในการดำเนินงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สรุปกระบวนการ จัดการความรู้ดังนี้ สามารถแบ่งเป็นขั้นตอนหลักใหญ่ ๔ ขั้นตอนด้วยกันได้แก่

๑. การสร้างความรู้ (knowledge creation)
๒. การประมวลความรู้ (knowledge codification)
๓. การเผยแพร่ความรู้ (knowledge distribution)
๔. การประยุกต์ใช้ความรู้ (knowledge utilization) เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

คือ

๑. การสร้างความรู้ (knowledge creation) เป็นวิธีการที่นักวิชาการทั้งตะวันตกและ ตะวันออกให้ความสนใจอย่างมากแต่มีวิธีการในการดำเนินการแตกต่างกันไปเป็นกระบวนการสร้าง นวัตกรรมเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร โดยมุ่งเน้นพัฒนาความรู้ฝังลึกที่ไม่ได้แสดงออกในรูป เอกสาร ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ปฏิสัมพันธ์กันเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ

๒. การประมวลความรู้ (knowledge Codification) เป็นการจัดการความรู้ให้อยู่ใน รูปแบบที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงและนำไปประยุกต์ใช้ได้โดยง่ายและสะดวกซึ่งการรวบรวมความรู้จะ สำเร็จได้มีหลักในการประมวลความรู้ที่สำคัญ ๔ ประการคือ

๒.๑ ตัดสินใจว่าจะประมวลความรู้เพื่อเป้าหมายอะไรเช่นประมวลความรู้เพื่อหากกลยุทธ์ เข้าถึงลูกค้า (กลยุทธ์ที่มุ่งมัน)

๒.๒ การแยกแยะความรู้ต่างๆที่มีอยู่และระบุความรู้ที่จำเป็นที่จะทำให้บรรลุกลยุทธ์หรือ เป้าหมายที่ตั้งไว้

๒.๓ การประเมินค่าของความรู้ที่มีอยู่ในด้านของควมมีประโยชน์และความเหมาะสมที่สามารถจะประมวลได้

๒.๔ การค้นหาสื่อกลางที่เหมาะสมเพื่อการประมวลและการกระจายความรู้ อย่างไรก็ตามความรู้ฝังลึกมักจะได้รับประมวลในลักษณะที่เก็บไว้ในความจำของบุคคล แต่ส่วนความรู้ชัดแจ้งจะได้รับการประมวลในลักษณะที่เก็บไว้ในเอกสารหรือแฟ้มต่างๆซึ่งการจัดการความรู้ทางตะวันตกนิยมเน้นประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการรวบรวมเก็บและดึงความรู้ชัดแจ้งขององค์กรแต่ทางตะวันออกเน้นใช้ดึงความรู้ฝังลึกที่เก็บและรวบรวมไว้ในตัวบุคคลออกมาแล้วจึงนำไปเก็บเป็นความรู้ชัดแจ้งเพื่อหมุนไปเป็นความรู้ฝังลึกอีกในที่สุด^{๕๘}

๓. การเผยแพร่ความรู้ (knowledge Distribution) เป็นกระบวนการนำเอาความรู้ที่สร้างหรือบันทึกไว้ออกมาเผยแพร่ให้เป็นที่รับรู้และแพร่หลายไปสู่บุคคลที่เป็นเป้าหมายในองค์กรซึ่งจะมีเป้าหมายแตกต่างกันไป ๒ ลักษณะคือเน้นประสิทธิภาพหมายถึงถ่ายทอดได้รวดเร็วและต้นทุนต่ำและเน้นประสิทธิผลหมายถึงการแพร่กระจายความรู้ให้ทั่วถึงและครบถ้วน^{๕๙}

นอกจากนั้นแล้วองค์กรยังทำหน้าที่ในการประสานให้มีการเผยแพร่หรือแบ่งปันความรู้ทั้งภายในและภายนอกโดยมีหน้าที่ดังนี้คือ

- ๑) จัดการและประสานงานระหว่างผู้ปฏิบัติงานในเรื่องการจัดการความรู้
- ๒) เชื่อมโยงงานในทุกระดับทุกหน้าที่ภายในองค์กรให้สอดคล้องกับผู้ปฏิบัติงานด้านความรู้
- ๓) เชื่อมโยงให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ทั้งในองค์กรและนอกองค์กรระหว่างลูกค้าซัพพลายเออร์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งวิธีการถ่ายทอดนั้น ควรให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมขององค์กรเพื่อเพิ่มความเข้าใจและไว้วางใจกัน

๔. การใช้ความรู้ (knowledge Utilization)

จากการที่องค์กรได้สร้างความรู้ประมวลความรู้และพร้อมที่จะนำความรู้ไปเผยแพร่แล้วสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือการนำความรู้ที่สร้างขึ้นมานั้น ไปใช้ให้เกิดประโยชน์เพราะคุณค่าของความรู้อยู่ที่การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลสัมฤทธิ์โดยองค์กรควรจะสนับสนุนการใช้ความรู้ให้เหมาะสมกับบริบทขององค์กรตนเอง ได้แก่การสื่อสารด้วยการเขียนของแต่ละบุคคลการประชุมภายในองค์กรการไปดูงานการใช้ระบบพี่เลี้ยงการเล่าเรื่อง เป็นต้น

ส่วน Marquardt ^{๖๐}อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการของการจัดการความรู้ ประกอบด้วยแนวทางและขั้นตอนของการจัดการความรู้ โดยต้องระบุประเภทของสารสนเทศที่ต้องการ ทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก เพื่อเป็นการจำแนกว่า ความรู้ชนิดใดที่ควรนำมาใช้ในองค์กรแล้วนำความรู้นั้นมากำหนดขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้แต่ก่อนที่จะนำมาผลิตและเผยแพร่โดย

^{๕๘} Thomas H. Davenport, and Laurence Prusak, **Working Knowledge : How Organization Manage What They Know**, p. ๖๙.

^{๕๙} ชัชฎา แก้วเป็ย, **ทัศนะของบุคลากรสำนักงานประกันสังคมที่ได้รับทุนศึกษาเพิ่มเติมต่อการนำความรู้มาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน**, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ดุสิต, (คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๒), หน้า ๒๑.

^{๖๐} M.Marquardt, **Building the Learning Organization**, (New York : MxFeW-Hill, ๑๙๙๖),

การบริหารกระบวนการนั้นผู้บริหารจะต้องเข้าใจวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนว่า องค์การต้องการบรรลุเป้าหมายอะไรซึ่ง Marquardtได้นำเสนอกระบวนการของการจัดการความรู้ไว้ ๔ ขั้นตอน คือ

๑. การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) องค์การควรแสวงหาความรู้ที่ประโยชน์และมีผลต่อการดำเนินงานจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์การ

๒. การสร้างความรู้ (knowledge Creation) เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ (Generative) ซึ่งเกี่ยวข้องกับแรงผลักดัน การหยั่งรู้ และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล ควรอยู่ภายใต้หน่วยงานหรือบุคลากรในองค์การซึ่งหมายความว่า ทุกคนสามารถเป็นผู้สร้างความรู้ได้ โดยมีรูปแบบต่าง ๆ ในการสร้างความรู้ ดังนั้น การที่บุคคลให้ความรู้ที่ตนมีอยู่กับผู้อื่นการนำความรู้ที่องค์การมีอยู่ผนวกเข้ากับความรู้ของแต่ละบุคคลการเรียนรู้โดยการปฏิบัติการทดลอง และการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต

๓. การจัดเก็บและการค้นคืนความรู้ (Knowledge Storage and Retrieval) ในการจัดการความรู้องค์การต้องกำหนดสิ่งสำคัญที่จะเก็บไว้เป็นองค์ความรู้และต้องพิจารณาถึงวิธีการการเก็บรักษา และการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการขององค์การต้องเก็บรักษาสิ่งที่องค์การเรียกว่า ความรู้ไว้ให้ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสารสนเทศผลสะท้อนกลับการวิจัยและการทดลอง การจัดเก็บเกี่ยวข้องกับเทคนิค เช่น การบันทึกเป็นฐานข้อมูล (Data Base) หรือการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน เป็นต้น ตลอดจนกระบวนการทางมนุษย์ เช่น การสร้างและการจดจำของปัจเจกบุคคล เป็นต้น

๔. การกระจายความรู้และการใช้ประโยชน์ (Knowledge Transfer and Utilization) มีความจำเป็นสำหรับองค์การเนื่องจากองค์การจะเรียนรู้ได้ดีขึ้น เมื่อความรู้มีการกระจายและถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสมทั่วทั้งองค์การ การเผยแพร่และการใช้ประโยชน์จากความรู้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกลไกด้านอิเล็กทรอนิกส์ และเป็นเรื่องของการเคลื่อนที่ของสารสนเทศและความรู้ระหว่างบุคคลหนึ่ง นั้นเป็นไปโดยความตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ

ส่วนกระบวนการจัดการความรู้ตามแนวคิดของ Sarvary ^{๖๑} กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์การเป็นหลักโดยมองว่า องค์การเป็นระบบซึ่งมีความสลับซับซ้อนที่มีการพัฒนาตามบริบทและสภาพสิ่งแวดล้อมของแต่ละองค์การ การจัดการความรู้จึงเป็นเสมือนกรอบหรือระเบียบวิธีปฏิบัติที่เอื้อให้บุคลากรในองค์การ มีกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้ความรู้ร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของงานและผลลัพธ์ให้ดียิ่งขึ้นสำหรับกระบวนการจัดการความรู้เพื่อให้เกิดการใช้ข้อมูลร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องคำนึงถึงส่วนประกอบ ๓ ส่วนดังนี้

๑. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) บุคลากรถือเป็นทรัพยากรขององค์การที่สำคัญที่สุด เพราะบุคลากรเป็นผู้จัดการความรู้และเป็นผู้ที่มีความสามารถในการจัดการองค์การ ดังนั้นการจัดการความรู้จึงต้องยึดหลักการในการทำงานร่วมกันเป็นทีม โดยการดึงบุคลากรจากหลายระดับมาระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อให้เป็นองค์การที่มีนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดี และสามารถจัดการให้บุคลากรใช้ความรู้ร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการรวมกลุ่มกัน

^{๖๑} M. Sarvary, Knowledge Management and Competition in consulting Industry California Management, ๒๐๐๔, pp.๙๕ - ๑๐๖.

ซึ่งจะช่วยทำให้งานของแต่ละบุคคลมีความน่าสนใจและมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น เนื่องจากบุคลากรเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการเรียนรู้ในอนาคตของสมาชิกทุกคน เพราะฉะนั้นการรวมตัวควรเป็นไปตามธรรมชาติ คือ เป็นไปด้วยความจริงใจ

๒. กระบวนการ (Process) ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ เช่นกระบวนการพัฒนาสินทรัพย์และการจัดเก็บความรู้ของแต่ละฝ่ายตลอดจนระบบแรงจูงใจและค่าตอบแทนล้วนมีอิทธิพลต่อการไหลเวียนของสารสนเทศภายในองค์กร ดังนั้นการจัดการความรู้จึงเป็นการส่งเสริมกระบวนการทำงานขององค์กร เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจที่มีข้อมูลสนับสนุนเพียงพอ

๓. การจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Management) ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง แต่จะต้องพิจารณาจัดทำให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีจำกัด เทคโนโลยีมีใช้เงื่อนไขของการขับเคลื่อนการจัดการความรู้แต่เทคโนโลยีมีส่วนช่วยในการสนับสนุนการทำงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้นการใช้เทคโนโลยีให้เกิดผลจะต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายหลักภายในองค์กรเข้าถึงข้อมูลและต้องเปิดช่องทางให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างฝ่ายต่าง ๆ และ Nonaka and Takeuchi ได้เสนอกระบวนการจัดการความรู้ที่ผู้บริหารของแต่ละองค์กร ควรที่จะนำมาใช้ในการดำเนินการจัดการความรู้ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

๓.๑ การสร้างวิสัยทัศน์เกี่ยวข้องกับความรู้ ผู้บริหารระดับสูงมีหน้าที่สร้างวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ ที่เป็นความรู้แห่งชีวิตหรือความรู้หลักขององค์กร สำหรับใช้เป็นเข็มทิศในการจัดการความรู้ขององค์กร ซึ่งการจัดการวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ต้องไม่ใช่เพียงสร้างด้วยการเรียงถ้อยคำให้กินใจ และซาบซึ้งแต่วิสัยทัศน์ต้องสามารถสร้างความเข้าใจได้ง่าย และยังสามารถที่จะสื่อสารให้เป็นที่รู้จักและเข้าใจในทิศทางเดียวกันได้ จนเกิดเป็นความเชื่อและค่านิยมร่วมกันทั่วทั้งองค์กร

๓.๒ สร้างทีมจัดการความรู้ขององค์กร การจัดการความรู้เริ่มต้นที่ตัวบุคคล แต่ที่สุดต้องดำเนินการเป็นทีม และเป็นระบบทั่วทั้งองค์กรจึงจะเกิดพลังของการจัดการความรู้อย่างเต็มที่ และสมาชิกขององค์กรจะต้องเข้าใจบทบาทของตนเองในด้านการจัดการความรู้ ซึ่งทีมจัดการความรู้ขององค์กรจะประกอบด้วย ๓ กลุ่ม ได้แก่

๑.) ผู้ปฏิบัติการในการจัดการความรู้ (Knowledge Practitioner) คือผู้จัดการความรู้ทำหน้าที่เกี่ยวกับความรู้๔ ประการ คือ การแสวงหา(Acquire) การสร้าง(Create) การสั่งสม(Accumulate) และการใช้ความรู้ (Exploit)

๒.) วิศวกรความรู้ (Knowledge Engineer) เป็นภารกิจของผู้บริหารระดับกลางหน้าที่หลัก คือการตีความและแปลงความรู้ฝังลึกให้เป็นความรู้เปิดเผยจัดตั้งได้และนำไปปฏิบัติได้ง่าย วิศวกรความรู้ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับบุคลากรระดับปฏิบัติ โดยตีความตามวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ขององค์กรที่ผู้บริหารระดับสูงยกร่างขึ้นและอยู่ในสภาพของความรู้ฝังลึก/ไม่ชัดแจ้ง ให้เป็นความรู้เปิดเผยชัดแจ้งและสอดคล้องกับงานของบุคคลระดับปฏิบัติ โดยสามารถนำมาพูดคุยกัน เพื่อทำความเข้าใจกับบุคลากรระดับปฏิบัติการ

๓.) ผู้บริหารความรู้(Knowledge Manager) ส่วนใหญ่ ผู้บริหารความรู้ คือผู้บริหารระดับสูง ซึ่งผู้บริหารระดับสูงของเทศบาล คือนายกเทศมนตรี ได้แก่ผู้ที่มีตำแหน่งตั้งแต่ผู้อำนวยการสำนักขึ้นไป ผู้บริหารของแต่ละองค์กรควรที่จะต้องทำหน้าที่ในการจัดการความรู้

กล่าวโดยสรุปการจัดการความรู้โดยทั่วไปจะมีขั้นตอนในการจัดการความรู้ที่สำคัญดังกล่าวแล้วข้างต้นคือ

- (๑) การสร้างความรู้
- (๒) การประมวลความรู้
- (๓) การเผยแพร่ความรู้
- (๔) การใช้ความรู้

อนึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยนำเสนอรูปแบบแนวคิดกระบวนการจัดการความรู้ของโนนากะเป็นหลักในการจัดการความรู้ ด้วยเหตุผลที่ว่า การจัดการความรู้มีวิวัฒนาการของการจัดการความรู้ที่จะจัดการความรู้ให้เหมาะกับยุคของสังคมนั้น ซึ่งในปัจจุบันนี้ การจัดการความรู้เป็นยุคของชุมชนแนวปฏิบัติ (COP) ที่มุ่งเน้นปฏิสัมพันธ์ของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเกื้อกูลในการทำงานมากกว่าการสร้างฐานความรู้ขององค์กร^{๖๒} ซึ่งกระบวนการการสร้างความรู้ (The knowledge-creating process) นี้ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ๓ ส่วน คือ

๑. SECI Model คือกระบวนการสร้างความรู้ผ่านการเปลี่ยนแปลงระหว่างความรู้ฝังลึกกับความรู้ชัดแจ้ง

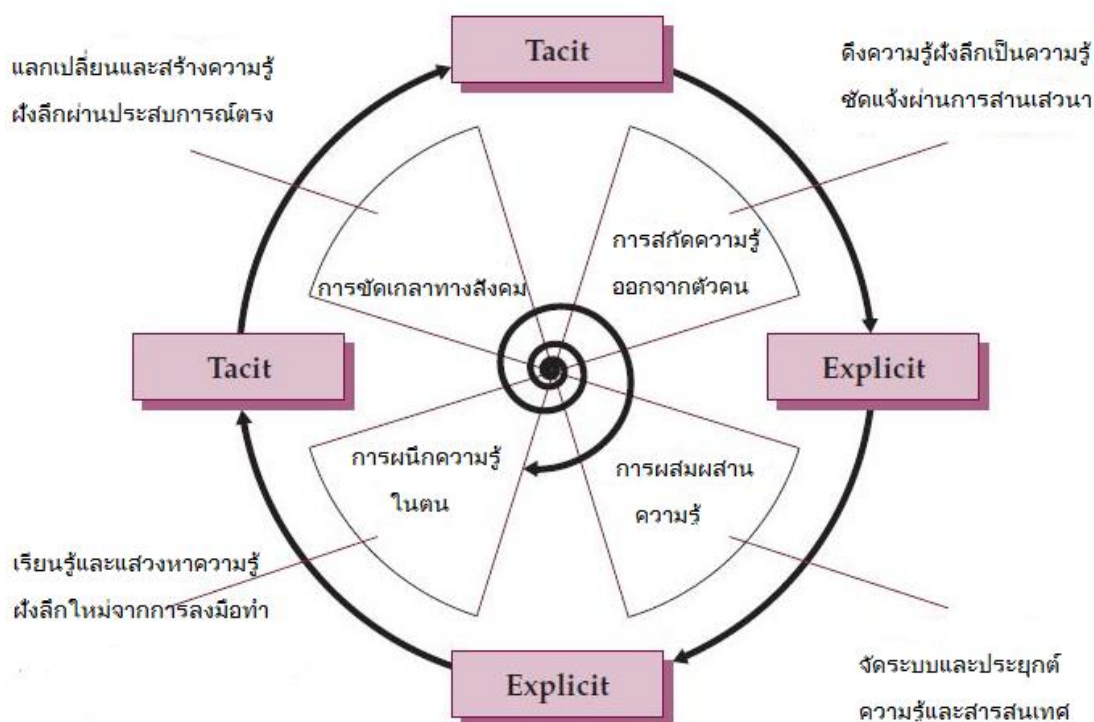
๒. บา (ba) คือพื้นที่แลกเปลี่ยนความรู้ (ba, the shared context for knowledge creation)

๓. คลังความรู้ คือ การนำเข้า (inputs) นำออก (outputs) ผู้จัดสรรกระบวนการสร้างความรู้ (knowledge assets – the inputs, outputs, and moderator of the knowledge-creating process)^{๖๓} ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ ๑ SECI Model

^{๖๒} บุรชัย ศิริมหาสาคร, *จัดการความรู้สู่ความเป็นเลิศ*, หน้า ๑๑๖.

^{๖๓} Nonaka, R. Toyama and N. Konno, SECI, Ba and Leadership : a Unified Model of



ภาพที่ ๒.๗ SECI Model

เป็นการอธิบายถึงการทำงานของการทำงานของการสร้างความรู้ทั้ง ๒ ประเภท คือ
๑. ความรู้ฝังลึก (tacit) ๒. ความรู้ชัดแจ้ง (explicit)

ด้วยวิธีการ ๔^{๖๔} วิธีซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่จะสังเกตว่าการเคลื่อนไหวผ่าน ๔ วิธีการในกระบวนการสร้างความรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงความรู้แบบเกลียวหมุนที่ไม่เคยสิ้นสุด (never-ending process) อย่างวงกลม และในการสร้างเกลียวหมุนแห่งความรู้ นี้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความรู้ฝังลึก และความรู้ชัดแจ้งจะถูกขยายผ่าน ๔ วิธีการของการเปลี่ยนแปลงความรู้ เกลียวหมุนจะกลายเป็นตราซึ่งที่ใหญ่ขึ้น เมื่อมันเคลื่อนผ่านระดับของการมีอยู่ (ontology :ภาววิทยา) ความรู้ที่ถูกสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการเซกินี้ สามารถกระตุ้นการสร้างเกลียวแห่งความรู้ใหม่ ขยายทั้งในแนวนอนและแนวตั้งในองค์กร มันเป็นกระบวนการพลวัตอันเริ่มต้นที่ระดับปัจเจกบุคคลและแผ่ขยายขณะที่มันเคลื่อนผ่านชุมชนต่าง ๆ ของปฏิสัมพันธ์ซึ่งอยู่เหนือขอบเขต หน่วยแผนก ส่วนที่แบ่งแยก และแม้แต่ที่เกี่ยวกับองค์กร การสร้างความรู้องค์กรเป็นกระบวนการเกลียวแห่งปฏิสัมพันธ์นี้ เกิดขึ้นทั้งในองค์กรและระหว่างองค์กร(intra- and inter- organization) ความรู้ถูกส่งผ่านขอบเขตหรือเขตแดนขององค์กรที่อยู่ไกลออกไป และความรู้จากต่างองค์กรปฏิสัมพันธ์กันเพื่อสร้างความรู้ใหม่ ความรู้ที่สร้างสรรค์โดยองค์กรสามารถกระตุ้นการเคลื่อนที่ของความรู้ที่ถูกควบคุมโดยองค์ประกอบภายนอก

^{๖๔} Dynamic Knowledge Creation, in *Managing Knowledge An Essential Reader*, edited by Stephen Little, Paul Quintas and Tim Ray, (London : SAGE Publications Ltd., ๒๐๐๒), p.๔๔.

เช่น ลูกค้า บริษัทในเครือ มหาวิทยาลัย หรือผู้แทนจำหน่ายตัวอย่างเช่น กระบวนการผลิตแห่งนวัตกรรมหนึ่งอาจนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตของผู้จัดหาสินค้า ซึ่งเป็นการกระตุ้นวัฏจักรใหม่ของสินค้าและกระบวนการนวัตกรรมขององค์กรตัวอย่างเช่น กระบวนการผลิตแห่งนวัตกรรมหนึ่งอาจนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตของผู้จัดหาสินค้า ซึ่งเป็นการกระตุ้นวัฏจักรใหม่ของสินค้าและกระบวนการนวัตกรรมขององค์กร^{๖๕} กระบวนการของการสร้างความรู้ ๔ วิธีการดังกล่าวข้างต้น มีดังต่อไปนี้

๑. การขัดเกลาทางสังคม : ความรู้ฝังลึกสู่ความรู้ฝังลึก (socialization: tacit totacit) เป็นกระบวนการแห่งการเปลี่ยนแปลงความรู้ฝังลึกใหม่ผ่านประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ถูกแบ่งปัน ความรู้ฝังลึกยากที่จะถูกทำให้เป็นทางการและรวบรวมทั้งสถานที่ได้บ่อย ๆ แต่สามารถจะได้มาผ่านประสบการณ์ที่แบ่งปันเท่านั้น เช่น การใช้เวลาด้วยกันหรือการอาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมเหมือน ๆ กัน ซึ่งการขัดเกลาทางสังคมนี้ปรากฏเป็นแบบฉบับในประเพณีการฝึกงาน โดยผู้ฝึกงานเรียนรู้ความรู้ฝังลึกที่ต้องการในงานการทำศิลปะด้วยมือ (craft) ของเขาผ่านการส่งผ่านประสบการณ์มากกว่าที่จะเรียนรู้จากคู่มือหรือตำราต่าง ๆ ที่มีเขียนขึ้น การขัดเกลาทางสังคมอาจเกิดขึ้นจากการพบปะทางสังคมแบบไม่เป็นทางการนอกสถานที่ทำงานที่ซึ่งความรู้ฝังลึก เช่น โลกทัศน์ รูปแบบทางจิตใจและความเชื่อใจในกันและกัน (mutual trust) สามารถถูกสร้างและแบ่งปัน การขัดเกลาทางสังคมนี้ยังปรากฏไกลออกไปจากขอบเขตต่าง ๆ ขององค์กร บ่อยครั้งที่บริษัทต่าง ๆ รู้จักสร้างข้อได้เปรียบในเรื่องความรู้ฝังลึกที่ฝังอยู่ในลูกค้า (customers) หรือผู้จัดหาสินค้า (suppliers) โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับพวกเขา ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ข้อคิดเห็น ความเชื่อ วิธีการ ความคุ้นเคย ความผูกพัน ฯลฯ โดยถ่ายทอดความรู้แบบฝังลึก (tacit) ให้เป็นความรู้ฝังลึก (tacit) โดยพูดคุย โดยมีกุญแจสำคัญในส่วนนี้คือ ความสามารถในการเข้าใจความรู้สึกผู้อื่น (empathizing) เช่น การพูดคุย ใช้เวลาอยู่ด้วยกัน การสอนงาน ฝึกงานเป็นต้นตัวอย่างเช่น การแสดงถึงความรู้ฝังลึกที่เป็นทักษะความชำนาญทางเทคนิคที่ถูกขัดเกลาทางสังคม มาจากบริษัทอุตสาหกรรมไฟฟ้า มาซุชิตะ (Matsushita Electric Industrial Company) ปัญหาหลักของบริษัทที่มีฐานอยู่ที่โอซาก้าในการพัฒนาเครื่องทำขนมปังอัตโนมัติในช่วงปลาย^{๖๖}

๒. การสกัดความรู้ออกจากตัวคน : ความรู้ฝังลึกสู่ความรู้ชัดแจ้ง (externalization : Tacit to explicit) เป็นการถ่ายทอดความรู้โดยการอธิบายหรือแสดงความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลออกมาให้เป็นที่ประจักษ์ เพื่อให้ผู้อื่นได้รับการแบ่งปัน โดยการแปลงความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลออกมาเป็นแนวคิด ภาษาสัญลักษณ์ ลายลักษณ์อักษร หมายถึงวิธีการที่หนุนให้มีการสนทนาแลกเปลี่ยนความรู้ที่ฝังลึกในตัวคนไปเป็นความรู้ที่ผู้อื่นสามารถเข้าถึงได้ ด้วยการสนทนาเป็นกลุ่มด้วยการใช้อุปมาอุปมัย การเปรียบเทียบ หรือใช้ตัวแบบ หรือจับกลุ่มคุยเพื่อหาความคิดใหม่ ๆ เป็นการแลกเปลี่ยนเป็นกลุ่มหรือ คือการแปลงความรู้ฝังลึกในหัวให้ออกมาเป็นความรู้ชัดแจ้ง โดยกุญแจสำคัญในส่วนนี้คือ

^{๖๕} Nonaka, R. Toyama and N. Konno, "SECI, Ba and Leadership : a Unified Model of Dynamic Knowledge Creation", in *Managing Knowledge An Essential Reader*, p. ๔๗.

^{๖๖} ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ <<http://wmdictionary.org/index.php?q=socialization>> , (๐๗. เม.ย. ๕๕).

ความสามารถในการใช้ความคิด ความรู้สึกง่าย ๆ และแจ่มชัด (articulating) เช่น คู่มือ ตำรา ภาพ การบันทึกเสียง

๓. การผสมผสานความรู้ : ความรู้ชัดแจ้งสู่ความรู้ชัดแจ้ง (combination : explicit to explicit) เป็นการผสมผสาน โดยนำความรู้ที่ชัดแจ้งมาสร้างสรรค์ หรือเปลี่ยนแปลงให้เป็นความรู้ที่ชัดแจ้งในเรื่องใหม่ ๆ มีความซับซ้อนมากขึ้น หรือเป็นขั้นเป็นตอนมากขึ้น เพื่อให้สามารถนำความรู้ นั้นไปใช้ในทางปฏิบัติได้ง่ายขึ้น หมายถึง การนำความรู้ชัดแจ้งที่มีอยู่มากมายมารวบรวมบันทึก จัด กลุ่ม สังเคราะห์ แบ่งหมวดหมู่ได้เป็นความรู้ชัดแจ้งที่ยกระดับเพิ่มมากขึ้น ซึ่งความรู้ในขั้นนี้จะอยู่ใน รูปแบบที่เผยแพร่ได้กว้างขวาง (networking) ในด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริการ และการจัดการอย่างเป็นระบบ หรือหมายถึง การนำเอาความรู้ชัดแจ้ง (explicit) มาผสมกันเป็นความรู้ชัดแจ้งแบบใหม่ โดยมีกฎเกณฑ์สำคัญในส่วนนี้คือ ที่เชื่อมต่อกัน (connecting)^{๖๗}

๔. การผนึกความรู้ในตน : ความรู้ชัดแจ้งสู่ความรู้ฝังลึก (internalization : explicit to tacit) เป็นการนำความรู้ที่ได้มาใหม่ไปใช้ปฏิบัติหรือลงมือทำจริง ๆ จนกลายเป็นความรู้ของตนเอง ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนความรู้ที่ชัดแจ้งให้กลายเป็นความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล คือการเรียนรู้ด้วยการลงมือทำ (learning by doing) หมายถึง การนำความรู้ที่ได้อ่านหรือความรู้ที่มีคนสอนไปลอง ปฏิบัติให้เกิดความชำนาญและเชี่ยวชาญขึ้น เรียกว่า “รู้จริง” ประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง การแปลงความรู้ชัดแจ้ง (explicit) กลับไปเป็นฝังลึกความรู้ฝังลึก (tacit) โดยมีกฎเกณฑ์สำคัญ คือ การรวบรวมข้อมูลเข้าด้วยกัน (embodying) และมีการหมุนเวียนกระบวนการ SECI ไปเรื่อย ๆ อย่างไม่มี วนยุติ นำไปสู่การปรับปรุงตนเองของบุคลากรและองค์กรอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

กล่าวโดยสรุป Socialization เป็นพื้นที่ที่สร้างความรู้ฝังลึกจากบุคคลสู่บุคคล (tacit totacit) เช่น พนักงานชิมซบความรู้จากหัวหน้างาน ซึ่งการสร้างความรู้ในลักษณะนี้มีข้อจำกัดใน ลักษณะที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรน้อยเพราะยังไม่มีการสร้างความรู้ชัดแจ้งเกิดขึ้น Externalization เป็นการสร้างความรู้จากการที่บุคคลนำความรู้ฝังลึกในตนมาแปลงให้เป็นความรู้ชัดแจ้งที่สามารถนำไปแบ่งปันทั่วทั้งองค์กร Combination เป็นการสร้างความรู้จากการรวบรวมและ สังเคราะห์ความรู้ชัดแจ้งที่มีอยู่ ซึ่งอาจมีข้อจำกัด เพราะเป็นการทำสารสนเทศที่เป็นความรู้ที่องค์กรมี อยู่แล้ว และ Internalization เป็นการสร้างความรู้จากการที่พนักงานนำความรู้ที่ชัดแจ้งไปปฏิบัติ แล้วเกิดความรู้ฝังลึกในตนขึ้นใหม่ ซึ่งการสร้างความรู้ทั้ง ๔ วิธีการมีความเป็นพลวัต โดยการมีการ หมุนในลักษณะที่เป็นเกลียว (spiral) ที่ทำให้เกิดความรู้เพิ่มขึ้นอย่างไม่หยุดยั้งและไม่รู้จบ

ส่วนที่ ๒ บา (Ba)

นอกจากองค์ประกอบต่าง ๆ ดังกล่าวแล้ว กลไกสำคัญในการสนับสนุนการสร้างความรู้ คือ “Ba” ซึ่ง เป็นบริบทหรือพื้นที่ที่ใช้ในการสร้างความรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่ บริบทหรือพื้นที่ทางกายภาพเท่านั้น แต่รวมไปถึงบริบทอื่น ๆ เช่น เวลา สภาวะ ความสัมพันธ์ ความคิด ฯลฯ ด้วย พื้นที่ “Ba” แบ่งออกเป็น ๔ ส่วน คือ

๑. พื้นที่เริ่มแรก (originating ba) เป็นพื้นที่ส่วนบุคคลที่มีการปฏิสัมพันธ์กันอย่าง เฉพาะหน้า (face to face) เป็นพื้นที่ที่ใช้ประสบการณ์ (experiences) ความรู้สึก (feelings) อารมณ์

^{๖๗} Ikujiro Nonaka, and Hirataka Takeuchi, *The Knowledge Creating Company : How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, pp. ๖๓-๖๔.

(emotions) และ ภาพจำลองความคิด (mental models) พื้นที่ส่วนนี้จะแสดงออกมาในลักษณะที่เป็นความหวังใจ ความรัก ความไว้วางใจ และคำมั่นสัญญา เช่น ให้พนักงานในร้าน เรียนรู้พฤติกรรมลูกค้าจากการสังเกตลูกค้าในร้าน พูดคุยกับลูกค้า เพื่อให้พนักงานมีความรู้แบบ tacit ของลูกค้าในท้องถิ่นนั้นๆ

๒. พื้นที่การสนทนา (dialoguing ba) เป็นพื้นที่ที่มีการเผชิญหน้าปฏิสัมพันธ์สื่อสารเป็นกลุ่ม มีหลายระดับ เช่น มีนโยบายให้พนักงานหลายๆ คนเป็นคนสั่งออเดอร์สินค้า แทนที่จะเป็นหน้าที่ของผู้จัดการ เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้คุย (มี dialogue) แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ส่วนในระดับสูงขึ้นมาหน่อยก็มีตัวแทน ๗-๑๑ คนสายตรวจงาน ให้คำแนะนำแก่สาขาต่างๆ ทั่วประเทศ และสุดท้ายสูงสุดคือผู้จัดการภาค จะต้องเข้าโตเกียวมาประชุมพบหน้ากันทุกสัปดาห์ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน (ถึงแม้ค่าเดินทางสำหรับทุกคนทุกอาทิตย์จะแพง แต่ ๗-๑๑ มอว่าคุ้ม)

๓. พื้นที่ที่เป็นระบบ (systemizing ba) เป็นพื้นที่ที่ร่วมมือกันทำโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านเครือข่ายออนไลน์ ข้อมูลของธนาคาร เอกสารต่างๆ

๔. พื้นที่ฝึกปฏิบัติ (exercising ba) เป็นพื้นที่ที่แต่ละบุคคลมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างแท้จริง เช่น มีคู่มือในการปฏิบัติ (written manuals) หรือโปรแกรมในการลอกเลียนแบบ(simulation program)^{๖๘}

ส่วนที่ ๓ คลังความรู้ (knowledge assets)

ส่วนองค์ประกอบสุดท้ายของกระบวนการสร้างความรู้ คือคลังความรู้ (knowledgeassets) นำเสนอองค์ประกอบ ๔ ประการ ได้แก่

๑. ประสบการณ์ (Experience) คือ ความรู้แบบ tacit ที่เกิดจากประสบการณ์ในการทำงาน และสายสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า ฯลฯ ได้แก่ ทักษะในการทำงานของแต่ละคน ความรักในการทำงาน ซึ่งหลักทรัพย์ความรู้นี้ รวมทั้ง ความรู้ทางอารมณ์ เช่น การดูแล (care) ความรัก (love) และความไว้วางใจ (trust) ความรู้ทางกายภาพ เช่น การใช้หน้า และท่าทาง

๒. กรอบความคิด (Concept) คือ ความรู้แบบ explicit ที่แสดงออกผ่านภาพลักษณ์ สัญลักษณ์ และภาษา โดยมีพื้นฐานแนวคิดจากลูกค้า สมาชิกขององค์กร ได้แก่ คอนเซปต์ผลิตภัณฑ์ ดีไซน์ แปรนด์ เป็นต้น

๓. ระบบ (System) คือ ความรู้ explicit ที่จัดทำเป็นแพคเกจ เช่น เอกสาร คู่มือสเปก database สิทธิบัตร ส่วนประกอบสารสนเทศที่เกี่ยวกับลูกค้าและตัวแทนจำหน่าย

๔. ประจํา (Routine) คือ ความรู้แบบ tacit ที่วนๆ เป็นประจําอยู่ในองค์กร เช่น ทักษะในการทำงานของทีม วิธีหรือขั้นตอนการทำงานในองค์กร วัฒนธรรมองค์กร

กล่าวโดยสรุป กระบวนการสร้างความรู้ SECI นี้เป็นกระบวนการที่มีวิธีการสร้างอยู่วิธีการ โดยลักษณะการสร้างความรู้จะเริ่มต้นจากการมีปฏิสัมพันธ์กัน จากนั้นก่อให้เกิดพื้นที่ในการสานเสวนาให้เกิดองค์ความรู้ใหม่หรือแนวคิดใหม่จะเกิดขึ้น นำความรู้ใหม่นั้นมารวบรวมให้เชื่อมโยงกัน

^{๖๘} Nonaka, R. Toyama and N. Konno, “SECI, Ba and Leadership : a Unified Model of Dynamic Knowledge Creation” in *Managing Knowledge An Essential Reader*, edited by Stephen Little, Paul Quintasand Tim Ray, pp.๕๑-๕๒.

