



การจัดการความรู้ด้านการรวบรวมและการถ่ายทอดความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยีเยรัง
ของกลุ่มอนุรักษ์ต้นหยี บ้านปูลาตะเยาะขอ จังหวัดปัตตานี

Knowledge Management by Collecting Knowledge and Transferring Knowledge of
Upgrading of the Yarang Velvet Tamarind Products by the Ton Yee Conservation
Group, Ban Pula Tayokho, Pattani Province

นัจมีย์ กาชอ* อับดุลเลาะ เจ๊ะหลง และปัญญา เทพสิงห์

Najamee Kasor*, Abdullah Chelong and Punya Tepsing

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110

Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hatyai Campus, Hatyai, Songkhla 90110, Thailand

*Corresponding author, e-mail: Meekasor38@gmail.com

(Received: Nov 2, 2024; Revised: Mar 23, 2025; Accepted: Mar 24, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาสภาพการจัดการความรู้ด้านการรวบรวมและถ่ายทอดความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยีเยรังของกลุ่มอนุรักษ์ต้นหยี บ้านปูลาตะเยาะขอ จังหวัดปัตตานี เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยประเด็นสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง จากผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานกับกลุ่มอนุรักษ์ต้นหยี 7 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1) การรวบรวมความรู้เพื่อจัดการความรู้มี 4 ประเด็น คือ แหล่งที่มาของความรู้ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื้อหาความรู้ที่เก็บรวบรวม และการจัดระเบียบและจัดเก็บความรู้ และ 2) การถ่ายทอดความรู้มี 7 ด้าน ได้แก่ 1) วัตถุประสงค์ของการถ่ายทอดความรู้ 2) ความรู้ที่ถ่ายทอด 3) แหล่งที่มาของความรู้ 4) ผู้รับการถ่ายทอด 5) ผู้ถ่ายทอดและมีส่วนร่วมในการถ่ายทอด 6) วิธีการถ่ายทอด 7) ผลการถ่ายทอดความรู้ การจัดการความรู้ทำให้เยาวชน ประชาชน และสมาชิกกลุ่มได้เรียนรู้และเข้าใจถึงคุณค่าของภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาในชุมชน ได้มีโอกาสฝึกปฏิบัติและพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาของชุมชน ได้เรียนรู้และเข้าใจถึงรากเหง้าของตนเองและมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชุมชน มีความเข้าใจในหลักการและเทคนิคการขายสินค้าออนไลน์ ทำให้เยาวชน ประชาชน และสมาชิกกลุ่มสามารถใช้โซเชียลมีเดียในการขายออนไลน์ได้มากขึ้น เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำให้ขายผลิตภัณฑ์ลูกหยีได้ดีมากขึ้น และทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้และพัฒนาทักษะร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : การจัดการความรู้ การรวบรวมความรู้ การถ่ายทอดความรู้ การยกระดับผลิตภัณฑ์ กลุ่มอนุรักษ์ต้นหยี

Abstract

This research aims to study the knowledge management situation regarding the collecting and transferring knowledge for upgrading Yarang Velvet Tamarind products by the Ton Yee Conservation Group in Ban Pula Tayokho, Pattani Province. Data was collected through in-depth interviews using a semi-structured interview approach with 7 key informants selected from who's based on their experience working with the Ton Yee conservation group. The data was analyzed using content analysis. The study found that: 1) Knowledge collection for knowledge management consists of 4 key aspects: 1) Sources of knowledge 2) Methods of data collection 3) Content of the collected knowledge 4) Organization and storage of knowledge. 2) Knowledge transferring involves 7 aspects: 1) Objectives of knowledge transferring 2) Knowledge being transferred 3) Sources of knowledge 4) Knowledge recipients 5) Knowledge transmitters and participants in transfer 6) Methods of transmission and 7) Knowledge transfer results. Knowledge management has

enabled youth, people and group members get to learned and understand the value of local wisdom passed down through generations in community. They have the opportunity to practice and develop skills related to the wisdom of the community, they have learned and understood their roots and are proud of the culture of the community. Additionally, understand the principles and techniques of online sales. More people and group members can use social media to sell online. Increase product distribution channels, make Yarang Velvet Tamarind products sell better, and create knowledge sharing and skill development together.

Keywords: Knowledge management, Collecting knowledge, Transferring knowledge, Upgrading product, Ton Yee conservation group

บทนำ

แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน พ.ศ. 2566 - 2570 ได้กำหนดเป้าหมายของการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนไว้ว่า “ศูนย์กลางการเกษตร การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการค้าชายแดน บนสังคมพหุวัฒนธรรมเข้มแข็งอย่างยั่งยืน” กล่าวคือ มีเป้าหมายในการพัฒนา สำหรับกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนให้เป็นศูนย์กลางการผลิต แปรรูปอุตสาหกรรมเกษตรที่สำคัญของกลุ่มจังหวัด เช่น ยางพารา ปาล์ม ผลไม้ ลูกหยีทุเรียน ลองกอง มังคุด ปศุสัตว์ และประมง สินค้าเกษตรที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น การแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าทั้งเกษตรรายย่อยและเกษตรเชิงพาณิชย์ และการพัฒนาช่องทางการตลาด ภายใต้แนวคิด Model BCG โดยผลิตภัณฑ์ลูกหยีก็เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสินค้าเพื่อให้กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน สามารถยกระดับอาหารไปจนถึงการเป็นศูนย์กลางทางด้านอาหาร (Strategic Management Group of Southern Border Provinces, 2021) โดยนโยบายรัฐเกี่ยวกับ BCG จะเน้นที่ 1) ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มีการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและส่งเสริมการอนุรักษ์ดินในพื้นที่ 2) ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่เน้นกระบวนการผลิตที่ลดของเสียและเพิ่มการใช้ซ้ำ เช่น การใช้ผลลูกหยีที่ไม่ได้คุณภาพในผลิตภัณฑ์อื่น ๆ นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นแทน และ 3) ระบบเศรษฐกิจสีเขียว ที่สนับสนุนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ต่อไป

