

Transfer knowledge through SECI model to create added value for agricultural products of Nakhaosia sub-district community enterprises and networks in Nayong District, Trang Province^{1*}

ปริณณ วัวณเรีง⁵ (Prin Kwanriang)⁵

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์นำเสนอ การถ่ายทอดความรู้เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแก่ผู้ที่คาดหวังว่าสามารถเป็นนวัตกรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสีย เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลโคกสะอาด วิสาหกิจเกษตรนาข้าวและสมุนไพรตำบลนาโยงใต้ อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง ด้วยวิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการระยะสั้นเรื่องการสร้างเว็บไซต์จำหน่ายสินค้า การสร้างเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ และเรื่องการผลิตสื่อดิจิทัลของผลิตผลทางการเกษตร การปรับแต่งภาพ การตัดต่อวิดีโอ ด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปฟรีออนไลน์ บทความนี้ใช้โมเดล SECI Model) เป็นแนวทางในการอธิบายกระบวนการถ่ายทอดความรู้จากทีมวิทยากรที่ประกอบด้วยอาจารย์ ศิลปินแห่งชาติสาขาวรรณศิลป์ ปี 2561 นักเขียนรางวัลซีไรต์สองสมัย (2554 และ 2563) และอดีตนักจดหมายเหตุที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ จังหวัดตรัง จากการถ่ายทอดความรู้พบว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้รับความรู้มีความเข้าใจ สามารถพัฒนาเว็บไซต์เพื่อใช้เป็นช่องทางการเผยแพร่ จำหน่ายสินค้า

ผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้มีการทบทวนการเขียนวิสัยทัศน์พันธกิจของวิสาหกิจด้วยการใช้ภาษาที่ถูกต้อง และมีพลัง ต้นแบบการกำหนดชื่อสินค้า และการเล่าเรื่องของแหล่งผลิตสินค้า ภายหลังจากเสร็จสิ้นการอบรมเชิงปฏิบัติแล้ว จะยังคงมีการให้คำปรึกษา แนะนำความรู้เพิ่มเติมตามความต้องการผ่านตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งในรูปแบบออนไลน์ ออฟไลน์ รวมถึงการติดตามการต่อยอดความรู้ทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณของการเผยแพร่ ปรับปรุงเว็บไซต์ร้านขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชน การเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ในช่องทางที่หลากหลาย ยอดจำหน่ายสินค้าและบริการ บทเรียนของการถ่ายทอดความรู้นี้จะใช้เป็นต้นแบบ เพื่อการเผยแพร่ และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยมีนวัตกรรมในโครงการนำร่องนี้เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ให้กับวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์การเกษตรกลุ่มอื่นๆ ต่อไป

คำสำคัญ : การถ่ายทอดความรู้, การสร้างมูลค่าเพิ่ม, วิสาหกิจชุมชน, SECI Model

Abstract

This article aims to address knowledge transfer for value-added agricultural products to expected local innovators who are members of Nakaosia subdistrict community enterprise, Khok Saba subdistrict community enterprise network and the Rice and Herb farming community enterprise at Nayongtai subdistrict, Nayong district, Trang Province. The short training workshop was scheduled for website creations, product storytelling, video editing, and photo editing by using online software. The SECI Model was used to describe the process of transferring knowledge from a team of coaches comprised of the university lecturer, the National Artist for Literature 2018, the Double SEA Write Award winner (2011 and 2020) and a former archivist. The result of the workshop is the emergence of new online store websites that have been designed, developed to help with the revision of a community enterprise's mission and vision, product prototype naming, telling a product's story, with the community enterprise owning the copyright of the website. These websites will be dissemination and online product selling channels. After completing the workshop, there will still be a consultation, updating of new relevant knowledge both online and offline, a follow-up of knowledge expansion both qualitatively and quantitatively, with regular website updating. Availability of video clips should be in various accessible platforms showing information that includes total product sales. This knowledge transferring lesson can be used as a model for disseminating and distributing products with the innovators in this pilot project to transfer knowledge to community enterprises with other agricultural products.

Keywords : Knowledge transfer, adding value creation, Community Enterprise, SECI Model

บทนำ

การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศไทย กระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมได้พัฒนาโยบายการดำเนินงาน มุ่งเน้นการส่งเสริมให้มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่องสำคัญ สำหรับการสร้างคน สร้างองค์ความรู้ และการสร้างนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์ท้าทายของประเทศผ่านการปรับเปลี่ยนบทบาทภารกิจของมหาวิทยาลัยเปลี่ยนหลักสูตร และกระบวนการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตน และการจัดการตนเองบนฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีนวัตกรรมชุมชน วิสาหกิจชุมชน และ Smart SMEs เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชน (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2563)

พลังกลุ่มเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมท้องถิ่นที่เข้มแข็ง มีความยั่งยืนและมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของผู้คนในชุมชน วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการที่ดำเนินการร่วมกันของกลุ่มบุคคลในพื้นที่ ซึ่งเป็นที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชน และหรือรวมถึงพื้นที่ข้างเคียง ซึ่งอาจอยู่ภายใน ตำบล อำเภอ จังหวัดเดียวกันหรือไม่ก็ได้ โดยสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนมีวิถีชีวิตร่วมกันและสามารถดำเนินการร่วมกันได้ อาจเป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลก็ได้ จะต้องประกอบด้วยสมาชิกที่อยู่ร่วมกันในชุมชนไม่น้อยกว่า 7 คน โดยต้องไม่อยู่ในครอบครัวเดียวกัน และไม่มีรายชื่อปรากฏในทะเบียนบ้านเดียวกัน นอกจากนี้จะต้องเป็นกิจการที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือกิจการอื่นที่ทำให้เกิดการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชน วิสาหกิจชุมชนจะต้องดำเนินการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้เพื่อการพึ่งพาตนเอง และเพื่อประโยชน์สุขของคนในชุมชนวิสาหกิจชุมชนจะต้องดำเนินการโดยไม่ขัดต่อกฎหมาย ความสงบเรียบร้อย และศีลธรรมอันดีของประชาชน (ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2560) จากข้อมูลรายงานสรุปประเภทกิจการของวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว จำแนกตามพื้นที่ระดับประเทศ ข้อมูล ณ วันที่ 25 มีนาคม 2565 กลุ่มการผลิตสินค้า การแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จำนวนทั้งสิ้น 13,259 แห่งทั่วประเทศ (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, 2565)