จากนั้นนำไปปฏิบัติให้เกิดเป็นความรู้ฝังลึกของตนเองในลักษณะที่เป็นเกลียวหมุนที่ไม่รู้จบ โดยมีแรงผลักดันให้เกิดพื้นที่ที่เรียกว่า บา โดยอาศัยความรู้จากคลังความรู้ทั้งความรู้ชัดแจ้งและความรู้ฝังลึกเป็นผลผลิตในการนำเข้าและส่งออกด้วยผู้จัดสรรที่เป็นผู้ควบคุมให้เกลียวหมุนทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

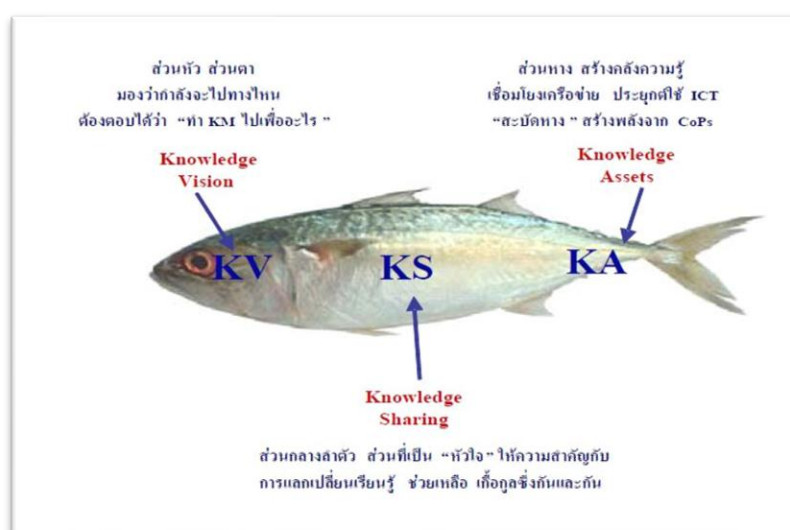
แนวทางการจัดการความรู้

จากการศึกษาในเรื่องของความรู้ตามแนวคิดและทฤษฎีแล้วทำให้ผู้วิจัยพบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจและน่าศึกษาเป็นอย่างมากได้แก่การจัดการความรู้มีความหมายและความสำคัญอย่างไร มีแนวทางการจัดการความรู้เป็นอย่างไร เป้าหมายของการจัดการความรู้คืออะไร ผลของการจัดการความรู้เป็นเช่นไรดังนั้น การศึกษาตัวแบบ (model) การจัดการความรู้ของหน่วยงานต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงคาดหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการนำความรู้และประสบการณ์ไปเป็นตัวอย่างของการสร้างตัวแบบการจัดการความรู้สำหรับการบริหารท้องถิ่น ดังนี้

๑. ตัวแบบ(Model) การจัดการความรู้

การจัดการความรู้ คือ เครื่องมือเพื่อสะท้อนวิธีการบรรลุเป้าหมาย ๓ อย่าง คือ บรรลุเป้าหมายของงาน บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาคน และการบรรลุเป้าหมายขององค์กร เพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้(Learning Organization)

ตัวแบบที่ ๑ (Model) “ปลาหู” ของสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม พ.ศ. ๒๕๔๗ เป็นตัวแบบที่เปรียบเทียบการจัดการความรู้หนึ่งตัวที่มี ๓ ส่วน ได้แก่



ภาพที่ ๒.๘: แผนภาพโมเดลปลาหู
ที่มา: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (๒๕๔๗)

๑. ส่วน “หัวปลา” (Knowledge Vision –KV) หมายถึง ส่วนที่เป็นเป้าหมาย วิสัยทัศน์ หรือทิศทางของการจัดการความรู้ โดยก่อนที่จะทำการจัดการความรู้ ต้องตอบให้ได้ว่า “เราจะทำ KM ไปเพื่ออะไร?” โดย “หัวปลา” นี้จะต้องเป็นของ “คุณกิจ” หรือผู้ดำเนินกิจกรรม KM ทั้งหมด โดยมี “คุณเอื้อ” และ “คุณอำนวย” คอยช่วยเหลือ

๒. ส่วน “ตัวปลา” (Knowledge Sharing-KS) เป็นส่วนของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งถือว่าเป็นส่วนสำคัญ ซึ่ง “คุณอำนวย” จะมีบทบาทมากในการช่วยกระตุ้นให้ “คุณกิจ” มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้ โดยเฉพาะความรู้ซ่อนเร้นที่มีอยู่ในตัว “คุณกิจ” พร้อมอำนวยให้เกิดบรรยากาศการเรียนรู้แบบเป็นทีมให้เกิดการหมุนเวียนความรู้ระดับความรู้และเกิดนวัตกรรม

๓. ส่วน “หางปลา” (Knowledge Assets-KA) เป็นส่วนของ “คลังความรู้” หรือชุมชนความรู้” ที่ได้จากการเก็บสะสม “เกร็ดความรู้” ที่ได้จากกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ “ตัวปลา” ซึ่งเราอาจเก็บส่วนของปลา “หางปลา” นี้ด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น ICT ซึ่งเป็นการสกัดความรู้ที่ซ่อนเร้นให้เป็นความรู้ที่เด่นชัด นำไปเผยแพร่และแลกเปลี่ยนหมุนเวียนใช้ พร้อมยกระดับต่อไป

กรอบแนวคิดการจัดการความรู้มีหลากหลายแนวคิด ซึ่งแนวคิดแต่ละแนวคิดมีข้อดีแตกต่างกันไป สิ่งสำคัญที่สุดคือ องค์กรจะเลือกใช้แนวคิดหรือกรอบความคิดแบบใดจึงจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการขององค์กรได้ การนำแนวคิดที่กล่าวมาไปประยุกต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการเชื่อมโยงองค์ความรู้ระหว่างการวัดผลประเมินผลไปสู่การจัดการความรู้ได้เป็นอย่างดี ย่อมจะนำไปสู่การพัฒนาในทางที่ดีขององค์กรต่อไป

ตัวแบบที่ ๒ การนำการเรียนรู้บูรณาการแบบองค์รวมพัฒนาการจัดการศึกษา

การสร้างความรู้ (Ikujieo NanaKa) อ้างในปิยนารถ ประยูร ศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัยฮิโตสุบาชิ ชาวญี่ปุ่น ผู้มีบทบาทสำคัญต่อแนวคิดการสร้างความรู้ ได้อธิบายถึงหลักสำคัญของการสร้างความรู้ในหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ว่าการสังเคราะห์หรือหลอมรวมความรู้ชัดแจ้งกับความรู้สึกลงลึก ยกระดับขึ้นไปเป็นความรู้ที่สูงขึ้น โดยผ่านกระบวนการ ๔ ส่วนที่เรียกว่า SECI ซึ่งได้แก่

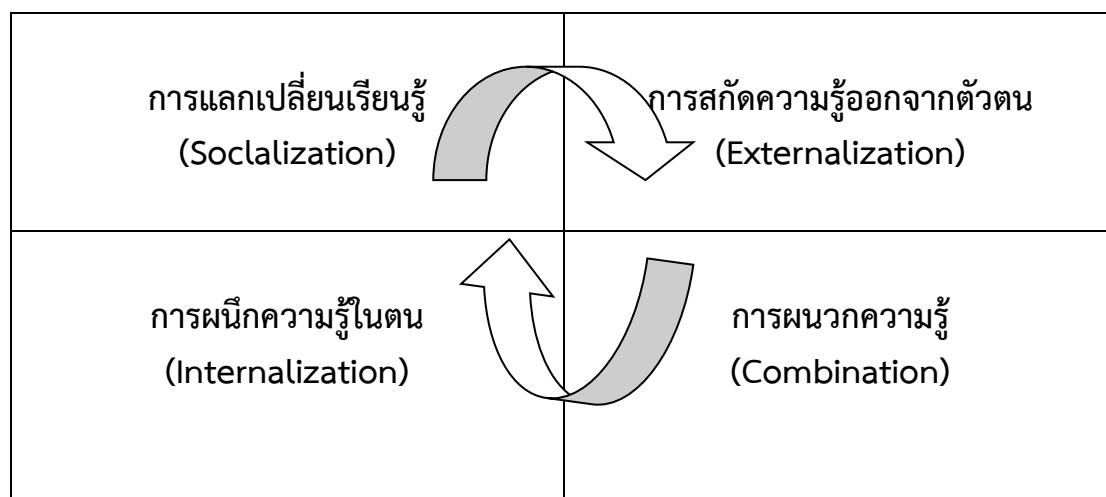
๑. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) ระหว่างกัน คือ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ข้อคิดเห็น ความเชื่อ วิธีการ ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลฝังลึกในตัวบุคคลระหว่างบุคคลผู้สนใจแบบตัวต่อตัว

๒. การสกัดความรู้ออกจากตัวตน (Externalization) คือ การแลกเปลี่ยนความรู้ที่ฝังลึกในตัวบุคคลไปเป็นความรู้ที่ผู้อื่นสามารถเข้าถึงได้ อาจทำได้โดยการสนทนาจับกลุ่มเพื่อหาความคิดใหม่ ๆ เป็นการแลกเปลี่ยนเป็นกลุ่ม

๓. การผนวกความรู้ (Combination) คือการนำความรู้ที่ชัดแจ้งอันมากมายหลากหลายมารวบรวมบันทึก จักกลุ่ม แล่งหมวดหมู่ได้เป็นความรู้ที่ชัดแจ้งที่ยกระดับเพิ่มมากขึ้น ความรู้ในขั้นนี้จะอยู่ในรูปแบบที่เผยแพร่ได้กว้างขวาง

๔. การผนึกความรู้ในตน (Internalization) คือ การนำความรู้ที่ได้อ่านหรือความรู้ที่มีคน

สอนไปลองปฏิบัติให้เกิดความเชี่ยวชาญเป็น “รู้จริง” ประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์กระบวนการวิธีการใหม่ หรือการปรับปรุงของเก่าให้เกิดคุณค่า และในกระบวนการนั้นเองก็เกิดการเรียนรู้เป็นความรู้ฝังลึกที่ ยกระดับไปในตัวบุคคล



แผนภาพที่ ๒.๙ : ตัวแบบแสดงความสัมพันธ์ของการสร้างองค์ความรู้
ที่มา: (Ikujiro Nonaka) อ้างในปิยนาล ประยูร (๒๕๔๘, หน้า๗)

ทั้งนี้วงจร “SECI” ข้างต้น Nonaka อธิบายถึง “พื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้” ที่เรียกว่า “BA” หรือ ชุมชนนักปฏิบัติ ว่าจะต้องมีผู้เล่นหรือตัวละคร อย่างน้อย ๓ แบบ คอยทำหน้าที่กระตุ้น ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงจะทำให้พื้นที่แลกเปลี่ยนนั้นมีกิจกรรมที่สนุกสนาน มีชีวิตชีวา และก่อผลของการสร้างความรู้ที่มีประสิทธิภาพ คือก่อเกิดจากการหมุนวงจร “SECI” ได้ผลดีต่อผลงานได้ อย่างมีพลังโดยตัวละคร ๓ แบบนี้ได้แก่ นักนวัตกรรมหรือนักฝัน แบบที่สองคือ พี่เลี้ยงหรือโค้ชและ นักกิจกรรม ความรู้ นักนวัตกรรมหรือนักฝัน คือผู้ทำหน้าที่สร้างความคิดใหม่ ๆ ส่วนพี่เลี้ยงหรือ โค้ช คือ ผู้ที่เข้ามาพร้อมกับนักฝันช่วยทำให้ความคิดมีความชัดเจนขึ้นด้วยวิธีการช่วยชี้แนะ ช่วยพัฒนา ทักษะ และทำให้ความรู้ที่เป็นสาขาวิชาแต่ละสาขารวมกันเข้าเป็นสาขาเดียวกัน พี่เลี้ยงต้องช่วยแปลง ความรู้ส่วนบุคคลให้กลายเป็นความรู้หรือทักษะของหน่วยงานหรือองค์กร โดยมีนักกิจกรรมความรู้ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความคล่องตัวที่จะเชื่อมโยงระหว่างผู้คนหลากหลายระดับได้ดีมีหน่วยงานหรือองค์กรเข้ามาสังเคราะห์ความคิดของนักฝันกับโค้ชเชื่อมโยงกับผู้ปฏิบัติงาน หลอมรวมความรู้ชัดแจ้งกับความรู้ที่ ฝังลึกเข้าด้วยกันจนกลายเป็นหลักการที่ยอมรับกันทั่วหน่วยงานหรือองค์กรในที่สุด

ความเข้าใจเรื่องวงจรสร้างหรือสังเคราะห์ความรู้ ตลอดจนการนำผู้เล่นหรือตัวละครทั้ง ๓ แบบ ดังกล่าวคอยทำหน้าที่กระตุ้นและส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หากสามารถนำมาประยุกต์ใช้ ปฏิบัติในกิจกรรมการทำงานต่าง ๆ ก็จะช่วยให้เกิดการสร้าง ใช้ และแลกเปลี่ยน ความรู้ที่พัฒนาขึ้น เรื่อย ๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ

คำว่า “รูปแบบ” ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Model โดยทั่วไป หมายถึง สิ่งหรือวิธีการดำเนินงานที่เป็นต้นแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น แบบจำลองสิ่งก่อสร้าง พิมพ์เขียว เป็นต้น อย่างไรก็ตามมีนักวิชาการกล่าวถึงรูปแบบ ดังนี้

Hersey ให้ความหมายของรูปแบบใน ๓ ลักษณะ คือ

๑. รูปแบบ หมายถึง แบบจำลองซึ่งเป็นที่ย่อส่วนของจริง เช่น แบบจำลองของบ้าน เรือ รถ เป็นต้น

๒. รูปแบบ หมายถึง คนหรือสิ่งของที่สามารถนำมาใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินงานได้ เช่น ครูต้นแบบ นักเดินแบบ แม่ตัวอย่าง เป็นต้น

๓. รูปแบบ หมายถึง แบบหรือรุ่นของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์รุ่น ๔๘๖ เป็นต้น^{๖๙}

กู๊ด(Good) ได้รวบรวมความหมายของรูปแบบ (Model) ไว้ ๔ ประการ คือ

๑. รูปแบบ คือ แบบอย่างของสิ่งหนึ่งที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างหรือทำซ้ำ

๒. รูปแบบ คือ ตัวอย่างที่จะทำให้เกิดการเลียนแบบ

๓. รูปแบบ คือ แผนภูมิที่ใช้แทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ใช้เป็นหลักการหรือแนวคิด

๔. รูปแบบ คือ ชุดของปัจจัยหรือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันหรือเป็นองค์ประกอบที่สามารถรวมตัวกันและเขียนเป็นหลักการได้^{๗๐}

Steiner กล่าวถึง ความหมาย ของรูปแบบ คือ สิ่งของสิ่งหนึ่งคล้ายคลึงกับสิ่งของอีกสิ่งหนึ่งและได้จำแนกความหมายเป็น ๒ ลักษณะคือ

๑. รูปแบบเชิงกายภาพ (Physical Models) เป็นรูปแบบใดเป็นหนึ่ง แบบจำลองที่ออกแบบมาจากของจริง เช่น แบบจำลองเครื่องบินเอฟ ๑๖ ลำเล็กๆ ที่สร้างจำลองมาจากเครื่องบินเอฟ ๑๖ ซึ่งรูปแบบเพื่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นแบบจำลองที่สร้างและออกแบบไว้เพื่อใช้เป็นต้นแบบสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น เราต้องสร้างแบบจำลองเครื่องบินเอฟ ๑๖ ขึ้นมาก่อนเพื่อจะได้นำไปเป็นต้นแบบผลิตเครื่องบินเอฟ ๑๖ จริง

๒. รูปแบบเชิงแนวคิด (Conceptual Models) แบ่งออกเป็นดังนี้

๒.๑ รูปแบบเชิงแนวความคิดของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Conceptual Model of) คือ แบบจำลองที่สร้างขึ้น โดยจำลองมาจากทฤษฎีที่มีอยู่แล้ว

^{๖๙} Hersey, P., and Blanchard K., **Management of Organizational Behavior: Utilizing Human Resource**, ๕th ed. Englewood Cliffs, (N.J.: Prentice-Hall, ๑๙๖๖), p. ๑๔๕.

^{๗๐} Good, Carter V., **Dictionary of Education**, (New York: McGraw-Hill Book, ๑๙๗๓), p. ๑๕๒.

๒.๒ รูปแบบเชิงแนวความคิดเพื่อสร้างสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Conceptual Model-for) คือ แบบจำลองที่สร้างขึ้นเพื่อใช้อธิบายทฤษฎี^{๗๑}

ประเภทของรูปแบบ

จากความหมายของรูปแบบ ทำให้ทราบว่า รูปแบบมีหลายประเภทตามลักษณะของ บริบทหรือสภาพแวดล้อมที่นำไปใช้ และตามมุมมองของนักวิชาการ ดังนี้

Keeves กล่าวว่า รูปแบบสามารถแบ่งออกเป็น ๔ แบบ คือ

๑. รูปแบบเชิงเทียบเคียง (Analogue Model) เป็นแบบที่ใช้ในการเปรียบเทียบอุปมาอุปมัยกับปรากฏการณ์ที่เป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรมลักษณะ เป็นรูปแบบเชิงกายภาพ เช่น อนุমানแนวคิดมาจากการเปิดน้ำเข้าน้ำออกจากถัง เหมือนนักเรียนเข้าสู่ระบบโรงเรียนเปรียบเทียบกับน้ำที่ไหลเข้าไปในถัง ส่วนนักเรียนที่ออกจากระบบโรงเรียนเปรียบเทียบกับน้ำที่เปิดออกจากถัง ดังนั้นนักเรียนที่คงอยู่ในระบบจึงเท่ากับจำนวนนักเรียนที่เข้าสู่ระบบลบด้วยจำนวนนักเรียนที่ออกจากระบบ เป็นต้น

๒. รูปแบบเชิงข้อความ (Symantic Model) ลักษณะสำคัญของโมเดลประเภทนี้ คือ การแสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในรูปแบบในรูปของข้อความ ใช้ภาษาเป็นสื่อในการบรรยาย หรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยภาษา แผนภูมิหรือรูปภาพ เพื่อให้เห็นโครงสร้างทางความคิด องค์ประกอบและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของปรากฏการณ์นั้นๆ เป็นอย่างดี

๓. รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematic Model) ได้เริ่มนำมาใช้ในทางการศึกษา ในช่วงต้นของทศวรรษที่ ๑๙๖๐ ในช่วงแรกนำมาใช้ในการวัดผลการศึกษา ต่อมาจึงขยายไปใช้กับการวิจัย การศึกษาในสาขาวิชาต่างๆ ปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะนำไปใช้ในทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ ด้านศึกษาศาสตร์และด้านสังคมศาสตร์มากขึ้น โมเดลชนิดนี้ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นสื่อในการ แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ รูปแบบประเภทนี้นิยมใช้กันทั้งในสาขาจิตวิทยาและศึกษาศาสตร์ รวมทั้งการบริหารการศึกษาด้วย

๔. รูปแบบเชิงสาเหตุ (Causal Model) เป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากเทคนิคที่เรียกว่า Path Analysis (การวิเคราะห์เส้นทาง) เป็นวิธีวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สามารถบอกได้ว่าตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่มีผลกระทบทางตรงและมีผลกระทบทางอ้อมต่อตัวแปรตามที่น่าสนใจศึกษาทั้ง ขนาดและทิศทางเช่น The Standard Deprivation Model ซึ่งเป็นรูปแบบที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพเศรษฐกิจ สังคมของบิดามารดา สภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่บ้าน และระดับสติปัญญาของเด็ก เป็นต้น^{๗๒}

Schwirian นักนิเวศวิทยาคนสำคัญได้แบ่งประเภทของรูปแบบ ด้วยการอธิบาย ลักษณะ จากลักษณะของเมื่อออกเป็นรูปแบบที่อธิบายโดย ลักษณะพื้นที่และรูปแบบที่อธิบายโดย ลักษณะของประชากรรูปแบบที่ใช้ในการอธิบายโดยพื้นที่นั้นมีจุดมุ่งหมายในการบรรยายลักษณะ ของเมื่อ

^{๗๑} Steiner, E. **Methodology of theory construction**, (Sydney: Educology Research Associates, ๑๙๘๘), p. ๔๕.

^{๗๒} Keeves, P. J., **Educational research methodology, and measurement: An international handbook**, (Oxford, England: Pergamon Press, ๑๙๘๘), pp. ๕๖๑-๕๖๕.

ว่ามีลักษณะเช่นไร เช่น Concentric Zone Model และ Social Area Analysis Model เป็นต้น สำหรับรูปแบบที่ใช้อธิบายคุณลักษณะของประชากรเมืองนั้น เป็นรูปแบบที่เสนอแนวคิดในการอธิบายเกี่ยวกับลักษณะของประชากรเมืองต่าง ๆ เช่น Residential Segregation Model เป็นต้น^{๗๓}

๒.๕ แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

๑. ความจำเป็น (Needs)
๒. จุดมุ่งหมาย (Telesis)
๓. การสื่อความหมาย (Association)
๔. สุนทรีย์ ความงาม (Aesthetic)
๕. วิธีการ (Method)

ความสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์

๑. ความสำคัญ ในด้านคุณค่าทาง ศิลปะ งานออกแบบที่ดีทำให้ผลิตภัณฑ์ มีความงาม ดึงดูดใจ สามารถตอบสนอง รสนิยมของผู้บริโภคได้

๒. มีประสิทธิภาพทางอุตสาหกรรม มีการเลือกวัสดุที่ดีเพื่อนำเข้าสู่ กระบวนการผลิตที่มี ประสิทธิภาพลงทุนน้อย แต่มีปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น

๓. มีคุณภาพทางการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบที่ดี มีการใช้วัสดุที่ดีมี กระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความคงทนและ มีความปลอดภัยในการใช้ สอย

๔. มีศักยภาพในการแข่งขันทางพาณิชย์ ผลิตภัณฑ์ที่มีความงาม ความ คงทนและความ ปลอดภัยจะเป็นที่ต้องการของตลาดทำให้มียอดขายสูงสามารถแข่งขัน ทางการค้ากับผลิตภัณฑ์ชนิด เดียวกันของบริษัทอื่น

๕. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เมื่อบริษัทมีกำไรจากการขายผลิตภัณฑ์ ที่มีการออกแบบที่ ดี บริษัทจะนำผลกำไรมาลงทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมหรือสร้าง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คล้ายคลึงกับผลิตภัณฑ์เดิม

๖. มีศักยภาพในการรักษาลูกค้าเดิม การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ ใหม่ที่เกี่ยวข้องกันขึ้นด้วยการออกแบบที่ดีจะช่วยให้บริษัทสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ใน ขณะเดียวกันบริษัทยังสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ที่มีรสนิยมอย่างเดียวกันได้ด้วย

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

กิจกรรมของมนุษย์ ที่ควบคู่กับการดำรงชีวิต เพราะในการดำรงชีวิตของมนุษย์ นั้น จะต้องมีกำหนด มีการวางแผนเป็นขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้บังเกิดความเหมาะสมต่อ

^{๗๓} Bardo, J. W., & Hartman, J. J., *Urban society: A systematic introduction*, (New York: F. E. Peacock, ๑๙๘๒), pp. ๗๐-๗๒.

สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งประเภทของการออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น งานออกแบบเฟอร์นิเจอร์ งานออกแบบครุภัณฑ์ งานออกแบบเครื่องสุขภัณฑ์ งานออกแบบเครื่องใช้สอยต่างๆ งานออกแบบเครื่องประดับ อัญมณี งานออกแบบเครื่องแต่งกาย งานออกแบบภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ งานออกแบบผลิตเครื่องมือต่าง ๆ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม หลักการพื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์มีลักษณะ ดังนี้

๑. ความเป็นหน่วย (Unity) ในการออกแบบ ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงงานทั้งหมดให้อยู่ในหน่วยงานเดียวกันเป็นกลุ่มก้อน หรือมีความสัมพันธ์กันทั้งหมดของงานนั้นๆ และพิจารณาส่วนย่อยลงไปตามลำดับในส่วนย่อยๆ ก็คงต้องถือหลักนี้เช่นกัน

๒. ความสมดุลหรือความถ่วง (Balancing) เป็นหลักทั่วไปของงานศิลปะที่จะต้องดูความสมดุลของงานนั้นๆ ความรู้สึกทางสมดุลของงานนี้เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในส่วนของความคิดในเรื่องของความงามในสิ่งนั้นๆ มีหลักความสมดุลอยู่ ๓ ประการ

๒.๑ ความสมดุลในลักษณะเท่ากัน (Symmetry Balancing)

๒.๒ ความสมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน (Nonsymmetric Balancing)

๒.๓ จุดศูนย์ถ่วง (Gravity Balance)

๓. ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts) ในเรื่องของศิลปะนั้น เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณากันหลายขั้นตอนเพราะเป็นเรื่องความรู้สึกที่สัมพันธ์กัน ได้แก่

๓.๑ การเน้นหรือจุดสนใจ (Emphasis or Centre of Interest)

๓.๒ จุดสำคัญรอง (Subordinate)

๓.๓ จังหวะ (Rhythm)

๓.๔ ความต่างกัน (Contrast)

๓.๕ ความกลมกลืน (Harmonies)

ลักษณะของการออกแบบผลิตภัณฑ์

๑. แบบ ๒ มิติ เป็นการออกแบบที่มีลักษณะเป็นภาพวาดลายเส้น (Drawing) ภาพระบายสี (Painting) ภาพถ่าย (Picture) แบบร่าง (Sketch) และแบบที่มีรายละเอียด (Draft) เช่น แบบก่อสร้าง ภาพพิมพ์ ภาพเขียน

๒. แบบ ๓ มิติ เป็นการแสดงแบบจำลองจากของจริง มีรายละเอียดของงานชัดกว่า ๓ มิติ สามารถเห็นทั้งด้านกว้าง ด้านยาว และด้านลึก

มิติในการออกแบบ

๑. การออกแบบ ๒ มิติ คือ การออกแบบที่เขียนลงบนแผ่นกระดาษ หรือวัสดุที่มีพื้นระนาบเรียบ มีความกว้าง ยาว สูง ต่ำ มีความลึกสมจริง เช่น

๑.๑ รูปทรงธรรมชาติ

๑.๒ เส้นและทิศทางของเส้นต่างๆ

๑.๓ ความหนักเบาของเส้น

๑.๔ ขนาดของรูปทรง

๑.๕ ความคมชัด

๑.๖ การซ้อนกันของรูปทรง

๑.๗ ความเข้มของสี

๑.๘ ลักษณะพื้นผิว

๑.๙ เส้นเดินทาง

๒. การออกแบบ ๓ มิติ คือ การออกแบบรูปทรงที่มีปริมาตร มีทั้ง ๓ ด้าน ได้แก่ กว้าง ยาว และสูง การออกแบบงาน ๓ มิติควรคำนึงถึงสิ่งสำคัญ ๓ ประการ

๒.๑ รูปทรง

๒.๒ ปริมาตร

๒.๓ ลักษณะพื้นผิว^{๗๔}

โดยให้ความหมายของ “ข้อมูล (Data)” ว่าเป็นข้อเท็จจริง ข้อมูลดิบ หรือตัวเลขต่าง ๆ ที่ยังไม่ได้ผ่านการแปลความ ส่วน “สารสนเทศ (Information)” เป็นข้อมูลที่ผ่านกระบวนการสังเคราะห์ วิเคราะห์เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการและตัดสินใจ มีบริบทซึ่งเกิดจากความเชื่อสามัญสำนึก หรือประสบการณ์ของผู้ใช้สารสนเทศนั้น ๆ โดยมักจะอยู่ในรูปของข้อมูลที่วัดได้หรือจัดต้องได้ อย่างไรก็ตาม สารสนเทศอาจมีข้อจำกัดในเรื่องช่วงเวลาที่ใช้และขอบข่ายของงานที่จะนำมาใช้ใน ขณะที่ “ความรู้ (Knowledge)” คือ สารสนเทศที่ผ่านกระบวนการคิด เปรียบเทียบเชื่อมโยงกับความรู้อื่นจนเกิดเป็นความเข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์ในการสรุปและตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้โดยไม่จำกัดช่วงเวลา หรือกล่าวได้ว่าเป็นสารสนเทศที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับเราในการนำไปใช้งาน และ “ปัญญา (Wisdom) คือ ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน ก่อให้เกิดประโยชน์ในการนำไปใช้^{๗๕}

ส่วนความหมายของความรู้เป็นคำที่มีความหมายกว้าง ได้มีผู้รู้และนักวิชาการให้ความหมายไว้ต่าง ๆ ดังนี้

Senge ให้ความหมายของความรู้ คือ ความสามารถที่นำไปสู่การกระทำที่มีประสิทธิภาพ^{๗๖} โจนากะ กล่าวว่า ความรู้ คือ ความเชื่อถือส่วนบุคคลซึ่งมีเหตุผลที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถของบุคคลในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ^{๗๗} และได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับความรู้ว่า ความรู้ที่สร้างขึ้นใหม่ จะเริ่มจากบุคคลที่มีความสามารถและมีการเรียนรู้อยู่เสมอ ดังนั้น หากทำให้ความรู้เฉพาะบุคคลส่งต่อไปยังบุคคลอื่น และสามารถแลกเปลี่ยนความรู้กันได้ ก็จะทำให้เกิดคุณค่าสำหรับองค์กร องค์กรจึงต้องสร้างสรรค์ กิจกรรมการจัดการความรู้ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอในทุกระดับขององค์กร ซึ่งบางครั้งอาจเกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจหรือไม่ได้คาดการณ์มาก่อนก็ได้^{๗๘} นอกจากนี้ พจนานุกรม

^{๗๔} โรงเรี ยนมั กกะ สัน วิ ทยา , การออกแบบผลิ ตภ ณฑ์ , [ออนไลน์] , แหล่งที่มา : <https://saralekukkuu.wixsite.com/moonunn/about๒-๐๓๓> [๙ ตุลาคม ๒๕๖๓].

^{๗๕} สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, การจัดการความรู้...จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพฯ: บริษัท จีรวัฒน์เอ็กซ์เพรส จำกัด, ๒๕๔๘), หน้า ๑๓-๑๔.

^{๗๖} P.M.Senge, *The fifth discipline: the art and practice of the learning organization*, (New York: Doubleday, ๑๙๙๐), p. ๑๒.

^{๗๗} Ikujiro Nonaka, *A Dynamic Theory of Organization Knowledge Creation, Organization Science* ๕, ๑, ๑๙๙๔), pp. ๑๔-๓๗.

^{๗๘} Ikujiro Nonaka, *Te Knowledge-Creating Company*, (USA: Harvard Business School Press, ๑๙๙๘), p. ๓๑๕.

ฉบับราชบัณฑิตสถานให้ความหมายของความรู้ หมายถึง สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียนการค้นคว้าหรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติทักษะหรือหมายถึงความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิด หรือการปฏิบัติองค์วิชาในแต่ละสาขา ส่วนน้ำทิพย์ วิภาวิน ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความรู้ (Knowledge) เป็นผลที่ได้จากการเรียนรู้เกิดจากความเข้าใจในสิ่งที่เรียนรู้ เป็นความสามารถในการระลึกรู้ในสิ่งที่ได้เรียนรู้มาแล้ว ความรู้ที่แต่ละสาขาวิชาใช้ความรู้ที่องค์การสร้างขึ้นหรือต้องการใช้ในการพัฒนาองค์การให้ดียิ่งขึ้นคือ ความรู้ใหม่ ซึ่งจำเป็นต้องมีวัฒนธรรมองค์การที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของคนให้เพิ่มพูนอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสวงหาความรู้โดยการอ่านและการคิด^{๗๙} ส่วนพรธิดา วิเชียรปัญญา กล่าวว่า (Knowledge) เป็นกระบวนการของการจัดเกลาเลือกใช้ และบูรณาการ การใช้สารสนเทศ เหล่านั้นจนเกิดเป็นความรู้ใหม่ (New Knowledge) ความรู้ใหม่จึงเกิดขึ้นจากการผสมผสานความรู้ และประสบการณ์เดิมผนวกกับความรู้ที่ได้รับ ความรู้ดังกล่าวเป็นสิ่งที่อยู่ภายในบุคคลเป็นความรู้ที่ได้ปรากฏชัดแจ้ง (tacit Knowledge) หากเมื่อความรู้เหล่านั้นได้ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปของการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร ความรู้นั้นก็จะกลายเป็นความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง (explicit Knowledge) ความรู้ดังกล่าวจะมีคุณค่าปรากฏเมื่อนำมาใช้ในกระบวนการตัดสินใจ (decision making)^{๘๐} และประเวศ วะสี ให้ความหมายของความรู้ว่า เป็นเรื่องของความจริงซึ่งสามารถพิสูจน์ได้ เช่น ความรู้เฉพาะเรื่องการเห็นการเชื่อมโยงของสิ่งต่างๆ ทำให้เกิดปัญญา (Wisdom) ปัญญา นำไปสู่การเปลี่ยนจิตสำนึกกาเรียนแต่เนื้อหาโดยไม่สามารถนำไปปฏิบัติหรือพัฒนาได้ ไม่ถือว่าเป็นความรู้อย่างแท้จริง วิธีการได้มาซึ่งความรู้ต้องสอนวิธีคิด วิธีตรวจสอบความรู้ ซึ่งก็คือวิธีวิจัย ดังนั้น สิ่งที่สำคัญคือ การคิดเป็นและวิธีสร้างความรู้^{๘๑} ส่วนทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ ให้นิยามว่า ความรู้ คือ สารสนเทศที่มีคุณค่าซึ่งมีการนำประสบการณ์ วิจารณ์ญาณ ความคิด ค่านิยม และปัญญาของมนุษย์มาวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการสนับสนุนการทำงานหรือใช้ในการแก้ปัญหา^{๘๒} และโทมัส ให้นิยามความหมายของความรู้ไว้ ๖ ประการดังนี้คือ

๑. ประสบการณ์ (Experience) หมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหรือได้ทำลงไปในอดีตกลายเป็นความรู้ที่พัฒนามากขึ้นตามกาลเวลาโดยผ่านประสบการณ์ที่ได้จากการอ่านหนังสือจากการรับรู้ผ่านการอบรมและการเล่าเรียนอย่างไม่เป็นทางการซึ่งประโยชน์ที่สำคัญของประสบการณ์คือการให้มุมมองประวัติศาสตร์เพื่อนำมาใช้เป็นฐานในการมองและเข้าใจประสบการณ์และเหตุการณ์ใหม่ๆ ให้ความเข้าใจมากขึ้น ดังนั้นความรู้ที่มีฐานมาจากความเข้าใจในเรื่องประสบการณ์จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ

^{๗๙} น้ำทิพย์ วิภาวิน, การจัดการความรู้, วารสารศรีปทุมปริทัศน์, ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๒, (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๔๖), หน้า ๘๕-๙๒.

^{๘๐} พรธิดา วิเชียรปัญญา, การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์, (Knowledge Management), (กรุงเทพมหานคร: ธรรมมถรรณการพิมพ์, ๒๕๔๗), หน้า ๒๑.

^{๘๑} อรศรี งามวิทย์พวงค์, คุยกันเรื่องความคิดกับศาสตราจารย์ นพ.ประเวศ วะสี, (กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกลบอล คิมทอง, ๒๕๔๑), หน้า ๓๙-๔๐.

^{๘๒} ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, องค์การแห่งการเรียนรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: รัตนไตร, ๒๕๔๘), หน้า ๒๑-๒๒.

๒. ข้อเท็จจริงพื้นฐาน (Ground truth) หมายถึงการรู้ว่าอะไรที่นำมาใช้งานได้หรืออะไรที่นำมาใช้ไม่ได้ซึ่งสิ่งสำคัญของประสบการณ์และความจริงพื้นฐานนี้อยู่ภายใต้คำที่เป็นกุญแจสำคัญคือการประเมินผลหลังการกระทำที่เรียกว่าเอเออาร์ (AAR : After Action Review) เพราะการประเมินผลนี้จะนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาการจัดการความรู้ที่สมบูรณ์และอธิบายได้

๓. ความซับซ้อน (Complexity) หมายถึงความสำคัญของประสบการณ์และข้อเท็จจริงในความรู้คือสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่าความสามารถของความรู้นั้นสามารถจะตอบสนองต่อความยุ่งยากที่ซับซ้อนต่างๆได้ความรู้ไม่ใช่โครงสร้างตายตัวที่คงที่ จนไม่ยอมรับสิ่งใดเข้าไปอีกแต่เป็นสิ่งที่สามารถจัดการกับความซับซ้อนได้ด้วยวิธีการที่ซับซ้อนอันเป็นเหตุผลที่สำคัญว่าความรู้เป็นสิ่งที่มีความ

๔. การตัดสินใจ (Judgment) คือความรู้ที่นั้นไม่เหมือนข้อมูลและสารสนเทศตรงที่มีการตัดสินใจอยู่ด้วยความรู้ไม่เพียงตัดสินใจสารสนเทศและสถานการณ์ใหม่ๆเท่านั้น แต่ยังสามารถปรับปรุงและกลั่นกรองตนเองให้เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์และสารสนเทศใหม่ในเรื่องระบบการดำเนินชีวิตการเปลี่ยนแปลงที่มีปฏิกริยาต่อสิ่งแวดล้อม

๕. การเรียนรู้ผิดถูกด้วยตนเอง (Rules of thumb and intuition) การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง (กฎเกณฑ์เชิงปฏิบัติและสัญชาตญาณ) เป็นองค์ความรู้ที่พัฒนาขึ้นจากการลองผิดลองถูก การสั่งสมประสบการณ์ และการสังเกตเป็นเวลานาน ซึ่งเป็นแนวทางลัดที่ยืดหยุ่นสำหรับผู้มีประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาเชิงปฏิบัติ

๖. ค่านิยมกับความเชื่อ (Values and beliefs) ความจริงที่เกิดขึ้นในส่วนนี้คือค่านิยมและความเชื่อของบุคคลมีอิทธิพลต่อความรู้ในองค์กรเพราะการคิดและการแสดงออกของคนในองค์กรเกิดจากการคำพูดและการกระทำ ซึ่งประวัติเหล่านี้จะแสดงออกถึงค่านิยมและความเชื่อขององค์กรเช่นนั้นค่านิยมและความเชื่อจึงนำมาซึ่งความรู้ที่สมบูรณ์ในการกำหนดว่าเขาเห็นอะไรชิมซิมอะไรและได้อะไรจากสิ่งที่เห็นซึ่งแต่ละคนรับรู้และมองสิ่งเหล่านั้นในมุมมองที่แตกต่างกันทำให้นำมาจัดระเบียบความรู้ตามค่านิยมและความเชื่อที่ตนมี^{๘๓}

ดังนั้น ความหมายของความรู้ที่เป็นบาทฐานต่อการจัดการความรู้ คือ การผสมผสานขององค์ประกอบของความรู้ได้แก่ ประสบการณ์ ข้อเท็จจริงพื้นฐาน ความซับซ้อน การตัดสินใจ การเรียนรู้ผิดถูกด้วยตนเอง ค่านิยมและความเชื่อ รวมทั้งคุณค่า ความรอบรู้ในเนื้อหาสาระสารสนเทศและความเชี่ยวชาญที่ทำให้กรอบการทำงานมีการประเมินและเกิดการรวมเข้ากับประสบการณ์และสารสนเทศใหม่เพื่อนำไปสนับสนุนทำให้ศักยภาพความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคคลเพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

^{๘๓} Thomas H. Davenport, and Laurence Prusak, **Working Knowledge: How Organization Manage What They Know**, ๒nd edition, (Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, ๒๐๐๐), pp. ๑๑-๑๙.