สำหรับผลิตภัณฑ์ลูกหยีระยะที่แปดที่รู้จักกันดีในปัจจุบัน คือ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอนุรักษ์ต้นหยี บ้านปลาดตะเภาขอ ตำบลระแว้ง อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี ซึ่งมีเอกลักษณ์และได้รับความนิยมสูง ผลผลิตและวิธีการผลิตส่วนใหญ่ได้มีการถ่ายทอดส่งต่อกันมาโดยการบอกต่อจากรุ่นสู่รุ่น แต่ขาดการจัดการความรู้ (Knowledge management) ที่เป็นระบบ ทำให้ความรู้ที่ถ่ายทอดกันมาจากภูมิปัญญารุ่นก่อน ๆ ของท้องถิ่นเสี่ยงต่อการสูญหาย หรือตกหล่นลืมนำไปใช้ จึงควรจัดให้มีการจัดการความรู้ในเรื่องดังกล่าวไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อจะได้มีคลังความรู้สำหรับสร้างโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการเรียนรู้ในชุมชนเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับและสามารถนำไปสู่การประยุกต์ใช้ได้อย่างยั่งยืน การจัดการความรู้การยกระดับคุณภาพลูกหยีระยะที่แปด เป็นแผนสำหรับการบรรลุเป้าหมายการเพิ่มมูลค่าทางการเกษตร ทั้งเกษตรกรรายย่อยและเกษตรเชิงพาณิชย์ของแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน โดยการจัดการความรู้เป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรทุกประเภทควรให้ความสำคัญ เพราะหากองค์กรมีระบบการจัดการความรู้ที่ดีจะทำให้มีคลังความรู้ที่จะนำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ พนักงานจะสามารถเรียนรู้จากคลังความรู้ที่ได้จัดการไว้อย่างมีระบบทำให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ง่าย ส่งผลให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้สำเร็จด้วย (Leenin, 2023) สำหรับกลุ่มอนุรักษ์ต้นหยีบ้านปลาดตะเภาขอ ถือว่าการจัดการความรู้ยังมีบทบาทสำคัญต่อการอนุรักษ์ต้นหยีอีกด้วย และเป็นการสนับสนุนการสืบต่อภูมิปัญญาโดยการรวบรวมเอกสาร บันทึกเรื่องราว ประสบการณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับต้นหยีจากรุ่นสู่รุ่นผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เอกสาร ภาพถ่าย และวิดีโอ เพื่อให้สมาชิกโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ เข้าใจถึงความสำคัญของต้นหยีในชุมชน นอกจากนั้น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ยังเป็นกิจกรรมสำคัญของการจัดการความรู้จะช่วยให้กลุ่มสามารถแชร์ประสบการณ์และแนวทางการอนุรักษ์กับกลุ่มอื่น ๆ ได้ทั้งเกษตรกร ชุมชน และหน่วยงานของรัฐ โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งทางเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ส่งผลให้ภาครัฐ เอกชน และประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกันเก็บรวบรวม เผยแพร่ และประยุกต์ใช้มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าการจัดการความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหิยของกลุ่มยังไม่เป็นระบบ ทำให้เกิดความเสียหายต่อการสูญเสียองค์ความรู้ด้านนี้ไปได้อย่างน่าเสียดาย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการจัดการความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหิยะรังขึ้น โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ การรวบรวมความรู้และการถ่ายทอดความรู้ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มและเป็นแนวทางในการดำเนินการต่อไปในสังคมที่มีการแข่งขันสูงและใช้ข้อมูลสารสนเทศเชิงประจักษ์เป็นฐานในการพัฒนา โดยมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์ (Creswell, 2014)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการความรู้ด้านการรวบรวมความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหิยะรัง ของกลุ่มอนุรักษ์ต้นหิย บ้านปูลาตะเยาะขอ จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการความรู้ด้านการถ่ายทอดความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหิยะรัง ของกลุ่มอนุรักษ์ต้นหิย บ้านปูลาตะเยาะขอ จังหวัดปัตตานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงจากการอ้างอิงต่อเนืองปากต่อปาก หรือ Snowball sampling technique จนได้ข้อมูลอิมตัว ซึ่งได้ผู้ให้ข้อมูลจากบุคคลที่มีประสบการณ์ต่อไปนี้

- 1) ประธานกลุ่มอนุรักษ์ต้นหิย บ้านปูลาตะเยาะขอ ซึ่งเป็นทั้งผู้นำชุมชนและผู้นำในการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์ต้นหิย
- 2) ประชาชนในชุมชนบ้านปูลาตะเยาะขอ ที่เป็นปราชญ์ชาวบ้าน เป็นสมาชิกและเป็นผู้ร่วมริเริ่มก่อตั้งกลุ่มอนุรักษ์ต้นหิย จำนวน 2 คน
- 3) ประชาชนในชุมชนบ้านปูลาตะเยาะขอ ที่เป็นสมาชิกกลุ่มอนุรักษ์ต้นหิยมาตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน จำนวน 4 คน รวม 7 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1) แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง โดยมีประเด็นคำถามหลักในการสัมภาษณ์จำนวน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) การรวบรวมความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหิยะรังเพื่อนำไปสู่การจัดการความรู้ ซึ่งจะสัมภาษณ์เกี่ยวกับ 1.1) แหล่งที่มาของความรู้ 1.2) วิธีการรวบรวมข้อมูลความรู้ และ 1.3) เนื้อหาความรู้ 2) การถ่ายทอดความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหิยะรัง เพื่อนำไปจัดการความรู้ ซึ่งจะสัมภาษณ์เกี่ยวกับ 2.1) วิธีการดำเนินการถ่ายทอดความรู้ และ 2.2) ปัญหาอุปสรรคในการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งผ่านการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item-objective congruence, IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.71

2) แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมีประเด็นในการสังเกต 3 ประเด็น ซึ่งผ่านการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.71

3) แบบวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกหิย ซึ่งผ่านการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.71

เก็บรวบรวมข้อมูล โดย 1) ผู้วิจัยกำหนดลักษณะเฉพาะของผู้ให้ข้อมูลหลัก และเริ่มต้นไปแนะนำตัวกับประธานกลุ่มอนุรักษ์ต้นหิย บ้านปูลาตะเยาะขอ และชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยรวมทั้งขอความร่วมมือในการเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักตามวัตถุประสงค์การวิจัยและนัดหมายวันเวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์ 2) ปฏิบัติการสัมภาษณ์ตามแผน จากนั้นสอบถามถึงประชาชนในชุมชนบ้านปูลาตะเยาะขอ ที่เป็นปราชญ์ชาวบ้าน เป็นสมาชิกและเป็นผู้ร่วมริเริ่มก่อตั้งกลุ่มอนุรักษ์ต้นหิย เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลหลักตามลักษณะที่ต้องการชุดที่ 2 จำนวน 2 คน 3) ผู้วิจัยเข้าไปแนะนำตัวและชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยรวมทั้งขอความร่วมมือในการเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักตามวัตถุประสงค์การวิจัยและนัดหมายวันเวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์ 4) ปฏิบัติการสัมภาษณ์ตามแผน จากนั้นสอบถามถึงประชาชนในชุมชนบ้านปูลาตะเยาะขอ ที่เป็นสมาชิกกลุ่มอนุรักษ์ต้นหิยมาตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลหลักตามลักษณะที่ต้องการชุดที่ 3 จำนวน 4 คน 5) ผู้วิจัยเข้าไปแนะนำตัวและชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยรวมทั้งขอความร่วมมือในการเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักตามวัตถุประสงค์การวิจัยและนัดหมายวันเวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์ 6) ปฏิบัติการสัมภาษณ์ตามแผน 7) ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลที่ได้เมื่อพบว่า ข้อมูลใดยังขาดอยู่ จะกลับไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในแต่ละชุดเพิ่มเติมอีกครั้ง จนได้ข้อมูลครบถ้วน อิมตัว จึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์เนื้อหา จัดกลุ่มเนื้อหา (Content analysis) และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยใช้เทคนิคตรวจสอบแบบสามเส้า