“วิสาหกิจชุมชนพัฒนาแปรรูปและจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ตำบลนาข้าวเสีย” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “วิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสีย” ตั้งอยู่

ณ บ้านเลขที่ 119 หมู่ที่ 3 ตำบลนาข้าวเสีย อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง ซึ่งอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทยด้านฝั่งทะเลอันดามัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งมหาสมุทรอินเดีย ที่เป็นเมืองท่าค้าขายของไทยมาตั้งแต่โบราณ ภูมิลักษณะแผ่นดินตรงจากเขตภูเขาและเชิงเขาท่ามกลางป่าดิบชื้นของเทือกเขาบรรทัด ถึงพื้นลาดต่ำลงมาทางด้านทิศตะวันตก คือเขตลอนลูกฟูกที่เป็นพื้นที่ราบสลับเนิน (ทวี เติ่งรัง, 2559) ตำบลนาข้าวเสีย ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของที่ว่าการอำเภอนาโยง ห่างจากตัวอำเภอเมืองจังหวัดตรัง ประมาณ 15 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 20 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 12,500 ไร่ ทิศเหนือมีอาณาเขตติดต่อกับ ตำบลนาโยงเหนือและตำบลนาโยงใต้ อ. เมืองตรัง ทิศใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับ ตำบลโคกชะงั อำเภอนาโยง ทิศตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับตำบลช่องและตำบลละมอ อำเภอนาโยง และทิศตะวันตก มีอาณาเขตติดต่อกับ ตำบลนาบินหลา อ. เมืองตรัง จ. ตรัง ตำบลนาข้าวเสียมีหลายลักษณะที่ ทั้งที่ราบและที่ลุ่ม โดยทางตอนเหนือและทางตะวันตกเป็นที่ราบลุ่ม ส่วนทางตอนใต้และทางทิศตะวันออกขององค์การบริหารส่วนตำบลเป็นพื้นที่ราบเช่นเดียวกัน พื้นที่ส่วนใหญ่ใช้เป็นพื้นที่เกษตรกรรม ปลูกยางพารา ปลูกข้าว พืชผัก พันธุ์ไม้ผล มีทรัพยากรแหล่งน้ำที่สำคัญไหลผ่าน ชื่อบ้านนามเมืองของตำบลนาข้าวเสีย ได้ถูกบันทึกไว้ในอดีตการทำนาจะมีพื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นของทางราชการให้ประชาชนเช่าทำกินหรือเรียกว่า “หนองนาหลวง” เมื่อครบกำหนดการเช่า 1 ปี จะมีการเก็บเกี่ยวค่าเช่าพื้นที่ ทางราชการไม่มีเงินจ่ายค่าเช่านา จึงได้นำข้าวที่เก็บเกี่ยวได้ไปจ่ายแทนค่าเช่านา ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของคำว่า ตำบลนาข้าวเสีย หรือ การนำข้าวเสียแทนภาษี จนถึงปัจจุบันนี้ (องค์การบริหารส่วนตำบลนาข้าวเสีย, 2549)

วิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสียมีจุดเริ่มต้นจากการดำเนินโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการหรือหนึ่ง ตำบล หนึ่ง มหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรังที่กำหนดระยะเวลา 1 ปี ซึ่งมีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดตั้งศูนย์เมล็ดพันธุ์ การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน การส่งเสริมการตลาด และการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จากข้าว (พิเชตวุฒิ นิลละออ, 2564). สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนล้วนเป็นลูกหลานของชาวตำบลนาข้าวเสีย ที่ได้ริเริ่มศึกษาทุนของชุมชน กระบวนการในการทำเกษตรกรรมให้ได้ผลดี จึงรวมตัวกันของสมาชิก

วิสาหกิจนาข้าวเสีย เพื่อการมีส่วนร่วมผลักดันให้ผลิตภัณฑ์การเกษตรมีมูลค่าเพิ่ม สามารถแข่งขัน จัดจำหน่ายได้ในระดับสากล และเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (วีรพล เติ่งรัง, 2564)



ภาพที่ 1 โลโก้วิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสีย

จากการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับการถ่ายทอดความรู้ พบว่ายังไม่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเว็บเพื่อการจำหน่ายและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ตำบลนาข้าวเสีย การประสบปัญหาเรื่องการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นระยะปลายน้ำของวงจรการผลิต ที่ยังคงรู้จักและซื้อขายกันเฉพาะในชุมชน ด้วยวิธีการสื่อสารแบบปากต่อปาก ดังนั้นผู้เขียนจึงมุ่งเสนอการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการสร้างเว็บไซต์แก่วิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของประธานวิสาหกิจชุมชนที่ระบุความต้องการความรู้เรื่องการสร้างเว็บไซต์ การผลิตสื่อดิจิทัลของผลิตผลทางการเกษตร การปรับแต่งภาพ การตัดต่อวิดีโอ เพื่อการเผยแพร่สินค้าและบริการสู่กลุ่มลูกค้าในโลกออนไลน์ ซึ่งจะเป็นช่องทางในการสร้างรายได้เพิ่มของเกษตรกรในชุมชน การสร้างเว็บไซต์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เพราะเว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเว็บไซต์ที่ได้รับการออกแบบอย่างดีนั้นจะสามารถสื่อสารสารสนเทศที่มีคุณภาพไปยังกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชน นับเป็นโอกาสในการสร้างความประทับใจแรกที่ยอดเยียม และทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นว่าได้มีการดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริง เว็บไซต์ยังเป็นการนำเสนอแบรนด์ของวิสาหกิจต่อลูกค้าหรือผู้บริโภคด้วยการระบุอย่างชัดเจนว่าวิสาหกิจชุมชน คือใคร เป็นตัวแทน

อะไร ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอะไร มีจุดยืนอย่างไร ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสที่ลูกค้าหรือผู้บริโภคตัดสินใจที่จะซื้อสินค้า นอกจากนี้เว็บไซต์ช่วยให้ลูกค้าได้เข้าถึงสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ด้วยตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องโทรศัพท์สอบถาม เนื่องจากเว็บไซต์เปิดตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน จึงเป็นเรื่องง่ายสำหรับผู้พัฒนาเว็บไซต์ที่จะโพสต์สารสนเทศล่าสุดและประกาศให้กับลูกค้า ซึ่งถือเป็นวิธีที่จะทำให้ลูกค้าได้รับสารสนเทศล่าสุดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนฯ และมีความเกี่ยวข้องกับลูกค้าเป็นพิเศษก็จะช่วยเพิ่มโอกาสที่จะขายผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากที่เคยตัดสินใจซื้อได้ (Kaplan,2023)