๒.๖ แนวคิดการมีส่วนร่วมของวัดและชุมชน

จากการทบทวนเอกสารจากหนังสือ ตำรา และนักวิชาการได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับแนวคิดการมีส่วนร่วม เพื่อการขับเคลื่อนและพัฒนาชุมชนมีรายละเอียด ดังนี้

๒.๖.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมนับเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาในทุกระดับเป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลทุกระดับร่วมคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจ การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การติดตามประเมินผลในกิจกรรมเป็นการสร้าง ปลุกฝังจิตสำนึกในความรับผิดชอบกิจกรรมและโครงการ ได้มีนักวิชาการ/แหล่งข้อมูลต่างๆ ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม ดังนี้

การมีส่วนร่วมของบุคคลจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องและการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องจะส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อหน่วยงานและภารกิจที่ตนเองมีส่วนร่วม^{๘๔}

การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ปัจเจกบุคคลที่ดี กลุ่มคนหรือองค์กรประชาชนได้อาสาเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การดำเนินโครงการ การแบ่งปันผลประโยชน์ และการประเมินผลโครงการพัฒนาด้วยความสมัครใจ โดยปราศจากข้อกำหนดที่มาจากบุคคลภายนอกและเป็นไปเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกในชุมชน รวมทั้งที่อำนาจอิสระในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนาให้กับสมาชิกด้วยความพึงพอใจ และผู้เข้ามามีส่วนร่วมมีความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการด้วย^{๘๕}

การมีส่วนร่วม (Participation) เป็นวิธีการที่ผู้นำสามารถนำมาปรับใช้ในการจูงใจและสร้างขวัญกำลังใจให้แก่บุคลากรเป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยให้มีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น มีลักษณะเป็นกระบวนการที่จะทำให้พนักงานมีสิทธิมีเสียงในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับงานของตน บุคลากรที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจอาจมีความผูกพันในการทำงานยิ่งกว่าการเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเท่านั้น ยิ่งไปกว่านั้นการเข้าไปมีส่วนร่วมจะทำให้บุคลากรเกิดทัศนคติต่อการบริหารงานขององค์กรดีขึ้น ส่งผลให้บุคคลเกิดความพอใจในการทำงานและมีแรงจูงใจที่จะมุ่งสู่ความสำเร็จในชีวิตการทำงานตลอดจนทำให้เขาได้รับการยอมรับ (Recognition) มีความรับผิดชอบ (Responsibility) และเกิดความนับถือตนเองมากขึ้น (Self-esteem) นอกจากนี้ยังพบว่าการมีส่วนร่วมของบุคลากรส่งผลให้เขามีความชัดเจนในความคาดหวังมากยิ่งขึ้น กล่าวคือการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจจะทำให้บุคลากรเกิดความเข้าใจการทำงานและการบริหารงานในองค์กรได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งจะเชื่อมโยงไปสู่ความเข้าใจในการทำงานกับระบบรางวัลได้ดีขึ้น^{๘๖}

^{๘๔} เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์, “หน่วยที่ ๗ ปัญหาและแนวโน้มเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารการศึกษา”, ใน *ประมวลสาระชุดวิชาสัมมนาปัญหาและแนวโน้มทางการบริหารการศึกษา*, (นนทบุรี: สาขาวิชาศึกษาศาสตร์: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๒), หน้า ๔๑.

^{๘๕} เสาวนิตย์ ชัยมุสิก, *การบริหารโรงเรียนเป็นฐานเพื่อการประกันคุณภาพการศึกษา*, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บุคพอยท์, ๒๕๔๒), หน้า ๔๑.

^{๘๖} โกวิท พวงงาม, *คู่มือมิติใหม่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: ผู้บริหารท้องถิ่นที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน*, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เสมอธรรม, ๒๕๔๗), หน้า ๒๑.

กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นกระบวนการสื่อสารสองทางที่มีเป้าหมายโดยรวมเพื่อที่จะให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้น และได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชนซึ่งเป้าหมายของกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ก็คือทำให้ข้อมูลต่อสาธารณชนและให้สาธารณชนแสดงความคิดเห็นต่อโครงการที่นำเสนอหรือนโยบายรัฐ และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาเพื่อหาทางออกที่ดีที่สุดสำหรับทุกๆ คน^{๘๗}

การมีส่วนร่วมของประชาชนยังจัดเป็นรูปแบบหนึ่งของแนวความคิดในการกระจายอำนาจจากส่วนกลางมาสู่ส่วนท้องถิ่น เพราะประชาชนในท้องถิ่น คือ ผู้ที่รู้ปัญหาและความต้องการของท้องถิ่นตนเองดีกว่าผู้อื่น การมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเป็นการเปิดกว้างในความคิดเห็นโดยการสื่อสารสองทางในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประชาชน ซึ่งในแต่ละประเด็นนั้นไม่สามารถใช้เกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่งมาตัดสินใจได้เหมือนกัน

การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) เป็นการกระจายโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองและการบริหารเกี่ยวกับการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ รวมทั้งการจัดสรรทรัพยากรของชุมชนและของชาติ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนโดยการให้ข้อมูล แสดงความคิดเห็น ให้คำแนะนำปรึกษา ร่วมวางแผนและร่วมปฏิบัติ ตลอดจนการควบคุมโดยตรงจากประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ โดยนำความคิดเห็นเหล่านั้นไปประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายและการตัดสินใจของรัฐ กระบวนการนี้เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ทั้งในรูปแบบทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งครอบคลุมทั้งการแบ่งปันข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการเสริมสร้างความสามัคคีในสังคม ทั้งนี้ เพราะการมีส่วนร่วมของประชาชนช่วยเพิ่มคุณภาพในการตัดสินใจ ลดค่าใช้จ่ายและเวลาที่สูญเสีย อีกทั้งยังช่วยสร้างฉันทามติ ซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติได้ง่ายขึ้น หลีกเลี่ยงความขัดแย้งรุนแรง เสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความชอบธรรม รวมถึงช่วยให้เข้าใจความกังวลและค่านิยมของสาธารณชน และเป็นการพัฒนาความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์ของพวกเขาด้วย^{๘๘}

การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นเงื่อนไขหลักของระบบประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม และยิ่งจะช่วยให้กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาและโครงการต่างๆ ของรัฐบาลเป็นไปด้วยความรอบคอบ ลดความขัดแย้งในสังคม และบังเกิดประโยชน์สูงสุดทั้งแก่ชุมชน และประเทศชาติ ทำให้คุณภาพของการตัดสินใจดีขึ้น

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐ ได้มีเจตนารมณ์ชัดเจนในการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน อันเป็นการต่อเนื่องจากรัฐธรรมนูญฉบับก่อน ที่มีการบัญญัติเรื่องการมีส่วนร่วมไว้ในหลายมาตรา โดยให้ประชาชนทุกภาคส่วนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทางนโยบาย และให้มีการมีส่วนร่วมในระดับที่เริ่มตั้งแต่การริเริ่มกฎหมาย การรับรู้ข้อมูล

^{๘๗} Creighton (เจมส์ แอล เครตัน), *คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการตัดสินใจของชุมชน*, แปลโดย ศ.นพ.วันชัย วัฒนศัพท์, (นนทบุรี: ศูนย์สันติวิธีเพื่อการพัฒนาประชาธิปไตย, ๒๕๔๓), หน้า ๑๙.

^{๘๘} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๕-๒๘.

ข่าวสารต่างๆ การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นปรึกษาหารือ ร่วมคิดร่วมตัดสินใจ ติดตามตรวจสอบ ถอดถอนผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง^{๘๙}

การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) ในที่นี้หมายถึง การที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเปิดให้ประชาชนเข้าไปร่วมในการกำหนดกฎเกณฑ์นโยบาย กระบวนการบริหาร และตัดสินใจของท้องถิ่น เพื่อผลประโยชน์ของประชาชนโดยส่วนรวมอย่างแท้จริง ทั้งนี้ต้องอยู่บนพื้นฐานของการที่ประชาชนจะต้องมีอิสระทางความคิด มีความรู้ความสามารถในการกระทำ และมีความเต็มใจที่จะเข้าร่วมต่อกิจกรรมนั้นๆ โดยหลักการการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีลักษณะการเข้าร่วมอย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นจนถึงสิ้นสุด ไม่ใช่เป็นการจัดเวทีการมีส่วนร่วมครั้งเดียว^{๙๐}

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา มีดังนี้^{๙๑}

๑. ร่วมทำการศึกษาค้นคว้าปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนตลอดจนความต้องการของชุมชน

๒. ร่วมคิดหาและสร้างรูปแบบ รวมทั้งวิธีการพัฒนาเพื่อแก้ไข และลดปัญหาของชุมชน หรือเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน หรือสนองความต้องการของชุมชน

๓. ร่วมวางนโยบาย หรือแผนงาน หรือโครงการ หรือกิจกรรมเพื่อจัดและแก้ไขปัญหารวมทั้งสนองความต้องการของชุมชน

๔. ร่วมตัดสินใจการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

๕. ร่วมจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๖. ร่วมลงทุนในกิจกรรมโครงการของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเองและหน่วยงาน

๗. ร่วมปฏิบัติตามนโยบายแผนงานโครงการและกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมาย

๘. ร่วมควบคุมติดตามประเมินผลและร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำได้โดยเอกชนและรัฐบาลให้ได้ประโยชน์ได้ตลอดไป

สรุปได้ว่า ความหมายของการมีส่วนร่วม คือ การเข้าไปมีส่วนร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง อาจเป็นการเข้าร่วมแบบทางตรงหรือทางอ้อมก็ได้ และยังเป็นวิธีการที่ผู้นำสามารถนำมาปรับใช้ในการจูงใจ และสร้างขวัญกำลังใจให้แก่บุคลากร เป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยให้มีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น การเข้าไปมีส่วนร่วมยังทำให้บุคลากรเกิดทัศนคติต่อการบริหารงานขององค์กรดีขึ้น ส่งผลให้บุคคลเกิดความพอใจในการทำงาน เกิดความผูกพันต่อหน่วยงานและภารกิจที่ตนเองมีส่วนร่วมมีแรงใจที่จะมุ่งสู่ความสำเร็จในชีวิตการทำงานลักษณะของการมีส่วนร่วม

^{๘๙} ถวิลวดี บุรีกุล, พลวัตการมีส่วนร่วมของประชาชน: จากอดีต จนถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ.พี. กราฟิค ดีไซน์และการพิมพ์ จำกัด, ๒๕๕๒), หน้า V.

^{๙๐} อรทัย ก๊กผล, คู่คิด คู่มือ การมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับผู้บริหารท้องถิ่น, (กรุงเทพมหานคร: ส เจริญ การพิมพ์, ๒๕๕๒), หน้า ๑๘-๑๙.

^{๙๑} ไพรัตน์ เดชะรินทร์, การบริหารการพัฒนาชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๗, หน้า ๗.

๒.๖.๒ ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

นักวิชาการ/แหล่งข้อมูลได้จำแนกทฤษฎีการมีส่วนร่วมออกเป็น ๒ กลุ่มใหญ่ ได้แก่ ๑. ทฤษฎีความเป็นผู้แทน (Representative) ทฤษฎีนี้เน้นความเป็นผู้แทนของผู้นำและถือว่าการมีส่วนร่วมในการเลือกตั้งหรือถอดถอนผู้นำ เป็นเครื่องหมายของการที่จะให้หลักประกันกับการบริหารงานที่ดี อย่างไรก็ตามทฤษฎีนี้ เน้นเฉพาะการวางโครงสร้างสถาบัน เพื่อเป็นเครื่องมือในการให้ผู้ตามเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจขององค์กรอย่างแท้จริง ผู้ที่มีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการตัดสินใจ ได้แก่ บรรดาผู้นำต่างๆ ที่เสนอตัวเข้ามาสมัครรับเลือกตั้ง ส่วนผู้ตามนั้นเป็นเพียงไม้ประดับเท่านั้น ๒. ทฤษฎีประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Democracy) ทฤษฎีนี้การมีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์ไม่เฉพาะแค่การเข้าไปพิจารณาเลือกตั้ง หรือถอดถอนผู้นำเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการวางนโยบาย ยิ่งกว่านั้น ทฤษฎีนี้ยังมองการมีส่วนร่วมเป็นการให้การศึกษา และพัฒนาการกระทำทางการเมืองและสังคมที่มีความรับผิดชอบนั้นคือการไม่ยอมให้มีส่วนร่วมที่นับว่าเป็นการคุกคามต่อเสรีภาพของผู้ตาม^{๑๒}

ทั้งนี้การมีส่วนร่วมเกิดขึ้นมาก่อนการปฏิวัติอุตสาหกรรม ซึ่งในช่วงปลายศตวรรษที่ ๑๙ การผลิตสินค้าต่างๆ เป็นการผลิตด้วยมือในครอบครัวหรือในโรงงานขนาดเล็ก ต่อมาการพัฒนาอุตสาหกรรมทำให้มีการนำเครื่องจักรมาช่วยในการผลิตโดยเฉพาะแนวคิดเชิงความสัมพันธ์ของมนุษย์ (Human Relations Approach) เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานในองค์การเป็นปัจจัยที่ทำให้การทำงานขององค์การดำเนินไปอย่างราบรื่น โดยเห็นว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้พนักงานสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน รูปแบบการสื่อสารนอกจากจะเป็นแนวดิ่งจากบนลงล่างแล้ว ยังเป็นแนวระนาบระหว่างพนักงานด้วยแนวคิดเหล่านี้รวมถึงการศึกษาของฮอว์ธอร์น ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์ของมาสโลว์ ทฤษฎีปัจจัยภูมิกัมกันและจิตใจของเฮอริชเบิร์ก และทฤษฎีเอ็กซ์และทฤษฎีวายของ แม็คเกรเกอร์ แนวคิดต่อมาให้ความสำคัญกับพนักงานในองค์การมากขึ้นโดยมองว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าขององค์การ แนวคิดนี้เรียกว่าแนวคิดเชิงทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Approach) ขณะที่การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการองค์การเพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ รูปแบบการสื่อสารในแนวคิดนี้เกิดขึ้นได้ทุกทิศทางและทุกรูปแบบ แนวคิดนี้รวมถึงแนวคิดกรอบวงจรในการบริหารของเบลคและมูตัน ระบบการบริหารของไลเคิร์ตแบบที่ ๔ และทฤษฎี Z ของอูชิ และให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงในระบบย่อยหนึ่งๆ อื่น ๆ จะส่งผลกระทบต่อระบบย่อยอื่นๆ และระบบใหญ่ในที่สุด นอกจากนั้น องค์การยังมีวัฒนธรรมของตนเองซึ่งประกอบขึ้นมาจากวัฒนธรรมย่อยของพนักงานและระบบย่อยต่างๆ

หลักของการมีส่วนร่วมในความหมายของการบริหารจัดการจะมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับ “การตัดสินใจ” นั่นคือ การมีส่วนร่วมนั้นๆ ได้นำไปสู่การตัดสินใจใด ๆ อย่างมีคุณค่าและอย่างชอบธรรมหรือไม่ ซึ่งในภาษาอังกฤษจะใช้คำว่า “Meaningful Participations” คือ การมีส่วนร่วมนั้นๆ ทำขึ้นหรือวางระบบขึ้น ไม่ใช่เพียงเพื่อว่าได้จัดทำให้มีแล้วเท่านั้น แต่การมีส่วนร่วมนั้นๆ ได้นำไปสู่การพิจารณา ตัดสินใจ หากสมเหตุสมผล ต้องมีความชอบธรรมก็นำไปปฏิบัติ หากผู้มีอำนาจ

^{๑๒} ดิน ปรัชญพฤกษ์, ภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมพฤติกรรมในองค์การหน่วยที่ ๒, (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๓), หน้า ๖๔๒ - ๖๔๓.

คิดว่าไม่เหมาะสมก็จะต้องอธิบายได้โดยมีมาตรฐานแห่งความชอบธรรม (Legitimacy) ในการตัดสินใจนั้นๆ ที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับได้ ที่อาจจะขัดกับผลของการมีส่วนร่วม^{๙๓}

การมีส่วนร่วมของประชาชน (People Participation) เป็นหัวใจของการพัฒนาชุมชน โดยเป็นทางรัฐศาสตร์ในเรื่องของการปกครองตนเอง (Self-government) คือ ต้องการให้ประชาชนได้เข้าไปตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ของชุมชนด้วยตนเอง ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทุกๆ แขนง โดยโคเฮนและอ็พฮอฟฟ์ ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมไว้กล่าวคือ การมีส่วนร่วมโดยทั่วไปหมายถึง การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการตัดสินใจ (Decision Making) แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าจะเป็นการตัดสินใจเพียงอย่างเดียว ใช้การตัดสินใจควบคู่ไปกับขั้นตอนการปฏิบัติการ (Implementation) ด้วย เช่น ในการจัดองค์กร การกำหนดกิจกรรมพัฒนา เป็นต้น การตัดสินใจยังมีความเกี่ยวข้องกับประชาชนในเรื่องของผลประโยชน์ (Benefit) และการประเมินผล (Evaluation) ในกิจกรรมการพัฒนาด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่าการตัดสินใจนั้นเกี่ยวข้องเกือบโดยตรงกับการปฏิบัติการ แต่ก็เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์และการประเมินผลด้วยเหมือนกัน โดยที่ผลประโยชน์นั้นเป็นผลมาจากการปฏิบัติการ และผลประโยชน์ก็จะมาเป็นตัวกำหนดให้มีการประเมินผล ซึ่งต่างก็ได้รับผลมาจากขั้นตอนการตัดสินใจแล้วทั้งสิ้นนั่นเอง นอกจากนี้ก็จะมีผลสะท้อนกลับ (Feed - back) จากการประเมินผลและการปฏิบัติการกลับไปสู่การตัดสินใจอีกด้วย

สรุปแนวความคิดของโคเฮน และอ็พฮอฟฟ์นี้ จะเห็นได้ว่า การมีส่วนร่วมมี ๔ ขั้นตอน คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ทุกขั้นตอนมีความสัมพันธ์กัน โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมที่ขั้นตอนการตัดสินใจเป็นประการสำคัญ ซึ่งในแนวทางการมีส่วนร่วมนี้มุ่งให้ ประชาชนเป็นผู้คิดค้นปัญหา เป็นผู้ที่มีบทบาทในทุกๆ เรื่อง ไม่ใช่ที่กำหนดให้ประชาชนปฏิบัติตามในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ทุกอย่างต้องเป็นเรื่องของประชาชนที่จะคิดขึ้นมา^{๙๔}

การมีส่วนร่วมเป็นหัวใจสำคัญของแนวคิดเกี่ยวกับประชาธิปไตย ทั้งนี้ เพราะหลักเบื้องต้นของการมีส่วนร่วมคือ ถ้าการตัดสินใจใดก็ตามส่งผลกระทบต่อบุคคลต่างๆ บุคคลเหล่านั้นควรจะเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจนั้น หมายความว่า หลักการนี้ตั้งอยู่บนความคิดที่ว่าบุคคลแต่ละคนย่อมทราบดีว่าตนต้องการอะไร เพราะฉะนั้นการที่เหตุการณ์ใดก็ตามจะส่งผลกระทบต่อบุคคลหนึ่ง บุคคลนั้นย่อมจะทราบว่าเขาต้องการหรือไม่ ต้องการอะไรบ้างที่จะเกิดขึ้นกับตัวเอง ดังนั้น เพื่อความยุติธรรมบุคคลนั้นควรที่จะต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดให้เหตุการณ์นั้นเป็นไปอย่างที่เขาต้องการเพื่อให้ผลที่ตามมาเป็นไปตามที่เขาต้องการ

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในฐานะที่เป็นสาระสำคัญต่อความสำเร็จของการพัฒนาไม่ว่าจะเป็นทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมหรือในด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นระดับ นานาชาติ

^{๙๓} สนธยา พลศรี, ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ โอ เอส พรินต์ติ้ง เฮ้าส์, ๒๕๓๓), หน้า ๑๖๓.

^{๙๔} อคิน รพีพัฒน์, การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและ วัฒนธรรมไทย, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์นโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๒๗), หน้า ๓๒๐.

ระดับชาติ ระดับท้องถิ่นและระดับชุมชนที่ดี มิใช่ของใหม่ แต่เป็นเรื่องที่พยายามทำกันมาหลายทศวรรษแล้ว^{๔๕}

การมีส่วนร่วมเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ (Mental and Emotion Involvement) ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม (Group Situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้ (Contribution) บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย และการมีส่วนร่วมนั้นจะต้องมีเงื่อนไขที่สำคัญอย่างน้อย ๓ ประการ คือ

๑. ประชาชนจะต้องมีอิสรภาพที่จะมีส่วนร่วม
๒. ประชาชนมีความสามารถที่จะมีส่วนร่วม
๓. ประชาชนต้องเต็มใจต่อการมีส่วนร่วม^{๔๖}

การมีส่วนร่วมเป็นการที่ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องโดยการใช้ความพยายามหรือใช้ทรัพยากรในส่วนของตนต่อกิจกรรมซึ่งมุ่งสู่การพัฒนาชุมชน โดยการมีส่วนร่วมต้องมีองค์ประกอบดังนี้

๑. ประชาชนเข้าเกี่ยวข้องในกิจกรรมการพัฒนา

๒. ผู้เข้าร่วมได้ใช้ความพยายามบางอย่างส่วนตัวเช่น ความคิด ความรู้ ความสามารถ แรงงานหรือทรัพยากรบางอย่าง เช่น เงินและวัสดุในกิจกรรมพัฒนาและได้ขยายความหมายของการมีส่วนร่วมว่า ต้องครอบคลุมในประเด็นดังต่อไปนี้

๒.๑ การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น ครอบคลุมถึงการสร้างโอกาสที่เอื้อหรือเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคน และสังคมได้ร่วมกิจกรรมนำไปสู่การพัฒนา และทำให้ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเท่าเทียมกัน

๒.๒ การมีส่วนร่วมของประชาชนสะท้อนการเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยความสมัครใจเป็นประชาธิปไตยในการตัดสินใจเพื่อกำหนดนโยบาย การวางแผนและดำเนินโครงการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและการแบ่งสรรผลประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนาการพิจารณาในมิติดังกล่าว การมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเป็นการเชื่อมระหว่างส่วนที่ประชาชนลงทุน (แรงงานและทรัพยากร) เพื่อการพัฒนา กับประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุน

๒.๓ การมีส่วนร่วมของประชาชน อาจแตกต่างกันไปตามสภาพโครงสร้างการบริหาร นโยบายและลักษณะเศรษฐกิจ สังคมของประชาชน การมีส่วนร่วมของประชาชนมิได้เป็นเพียงเทคนิควิธีการแต่เป็นปัจจัยสำคัญในการประกันให้เกิดการพัฒนาที่มุ่งประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุน^{๔๗}

^{๔๕} ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์, การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๒๗), หน้า ๑๑๗.

^{๔๖} นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์, นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจุบัน, (กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภากการพิมพ์, ๒๕๓๑), หน้า ๑๘๓.

^{๔๗} ปรีชญา เวสารัชช์, “การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อชุมชน”, รายงานวิจัย, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๘), หน้า ๓-๕.

การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ เช่น การร่วมกันค้นหาปัญหา การวางแผนการตัดสินใจ การระดมทรัพยากรและเทคโนโลยีท้องถิ่น การบริหารจัดการ การติดตามประเมินผล รวมถึงการรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ โดยที่โครงการพัฒนาดังกล่าวจะต้องมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน ส่วนการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้นสามารถจำแนกได้เป็นสองประเภทคือ

๑. การส่งเสริมสิทธิและพลังอำนาจของพลเมือง โดยประชาชนหรือชุมชน เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่ม ควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรของชุมชน อันจะก่อให้เกิดกระบวนการและโครงสร้างที่ประชาชนในชนบทสามารถแสดงออกซึ่งความสามารถของตน และได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา

๒. การเปลี่ยนแปลงกลไกการพัฒนาโดยรัฐ มาเป็นการพัฒนาที่ประชาชนมีบทบาทหลัก โดยการกระจายอำนาจในการวางแผนจากส่วนกลางมาสู่ส่วนภูมิภาค เพื่อให้ภูมิภาคมีลักษณะเป็นเอกเทศ ให้มีอำนาจทางการเมือง การบริหาร มีอำนาจต่อรองในการจัดการทรัพยากรโดยอยู่ในมาตรฐานเดียวกันและประชาชนสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นการคืนอำนาจในการพัฒนาให้แก่ประชาชนเพื่อให้มีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตของตนเอง”^{๙๘}

การมีส่วนร่วมของประชาชนอาจจะตีกรอบได้แตกต่างกัน แต่เดิมนั้นรัฐมักจะมองในแง่การมีส่วนร่วมสมทบแรงงาน วัสดุ เงิน ร่วมคิด ร่วมวางแผนและร่วมบำรุงรักษามากกว่าร่วมสมทบด้านวัตถุและเงินแม้ว่าจะยังจำเป็นอยู่ก็ตาม โดยภาพรวมก็ยังเน้นว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนานั้นจะต้องเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

๑. ร่วมศึกษา ปัญหา สาเหตุของปัญหาและความต้องการของชุมชน
๒. ร่วมคิดสร้างรูปแบบการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาเพื่อสนองความต้องการของชุมชน
๓. ร่วมกำหนดทิศทาง แผนงานโครงการหรือกิจกรรม
๔. ร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
๕. ร่วมบริหารงานพัฒนาทั้งสติปัญญา แรงงานและทุนตามขีดความสามารถ”^{๙๙}

การมีส่วนร่วม หมายถึง การให้ความร่วมมือด้วยความตั้งใจและสมัครใจโดยไม่ถูกบีบบังคับขู่เข็ญ ซึ่งกระบวนการความร่วมมือนั้นต้องประกอบด้วย

๑. การเข้าร่วมในการตัดสินใจและตกลงใจ
๒. การเข้าร่วมในการดำเนินงานของแผนและโครงการ
๓. การเข้าร่วมในการติดตามและประเมินผลโครงการ

^{๙๘} ปาริชาติ วลัยเสถียร, **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**, (กรุงเทพมหานคร: คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๑), หน้า ๑๓๘ - ๑๓๙.

^{๙๙} ไพรัตน์ เดชะรินทร์, **ทบทวนการพัฒนาชนบทไทย**, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ดี แอนด์ เอส, ๒๕๓๒), หน้า ๑๕.

๔. การเข้าร่วมในการรับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วม”^{๑๐๐}

มีความเห็นที่สอดคล้องใกล้เคียงกันว่า “การมีส่วนร่วม หมายถึง สิทธิของประชาชนต่อการตัดสินใจนโยบายที่เกี่ยวกับการจัดสรร (Allocation) และการใช้ประโยชน์ (Utilization) ของทรัพยากรเพื่อการผลิต ซึ่งเป็นความจำเป็นที่ประชาชนต้องเข้าร่วมในการวางแผน เพื่อการกินดีอยู่ดี และสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่เข้าถึงซึ่งการพัฒนาให้คนจน ได้รับประโยชน์เพื่อการผลิต การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะด้วย และการมีส่วนร่วมคือการที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนในการตัดสินใจในระดับต่างๆ ทางการจัดการบริการทางการเมือง เพื่อกำหนดความต้องการของชุมชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนก่อให้เกิดกระบวนการ และโครงสร้างที่ประชาชนสามารถที่จะแสดงออก ซึ่งความต้องการของตน การจัดลำดับความสำคัญ การเข้าร่วมในการพัฒนา และได้รับประโยชน์จากการพัฒนานั้นโดยเน้นการให้อำนาจในการตัดสินใจแก่ประชาชนในชนบท และเป็นกระบวนการกระทำที่ประชาชนมีความสมัครใจเข้ามามีส่วนในการกำหนดการเปลี่ยนแปลงเพื่อประชาชนเอง โดยให้ประชาชนได้มีส่วนในการตัดสินใจเพื่อตนเอง ทั้งนี้โดยมิใช่การกำหนดกรอบความคิดจากบุคคลภายนอก ตามนิยามที่กล่าวถึงนี้ การมีส่วนร่วมทางของประชาชน ในฐานะสมาชิกของสังคม ไม่ว่าจะในบริบทของการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ การเมืองหรือวัฒนธรรม ย่อมเป็นสิ่งที่แสดงออกให้เห็นถึงพัฒนาการรับรู้ และภูมิปัญญาในการกำหนดชีวิตของตนเองอย่างเป็นตัวของตนเอง ในการจัดการควบคุมการใช้ และการกระจายทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรี”^{๑๐๑}

ความหมายของการมีส่วนร่วมที่เน้นในรูปกลุ่มหรือองค์กร หรือชุมชนไว้ว่า หมายถึง การที่ปัจเจกบุคคล กลุ่มหรือชุมชน มีความเห็นพ้องต้องกันในเรื่องที่มีผลกระทบใดๆ ต่อการดำเนินชีวิตของตนเอง แล้วมีการแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของตน จนมาสู่การตัดสินใจกระทำการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้นๆ มีความร่วมมือและรับผิดชอบในกิจกรรมการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยในขั้นตอนต่างๆ ของการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ มีกลุ่มหรือองค์กรชุมชนรองรับ ประชาชนที่เข้าร่วมมีการพัฒนาภูมิปัญญา และการรับรู้สามารถคิดวิเคราะห์ และตัดสินใจเพื่อกำหนดการดำเนินชีวิตของตนเองได้ ประชาชนหรือชุมชนได้พัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคม ตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกของสังคม^{๑๐๒}

ลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นประกอบด้วย

๑. ร่วมประชุม

^{๑๐๐} ชาญชัย ศิลปะอวยชัย และคณะ, “ความต้องการมีส่วนร่วมจัดการศึกษาในท้องถิ่นของสมาชิกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดแพร่”, รายงานการวิจัย, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยนเรศวร, ๒๕๕๒), หน้า ๑๐.

^{๑๐๑} ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์, การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๒๗), หน้า ๒.

^{๑๐๒} ทศพล กฤตยพิสิฐ, “การมีส่วนร่วมของกำนันผู้ใหญ่บ้านเขตหนองจอกที่มีโครงการ / กิจกรรมการพัฒนาตามแนวทาง บวร และบรม เพื่อสร้างอุดมการณ์แผ่นดินธรรมแผ่นดินทอง”, วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๘).

๒. ร่วมออกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
๓. ร่วมในการตีปัญหาให้กระจ่าง
๔. ร่วมในการออกเสียงสนับสนุนหรือคัดค้านปัญหา
๕. ร่วมในการออกเสียงเลือกตั้ง
๖. ร่วมในการบริจาคเงิน
๗. ร่วมในการบริจาควัตถุ
๘. ร่วมช่วยเหลือด้านแรงงาน
๙. ร่วมในการใช้โครงการที่เป็นประโยชน์ให้ถูกต้อง
๑๐. ร่วมช่วยเหลือในการรักษาโครงการ
๑๑. ร่วมในการทำงานและเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลง^{๑๐๓}

แนวการพิจารณารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาใน ๒ ลักษณะ ประกอบด้วย

๑. รูปแบบของการมีส่วนร่วม อาทิเช่น เป็นการเข้าร่วมกิจกรรม เพราะเกรงใจใครหรือ ถูกบังคับเข้ามาทำงาน เพราะมีสิ่งจูงใจเฉพาะหน้า เช่น ถ้ามาช่วยขุดดินสร้างเขื่อน จะได้รับของแจก เช่น ปลาซาร์ตินคนละกระป๋อง หรือเข้ามามีส่วนร่วม โดยเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรมนั้น และอยากเข้ามาร่วมทำ เพราะเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่จะก่อประโยชน์ระยะยาวให้กับตนเอง

๒. ช่วงจังหวะที่คนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม ในงานที่รัฐบาลจัดขึ้น เช่น โครงการสร้างงานในชนบทที่เคยทำด้วยกัน สามารถแบ่งการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นการค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา ตลอดจนแนวทางแก้ไข การตัดสินใจเลือกแนวทางการวางแผนพัฒนา เพื่อแก้ไขปัญหา การปฏิบัติงานในกิจกรรมพัฒนาตามแผนการประเมินผลงานกิจกรรมการลงทุนในกิจกรรมโครงการของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเองและหน่วยงานที่ร่วมปฏิบัติตามนโยบายแผนงานโครงการและกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ร่วมควบคุม ติดตามประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำไว้ทั้งนี้โดยเอกชนและรัฐบาลได้ให้ใช้ประโยชน์ตลอดปี^{๑๐๔}

กระบวนการมีส่วนร่วมตามขั้นตอนการพัฒนา ซึ่งเป็นการวัดเชิงคุณภาพออกเป็น ๕ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การมีส่วนร่วมในขั้นการริเริ่มการพัฒนา ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา และสาเหตุของปัญหาภายในชุมชนตลอดจนมีส่วนร่วมในการกำหนดความต้องการของชุมชน และมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการด้วย

ขั้นตอนที่ ๒ การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการวางแผนการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการ กำหนดวิธีการและแนวทางการดำเนินงานตลอดจนกำหนดทรัพยากร และแหล่งทรัพยากรที่จะใช้

^{๑๐๓} อภรณ์พันธ์ จันทร์สว่าง, การพัฒนาบุคคล กลุ่มและชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๔), หน้า ๔๖.

^{๑๐๔} อคิน รพีพัฒน์, การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทย, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์นโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๒๗), หน้า ๑๐๑.

ขั้นตอนที่ ๓ การมีส่วนร่วมในขั้นการดำเนินการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ โดยการสนับสนุนทรัพยากร วัสดุอุปกรณ์ และแรงงาน หรือเข้าร่วมบริหารงาน ประสานงาน และการดำเนินการขอความช่วยเหลือจากภายนอก

ขั้นตอนที่ ๔ การมีส่วนร่วมในขั้นการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วม ในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการพัฒนา หรือยอมรับผลประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งด้านวัตถุและจิตใจ

ขั้นตอนที่ ๕ การมีส่วนร่วมในขั้นประเมินผลการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้าร่วมประเมินว่า การพัฒนาที่ได้กระทำไปแล้วนั้นสำเร็จตามวัตถุประสงค์เพียงใด ซึ่งในการประเมินอาจปรากฏในรูปของการประเมินย่อย เป็นการประเมินผลการหน้าเป็นระยะ ๆ หรือกระทำในรูปของการประเมินผลรวม ซึ่งเป็นการประเมินผลสรุปรวบยอด

ในกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา การตัดสินใจ เป็นส่วนสำคัญที่จะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้กระทำการตัดสินใจ ในการดำเนินกิจกรรมพัฒนา จึงจะถือว่าเป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง เพราะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพของประชาชน/องค์กรชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถกำหนดความต้องการที่แท้จริงในการแก้ปัญหาของชุมชนด้วยตนเองได้ ทั้งนี้ ในทางปฏิบัตินั้น ประชาชนอาจไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน เพราะมีข้อจำกัดหลายประการ ลักษณะของการมีส่วนร่วมประกอบด้วย^{๑๐๕}

๑. การมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (Formal-informal Participation)

๑.๑ การมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการ เป็นการมีส่วนร่วมที่ถูกต้องตามระบบขององค์กรซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมตามหน้าที่ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมตามขอบเขตที่องค์กรได้วางนโยบายไว้

๑.๒ การมีส่วนร่วมอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการมีส่วนร่วมที่เกิดขึ้นอย่างไม่มีโครงสร้าง เป็นการร่วมตกลงกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ระหว่างพนักงานในบรรยากาศของความเป็นส่วนตัวมากกว่าลักษณะการมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการ

๒. การมีส่วนร่วมทางตรงและทางอ้อม (Direct-indirect Participation)

๒.๑ การมีส่วนร่วมทางตรง เป็นการมีส่วนร่วมกันโดยตรงที่สมาชิกหรือพนักงานในองค์กรได้มีส่วนร่วมโดยตรงแบบทันที พนักงานแต่ละคนมีสิทธิและโอกาสที่จะแสดงการมีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้อง

๒.๒ การมีส่วนร่วมทางอ้อม เป็นการมีส่วนร่วมของพนักงานโดยผ่านทางตัวแทนพนักงาน

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนชนบท ในรูปกลุ่ม/องค์กรชุมชนนั้น การเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของกลุ่มบุคคลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกขั้นตอนของกระบวนการกลุ่ม

^{๑๐๕} เนตินา โพธิ์ประเสริฐ, "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน : ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท สิทธิผล ๑๙๑๙", วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๑).