คือ นำบทสรุปจากการสัมภาษณ์ที่วิเคราะห์ได้แล้วไปให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเดิมทุกคนร่วมกันตรวจสอบอีกครั้งและปรับปรุงตามคำแนะนำและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม และนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปตีความแล้วเขียนพรรณนาเพื่อนำเสนอรายงานการวิจัย

ผลการวิจัย

การจัดการความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยียะรังพบว่า มี 2 ด้าน ได้แก่ 1) สภาพการจัดการความรู้ด้านการรวบรวมข้อมูลการยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยียะรังฯ และ 2) สภาพการจัดการความรู้ด้านการถ่ายทอดความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยียะรังฯ ดังนี้

1) ผลการศึกษาสภาพการจัดการความรู้ด้านการรวบรวมข้อมูลการยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยียะรังฯ

การรวบรวมความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยียะรังพบว่า กลุ่มอนุรักษ์ต้นหยี บ้านปูละตะเยาะขอ ได้รวบรวมความรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ 1) แหล่งที่มาของความรู้ 2) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 3) เนื้อหาความรู้ที่เก็บรวบรวม และ 4) การจัดระเบียบและการจัดเก็บความรู้ โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

1.1) แหล่งที่มาของความรู้พบว่า มาจาก 4 แหล่งหลัก ดังนี้

- 1) ความรู้จากการอบรมสัมมนา ได้จากการเข้ารับการอบรม สัมมนา และเวิร์กช็อปที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) มหาวิทยาลัย
- 2) ความรู้จากเอกสารและผลงานวิจัย มีการศึกษาจากเอกสาร รายงานการวิจัย และข้อมูลเชิงวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นหยีจากผลผลิตที่ได้จากการทำวิจัยที่ผ่าน ๆ มา
- 3) ความรู้จากการศึกษาอินเทอร์เน็ต การค้นคว้าผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ วิดีโอแนะนำกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการตลาดออนไลน์
- 4) ความรู้จากประสบการณ์ในการดำเนินงาน ได้จากการดำเนินงานจริงของกลุ่ม ผ่านการลองผิดลองถูก การปรับปรุงกระบวนการผลิต และการเรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์ในชุมชน ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“เราได้จัดอบรมให้ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์แก่สมาชิกในกลุ่มอย่างต่อเนื่องเลย เพื่อให้ทุกคนได้เรียนรู้เทคนิคใหม่ ๆ และสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)

1.2) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ความรู้ทางวิชาการจะใช้วิธีการรวบรวม ด้วยการจดบันทึกคำบรรยายของวิทยากรหรือเหตุการณ์ที่ได้พบเจอขณะสัมมนาโดยผู้เข้าร่วมสัมมนา
- 2) ความรู้จากเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ รวบรวมโดยการบันทึกข้อมูลกับหน่วยงานรัฐและมหาวิทยาลัยที่เข้ามาร่วมกันทำวิจัยในพื้นที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ลูกหยี
- 3) ความรู้จากการศึกษาจากอินเทอร์เน็ต รวบรวมโดยการศึกษาค้นคว้าจากเนื้อหาที่อยากรู้และจดบันทึกรวบรวมไว้
- 4) ความรู้จากประสบการณ์ในการดำเนินงาน รวบรวมโดยการบันทึกข้อมูล จากประสบการณ์ของสมาชิกแต่ละคนในการผลิต ผลิตภัณฑ์ลูกหยี การแปรรูป รสชาติ และการผลิตในปริมาณต่าง ๆ ที่เหมาะสม ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“มีการจัดอบรมสัมมนา มีอาจารย์ วิทยากร ที่ทางกลุ่มร่วมจัดกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น ทางอบต. อำเภอก็มีบ้าง จัดเพื่อถ่ายทอดความรู้ มีการแนะนำการทำตลาดให้มันทันกับยุคตอนนี้”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2567)

“เราได้จัดอบรมให้ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์แก่สมาชิกในกลุ่มอย่างต่อเนื่องเลย เพื่อให้ทุกคนได้เรียนรู้เทคนิคใหม่ ๆ และสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)



“พวกเราแบ่งหน้าที่กันเลย ใครได้ไปอบรมอะไรมาก็ต้องกลับมาถ่ายทอดให้คนอื่น ๆ ในกลุ่มรู้ด้วย ผ่านการประชุมกลุ่มและการสอนปฏิบัติจริง”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2567)

“เมื่อก่อนเหมือนที่พี่เขาพูดว่าเราไม่ได้ขายออนไลน์เลย แต่พอเรามาเริ่มเรียนรู้การขายผ่านออนไลน์จากการอบรมแล้ว เราก็เอาที่เขาสอนมาจดเก็บไว้ก่อน ก็หันมาขายออนไลน์ด้วย กลุ่มเราก็เป็นที่รู้จักมากขึ้นจากเดิมมากเลย”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)

“ก็มีที่ไปอบรมกับพี่ ๆ เขาก็สอนเรื่องขายยังไง ปรับลูกหยาให้ดีขึ้นยังไง พวกเราก็เก็บข้อมูลเรื่องนี้ด้วย”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2567)

“เมื่อก่อนเราขายแค่ลูกหยาสดกับตากแห้ง แต่เดี๋ยวนี้เราจะขายแค่นั้นไม่ได้ เพราะเราจะอยู่ไม่ได้ ก็เลยมีใบปุยในเน็ตบ้าง ว่าเขาทำยังไงให้มันขายดีขึ้น ให้เป็นที่รู้จักขึ้น ดั้งเดิม ดูทั้งพวกช่องทางการขาย ทั้งโปร แล้วก็ลูกหยาจะพัฒนาได้ยังไงบ้าง”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2567)

1.3) เนื้อหาความรู้ที่เก็บรวบรวมพบว่า เนื้อหาความรู้ที่รวบรวม ประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับ 1) การผลิตและกระบวนการผลิต 2) การตลาด 3) นวัตกรรมและเทคโนโลยี 4) การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น 5) มาตรฐานและการรับรอง ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“พวกเราตั้งใจคิดค้นสูตรใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ลูกหยา ไม่ว่าจะเป็นลูกหยาหวานสูตรโบราณที่ใส่ความพิเศษด้วยรสชาติดั้งเดิมตามแบบท้องถิ่น หรือลูกหยาหวานที่อร่อยและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อให้ลูกค้าได้ลิ้มลองรสชาติใหม่ ๆ ที่ไม่เหมือนใคร แล้วค่อย ๆ จดสูตรที่โอเคจริง ๆ”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)

“พวกเราในกลุ่มอนุรักษ์ต้นหยา บ้านปูลาตะเยาะขอ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นหยาอย่างมากเลย โดยเฉพาะการแปรรูปผลผลิตให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม เช่น ลูกหยาฉาบ ลูกหยาหวาน หรือแม้แต่ น้ำผลไม้จากลูกหยา เพื่อสร้างรายได้ให้กับกลุ่มของเรา”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)

“แต่ก่อนเราทำลูกหยาแบบเดิม ๆ พอได้ไปอบรม ก็รู้วิธีแปรรูปมากขึ้น ทำเป็นลูกหยาฉาบ กวน แยม น้ำลูกหยา ได้ของใหม่ ๆ มาขาย เพิ่มมูลค่าให้ของเรา คนซื้อก็ติดใจ ขายดีขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้น ชุมชนก็เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วย”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2567)