ดังนั้นการถ่ายทอดความรู้ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เกษตรกรวิสาหกิจชุมชน ด้วยการใช้รูปแบบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติ รวมทั้งการมีจุดหมายจะทำให้ตัวแทนของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจด้านการสร้างเว็บไซต์ เพื่อการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชน สร้างศักยภาพให้นวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน มีทักษะในการสร้างมูลค่าสินค้า และการเผยแพร่การจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรออนไลน์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ผ่านสื่อดิจิทัลที่เผยแพร่บนเว็บไซต์ ด้วยตนเอง เพราะจะช่วยจัดจำหน่ายผลผลิตจากท้องถิ่น ทั้งระดับภูมิภาค ระดับชาติ และนานาชาติผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและมีมูลค่ามากขึ้น สู้กลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เปิดโอกาสให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้นตลอดปี ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง รวมถึงการสร้างความรู้และรายได้เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน

การถ่ายทอดความรู้เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสียคือ ข้าวเบายอดม่วง เป็นข้าวพันธุ์เบาพื้นเมือง นิยมเพาะปลูกเป็นข้าวนาปี ซึ่งเดิมมีการปลูกมากในพื้นที่ตำบลวังศิรี อำเภอห้วยยอด ต่อได้มีการแบ่งปันให้ชาวนาในพื้นที่จังหวัดตรัง ไปปลูกอย่างแพร่หลาย ใช้ระยะเวลาการปลูกประมาณ 4 เดือน ต้นสูงประมาณ 1.50 เมตร ให้ผลผลิตต่อไร่ประมาณ 400 กิโลกรัม มีลักษณะเด่นที่เปลือกเมล็ดข้าวเมื่อแก่จัดจะเปลี่ยนจากสีเขียวเป็นสีม่วงเหมือนสียอดมะม่วงเบา เมล็ดข้าวสารมีทั้งสีขาวขุ่นคล้ายข้าวเหนียว และสีแดงคล้ายข้าวสังข์หยด เมื่อสีเป็นข้าวสารแล้ว เมล็ดข้าวสารจะมีสีขาวขุ่น เมล็ดเล็ก ยาวรี รสชาติดี นุ่ม และหอม ในปัจจุบันได้มีการคัดเลือกและพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ข้าวเบายอดม่วง จากข้าวเจ้าพันธุ์พื้นเมือง

ให้เป็นข้าวพันธุ์บริสุทธิ์ เพื่อผลักดันและส่งเสริมให้ได้เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical indication) ประจำจังหวัดตรังในอนาคต (จิราพร จำปา, 2565) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเบายอดม่วงเช่น ไอศกรีม ขนมจีนเส้นสด ขนมเค้ก บราวนี่ และกระด้างทำมือจากฟางข้าวเป็นสินค้าที่สำคัญที่สามารถสร้างรายได้เสริมแก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนข้าวเสียบ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ควรได้รับการแนะนำ เผยแพร่ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางขึ้นในโลกออนไลน์ด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

“ความรู้” (Knowledge) เกิดจากการผสมผสานของประสบการณ์ ค่านิยม การรับรู้ของผู้เชี่ยวชาญ การหยั่งรู้ และถูกนำไปใช้ประโยชน์ของผู้รู้แต่ละคน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ความรู้ของแต่ละบุคคล (Tacit Knowledge) หรือ ความรู้ที่ต้องทำอย่างไร (know-how) สัญชาตญาณ ประสบการณ์เป็นส่วนใหญ่ มีความเป็นส่วนตัว บางครั้งยากที่จะสื่อสาร และความรู้อย่างเป็นทางการ (Explicit Knowledge) จะปรากฏอยู่ในรูปแบบของเอกสาร บันทึก หนังสือ ฐานข้อมูล ซึ่งมีความจำเป็นสำหรับการถ่ายทอดและการจัดเก็บความรู้ (KMT, 2018) ส่วน “ปัญญา” (Wisdom) เป็นความสามารถในการใช้ความรู้และประสบการณ์ ในการตัดสินใจที่ดีและการตัดสินใจอย่างมีวิจารณญาณ (Cambridge Advanced Learner’s Dictionary & Thesaurus, 2016) องค์ประกอบในการถ่ายทอดแก่ชุมชน ประกอบด้วย

1. ทฤษฎีที่ใช้ในการถ่ายทอดความรู้

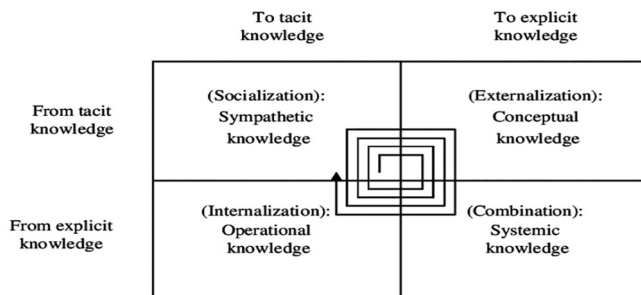
โมเดลเซกิ (SECI Model) ที่พัฒนาขึ้น โดยโนนาเกและทาเคอุชิ เป็นการสลับ จากความรู้ประเภทหนึ่งไปสู่อีกประเภทหนึ่งที่ประกอบด้วยกระบวนการ 4 รูปแบบ คือ Socialization, Externalization, Combination, Internalization ซึ่งเป็นความ สัมพันธ์ของความรู้ในบุคคล (Tacit knowledge) สู่ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ซึ่งกระบวนการต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น จะเกิดขึ้นหมุนวนซ้ำแล้วซ้ำเล่า ซึ่งในแต่ละ กระบวนการที่เกิดการเปลี่ยนรูปแบบระหว่างความรู้ฝังลึกกับความรู้ชัดแจ้งจะทำให้ เกิดความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นและการเรียนรู้ใหม่ตลอดเวลา (Nonaka, 1995)

1.1 การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Socialization: S) เป็นการถ่ายทอดความรู้ในตัวบุคคล (Tacit knowledge) ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์แบบพบหน้า ระหว่างผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ ด้วยการสังเกตจากผู้ที่เคยเรียนรู้มาก่อน และมักจะเป็นการเรียนรู้เพื่อให้รู้วิธีการทำสิ่งต่าง ๆ หรือเพื่อการแก้ไขปัญหา