๒.๗ แนวคิดทฤษฎีเครือข่าย

เครือข่ายเกิดขึ้นในสังคมไทยมานานแล้วจะเห็นได้จากวิถีชีวิตของชุมชนไทยเป็นแบบอยู่ร่วมกันเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกันในกิจกรรมต่างๆ ต้องพึ่งพาอาศัยกัน มีความสัมพันธ์กันแบบเครือข่ายเพื่อร่วมป้องกันแก้ไขปัญหาหรือเพื่อความอยู่รอดในการดำเนินชีวิต

การสร้างเครือข่าย หมายถึง การทำให้มีการติดต่อ สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้สมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อน ที่ต่างก็มีความเป็นอิสระมากกว่าสร้างการคับค้ำสมาคมแบบพึ่งพิง นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายต้องไม่ใช่การสร้างระบบติดต่อด้วยการเผยแพร่ข่าวสารแบบทางเดียว เช่น การส่งจดหมายข่าวไปให้สมาชิกตามรายชื่อ แต่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันด้วย

เครือข่ายมีแนวความคิดหลายแนวความคิดจึงได้มีผู้ให้ความหมายของเครือข่ายไว้หลายท่านทั้งความหมายที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกัน ดังนี้

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์^{๑๐๖} ได้กล่าวเครือข่ายเป็นการเชื่อมต่อระหว่างมนุษย์กับมนุษย์แล้วขยายผลออกไปเป็นวงกว้างเอื้อให้สังคมพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้นและในการเชื่อมต่อนั้นจะเป็นความสัมพันธ์ย้อนกลับในเชิงบวกที่จะส่งผลให้เกิดพลังทวีคูณเกิดการขยายผลแบบก้าวกระโดดเป็นพลังสร้างสรรค์ที่เปลี่ยนคุณภาพอย่างฉับพลัน โดยเป้าหมายที่ปรารถนาในการสร้างเครือข่ายคือการนำเอาจิตวิญญาณที่สร้างสรรค์เชิงมนุษยมาชักจูงเชื่อมโยงกัน

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (อบอูน)^{๑๐๗} ได้กล่าวว่า เครือข่ายคือสายใยของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีเอกภาพ มีพลังเชื่อมโยงสนับสนุนและเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เช่นเดียวกับเทคโนโลยีที่มีสายใยเชื่อมโยงความสัมพันธ์และการสื่อสารของผู้คนต่างๆ ในสังคมด้วยระบบเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบการสื่อสารผ่านวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ โทรศัพท์ ซึ่งจะมีบทบาทในการสร้างเครือข่ายรูปแบบต่างๆ ที่สมาชิกมารวมกันโดยไม่จำกัดในเรื่องเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ศาสนา เพศ วัยและฐานะทางเศรษฐกิจ

กาญจนา แก้วเทพ ได้ให้ความหมายว่า “เครือข่าย” หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการประสานงานของบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรหลายๆ องค์กรที่ต่างมีทรัพยากรของตนเอง มีเป้าหมาย มีวิธีการทำงาน และกลุ่มเป้าหมายของตนเอง บุคคลหรือกลุ่มเหล่านี้ได้มาประสานงานกันมีระยะเวลาอันพอสมควร แม้อาจจะไม่มีกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอก็ตาม แต่ก็มี การวางรากฐานเอาไว้ (เปรียบเสมือนมีการต่อสายโทรศัพท์เอาไว้) เมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีความต้องการที่จะขอความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มอื่นๆ เพื่อแก้ปัญหาที่สามารถติดต่อไปได้ในการเข้าร่วมเป็นองค์กร

^{๑๐๖} ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์, *สื่อสารกับสังคมเครือข่าย*, ในเอกสารประกอบการฝึกอบรมหลักสูตร ๓ “การสร้างเครือข่ายที่มีพลัง” สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.(กรุงเทพฯ: สถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม, ๒๕๔๖).

^{๑๐๗} พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (อบอูน) และปาริชาติ วลัยเสถียร, *เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ*, (กรุงเทพฯ : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข, ๒๕๔๗) หน้า ๓๗-๓๘.

เครือข่าย แม้ว่าองค์กรเหล่านี้จะมีบางอย่างร่วมกัน เช่น มีเป้าหมายร่วมกัน มีประโยชน์ร่วมกัน องค์กร เหล่านี้ก็ยังคงความเป็นเอกเทศอยู่ เพราะการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายเป็นการเข้าร่วมเพียง บางส่วนของ องค์กรเท่านั้น^{๑๐๘}

เสรีพงษ์พิศ ให้คำนิยามของ “เครือข่าย” ไว้ว่า เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลใน ชุมชน ระหว่างชุมชน กลุ่มกับกลุ่ม ชุมชนกับชุมชน โดยมีหลักยึดตามขอบเขตพื้นที่ประเด็นเนื้อหา และ กระบวนการเรียนรู้เป็นหนึ่งเดียว กระบวนการดังกล่าวเกิดจากท้องถิ่น เหมาะสมกับท้องถิ่นที่จะ ช่วย ให้บุคคลและชุมชนสามารถดำเนินชีวิตอยู่ได้ด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน การ ปฏิบัติ แบบอย่างของผู้รู้ การอบรมสั่งสอนในบริบททางสังคม การคมนาคม แบบการติดต่อที่สะดวก ยิ่งขึ้น ทำให้การไปมาหาสู่ดูงาน การร่วมกันทำข้ามเขตแดนของชุมชน อำเภอ จังหวัดและภาคเป็นไปได้ ง่าย^{๑๐๙}

จากความหมายและคำนิยามที่มีผู้ให้ความหมาย พอจะสรุปได้ว่า “เครือข่าย” (Network) คือ^{๑๑๐} การเชื่อมโยงของกลุ่มคนหรือกลุ่มองค์กรเข้าด้วยกันด้วยความสมัครใจ ที่จะแลกเปลี่ยน ข่าวสารร่วมกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดระเบียบโครงสร้างของคนในเครือข่าย ด้วยความ เป็นอิสระ เท่าเทียมกันภายใต้พื้นฐานของความเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทรซึ่งกันและกัน จากคำ นิยามของเครือข่าย ประกอบไปด้วยสาระสำคัญ ๓ ประการ ดังนี้ (๑) ความสัมพันธ์ของสมาชิกใน เครือข่ายต้องเป็นไปโดยสมัครใจ (๒) กิจกรรมที่ท าในเครือข่ายต้องมีลักษณะเท่าเทียมหรือ แลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน (๓) การเป็นสมาชิก เครือข่ายต้องไม่มีผลกระทบต่อความเป็นอิสระหรือ ความเป็นตัวของ ตัวเองของคนหรือองค์กรนั้น ๆ การเชื่อมโยงในลักษณะของเครือข่าย ไม่ได้หมายถึง การจัดการให้คนมานั่ง “รวมกัน” เพื่อพูดคุยสนทนากัน โดยไม่ได้ “รวมกัน” ท าส่หนึ่งสิ่งใด เปรียบ เหมือนการเอาก้อนอิฐมา กองรวมกัน ย่อมไม่เกิดประโยชน์แต่อย่างใด การเชื่อมโยงเข้าหากันจะ เกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเอาอิฐแต่ละ ก้อนมาต่อกันเป็นก าวงโดยการประสานอิฐแต่ละก้อนเข้ากันอย่างเป็น ระบบ และก็ไม่ใช่เป็นแค่การ รวมกลุ่มของสมาชิกที่มีความสนใจร่วมกันเพียงเพื่อพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเท่านั้น แต่จะต้องพัฒนาไปสู่ระดับของการลงมือท ากิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันด้วย และ ไม่ใช่การรวบรวมรายชื่อบุคคลที่มีความสนใจเหมือนกันไว้ใน มือเพื่อสะดวกแก่การติดต่อ การ มอบหมายให้สมาชิกแต่ละคนหาสมาชิกเพิ่มขึ้น ยิ่งได้รายชื่อมามาก ก็ยิ่งท ำให้เครือข่ายใหญ่ขึ้น การกระท ำเช่นนี้เปรียบเสมือนการขยายถุงใส่อิฐให้โตขึ้นเพื่อจะได้บรรจุ อิฐได้มากขึ้น แต่กองอิฐในถุงก็ย้ง วางระเกะระกะขาดการเชื่อมโยงประสานกันอย่างเป็นระบบ ดังนั้น เครือข่ายต้องมีการจัดระบบให้กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เป็นสมาชิกท ำเนน กิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เพื่อน ำไปสู่จุดหมายที่เห็นพ้องต้องกัน ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมเฉพาะกิจตาม ความจ ำเป็น เมื่อภารกิจ

^{๑๐๘} กาญจนา แก้วเทพ, เครื่องมือการท างานแนววิวัฒนาการชุมชน ,(กรุงเทพมหานคร : สภาคทาอภิก แห่งประเทศไทยเพื่อการ พัฒนา,๒๕๓๘), น.๓๕.

^{๑๐๙} เสรี พงษ์พิศ, เครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียนเพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชน, “วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต”,(บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,๒๕๓๘) น.๑๙.

^{๑๑๐} งานส่งเสริมเครือข่าย, องค์ประกอบของเครือข่าย, การพัฒนาเครือข่ายสู่ความยั่งยืน. กองส่งเสริม และพัฒนา เครือข่าย ส านักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและ ความมั่นคงมนุษย์ <http://oppn.opp.go.th/research๑๑.php>

บรรลุเป้าหมายแล้ว เครือข่ายก็อาจยุบสลายไป แต่ถ้ามีความจ ำเป็นหรือมี ภารกิจใหม่อาจกลับมา รวมตัวกันได้ใหม่ หรือจะเป็นเครือข่ายที่ติด ำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องระยะยาว ก็ได้การรวมตัวเป็น เครือข่ายในลักษณะการแลกเปลี่ยน ต้องสกัดเอาส่วนดีหรือ จุดแข็งของแต่ละฝ่าย มาเรียนรู้และ สนับสนุนกันและกัน เป็นการผนึก กำลัง (Synergy) ในลักษณะที่มากกว่า $1+1 = 2$ แต่ ต้องเป็น $1+1 > 2$ เรียกว่าเป็น “พลังทวีคูณ” ผลลัพธ์ที่ได้จากการท างานเป็นเครือข่ายต้องดีกว่า ผลรวมที่เกิด จากการปล่อยให้ต่างคนต่างท ำแล้วน ำผลลัพธ์ของแต่ละคนมารวมกัน

๒.๘ บริบทพื้นที่พิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนที่ทำการศีกษา

๒.๘.๑ วัดปงสนุกเหนือ

วัดปงสนุกเหนือ เป็นวัดโบราณวัดหนึ่งในลำปาง สันนิษฐานว่าสร้างร่วมสมัย พระเจ้า อนันตยศเสด็จมาทรงสร้างเมืองเขลางค์นคร เมื่อ พ.ศ. ๑๒๒๓ วัดปงสนุก เดิมมีชื่อเรียกอยู่หลายชื่อ ตามหลักฐานในจารึกที่พบในที่ต่าง ๆ มีอยู่ ๔ ชื่อ คือ **วัดศรีจอมไคล** **วัดศรีเชียงภูมิ** **วัดดอนแก้ว** **วัดพะยาว (พะเยา)** ชุมชนเดิมบริเวณวัดปงสนุกเป็นผู้คนที่อพยพมาจาก ๒ ที่ด้วยกัน คือจากการ กวาดต้อนครั้งที่ลำปางไปรบกับเมืองเชียงแสนราว พ.ศ. ๒๓๖๔ และจากเมืองพะเยาเมื่อชาวเมือง คราวหนีศึกพม่า ด้วยเหตุนี้ชาวเมืองเชียงแสนและเมืองพะเยา แม้เมื่อมาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่ใหม่ ก็ยังรำลึก ถึงบ้านเกิดเมืองนอนเดิม จึงได้เอานามชื่อวัดและชื่อบ้านมาเรียก โดยชาวพะเยาก็เรียกวัดพะยาว (พะเยา) ชาวเชียงแสนก็เรียกวัดปงสนุก ซึ่งเป็นชื่อบ้านเดิมของตนในเชียงแสน ซึ่งปัจจุบันวัดปงสนุก ในอำเภอเชียงแสนก็ยังมียู่

ปัจจุบันวัดปงสนุก แยกเป็น ๒ วัด ทั้งที่อาณาเขตก็ไม่กว้างขวางเท่าใด คือ วัดปงสนุก เหนือ และวัดปงสนุกใต้ สาเหตุที่แยกเนื่องมาจากพระสงฆ์ สามเณร ในอดีต มีจำนวนมาก จึงแบ่งกัน ช่วยดูแลรักษาวัด แต่ถึงอย่างไรทั้งสองวัดก็นับถือกันว่าเป็นวัดพี่วัดน้องอาศัยช่วยเหลือกัน มาโดย ตลอด วัดปงสนุกในอดีตถือว่าเป็นวัดที่สำคัญและมีประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับเมืองลำปาง อาทิ เป็นสถานที่ดำเนินำขึงเมืองบริเวณหน้าวัดระหว่าง **เจ้าฟ้าชายแก้ว** และ **เจ้าลิ้นก่าน** ราวปี พ.ศ. ๒๓๐๒ และยังเป็นสถานที่ฝังเสาอินทขิลหรือเสาหลักเมืองหลักแรก เมื่อพ.ศ. ๒๔๐๐ สมัยเจ้าหลวง เจ้าวรญาณรังษีราชธรรม เสาหลักเมืองดังกล่าว ถูกย้ายไปฝังไว้ที่ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองในปัจจุบัน

สิ่งที่แปลกแตกต่างไปจากวัดทั่ว ๆ ไป ของวัดปงสนุก คือ ม่อนดอย เนินเขาพระสุเมรุ จำลอง อันเป็นที่ตั้งของวิหารพระเจ้าพันองค์ สร้างด้วยไม้ในลักษณะมณฑปหลังคาซ้อนสามชั้น บนสันหลังคาเหนือมุขทั้งสี่สร้างปราสาทไม้จำลองขนาดเล็กหุ้มด้วยสังกะสีฉลุลาย สื่อความหมายถึง ทวีปทั้งสี่รอบเขาพระสุเมรุ ลักษณะตัวอาคารผสมผสานระหว่างศิลปกรรมล้านนา พม่าและจีน หลงเหลือเพียงอยู่แห่งเดียวในประเทศไทย ห้องกลางวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปสี่องค์ หันพระ พักตร์ออกสี่ทิศ ประทับนั่งใต้โพธิพฤกษ์ทำด้วยตะกั่ว ด้านล่างของฐานชุกชีประดับลวดลายรูปช้าง นาค สิงห์ นกอินทรี มีความเชื่อสืบกันมาว่า วิหารหลังนี้สร้างโดยช่างเชียงแสน เลียนแบบหอคำเมือง เชียงเกียง (เชียงเจียง) ในสิบสองปันนา ประเทศจีน ซึ่งไม่หลงเหลืออยู่แล้วในปัจจุบันด้วยความมดงาม ของวิหารแห่งนี้ทำให้กลายเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสถาปัตยกรรมในสมัยหลัง อาทิ หอคำ ไร่แม่ฟ้า หลวงจังหวัดเชียงราย และวิหารสี่ครูบา วัดเจดีย์หลวง จังหวัดเชียงใหม่

ราวปี ๒๕๔๘ ที่ผ่านมา ทางชุมชนปงสนุกร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะและโบราณคดี และนักวิชาการท้องถิ่น ได้หารือและร่วมกันก่อตั้งโครงการบูรณะวิหารพระเจ้าพันองค์ขึ้น หลังจากนั้นทางวัดและชุมชนจึงตื่นตัวในการอนุรักษ์และรักษามรดกท้องถิ่นเพิ่มขึ้นเป็นลำดับห้องแสดงศิลปวัตถุ วัดปงสนุก ได้รับการจัดตั้งด้านข้างวิหารพระเจ้าพันองค์ เป็นศาลาชั้นเดียวขนานไปกับกำแพงบนมอดอย จัดแสดงโบราณวัตถุดั้งเดิมของวัดราว ๔-๕ ชั้น ได้แก่ อาสนา สัตตภัณฑ์ ชั้นดอก แฉงพระไม้ติดกันเป็นห้องแสดงภาพถ่ายของวัดปงสนุก ฝีมือการถ่ายภาพโดยคุณแอนเจลา ศรีสมวงศ์วัฒนา แต่ปัจจุบันนิทรรศการดังกล่าวได้ถูกเก็บออกไปแล้ว หากแต่ภาพถ่ายดังกล่าวได้นำมาจัดพิมพ์เป็นชุดโปสการ์ด ออกขายเมื่อหารายได้เข้ามาบูรณะวิหารของวัด

การเกิดขึ้นของโครงการบูรณะวิหารพระเจ้าพันองค์ ทำให้ชาวบ้านเริ่มเข้ามาสนใจประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของตนเองมากขึ้น นำมาซึ่งโครงการและกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์วัดปงสนุกเหนือและใต้ โครงการค้นคว้าศึกษาคัมภีร์โบราณ และล่าสุดเมื่อเดือนพฤศจิกายน ๒๕๔๙ คือ นิทรรศการภาพพระบฏ ตุงคาว จาวเขลางค์ ที่จัดแสดงตุงคาวอายุราว ๑๐๐ ปี ที่ถูกค้นพบโดยบังเอิญในหอไตรของวัดระหว่างการทำงานบูรณะวิหาร เป็นตุงที่ทำด้วยผ้าเนื้อละเอียดและบางส่วนเป็นตุงกระดาศสา จำนวนหลายสิบชิ้น แต่ละชิ้นเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับพระเวสสันดรชาดกด้วยลวดลายวิจิตรสวยงาม ในอดีตใช้ประกอบพิธีเทศน์มหาชาติของวัด^{๑๑๑}

“วัดปงสนุก” แห่งเขลางค์นคร ธรรมสถานหนึ่งเดียวของไทย ที่เพิ่งได้รับรางวัล “Award of Merit” จาก UNESCO ในปี ๒๐๐๘ เผยเส้นทางการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมสถาปัตยกรรมเก่าแก่ที่เหลืออยู่เพียงแห่งเดียวในประเทศจากชุมชน-รัฐ วัดปงสนุก หรือวัดปงสนุกเหนือ ตั้งอยู่ในเขตตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เป็นวัดสำคัญคู่กับจังหวัดลำปางมาช้านาน สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยที่เจ้าอนันตยศ ราชบุตรของพระนางจามเทวีแห่งหริภุญไชย (ลำพูน) เสด็จมาสร้างเขลางค์นคร (ลำปาง) เมื่อ พ.ศ. ๑๒๒๓ หรือ ๑,๓๒๘ ปีก่อน ซึ่งเมื่อวันที่ ๑๖ พฤศจิกายนที่ผ่านมา พระครูโสภิตขันตยาภรณ์ เจ้าอาวาสวัดปงสนุกด้านเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เพิ่งรับมอบรางวัลดี (Award of Merit) ด้านการอนุรักษ์มรดกทางด้านวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตามโครงการ ๒๐๐๘ Asia-Pacific Heritage Award for Cultural Heritage Conservation จากองค์การ UNESCO โดยมี ดร.ริชาร์ด อิงเกิลฮาร์ท” ที่ปรึกษาอาวุโสในผู้ช่วยผู้อำนวยการใหญ่ด้านวัฒนธรรมประจำองค์การยูเนสโก เป็นผู้ถวายรางวัลหออารักษ์

๒.๘.๒ วัดบ้านหลุก

วัดบ้านหลุกสร้างในปี พ.ศ. ๒๓๒๕ เป็นวัดหลักประจำหมู่บ้านที่มีเสนาสนะสมบูรณ์ ทั้งพระวิหาร และหอพระไตรปิฎกหรือหอธรรม ที่มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือสร้างด้วยไม้ ลักษณะเป็นอาคาร ๒ ชั้น มีผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีใต้ถุนสูงเชื่อมต่อกันด้วยกุฏิที่เป็นเรือนไม้ การเข้าไปยังห้องเก็บพระไตรปิฎกจะต้องใช้บันไดปูนพาดขึ้น จึงไม่ปรากฏว่ามีการสร้างบันไดภายนอกอาคาร

^{๑๑๑} พิพิธภัณฑสถานในประเทศไทย ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, “ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑสถานรวบรวมและนำเสนอข้อมูลพิพิธภัณฑสถานทั่วประเทศ, [ออนไลน์] แหล่งที่มา : www.sac.or.th/museumdatabase/detail_museum [๒๐ มีนาคม ๒๕๖๓].

ประดับประดากรรมแกะสลักไม้เป็นรูปท้าวจตุโลกบาลอยู่ทั้ง ๔ มุมอาคาร ซึ่งเป็นคติความเชื่อและแนวคิดของการสร้างหอธรรม หลังคามุงกระเบื้องที่เชิงชายประดับแป้นน้ำย้อย สันหลังคาประดับนกหัสติลิงค์แกะไม้ประดับกระจกเงิน หน้าบันแกะสลักไม้และประดับกระจกเงินเช่นกัน บานลม ซ่อฟ้า ทำจากไม้บุด้วยทองเหลืองซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะที่พบในศิลปะแถบลุ่มน้ำปิง (เชียงใหม่-ลำพูน) หน้าต่างใช้การเขียนลายบนชาด เป็นลายเทวดาเดินประทักษิณ ภายในหอหอธรรมชั้นบนมีหีบธรรมบรรจุพระไตรปิฎกแบบโบราณซึ่งเป็นหีบธรรมโบราณที่เหลืออยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ที่สุดนอกจากนี้ ยังมีพระอุโบสถแยกออกจากเขตพื้นที่ของวัดไปตั้งทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ราว ๒๐๐ เมตร ก่ออิฐถือปูนหน้าบันเป็นไม้แกะสลักวิจิตรบรรจง สภาพค่อนข้างชำรุดทรุดโทรมมากเนื่องจากปูนที่ใช้ในการก่อสร้างเป็นปูนขาวแบบโบราณ

ผลิตภัณฑ์ไม้แกะสลักบ้านหลุก บ้านหลุกเป็น หมู่บ้านที่ชื่อเสียงด้านแกะสลักของจังหวัดลำปาง แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย เท่ากับบ้านปัจจุบันเป็นหมู่บ้านแกะสลักที่มีชื่อเสียงทางด้านงานแกะสลักและ ผลิตภัณฑ์จากไม้และเถาวัลย์ของอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ในปี ๒๕๓๕ ได้มีการรวมกลุ่มแกะสลักขึ้นจำนวน ๔๐ กลุ่ม โดยมีสมาชิกรวมทั้งสิ้น ๕๑๘ คน จากหมู่บ้าน ๓ หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านหลุก หมู่ที่ ๖ บ้านหลุกแพะ หมู่ที่ ๑๑ และบ้านหลุกใต้ หมู่ที่ ๑๒ ส่วนไม้ที่นำมาใช้แกะสลักนั้นได้แก่ ไม้ฉำฉา (จามจรี) เถาวัลย์ และไม้เนื้ออ่อน ซึ่งจะแกะสลักด้วยความประณีตจนออกมาเป็นชิ้นงานที่สวยงามและคงทนมีทั้งเป็นของใช้เช่น ตู้ เก้าอี้ โต๊ะ หรือจะเป็นของตกแต่งบ้าน เช่น ตุ๊กตาไม้รูปสัตว์ ไม้แกะสลักเป็นลวดลายต่าง ๆ ติดผนัง และลวดลายต่าง ๆ อีกมากมาย

โดยทางกลุ่มอาชีพแกะสลักบ้านหลุกจะมีหัวหน้ากลุ่มแต่ละกลุ่มคอยรับออเดอร์ สินค้าจากลูกค้า และมาแจกจ่ายให้แก่สมาชิก และควบคุมคุณภาพการผลิต ซึ่งสินค้าส่วนหนึ่งจะมีพ่อค้ามารับไปจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ หมู่บ้านแกะสลัก (บ้านหลุก) มีการแกะสลักไม้เป็นงานศิลปหัตถกรรมที่มีมานานและสืบเนื่องมาถึงปัจจุบัน เป็นการ สืบสานวิถี แกะ การใช้มีดและสิ่ว รวมถึงความเชื่อ ความคิด ที่ถ่ายทอดเป็นลวดลายต่างๆ ลงบนผืนไม้ เช่น เครื่องใช้ รูปสัตว์ต่าง ๆ ด้วยฝีมืออันประณีตงดงามและรูปแบบที่ทันสมัย แต่ก่อนเป็นการทำโดยใช้เวลาวางจากการทำนา ปัจจุบันการแกะสลักไม้เป็นรูปสัตว์ต่าง ๆ นี้ ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวและได้รับสั่งจองทำออกจำหน่ายเป็นอุตสาหกรรมภายใน หมู่บ้าน ซึ่งทำกันมากที่บ้านหลุก ตำบลนครสวรรค์ อำเภอมะเท่างห่างจากตัวเมืองลำปางประมาณ ๓๐ กิโลเมตร^{๑๑๒}

๒.๘.๓ วัดไหลหินหลวง

วัดไหลหินหลวงหรือ **วัดเสลารัตนปัพพะตาราม** (วัดไหลหินหลวงแก้วช้างยืน) เป็นวัดสำคัญแห่งหนึ่งในจังหวัดลำปาง วัดแห่งนี้นอกจากจะมีวิหารโบราณฝีมือช่างเมืองเชียงตุง และซุ้มโขงแบบล้านนาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแล้ว ภายในบริเวณวัดยังเป็นที่ตั้งของ "หอพิพิธภัณฑสถานโบราณล้านนา สุวรรณกัญญาศรีธาสามัคคี" ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑสถานที่ชาวบ้านไหลหินร่วมกันสร้างขึ้น และได้รับบริจาค

^{๑๑๒} พิพิธภัณฑสถานในประเทศไทย ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, “ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑสถานรวบรวมและนำเสนอข้อมูลพิพิธภัณฑสถานทั่วประเทศ, [ออนไลน์] แหล่งที่มา : www.sac.or.th/museumdatabase/detail_museum [๒๐ มีนาคม ๒๕๖๓].

วัตถุโบราณต่าง ๆ ไว้เป็นสมบัติของวัดเพื่อให้เป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าปัจจุบันจัดแสดงโบราณวัตถุต่าง ๆ ทั้งที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ในพิธีกรรม เครื่องใช้ของชาวบ้าน เครื่องรางของขลัง คัมภีร์โบราณ เครื่องดนตรี และชิ้นส่วนสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ฯลฯ โบราณวัตถุเหล่านี้ นอกจากเป็นสิ่งแสดงให้เห็นกิจกรรมของชุมชนแห่งนี้ในอดีตแล้ว ยังสะท้อนถึงความเชื่อ ความศรัทธา ที่มีต่อพุทธศาสนารวมถึงความสามารถในเชิงช่างที่สร้างสรรค์ความงามในรูปแบบของสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมกับการใช้สอย

พิพิธภัณฑ์วัดไผ่ล้อมเป็นอาคารชั้นเดียว ภายในจัดแสดงศิลปวัตถุและโบราณวัตถุต่าง ๆ มากมายของที่เด่นและสำคัญของพิพิธภัณฑ์แห่งนี้คือ คัมภีร์ใบลานที่จารเป็นอักษรล้านนาที่มีอายุมากกว่า ๕๐๐ ปี เครื่องใช้ในพิธีกรรม หรือเครื่องสักการะที่เกี่ยวข้องในพุทธศาสนา สิ่งของเหล่านี้ นอกจากจะเก็บรักษาไว้ในพิพิธภัณฑ์แล้ว บางส่วนก็เก็บรักษาไว้ในโรงธรรม ศาลาการเปรียญ และวิหาร อาทิ จองคำ ค้างเทียน วิหารน้อย ฉางข้าวน้อย เสาชิงกง (คานหามที่มีปีกโค้งเหมือนงวงเรือ) เครื่องไม้จำหลัก อาสนะที่ใช้วางเครื่องอัฐบริขาร พระพุทธรูปโบราณ พระพิมพ์ดินเผา วิหารไม้ พระอุปัชฌาย์ มณฑปพระเจ้าแก้ว หีบพระธรรม

ส่วนสิ่งของอื่น ๆ ที่จัดแสดง อาทิ เครื่องใช้ในครัวเรือน สิ่งของที่ชาวบ้านในอดีตใช้ในชีวิตประจำวัน อาทิ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องเขิน เครื่องประดับ เครื่องจักสาน เครื่องดนตรี มีทั้งประเภท ฆ้อง ฉาบ และกลอง ที่ชาวบ้านเรียกว่า กลองแวง กลองฮุย กลองตะลวดปิด เครื่องรางของขลัง ได้แก่ ผ้ายันต์ที่ใช้พันศีรษะ เสื้อผ้าคาดเอว ลงอักขระเลขยันต์เพื่อให้อยู่ยงคงกระพันคุ้มครองผู้สวมใส่ให้พ้นภัยต่างๆ มีตะกรุด ลูกประคำ พระเครื่อง นอกจากนี้ยังมีชิ้นส่วนสถาปัตยกรรมเป็นชิ้นส่วนอาคารสิ่งก่อสร้างที่วัดเคยมีการรื้อถอนหรือซ่อมแซม บางชิ้นมีลวดลายแกะสลักที่สวยงามเอกลักษณ์หนึ่งของพิพิธภัณฑ์แห่งนี้คือ ตู้ไม้ที่ใช้จัดแสดงสิ่งของนั้น เคยเป็นที่เก็บหีบศพของชาวบ้านมาก่อน โดยชาวบ้านมีความคิดว่า ถ้าทำที่เก็บหีบศพในลักษณะเป็นตู้ เมื่อประกอบพิธีทางศาสนาเรียบร้อยแล้ว ทางวัดสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป ในขณะที่ส่วนอื่น ๆ ในภาคเหนือมักนิยมทำเป็นปราสาทกัน ในปี ๒๕๔๘ พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นวัดไผ่ล้อม และโครงการวิจัยและพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร ร่วมกันพัฒนาพิพิธภัณฑ์เพื่อให้สถานที่ที่จะบอกเล่าวิถีชีวิตคนไผ่ล้อม แลกเปลี่ยน ถ่ายทอดความรู้ระหว่างผู้เฒ่าผู้แก่ ผู้ใหญ่ และเยาวชน โดยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ร่วมกันทำ อาทิ การทัศนศึกษาดูงานพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น การทำทะเบียนวัตถุ การเก็บข้อมูลและสืบค้นประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ประวัติข้าวของในพิพิธภัณฑ์ นิทรรศการภาพถ่ายไผ่ล้อมในอดีต^{๑๑๓}

๒.๙ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง” ผู้วิจัยได้นำเสนอประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

^{๑๑๓} พิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, “ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมและนำเสนอข้อมูลพิพิธภัณฑ์ทั่วประเทศ, [ออนไลน์] แหล่งที่มา : www.sac.or.th/museumdatabase/detail_museum [๒๐ มีนาคม ๒๕๖๓].

สายันต์ ไพเราะญจิตร ได้ศึกษากระบวนการโบราณคดีชุมชน: การวิจัยเชิงปฏิบัติการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการและแหล่งโบราณคดีอื่นๆในการเสริมสร้างความสามารถของชุมชนในการจัดการทรัพยากรทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ ทรัพยากรทางวัฒนธรรมในพื้นที่ที่ยั่งยืน และการหารูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า ชาวบ้านและคนในชุมชนท้องถิ่นบางกลุ่มมีส่วนร่วมในการกระบวนการวิจัย และส่วนใหญ่มีความตระหนักในคุณค่า ความสำคัญของทรัพยากรทางโบราณคดีและทรัพยากรวัฒนธรรมที่อยู่ในท้องถิ่น เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของแหล่งโบราณคดีและทรัพยากรวัฒนธรรมเพิ่มมากยิ่งขึ้น มีทักษะในการจัดการและการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชุมชนแบบเน้นการพึ่งพาตนเอง และสามารถช่วยเหลือเกื้อกูลกับคนอื่นในชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดความภาคภูมิใจและเกิดความเข้มแข็งในการพัฒนาทรัพยากรชุมชนในระยะยาว^{๑๑๔}

ทรงศักดิ์ แก้วมูล ได้ศึกษาการดำเนินการศึกษาสังเคราะห์ความรู้จากพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นวัดไหล่หินหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง พบว่า การจัดการ พิพิธภัณฑ์เป็นกระบวนการสร้างจิตสำนึกในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มั่นคงและถาวร โดยจะต้องอาศัยชุมชน บ้าน วัด และโรงเรียน โดยชุมชนวัดไหล่หินหลวงเป็นชุมชนที่มีวัดเป็นศูนย์กลาง มีการจัดกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นในด้านของวัฒนธรรม ประเพณี การเมือง การปกครองหรือเป็นแหล่งเรียนรู้ของคนในชุมชน สิ่งที่ทำให้พิพิธภัณฑ์ประสบความสำเร็จได้นั้น มาจากความศรัทธาของคนในชุมชนที่มีต่อครูบามหาปาเจ้าเกษระปัญญา ที่ชาวบ้านให้ความเคารพนับถือ เป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชนไหล่หิน และปัจจัยที่ทำให้พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นมีการพัฒนา สร้างจิตสำนึกให้กับคนในชุมชน การมีส่วนร่วมความรู้สึกเป็นเจ้าของโบราณวัตถุ และการมีวิสัยทัศน์ของผู้นำชุมชน^{๑๑๕}

จุฑามาศ แก้วพิจิตร ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อศึกษากระบวนการเรียนรู้ของภัณฑารักษ์ในการเปลี่ยนแปลงพิพิธภัณฑ์รูปแบบใหม่ ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการเรียนรู้ของภัณฑารักษ์ในการเปลี่ยนแปลงพิพิธภัณฑ์ไปสู่พิพิธภัณฑ์รูปแบบใหม่ (Discovery Museum) มีลักษณะการเรียนรู้แตกต่างกัน การพัฒนากระบวนการเรียนรู้จึงเป็นไปในรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการผ่าน ๘ วิธีการ คือ

- ๑) การศึกษาดูงานใน พิพิธภัณฑ์ที่มีความพร้อม (Guided Observation)
- ๒) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อสงสัยหรือแนวคิด ต่างๆ ในลักษณะของการตั้งคำถาม (Inquiry Based Learning)

^{๑๑๔} สายันต์ ไพเราะญจิตร, กระบวนการโบราณคดีชุมชน: การวิจัยเชิงปฏิบัติการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันไทยคดีศึกษาและภาควิชาการพัฒนาศูนยชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘).

^{๑๑๕} ทรงศักดิ์ แก้วมูล, “การดำเนินการศึกษารวบรวมข้อมูลและสังเคราะห์ความรู้จากพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น กรณีศึกษา พิพิธภัณฑ์วัดไหล่หินหลวง ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง”, รายงานการวิจัย, (สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.), ๒๕๕๙), หน้า ๑๒๕ – ๑๓๕.

- ๓) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop)
- ๔) การนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับ Discovery museum
- ๕) การให้ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ต้นแบบ การเรียนรู้เพื่อเครือข่าย (Discovery Museum Knowledge Model)
- ๖) การ Coaching
- ๗) การชมวิดิทัศน์พิพิธภัณฑ์ต้นแบบในต่างประเทศ
- ๘) การให้ความรู้เรื่อง QR Code การพัฒนาทักษะของภัณฑารักษ์ทั้งแบบทางการ ไม่เป็นทางการ และกึ่งทางการ สามารถทำภัณฑารักษ์นำความรู้และทักษะที่ได้จากการพัฒนาไปประยุกต์ใช้กับพิพิธภัณฑ์ สามารถสร้างเครื่องมือการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ให้ไปสู่พิพิธภัณฑ์รูปแบบใหม่ (Discovery Museum) เพื่อพัฒนาพิพิธภัณฑ์ภายใต้การดูแลของตนให้เป็นตัวกระตุ้นความอยากรู้ในลักษณะของการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการของคนในชุมชน ได้แก่ การจัดทำแผนการเรียนรู้อาสาสมัครสำหรับผู้เข้าชม การปรับปรุงแบบการจัดแสดงที่ดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชม การสร้างเครื่องมือ QR code สำหรับการนำเสนอข้อมูลในพิพิธภัณฑ์ คู่มือการนำชมและเครื่องมือการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น^{๑๑๖}

อลงกรณ์ จุฑาเกต ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น และแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น มี ๑๐ ปัจจัย ได้แก่ ๑) จุดประสงค์ของการก่อตั้ง ๒) การบริหารจัดการ ๓) ลักษณะชุมชนที่ตั้งอยู่ ๔) ตำแหน่งที่ตั้ง ๕) อาคาร และสถานที่ ๖) การจัดแสดง ๗) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ๘) บุคลากรและเจ้าหน้าที่ ๙) การประชาสัมพันธ์ และ ๑๐) การใช้ประโยชน์และการได้รับประโยชน์ของพิพิธภัณฑ์ โดยสภาพการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นมีค่อนข้างน้อยในทุกๆ ด้าน แม้จะมีจุดมุ่งหมายที่เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมแต่คนในท้องถิ่นส่วนใหญ่ก็ไม่ได้เข้ามีส่วนตั้งแต่เริ่มต้น เพราะขาดปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำให้ชุมชนไม่เข้าใจและเห็นความสำคัญในการมีส่วนร่วมจัดการเรียนรู้ ขาดกระบวนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ และขาดเครือข่ายของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ ส่งผลให้พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นไม่สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตที่สมบูรณ์ได้ โดยแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น มีทั้งหมด ๔ ข้อ คือ ๑) การเสริมสร้างปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ ๒) การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ ๓) การเสริมสร้างกระบวนการการมีส่วนร่วม

^{๑๑๖} จุฑาเกต แก้วพิจิตร, “การศึกษากระบวนการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต”, วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – เมษายน ๒๕๕๙): ๓๒-๕๙.