“พวกเรารวบรวมความรู้จากที่ทำมาจริง ๆ ใครมีประสบการณ์อะไรก็เอามาแชร์กัน บันทึกไว้ ทั้งเรื่องการแปรรูปลูกหยาให้得了รสชาติอร่อย ปริมาณที่พอดี หรือแม้แต่เรื่องตั้งราคา เราก็ลองเปรียบเทียบกัน ทั้งจากที่เคยไปออกบูธ ขายออนไลน์ หรือขายในชุมชน เพื่อให้ได้ราคาที่เหมาะสมและขายได้ดีขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2567)



“เรารวบรวมความรู้เรื่องการตลาดจากหน่วยงานที่เข้ามาช่วย ไม่ว่าจะเป็นการตั้งราคา ทำโปรโมชั่น แล้วก็หาวิธีขายให้ดีขึ้น หน่วยงานพวกนี้เขาช่วยรวมข้อมูล แล้วก็ให้สมาชิกในกลุ่มได้ออกความเห็นกันตามจริง ทำให้เราปรับตัวและขายของได้ดีขึ้น”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2567)

“ก็มีทีมหลายที่เขามาทำนั่นแหละ มีเด็กนักศึกษาเข้ามาทำวิจัย เขาทำเป็นหนังสือเป็นเล่มเลย แต่ข้อมูลบางอย่างก็ไม่ใช่ที่เราตอบหรือของเราสะทีเดียว บางอย่างเขาก็ทำ ๆ มา แล้วมาให้เราดูแค่นี้ เขามีเนื้อหาอะไรของเขาหมดแล้ว”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)

“ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เราเรียนรู้จากการไปศึกษาดูงานที่กลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดใกล้เคียง และจากเจ้าหน้าที่ที่มาให้คำแนะนำ”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2567)

“มีที่หน่วยงานช่วยมาแนะนำให้ขอตราฮาลาล ขั้นตอนการขอฮาลาลให้กับสินค้า จะได้สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2567)

1.4) การจัดระเบียบและการจัดเก็บความรู้พบว่า มีการจัดระเบียบและการจัดเก็บความรู้ เพื่อให้สามารถค้นหาและเข้าถึงได้ง่าย ทางกลุ่มส่วนใหญ่ดำเนินการโดยจัดบันทึกตามบอร์ดผนังในห้อง และมีการจัดเก็บเอกสารที่ได้จากการทำกิจกรรมของนักศึกษาที่มาแลกเปลี่ยนกับทางกลุ่ม รวมถึงมีการจัดทำสื่อวีดิโอเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ร่วมด้วย ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“หลังจากที่เราได้รับความรู้ใหม่ ๆ จากวิจัยทีมหลายร่วมทำกับเรา เราก็เอามาทดลองทำก่อน ถ้าเวิร์ก เราก็จะถ่ายทอดให้กับคนอื่นในกลุ่มผ่านการจัดอบรมภายในเอง”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2567)

“เมื่อก่อนเหมือนที่พี่เขาพูดว่าเราไม่ได้ขายออนไลน์เลย แต่พอเรามาเริ่มเรียนรู้การขายผ่านออนไลน์จากการอบรมแล้ว เราก็เอาที่เขาสอนมาจดเก็บไว้ก่อน ก็หันมาขายออนไลน์ด้วย กลุ่มเราก็เป็นที่รู้จักมากขึ้นจากเดิมมากเลย”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)

“พวกเราช่วยกันจดบันทึกข้อมูลจากที่เราไปอบรมครั้งก่อน ๆ ที่พี่ ๆ จากมหาวิทยาลัยมาทำวิจัยในพื้นที่เรา เกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์ลูกหยี ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ ไปจนถึงสัดส่วนต่าง ๆ พอทำวิจัยร่วมกัน เราก็เก็บข้อมูลมารวมกัน เก็บข้อมูลพวกนี้ไว้ใช้ต่อยอดกันเองในกลุ่ม”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2567)

“พวกเราในกลุ่มอนุรักษ์ต้นหยี บ้านปูลาตะเยาะขอ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นหยีอย่างมากเลย โดยเฉพาะการแปรรูปผลผลิตให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม เช่น ลูกหยีฉาบ ลูกหยีกวน หรือแม้แต่ น้ำผลไม้จากลูกหยี เพื่อสร้างรายได้ให้กับกลุ่มของเรา”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)



“เรามีการบันทึกข้อมูลสำคัญไว้ในสมุดจด และมีการจัดเก็บเอกสารเกี่ยวกับการผลิตเพื่อให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายเมื่อจำเป็น รวมถึงทางกลุ่มมีวิดีโอบทสัมภาษณ์การทำงานของกลุ่ม รวมถึงการถ่ายทอดวิธีการผลิตผ่านวิดีโอ โดยที่ส่วนใหญ่มีคนข้างนอกมาช่วยทำ”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)

2) ผลการศึกษาสภาพการจัดการความรู้ด้านการถ่ายทอดความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยีะรังฯ

การถ่ายทอดความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยีะรังพบว่า กลุ่มอนุรักษ์ต้นหยี บ้านปูลาตะเยาะฆอ ได้ถ่ายทอดความรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปเป็น 6 ประเด็น ได้แก่ 1) วัตถุประสงค์ของการถ่ายทอดความรู้ 2) ความรู้ที่ถ่ายทอด 3) แหล่งที่มาของความรู้ 4) ผู้รับถ่ายทอด 5) ผู้ถ่ายทอดและมีส่วนร่วมในการถ่ายทอด 6) วิธีการถ่ายทอด 7) ผลการถ่ายทอดความรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1) วัตถุประสงค์ของการถ่ายทอดความรู้พบว่า สามารถสรุปได้ 6 ประการ ดังนี้

- 1) เพื่อให้สมาชิกกลุ่ม ประชาชน และเยาวชนมีความรู้และทักษะในการทำผลิตภัณฑ์ลูกหยี
- 2) เพื่อสนับสนุนให้สมาชิกกลุ่ม ประชาชน และเยาวชนได้มีโอกาสฝึกปฏิบัติและพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาในการทำผลิตภัณฑ์ลูกหยี
- 3) เพื่อให้สมาชิกกลุ่ม ประชาชน และเยาวชนได้รู้และเข้าใจถึงรากเหง้าของตนเอง คุณค่าของภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาในชุมชนและมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชุมชน
- 4) เพื่อให้สมาชิกกลุ่ม ประชาชน และเยาวชนมีความเข้าใจในหลักการและเทคนิคการขายสินค้าออนไลน์
- 5) เพื่อให้สมาชิกกลุ่ม ประชาชน และเยาวชนสามารถใช้โซเชียลมีเดียในการขายออนไลน์ได้มากขึ้น
- 6) เพื่อให้สมาชิกกลุ่ม ประชาชน และเยาวชนสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ลูกหยีได้ดียิ่งขึ้น