1.2 กระบวนการกระจายสู่ภายนอก (Externalization: E) เป็นความรู้ในตัวบุคคล (Tacit knowledge) ที่ถูกถ่ายทอดสู่ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ในรูปแบบของแนวคิด รูปภาพ และเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร

1.3 การรวบรวมความรู้ (Combination: C) เป็นการรวบรวมความรู้ที่ได้จากหนังสือ ตำรา (Explicit knowledge) มาสร้างเป็นความรู้ชัดแจ้งเรื่องใหม่ โดยอาจจะใช้เทคโนโลยี เช่น ฐานข้อมูลออนไลน์ เว็บไซต์ ชุมชนเสมือนจริง เพื่อสื่อสารและแบ่งปันข้อมูล โดยไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

1.4 การประยุกต์ใช้ความรู้ (Internalization: I) ความรู้ที่เกิดจากการกระทำหรือความเข้าใจในทางปฏิบัติ ซึ่งองค์ความรู้นั้นจะถูกประยุกต์และนำมาใช้ในสถานการณ์จริง ทำให้มีประสบการณ์ที่เป็นเป้าหมาย จนสามารถเปลี่ยนเป็นความรู้ภายในของบุคคลได้อย่างแท้จริง



ภาพที่ 2 กระบวนการแปลงความรู้
แหล่งที่มา : Nonaka and Takeuchi, 1995

โมเดลเซกิ (SECI Model) ได้นำมาใช้อธิบายกระบวนการถ่ายทอดความรู้ การสร้างเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ การสร้างเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ การตัดต่อวิดีโอ การปรับแต่งภาพ ด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการผลิตสื่อดิจิทัลทางการเกษตร ด้วยตนเอง จากทีมวิทยากรไปสู่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนดังปรากฏในตารางที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับการใช้ SECI Model เพื่อการการอธิบายขั้นตอน การสร้างและ ถ่ายโอนความรู้ของศิริเพ็ญ อังสิทธิพนพร และกุมารี ลาภาอาภรณ์ (2559) ในกระบวนการจัดการความรู้ผ่านการถ่ายทอดความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของ ชุมชนฮากกาออนไลน์ 4 ขั้นตอนคือ

◆ Socialization: S การจัดอบรมเชิงปฏิบัติแบบพบหน้า เป็นการพบปะ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างอาจารย์ นักวิชาการสังกัดมหาวิทยาลัย ศิลปินแห่งชาติ สาขาวรรณศิลป์ 2561 นักเขียนรางวัลซีไรต์สองสมัย และอดีตนักจดหมายเหตุ ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญจังหวัดตรัง ซึ่งถือว่าเป็นการถ่ายทอดความรู้จากบุคคลหนึ่ง สู่อีกบุคคลหนึ่ง

◆ Externalization: E เป็นการนำความรู้จากภายในตัวคน (Tacit Knowledge) ถ่ายทอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร (Explicit Knowledge) โดยสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ที่เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการ ได้ถ่ายทอดความรู้ของตนเอง ด้วยการเขียนเนื้อหา เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรลงในเว็บไซต์ที่กำลังพัฒนา

◆ Combination: C เป็นการรวบรวมความรู้ที่ได้จากหนังสือ ตำรา (Explicit knowledge) มาสร้างเป็นความรู้เรื่องใหม่ โดยการสร้างเว็บไซต์ เพื่อการสื่อสาร รายละเอียดของสินค้า การสั่งซื้อ การจัดส่ง และผลิตสื่อดิจิทัลของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เพื่อการถ่ายทอดความรู้เรื่องข้าวเบายอดม่วง ซึ่งเป็นข้าวพื้นถิ่น การแปรรูปข้าวไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้แก่ ขนมจีนเส้นสด ไอศกรีม บราวนี่ สรรพคุณของข้าวเบายอดม่วง ที่มีต่อการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคในเชิงบวก รวมถึงวิถีวิถีการแนะนำสูตรอาหาร ที่ทำมาจากข้าวเบายอดม่วง ที่ต้องการเผยแพร่และเข้าถึงได้ผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ต

◆ Internalization: I เป็นการนำสารสนเทศ ความรู้จากเว็บไซต์ไปสู่ การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า ซึ่งต้องมีการประเมินผล และติดตามผล หลังจาก

ได้เผยแพร่เว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ เพื่อให้ทราบว่ามิผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์จำนวนเท่าใด และมียอดจำหน่ายสินค้า สร้างรายได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนเท่าไรต่อเดือน รวมถึงข้อคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์

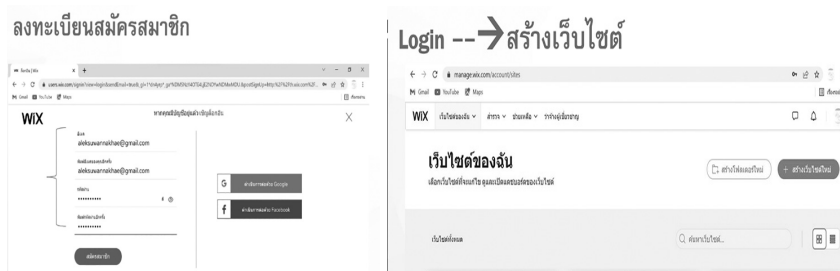
ตารางที่ 1 โมเดลเชกและกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้แก่วิสาหกิจชุมชน