ร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้และ ๔) การเสริมสร้างเครือข่ายของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้^{๑๑๗}

ปราโมทย์ เหลาะลาภ และกาญจนา เส็งผล ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการศึกษาเชิงสร้างสรรค์: พิพิธภัณฑ์วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร จังหวัดนครปฐม เพื่อศึกษาและพัฒนากิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพิพิธภัณฑ์ ผลการศึกษาวิเคราะห์ SWOT พบว่า จุดแข็ง ได้แก่ พิพิธภัณฑ์มีงบประมาณสนับสนุนและมีโบราณวัตถุที่หลากหลาย จุดอ่อน ได้แก่ เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ขาดความรู้ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ โอกาส คือนโยบายส่งเสริมการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ของรัฐบาล อุปสรรค คือ พิพิธภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และผลการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ๑) ด้านกระบวนการสามารถส่งเสริมให้นักเรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์ ความสนุก การเรียนรู้ร่วมกัน ความมีน้ำใจ ๒) ด้านผลผลิต ผลงานของนักเรียนแสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์และ ๓) ด้านผลกระทบและด้านความยั่งยืน นักเรียนเกิดความตระหนักในคุณค่าของพิพิธภัณฑ์และครูสามารถนำไปพัฒนาเป็นหลักสูตรการเรียนรู้หรือใช้เป็นสื่อการสอน ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจของนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนนักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก^{๑๑๘}

ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์ ได้ศึกษาการพัฒนางานทัศนศิลป์ร่วมสมัยสู่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมวัฒนธรรม: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ เพื่อส่งเสริมและสร้างศักยภาพการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าด้านทัศนศิลป์ร่วมสมัยไปสู่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมวัฒนธรรม ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น ๓ ประเด็น ดังนี้

๑) การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการแข่งขันผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ในประเทศไทย พบว่าผลิตภัณฑ์สินค้าไทยมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะ แต่ต้องได้รับการส่งเสริมกระบวนการผลิตที่ต้องอาศัยงานศิลปะเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์ผลงาน ประเทศไทยได้เปรียบในเรื่องของต้นทุนพัฒนาด้านแรงงาน ที่มีทักษะความชำนาญ ความละเอียดอ่อน และความประณีต รูปแบบของผลิตภัณฑ์สินค้านั้นความทันสมัยของยุคปัจจุบันผสมผสานกับความสวยงาม และสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

๒) การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าด้านทัศนศิลป์ร่วมสมัยไปสู่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมวัฒนธรรม พบว่า ปัจจุบันการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมวัฒนธรรมอาจเป็นสิ่งใหม่ในวงการศิลปะ แต่การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ในการจำหน่ายนั้น พบว่า ช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าส่วนใหญ่ผ่านร้านจำหน่ายของขวัญ และร้านค้าที่เป็นที่นิยมต่างๆ และร้านจำหน่ายสินค้าในสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าที่ผลิตจำหน่ายมากที่สุดเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าช่วงเทศกาล เช่น สิ่งของเครื่องใช้ ของตกแต่ง ซึ่งสินค้าที่ได้รับการออกแบบจะมีความแตกต่างตามความต้องการของผู้ซื้อเฉพาะราย ซึ่ง

^{๑๑๗} อลงกรณ์ จุฑาเกต, “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร”, วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๓ (กันยายน – ธันวาคม ๒๕๕๗): ๑, ๑๑๓-๑, ๑๒๔.

^{๑๑๘} ปราโมทย์ เหลาะลาภ และกาญจนา เส็งผล, “การพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการศึกษาเชิงสร้างสรรค์: พิพิธภัณฑ์วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร จังหวัดนครปฐม”, วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – มิถุนายน ๒๕๕๕): ๓๖-๔๙.

ผู้ประกอบการควรมีแนวคิดและรูปแบบตราสินค้าที่มีความโดดเด่นและแตกต่าง รวมถึงการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์

๓) รูปแบบเส้นทางการส่งเสริมและพัฒนาทางด้านการตลาดในอุตสาหกรรมไลฟ์สไตล์ แบ่งเป็น ๗ ขั้นตอน คือ ๑) ความสามารถในการผลิต ๒) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ๓) การออกแบบสินค้า บริการสื่อ ๔) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล ๕) การสร้างช่องทางการขาย ๖) การสร้างตราสินค้าและ สื่อสารภาพลักษณ์ และ ๗) การสร้างร้านค้าในต่างประเทศ^{๑๑๙}

บุรินทร์ เปล่งดีสกุล และภาคินี เปล่งดีสกุล ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ จากภูมิปัญญาในการ ใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชน แปรรูป ปลายน้ำจืด แม่สมศรี ตำบลทุ่งลุยลาย อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่ ปัญหา ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าและ บรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลายน้ำจืด ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในพื้นที่ ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์โดยอาศัย วัตถุดิบและแรงงานในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ โดยมีตลาดจำหน่ายในอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิเป็น หลัก ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ยังไม่มีแบรนด์หรือตราสินค้าที่เป็นของตนเอง ทำให้ลูกค้าจดจำตัวยาก รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเป้าหมายมาซื้อได้ถูกต้องและ เหมาะสม ในด้านการออกแบบและ พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ให้กับชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ จึงเป็นการออกแบบเพื่อสร้างอัต ลักษณ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการจดจำผ่านตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ บนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของกลุ่ม รวมไปถึงการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดความน่าสนใจและเพิ่ม ตลาดสินค้าของกลุ่มมากขึ้น โดยการนำภูมิปัญญาของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนของกลุ่มนำ สร้างความหมายให้สอดคล้องกับความเป็นเฉพาะของ ผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน^{๑๒๐}

สมเกียรติ สุทธิธรรมากร และคณะ ได้ศึกษาการสร้างสรรคมูลค่าของผลิตภัณฑ์และ นวัตกรรมการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อศึกษาการสร้างสรรคมูลค่าของผลิตภัณฑ์และ นวัตกรรมการบริหาร จัดการของวิสาหกิจชุมชน จากการศึกษาพบว่า วิสาหกิจชุมชนสร้างสรรค มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ส่วนนวัตกรรมในการบริหารจัดการพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ๕ ประเด็นย่อยคือ นวัตกรรมองค์กร นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด การจัดการความรู้เชิง นวัตกรรมและสมรรถนะของบุคลากร ส่วนการสร้างสรรคมูลค่าในผลิตภัณฑ์ยังมีข้อจำกัดเรื่องการนำ เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผนึกลงในสินค้าอย่างเป็นทางการ เป็นรูปธรรม ความรู้ส่วนใหญ่ยังอยู่ที่ ตัวบุคคล ซึ่งสามารถสื่อสารเมื่อมีการจำหน่ายสินค้าในเทศกาลต่างๆ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจ ชุมชนคือความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสิ่งที่ทำให้การ ประกอบการประสบความสำเร็จคือ

^{๑๑๙} ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์, “การพัฒนางานทัศนศิลป์ร่วมสมัยสู่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมวัฒนธรรม: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์”, วารสารนิเทศศาสตร์, ปีที่ ๓๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – เมษายน ๒๕๕๙): ๖๑-๗๔.

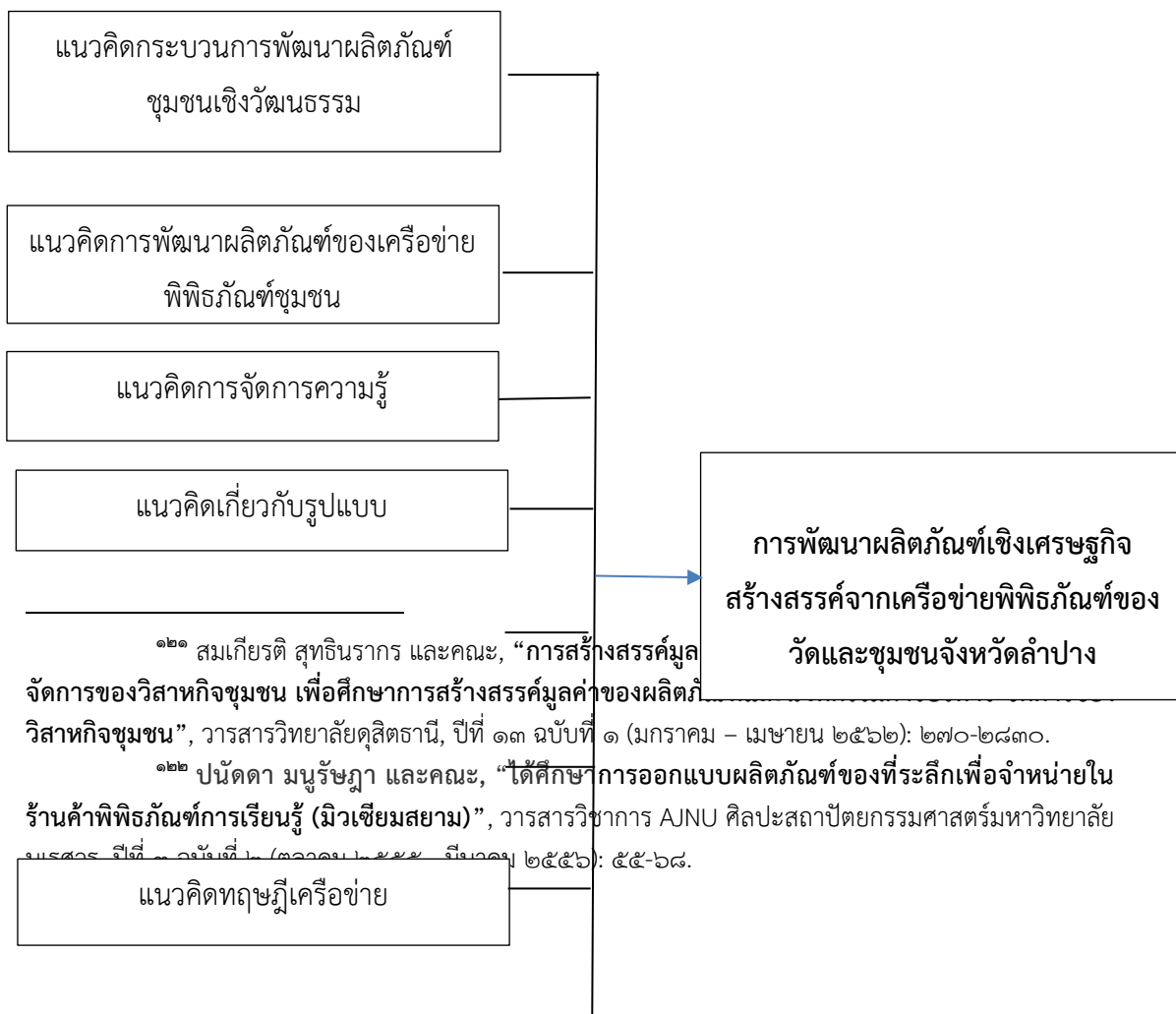
^{๑๒๐} บุรินทร์ เปล่งดีสกุล และภาคินี เปล่งดีสกุล, “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญา ในการ ใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูป ปลายน้ำจืด แม่ สมศรี ตำบลทุ่งลุยลาย อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ”, วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม – ธันวาคม ๒๕๖๑): ๒๐๖-๒๓๐.

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และการมีประสบการณ์ทาง การตลาดของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน^{๑๒๑}

ปนัดดา มนุรุษฎา และคณะ ได้ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑการเรือนรู้ (มิวเซียมสยาม) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการเรือนรู้ สำนวความต้อการผู้บริโภค การออกแบบสินค้าของที่ระลึกจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ ที่และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจมากที่สุด มี ๒ แบบ คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๗ เท่ากัน คือ ๑) ชิ้นงาน “เกาะรัตนโกสินทร์” นาฬิกาแขวนผนังรูปจำลองสถานที่สำคัญในเกาะรัตนโกสินทร์เช่น พระบรมมหาราชวัง เสาชิงช้า อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย เป็นต้น วัสดุที่ใช้ทำจากพลาสติกอะคิลิก ผลิตโดยการตัดเลเซอร์ติดเครื่อง นาฬิกา และตัวแขวนด้านหลัง ๒) ชิ้นงาน “สยามไอคอน” ชุดแม่เหล็กสำหรับตั้งรูปหรือติดตู้เย็น วัสดุที่ใช้ทำจากพลาสติกอะคิลิก ผลิตโดยการตัดเลเซอร์ ติดแม่เหล็กด้านหลัง สัญลักษณ์ตัวแทนกรุงเทพฯ เช่น เสาชิงช้าเรือสุพรรณหงส์ ยักษ์ และรถตุ๊กตุ๊ก^{๑๒๒}

๒.๑๐ กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) ดังนี้



แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วม

บริบทพื้นที่พิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนที่
ทำการศึกษา

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๒) เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๓) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๔) เพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) จากการศึกษาเอกสาร (Documentary Study) การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (In-depth Interview) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) การมีส่วนร่วมกับชุมชน (Participation) และการปฏิบัติการ (Action Research) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนในจังหวัดลำปางบนทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น ที่เกิดจากการประยุกต์ทรัพยากรท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ และเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน รวมไปถึงการพัฒนาพิพิธภัณฑชุมชนแบบมีส่วนร่วมได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- ๓.๑ รูปแบบการวิจัย
- ๓.๒ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- ๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- ๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล
- ๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล
- ๓.๖ กระบวนการดำเนินการวิจัย

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง” รูปแบบการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบผสมผสานวิธี ประกอบไปด้วยการวิจัย ๓ ประเภท ได้แก่ การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) โดยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

๑. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้อง หนังสือ รายงานการวิจัย รายงานการประชุม เกี่ยวกับความรู้ และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชน ดังนี้

๑) สภาพปัจจุบันการผลิตสินค้าเศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชน เช่น ของฝาก ของที่ระลึก วัตถุมงคล เป็นต้น

๒) การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่มีลักษณะเฉพาะของเศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชน เช่น วิจิตรกรรมบนสินค้า ศิลปะเชิงสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้ผู้เข้ามาศึกษาได้รับความรู้ สร้างจิตสำนึกในความรู้ที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชนได้ ดำเนินการ

๓) การจัดการความรู้และผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจชุมชนสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๒. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนดังนี้

๑) การลงพื้นที่พิพิธภัณฑ์ชุมชนวัดปงสนุกเหนือ , วัดไหล่หินหลวง , วัดบ้านหลุก

๒) การสัมภาษณ์ สันทนาการกลุ่ม ถอดบทเรียนกับตัวแทนปราชญ์ชาวบ้านในพื้นที่ที่มีความรู้ ความสามารถด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์, การออกแบบผลิตภัณฑ์ ร่วมกับวัฒนธรรมจังหวัดลำปาง มิวเซียมลำปาง ผู้ประกอบการ อาทิเช่น อินทราเอาท์เลท ศูนย์จำหน่ายเซรามิกจังหวัดลำปาง เพื่อทราบถึงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๓) การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์ ตัวแทนปราชญ์ชาวบ้าน วัฒนธรรมจังหวัดลำปาง มิวเซียมลำปาง ผู้ประกอบการ อาทิเช่น อินทราเอาท์เลท ศูนย์จำหน่ายเซรามิกจังหวัดลำปาง

๓. การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) คณะผู้วิจัยลงสำรวจพื้นที่วิจัย ณ พิพิธภัณฑ์ชุมชนวัดปงสนุกเหนือ, วัดไหล่หินหลวง, วัดบ้านหลุก เพื่อศึกษากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชน วัสดุ ชิ้นงาน ที่จะนำมาพัฒนาแล้วนำไปสู่การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่ถ่ายทอดความรู้ ความเชื่อและสิ่งที่เป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดลำปาง โดยมุ่งประเด็นด้วยการทำงานวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research-PAR) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยการร่วมศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาอย่างมีส่วนร่วมกับผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์ชุมชนวัดปงสนุกเหนือ, วัดไหล่หินหลวง, วัดบ้านหลุก โดยคัดเลือกวัสดุ อุปกรณ์ การจัดการกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ โดยการมีส่วนร่วมให้ประชาชนได้คิด ออกแบบ ให้ตรงความต้องการของชุมชนเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการจัดทำ และประกอบการพิจารณาวางแผนงานวิจัย

ขั้นตอนที่ ๒ การร่วมวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการวางแผนการพัฒนาหลังจากได้ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์ชุมชนวัดปงสนุกเหนือ, วัดไหล่หินหลวง, วัดบ้านหลุก และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยการนำมาอภิปรายแสดงความคิดเห็นร่วมกันเพื่อกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการ การกำหนดวิธีการ และแนวทางการดำเนินงาน ตลอดจนกำหนดทรัพยากร

และแหล่งทรัพยากรที่จะใช้เพื่อการวิจัย เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานชุมชน

ขั้นตอนที่ ๓ ประสานงาน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ อาทิเช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด กรมพัฒนาชุมชน ศูนย์กระจายสินค้า O-TOP เพื่อร่วมกันวางแผนหาช่องทางบริหารจัดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการประสานงานผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการจัดหาช่องทางบริหารจัดการจำหน่ายทั้งในพื้นที่และออนไลน์ รวมถึงการทำสื่อประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น คลิปวิดีโอ และการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์

ขั้นตอนที่ ๔ การร่วมมือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (KM) โดยปราชญ์ชาวบ้าน นักวิชาการ การมีส่วนร่วมผู้ดูแลพิพิธภัณฑสถาน วัฒนธรรมจังหวัดลำปาง มิวเซียมลำปาง ผู้ประกอบการ อาทิเช่น อินทราเอาท์เลท ศูนย์จำหน่ายเขรามักจังหวัดลำปาง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานชุมชน แล้วนำไปสู่การพัฒนาเป็นอาชีพ วิสาหกิจชุมชน และเพิ่มมูลค่าเพิ่มแก่พิพิธภัณฑสถานชุมชน

ขั้นตอนที่ ๕ เป็นการมีส่วนร่วมติดตามประเมินผลการดำเนินงานวิจัย และผลกรออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจชุมชนสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑสถานชุมชนเพื่อการพัฒนาชีวิตและชุมชนต้นแบบในจังหวัดลำปาง

๓.๒ พื้นที่การวิจัย/ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

๓.๒.๑ พื้นที่

การศึกษาวิจัยพื้นที่เพื่อพัฒนาและบูรณาการความรู้ ความชำนาญ การผสมผสานกับการผลิตสินค้าเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่มีการนำศิลปะที่แฝงด้วยหลักการ จิตนาการ และเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรมของจังหวัดลำปาง ในพื้นที่พิพิธภัณฑสถานชุมชนจำนวน ๓ แห่ง ได้แก่ ๑) วัดปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ๒) วัดไหล่หินหลวง ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ๓) วัดบ้านหลุก ตำบลนาครี อำเภอมะทะ จังหวัดลำปาง ที่ได้ถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีทรัพยากรทางธรรมชาติในการสร้างอัตลักษณ์ และเป็นแหล่งรวบรวมความรู้อันเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มุ่งเน้นหลักศาสนธรรมในทางพระพุทธศาสนาและความงามทางด้านพุทธศิลปกรรมในจังหวัดลำปาง

๓.๒.๒ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากร กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งประกอบไปด้วยผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในสถานที่ได้แก่

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญออกเป็น ๓ กลุ่มโดยการจำแนกออก ดังนี้

๑) พระสงฆ์ จำนวน ๖ รูป/คน

๒) หน่วยงานรัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	จำนวน ๖ รูป/คน
๓) ประชาชนชาวบ้านและชาวบ้าน	จำนวน ๖ รูป/คน
๔) ผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์	จำนวน ๓ รูป/คน
๕) ผู้ประกอบการ	จำนวน ๓ รูป/คน
รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น	จำนวน ๒๔ รูป/คน

โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ๑) เป็นผู้ที่มีส่วนในการดูแลพิพิธภัณฑ์ ๒) เป็นผู้ที่มีความรู้ด้านกระบวนการผลิต ๓) เป็นบุคคลที่มีส่วนในการบริหารจัดการการภูมิปัญญาและวัฒนธรรม

ตารางผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์	ประชาชนผู้รู้	ผู้มีส่วนร่วมในการบริหาร	รวม
พระสงฆ์	✓	✓	✓	๖
หน่วยงานรัฐ	✓	✓	✓	๖
ประชาชนชาวบ้าน	✓	✓	✓	๖
ผู้ดูแล	✓	✓	✓	๓
ผู้ประกอบการ	✓	✓	✓	๓
รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้นจำนวน				๒๔

๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบคุณภาพ (Qualitative Research) ที่เน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยการลงพื้นที่รวบรวมองค์ความรู้ในการจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น แล้ววิเคราะห์เพื่อสร้างกระบวนการจัดการการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แล้วจึงสังเคราะห์แนวปฏิบัติที่ดีในการสร้างการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หลังจากนั้นเริ่มการออกแบบและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมจากวัดและชุมชน แล้วสร้างระบบขั้นตอนการจัดการเพื่อให้ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง สืบสวนผลงานของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปางแต่ละพื้นที่ เพื่อหาองค์ความรู้ของวัดและชุมชนในการนำมาสังเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน แล้วนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของวัดและชุมชนของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ที่เป็นการส่งเสริม อนุรักษ์ สืบสาน การเรียนรู้ และการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์วิถีทางสังคมและวัฒนธรรมของแหล่งพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย

๑. การทำเวทีประชาคม (community forum)
๒. การสัมภาษณ์ (In-depth Interview)

๓. การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

๔. ชุดปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์

สำหรับการสร้างเครื่องมือการวิจัย ได้ดำเนินการดังนี้

๑) การศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือที่แบบสัมภาษณ์ (Interview) และ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ชุดปฏิบัติการวิจัยในหัวข้อและประเด็นที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

๒) การออกแบบเครื่องมือการวิจัยที่ครอบคลุมและสอดคล้องกับประชากร/กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตรงกับเนื้อหา ตอบวัตถุประสงค์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพืชรักได้เหมาะสม

๓) นำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๓ คน เพื่อทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพื่อออกหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในครั้งนี้

๔) การปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อจัดทำแบบสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ชุดปฏิบัติการวิจัย และแบบประเมินโครงการฉบับสมบูรณ์

๕) จัดทำเครื่องมือการวิจัยฉบับสมบูรณ์และนำไปใช้ในการวิจัย

๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการปฏิบัติการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คณะผู้วิจัยได้แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยออกเป็น ๗ ระยะ มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ ๑ การจัดประชุมทีมวิจัย เพื่อชี้แจงความรู้ความเข้าใจและการสร้างเครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) อุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เครื่องบันทึกภาพและเสียง และความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือการทำวิจัย

ระยะที่ ๒ การลงสำรวจข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยการคัดเลือกชุมชนเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อรวบรวมข้อมูลในเชิงกายภาพของพืชรักชุมชนวัดปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง วัดไหล่หินหลวง ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง วัดบ้านหลุก ตำบลนาคร้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง โดยการออกหนังสือเพื่อประสานงานติดต่อขออนุญาตทำวิจัยกับกลุ่มเป้าหมาย/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และแบบสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ โดยการสำรวจข้อมูลและการผลิตสินค้าของเศรษฐกิจชุมชน เพื่อรวบรวมข้อมูลและขั้นตอนการผลิตสินค้าของเศรษฐกิจชุมชน

ระยะที่ ๓ ปฏิบัติการเพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจชุมชนสร้างสรรค์ เพื่อให้มีอัตลักษณ์เฉพาะจากภูมิความรู้ดั้งเดิมของชุมชน

ระยะที่ ๔ การจัดพิมพ์เอกสารรายงานความก้าวหน้างานวิจัยเพื่อนำเสนอรายงานความก้าวหน้าแก่แหล่งทุนสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงรายงานความก้าวหน้างานวิจัยและนำเครื่องมือการวิจัยไปทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ในการจัดทำฉบับสมบูรณ์

ระยะที่ ๕ การสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนสู่การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนต่อไป

ระยะที่ ๖ การจัดประชุมเสวนาทางวิชาการ และกิจกรรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชน

ระยะที่ ๗ การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ วิดีโอ ผลงานวิจัย วีดิทัศน์นำเสนอ และนวัตกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณชน รวมทั้งการจัดทำแผ่นพับ หนังสือสรุปองค์ความรู้ เว็บไซต์ และการเผยแพร่สู่สื่อสารมวลชน สื่อสารสนเทศ วารสารท่องเที่ยวและวัฒนธรรม และการจัดพิมพ์เอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โดยมีตารางการเก็บรวบรวมข้อมูล และการปฏิบัติการวิจัย ดังนี้

ที่	กิจกรรมการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล	ระยะเวลา ๗ เดือน						
		๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗
๑	การจัดประชุมทีมวิจัย เพื่อชี้แจงความรู้ความเข้าใจและจัดสร้างการจัดสร้างเครื่องมือประกอบการวิจัย	→						
๒	การลงสำรวจข้อมูลภาคสนาม (Field Study)		→					
๓	การทวนแนวคิดและข้อมูลการวิจัย			→				
๔	การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครือข่าย				→			
๕	การรายงานความก้าวหน้างานวิจัยเพื่อนำเสนอรายงานความก้าวหน้าแก่สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์					→		
๖	การสรุปองค์ความรู้						→	
๗	การจัดประชุมกลุ่มย่อยเสวนาทางวิชาการ และกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ						→	
๘	การจัดทำหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ ผลงานวิจัย วีดิทัศน์ เพื่อเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณชน							→
๙	การจัดรายงานฉบับสมบูรณ์							→
๑๐	การจัดทำบทความเผยแพร่ในระดับชาติ							→

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยคณะผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามเนื้อหา (Content analysis) แล้วสรุปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้ง

ไว้โดยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยคณะผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากการวิเคราะห์จากเอกสาร การทำเวทีประชาคม (community forum) เพื่อประกอบกับข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยได้ยืนยันความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลด้วยการให้บุคคลที่อยู่ในปรากฏการณ์ที่ศึกษาและบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษาตรวจสอบและรับรองความถูกต้อง โดยการแปลข้อมูลพร้อมให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ทักท้วงหรือยอมรับข้อมูลที่น่าเสนอ ซึ่งการตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล ด้วยวิธีนี้ คณะผู้วิจัยใช้กับข้อมูลเบื้องต้นและข้อมูลที่เป็นส่วนที่คณะผู้วิจัยได้ตีความแล้วนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการนำเสนอภาพกิจกรรม ผลผลิตภัณฑ์ ชุดองค์ความรู้ และวิถีทัศน์บรรยากาศการสังเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง ๓ แห่ง ให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์ และนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในวงกว้าง โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์โดยการสรุปตามสาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนดไว้ ดังนี้

๑) บริบทของชุมชนที่เป็นองค์ความรู้ในการแสดงอัตลักษณ์ของตนเอง เช่น เครื่องจักรสาน ไม้แกะสลัก พระพุทธรูป ภาพจิตรกรรมแสดงพระชาติของพระเวสสันดรชาดก และความงดงามทางด้านพุทธสถาปัตยกรรมต่างๆ ที่สะท้อนให้เห็นความเป็นมาของวัดและชุมชนของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง

๒) ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนที่สามารถนำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในการบ่งบอกอัตลักษณ์ของวัดและชุมชน เพื่อนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในการผลิตเป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

๓) ภูมิความรู้ที่ชุมชนชำนาญและปฏิบัติสืบต่อกันมา เพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้เป็นสินค้า ผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนได้อย่างเหมาะสม และการนำความรู้เดิมมาผสมผสานกับความรู้ใหม่ในการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์บนทุนทางสังคม

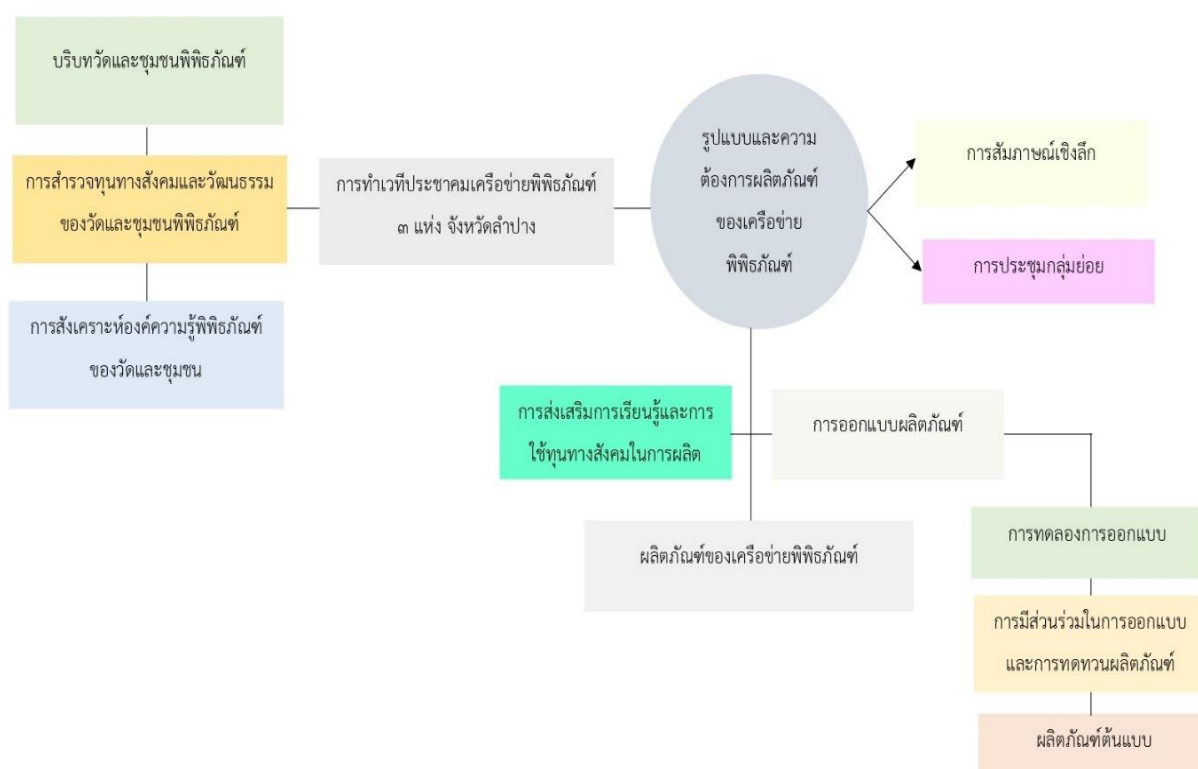
๔) ความเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน ที่มีความเหมาะสมกับวิถีชีวิต สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การสลักสัญลักษณ์ลงในผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้ความรู้ผ่านพิพิธภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ และเป็นการแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของแหล่งพิพิธภัณฑ์ของเครือข่ายในจังหวัดลำปาง

๕) ความเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนทุนทางสังคมและวัฒนธรรม อาทิเช่น ภาพวาด เครื่องจักรสาน เสื้อ และของที่ระลึกต่างๆ เพื่อใช้ต้นทุนทางสังคมในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ให้เกิดการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างแท้จริง

๖) ลักษณะของผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑ์ที่เหมาะสมกับวัดและชุมชน โดยไม่ขัดกับจารีตประเพณี และธรรมเนียมปฏิบัติของชุมชน เพื่อมิให้เกิดการทำลายคุณค่าของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง

๓.๖ สรุปกระบวนการวิจัย

จากวิธีการดำเนินการวิจัย “ผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง” คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าโดยใช้รูปแบบคุณภาพ (Qualitative Study) จากการศึกษาเอกสาร (Documentary Study) การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (In-depth Interview) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) การมีส่วนร่วม (Participation) การปฏิบัติการ (Action Research) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนในจังหวัดลำปางที่อาศัยทุนทางสังคมทั้งทางด้านวัสดุ อุปกรณ์ ความรู้ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน การทำนุบำรุง ดูแล รักษา อนุรักษ์ และเป็นการสร้างรายได้โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน โดยกระบวนการวิจัยครั้งนี้พอสรุปดังแผนภาพด้านล่าง ดังนี้



บทที่ ๔

ผลการวิจัย

แผนงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ ๑. เพื่อศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๒. เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๓. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง และ ๔. เพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาวิจัย เป็นส่วน ๆ ดังนี้

๔.๑ องค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๔.๒ การออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๔.๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๔.๔ การสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๔.๑ องค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

จากการเสวนาเชิงปฏิบัติการและการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ในวัดและชุมชนปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง, วัดและชุมชนไหล่หินหลวง ตำบลไหล่หิน อำเภอกาชา จังหวัดลำปาง และวัดและชุมชนบ้านหลุก ตำบลนาคร้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง เป็นการสร้างและพัฒนาชุมชนแห่งการเรียนรู้ เป็นการจัดให้มีการศึกษาที่เกื้อหนุนให้บุคคลในชุมชนสามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต โดยการกระจายโอกาสทางการเรียนรู้ ภายใต้อุปกรณ์ที่มีอยู่ในสังคมรอบ ๆ ตัว โดยมุ่งหวังให้เกิดการเรียนรู้จากการใช้ชีวิตในชุมชน อันเป็นการสร้างแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายในชุมชน เป็นสิ่งที่จะก่อประโยชน์ต่อกระบวนการเรียนรู้ที่ทำให้

ชุมชนได้พัฒนาศักยภาพจากวิถีชีวิตที่เป็นความเชื่อสืบต่อกัน โดยมีกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปางสามารถอธิบายได้ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ ๑ จัดเวทีเสวนาเพื่อชี้แจงให้เห็นความสำคัญขององค์ความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง โดยชุมชนกำหนดหัวข้อในการค้นหาอัตลักษณ์ ความรู้ที่จำเป็นเพื่อความเข้มแข็งของชุมชน และบันทึกเป็นความรู้ภูมิปัญญา

ขั้นตอนที่ ๒ วางแผนปฏิบัติการจัดการความรู้ของชุมชน จัดเก็บข้อมูลพิพิธภัณฑ์วัดและชุมชนเพื่อสร้างความรู้ของจุดเรียนรู้ให้เป็นลายลักษณ์อักษร

ขั้นตอนที่ ๓ จัดประชุมเสวนาจัดการความรู้ของจุดเรียนรู้ให้เป็นลายลักษณ์อักษร รวมถึงการค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชนในการจัดทำผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างอาชีพในชุมชนผ่านการสำรวจ รวบรวมทุนทางสังคม และศักยภาพชุมชนในประเด็นต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ ๔ จัดให้มีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในชุมชนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชนด้วยตนเอง

ขั้นตอนที่ ๕ สนับสนุนเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างชุมชนกับชุมชน ชุมชนกับสถาบันการศึกษา ชุมชนกับองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ ภาคธุรกิจเอกชน องค์กรเอกชนสื่อมวลชน ฯลฯ

ขั้นตอนที่ ๖ ประสานงานผ่านบทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน สถาบันทางศาสนา และสถานศึกษาในการสืบสานวัฒนธรรมจารีตประเพณีที่ดั้งเดิมของชุมชน การฟื้นฟูค่านิยมการทำงานร่วมกัน

๔.๒ การออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

จากการเสวนาเชิงปฏิบัติการและการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการคิดออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความแปลกแตกต่างไปจากเดิม โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่า และคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มอาชีพฯ มีความต้องการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในสังคมไทยให้มากขึ้นเนื่องจากได้รับความสนใจและตลาดมีความต้องการมากขึ้นตลอดเวลา เนื่องจากมีกรรมวิธีหรือกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย ไร้สารเคมี ทำให้ผู้ใช้มีสุขภาพอนามัยที่ดีขึ้น และยังเป็นการสร้างฐานที่มั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนด้วยความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้แก่ ความรู้ในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ความคิดสร้างสรรค์ และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มอาชีพ วิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพฯ จังหวัดลำปางคือวิธีการดำเนินงานในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพ ได้แก่ ๑) การออกแบบผลิตภัณฑ์ ๒) กระบวนการผลิต ๓) กลยุทธ์ทางการตลาด ๔) จุดเด่นจุดอ่อน ๕) ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ๖) ปัญหาอุปสรรค และ ๗) คุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อชีวิตและสังคมท้องถิ่น ตลอดจนการถ่ายทอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพการเทียบเคียงการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จ ในด้านปฏิบัติงานมีความคล้ายคลึงกันใน

