

การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิต และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกล้วยของบ้านปากอ่าง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

อรุณลักษณ์ รัตนพันธุ์*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกล้วยของบ้านปากอ่าง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องจากผู้รู้ในชุมชน วิเคราะห์ข้อมูลและบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่าผู้ผลิตมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปทรงต่างๆปรับปรุงรสชาติที่หลากหลายจัดทำฉลากเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ มีการขอเลขสารบบอาหาร (เลข อย.) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค มีการค้นคว้าและแสวงหาความรู้จากประสบการณ์ตรงและการลงมือปฏิบัติ การศึกษาดูงาน สอบถามหรือเรียนรู้จากผู้รู้ในชุมชน เพื่อนบ้านและเอกสารต่างๆ มีการรวมกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่าย มีการจัดอบรมและกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ในชุมชน มีการพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องและนำมาพัฒนาการผลิตให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดเก็บเป็นรูปเล่มหนังสือและจัดเก็บในฐานข้อมูลท้องถิ่น มีการถ่ายทอดความรู้แบบฝึกปฏิบัติ มีการรวมกลุ่มชุมชนนักปฏิบัติเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จากการรวมกลุ่มของผู้ผลิตบ้านปากอ่างถือเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่เป็นเอกลักษณ์ของการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วยในท้องถิ่น

คำสำคัญ : การจัดการความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป

*ศศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โปรแกรมวิชา
บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Knowledge Management of Local Wisdom on the Production and Value Adding of Banana Products, Ban Pak-ung, Amphoe Mueang, Kamphaeng Phet Province

Arunluck Rattanapun *

ABSTRACT

This study aimed to investigate knowledge management of local wisdom on the production and value adding of banana products. Data were collected by means of interview, participant observation, and focus group activities. Then the data were checked for accuracy from key informants in the community and presented in a descriptive analysis form.

The findings were as in the followings: The producers have developed their products in various shapes, adjusted tastes, made labels, and applied for the food ID from Kamphaeng Phet Public Health Center to assure consumers in terms of good quality of the food. There was an attempt to look for and seek knowledge learnt from direct experience and practice. There were also a variety of activities, namely taking fieldtrips, making inquiry or learning from the learned local people, neighbors as well as documentary research. There was a gathering of producers and sellers alike. There was also an informal training and sharing of knowledge among the community people. Moreover, there was the continuous development of knowledge which had been brought to improve production so as to create new kinds of products. The researcher participated in compiling what had been gained in book forms and stored it in local database afterwards. There was the transfer of knowledge from theories to practice, gathering of practical people in order to share their knowledge with the others. Thus, the gathering of Ban Pak-ung producers was regarded as the learning venue which was the identity of food preservation using bananas grown in the locality as raw materials.

Keywords : knowledge management, local wisdom, banana products

*M.A. (Library and Information Science), Assistant Professor, Library and Information Science Program, Kamphaeng Phet Rajabhat University.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน ทำให้เกิดสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงแบบใหม่ที่เรียกว่า สังคมสารสนเทศ (Information society) หรือสังคมแห่งการเรียนรู้ (Knowledge society) หรือสังคมยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based-economy society) ซึ่งการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้จะให้ความสำคัญกับความรู้อยู่ในกับภายนอกตัวบุคคล และมีความพยายามในการเปลี่ยนความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) ให้กลายเป็นความรู้ที่ปรากฏชัดเจน (Explicit Knowledge) เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น ด้วยแนวคิดดังกล่าวทำให้องค์การต่างๆ ในประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน หรือแม้กระทั่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับชุมชนต่างให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ (โณทัย อุดมบุญญาภภาพ, 2549) ซึ่งเป็นกระบวนการนำความรู้จากภายในองค์กรและการเรียนรู้จากภายนอกองค์กรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยผ่านกระบวนการต่างๆ เช่น การค้นหา การสร้าง การรวบรวม การแลกเปลี่ยน และการใช้ความรู้ เป็นต้น โดยใช้เครื่องมือในการจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก ทำให้เกิดการไหลเวียนของความรู้ และประสบการณ์ทั่วทั้งองค์กร เกิดความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปพัฒนาผลผลิตหรือนวัตกรรม หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน (ณัฐนันท์ ยอดนพเกล้า, 2548) การจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่หลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ รวมทั้งชุมชนในท้องถิ่นต่างๆ ได้มีความพยายามและตื่นตัวในการจัดการความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเน้นให้มีการถ่ายทอดและเก็บรักษาไว้มิให้สูญหายไป (จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์, 2548) เนื่องจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเป็นรากฐานของสังคมที่มีการสั่งสมสืบทอดกันมา เป็นความรู้ที่อยู่กับตัวคนที่สะท้อนถึงวิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งความรู้ทางวัฒนธรรมนี้กำลังจะสูญหายไปเพราะขาดการสืบทอดและพัฒนาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นพลวัต จึงมีการนำแนวคิดด้านการจัดการความรู้มาใช้กับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เป็นยุทธศาสตร์สำหรับให้คนไทยอยู่ดี มีสุข และพึ่งพาตนเองได้ (เอกวิทย์ ญกลาง, 2546)