ชนิดของความรู้	กิจกรรม	ผลของการเรียนรู้ที่ได้รับ
1. ความรู้ในบุคคล (Tacit knowledge)	พบปะ รับฟังข้อคิด คำแนะนำ แบ่งปัน ประสบการณ์การจัดทำ เว็บไซต์ของวิทยากร	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การแบ่งปันประสบการณ์ โดยการพบหน้า ในเรื่อง การใช้ภาษาที่มีพลังและ ประสบการณ์ในการ สร้างเว็บไซต์
2. ความรู้ในบุคคล (Tacit knowledge) สู่ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge)	การบันทึกเป็นลาย ลักษณ์อักษรและส่งต่อ ความรู้ไปสู่ผู้อื่นด้วย เรียบเรียงเนื้อหาของ เว็บไซต์ รายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์	วิสัยทัศน์ พันธกิจของ วิสาหกิจชุมชน การ กำหนดชื่อ จุดเด่นของ ผลิตภัณฑ์ และการเล่า เรื่องของผลิตภัณฑ์
3. ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) นำมาสร้าง เป็นความรู้ประเภทใหม่ (Explicit knowledge)	การสร้างเว็บไซต์เพื่อการ สื่อสารรายละเอียดของ สินค้า และคลิปวิดีโอของ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร	เว็บไซต์ คลิปวิดีโอที่ เผยแพร่และสามารถ เข้าถึงได้ผ่านระบบ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต จากผู้คนทั่วโลก
4. ความรู้ที่เกิดจากการ กระทำหรือความเข้าใจใน ทางปฏิบัติ (Internalization)	การประเมินผล และ ติดตามผลหลังจากได้ เผยแพร่เว็บไซต์ร้านค้า ออนไลน์	จำนวนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ ยอดจำหน่ายสินค้า รายได้ที่เพิ่มขึ้น และ ข้อคิดเห็นเพื่อการปรับปรุง พัฒนาเว็บไซต์

2. โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการสร้างเว็บไซต์

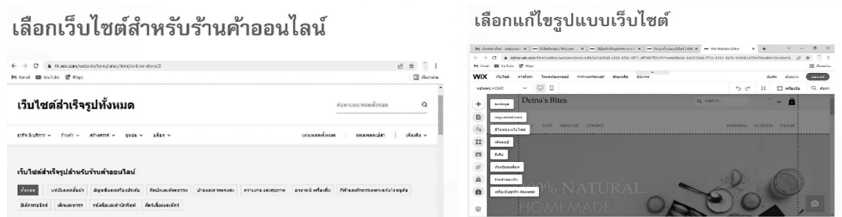
ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโดยเฉพาะอย่างยิ่งอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมโลกอย่างรวดเร็วมาก ตลาดซื้อขายสินค้า และบริการต่าง ๆ กันบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้า รวมถึงเป็นช่องทางการติดต่อระหว่างร้านค้า และลูกค้าจากทั่วโลกให้สามารถเข้าถึงร้านค้า เลือกซื้อสินค้า และบริการตลอดเวลา โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการสร้างเว็บไซต์ได้รับการพัฒนามาเพื่อให้คนทั่วไปหรือคนที่ไม่มีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรมสามารถสร้างเว็บไซต์ได้ด้วยตัวเอง มีระบบจัดการเว็บไซต์ มีแม่แบบให้เลือกหลากหลาย ที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดเล็กไปจนถึงองค์กรขนาดใหญ่ (CLICKNEXT Company limited, 2019) ปัจจุบันมีโปรแกรมสร้างเว็บไซต์ฟรีจำนวนมากที่สามารถค้นหาได้บนอินเทอร์เน็ต โดยเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมมาก เช่น Wix.com-Free, Website Builders เป็นเครื่องมือสร้างเว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย มีแม่แบบฟรีจำนวนมาก และสามารถออกแบบเว็บไซต์ได้ง่ายเพียงด้วยวิธี ลาก (Drag) วาง (Drop) แพนดเกจฟรีสามารถใช้งานได้ไม่มีวันหมดอายุ จุดเด่นของโปรแกรมสำเร็จรูป คือใช้งานง่าย มีแม่แบบที่ให้เลือกใช้งานสำหรับธุรกิจ รองรับการทำงานด้วยสมาร์ทโฟน (Wix.com, 2020) โดยสามารถใช้งานได้ตามขั้นตอน ดังนี้

◆ เข้าสู่ URL Wix.com: Free Website Builder (<https://www.wix.com>) เพื่อเริ่มต้น และลงทะเบียนสมัครสมาชิก



ภาพที่ 3 ลงทะเบียนสมัครสมาชิก
 ที่มา: <https://www.wix.com>

◆ เลือกแม่แบบเว็บไซต์สำหรับร้านค้าออนไลน์ ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ แล้วจึงเริ่มสร้างด้วยการเลือกแก้ไขรูปแบบเว็บไซต์ตามความต้องการ



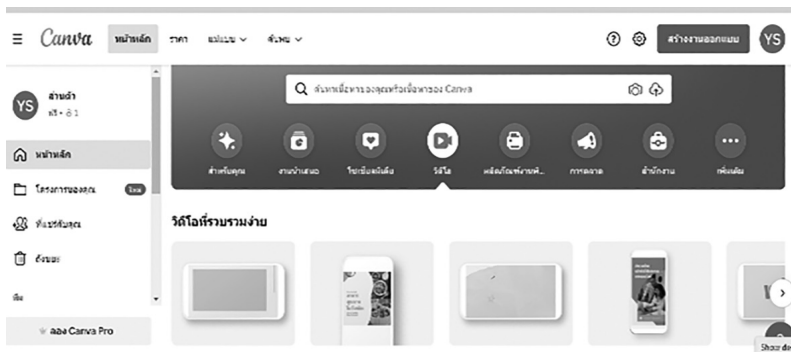
ภาพที่ 4 การเลือกแม่แบบเว็บไซต์

ที่มา : <https://www.wix.com>

◆ เพิ่มเติมเนื้อหา รูปภาพ และอื่นๆ ด้วยวิธีการลาก วาง ตามความเหมาะสม กับร้านค้าของผู้ออกแบบ จนกระทั่งมีเนื้อหาครบถ้วน และยังสามารถปรับปรุงเพิ่มเติมได้อีกในอนาคต

3. โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการตัดต่อวิดีโอ

การสร้างเนื้อหาออนไลน์ บทความ และรูปภาพอาจยังไม่เพียงพอ เพราะเนื้อหา บางประเภทต้องใช้วิดีโอที่สามารถเล่าเรื่องราวของภาพเคลื่อนไหว และเสียงต่าง ๆ โปรแกรมตัดต่อวิดีโอจึงช่วยให้เราสามารถเรียงลำดับภาพและเสียง ให้ร้อยเรียงตาม โครงเรื่องที่ต้องการ โปรแกรมตัดต่อวิดีโอฟรีที่สามารถดาวน์โหลดได้ทางออนไลน์ที่เป็นที่รู้จักและนิยมอย่างแพร่หลาย เช่น โปรแกรม Canva (<https://www.canva.com>) ที่ช่วยการตัดต่อวิดีโอออนไลน์อย่างง่ายดาย สามารถเลือกความละเอียดของวิดีโอได้ และเลือกได้ว่าจะจะเป็นวิดีโอที่จะนำไปอัปโหลดลงในเว็บไซต์ และโซเชียลมีเดีย เช่น YouTube, TikTok เป็นต้น (Morph, 2021)