2.2) ความรู้ที่ถ่ายทอดพบว่า ความรู้ที่ถ่ายทอดของกลุ่มสามารถสรุปได้ 7 เรื่อง ได้แก่ 1) การทำผลิตภัณฑ์ลูกหยีในรูปแบบต่าง ๆ 2) การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยีในรูปแบบต่าง ๆ 3) คุณค่าของภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาในชุมชน 4) การอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาของชุมชนบ้านปูลาตะเยาะฆอ 5) การพัฒนาช่องทางการจำหน่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายผ่านช่องทางออนไลน์ 6) หลักการและเทคนิคการขายสินค้าออนไลน์ และ 7) การใช้โซเชียลมีเดียและการทำการตลาดให้ทันกับยุค

2.3) แหล่งที่มาของความรู้พบว่า สามารถสรุปได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) จากประสบการณ์การทำงานจริงของสมาชิกกลุ่ม 2) จากการศึกษาจากอินเทอร์เน็ตในเรื่องที่กลุ่มต้องการ และ 3) จากการอบรมให้ความรู้หน่วยงานภายนอก ได้แก่ 3.1) พัฒนาชุมชน 3.2) วิทยาลัยและมหาวิทยาลัยในพื้นที่ และ 3.3) ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า

“มีหน่วยงานภายนอกเข้ามาช่วยสอนเด็ก ๆ ในชุมชนและกลุ่มอนุรักษ์ต้นหยี จะมีการสอนเกี่ยวกับการส่งต่อภูมิปัญญาที่เรามีอยู่ตอนนี้ให้แก่คนรุ่นต่อไปยัง”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)

“มีการจัดอบรมสัมมนา มีอาจารย์ วิทยากร ที่ทางกลุ่มร่วมจัดกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น ทาง อบต. อำเภอก็มีบ้าง จัดเพื่อถ่ายทอดความรู้ มีการแนะนำการทำการตลาดให้มันทันกับยุคตอนนี้”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2567)

2.4) ผู้รับการถ่ายทอดพบว่า มี 3 กลุ่ม ได้แก่ สมาชิกกลุ่มอนุรักษ์ต้นหยีะรัง ประชาชน และเยาวชนในชุมชน

2.5) ผู้ถ่ายทอดและมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดพบว่า มี 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) สมาชิกที่มีประสบการณ์มาก่อน และ 2) หน่วยงานภายนอก ได้แก่ 2.1) พัฒนาชุมชนอำเภอ หน่วยงานจาก อบต. 2.2) วิทยาลัยและมหาวิทยาลัยในพื้นที่ 2.3) ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลคนหนึ่งที่ว่า

“มีหน่วยงานภายนอกเข้ามาช่วยสอนเด็ก ๆ ในชุมชนและกลุ่มอนุรักษ์ต้นหี จะมีการสอนเกี่ยวกับการส่งต่อภูมิปัญญาที่เราอยู่ตอนนี้ให้แก่คนรุ่นต่อไปยัง”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)

“มีการจัดอบรมสัมมนา มีอาจารย์ วิทยากร ที่ทางกลุ่มร่วมจัดกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น ทาง อบต. อำเภอ ก็มีบ้าง จัดเพื่อถ่ายทอดความรู้ มีการแนะนำการทำตลาดให้มันทันกับยุคตอนนี้”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2567)

2.6) วิธีการถ่ายทอดความรู้พบว่า กลุ่มรักษ์ต้นหียะรัง มีวิธีการถ่ายทอดความรู้ 3 วิธีหลัก ได้แก่ 1) การนำเสนอในที่ประชุมของกลุ่ม 2) การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันกับสมาชิกภายในกลุ่ม และ 3) ชักชวนเยาวชนมามีส่วนร่วมในการทำงานจริงกับกลุ่มรักษ์ต้นหียะรัง

2.7) ผลการถ่ายทอดความรู้พบว่า การถ่ายทอดความรู้ของกลุ่มรักษ์ต้นหีเกิดผลที่ดีมาก สรุปได้ 7 ประการดังนี้

- 1) เยาวชน ประชาชน และสมาชิกกลุ่มได้เรียนรู้และเข้าใจถึงคุณค่าของภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาในชุมชน
- 2) เยาวชน ประชาชน และสมาชิกกลุ่มได้เรียนรู้และเข้าใจถึงคุณค่าของภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาในชุมชน ได้มีโอกาสฝึกปฏิบัติและพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาของชุมชน
- 3) เยาวชน ประชาชน และสมาชิกกลุ่มได้เรียนรู้และเข้าใจถึงคุณค่าของภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาในชุมชน ได้เรียนรู้และเข้าใจถึงรากเหง้าของตนเองและมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชุมชน
- 4) เยาวชน ประชาชนและสมาชิกกลุ่มมีความเข้าใจในหลักการและเทคนิคการขายสินค้าออนไลน์
- 5) เยาวชน ประชาชนและสมาชิกกลุ่มสามารถใช้โซเชียลมีเดียในการขายสินค้าออนไลน์ได้มากขึ้น
- 6) เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ลูกหีเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น และทำให้ขายผลิตภัณฑ์ลูกหีได้มากขึ้น
- 7) สมาชิกกลุ่มมีการถ่ายทอดความรู้ที่ได้รับไปสู่สมาชิกกลุ่มคนอื่น ๆ ทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้และพัฒนาทักษะร่วมกัน ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า

“หลังจากที่มีหน่วยงานภายนอก พวก กศน. มหาวิทยาลัย ที่เขาคอยจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายให้แก่ทางเรา เราก็ได้ทำการสอนและถ่ายทอดความรู้แก่สมาชิกในกลุ่มเกี่ยวกับการขายผ่านออนไลน์ให้ด้วย”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)

“กลุ่มเราขายดีขึ้นเพราะรู้จักปรับตัว หันมาใช้เทคโนโลยีช่วยขายของ เรียนรู้การใช้โซเชียลมีเดียจากการอบรม เอาความรู้มาปรับใช้จริง ทำให้ขายออนไลน์ได้ง่ายขึ้น ขายตลาดได้กว้างขึ้น ธุรกิจเลยไปได้ดี”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2567)

“จากเดิมที่เราขายแค่เหมือนหน้าร้านอย่างเดียว แบบเวลาคนเขาจะไปทำฮ้างูเขาก็มาซื้อที่นี้บ้าง ฝากคนมาซื้อบ้าง เราก็เลยรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้า แล้วลองปรับมาขายช่องทางอื่นเพิ่ม เช่น พวกออนไลน์ในเฟซบุ๊กก็ขายดีมาก”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยการจัดการความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหียะรัง 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการรวบรวมความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ และ 2) ด้านการถ่ายทอดความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1) สภาพการจัดการความรู้ด้านการรวบรวมข้อมูลการยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยียะรังฯ

ข้อค้นพบข้างต้นเกี่ยวกับสภาพการจัดการความรู้ด้านการรวบรวมข้อมูลการยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหยียะรังฯ พบว่า การรวบรวมความรู้เพื่อการจัดการความรู้มีการดำเนินการสรุปได้ 4 ประเด็น ได้แก่ 1) แหล่งที่มาของความรู้ได้จากการอบรมสัมมนา การศึกษาจากเอกสารผลงานวิจัย การศึกษาจากอินเทอร์เน็ต และจากประสบการณ์ในการดำเนินงาน 2) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนใหญ่จะเป็นการฟังและดูจากผู้มีประสบการณ์ การศึกษาและอ่านจากอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ต่าง ๆ แล้วจดบันทึกไว้เป็นภาพหรือเป็นคำบรรยาย 3) เนื้อหาความรู้ที่เก็บรวบรวม ประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับการผลิตและกระบวนการผลิต การตลาด นวัตกรรม และเทคโนโลยี การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น รวมทั้งมาตรฐานและการรับรอง และ 4) การจัดระเบียบและการจัดเก็บความรู้พบว่า มีการจัดระเบียบและการจัดเก็บความรู้ เพื่อให้สามารถค้นหาและเข้าถึงได้ง่าย ทางกลุ่มส่วนใหญ่ดำเนินการโดยจดบันทึกตามบอร์ดผนังในห้อง และมีการจัดเก็บเอกสารที่ได้จากการทำกิจกรรมของนักศึกษาที่มาแลกเปลี่ยนกับทางกลุ่ม รวมถึงมีการจัดทำสื่อวีดิโอเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ร่วมด้วย ซึ่งถือว่าเป็นการนำทุนทางสังคมในชุมชนมาจัดการให้เป็นระบบโดยการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ซึ่งถือว่าเป็นการจัดการตนเองของกลุ่ม สอดคล้องกับมุมมองของ Wichiranon *et al.* (2020) ที่กล่าวว่า หน่วยงานและหมู่บ้านที่จัดการตัวเองได้ ต้องสามารถนำทุนทางสังคมในพื้นที่หรือพลังที่เกิดจากการคิดร่วมกัน ไปสู่การรวบรวมองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ อาจโดยใช้สื่อที่สอดคล้องกับยุคสมัย ในขณะที่ lam-Khong (2023) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันของสินค้าชุมชนหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ธนายนันท์ผำมัยย้อมจังหวัดปทุมธานีพบว่า การส่งเสริมการตลาดนั้น ผู้ประกอบการมีความต้องการให้ช่วยส่งเสริมแนวทางการส่งเสริมการตลาดด้วยการประยุกต์ใช้งานโซเชียลมีเดียสร้างสื่อส่งเสริมการตลาด เรื่องเล่าบนบรรจุภัณฑ์ และ Storytelling content ในส่วนของวิธีการรวบรวมความรู้จากแหล่งต่าง ๆ เช่น การอบรมสัมมนา ซึ่งช่วยให้กลุ่มมีแนวคิดใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการขาย รวมถึงการใช้เทคโนโลยีออนไลน์ที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการขายผ่านช่องทางที่กว้างขึ้น ซึ่งช่วยให้กลุ่มได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ แต่ปัจจุบันประสบปัญหาจากปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น ทำให้การบันทึกข้อมูลไม่ครบถ้วน ซึ่งส่งผลต่อการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจในระยะยาว การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยและการปรับปรุงระบบการจัดการข้อมูล จะช่วยให้กลุ่มสามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และมีศักยภาพในการเติบโตในอนาคต ในขณะที่ Davenport & Prusak (1998) กล่าวว่า การจัดการความรู้ที่ถูกต้องต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยมีหลักสำคัญในการเปลี่ยนความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล (Tacit knowledge) ให้เป็นความรู้ที่ชัดเจนและแบ่งปันได้ (Explicit knowledge) ซึ่งหัวใจสำคัญของการจัดการความรู้ คือ กระบวนการจัดการความรู้ (KM process) ที่ช่วยจัดระเบียบและบริหารจัดการความรู้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการนำไปใช้งานและองค์กร จากการที่กลุ่มอนุรักษ์ต้นหยี บ้านปูลาตะเยาะขอ ขยายช่องทางการขายไปยังโลกออนไลน์สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการปรับตัวให้ทันต่อยุคสมัยและขยายฐานลูกค้า ซึ่งมีการรวบรวมความรู้ในขณะที่ขยายช่องทางการจำหน่ายไปพร้อม ๆ กัน แต่การดำเนินธุรกิจออนไลน์ก็มาพร้อมกับความท้าทายที่ซับซ้อนมากขึ้น กลุ่มจึงต้องเรียนรู้และพัฒนาทักษะต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถแข่งขันและเติบโตได้ในระยะยาว สอดคล้องต่องานวิจัยของ Chuankrerkul (2018) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรองจังหวัดสิงห์บุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรอง จังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการบริการ และสิ่งแวดล้อมโดยรวม และ lam-Khong (2023) กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาในเรื่องช่องทางการตลาด กล่าวคือ มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าช่องทางเดียวเท่านั้น คือ แบบหน้าร้าน แต่มีค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่และค่าเดินทาง ต้องการเพิ่มช่องทางผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก หรือดีดิกต็อก เพื่อลดต้นทุนการเช่าร้านและการเดินทาง จากการศึกษา กลุ่มอนุรักษ์ต้นหยีให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพและรสชาติดั้งเดิมของผลิตภัณฑ์ ในขณะที่เดียวกันก็พัฒนาและปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของตลาด โดยการแปรรูปผลผลิตจากต้นหยีให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น ลูกหยีฉาบ ลูกหยีกวน และน้ำผลไม้จากลูกหยี ซึ่งช่วยสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน ทั้งนี้ยังมีการพัฒนาและบันทึกข้อมูลการผลิตเพื่อควบคุมคุณภาพ แม้จะมี

การละเลยบางส่วนในการบันทึกข้อมูลระหว่างกระบวนการ เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงช่องทางการขายและการปรับราคาผลิตภัณฑ์ อย่างไม่บ่อยครั้ง อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มอนุรักษ์ต้นหิย บ้านปูลาตะเยาะขอ มีความตระหนักถึงความสำคัญของการบันทึกข้อมูล กระบวนการผลิต แต่ยังมีประเด็นที่ต้องปรับปรุงและพัฒนา เช่น ระบบการบันทึกข้อมูลไม่เป็นระบบ ขาดความต่อเนื่อง ในขณะที่ Optimistic (2023) กล่าวว่า โมเดลการจัดการความรู้ : โมเดลปลาทู (Tuna model) ส่วนทาง (Knowledge assets – KA) คือ สร้างคลังความรู้ เชื่อมโยงเครือข่าย ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ “สะบัดหาง” สร้างพลังจากชุมชนแนวปฏิบัติ ซึ่งเปรียบเสมือน “ถัง” ที่เรานำความรู้มาใส่ไว้ แล้วใช้ระบบจัดเก็บเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่าย และเพื่อผู้ใช้ประโยชน์สามารถเอาไปใช้ได้จริงแสดงให้เห็นว่า การรวบรวมความรู้ การจัดระเบียบ และการจัดเก็บความรู้ของกลุ่มส่วนใหญ่ ดำเนินการโดยการจดบันทึกข้อมูลในสมุดจด และการจัดเก็บเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำร่วมกับนักศึกษาที่มา แลกเปลี่ยน นอกจากนี้ยังมีการสร้างสื่อวีดิโอที่เผยแพร่ผ่านทางออนไลน์ ซึ่งมีทั้งการบันทึกบทสัมภาษณ์เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่ม และการถ่ายทำวิธีการผลิตงานเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มกับผู้คนภายนอก