ประเด็น การมีโครงสร้างองค์กรที่เข้มแข็ง สมาชิกในกลุ่มมีความรู้ ความสามารถและมีทักษะทางอาชีพ มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และมีวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการ และกลุ่มอาชีพฯ มีกลยุทธ์ที่ดีตลอดจนมีการค้นหากลยุทธ์ใหม่ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ๕.แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีประเด็นหลักๆ ในการพัฒนา ๔ ด้าน ได้แก่ ๑) ด้านการบริหารจัดการองค์กร ๒) ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด ๓) ด้านการบริหารจัดการด้านการผลิตและบริการ และ ๔) ด้านการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาในทุกด้านมีรากฐานมาจากแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานใน ๗ ประเด็น ได้แก่ ๑) การใช้องค์ความรู้ ๒) การศึกษา ๓) การสร้างสรรค์งาน ๔) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม ๕) วัฒนธรรม ๖) ภูมิปัญญา และ ๗) เทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นกะลามะพร้าวในจังหวัดนครปฐมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความก้าวหน้า มั่นคง มั่นคั่ง และยั่งยืน ต่อไปดังนี้

๑. วัดและชุมชนปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

ออกแบบ ๒ ผลิตภัณฑ์

๑. ธง



ภาพที่ ๔.๑ ธงกระดาษสา

๒. กรอบรูป



ภาพที่ ๔.๒ กรอบรูปพระบฏ

๒. วัดและชุมชนไหล่หินหลวง ตำบลไหล่หิน อำเภอกะลา จังหวัดลำปาง
ออกแบบ ๒ ผลิตรีทัศน์

๑. กรอบรูปพระพุทธรูป



ภาพที่ ๔.๓ กรอบรูปพระพุทธรูป

๒. ๖ง



ภาพที่ ๔.๔ ธงภาพพระพุทธรูปไม้

๓. วัดและชุมชนบ้านหลุก ตำบลนาคร้ว อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง
ออกแบบ ๓ ผลิตภัณฑ์
๑. กระจ่ายขูดมะพร้าว



ภาพที่ ๔.๕ กระจ่ายขูดมะพร้าวจำลอง

๒. สอกควาย (กระต๋องควาย)



ภาพที่ ๔.๖ สอกควาย (กระต๋องควาย) จำลอง

๓. ครกไม้



ภาพที่ ๔.๗ ครกไม้ จำลอง

๔.๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

จากการเสวนาเชิงปฏิบัติการและการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่ากระบวนการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปางทั้ง ๓ พื้นที่ ซึ่งมีกระบวนการในการผลิตผลิตภัณฑ์ตามขั้นตอน ดังนี้

๔.๓.๑. จัดเวทีชุมชนระดมแนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์

การจัดเวทีชุมชนของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์จังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอความเป็นมาของโครงการ การระดมแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ ทูทางสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกำหนดแผนงาน ดำเนินการวิจัย และแนวทางการเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง

๔.๓.๒. นำเสนอรูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์

ทีมวิจัยได้นำเสนอรายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง และนำเสนอรูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์จากการต่อยอดผลงานวิจัยจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ชุมชนได้เกิดแนวคิดเชิงสร้างสรรค์จากตัวอย่างที่เสนอผลิตภัณฑ์พิพิธภัณฑ์ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

๔.๓.๓. ระดมความคิดเห็นเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

การจัดการระดมความคิดเห็นเพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในประเด็นที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ชุมชนแต่ละแห่ง ลักษณะพิพิธภัณฑ์ ประเภทและวัสดุที่จะนำมาสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์บนทุนทางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ชุมชนให้ความสนใจ และนำเสนอการระดมความคิดเห็นเพื่อทราบแนวทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปางทั้ง ๓ แห่ง

จากที่กล่าวมาทั้งหมดการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ว่าควรมีรูปแบบลักษณะอย่างไร โดยมีอัตลักษณ์ของชุมชน และการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน โดยการผลิตของที่ระลึก อาทิเช่น การผลิตผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์วัดบ้านหลุกที่มีความโดดเด่นด้านเครื่องใช้ในครัวเรือนในอดีตและทุนทางสังคมการทำไม้ จึงได้มีการผลิตที่ทับกระดาษ และที่หนีบกระดาษ “แมงขูดมะพร้าว” พวงกุญแจจระกอก พวงกุญแจดอกควาย ขณะที่การผลิตผลิตภัณฑ์ของวัดปงสนุกเหนือและวัดไหล่หินหลวง ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์เชิงมิติทางด้านศาสนาและความเชื่อ จึงมีการผลิตสินค้าในรูปแบบของที่กราบไหว้ และสักการบูชา และของที่ใช้ในพิธีกรรมการตั้งธรรมหลวงที่มีการแสดงรูปมหาเวสสันดรชาดกเป็นสัญลักษณ์ ซึ่งการผลิตผลิตภัณฑ์จึงเป็นการสร้างกรอบรูป ธงที่ใช้พิธีกรรม และที่แขวนในรถยนต์ที่เปรียบเสมือนพุทธคุณ ธรรมคุณ และสังฆคุณที่ทำด้วยกระดาษสาที่เป็นวัสดุอุปกรณ์ที่จัดหาได้อย่างง่ายดายและราคาประหยัดที่สามารถจัดหาได้ในลำปาง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ใช้เป็นเครื่องรางของคลังช่วยป้องกันให้แก่ลัทธิคลาดปลอดภัย ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ใช้เป็นของที่ระลึกที่สะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์และพัฒนาไปสู่การค้าระดับจังหวัดต่อพาณิชย์จังหวัด

๔.๓.๔. จัดตั้งคณะทำงานวิจัยชุมชน

การจัดตั้งคณะทำงานวิจัยชุมชนจากตัวแทนเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ เช่น ผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์ และผู้นำชุมชนให้เข้าร่วมดำเนินงานในโครงการวิจัย เพื่อให้คณะวิจัยชุมชนเป็นผู้ที่คอยชี้แนะและทำหน้าที่ขับเคลื่อนโครงการ รวมถึงการประสานงาน สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการวิจัยแก่ชุมชน และให้การดำเนินการวิจัยเป็นไปอย่างต่อเนื่องและบรรลุตามเป้าหมายของโครงการวิจัย^{๑๒๓}

๔.๔.๕. ออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์

มีขั้นตอนการออกแบบ โดยเริ่มที่การวิเคราะห์หารูปแบบผลิตภัณฑ์ สร้างต้นแบบร่างผลิตภัณฑ์ตามความเหมาะสมของแต่ละพิพิธภัณฑ์ วิเคราะห์ลักษณะผลิตภัณฑ์และวัสดุอุปกรณ์หลักที่ใช้ในการผลิต ปฏิบัติการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ และการนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์แก่เครือข่ายพิพิธภัณฑ์

ตัวแทนของคณะวิจัยได้นำเสนอรายละเอียดจากการจัดเวทีชุมชน และความก้าวหน้าของการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ เพื่อสร้างความเข้าใจแก่ชุมชน และการ

^{๑๒๓} เวทีประชุมกลุ่มย่อย, เวทีระดมความคิดเห็นแนวทางการการผลิตผลิตภัณฑ์เครือข่ายพิพิธภัณฑ์วัดและชุมชนในจังหวัดลำปาง, ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕.

ดำเนินงานตรงตามวัตถุประสงค์ รวมถึงงบประมาณการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ และนำเสนอรูปแบบการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ที่กำลังดำเนินการชุมชนสามารถมองเห็นได้ชัดเจนขึ้น รวมถึงประโยชน์จากการผลิตผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ เป็นต้น

คณะทำงานวิจัยชุมชนได้วางแผนในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ โดยการแบ่งหน้าที่ในการรับผิดชอบ และสถานที่ในการใช้ปฏิบัติการ โดยได้มีการประชุมและลงมติในการใช้สถานที่ ได้แก่ วิทยาลัยสงฆ์นครลำปางและกำหนดหน้าที่ของผู้รับผิดชอบ ดังนี้

ลำดับที่	กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ
๑	การออกแบบผลิตภัณฑ์	คณะผู้วิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิมีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
๒	การทำโครงสร้างผลิตภัณฑ์ของเครือข่าย	ช่าง (สล่า)/ชุมชนที่มีความเชี่ยวชาญด้านงานช่าง
๓	การผลิตผลิตภัณฑ์	ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์/ชุมชน
๔	การจำหน่าย	เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปางและพาณิชย์จังหวัด



ภาพที่ ๔.๘ คณะทำงานวิจัยชุมชนได้วางแผนในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

ซึ่งวิธีการดำเนินการในการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์และชุมชน มุ่งเน้นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการดูแลพิพิธภัณฑ์และชุมชน เพื่อจะได้พัฒนาศักยภาพในการผลิต เพิ่มทักษะความรู้และส่งต่อไปยังชุมชนที่หลัง โดยมีการอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เริ่มจากการอบรมเพื่อถ่ายทอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง โดยทีมงานวิจัยได้นำต้นแบบที่ได้ออกแบบให้เหมาะสมกับแต่ละพิพิธภัณฑ์จากผู้ทรงคุณวุฒิของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่คณะวิจัยผู้จัดการพิพิธภัณฑ์และชุมชน ตั้งแต่การเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ในการสร้างชิ้นงาน วิธีการเทคนิคการทำผลิตภัณฑ์และการปรับประยุกต์ตามความสร้างสรรค์ของแต่ละท้องถิ่น และจากการปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

ทุกกระบวนการขั้นตอน เพื่อให้การผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑน์ได้แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ คุณค่า และสร้างรายได้ให้แก่วัดและชุมชน และดำเนินการทำงานไปตามเป้าหมาย โดยสุดท้ายจะต้อง มีการจัดสรุปบทเรียนแก่ชุมชน เพื่อเป็นการทบทวน วิเคราะห์ ผลลัพธ์ ผลกระทบการทำงานที่ผ่านมา และนำไปสู่การขยายผลในชุมชนอื่น

๔.๔ การสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่าย พิพิธภัณฑน์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

จากการเสวนาเชิงปฏิบัติการและการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การสร้างเครือข่ายทางการตลาด ผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑน์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง เป็นการ สร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วม (Network Building and Participatory) เป็นเครื่องมือที่ปัจจุบัน หลายสถานศึกษามีความพยายามในการปรับเปลี่ยนรูปแบบ การพัฒนาชุมชนให้มีสมรรถนะสูง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารจัดการ เนื่องจากกระบวนการสร้างเครือข่ายและการมี ส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุน และส่งเสริมให้ชุมชนมีพลังในการพัฒนาประเทศอย่าง สร้างสรรค์ อันเป็นเป้าหมายหลักของการพัฒนาชุมชนยุคใหม่ ทั้งนี้ชุมชนต้องสร้างระบบการ ดำเนินงานทางการพัฒนาร่วมกับภาคที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเครือข่ายการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ ร่วมกัน ส่วนรายละเอียดด้วยของ Module ดังนี้

๑. ความสำคัญของการพัฒนาชุมชนในรูปแบบการสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วม
๒. แนวคิดการการพัฒนาชุมชนในรูปแบบการสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วม
๓. ระดับการมีส่วนร่วม แบ่งออกมาเป็น * ระดับ ได้แก่

ระดับ ที่ ๑ การมีส่วนร่วมในระดับให้ข้อมูลข่าวสาร (To Inform) โดยวิธีการให้ข้อมูล สามารถใช้ช่องทางต่าง ๆ เช่น เอกสารตีพิมพ์ของชุมชน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุชุมชน การจัดนิทรรศการนอกสถานศึกษา จดหมายข่าว เว็บไซต์ของชุมชน เป็นต้น



ภาพที่ ๔.๙ ห่อบรรจุผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

ระดับ ที่ ๒ การมีส่วนร่วมในระดับการปรึกษาหารือ (To Consult) เป็นกระบวนการที่เปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลข้อเท็จจริงและความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจของสถานศึกษาด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การรับฟังความคิดเห็น การสำรวจความคิดเห็น การจัดเวทีสาธารณะ การแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์ เป็นต้น

ระดับ ที่ ๓ การมีส่วนร่วมในระดับให้เข้ามาจับบทบาท (To Involve) เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน หรือร่วมเสนอแนะทางที่นำไปสู่การตัดสินใจ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ประชาชนว่าข้อมูลความคิดเห็นและความต้องการของ ประชาชนจะถูกนำไปพิจารณาเป็นทางเลือกในการพัฒนาชุมชน เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพิจารณาประเด็นนโยบายสาธารณะ ประชาพิจารณ์ การจัดตั้งคณะทำงานเพื่อเสนอแนะประเด็นนโยบาย เป็นต้น

ระดับ ที่ ๔ การมีส่วนร่วมในระดับสร้างความร่วมมือ (To Collaborate) เป็นการให้กลุ่มประชาชนผู้แทนภาคสาธารณะมีส่วนร่วม โดยหุ้นส่วนกับชุมชนในทุกขั้นตอนของการตัดสินใจ และมีการดำเนินกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

ระดับ ที่ ๕ การมีส่วนร่วมในระดับให้เสริมอำนาจแก่ประชาชน (Empower) เป็นขั้นที่ให้บทบาทประชาชนในระดับสูงที่สุด โดยให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจ เช่น การลงประชามติในประเด็นกิจกรรมการพัฒนาชุมชนต่าง ๆ เป็นต้น

บทที่ ๕

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

แผนงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ ๑. เพื่อศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๒. เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๓. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง และ ๔. เพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาคือ เป็นส่วน ๆ ดังนี้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาโดยใช้การวิจัยแบบคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ทราบถึงประเด็นของการศึกษาในรายละเอียดที่สำคัญ และมีความครอบคลุมในเนื้อหาสาระสำคัญที่ทำ การศึกษาอย่างครบถ้วน จะทำให้ได้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึก (In-Depth) ที่มีรายละเอียดชัดเจนสามารถนำมาวิเคราะห์ในเชิงตรรกะ (Analytic Induction) ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งประกอบไปด้วยผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในสถานที่ โดยศึกษาจากองค์การศึกษาที่มีการนำแนวคิดทางพระพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้ต่อการศึกษาค้นคว้าและกระบวนการสร้างการจัดการพิพิธภัณฑท้องถิ่นเพื่อความยั่งยืนและพึ่งพาตนเอง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์

จากการศึกษาในเรื่องการจัดการพิพิธภัณฑวัดและชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของชุมชนในลำปาง ผู้วิจัยจะแบ่งการสรุปผลการวิจัยไว้ ดังนี้

ส่วนที่ ๑ องค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

งานวิจัยนี้ศึกษาค้นคว้าองค์ความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑชุมชนในจังหวัดลำปาง โดยเน้นไปที่ ๓ ชุมชนหลัก ได้แก่ วัดปงสนุกเหนือ, วัดไหล่หินหลวง, และวัดบ้านหลุก ซึ่งแต่ละชุมชนมีอัตลักษณ์และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ดังนี้:

๑. วัดปงสนุกเหนือ :

อัตลักษณ์ ได้แก่ ตุงพระบฏ ซึ่งเป็นงานจิตรกรรมที่แสดงถึงพระพุทธเจ้าและวิจิตรศิลป์ของชาวไทย

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ นำเรื่องราวในพระบฏมาทำเป็นตุ๊กต เพื่อสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ หรือจัดแสดงโบราณวัตถุและสิ่งของต่างๆ ในพิพิธภัณฑ์ ๔ อาคาร ได้แก่ พิพิธภัณฑ์หีบธรรม, พิพิธภัณฑ์เครื่องสักการะในพระพุทธศาสนา, พิพิธภัณฑ์พระพุทธรูปไม้ตุงค่าว, และพิพิธภัณฑ์รัตนนุรักษ์

จุดเด่น มีการอนุรักษ์มรดกทางศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่ได้รับรางวัลระดับนานาชาติจาก UNESCO

๒. วัดไหล์หินหลวง :

อัตลักษณ์ ได้แก่ คัมภีร์ใบลานและวัตถุโบราณที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชุมชนต้องการการสนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์และสร้างอาชีพ หรือจัดแสดงนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์ แบ่งเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ วิถีชีวิต, วัฒนธรรมประเพณี, ภูมิปัญญา, และของใช้

จุดเด่น มีการเก็บรวบรวมวัตถุโบราณและคัมภีร์ใบลานจำนวนมากที่บอกเล่าถึงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

๓. วัดบ้านหลุก

อัตลักษณ์ ได้แก่ เครื่องมือเครื่องใช้ในการทำมาหากิน และการแกะสลักไม้

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากการแกะสลักไม้ เช่น ที่หนีบกระดาษ, พวงกุญแจ โดยจำลองจากเครื่องมือเครื่องใช้ในพิพิธภัณฑ์ และบรรจุ QR Code ในบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและเชื่อมโยงไปยังพิพิธภัณฑ์ หรือจัดแสดงวัตถุโบราณภายในพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น แบ่งได้เป็น ๖ หมวดหมู่ ได้แก่ เครื่องมือเครื่องใช้ทางเกษตร, เครื่องทอผ้า, เครื่องใช้ในครัวเรือน, เครื่องดนตรี, อาวุธ, และรถจักรยานยนต์ ล้อเกวียน

จุดเด่น มีการนำทุนทางสังคม (การแกะสลักไม้) มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีการใช้เทคโนโลยี QR Code เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างการเรียนรู้

โดยสรุป งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของพิพิธภัณฑ์ชุมชนในการเป็นแหล่งองค์ความรู้และแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แต่ละชุมชนมีอัตลักษณ์และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งสะท้อนถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา

การนำเทคโนโลยีและองค์ความรู้ด้านการออกแบบมาประยุกต์ใช้ จะช่วยเพิ่มมูลค่าและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน

งานวิจัยนี้ยังได้อธิบายถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองและสร้างรายได้อย่างยั่งยืน

ส่วนที่ ๒ การออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

กระบวนการการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เริ่มต้นที่ผู้วิจัยได้ทำการจัดเวทีสัมมนาเพื่อค้นหาองค์ความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง พบว่ากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปางจะต้องพิจารณาจากองค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง ในวัดและชุมชนเป็นผลต่อเนื่องของการต่อยอดจากผลงานวิจัยที่คณะผู้วิจัยได้จัดทำในปีงบประมาณ ๒๕๖๓ ภายใต้แผนงานวิจัยการจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของจังหวัดลำปาง ที่ได้ผลลัพธ์เป็นรูปแบบทะเบียนโบราณวัตถุของพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีการบันทึกภาพโบราณวัตถุภายในพิพิธภัณฑ์ชุมชนในแต่ละแห่ง แห่งละ ๓๐ ชิ้น รวม ๓ แห่ง มีจำนวน ๙๐ ชิ้น เป็น Barcode ที่มีการเข้าถึงรายละเอียดของวัตถุโบราณที่มีคุณค่าต่อแต่ละพิพิธภัณฑ์ รวมไปถึงการเข้าถึงพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ด้วยระบบ Electronics ผ่านระบบ Social Media ได้อีกด้วย การใช้ทุนทางสังคม ทรัพยากรที่มีในชุมชนนั้น ๆ เป็นหลัก โดยการนำเสนอต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนสู่ชุมชนอื่นในรูปแบบนิทรรศการ จากการการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง ๑) กลุ่มวัดและชุมชนในการศึกษาจำนวน ๓ แห่ง ได้แก่ ๑. วัดและชุมชนปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ๒. วัดและชุมชนไหลหินหลวง ตำบลไหลหิน อำเภอกะเคา จังหวัดลำปาง และ ๓. วัดและชุมชนบ้านหลุก ตำบลนาครี อำเภอมะทะ จังหวัดลำปาง รวมไปถึง กลุ่มเครือข่าย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น วัฒนธรรมจังหวัด พานิชย์จังหวัดลำปาง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาศพิพิธภัณฑ์ ฯลฯ ผ่านขั้นตอนการจัดทำแผนชุมชนเพื่อสร้างระบบและกลไกของกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง มีการพัฒนามาจากกลุ่มคนที่ประกอบด้วย ๑. กลุ่มตัวแทนจากพิพิธภัณฑ์แต่ละชุมชน ที่เป็นแกนนำในการสร้างกลุ่มชุมชนในการเป็นผู้สร้างอาชีพในชุมชน ๒. นักพัฒนาชุมชน ๓. นักวิชาการ ๔. วัฒนธรรมจังหวัด ผ่านระบบและกลไกในการนำเสนอต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอย่างดีเป็นระบบ

ส่วนที่ ๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัด และชุมชนจังหวัดลำปาง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นการต่อยอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเครือข่ายพิพิธภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นการอนุรักษ์และสร้างมูลค่าอันเป็นสินทรัพย์ทางปัญญาจากมรดกท้องถิ่นให้เกิดรายได้แก่วัดและชุมชน โดยมีการประชุมคณะที่มวิจัยชุมชนเพื่อจัดพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ เพื่อฝึกทักษะและสร้างองค์ความรู้แก่ชุมชน เป็นการดึงศักยภาพและนำเสนอศักยภาพด้านการผลิตโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งจะเป็นการนำความรู้ไปสู่การ

ถ่ายทอดแก่คนในชุมชนในลำดับต่อไป นอกจากนี้ยังมีการขยายผลถ่ายทอดการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนให้แก่คนในชุมชน และการประเมินโดยผู้รับว่าสินค้าใช้ได้หรือไม่ หากมีข้อบกพร่องจะได้นำมาสู่การปรับปรุงและพัฒนาอีกครั้ง รวมถึงการปรึกษากับพาณิชย์จังหวัดในการเป็นสินค้าของท้องถิ่นในลำดับต่อไป

ค. กระบวนการปลายน้ำ เป็นกระบวนการสร้างพื้นที่ในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ และการจำหน่ายสินค้าของเครือข่าย ประกอบด้วย

๑) การสร้างพื้นที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์

การจัดพื้นที่ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง โดยการพัฒนาสินค้าให้ถึงระดับจังหวัด เป็นสินค้าที่ระลึกที่สร้างรายได้แก่วัดและชุมชน โดยการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาคีเครือข่ายภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการเอกชน ในการจัดกิจกรรมและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับการพิพิธภัณฑ์ อัตลักษณ์ คุณค่า และมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นจากการสแกนองค์ความรู้ที่ติดอยู่ในฉลาก หรือ QR CODE ซึ่งจะเป็นการให้ความรู้ ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา และความสำคัญของวัตถุโบราณ สิ่งของ และเครื่องใช้ในเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปางได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ จะได้มีการพัฒนาการจัดซื้อสินค้าผ่านระบบ E-Commerce ที่สามารถจัดซื้อสินค้าในช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ของเครือข่ายในลำดับต่อไป

๒) เวทีสรุปบทเรียนนักวิจัยชุมชน

คณะวิจัยได้มีการจัดประชุมที่มวิจัยชุมชน เพื่อสรุปบทเรียนการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง เพื่อการให้ความรู้ที่เกิดจากผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการเครือข่ายพิพิธภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เกิดรายได้และอนุรักษ์ วัตถุ สิ่งของ และเครื่องใช้ในเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ รวมถึงการทบทวนประเด็นต่างๆ ที่เกิดขึ้น ปัญหาอุปสรรค สิ่งที่ได้เรียนรู้ สิ่งที่จะดำเนินงานต่อไปในอนาคต เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน การปรับปรุงและพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดลำปางให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

ส่วนที่ ๔ การสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

การพัฒนาแบบวิถีการสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง เป็นการสร้างเครือข่าย กิจกรรมในการก่อให้เกิดกลุ่มองค์กรหรือกลุ่มบุคคล เพื่อวัตถุประสงค์ในการแลกเปลี่ยน การจัดกิจกรรม หรือการผลิตระหว่างองค์กรสมาชิก ซึ่งต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมาก่อนที่จะหาความตกลงเป็นองค์กรเครือข่ายเครือข่ายต่าง ๆ มีจุดเริ่มต้นมาใน ๓ ลักษณะ เกิดตามธรรมชาติ เกิดจากการจัดตั้ง และเกิดจากวิวัฒนาการ โดยเครือข่ายที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีประชาชนเป็นผู้ริเริ่ม เป็นเครือข่ายที่ประชาชนตระหนัก ตื่นตัวในปัญหาที่เกิดขึ้น แล้วลงมือริเริ่มรวมตัวกันเข้าเป็นกลุ่มเป็นเครือข่ายเพื่อแก้ไขปัญหาภาคประชาชนจึงเป็นแกนหลัก ภาครัฐเป็นเพียงผู้สนับสนุนและผู้อำนวยความสะดวกให้การจัดตั้ง

เครือข่ายทำได้ง่ายขึ้น บทบาทภาครัฐจะน้อย กลุ่มองค์กรชุมชนประชาคมจะทำงานและมีอำนาจในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ มาก ในขณะที่เครือข่ายที่เกิดขึ้นจากการจัดตั้ง หรือรัฐเข้าไปเป็นผู้ริเริ่มกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความตระหนักในปัญหา สร้างความตื่นตัวให้เกิดความสนใจ และผลักดันให้เกิดการรวมตัวของประชาชน เช่น การที่ส่วนราชการพยายามผลักดันการสร้างหน่วยเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง และเครือข่ายที่เกิดจากวิวัฒนาการ มีกระบวนการพัฒนาที่เริ่มจากกลุ่มบุคคล องค์กรมารวมกันด้วยวัตถุประสงค์กว้าง ๆ ไม่ชัดเจน สนับสนุนและเรียนรู้ไปด้วยกัน หรือกลุ่มคนเกิดความคิดที่จะรวมตัวกัน สร้างพันธสัญญาเป็นเครือข่ายช่วยเหลือและพัฒนาตนเอง หลังถูกจุดประกายความคิดมาจากการได้รับฟัง ได้เห็นการดำเนินงานของเครือข่ายอื่น ๆ เช่น เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ เครือข่ายผู้สูงอายุ

๕.๒ ข้อเสนอแนะ

๕.๒.๑ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้

๑. การสร้างองค์ความรู้และการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ควรนำไปสร้างนโยบายร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น มาพิจารณาร่วมกัน วางแผนการทำงานแบบบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงในการพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาศักยภาพคนในชุมชน

๒. การออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ควรสร้างบุคคลเพื่อดูแลบริหารจัดการ และสร้างแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ให้เข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

๓. การสร้างองค์ความรู้และการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ควรมีจัดการระบบข้อมูลของวัตถุโบราณในพิพิธภัณฑท้องถิ่น พร้อมทั้งให้ข้อมูลที่บรรจุกษาของนักท่องเที่ยวที่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

๕.๒.๒ ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

๑. ควรมีการวิจัยการพัฒนาการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง โดยนำไปประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินงานพัฒนาและบูรณาการพิพิธภัณฑทั้ทั้งประเทศไทย

๒. ควรมีการวิจัยการบูรณาการความรู้ด้านการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง เพื่อพัฒนาศักยภาพ

บุคลากรของหน่วยงานราชการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ด้วยการสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิตและสังคมแห่งการเรียนรู้

๓. ควรมีการวิจัยเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้และการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ให้มีความเป็นระบบสากลโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการสร้างองค์ความรู้และสร้างระบบกลไกในการบริหารจัดการที่เป็นสากล

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย:

๑.๑ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Sources)

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

๑.๒ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources)

๑.๒.๑ หนังสือ

_____ . คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน: การตัดสินใจที่ดีกว่าโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม.
นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า, ๒๕๕๑.

_____ . การฟื้นฟูพลังชุมชนด้วยการจัดการทรัพยากรทางโบราณคดีและพิพิธภัณฑ: แนวคิด
วิธีการ และประสบการณ์จากจังหวัดน่าน. กรุงเทพมหานคร: โครงการเสริมสร้างการ
เรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และ สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ (สสส), ๒๕๔๘.

_____ . ทศวรรษธรรมทัศน์พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต) หมวดสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์,
กรุงเทพมหานคร: ธรรมสภา, ๒๕๔๓.

_____ . พิพิธภัณฑภาคสนาม ประสบการณ์จากคนลงมือทำ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยา
สิรินธร, ๒๕๕๑. (เอกสารทางวิชาการลำดับที่ ๖๗).

กาญจนา แก้วเทพ. เครื่องมือการทำงานแนวพัฒนาชุมชน, กรุงเทพมหานคร : สภาคาทอโลกแห่ง
ประเทศไทยเพื่อการ พัฒนา, ๒๕๓๘.

โกวิท พวงงาม. คู่มือมิติใหม่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: ผู้บริหารท้องถิ่นที่มาจากทางเลือกตั้ง
โดยตรงของประชาชน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เสมาธรรม, ๒๕๔๗.

ชัยอนันต์ สมุทวณิช. เพลินเพื่อรู้. กรุงเทพมหานคร: พี.เพรส., ๒๕๔๓.

ชาญชัย ศิลปะอวยชัย และคณะ. ความต้องการมีส่วนร่วมจัดการศึกษาในท้องถิ่นของสมาชิก
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดแพร่. รายงานการวิจัย, บัณฑิตวิทยาลัย:
มหาวิทยาลัยนเรศวร, ๒๕๔๒.

ติน ปรัชญพฤษ. ภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมพฤติกรรมในองค์การหน่วยที่ ๒. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, ๒๕๓๓.

ถวิลวดี บุรีกุล. พลวัตการมีส่วนร่วมของประชาชน: จากอดีต จนถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักร
ไทย พุทธศักราช ๒๕๕๐. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ.พี. กราฟิค ดีไซน์และการพิมพ์
จำกัด, ๒๕๕๒.

ถวิลวดี บุรีกุล. เอกสารประกอบการศึกษาดูงานของคณะกรรมการพัฒนาการเมืองและการ
มีส่วนร่วมของประชาชน วุฒิสภา เรื่อง “การมีส่วนร่วม : แนวคิด ทฤษฎีและ
กระบวนการ”. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพระปกเกล้า, ๒๕๕๑.

- ทรงศักดิ์ แก้วมูล. การดำเนินการศึกษารวบรวมข้อมูลและสังเคราะห์ความรู้จากพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น
กรณีศึกษา พิพิธภัณฑ์วัดโหล่หินหลวง ตำบลโหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง”,
รายงานการวิจัย, สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.), ๒๕๔๙.
- ทวีทอง หงส์วิวัฒน์. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ศึกษา
นโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๒๗), หน้า ๑๑๗.
- ทวีศักดิ์ นพเกษร, วิฤตสังคมไทย ๒๕๔๐ กับบทบาทวิทยาการกระบวนกรมีส่วนร่วมเพื่อจัดเวที
ประชาคม. กรุงเทพมหานคร: คณะอนุกรรมการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อ
เผชิญปัญหาวิกฤต, ๒๕๔๑.
- ธนิก เลิศชาญฤทธ์. ตามรอยกำเนิดมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: สารคดี, ๒๕๕๐.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจุบัน.
กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภากาการพิมพ์, ๒๕๓๑.
- บุญดี บุญญาภิกข และคณะ. การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : จิรวัดน์
เอ็กซ์เพรส, ๒๕๔๗.
- ประเวศ วะสี. การจัดการความรู้: กระบวนการปล่อยมนุษย์สู่ศักยภาพ เสรีภาพ และความสุข, พิมพ์
ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์กรีน-ปัญญาญาณ, ๒๕๕๐.
- ปรัชญา เวสารัชช์. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อชนบท. รายงานวิจัย,
กรุงเทพมหานคร: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๘.
- ปวย อังภากรณ์. ศาสนธรรมกับการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โกมลคีมทอง, ๒๕๓๐.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร. ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพมหานคร: คณะสังคมสงเคราะห์
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๑.
- ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ และชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์. สื่อสารกับสังคมเครือข่าย, ในเอกสารประกอบการ
ฝึกอบรมหลักสูตร ๓ “การสร้างเครือข่ายที่มีพลัง” สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
กรุงเทพฯ: สถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม, ๒๕๔๖.
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์, (Knowledge
Management. กรุงเทพมหานคร: ธรรมกมลการพิมพ์, ๒๕๔๗.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต). การพัฒนาที่ยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ ๕. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โกมล
คีมทอง, ๒๕๔๓.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). ทางสายกลางของการศึกษาไทย. พิมพ์ครั้งที่ ๒.
กรุงเทพมหานคร: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๗.
- พระไพศาล วิสาโล. พุทธธรรมกับการพัฒนาสังคม. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกมลคีมทอง, ๒๕๓๓.
- พระมหาสุทนต์ อากาศโร (อบอูน) และปาริชาติ วลัยเสถียร, เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการ
จัดการ. กรุงเทพฯ : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข, ๒๕๔๗.
- พิสนุ พองศรี. วิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ ๔ (กรุงเทพมหานคร: บริษัทพรอพเพอร์ตี้พริ้นท์ จำกัด
, ๒๕๕๐.
- เพ็ญพรรณ เจริญพร. พิพิธภัณฑ์สถานวิทยา. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา ๓๐๐ ๒๖๑
พิพิธภัณฑ์สถานวิทยา (Museology). คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๔๘.

- ไพรัตน์ เดชะรินทร์, ทบพทวนการพัฒนาชนบทไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ ดี แอนด์ เอส, ๒๕๓๒.
- ไพรัตน์ เดชะรินทร์. การบริหารการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๗.
- ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. หลักการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท. กรุงเทพมหานคร: ไทยอนุเคราะห์ไทย, ๒๕๔๘.
- ระวี ถาวร. การติดตามระบบนิเวศอย่างมีส่วนร่วม: บทเรียนปัจจุบันสู่ทิศทางในอนาคต. ปทุมธานี: บริษัท คูมายเบส จำกัด, ๒๕๔๙.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๔๒, (กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, ๒๕๔๒).
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมศัพท์ปรัชญา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.๒๕๔๘, พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, ๒๕๔๘.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด, ๒๕๕๖.
- วันชัย วัฒนศัพท์. คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจของชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ ๔. ขอนแก่น: โรงพิมพ์ศิริภรณ์ ออฟเซ็ท, ๒๕๔๗.
- วิจารณ์ พานิช, การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ตาตา พับลิเคชั่น, ๒๕๔๕.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. การพัฒนาเมืองและชนบทประยุกต์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ฟอร์เพช, ๒๕๔๙.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. หลักรัฐประศาสนศาสตร์: แนวคิดและกระบวนการ, พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ท, ๒๕๕๑.
- เวทีประชุมกลุ่มย่อย. เวทีระดมความคิดเห็นแนวทางการการผลิตผลิตภัณฑ์เครือข่ายพิพิธภัณฑ์วัดและชุมชนในจังหวัดลำปาง, ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕.
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร. เอกสารการสัมมนาทางวิชาการเรื่องพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๓๙.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ ๒, กรุงเทพมหานคร : บริษัท จีรวัฒน์เอ็กซ์เพรส จำกัด, ๒๕๔๘.
- สนธยา พลศรี, ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ โอ เอส พริ้นติ้งเฮ้าส์, ๒๕๓๓.
- สนธยา พลศรี. กระบวนการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๔๕.
- สมบูรณ์ สุขसारัญญ. การพัฒนาชนบทตามแนววิถีพุทธ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์สวย จำกัด, ๒๕๓๐.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. สังคมไทย: แนวทางวิจัยและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์, ๒๕๕๐.
- สร้อยตระกูล อรรถมานะ. พฤติกรรมองค์การ: ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพมหานคร: จี พี ไซเบอร์พริ้นท์, ๒๕๔๕.

- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. **ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม**. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑.
- สายัณต์ ไพโรชาญจิตร. **กระบวนการโบราณคดีชุมชน: การวิจัยเชิงปฏิบัติการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม เพื่อเสริมสร้างความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันไทยคดีศึกษาและภาควิชาการพัฒนารัฐบาลชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๘.
- สายัณต์ ไพโรชาญจิตร. **การฟื้นฟูพลังชุมชนด้วยการจัดการทรัพยากรทางโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์: แนวคิด วิธีการและประสบการณ์จากจังหวัดน่าน**. กรุงเทพมหานคร: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.), ๒๕๔๗.
- สายัณต์ ไพโรชาญจิตร. **การจัดการทรัพยากรทางโบราณคดีในงานพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: โครงการหนังสือโบราณคดีชุมชน, ๒๕๕๐.
- สายัณต์ ไพโรชาญจิตร. **พิพิธภัณฑ์บริบาล (MUSEOPEN)**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ศึกษาพัฒนาโบราณคดีชุมชน (ARCHAEOOPEN), ๒๕๕๓.
- สำนักงาน ก.พ.ร. และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. **คู่มือการจัดทำแผนการจัดการความรู้: จากทฤษฎีการปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, ๒๕๔๘.
- เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์. “หน่วยที่ ๗ ปัญหาและแนวโน้มเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารการศึกษา”, ใน **ประมวลสาระชุดวิชาสัมมนาปัญหาและแนวโน้มทางการบริหารการศึกษา**. นนทบุรี: สาขาวิชาศึกษาศาสตร์: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๒.
- เสาวนิตย์ ชัยมุสิก. **การบริหารโรงเรียนเป็นฐานเพื่อการประกันคุณภาพการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บุคพอยท์, ๒๕๔๒.
- อรัญย์ กักผล. **คู่มือ การมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับผู้บริหารท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร: สจเรียม การพิมพ์, ๒๕๕๒.
- อรรศรี งามวิทยาพงศ์. **คุยกันเรื่องความคิดกับศาสตราจารย์ นพ.ประเวศ วะสี**. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกมล คีมทอง, ๒๕๔๑.
- อรุณี ชัยพิชิต. (๒๕๕๗). **ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์และทรัพย์สินทางปัญญา**. สืบค้น ๙ มีนาคม ๒๕๖๐. จาก <https://kruneedesign.wordpress.com/๒๐๑๔/๐๔/๑๗>
- อรุณี เวียงแสง และคณะ. **การติดตามและประเมินผลแบบมีส่วนร่วม**. กรุงเทพมหานคร: พิษณุไทยออฟเซต, ๒๕๔๘.
- อศิน รพีพัฒน์. **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทย**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์นโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, ๒๕๒๗.
- อาภรณ์ พันธุ์ จันทร์สว่าง. **การพัฒนาบุคคล กลุ่มและชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๔.
- อิกุจิโร โนนากะ, โนโบรุ คอนโนะ, และแพทริก ไรน์โมลเลอร์. **วิธีการสร้างความรู้ (Methodology of Knowledge Creation)**, แปล โดย ทวี นาคนบุตร, (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๑๕๕๐.