ประเทศไทยเป็นแหล่งที่มีภูมิปัญญาที่หลากหลาย มีการนำความรู้จากภูมิปัญญาไปใช้ในการประกอบอาชีพ อันเป็นหนทางนารายได้มาสู่ตนเอง ครอบครัวและสังคม และภูมิปัญญาเหล่านั้นเป็นสิ่งที่มีความควรแก่การสืบสานให้เป็นมรดกตกทอดไปยังลูกหลาน หรือควรอนุรักษ์ภูมิปัญญาเหล่านั้นมิให้สูญหายไปจากสังคมไทย จากสภาพปัญหาเศรษฐกิจที่ผ่านมาก่อให้เกิดทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวให้มีการดำรงชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ของชนบทไทยที่มีความรู้ ความสามารถ และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และได้เก็บสะสมเป็นมรดก มีการถ่ายทอดให้แก่ลูกหลานหลายชั่วอายุคน เพื่อนำความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือที่เรียกกันว่า ปราชญ์ชาวบ้าน มาพัฒนาเป็นอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชนในท้องถิ่น และในปัจจุบันชุมชนหลายแห่งได้มีการดำเนินกิจกรรมในลักษณะการรวมกลุ่มอาชีพ นำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าโดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับใช้ให้เข้ากับสถานการณ์เพื่อการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ทำให้เกิดการพึ่งพาตนเอง เกิดองค์ความรู้และกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน เป็นการช่วยให้ชุมชนค้นพบและพัฒนาศักยภาพให้สามารถพึ่งตนเองได้ เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง และทุกภาคส่วนของรัฐต่างให้ความสำคัญ ยอมรับและยกย่องชุมชนในการพัฒนาตนเอง สร้างอัตลักษณ์ และจัดการองค์ความรู้ในชุมชนตามปรัชญาขั้นพื้นฐานของการพัฒนาชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับกระทรวงมหาดไทยที่ได้มีแนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งพาตนเองมาตั้งแต่ปี 2541 ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเน้นให้ชุมชนสามารถทำการผลิตและดำรงชีพแบบพออยู่พอกิน สร้างรายได้ ลดรายจ่าย ให้ชาวบ้านร่วมกันผลิต สร้างการเรียนรู้เพื่อให้มีธุรกิจ ในชุมชน ซึ่งเป็นทางเลือกของการประกอบอาชีพในชนบท (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2542)

จังหวัดกำแพงเพชรถือว่าเป็นอีกจังหวัดหนึ่ง ที่ได้มีการนำกล้วยซึ่งเป็นวัตถุดิบในชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป เป็นสินค้าของชุมชนที่สร้างรายได้กลายเป็นอาชีพหลักให้กับชาวบ้าน มีการพัฒนาให้เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ซึ่งการผลิตผลิตภัณฑ์จากกล้วยดังกล่าวชุมชนได้ใช้ความรู้ ทักษะและประสบการณ์จากภูมิ