2) สภาพการจัดการความรู้ด้านการถ่ายทอดความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหิยยะรังฯ

ในการถ่ายทอดความรู้ กลุ่มอนุรักษ์ต้นหิย บ้านปูลาตะเยาะขอ มีการดำเนินการถ่ายทอดความรู้การยกระดับ ผลิตภัณฑ์ลูกหิยยะรังฯ พบว่า จะประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) วัตถุประสงค์ของการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งเป็นความมุ่งหวังให้สมาชิก กลุ่มอนุรักษ์ต้นหิย ประชาชน และเยาวชนมีความรู้ มีทักษะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของต้นหิยตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ 2) ความรู้ที่ถ่ายทอด จะเกี่ยวกับ 2.1) การทำผลิตภัณฑ์ลูกหิยในรูปแบบต่าง ๆ 2.2) การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหิยในรูปแบบต่าง ๆ 2.3) คุณค่าของภูมิปัญญา ที่สืบทอดกันมาในชุมชน 2.4) การอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาของชุมชนบ้านปูลาตะเยาะขอ 2.5) การพัฒนาช่องทางการจำหน่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายผ่านช่องทางออนไลน์ 2.6) หลักการและเทคนิคการขายสินค้าออนไลน์ และ 2.7) การใช้โซเชียลมีเดีย และการทำการตลาดให้ทันกับยุค 3) แหล่งที่มาของความรู้พบว่า จะมาจากฟัง การดูจากผู้มีประสบการณ์ และจากสื่อออนไลน์ การอ่านและการดูจากสื่อสังคมออนไลน์ และการเปิดโอกาสให้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ดำเนินงานจริงตั้งแต่การผลิต การจำหน่าย และการจัดการตลาด 4) ผู้รับการถ่ายทอด ส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกของกลุ่มอนุรักษ์ต้นหิยเอง เยาวชน และ ประชาชน 5) ผู้ถ่ายทอดและมีส่วนร่วมในการถ่ายทอด จะเป็นทั้งหน่วยงานภายนอกของรัฐและเอกชน เช่น อบต. พัฒนาชุมชน ฅณาจารย์จากมหาวิทยาลัยและการถ่ายทอดโดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันภายในกลุ่ม 6) วิธีการถ่ายทอด ใช้การเล่าประสบการณ์ การเข้าร่วมการลงมือปฏิบัติจริงในงาน การนำเสนอในการอบรมสัมมนาทางวิชาการที่ทางกลุ่มหรือหน่วยงานภายนอกจัดขึ้น 7) ผลการถ่ายทอดความรู้ ทำให้เยาวชน ประชาชน และสมาชิกกลุ่มได้เรียนรู้และเข้าใจถึงคุณค่าของภูมิปัญญาที่สืบทอดกัน มาในชุมชน ได้มีโอกาสฝึกปฏิบัติและพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาของชุมชน ได้เรียนรู้และเข้าใจถึงรากเหง้าของ ตนเองและมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชุมชน มีความเข้าใจในหลักการและเทคนิคการขายสินค้าออนไลน์ ทำให้เยาวชน ประชาชน และสมาชิกกลุ่มสามารถใช้โซเชียลมีเดียในการขายออนไลน์ได้มากขึ้น เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ส่งผล ให้ผลิตภัณฑ์ลูกหิยเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น และทำให้ขายผลิตภัณฑ์ลูกหิยได้ดีมากขึ้น และทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้และ พัฒนาทักษะร่วมกันซึ่งดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องต่อ Kunpluem (2019) ได้กล่าวว่า วิธีการที่จะอนุรักษ์ภูมิปัญญา ท้องถิ่น ให้บุคคลเกิดความรู้ที่ฝังลึก (Tacit knowledge) ควรเริ่มด้วยการสอนให้เรียนรู้จนซึมซับเข้าไปในตัวบุคคล และ กระตุ้นให้เกิดความชอบในเรื่องที่เรียนรู้แล้วจึงนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาต่อยอดโดยการทดลองผลิตสินค้าใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพ และเป็นที่ต้องการของผู้ซื้อ เมื่อมีความชอบเป็นพื้นฐานจะนำไปสู่การอดทนที่จะเรียนรู้ การถ่ายทอดจะถูกสอนโดยสมาชิกใน ครอบครัว เนื่องจากต้องการให้เป็นมรดกทำให้เกิดการเรียนรู้โดยอัตโนมัติ เพราะการเรียนรู้จะนำไปสู่การสร้างอาชีพที่จะเป็น มรดกในการทำมาหากินในอนาคต และบางองค์ความรู้ก็มีการลองผิดลองถูกจนได้เป็นความรู้ที่นำไปใช้ได้ดี และการถ่ายทอดความรู้ ผ่านการจัดสัมมนา มีการจัดอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เพิ่มเติม เช่น การตลาดออนไลน์ ซึ่งเป็นทักษะสำคัญในยุคปัจจุบัน โดยหน่วยงานภายนอก เช่น ศูนย์การศึกษาอิสระและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) และมหาวิทยาลัย ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการสนับสนุนการถ่ายทอดองค์ความรู้เหล่านี้ด้วยวิธีการจัดสัมมนา สอดคล้องต่อ Fongkanta *et al.* (2023) ได้กล่าวว่า แนวทางการจัดการความรู้ของชุมชนเพื่อการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ต้องอาศัยขั้นตอนการถ่ายทอดความรู้และการ



เผยแพร่ความรู้ เป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในชุมชน เพื่อให้การถ่ายทอดความรู้ที่จำเป็นให้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมชุมชน รวมทั้งการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ สร้างพื้นที่การแสดงออกเผยแพร่ในรูปของสื่อสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลชี้ให้เห็นว่า การจัดอบรมสัมมนาช่วยให้สมาชิกกลุ่มอนุรักษ์ท้องถิ่นได้รับความรู้ใหม่ ๆ โดยเฉพาะด้านการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ลูกหมี และสอดคล้องต่อ Chaemchamrus *et al.* (2021) เสนอว่ากระบวนการยกระดับและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก สามารถทำได้ด้วยแนวคิด S-F-U-P-C model ในส่วนของ C Cooperation สร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย การยกระดับและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ จะเกิดประโยชน์สูงสุดต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มใจ ตั้งแต่ผู้ประกอบการชุมชน นักวิจัยที่สร้างกระบวนการพัฒนา ภาครัฐที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชน เมื่อเกิดความร่วมมือและเข้าใจตรงกันจะช่วยให้เกิดความยั่งยืนของการพัฒนา และ Saiwan *et al.* (2019) ได้ทำการศึกษา การจัดการความรู้เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับวิสาหกิจชุมชนพบว่า การจัดการความรู้เกี่ยวกับองค์ความรู้การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นการเอาความรู้จากตัวบุคคลออกมา ไปสู่การปฏิบัติและกระตุ้นให้เกิดความต้องการขึ้น จากข้อมูลข้างต้นสะท้อนถึงความพยายามในการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาของชุมชนบ้านปูลาตะเยาะขอ โดยหน่วยงานภายนอกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดความรู้และทักษะต่าง ๆ ให้แก่เยาวชนในชุมชน รวมถึงการส่งเสริมให้เยาวชนได้เรียนรู้และเข้าใจถึงคุณค่าของภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาในชุมชน การสนับสนุนให้เยาวชนได้มีโอกาสฝึกปฏิบัติและพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญานั้น ๆ ส่งผลให้เยาวชนได้เรียนรู้และเข้าใจถึงรากเหง้าของตนเอง และมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชุมชน

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องการจัดการความรู้ด้านการรวบรวมและการถ่ายทอดความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหมียะรังของกลุ่มอนุรักษ์ท้องถิ่น บ้านปูลาตะเยาะขอ จังหวัดปัตตานี มุ่งศึกษาสภาพการจัดการความรู้ด้านการรวบรวมและถ่ายทอดความรู้การยกระดับผลิตภัณฑ์ลูกหมียะรังของกลุ่มอนุรักษ์ท้องถิ่น โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยประเด็นสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์ในการทำงานกับกลุ่มอนุรักษ์ท้องถิ่น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า การรวบรวมความรู้เพื่อจัดการความรู้คำนึงถึง 4 ประเด็น ได้แก่ แหล่งที่มาของความรู้ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื้อหาความรู้ที่เก็บรวบรวม และการจัดระเบียบและจัดเก็บความรู้ ส่วนการถ่ายทอดความรู้จะคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการถ่ายทอดความรู้ ความรู้ที่ถ่ายทอด แหล่งที่มาของความรู้ ผู้รับการถ่ายทอด ผู้ถ่ายทอดและมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดวิธีการถ่ายทอด รวมทั้งผลการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งผลการจัดการความรู้ของกลุ่มอนุรักษ์ท้องถิ่นช่วยให้เยาวชน ประชาชน และสมาชิกกลุ่มได้เรียนรู้และเข้าใจถึงคุณค่าของภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาในชุมชน ได้มีโอกาสฝึกปฏิบัติและพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาของชุมชนได้เข้าใจถึงรากเหง้าของตนเองและมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชุมชน เข้าใจหลักการและเทคนิคการขายสินค้าออนไลน์ ทำให้เยาวชนและสมาชิกกลุ่มสามารถใช้โซเชียลมีเดียในการขายออนไลน์ เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำให้ขายผลิตภัณฑ์ลูกหมีได้ดีมากขึ้น และเกิดการแบ่งปันความรู้รวมทั้งได้พัฒนาทักษะร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ได้รับทุนวิจัยจากเงินกองทุนวิจัยคณะศิลปศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2567 ทุนสมทบค่าธรรมเนียมการศึกษา สำหรับนักศึกษาไทยระดับบัณฑิตศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

เอกสารอ้างอิง

- Chaemchamrus, K., Erb-im, N., Phuanpoh, Y. & Sermchatyut, R. (2021). Upgrading and increasing value of souvenir products of tourist attractions; experience the charm of the old city lifestyle, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Arts Management*, 6(3). 1585-1603. (in Thai)
- Chuankrerkul, S. (2018). *The enhancement of cultural tourism marketing strategy in less visited areas of Singburi province* [Unpublished Doctoral's Thesis]. Bangkok: Graduate Schools Siam University. (in Thai)

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Davenport, T. H. & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: how organization manage what they Know*. Boston: Harvard Business School.
- Department of Local Administration. (n.d.). *Knowledge repository, Department of Local Administration* [Online]. Retrieved May 10, 2024, from: <https://www.dla.go.th/work/km/home/kmstory/kmstory4.htm>
- Fongkanta, P., Buakanok, F. S., Kreupung, S. & Phomngam, T. (2023). Knowledge management of local wisdom in producing Khao Kab products to promote lifelong learning in Hua Suea subdistrict, Lampang province: community lesson. *Journal of Community Development and Life Quality*, 12(1), 21–29. (in Thai)
- Iam-Khong, N. (2023). Digital transformation to enhance the competitiveness of OTOP Thanyanan Tie-Dye cloth products in Pathum Thani province. *Journal of Yala Rajabhat University*, 18(3), 147-157. (in Thai)
- Kunpluem, P. (2019). A development of knowledge management process for local wisdom: A case study of eastern OTOP groups. *Journal of politics, administration and law*, 9(3), 281-289. (in Thai)
- Leenin, C. (2023). *What is knowledge management: KM?* [Online]. Retrieved May 15, 2024, from: <https://ks.rmuts.ac.th/th/whatiskm>. (in Thai)
- Optimistic. (2023). *knowledge management Tuna model concept* [Online]. Retrieved May 15, 2024, from: <https://www.optimisticapp.com/tuna-model/>. (in Thai)
- Pektepin, P. (2022). *A model of knowledge management of local wisdom of Ban Rai Sila Thong community, Pichai subdistrict, Mueang district, Lampang province*. Master's Thesis. Mahachulalongkorn - Rajavidyalaya University. (in Thai)
- Saiwan, B., Jaiman, P. & Sucharanurak, K. (2019). Knowledge management for creating value and value for community products for community enterprises. *Nakkhabut Paritat Journal*, 11(2), 137-147. (in Thai)
- Strategic Management Group of Southern Border Provinces. (2021). *Southern border province group development Plan 2023 – 2027* [Online]. Retrieved May 15, 2024, from: https://www.osmsouthborder.go.th/files/com_news_develop/202112_56e525504ff7cc5.pdf. (in Thai)
- Wichiranon, S., Phophueksanand, N., Boonyarutkalin, T. & Paungsan, P. (2020). *Knowledge management and local wisdom to develop community products for sustainability*. Bachelor's Thesis. Rajamangala University of Technology, Bangkok. (in Thai)

บุคลากรกรม

- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 (ผู้ให้สัมภาษณ์). นัจมีย์ กาซอ. (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านปูลาตะเยาะฆอ ตำบลระแว้ง อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี 94160. เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567.
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 (ผู้ให้สัมภาษณ์). นัจมีย์ กาซอ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านปูลาตะเยาะฆอ ตำบลระแว้ง อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี 94160. เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567.
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 (ผู้ให้สัมภาษณ์). นัจมีย์ กาซอ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านปูลาตะเยาะฆอ ตำบลระแว้ง อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี 94160. เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567.
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 (ผู้ให้สัมภาษณ์). นัจมีย์ กาซอ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านปูลาตะเยาะฆอ ตำบลระแว้ง อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี 94160. เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2567.



ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 (ผู้ให้สัมภาษณ์). นัจมีย์ กาซอ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านปูลาตะเยาะฆอ ตำบลระแว้ง อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี 94160. เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2567.

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6 (ผู้ให้สัมภาษณ์). นัจมีย์ กาซอ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านปูลาตะเยาะฆอ ตำบลระแว้ง อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี 94160. เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2567.

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7 (ผู้ให้สัมภาษณ์). นัจมีย์ กาซอ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ บ้านปูลาตะเยาะฆอ ตำบลระแว้ง อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี 94160. เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2567.