ภาพที่ 5 โปรแกรม Canva
ที่มา: <https://www.canva.com>

นอกจากนี้โปรแกรม KINEMASTER (<https://www.kinemaster.com>) เป็นอีกโปรแกรมตัดต่อหนึ่งที่สามารถทำงานได้สะดวกบนสมาร์ตโฟน



ภาพที่ 6 โปรแกรมKINEMASTER
ที่มา: <https://www.canva.com>

3. การคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการและข้อตกลงเบื้องต้น

วิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสียเป็นวิสาหกิจชุมชนที่เพิ่งจะจัดขึ้นใหม่ จึงยังต้องการต่อยอดการดำเนินงานในขั้นตอนปลายน้ำ สมาชิกคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ที่มีพลัง เป็นลูกหลานในชุมชนหรือ “คนใน” ที่มีความรู้ มีทัศนคติเชิงบวก มีความตื่นตัวทางวิชาการ ให้ความร่วมมือ และมีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จของการถ่ายทอดความรู้ ด้วยวิธีอบรมเชิงปฏิบัติการ

นอกจากนี้สมาชิกมีเป้าหมายในการนำผลผลิตทางการเกษตรของชุมชน ออกจำหน่ายในตลาดสากลที่เน้นตลาดออนไลน์ แต่ยังขาดความรู้ด้านการสร้าง ร้านค้าออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแผนการดำเนินโครงการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าผลิตภัณฑ์แก่วิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสีย

ขณะเดียวกันยังมีวิสาหกิจชุมชนเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียงได้มาเข้าร่วมด้วย คือ วิสาหกิจชุมชนตำบลโคกสะบ้า และวิสาหกิจเกษตรนาข้าวและสมุนไพร ตำบลนาโยงใต้ อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง จำนวน 10 คน เข้าร่วมโครงการ การถ่ายทอดความรู้ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแก่วิสาหกิจ ชุมชน โดยมีข้อตกลงเบื้องต้น คือจะต้องเตรียมคอมพิวเตอร์ (คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ หรือLaptop) สมาร์ทโฟน การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เนื้อหา ภาพ วิดีโอที่เกี่ยวข้อง กับผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนของตนเอง

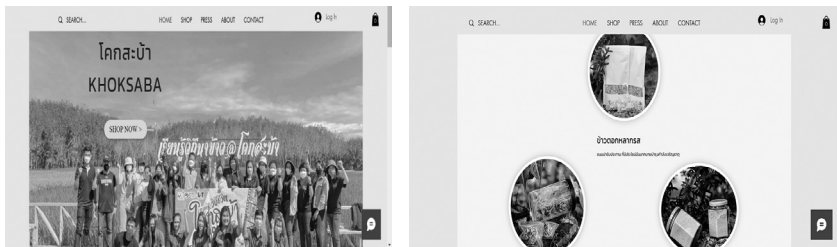
ผลที่ได้รับจากการถ่ายทอดความรู้

ผลที่ได้รับจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อการถ่ายทอดความรู้ ทำให้ วิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสียและวิสาหกิจชุมชนตำบลโคกสะบ้า มีเว็บไซต์ เป็นของตนเอง การทบทวนการเขียนวิสัยทัศน์ของวิสาหกิจชุมชน และการสร้าง เนื้อหาเกี่ยวกับการกำหนดชื่อผลิตภัณฑ์

◆ เว็บไซต์ที่ได้ออกแบบและพัฒนา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับสร้าง เว็บไซต์โดยวิสาหกิจชุมชนเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เว็บไซต์ เพื่อใช้เป็นช่องทางการเผยแพร่ จำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นวิธีการเปิดร้านจำหน่าย สินค้าที่ประหยัดสำหรับร้านค้าชุมชนที่เริ่มต้นการจำหน่ายสินค้า เพียงแค่ชำระเงิน ค่าโดเมน (Domain) และโฮสติ้ง (Hosting) ที่มีให้เลือกเปรียบเทียบราคาจากหลายแหล่ง เมื่อเปรียบเทียบกับ การเปิดร้านขายสินค้าแบบที่มีหน้าร้าน ซึ่งต้องลงทุน งบประมาณการก่อสร้าง ค่าเช่าพื้นที่ ค่าตกแต่งร้านค้า มาสู่การปรับเปลี่ยนโฉมหน้า ที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าจากทั่วโลกสามารถเลือกชมหรือสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังสามารถใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการตกแต่งภาพที่นำมาใช้ช่วย สร้างเว็บไซต์ให้การเสนอขายสินค้ามีความน่าสนใจ สร้างวิดีโอสาธิต และนำเสนอสินค้า โดยอาจจะใช้ผู้เชี่ยวชาญหรือดาราผู้มีชื่อเสียง เว็บไซต์จึงเป็นเทคนิคที่น่าสนใจ อย่างมาก สำหรับการขายสินค้าผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต



ภาพที่ 7 โฮมเพจของวิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสีย



ภาพที่ 8 โฮมเพจของวิสาหกิจชุมชนตำบลโคกสะบ้า

การทบทวน วิสัยทัศน์ และพันธกิจ การถ่ายทอดความรู้ เพื่อการปรับวิสัยทัศน์ของวิสาหกิจให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยการแลกเปลี่ยนความรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียน การใช้ภาษา ด้านวัฒนธรรมและพื้นที่ของจังหวัดตรัง ร่วมกันวิพากษ์และให้ข้อเสนอแนะ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบวิสัยทัศน์ พันธกิจของวิสาหกิจชุมชน