๑.๒.๒ บทความในวารสาร

จุฑามาศ แก้วพิจิตร. การศึกษากระบวนการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต. วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – เมษายน ๒๕๕๙).

น้ำทิพย์ วิภาวิน. การจัดการความรู้, วารสารศรีปทุมปริทัศน์. ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๒, (กรกฎาคม – ธันวาคม ๒๕๕๖).

บุรินทร์ เปล่งดีสกุล และภาคินี เปล่งดีสกุล, “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูป ปลาน้ำจืด แม่สมศรี ตำบลทุ่งลุยลาย อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ”, วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม – ธันวาคม ๒๕๖๑): ๒๐๖-๒๓๐.

ปนัดดา มนุรัชฎา และคณะ. “ได้ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายในร้านค้าพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (มิวเซียมสยาม)”. วารสารวิชาการ ANJU ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร, ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๒ (ตุลาคม ๒๕๕๕ - มีนาคม ๒๕๕๖): ๕๕-๖๘.

ปราโมทย์ เหลาะลาภ และกาญจนา เส็งผล. “การพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการศึกษาเชิงสร้างสรรค์: พิพิธภัณฑ์วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร จังหวัดนครปฐม”. วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – มิถุนายน ๒๕๕๕): ๓๖-๔๙.

ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์. “การพัฒนางานทัศนศิลป์ร่วมสมัยสู่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมวัฒนธรรม: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์”. วารสารนิเทศศาสตร์, ปีที่ ๓๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – เมษายน ๒๕๕๙).

สมเกียรติ สุทธิธรรมากร และคณะ. การสร้างสรรค์มูลค่าของผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – เมษายน ๒๕๖๒).

อลงกรณ์ จุฑาเกต, การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๓ (กันยายน – ธันวาคม ๒๕๕๗).

๑.๒.๓ รายงานวิจัย

ซัชฎา แก้วเป็ย. **ทัศนะของบุคลากรสำนักงานประกันสังคมที่ได้รับทุนศึกษาเพิ่มเติมต่อการนำความรู้มาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน**, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ :มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๒.

เนตึนา โปธิ์ประสระ. **"ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมและความผู้พันธ์ต่อองค์การของพนักงาน : ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท สิทธิผล ๑๙๑๙ "**, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๑.

ซัชฎา แก้วเป็ย. **ทัศนะของบุคลากรสำนักงานประกันสังคมที่ได้รับทุนศึกษาเพิ่มเติมต่อการนำความรู้มาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน**, วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, (คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ :มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๒.

ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์. **การออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์จากผ้าไหมสุรินทร์**. รายงานวิจัย , มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. ๒๕๕๑.

ทศพล กฤตยพิสิฐ. **การมีส่วนร่วมของกำนันผู้ใหญ่บ้านเขตหนองจอกที่มีโครงการ / กิจกรรมการพัฒนาตามแนวทาง บวร และบรม เพื่อสร้างอุดมการณ์แผ่นดินธรรมแผ่นดินทอง"**, วิทยานิพนธ์ สังคมสงเคราะห์ ศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๘.

เสรี พงษ์พิศ. **เครือข่ายการเรียนรู้การศึกษานอกโรงเรียนเพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชน**. "วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต", (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๓๘.

๑.๒.๔ วิทยานิพนธ์

๑.๒.๕ สัมภาษณ์

สัมภาษณ์นางกัลยา ใจเป็ยง, ตัวแทนชุมชนวัดบ้านหลุก, วันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

สัมภาษณ์นางคำพลอย ตันหน, ตัวแทนชุมชนวัดไหล่หินหลวง , วันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

สัมภาษณ์นางศรีลา นางทิน, ตัวแทนชุมชนวัดไหล่หินหลวง, วันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

สัมภาษณ์นายช้อน ปุกสร้อย, ตัวแทนชุมชนวัดบ้านหลุก, วันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

สัมภาษณ์นายฉัตรดนัย แซ่ตั้ง, ตัวแทนชุมชนวัดปงสนุกเหนือ, วันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

สัมภาษณ์นายธนวิษญ์ ปันทัน, ตัวแทนชุมชนวัดปงสนุกเหนือ, วันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

สัมภาษณ์นายปฐมพัฒน์ แสงอรุณฉัตรียา, ตัวแทนชุมชนวัดไหล่หินหลวง , วันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

สัมภาษณ์นายไพฑูรย์ เตวี, ตัวแทนชุมชนวัดไหล่หินหลวง , วันที่ ๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

สัมภาษณ์นายศุภสิษฐ์ อินทร์พรหม , ตัวแทนชุมชนวัดปงสนุกเหนือ, วันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

สัมภาษณ์นายสุชาติ สุริยาดวง , ตัวแทนชุมชนวัดบ้านหลุก, วันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

๑.๒.๖ สื่ออิเล็กทรอนิกส์

งานส่งเสริมเครือข่าย, องค์ประกอบของเครือข่าย, การพัฒนาเครือข่ายสู่ความยั่งยืน. กองส่งเสริมและพัฒนา เครือข่าย สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คน

- พิการ และผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงมนุษย์
<http://oppn.opp.go.th/research๐๑.php>
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ <<http://th.wikipedia.org/index.php?q=socialization>> , (๐๗.
 เม.ย. ๕๕).
- นัทธี จิตสว่าง, Knowledge Management **สู่องค์กรนวัตกรรม**, (ออนไลน์) แหล่งที่มา:
http://www.stou.ac.th/Thai/Schools/Shs/booklet/๓_๒๕๔๘/public.htm, ๒
 มีนาคม ๒๕๔๘.
- พิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, “ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมและนำเสนอ
 ข้อมูลพิพิธภัณฑ์ทั่วประเทศ, [ออนไลน์] แหล่งที่มา :
www.sac.or.th/museumdatabase/detail_museum [๒๐ มีนาคม ๒๕๖๓].
- โรงเรียนมัธยมวิเศษวิทยา. **การออกแบบผลิตภัณฑ์**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา:
<https://saralekjukkuu.wixsite.com/moonunn/about๒-cr๓๓> [๙ ตุลาคม ๒๕๖๓].

๒. ภาษาอังกฤษ:

๒.๑ SECONDARY SOURCES:

๒.๑.๑ Books

- AmritTiwana, **The Knowledge Management Toolkit: Practical Techniques for Building a Knowledge Management System**, (Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall PTR, ๒๐๐๐), p.๖๗.
- Bardo, J. W., & Hartman, J. J., **Urban society: A systematic introduction**, (New York: F. E. Peacock, ๑๙๘๒), pp. ๗๐-๗๒.
- C.O'dell and C.J.Grayson, **If only Knew what we know: The transfer of internsl Knowledge and best practice**, (New Uork: The Free press.OECD, ๑๙๙๘), p. ๒๙.
- Chum Wei Choo, “**Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know**”, **Congress of Southeast Asian Librarians**,๗-๙, ๓๕, (April ๒๐๐๐.
- Clyde W. Holsapple, **Handbook on Knowledge Management ๑ Knowledge Matters**, (Berlin: Springer-Verlag Berlin, ๒๐๐๓), pp. ๑๗๙-๑๘๑.
- Creighton (เจมส์ แอล เครตัน), **คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการตัดสินใจของชุมชน**, แปลโดย ศ.นพ.วันชัย วัฒนศัพท์, (นนทบุรี: ศูนย์สันติวิธีเพื่อการพัฒนาประชาธิปไตย, ๒๕๔๓), หน้า ๑๙.
- Davenport. And prusak.**Working, Knowledge: New Organization Management What They Know**, (Boston: Harvard Business School, ๒๐๐๒).
- Dynamic**Knowledge Creation, in Managing Knowledge An Essential Reader, edited by Stephen Little, Paul Quintas and Tim Ray**, (London : SAGE Publications Ltd., ๒๐๐๒), p.๔๔.

- Edward Salkis and Gary Jones, **Knowledge Management in Education**, (London : Kogan page, ୨୦୦୨..
- Gardon Petrash, “ Strategy: **CompellingWord, complexConcept**” , in**Knowledge Management : Classic and Contemporary Works**, MoreyDaryletal, London: The MIT Press, ୨୦୦୧.
- Good, Carter V., **Dictionary of Education**, (New York: McGraw-Hill Book, ୧୯୯୩.
- Hersey, P., and Blanchard K., **Management of Organizational Behavior: Utilizing Human Resource**, ୫th ed. Englewood Clifts, (N.J.: Prentice–Hall, ୧୯୯୬.
- Howkins, J. (2001). **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas**. Allen Lane. Penguin Books Limited, 2002.
- I, Nonaka and H. Takeuchi, **The Knowledge-creating company: hoe Japanese companies create the dynamics of innovation**, (New York : Oxford University Press, ୧୯୯୫.
- IKujiro Nonaka and Hirotaka Takeuchi, **TheKnowledge- Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation**, (USA: Oxford University Press, ୧୯୯୫.
- Irma Becerra –Fernandez,and Rajiv Sabherwl,**Knowledge Management Challesges, ans Technologies**, New Jersey : Pearson Education Inc,Upper Saddle River, ୨୦୦୫.
- Keeves, P. J. , **Educational research methodology, and measurement: An international handbook**, (Oxford, England: Pergamon Press, ୧୯୯୯.
- King, W. R., & Sethi, V., **Introduction to business process reengineering**, (NJ: Prentice Hall, ୧୯୯୫.
- M.Marquardt, **Building the Learning Organization**, New York : MxFeW–Hill, ୧୯୯୬.
- M. Sarvary, **Knowledge Management and Competition in consulting Industry** California Management, ୨୦୦୫.
- P. M. Senge, **The fifth discipline: the art and practice of the learning organization**, (New York: Doubleday, ୧୯୯୦.
- Paul Quintas, **Managing Knowledge in a New Century, Managing Knowledge**. Londen Sage Publication, ୨୦୦୨.
- Peter F. Drucker, “ **The Age of Social Transformation**” , **The Atlantic Monthly** November ୧୯୯୫.
- Peter M,Senge, **The Fifth Discipline: The Art and Practice of Learning Organization**, New York : Doubleday Currency, ୧୯୯୦.
- Steiner, E. **Methodology of theory construction**, (Sydney: Educology Research Associates, ୧୯୯୯.

Tacit knowledge - Michael Polanyi, **Personal Knowledge : Towards a Post-Critical Philosophy**. London : Routledge & Kegan Paul ,୧୯୬୭),

Thomas A, Stewart, **Intellectual capital**, New York: Doubleday, ୧୯୯୩.

Thomas H. Davenport, and Laurence Prusak, **Working Knowledge: How Organization Manage What They Know**, ୩rd edition, Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, ୨୦୦୦.

ภาคผนวก ก

เครื่องมือวิจัย

แบบตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

การสนทนากลุ่มเฉพาะ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

วัน.....ที่ ๒๕๖๕ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.

ณ ห้องประชุม B ๑๐๕ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

ตำบลศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

ชื่อ- นามสกุล ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

- | | |
|----------------------------|---|
| ๑. ศ.ดร.บุญทัน ดอกไธสง | คณะสังคมศาสตร์ มจร. |
| ๒. ผศ.ดร. สมคิด ดวงจักร | คณะสังคมและมนุษยศาสตร์ มจร.หมู่บ้านจอมบึง |
| ๓. ผศ.ดร. ชัชวาล แอร์มหล้า | คณะสังคมและมนุษยศาสตร์ มจร.หมู่บ้านจอมบึง |

สถานที่ให้การสัมภาษณ์.....

วัน/เดือน/ปี.....

๑. องค์กรความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๒.๒ เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๒.๓ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๒.๔ เพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

ตอนที่ ๒ ข้อคำถามแบบสัมภาษณ์

คำถามข้อที่ ๑

ในชุมชนของท่านมีการคิด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน ทดลองเพื่อค้นหาองค์ประกอบของการสร้างชุมชนนวัตกรรมบนพื้นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนด้วยวิธีอย่างไรบ้าง

ค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย		
-๑	๐	๑

คำถามข้อที่ ๒

ท่านมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการ ๑) รวมคน ๒) ร่วมคิด ๓) ร่วมทำ ๔) ร่วมสรุปทเรียน ๕) ร่วมรับผลการกระทำ ในการจัดการพิพิธภัณฑ์ในชุมชนของท่านในลักษณะใดบ้าง

- ๑) มิติเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น
- ๒) มิติทางเครือข่ายทางสังคม
- ๓) มิติด้านเทคโนโลยี

ค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย		
-๑	๐	๑

คำถามข้อที่ ๓

ในชุมชนของท่านมีออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การจัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการ หรือมีผู้เชี่ยวชาญในท้องถิ่น เข้ามาร่วมในการวางแผนจัดการพิพิธภัณฑ์หรือไม่ อย่างไร

ค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย		
-๑	๐	๑

คำถามข้อที่ ๔

ในชุมชนของท่านพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง และมีส่งเสริมให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนหรือไม่ อย่างไร

ค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย		
-๑	๐	๑

คำถามข้อที่ ๕

ในชุมชนของท่านได้เข้าร่วมกับเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในจังหวัดของท่านหรือไม่ อย่างไรในประเด็นออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

ค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย		
-๑	๐	๑

--	--	--

คำถามข้อที่ ๖

ท่านคิดว่าปัจจุบันสภาพทั่วไปของออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นอย่างไร โดยการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบของจุดแข็งและจุดอ่อนตามสภาพตามปัจจัยภายใน โอกาสและอุปสรรคจากภายนอกองค์กรที่มีต่อการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น

ค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย		
-๑	๐	๑

คำถามข้อที่ ๗

บทบาทที่สำคัญของผู้นำชุมชน ผู้เชี่ยวชาญ ชาวบ้าน วัด ราชการ โรงเรียน ที่เป็นแรงขับเคลื่อนหลักของการสร้างองค์ความรู้พัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยใช้ทุนทางสังคมเป็นไปในลักษณะเช่นใดบ้าง และมีกระบวนการบริหารจัดการและกลไกเป็นไปในลักษณะใด

ค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย		
-๑	๐	๑

คำถามข้อที่ ๘

ท่านคิดว่าแนวปฏิบัติที่ดีในสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนสู่ชุมชนอื่นในรูปแบบนิทรรศการควรเป็นการสร้างแนวทางปฏิบัติร่วมกันรูปแบบใด จึงจะสามารถขับเคลื่อนชุมชนให้ยั่งยืนและพึ่งตนเองได้

- (๑) ด้านบ้าน ชุมชน
- (๒) ด้านวัด
- (๓) ด้านโรงเรียน
- (๔) ด้านราชการ
- (๕) ด้านอื่น ๆ

ค่าความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย		
-๑	๐	๑

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับการอนุเคราะห์ข้อมูล
คณะผู้วิจัย



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์
จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง”

คำชี้แจง

๑. แบบสัมภาษณ์นี้เป็นแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในการศึกษาวิจัย ตามที่สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยได้อนุมัติรับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ในปีงบประมาณ ๒๕๖๕ และผู้วิจัยใคร่ขอความรู้และข้อมูลจากท่านผู้บริหารองค์กร นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ชุมชน ชาวบ้านในการศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการสร้างการจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนในล้านนาอันจะก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่แก่วงการวิชาการ องค์กรและประเทศชาติ

๒. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ แบ่งออกเป็น ๒ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ตอนที่ ๒ ข้อคำถามแบบสัมภาษณ์

๓. ขอความกรุณาให้ตอบแบบสัมภาษณ์ข้อมูลทุกข้อมูล ในแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยถือเป็นความลับ

๔. ผลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์นี้จะเป็นข้อมูลหลักในการศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการสร้างการจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนในล้านนา

๕. ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสัมภาษณ์

พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.ดร. และคณะผู้วิจัย

การสนทนากลุ่มเฉพาะ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

วัน.....ที่ ๒๕๖๕ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๖.๐๐ น.

ณ ห้องประชุม B๑๐๕ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

ตำบลศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

๑. องค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๒.๒ เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๒.๓ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

๑.๒.๔ เพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง

ตอนที่ ๒ ข้อคำถามแบบสัมภาษณ์

คำถามข้อที่ ๑

ในชุมชนของท่านมีการคิด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน ทดลองเพื่อค้นหาองค์ประกอบของการสร้างชุมชนนวัตกรรมบนพื้นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนด้วยวิธีอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

คำถามข้อที่ ๒

ท่านมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการ ๑) รวมคน ๒) ร่วมคิด ๓) ร่วมทำ ๔) ร่วมสรุปบทเรียน ๕) ร่วมรับผลการกระทำ ในการจัดการพิพิธภัณฑ์ในชุมชนของท่านในลักษณะใดบ้าง

มิติเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

คำถามข้อที่ ๘

ท่านคิดว่าแนวปฏิบัติที่ดีในสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
พิพิธภัณฑ์ชุมชนสู่ชุมชนอื่นในรูปแบบนิทรรศการควรเป็นการสร้างแนวทางปฏิบัติร่วมกันรูปแบบใด
จึงจะสามารถขับเคลื่อนชุมชนให้ยั่งยืนและพึ่งตนเองได้

(๑) ด้านบ้าน ชุมชน

.....

.....

.....

(๒) ด้านวัด

.....

.....

.....

(๓) ด้านโรงเรียน

.....

.....

.....

(๔) ด้านราชการ

.....

.....

.....

(๕) ด้านอื่น ๆ

.....

.....

.....

คำถามข้อที่ ๑๐

ท่านคิดว่าการมีส่วนร่วมในการสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ควรมีแต่ละหน่วยงานมาสนับสนุน
อย่างไรบ้าง ในรายละเอียดดังนี้

(๑) ด้านบ้าน ชุมชน

.....
.....
.....

(๒) ด้านวัด

.....
.....
.....

(๓) ด้านโรงเรียน

.....
.....
.....

(๔) ด้านราชการ

.....
.....
.....

(๕) ด้านอื่น ๆ

.....
.....
.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับการอนุเคราะห์ข้อมูล
คณะผู้วิจัย

ภาคผนวก ข
บันทึกข้อความขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

ที่ ฮา ๘๐๔๘/ว ๐๐๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
๒๕๓ หมู่ที่ ๒ ถนนพหลโยธิน ตำบลศาลา
ตำบลเกาะคา จังหวัดลำปาง ๕๒๑๑๐
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๕๓๐๐-๗๑๑๔-๕
www.mcu.lampang.ac.th

๒๕ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมการเสวนาเชิงปฏิบัติการ

เจริญพร ดร.อนุภุต ศิริวิพันธุ์ ประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอเมืองลำปาง

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการเสวนาเชิงปฏิบัติการ จำนวน ๓ ฉบับ

ด้วยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ได้ร่วมกับทางสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ในการทำวิจัยประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง” โดยมีวัตถุประสงค์ ๔ ประการ คือ ๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๒) เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๓) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง และ ๔) เพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง โดยมีคณะผู้วิจัยประจำแผนงาน ประกอบด้วย

- ๑) พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.
- ๒) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร วัฒนบุตร
- ๓) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมจินทร์ ศรีปรีชยานนท์
- ๔) นางสาวณฤศย์ ศรีสุข

เพื่อให้การวิจัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ทางวิทยาลัยสงฆ์นครลำปางจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านได้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ ในวันจันทร์ที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๕ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๕.๐๐ น. ณ ห้องประชุม B๑๐๕ วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง เพื่อเป็นการวางแผน ออกแบบ และพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของวัดและชุมชนในจังหวัดลำปาง ทางมหาวิทยาลัยฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี และขออณุโมทนาขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเจริญพรมมาเพื่อทราบและพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เข้าร่วมเสวนาในครั้งนี้

ขอเจริญพร

(พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

ผู้ประสานงาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมจินทร์ ศรีปรีชยานนท์ โทร. ๐๘๑-๕๕๓-๑๕๕๘

* ขอความอนุเคราะห์ไปยังส่วนบริการประจำตัวประชาชนมาด้วย

ที่ ฮา ๘๐๘๘/ว ๐๐๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
๒๒๕ หมู่ที่ ๒ ถนนพหลโยธิน ตำบลศาลา
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ๕๒๑๑๐
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๕๓๕๐-๖๕๖๕๔
www.moulampang.ac.th

๒๔ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอนิมนต์เข้าร่วมการเสวนาเชิงปฏิบัติการ

เรียน พระครูสุนทรเสถศุณ เจ้าอาวาสวัดโตนดหลวง

ถึงที่ลงมาด้วย กำหนดการเสวนาเชิงปฏิบัติการ จำนวน ๓ ฉบับ

ด้วยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ได้ร่วมกับทางสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ในการทำวิจัยประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔ เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง” โดยมีวัตถุประสงค์ ๔ ประการ คือ ๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๒) เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๓) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง และ ๔) เพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง โดยมีคณะผู้วิจัยประจำแผนงาน ประกอบด้วย

- ๑) พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.
- ๒) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร วัฒนบุตร
- ๓) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมจินทร์ ศรีปริญยานนท์
- ๔) นางสาวณณณีย์ ศรีสุข

เพื่อให้การวิจัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ทางวิทยาลัยสงฆ์นครลำปางจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านและผู้ช่วยดูแลพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน จำนวน ๕ รูป/คน ได้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ ในวันจันทร์ที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๕ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๕.๐๐ น. ณ ห้องประชุม B๑๐๕ วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง เพื่อเป็นการวางแผน ออกแบบ และพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของวัดและชุมชนในจังหวัดลำปาง ทางมหาวิทยาลัยฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี และขออณุโมทนาขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อทราบและพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เข้าร่วมเสวนาในครั้งนี้

เรียนมาด้วยความนับถือ

(พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

ผู้ประสานงาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมจินทร์ ศรีปริญยานนท์ โทร. ๐๘๙-๕๕๓-๑๕๕๘

* ขอความอนุเคราะห์ไม่ว่าแบบใดโปรดแจ้งว่าคือประชาชนมาด้วย

ที่ ฮา ๘๐๔๘/ว ๐๐๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
๒๒๒ หมู่ที่ ๒ ถนนพหลโยธิน ตำบลศาลา
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ๕๒๑๑๐
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๕๓๕๐-๖๕๕๙-๕
www.mcu.lampang.ac.th

๒๕ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอนิมนต์เข้าร่วมการเสวนาเชิงปฏิบัติการ

เรียน พระอธิการน้อย นฤตโม เจ้าอาวาสวัดปงสนุกเหนือ

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการเสวนาเชิงปฏิบัติการ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ได้ร่วมกับทางสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ในการทำวิจัยประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔ เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง” โดยมีวัตถุประสงค์ ๔ ประการ คือ ๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๒) เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๓) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง และ ๔) เพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง โดยมีคณะผู้วิจัยประจำแผนงาน ประกอบด้วย

- ๑) พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.
- ๒) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร วัฒนบุศร
- ๓) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมจินทร์ ศรีปริญยานนท์
- ๔) นางสาวณฤณีย์ ศรีสุข

เพื่อให้การวิจัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ทางวิทยาลัยสงฆ์นครลำปางจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านและผู้ช่วยคุณดูแลพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชน จำนวน ๕ รูป/คน ได้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ ในวันที่จันทร์ที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๕ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๕.๐๐ น. ณ ห้องประชุม 8๐๕ วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง เพื่อเป็นการวางแผน ออกแบบ และพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของวัดและชุมชนในจังหวัดลำปาง ทางมหาวิทยาลัยฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจักได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี และขออัญมโหนนขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อทราบและพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เข้าร่วมเสวนาในครั้งนี้

เขียนมาด้วยความนับถือ

(พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

ผู้ประสานงาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมจินทร์ ศรีปริญยานนท์ โทร. ๐๘๑-๕๕๓-๑๕๕๘

* ขอความอนุเคราะห์ไปดำเนินการโปรดจำด้วยประชาชนมาด้วย

ที่ ๒๗ ๘๐๔๘/ว ๐๐๕



มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
๒๖๒ หมู่ที่ ๒ ถนนพหลโยธิน ตำบลศาลา
ตำบลเกาะตา จ.นครลำปาง ๕๒๑๑๐
โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๕๓๕๐-๖๓๕๑๕
www.mcu.lampang.ac.th

๒๔ มกราคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอนิมนต์เข้าร่วมการเสวนาเชิงปฏิบัติการ

เรียน พระครูไพโรจน์ศิริกิจ เจ้าอาวาสวัดบ้านต๋อน

สิ่งที่ส่งมาด้วย กำหนดการเสวนาเชิงปฏิบัติการ จำนวน ๑ ฉบับ

ด้วยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ได้ร่วมกับทางสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ในการทำวิจัยประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง” โดยมีวัตถุประสงค์ ๔ ประการ คือ ๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๒) เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง ๓) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง และ ๔) เพื่อสร้างเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง โดยมีคณะผู้วิจัยประจำแผนงาน ประกอบด้วย

- ๑) พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.
- ๒) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร วัฒนบุตร
- ๓) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมจินทร์ ศรีปริญยานนท์
- ๔) นางสาวณัฐณิย์ ศรีสุข

เพื่อให้การวิจัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ทางวิทยาลัยสงฆ์นครลำปางจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านและผู้ช่วยคณาจารย์ของวัดและชุมชน จำนวน ๕ รูป/คน ได้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ ในวันจันทร์ที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๕ เวลา ๑๓.๐๐ - ๑๕.๐๐ น. ณ ห้องประชุม B๑๐๕ วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง เพื่อเป็นการวางแผน ออกแบบ และพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของวัดและชุมชนในจังหวัดลำปาง ทางมหาวิทยาลัยฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี และขออภัยเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อทราบและพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เข้าร่วมเสวนาในครั้งนี

เขียนมาด้วยความนับถือ

(พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

ผู้ประสานงาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมจินทร์ ศรีปริญยานนท์ โทร. ๐๘๑-๕๕๓-๑๕๕๘

* ขอความอนุเคราะห์ให้ส่งนามบัตรประจำตัวประชาชนมาด้วย

ภาคผนวก ค
ภาพถ่ายลงพื้นที่ทำการวิจัย















































ภาคผนวก ง
หนังสือการรับรองการนำไปใช้ประโยชน์



แบบ สฟ.๐๙.

หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วันที่.....๓๐ กันยายน ๒๕๖๕.....

เรื่อง การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ข้าพเจ้า.....พระครูไพโรจน์ยติกิจ..... ตำแหน่ง.....เจ้าอาวาสวัดบ้านหลุก.....
ชื่อหน่วยงาน/องค์กร/ชุมชน.....
ที่อยู่.....วัดบ้านหลุก ตำบลนาคร้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง.....
โทรศัพท์.....๐๘๖-๑๑๕-๓๕๙๐..... โทรสาร.....
ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง.....
ซึ่งเป็นผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของ ๑) พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ.ดร. ๒) ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร
๓) ผศ.ดร.สมจันท์ ศรีปรัชยานนท์ ๔) นางสาวณฤณีย์ ศรีสุข.
โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
 การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
 การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
 การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
 การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่ใช้ประโยชน์ ตั้งแต่...๑ ตุลาคม ๒๕๖๕.....จนถึง.....

ซึ่งการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

- ๑ ทำให้ได้รับองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปางเพื่อความยั่งยืนและพึ่งพาตนเอง
- ๒ ทำให้มีการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง
- ๓ ทำให้ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง
- ๔ ทำให้มีเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง
- ๕ สามารถนำผลการวิจัยใช้ประโยชน์ในกลุ่มภาครัฐ กลุ่มภาคเอกชน กลุ่มภาค กลุ่มชุมชนที่มีสถานที่รวมกลุ่ม และกลุ่มชุมชนสมัยใหม่ ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีการจัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างสังคมแห่งปัญญา ขอรับรองว่า ข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ

(.....พระครูไพโรจน์ยติกิจ.....)

ตำแหน่งเจ้าอาวาสวัดบ้านหลุก.....

หมายเหตุ: ท่านสามารถประทับตราของหน่วยงานในเอกสารนี้ได้ (ถ้ามี)



แบบ สท.๐๙.

หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วันที่.....๓๐ กันยายน ๒๕๖๕.....

เรื่อง การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ข้าพเจ้า.....พระอธิการน้อย นรุตตโม..... ตำแหน่ง.....เจ้าอาวาสวัดปรงสนุกเหนือ.....
ชื่อหน่วยงาน/องค์กร/ชุมชน.....
ที่อยู่..... วัดปรงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง.....
โทรศัพท์.....๐๘๗-๑๙๓-๑๑๙๓..... โทรสาร.....
ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง.....
ซึ่งเป็นผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของ ๑) พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ.ดร. ๒) ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร
๓) ผศ.ดร.สมจันท์ ศรีปรัชยานนท์ ๔) นางสาวณฤณีย์ ศรีสุข.
โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
 การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
 การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
 การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
 การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่น่าไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่...๑ ตุลาคม ๒๕๖๕.....จนถึง.....

ซึ่งการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

- ๑ ทำให้ได้รับองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปางเพื่อความยั่งยืนและพึ่งพาตนเอง
- ๒ ทำให้มีกรอบแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง
- ๓ ทำให้ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง
- ๔ ทำให้มีเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง
- ๕ สามารถนำผลการวิจัยใช้ประโยชน์ในกลุ่มภาครัฐ กลุ่มภาคเอกชน กลุ่มภาค กลุ่มชุมชนที่มีสถานที่รวมกลุ่มและกลุ่มชุมชนสมัยใหม่ ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีการจัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างสังคมแห่งปัญญา ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ พระอธิการน้อย นรุตตโม
(.....พระอธิการน้อย นรุตตโม.....)

ตำแหน่งเจ้าอาวาสวัดปรงสนุกเหนือ.....

หมายเหตุ: ท่านสามารถประทับตราของหน่วยงานในเอกสารนี้ได้ (ถ้ามี)



แบบ สพ.๐๙.

หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วันที่.....๓๐ กันยายน ๒๕๖๕.....

เรื่อง การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ข้าพเจ้า.....พระครูสุนทรเสถลคุณ..... ตำแหน่ง.....เจ้าอาวาสวัดโหล่หินหลวง.....
ชื่อหน่วยงาน/องค์กร/ชุมชน.....
ที่อยู่.....วัดโหล่หินหลวง ตำบลโหล่หิน อำเภอกะลา จังหวัดลำปาง.....
โทรศัพท์..... โทรสาร.....
ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง.....
ซึ่งเป็นผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของ ๑) พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ.ดร. ๒) ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร
๓) ผศ.ดร.สมจันทร์ ศรีปรัชยานนท์ ๔) นางสาวณณีย์ ศรีสุข.
โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
 การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
 การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
 การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
 การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่น่าไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่...๑ ตุลาคม ๒๕๖๕.....จนถึง.....

ซึ่งการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

- ๑ ทำให้ได้รับองค์ความรู้และกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปางเพื่อความยั่งยืนและพึ่งพาตนเอง
๒ ทำให้มีการออกแบบและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง
๓ ทำให้ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง
๔ ทำให้มีเครือข่ายทางการตลาดผลิตภัณฑ์เชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนจังหวัดลำปาง
๕ สามารถนำผลการวิจัยใช้ประโยชน์ในกลุ่มภาครัฐ กลุ่มภาคเอกชน กลุ่มภาค กลุ่มชุมชนที่มีสถานที่รวมกลุ่มและกลุ่มชุมชนสมัยใหม่ ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีการจัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างสังคมแห่งปัญญาขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ
(.....พระครูสุนทรเสถลคุณ.....)

ตำแหน่งเจ้าอาวาสวัดโหล่หินหลวง.....