ก่อนการทบทวน		หลังการทบทวน	
วิสัยทัศน์	พันธกิจ	วิสัยทัศน์	พันธกิจ
วิสาหกิจเข้มแข็ง พัฒนาแปรรูป ผลิตภัณฑ์ทางการ เกษตรสู่สากล สร้างเศรษฐกิจ ชุมชนที่ยั่งยืน	ส่งเสริมระบบการ จัดการวิสาหกิจ ชุมชนให้เข้มแข็ง ยั่งยืน พัฒนาการ รวมวิธีการผลิตพืช ผลทางการเกษตร ให้มีคุณภาพ และ เพิ่มผลผลิตแปรรูป ผลผลิตทางการ เกษตรให้มีมูลค่า เพิ่ม ส่งเสริมการส่ง ออกสู่ตลาดสากล สร้างรายได้เพิ่ม ให้เกษตรกร และ กระตุ้นเศรษฐกิจ ชุมชน	พัฒนาผลิตภัณฑ์ การเกษตรสู่สากล ผลิตให้มีมูลค่า เพิ่มความเข้มแข็ง เศรษฐกิจชุมชน ยั่งยืน	ส่งเสริมระบบการ จัดการวิสาหกิจ ชุมชน พัฒนา การผลิตให้มี คุณภาพ แปรรูป ผลผลิตให้มี มูลค่าเพิ่มและส่ง เสริมการส่งออก กระตุ้นเศรษฐกิจ ชุมชน เพิ่มรายได้ เกษตรกร(จำลอง ฝั่งชลจิตร จ.เดช กําจรเดช และสุ นทรีย์ สังข์อุยฺยฺทร, 2565)

♦ การสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับการกำหนดชื่อผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของวิสาหกิจชุมชน ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคนั้นควรมุ่งเน้นสื่อสารที่ประสิทธิภาพ สามารถการเล่าเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่น่าดึงดูดใจ เจาะจงกลุ่มเป้าหมายชัดเจน สร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ของแบรนด์ให้กับกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น สร้างมูลค่าเพิ่มขึ้น สามารถส่งมอบคุณค่าของธุรกิจไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ มีความใหม่ ตามความนิยม ไม่มีเนื้อหาเชิงลบหรือเนื้อหาที่ขัดต่อหลักจริยธรรม และช่วยแก้ปัญหาหรือตอบคำถามให้ลูกค้าได้ (Digital Tips, 2022)

♦ การเล่าเรื่องของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเบายอดม่วง โดยการอธิบายคุณสมบัติของสินค้าของวิสาหกิจชุมชน โดยแสดงถึงคุณสมบัติหลักของสินค้าที่แบรนด์นำเสนอว่าสามารถทำอะไรได้ โดยใช้ข้อเท็จจริง ข้อดีของผลิตภัณฑ์ว่ามีประโยชน์หรือมีความสำคัญต่อผู้บริโภคอย่างไร เมื่อเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนทำให้การใช้ชีวิตขึ้นอย่างไรหรือเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น (Steps Academy, 2019) เช่น ข้อความเพื่ออธิบายคุณสมบัติที่ดีของผลิตภัณฑ์ “มีดีที่โคกสะบ้ากับผลิตภัณฑ์จากข้าว 5 ชนิด” “जूข้าวอัดแท่ง อาหารหลักที่มีประโยชน์ บำรุงประสาทและสมอง” “ลอคช่องข้าวเบายอดม่วง ขนมไทยโบราณ หวานอร่อยทานง่าย บำรุงสมอง และประสาททำให้สดชื่น” (โคกสะบ้า, 2565)

บทวิเคราะห์

การถ่ายทอดความรู้ด้วยวิธีอบรมเชิงปฏิบัติการนี้สะท้อนให้เห็นว่าการถ่ายทอดความรู้นั้นเป็นรูปแบบของการของการทำงานร่วมกันของผู้คนที่มีความรู้ความสามารถ ที่ร่วมกันถ่ายทอดความรู้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผู้ถ่ายทอดและบุคคลจะมีความรู้ ความสามารถ หรือความรู้ที่แตกต่างกันออกไป โดยถ่ายทอดความรู้ควรจะได้ยอมรับและรับรู้แก่ทุกคนในชุมชนอย่างเสมอภาค เพราะจะส่งผลให้ชุมชนสามารถจะพัฒนาได้อย่างรวดเร็วมากกว่าการทำงานและเรียนรู้ในรูปแบบต่างคนต่างทำ

การสร้างนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนที่เป็นผู้มีความสามารถถ่ายทอดความรู้เรื่องการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสร้างเว็บไซต์ การผลิตสื่อ แก่สมาชิกของชุมชนของตนเองและชุมชนใกล้เคียงต่อไปได้ ซึ่งนวัตกรรมชุมชนนี้จะต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีมุมมองแปลกใหม่ที่แตกต่างจากคนทั่วไป เพื่อทำให้งานมีความน่าสนใจ และมีรูปลักษณะที่เปลี่ยนไปจากเดิม พร้อมทั้งจะเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่ตลอดเวลาสามารถเรียนรู้ต่อยอดเช่นการสร้าง Application การขายสินค้าผ่าน Application อื่นๆ ยอมรับฟังคำวิจารณ์และคำติชม มาพัฒนาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้งานสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าครบทุกมิติ รวมไปถึงความสอดคล้องกับบริบทอื่นๆ เช่น ความซับซ้อนของเศรษฐกิจ เทคโนโลยี ความท้าทายต่าง ๆ และมีความสามารถในการเชื่อมโยงความคิด ส่งผลให้กระบวนการทำงานทางความคิดเป็น

ระบบมากขึ้น นอกจากนี้หากเกษตรกรมีความรู้เรื่องการขยายตลาดจำหน่ายผลผลิตไปบนช่องทางออนไลน์ก็สามารถดูแลวงจรการผลิตและจำหน่ายผลผลิตของตนได้ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ

การถ่ายทอดความรู้โดยวิธีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Socialization) เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญ ซึ่งปรากฏในทุกขั้นตอนของกระบวนการถ่ายทอดระหว่างผู้ถ่ายทอดและผู้รับความรู้ นับเป็นการส่งต่อความรู้ระหว่างกันได้อย่างง่าย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสร้างความคุ้นเคย การติดต่อสื่อสาร การเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนเพื่อสร้างความเข้าใจ ความไว้วางใจระหว่างกัน และความรู้สึกเสมือนว่าเป็นสมาชิกของชุมชน ปฏิสัมพันธ์สองทางระหว่างผู้ให้และผู้รับความรู้ไม่ควรมีความสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง และไม่เป็นการบังคับ ซึ่งจะส่งผลให้การถ่ายทอดความรู้มีบรรยากาศของการช่วยเหลือแบ่งปันความรู้ตามแบบวิถีชุมชนที่มีรูปแบบการจัดการชุมชนแบบเอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือ และสนับสนุน จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการถ่ายทอดความรู้มากกว่าปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเพียงช่วงระยะเวลาของการอบรม การติดตามผลการเข้าชมเว็บไซต์ โดยใช้ระบบนับจำนวนผู้เข้าชมที่สัมพันธ์กับยอดจำหน่ายสินค้าเป็นรายไตรมาสเพื่อติดตามว่าความรู้และการรับรู้นั้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้เพิ่มขึ้นอย่างไร

สรุป

การถ่ายทอดความรู้เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร แก้ววิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสียและเครือข่าย อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง สรุปได้ว่าเป็นการถ่ายทอดความรู้จากที่อยู่ในตัวบุคคล ซึ่งประกอบด้วยอาจารย์มหาวิทยาลัย ศิลปินแห่งชาติสาขาวรรณศิลป์ ปี 2561 นักเขียนรางวัลซีไรต์สองสมัย (2554 และ 2563) และอดีตนักจดหมายเหตุที่เป็นผู้เชี่ยวชาญจังหวัดตรัง นำไปถ่ายทอดโดยตรงให้แก่ผู้รับการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งเป็นสมาชิกคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ที่มีพลัง เป็นลูกหลานในชุมชน ผ่านทางการสื่อสารด้วยการพูด การบรรยาย การใช้สื่อประกอบ และการทดลองลงมือปฏิบัติ ส่งผลให้กระบวนการรับความรู้และการประยุกต์ใช้ซ้ำแล้วซ้ำอีกทำให้ผู้อบรมมีความรู้ใหม่เรื่องการสร้างเว็บไซต์และการผลิตสื่อเพื่อการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์บนโลกออนไลน์ ความรู้ใหม่นี้เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และ

ผู้รับความรู้ โดยที่บทบาทการเป็นผู้ให้และผู้รับรู้นั้นจะเกิดขึ้นสลับกันอยู่ตลอดเวลา ผ่านวิธีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การแปลงให้เป็นความรู้ที่ชัดเจน การรวมความรู้ จนนำไปสู่การแปลงความรู้สู่การปฏิบัติ เมื่อกระบวนการนี้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอจะทำให้ความรู้มีความชัดเจน เมื่อนำไปใช้และทำซ้ำๆ จะเกิดความรู้และความเชี่ยวชาญ

ดังนั้นการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการควรจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้รับถ่ายทอดความรู้ได้เกิดความรู้และการลงมือปฏิบัติ รวมทั้งให้คำปรึกษาเมื่อเกิดปัญหา แนะนำและแบ่งปันความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง

บรรณานุกรม

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2563). **นโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563–2570**. <https://www.mhesi.go.th/index.php/stg-policy/930-2563-2570.html>
- โคกสะบ้า. (2565). <https://kanokwan13737.wixsite.com/my-site-1>
- จิราพร จำปา. (2565). **สร้าง ต้น “ข้าวเบายอดม่วง” สู้พืช GI หอม นุ่ม โขนาการสูง**. https://www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article_209726
- จำลอง ผึ้งชลจิตร จเด็จ กำจรเดช และสุนทรีย์ สังข์อยู่ธร. (2565). **การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่องการเขียนเนื้อหาในยุคดิจิทัล** ภายใต้โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ ในวันที่ 8 มีนาคม 2565 ณ วิสาหกิจชุมชนพัฒนาแปรรูปและจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ตำบลนาข้าวเสีย อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง
- Digital Tips. (2022). **Content marketing คืออะไรพร้อมตัวอย่างการทำคอนเทนต์ที่น่าสนใจ**. <https://thedigitaltips.com/blog/marketing/content-marketing/>.
- ทวี เติงรัง. (2559). **ถิ่นบรรพกาล ในสุนทรี สังข์อยู่ธร. เมืองท่าอันดามัน**. (น.15-28). โรงพิมพ์บริษัทยืนหยัดชัดเจน

- ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เรื่องคุณสมบัติ หลักเกณฑ์ และ
การต่อทะเบียนของวิสาหกิจชุมชน. (2560). (2560, 3 กรกฎาคม).
ราชกิจจานุเบกษา.เล่ม 134 ตอนพิเศษ 175ง. หน้า 15-16.
- พิเชตวุฒิ นิลลอบ. (2564). **โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมระดับตำบล
1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย**. วิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสีย (ไฟล์ข้อมูล).
- Morph. (2021). **10 โปรแกรมติดต่อดีโอโหลดฟรีใช้งานง่ายเป็นมือใหม่ก็สบาย**.
<https://notebookspec.com/web/534464-10-video-editor-programs>
- Wix.com. (2020-2022). **พื้นที่การสร้างเว็บไซต์อย่างมืออาชีพ**. <https://th.wix.com/>
- วีรพล เต็งรัง. (2564). **โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมระดับตำบล 1
ตำบล 1 มหาวิทยาลัย**. วิสาหกิจชุมชนตำบลนาข้าวเสีย (ไฟล์ข้อมูล).
- ศิริเพ็ญ อึ้งสิทธิพูนพร และกุมารี ลาภาอาภรณ์. (2559). **กระบวนการจัดการ
ความรู้ผ่านการถ่ายทอดความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนฮากกา
ออนไลน์: ความสำเร็จและความท้าทาย Knowledge management (KM):
Transmitting local wisdom of the Hakka community on-line-successes
and challenges. วารสารภาษาและวัฒนธรรม 35, ฉบับ พิเศษ, 203-225.**
- Step Academy. (2019). **7 สูตรการเล่าเรื่อง Storytelling ให้แบรนด์ของคุณ
เป็นที่น่าจดจำ**. <https://stepstraining.co/content/7-formula-storytelling>.
- องค์การบริหารส่วนตำบลนาข้าวเสีย. (2549). **สภาพและข้อมูลพื้นฐานตำบล
นาข้าวเสีย**. <https://www.nakhaosia.go.th/index.php>.
- Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus**. (2016).
Knowledge. In <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/English/>.
- CLICKNEXT Company limited. (2019). **MakeWebEasy**. <https://www.clicknext.com/makewebeasy>.
- Kaplan, K. (2023). **WHY EVERY BUSINESS NEEDS A WEBSITE**.
<http://www.forbes.com/sites>.

- KMT. (2018). **The Different Types of Knowledge.** <http://www.knowledge-managementtools.net/different-types-of-knowledge.html>.
- Nonaka, I. (1994). "A dynamic theory of organizational knowledge creation"
Organ. Sci. 5, 14–37. doi: 10.1093/fampra/cmw098.
- Nonaka, I., and Hirotaka T. (1995). The Knowledge-Creating Company:
How Japanese **Companies Create the Dynamics of Innovation.**
Oxford University Press, 1995.