หมายเหตุ: ท่านสามารถประทับตราของหน่วยงานในเอกสารนี้ได้ (ถ้ามี)

ภาคผนวก จ
ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย
(Output/Outcome/Impact)

ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบจากงานวิจัย
(Output/Outcome/Impact)

ผลที่ได้รับ	จำนวน	รายละเอียด ของผลลัพธ์	ผู้ได้รับ ผลกระทบ	ปีที่น่าส่ง ผลลัพธ์ (dropdown)	นำส่ง KR ตรง	นำส่ง KR โดย อ้อม
ผลงานตีพิมพ์ (Publications)	๕	ได้เผยแพร่ผลงานการ วิจัยโครงการย่อย จำนวน ๕ เรื่อง ได้แก่ ๑. แผนวิจัย การ พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากเครือข่าย พิพิธภัณฑ์ของวัดและ ชุมชนจังหวัดลำปาง ๒. โครงการวิจัยย่อย ที่ ๑ การศึกษาองค์ ความรู้และ กระบวนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของ เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ ของวัดและชุมชน จังหวัดลำปาง ๓. โครงการวิจัยย่อย ที่ ๒ การออกแบบและ พัฒนาต้นแบบ ผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจ สร้างสรรค์จาก เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ ของวัดและชุมชน จังหวัดลำปาง ๓. โครงการวิจัย ย่อยที่ ๓ การพัฒนาต้นแบบ และผลิตผลิตภัณฑ์ เชิงเศรษฐกิจ	นักวิจัย, สาธารณชน	๒๕๖๕	✓	

ผลที่ได้รับ	จำนวน	รายละเอียด ของผลลัพธ์	ผู้ได้รับ ผลกระทบ	ปีที่น่าส่ง ผลลัพธ์ (dropdown)	นำส่ง KR ตรง	นำส่ง KR โดย อ้อม
		สร้างสรรค์จาก เครือข่าย พิพิธภัณฑ์ของวัด และชุมชนจังหวัด ลำปาง ๔. โครงการวิจัยย่อย ที่ ๔ การสร้างเครือข่าย ทางการตลาด ผลิตภัณฑ์เชิง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากเครือข่าย พิพิธภัณฑ์ของวัดและ ชุมชนจังหวัดลำปาง				
การอ้างอิง (Citations)						
เครื่องมือและระเบียบวิธีการ วิจัย (Research tools and methods)						
ฐานข้อมูลและแบบจำลอง วิจัย (Research databases and models)						
ความก้าวหน้าในวิชาชีพของ บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (Next destination)						
รางวัลและการยอมรับ (Awards and recognition)						
การใช้ประโยชน์จาก เครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องวิจัย และโครงสร้างพื้นฐาน (Use of facilities and resources)						
ทรัพย์สินทางปัญญาและการ อนุญาตให้ใช้สิทธิ (Intellectual property and licensing)						

ผลที่ได้รับ	จำนวน	รายละเอียด ของผลลัพธ์	ผู้ได้รับ ผลกระทบ	ปีที่น่าส่ง ผลลัพธ์ (dropdown)	นำส่ง KR ตรง	นำส่ง KR โดย อ้อม
การจัดตั้งบริษัท (Spin-off Companies)						
ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Products)	๓๐๐	ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ด้าน ศิลปะและการ สร้างสรรค์ที่เป็นอัต ลักษณ์ของชุมชน และสามารถก่อให้เกิด มูลค่าทางเศรษฐกิจ	๓ ชุมชน ผู้ร่วม วิจัย	๒๕๖๕	✓	
ทุนวิจัยต่อยอด (Further funding)		สามารถนำ ผลงานวิจัยที่ได้ของ โครงการวิจัยเดิมมา เขียนเป็นข้อเสนอ โครงการเพื่อขอรับ ทุนวิจัยต่อยอดใน โครงการใหม่ทุนเพื่อ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมบน พื้นฐานภูมิปัญญา ท้องถิ่น สร้าง เครือข่ายทาง การตลาดผลิตภัณฑ์ เชิงเศรษฐกิจ สร้างสรรค์จาก เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ ของวัดและชุมชน จังหวัดลำปาง	เครือข่าย พิพิธภัณฑของ วัดและชุมชน จังหวัดลำปาง	๒๕๖๖		✓
ความร่วมมือหรือหุ้นส่วน ความร่วมมือ (Collaborations and partnerships)						
การผลักดันนโยบาย แนว ปฏิบัติ แผนและกฎระเบียบ (Influence on policy, practice, plan and regulations)						
กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement activities)	๑	ทีมวิจัย ได้นำเสนอ ผลงานด้านวิจัย กับ กลุ่มผู้เข้าร่วม	ทีมวิจัย /กลุ่ม ผู้เข้าร่วม กิจกรรม	๒๕๖๕	✓	

ผลที่ได้รับ	จำนวน	รายละเอียด ของผลลัพธ์	ผู้ได้รับ ผลกระทบ	ปีที่น่าส่ง ผลลัพธ์ (dropdown)	นำส่ง KR ตรง	นำส่ง KR โดย อ้อม
		กิจกรรม เพื่อ ขับเคลื่อนให้เกิดการ นำผลงานวิจัยไปใช้ ประโยชน์ และเป็น เส้นทางที่ส่งผลให้ เกิดผลกระทบในวง กว้างต่อไป				

Expected Impacts (การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากผลลัพธ์)

ผลกระทบที่คาดว่าจะ ได้รับ	คุณค่าที่คาดว่าจะส่งมอบ (value proposition) ในด้าน เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เมืองาน ววน. สิ้นสุดลงและถูก นำไปใช้ในวงกว้าง	หน่วยงาน / ผู้ได้รับ ประโยชน์ หรือผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียจากการนำผลงาน ววน. ไปใช้ประโยชน์	พื้นที่ที่น่าผลงาน ววน. ไปใช้ ประโยชน์
ด้านเศรษฐกิจ	ได้ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก วัดและ ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการซื้อองค์ ความรู้ใหม่จากผลการวิจัย สร้าง ผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาหรือการ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต และการบริการ ไปใช้ประโยชน์ใน การผลิตเชิงพาณิชย์ได้ ที่ก่อให้เกิด การสร้างมูลค่าเพิ่ม ก่อให้เกิดรายได้ ในชุมชน	มหาวิทยาลัยร่วมวิจัย/ชุมชนร่วม วิจัย/วัฒนธรรมจังหวัดลำปาง/ บริษัทเซรามิกที่เข้าร่วมวิจัย/ กลุ่มกำกับและพัฒนาเศรษฐกิจ การค้า จังหวัดลำปาง	ชุมชนที่ร่วมวิจัย ๓ แห่ง ได้แก่ ๑. ชุมชน วัดไหล่หิน หลวง อำเภอเกาะคา ๒. ชุมชน วัดป่าสนุก เหนือ อำเภอเมือง ๓. ชุมชน วัดบ้านหลุก อำเภอแม่ทะ
ด้านสังคม	นำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยและ นวัตกรรม ไปสร้างให้เกิดการ เปลี่ยนแปลง การเสริมพลัง ในการ พัฒนาชุมชนในพื้นที่ มีส่วนร่วมและ สามารถพึ่งพาตัวเองได้ โดยใช้ผลผลิต จากพิพิธภัณฑ์ชุมชนของตนเองมา พัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อ	มหาวิทยาลัยร่วมวิจัย/ชุมชนร่วม วิจัย/วัฒนธรรมจังหวัดลำปาง/ บริษัทเซรามิกที่เข้าร่วมวิจัย	ชุมชนที่ร่วมวิจัย ๓ แห่ง ได้แก่ ๑. ชุมชน วัดไหล่หิน หลวง อำเภอเกาะคา ๒. ชุมชน วัดป่าสนุก เหนือ อำเภอเมือง ๓. ชุมชน วัดบ้านหลุก อำเภอแม่ทะ

ผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับ	คุณค่าที่คาดว่าจะส่งมอบ (value proposition) ในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เมืองงาน ววน. สิ้นสุดลงและถูกนำไปใช้ในวงกว้าง	หน่วยงาน / ผู้ได้รับประโยชน์ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการนำผลงาน ววน. ไปใช้ประโยชน์	พื้นที่ที่นำผลงาน ววน. ไปใช้ประโยชน์
	จำหน่ายหรือเผยแพร่ข้อมูลพิพิธภัณฑ์ของวัดและชุมชนอันเป็นอัตลักษณ์ไปสู่สาธารณชน หรือผลักดันไปสู่ นโยบายที่ก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้าง และสร้างผลตอบแทนทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการลงทุนวิจัยและนวัตกรรมเชิงมูลค่า		
ด้านสิ่งแวดล้อม	นำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมที่ดีขึ้น เพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น และนำไปสู่ความยั่งยืน	มหาวิทยาลัยร่วมวิจัย/ชุมชนร่วมวิจัย/วัฒนธรรมจังหวัดลำปาง/ บริษัทเซรามิกที่เข้าร่วมวิจัย	ชุมชนที่ร่วมวิจัย ๓ แห่ง ได้แก่ ๑. ชุมชน วัดไทรหิ้นหลวง อำเภอกาชา ๒. ชุมชน วัดปงสนุกเหนือ อำเภอมือง ๓. ชุมชน วัดบ้านหลุก อำเภอมะเข

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

๑. ประวัติหัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย)

พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ. ดร.

(ภาณวัฒน์ แสนคำ)

(ภาษาอังกฤษ)

Phrakusirithammabandit

(Phanuwat Sankam)

ตำแหน่งปัจจุบัน

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

อาจารย์ประจำหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพระพุทธศาสนา

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

ต.ศาลา อ.เกาะคา จ.ลำปาง ๕๒๑๓๐

โทรศัพท์ที่ทำงาน ๐๕๔-๒๐๙-๔๕๔

มือถือ ๐๖-๔๙๔๙-๕๙๙๙

E-mail : Phanu_mculp@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. ๒๕๓๘ นักธรรมชั้นเอก จากสำนักเรียนวัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

พ.ศ. ๒๕๔๒ เปรียญธรรม ๕ ประโยค จากสำนักเรียนวัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

พ.ศ. ๒๕๔๒ มัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนสามัคคีวิทยาทานวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร

ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

พ.ศ. ๒๕๔๗ ปริญญาตรีพุทธศาสตรบัณฑิต (พธ.บ.) สาขาปรัชญา (เกียรตินิยมอันดับ ๑)

จากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่

พ.ศ. ๒๕๔๙ ปริญญาโท M.A. คณะภาษาศาสตร์ (Linguistics)

จากมหาวิทยาลัยนาคปูร์ รัฐมหาราษฏระประเทศอินเดีย RTM.Nagpur University

พ.ศ. ๒๕๕๘ ครุศาสตรมหาบัณฑิต (คม.) สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

จากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

พ.ศ. ๒๕๖๕ พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต (พธ.ด.) สาขาวิชาพระพุทธศาสนา

จากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน

- พ.ศ. ๒๕๕๑ ตำแหน่ง เลขานุการเจ้าคณะตำบลทุ่งผาย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำห้องเรียนวัดบุญวาทย์วิหาร วิทยาเขตแพร่
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- พ.ศ. ๒๕๕๓ ตำแหน่ง เลขานุการเจ้าคณะอำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง
- พ.ศ. ๒๕๕๗ ตำแหน่ง รักษาการรองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะพุทธศาสตร์ วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
- พ.ศ. ๒๕๕๘ ตำแหน่ง รักษาการผู้อำนวยการสำนักงานวิชาการ วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
- พ.ศ. ๒๕๖๐ ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
- พ.ศ. ๒๕๖๒ - ปัจจุบัน ตำแหน่ง ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

ผลงานทางวิชาการ

งานวิจัย

- พระมหาภาณุวัฒน์ แสนคำ (ผู้วิจัยร่วม). (๒๕๕๓). **โครงการวิจัยกระบวนการบูรณาการการจัดการเรียนการสอนผ่านการชำระตำนานมูลศาสนาฉบับวัดบ้านเอื้อม มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่ ห้องเรียนวัดบุญวาทย์วิหาร จังหวัดลำปาง.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยท้องถิ่น.
- พระมหาภาณุวัฒน์ แสนคำ (ผู้วิจัยร่วม). (๒๕๕๓). **แนวทางการทำงานของเครือข่ายสถาบันการศึกษาในจังหวัดลำปางเพื่อสร้างการเรียนรู้และเสริมศักยภาพชุมชนพื้นที่ตำบลนิคมพัฒนา อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยท้องถิ่น.
- พระมหาภาณุวัฒน์ แสนคำ (ผู้วิจัยร่วม). (๒๕๕๔). **การสร้างเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่ ห้องเรียนวัดบุญวาทย์วิหาร ประจำปีการศึกษา ๒๕๕๔.** วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาภาณุวัฒน์ แสนคำ. (๒๕๕๖). **การบริหารจัดการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ จังหวัดลำปาง.** สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระนครศรีอยุธยา.
- พระมหาภาณุวัฒน์ แสนคำ (ผู้วิจัยร่วม).. (๒๕๕๖). **การพัฒนาระบบนำเสนอการเรียนออนไลน์ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง.** วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาภาณุวัฒน์ แสนคำ (ผู้วิจัยร่วม). (๒๕๕๗). **การพัฒนาระบบประเมินความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนและสิ่งสนับสนุนของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปางสถานภาพ.** วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

- พระมหาภาณุวัฒน์ แสนคำ. (๒๕๕๘). **การพัฒนาศักยภาพนิสิตจิตอาสาธรรมะสู่ผู้ป่วยตามแนววิถีพุทธ**. วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาภาณุวัฒน์ แสนคำ (ผู้วิจัยร่วม). (๒๕๕๘). **การพัฒนาระบบมอบหมายงานบูรณาการกับเครือข่ายสังคมโดยใช้โมเดลเอ็ดดี Assignment System Development that integrated with Social Media by ADDIE Model**. วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาภาณุวัฒน์ แสนคำ (หัวหน้าวิจัย) (๒๕๖๑) **จิตอาสาศาสนธรรมตามแนววิถีพุทธ** ได้รับทุนวิจัยจาก สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
- พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ. (แสนคำ) (หัวหน้าวิจัย) ๒๕๖๓ **การจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของจังหวัดลำปาง**.ประเภทโครงการ: แผนงานวิจัย, กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.): งบประมาณปกติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๓
- พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ. แสนคำ (หัวหน้าวิจัย) ๒๕๖๓ **การพัฒนาพิพิธภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดลำปาง** ประเภทโครงการ: ชุดโครงการวิจัยย่อย ๒, กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (กสว.): งบประมาณปกติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๓

งานบทความวิชาการ

- พระมหาภาณุวัฒน์ ปฏิภาณเมธี, นายศิววัฒน์ ชัยวงศ์. (๒๕๕๘). **กระบวนการพัฒนาศักยภาพจิตอาสาธรรมะสู่ผู้ป่วยตามแนววิถีพุทธของพระนิสิตวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง**. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒ (ฉบับพิเศษ) พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๘.
- บุรินทร์ รุจจนพันธุ์, พระมหาภาณุวัฒน์ ปฏิภาณเมธี.(๒๕๕๘). **การพัฒนาระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์สนับสนุนงานประกันคุณภาพการศึกษาโดยใช้ตัวแบบทูน่า Electronic Document System Development for Quality Assurance by Tuna Model**. วารสารสังคมความรู้ และเศรษฐกิจดิจิทัล (Journal of Knowledge Society & Digital Economy)
- บุรินทร์ รุจจนพันธุ์, พระมหาภาณุวัฒน์ ปฏิภาณเมธี. **บทบาทและความสำคัญของวัดมิ่งเมืองมุล: ในบริบทสังคมกระแสปัจจุบัน** วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์ ๒๕๖๒.
- พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ. แสนคำ **กระบวนการสร้างนิติตต้นแบบตามนวนิทัศน์นิติตของมหาวิทยาลัย** วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา ๒๕๖๒.
- พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ. แสนคำ **The Dynamic of Economic changes in Kengtung, Shan State, Republic of the Union of Myanmar "ASIAN Values in the Process of Integation and Development"** ระหว่างวันที่ ๒๔ - ๒๗ ตุลาคม ๒๕๖๒ ณ

University of Social Sciences and Humanities นครโฮจิมินห์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม.

พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ. แสนคำ, บุรินทร์ รุจจนพันธุ์, รูปแบบการพัฒนาวัดด้วยวิถี ๕ส

โครงการวัด ประชา รัฐสร้างสุขของวัดมิ่งเมืองมูล. วารสารวิจัยวิชาการ วิทยาเขตนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๔).

พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ. แสนคำ การจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของจังหวัด

ลำปาง. วารสาร ปัญญา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตล้านนา ปีที่ ๒๘ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม – สิงหาคม ๒๕๖๔).

พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ. แสนคำ. การพัฒนาพิพิธภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัด

ลำปาง The Community Museum Development with Electronics System of the in Lampang Province. วารสารวิจัยวิชาการ วิทยาเขตนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๔).

เอกสารประกอบการสอน

พระพุทธศาสนากับสังคมสงเคราะห์

๒. ประวัติผู้ร่วมวิจัย คนที่ ๑

ชื่อ นามสกุล	บุษกร วัฒนบุตร
วัน เดือน ปีเกิด	๑๐ มีนาคม ๒๕๑๖
ที่อยู่	๘๗๘/๑๗๙ หมู่บ้านมณฑนารังสิต ๒ ตำบลประชาธิปไตย อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๓๐
โทรศัพท์	๐๘๑-๘๔๖๒๒๘๘
E-mail	busaaiey๒๕๑๖@gmail.com
สถานที่เกิด	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. ๒๕๓๗	ศิลปศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ ๒ (ปรัชญาและศาสนา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. ๒๕๔๐	พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA)
พ.ศ. ๒๕๔๘	นิติศาสตรบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. ๒๕๕๕	รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
พ.ศ. ๒๕๖๐	Ph.D (Buddhist Studies)

พ.ศ. ๒๕๖๐ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รัฐประศาสนศาสตร์บัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์)
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. ๒๕๔๐ อาจารย์ประจำแผนกบุคคล โรงเรียนเทคโนโลยีสยาม (ช่างกลสยาม)
พ.ศ. ๒๕๔๑ คณะทำงานของคณะกรรมการสามัญสภาผู้แทนราษฎร
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. ๒๕๔๒ หัวหน้างานแผนกบุคคล/วิทยากรฝึกอบรมพนักงาน
บริษัท ออปโก้ ไฮเทค จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. ๒๕๔๘ ผู้เชี่ยวชาญงานบุคคล/วิทยากรฝึกอบรมพนักงาน
บริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. ๒๕๕๑ ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคลและธุรการ/วิทยากรฝึกอบรมพนักงาน
บริษัท วาย เอ็ม เอฟ อินเตอร์เนชั่นแนลไทย จำกัด
พ.ศ. ๒๕๕๔ อาจารย์พิเศษ ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พ.ศ. ๒๕๕๕ อาจารย์ประจำ และเลขานุการประจำหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ และสาขาวิชาการจัดการเชิงพุทธ
ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พ.ศ. ๒๕๖๐ ผู้ช่วยคณบดี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
พ.ศ. ๒๕๖๑ ผู้อำนวยการหลักสูตรการพัฒนารัฐกิจและทุนมนุษย์
- ปัจจุบัน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ผลงานทางวิชาการ

งานวิจัย

๑. พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ., ดร.อนุกุล ศิริพันธ์, ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร, นางสาวณณณีย์ ศรีสุข. (๒๕๖๓). การจัดการพิพิธภัณฑสถานในระบอบอิเล็กทรอนิกส์ของจังหวัดลำปาง. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

๒. พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ., ดร.อนุกุล ศิริพันธ์, ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร, นางสาวณณณีย์ ศรีสุข. (๒๕๖๓). การพัฒนาพิพิธภัณฑสถานด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดลำปาง. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

๓. สุทธญาณ โอบอ้อม, เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง, บุษกร วัฒนบุตร, อานนท์ เมธีวรรณ (๒๕๖๓). การเสริมสร้างจิตพฤติกรรมการณ์เป็นพลเมืองที่ดีในสังคมประชาธิปไตยของนักเรียนในจังหวัดนครปฐม. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

๔. บุชกร วัฒนบุตร. (๒๕๖๒). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนา Soft skills ของเยาวชนไทย ในศตวรรษที่ ๒๑. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ , กรุงเทพ.

๕. บุชกร วัฒนบุตร. (๒๕๖๑). ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์โดยภาคเอกชน เพื่อสร้าง นวัตกรรมการเรียนรู้สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ , กรุงเทพ.

๖. บุชกร วัฒนบุตร. (๒๕๖๐). การสร้างตัวแบบการพัฒนาจริยธรรมเพื่อการพัฒนาศักยภาพ ทนมนุษย์ในศตวรรษที่ ๒๑. พระนครศรีอยุธยา: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย

๗. บุชกร วัฒนบุตร(๒๕๖๑). กลยุทธ์การปลูกฝังจิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรมสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืนของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่. พระนครศรีอยุธยา: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

๘. บุชกร วัฒนบุตร, บุญทัน ดอกโธสง, พระมหาภคฤกษ์ กิตติโสภโณ (แช่หลี่), พระปลัด ระพิน พุทธิสารโร (ด้วงลอย), อภิรมย์ สีดาคำ, สุรพล สุยะพรหม, สุวิน ทองปั้น และ กุหลาบ รัตนสัง ธรรม. (๒๕๖๐). แผนงาน กลไกการขับเคลื่อนศักยภาพขีดความสามารถของผู้สูงอายุโดยบูรณาการ หลักพุทธธรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

๙. บุชกร วัฒนบุตร, สุรพล สุยะพรหม และ พระอุดมสิทธิธนายก. (๒๕๖๐). โครงการสร้าง การชี้วัดและผลสัมฤทธิ์ทางการพัฒนาสุขภาวะอย่างยั่งยืน ในมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย. พระนครศรีอยุธยา: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

๑๐. บุชกร วัฒนบุตร, สุรพล สุยะพรหม, พงศ์พัฒน์ จิตตานุรักษ์ และ รุจ กสิวุฒิ. (๒๕๖๐). การติดตามและการประเมินผลโครงการเสริมสร้างสุขภาวะและการเรียนรู้ตามแนว พระพุทธศาสนา. พระนครศรีอยุธยา : สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

๑๑. บุชกร วัฒนบุตร, สุรพล สุยะพรหม, พระมหาบุญเลิศ อินทปญโญ และ พระครูสังฆรักษ์ เกียรติศักดิ์ กิตติปัญโญ (สุขเหลือง). (๒๕๖๐). การสำรวจความต้องการในการศึกษา หลักสูตรปริญญา ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พระนครศรีอยุธยา. หลักสูตรบัณฑิตศึกษา สาขาการจัดการเชิงพุทธ และสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหา จุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

๑๒. พระมหากำพล คุณงกโร,ดร. และ ดร.บุชกร วัฒนบุตร. (๒๕๕๙). การบริหารจัดการ องค์กรเพื่อสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้บนฐานแห่งพุทธิปัญญา. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

๑๓. ดร.บุชกร วัฒนบุตร. (๒๕๕๗). การพัฒนาทุนมนุษย์วิถีพุทธในการบริหารองค์กรเพื่อ รองรับประชาคมอาเซียน. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๑๔. ผศ.ดร.สุรพล สุยะพรหม, พระครูสังฆรักษ์เกียรติศักดิ์ กิตติปัญโญ (สุขเหลือง), ดร. บุชกร วัฒนบุตร (๒๕๕๗). การบริหารจัดการองค์กรเชิงพุทธบูรณาการเพื่อการเสริมสร้างสุขภาวะ และการเรียนรู้ของสังคมไทย.สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬา

ลงกรณราชวิทยาลัย สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส).
พระนครศรีอยุธยา

วารสารทางวิชาการที่อยู่ในกลุ่ม Scopus

๑. Busakorn Wattahanabut , Asst.Prof.Dr. From HR ๔.๐ to Better Supply Chain Flexibility: Role of Talent On-Boarding and Development in Thailand, **International Journal of Supply Chain Management (IJSM) London : United Kingdom** , Vol ๘, No ๕ (๒๐๑๙) , September ๒๐๑๙ , p. ๘๐๔ – ๘๑๕.

๒. Busakorn Wattahanabut , Asst.Prof.Dr. Knowledge exchange and transformational leadership style for team improvement. **Utopía y Praxis Latinoamericana. Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social / Centro de Estudios Sociológicos y Antropológicos (CESA) / Facultad de Ciencias Económicas y Sociales / Universidad del Zulia-Venezuela** : Q๒ SJR, Vol ๒๔, (๒๐๑๙) , December ๒๐๑๙ , p. ๒๐๗ – ๒๑๔.

๓. Phrakhuopatnontakitti , Asst.Prof.Dr. , Busakorn Wattahanabut , Asst.Prof.Dr. , Kittisak Jemsittiprasert ,Dr. Energy consumption, Economic Growth and Environmental Degradation in ๔ Asian countries: Malaysia, Myanmar, Vietnam and Thailand (MMVT). **International Journal of Energy Economics and Policy (ISSN ๒๑๔๖-๔๕๕๓)** , Vol.๑, Issue.๒ , February ๒๐๒๐ , p. ๕๒๙ – ๕๓๙.

๔. Phrakhuopatnontakitti, Asst. Prof. Dr. , Busakorn Wattahanabut , Asst. Prof. Dr. , Kittisak Jemsittiprasert ,Dr. Does CO๒ emission have any link with the Change democratic conditions in ASEAN Countries? . **International Journal of Energy Economics and Policy (ISSN ๒๑๔๖-๔๕๕๓)** , Vol.๑๐ , No.๓ , March ๒๐๒๐., p.๑๙๖-๒๐๓

วารสารทางวิชาการที่อยู่ในฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ

๑. Busakorn Wattahanabut , Asst.Prof.Dr. “ The Human Capital development in Buddhist way for preparing of Southeast ASEAN Nations Community” **Asian Political science Review (ISSN ๒๓๕๑-๐๘๖๒)** , Vol.๔ , No.๑ , June ๒๐๑๗.

๒. Busakorn Wattahanabut , Asst.Prof.Dr. “Reconciliation Management according by Five Precepts” **PSAKU International Journal of interdisciplinary (ISSN ๒๒๘๖-๙๕๙๙)** , Vol.๖ , No.๑ , June ๒๐๑๗.

๓ . Busakorn Wattahanabut , Asst. Prof. Dr. ,Phrakhrudhammathorn Sathaprn Manasabutr. **Happy workplace according to Buddhist way” RSU International Journal of College of Government (ISSN ๒๓๕๑-๐๘๕๔)** , Vol.๔ , No.๑ , June ๒๐๑๗.

๔ . Busakorn Wattahanabut , Asst.Prof.Dr. The Corporate Social Responsibility according to Kant Moral’s Philosophy. **Asian Political science Review (ISSN ๒๓๕๑-๐๘๖๒)** ,Vol.๑, No.๒ , December ๒๐๑๗.

๕. บุญทัน ดอกไธสง , บุษกร วัฒนบุตร ,พระมหาภุชญา กิตติโสภโณ (แห่หลี) พระปลัดระพิน พุทธิสารโ (ด้วงลอย). (๒๕๖๒) .แผนงานกลไกการขับเคลื่อนศักยภาพขีดความสามารถของ

ผู้สูงอายุโดยบูรณาการหลักพุทธธรรม. วารสารสหวิทยาการวิจัย : ฉบับบัณฑิตศึกษา (Journal of Interdisciplinary Research Graduate Studies) , ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๒) : ๒๖-๓๒.

วารสารทางวิชาการที่อยู่ในฐาน TCI

๑. พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ., ดร.อนุกุล ศิริพันธ์, ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร, นางสาวณณณีย์ ศรีสุข. การจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของจังหวัดลำปาง. วารสารปัญญา ปีที่ ๒๘ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๔). (TCI ๒)

๒. พระครูสิริธรรมบัณฑิต,ผศ., ดร.อนุกุล ศิริพันธ์, ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร, นางสาวณณณีย์ ศรีสุข. การพัฒนาพิพิธภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดลำปาง. วารสารวิจัยวิชาการ ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๔). (TCI ๒)

๓. บุษกร วัฒนบุตร,ผศ.ดร. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนา Soft skills ของเยาวชนไทยในศตวรรษที่ ๒๑”. วารสารวิจัยวิชาการ ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ , มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๔ (๒๕๖๔) : ๘๗-๙๔ (TCI ๒)

๔.สุทธญาณ โอบอ้อม , เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง , บุษกร วัฒนบุตร , อานนท์ เมธีวรฉัตร “การเสริมสร้างจิตพฤติกรรมการเป็นพลเมืองที่ดีในสังคมประชาธิปไตยของนักเรียนในจังหวัดนครปฐม” วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ปีที่๙ ฉบับที่ ๒ ,พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๓ : ๖๕-๗๗. (TCI ๒)

๕. บุษกร วัฒนบุตร,ผศ.ดร. “ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์โดยภาคเอกชน เพื่อสร้างนวัตกรรม การเรียนรู้สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑”. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๔ , ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๖๒ (๒๕๖๒) : ๑๙๑-๒๐๐.(TCI ๑)

๖. บุษกร วัฒนบุตร,ผศ.ดร. “การสร้างตัวแบบการพัฒนาจริยธรรมเพื่อการพัฒนาศักยภาพทุน มนุษย์ในศตวรรษที่ ๒๑” . วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๑ , มกราคม - มีนาคม ๒๕๖๑ (๒๕๖๑) : ๒๖๕-๒๗๓ (TCI ๑)

๗. บุษกร วัฒนบุตร,ผศ.ดร. กลยุทธ์การปลูกฝังจิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรมสู่การพัฒนา คุณภาพชีวิตที่ยั่งยืนของสถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๑ , มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๑ (๒๕๖๑) : ๒๖๕-๒๗๓.(TCI ๑)

๘. Busakorn Watthanabut , Trakul Chitwattanakorn. Disrupting Human Resource Development by Digital Literacy. *Journal of International Buddhist Studies*. Vol ๑๐ , No ๑ , January – June ๒๐๑๙ (๒๐๑๙) (TCI ๒)

๙. พระมหากำพล คุณงกโร,ดร. และบุษกร วัฒนบุตร,ดร. “การบริหารจัดการองค์กรเพื่อ การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้บนฐานแห่งพุทธิปัญญา” . วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ ปี ที่ ๔ ฉบับที่ ๒ , พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๕๙ (๒๕๕๙) : ๒๐๙-๒๒๓.(TCI ๑)

๑๐. บุษกร วัฒนบุตร,ดร. “การพัฒนาทุนมนุษย์วิถีพุทธในการบริหารองค์กรเพื่อรองรับ ประชาคมอาเซียน”. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑.(เมษายน ๒๕๕๘) : ๒๔-๓๘.(TCI ๒)

๑๑. ผศ.ดร.สุรพล สุยะพรหม , พระครูสังฆรักษ์เกียรติศักดิ์ กิตติปัญญา (สุขเหลือง) ,ดร. บุษกร วัฒนบุตร (๒๕๕๗) . การบริหารจัดการองค์กรเชิงพุทธบูรณาการเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะ

และการเรียนรู้ของสังคมไทย.สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ และ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).วารสารพระนคร.(TCI ๒)

บทความทางวิชาการ

๑. บุษกร วัฒนบุตร . (๒๕๕๕) . การนำพุทธญาณวิทยา (ไตรสิกขา) และตัวแบบการบริหารจัดการความรู้ ทักษะ (KSM) เพื่อการสร้างและพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กรมหาชน. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. ปีที่ ๓๘ ฉบับที่ ๒ เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๕. กรุงเทพมหานคร: , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

๒.บุษกร วัฒนบุตร และวินัย ชุ่มชื่น . (๒๕๕๖) . การทูลจรตการสอบของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง . วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.ราชบุรี. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๕๕.

๓.บุษกร วัฒนบุตร . (๒๕๕๖) .การบริหารงานสร้างสรรค์ . สารนิพนธ์พุทธศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประจำปี ๒๕๕๖ (เอกสารงานรับปริญญาามจร. ๑๒ พ.ค. ๒๕๕๖).

๔.บุษกร วัฒนบุตร. (๒๕๕๖) . องค์กรสีขาว . วารสารวิชาการ สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๕๕.

๕.บุษกร วัฒนบุตร. (๒๕๕๖) . จริต ๖ . วารสารวิชาการ สังคมศาสตร์ปริทรรศน์ ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๑ ปีการศึกษา ๒๕๕๕.

๖.บุษกร วัฒนบุตร. (๒๕๕๗) . พุทธบูรณาการเพื่อสร้างทรัพยากรมนุษย์แบบคนเก่งคนดี ภายใต้สังคมอาเซียน . วารสารการประชุมวิชาการระดับชาติ มจร ครั้งที่ ๑ พุทธบูรณาการเพื่อการพัฒนาจิตใจและสังคม. ๒๓- ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๕๗.

๓. ประวัติผู้ร่วมวิจัย คนที่ ๒

๔. ประวัติผู้ร่วมวิจัย คนที่ ๓

ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย)	:	นางสาวณฤณีย์ ศรีสุข
ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ)	:	Miss Narunee Srisuk
วัน เดือน ปีเกิด	:	วันที่ ๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๓๓
หมายเลขบัตรประจำตัวประชาชน	:	๑๕๐๙๙๐๐๙๒๗๔๔๗
สถานที่เกิด	:	โรงพยาบาลแม่และเด็ก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ภูมิลำเนา	:	บ้านเลขที่ ๒๐/๑ หมู่ ๒ ตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๐๐๐
หน่วยงาน	:	เลขที่ ๖๖๒ หมู่ ๒ ตำบลศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ๕๒๑๓๐

		มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
หมายเลขโทรศัพท์	:	๐๙๕-๔๔๙๓๕๕๐
E-mail	:	narunee๒๕๓๓@gmail.com
Facebook	:	Narunee Srisuk
ID Line	:	Gem๔๔๔๒

ประวัติการศึกษา

- ปี ๒๕๔๕ จบการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ ๖ โรงเรียนจิตรราวิทยา จังหวัดเชียงใหม่
- ปี ๒๕๔๘ จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๓ โรงเรียนจิตรราวิทยา จังหวัดเชียงใหม่
- ปี ๒๕๔๙ สอบได้ธรรมศึกษาชั้นเอก สำนักเรียนศูนย์ศึกษาพระพุทธรักษาวันอาทิตย์ วัดสวนดอก จังหวัดเชียงใหม่
- ปี ๒๕๕๑ จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ ๖ โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่
- ปี ๒๕๕๕ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
- ปี ๒๕๕๖ สอบได้ตามหลักสูตรของอภิธรรมมหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ชั้นจุฬอภิธรรมิกเอก สำนักเรียนวัดไร่เปิง (ตโปทาราม) จังหวัดเชียงใหม่
- ปี ๒๕๕๖ จบหลักสูตรนักศึกษาครูสมาธิ รุ่นที่ ๓๓ อธิพิณ พลังแห่งฤทธิ์สถาบันพลังจิตตานุภาพ สาขา ๒๔ บ้านศรีสุกรี จังหวัดเชียงใหม่
- ปี ๒๕๕๗ สอบได้ตามหลักสูตรของอภิธรรมมหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ชั้น มัชฌิมอภิธรรมิกตรี สำนักเรียนวัดไร่เปิง (ตโปทาราม) จังหวัดเชียงใหม่
- ปี ๒๕๕๘ ศึกษาบาลีศึกษา ประโยค ๑ - ๒ สำนักเรียนวัดสวนดอก (พระอาราหลวง) จังหวัดเชียงใหม่
- ปี ๒๕๕๙ จบการศึกษาระดับปริญญาโท พุทธศาสนมหาบัณฑิต คณะพุทธศาสตร์ สาขาวิชา พระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่
- ปี ๒๕๕๙ - ปัจจุบัน กำลังศึกษาระดับปริญญาเอก พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา พระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่
- ปี ๒๕๖๓ กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (ใบที่สอง) คณะนิสิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช

ประวัติการทำงาน

ปี พ.ศ. ๒๕๕๒ - ๒๕๕๔

- รับจ้างครูสอนพิเศษนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ ๔-๖ ในรายวิชา คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ณ บ้านศรีสุข-บุญถนอม ตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปี พ.ศ. ๒๕๕๕

- นิสิตฝึกปฏิบัติงานด้านสังคมสงเคราะห์ ณ ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ บ้านธรรมปกรณ์เชียงใหม่ กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปี พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๐

- พิธีกรรายการธรรมะ รายการ “ปัญหาธรรม ปัญหาใจ” วัดร่ำเปิง (ตโปทาราม) สำนักปฏิบัติธรรมแห่งที่ ๒ ของจังหวัดเชียงใหม่ ทางช่อง YouTube

ปี พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๓

- ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการสอนพระพุทธศาสนาและจิตวิทยาการแนะแนว คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
- ตำแหน่ง เลขานุการ ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการสอนพระพุทธศาสนาและจิตวิทยาการแนะแนว คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

ปี พ.ศ. ๒๕๖๓ - ปัจจุบัน

- ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาพระพุทธศาสนา คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
- ตำแหน่ง เลขานุการ ประจำหลักสูตรสาขาวิชาพระพุทธศาสนา คณะพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
- ตำแหน่ง หัวหน้างานกิจการนิสิต สังกัดมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
- ตำแหน่ง เลขานุการ คณะทำงานพัฒนากลไกประสานงานหลักประกันสุขภาพวิถีพุทธระดับพื้นที่ ประจำวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง
- ตำแหน่ง เลขานุการ คณะอนุกรรมการศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพประชาชน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง

ผลงานทางวิชาการ**งานวิจัย****พ.ศ. ๒๕๖๑**

(ภาษาไทย)	โครงการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เชิงนิเวศวิทยาวัฒนธรรม
(ภาษาอังกฤษ)	THE DEVELOPMENT PROJECT OF CULTURAL ECOLOGY LEARNING CENTER
ตำแหน่ง	ผู้ร่วมวิจัย
หัวหน้าโครงการ	พระครูธีรสุตพจนัน, ดร. (พระมหาสง่า ไชยวงศ์, ดร.)
ดำเนินการวิจัย	ภายใต้โครงการเสริมสร้างสุขภาวะและการเรียนรู้ตามแนวพระพุทธศาสนา (สรพ.)
สนับสนุนโดย	สำนักงานสนับสนุนสุขภาวะองค์กร สำนักงานกองทุนสนับสนุน

การสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ภายใต้การบริหารโครงการ
โดยสถาบันพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ปีงบประมาณ ๒๕๖๑

พ.ศ. ๒๕๖๓

- (ภาษาไทย) การจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์
ของจังหวัดลำปาง
- (ภาษาอังกฤษ) THE MANAGEMENT OF COMMUNITY MUSEUM IN
ELECTRONIC SYSTEM OF LAM[ANG PROVINCE
- ตำแหน่ง ผู้ช่วยนักวิจัย
- หัวหน้าโครงการ พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.
- ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- (ภาษาไทย) การพัฒนาพิพิธภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
ในจังหวัดลำปาง
- (ภาษาอังกฤษ) THE COMMUNITY MUSEUM DEVELOPMENT WITH
ELETRONICS SYSTEM IN LAMPANG PROVINCE
- ภายใต้แผนงาน
- (ภาษาไทย) การจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์
ของจังหวัดลำปาง
- (ภาษาอังกฤษ) THE MANAGEMENT OF COMMUNITY MUSEUM IN
ELECTRONIC SYSTEM OF LAM[ANG PROVINCE
- ตำแหน่ง ผู้ช่วยนักวิจัย
- หัวหน้าโครงการ พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ.
- ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- (ภาษาไทย) การสร้างต้นแบบพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์
- (ภาษาอังกฤษ) THE PROTOTYPE OF A CIMMUNITY MUSEUIN IN AN ELETRONIC
SYSTEM
- ภายใต้แผนงาน
- (ภาษาไทย) การจัดการพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์
ของจังหวัดลำปาง
- (ภาษาอังกฤษ) THE MANAGEMENT OF COMMUNITY MUSEUM IN
ELECTRONIC SYSTEM OF LAM[ANG PROVINCE
- ตำแหน่ง หัวหน้าโครงการวิจัย
- ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

งานบทความวิชาการ

๑. บทความวิชาการ เรื่อง “จิตสำนึกในหน้าที่ของความเป็นครู โดย ภควัต ศรียารัตน์, ชีระวัฒน์ แก้วลังกา และณณณีย์ ศรีสุข วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม – ธันวาคม ๒๕๖๑)
๒. บทความวิชาการ เรื่อง “หลักสิทธิมนุษยชนที่ปรากฏในหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเถรวาท” โดย ณณณีย์ ศรีสุข, จิตสุภา แกมทับทิม และสุธินี ขำรักษ์ วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – เมษายน ๒๕๖๓)
๓. บทความวิชาการ เรื่อง “กระบวนการธำรงอัตลักษณ์ทางพระพุทธศาสนาของชาวไทใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่” โดย ณณณีย์ ศรีสุข วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๓ (กันยายน – ธันวาคม ๒๕๖๓)
๔. บทความวิจัย เรื่อง “การพัฒนาพิพิธภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดลำปาง” โดย พระครูสิริธรรมบัณฑิต, ผศ., ดร.อนุกุลศิริพันธ์, ผศ.ดร.บุษกร วัฒนบุตร และนางสาวณณณีย์ ศรีสุข วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์
๕. บทความวิจัย เรื่อง “การสร้างต้นแบบพิพิธภัณฑ์ชุมชนในระบบอิเล็กทรอนิกส์” โดย นางสาวณณณีย์ ศรีสุข, พระอธิการสุชาติ จนทสโร, ดร. และ ผศ.บุรินทร์ รุจจนพันธุ์ วารสารพุทธศาสตร์ศึกษา