ปัญญาดั้งเดิมภายในชุมชนเป็นฐานในการผลิตและมีการนำความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาการแปรรูปกล้วยให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตลอดจนมีการรวมกลุ่มทางด้านการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากกล้วยที่บ้านปากอ่าง นับว่าชาวบ้านได้อาศัยความรู้และประสบการณ์ที่สะสมมาพัฒนาเป็นอาชีพที่สร้างรายได้และเพิ่มอาชีพให้กับชาวบ้านเกิดการรวมกลุ่มกันของผู้ในชุมชนด้านการแปรรูปกล้วย ชุมชนมีพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกันเกิดการพัฒนาและแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้แบบพึ่งพาตนเองถือเป็นการจัดการความรู้ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของบ้านปากอ่าง เกิดการรวมกลุ่มชุมชนกับปฏิบัติด้านการผลิตกล้วยแปรรูปมีการสร้างและใช้ความรู้ที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่โดยมี “การจัดการความรู้” เป็นกลไกสำคัญ ที่ทำให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันเป็นการจัดการเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนและความเป็นอยู่ เป็นความรู้ที่ได้จากการบูรณาการภูมิปัญญาและหลักวิชาการเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปให้มีคุณภาพหลากหลาย และสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน ทำให้เกิดความรักและความภูมิใจในท้องถิ่นของตน

จากการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและการพึ่งพาตนเองโดยการใช้ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของบ้านปากอ่างมาพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกล้วยของบ้านปากอ่าง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ของชุมชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นอันนำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษาและดำรงไว้ซึ่งองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จากกล้วยของบ้านปากอ่าง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

2. เพื่อศึกษาการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จากกล้วยของบ้านปากอ่าง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาในการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย

1.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้แก่

(1) บริบทชุมชน ได้แก่ ข้อมูลผู้ผลิต ความเป็นมา วัตถุประสงค์ของการผลิต สถานที่ผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบ และรูปแบบของผลิตภัณฑ์

(2) องค์ความรู้ได้แก่

● องค์ความรู้ด้านการผลิต ประกอบด้วย วัสดุและอุปกรณ์การผลิต วัตถุดิบ ส่วนผสมและเครื่องปรุง ขั้นตอนการแปรรูป การจัดเก็บ และการบรรจุหีบห่อ การเก็บรักษาและการถนอมคุณค่า ผลิตภัณฑ์ และการจำหน่าย

● องค์ความรู้ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย วัสดุและอุปกรณ์ในการผลิตรสชาติและสี สีสัน รูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์ การตลาดและการจำหน่าย บรรจุภัณฑ์ และสัญลักษณ์ที่ดีในการผลิต

1.2 การจัดการความรู้ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการจัดการความรู้โดยการสรุปจากแนวคิดของ Demarest Turban Probst และสำนักงาน ก.พ.ร. เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพของชุมชน สรุปกระบวนการจัดการความรู้เป็น 5 ขั้นตอนคือ การสร้างและการแสวงหาความรู้ การพัฒนาองค์ความรู้ การจัดเก็บและการอนุรักษ์ การถ่ายทอดความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

2. พื้นที่ในการดำเนินการวิจัยได้แก่บ้านปากอ่าง อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

3. ลักษณะการวิจัย เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมโดยความร่วมมือระหว่างผู้ผลิต ร้านค้าในชุมชน ผู้รู้ ผู้นำชุมชน หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

4. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย 2548-2551

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาโดยใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม PAR (Participatory Action Research) โดยนำวิธีการและเครื่องมือวิจัยที่หลากหลายมาใช้ในการศึกษา เช่น การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษาข้อมูลจากภาคสนาม การสัมภาษณ์ การสังเกต และการสนทนากลุ่ม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงโดยพิจารณาจากความรู้และประสบการณ์ โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้ 1) ผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล คณะกรรมการหมู่บ้าน จำนวน 3 คน 2) ผู้ผลิตและจำหน่าย ได้แก่ ผู้ผลิต เจ้าของร้านค้าผลิตภัณฑ์จากกล้วย จำนวน 30 คน 3) ผู้รู้ในชุมชน จำนวน 10 คน 4) ผู้รับการถ่ายทอด ได้แก่ ชาวบ้าน ญาติพี่น้อง จำนวน 5 คน 5) เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐหรือส่วนราชการที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานเพื่อให้อ่านข้อมูลและแหล่งที่มาของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตผลิตภัณฑ์จากกล้วย 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบด้วยหัวข้อ (Topic Guide) คำถามหลัก (Main Question) คำถามย่อย (Followup Question) คำถามย่อยอย่างละเอียด (Probe Question) 3) แบบบันทึกการสังเกตเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอน กระบวนการผลิต ปัญหาอุปสรรคแนวทางในการแก้ไข รวมทั้งการจัดการความรู้ 4) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อให้ได้ความเข้าใจในประเด็นหลักของกลุ่มเป้าหมาย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้นำชุมชนและกลุ่มผู้ผลิตเกี่ยวกับความเป็นมาและบริบทชุมชน ระยะที่ 2 ลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับองค์ความรู้ และการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยสัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้รับการถ่ายทอดความรู้ และสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมในการผลิตและจำหน่าย ระยะที่ 3 สนทนากลุ่มระหว่างตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่าย ผู้รู้ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดให้ผู้รู้ในชุมชนตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลนำข้อมูลที่ได้อ่านวิเคราะห์เนื้อหาจากการกำหนดประเด็นหลักของข้อมูล แล้ว

นำมาเรียบเรียงบรรยายความหมายของข้อมูลในเชิงพรรณนาและเปรียบเทียบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูล

สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้สรุปและอภิปรายผลการวิจัยเป็น 3 ประเด็นดังนี้

1. บริบทของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกล้วย

ด้านบริบทชุมชนพบว่าบ้านปากอ่างเป็นหมู่บ้านที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านพืชผลการเกษตร และให้ผลผลิตจำนวนมากตามฤดูกาลส่งผลให้มีปริมาณมากไม่สามารถบริโภคได้หมด ทำให้เกิดการเน่าเสียและทิ้งไปโดยเปล่าประโยชน์ซึ่งผลิตผลทางการเกษตรที่พบในหมู่บ้านและให้ผลผลิตตลอดปีคือกล้วย กล้วยที่นิยมใช้มี 2 ชนิดคือ กล้วยหักมุก และกล้วยน้ำว้า ชาวบ้านได้นำมาแปรรูปเพื่อให้สามารถเก็บไว้ได้นานขึ้น และนำไปจำหน่ายในหมู่บ้านได้ โดยชาวบ้านอาศัยความรู้ที่มีอยู่ในตัวของแต่ละบุคคลมาประดิษฐ์คิดค้นแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อการบริโภคและจำหน่าย หมายถึง จิตรธรรม (2548) ได้กล่าวถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้มีการสร้างสรรค์อาหารที่มีคุณค่าจากกล้วยเช่น กล้วยปั่น กล้วยเผา กล้วยต้ม กล้วยเชื่อม กล้วยกวน น้ำกล้วย ซึ่งเป็นการแปรรูปให้สามารถรับประทานได้ และมีการดัดแปลงพัฒนาเพื่อการค้าจำหน่ายทำให้ชาวบ้านมีรายได้สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวกลายเป็นอาชีพหลักของชาวบ้านปัจจุบัน ซึ่งเป็นการพัฒนาอาชีพให้กับท้องถิ่นโดยอาศัยภูมิปัญญาที่มีอยู่เพื่อความอยู่รอดของคนในชุมชนอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542) ที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวให้ดำรงชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในภูมิภาคต่างๆ มาพัฒนาเป็นอาชีพเสริม สร้างรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชนในท้องถิ่น และสอดคล้องกับอภิชาติ พันธเสน (2549) ที่ได้กล่าวถึงความรู้ ประสบการณ์และภูมิปัญญาในการดำรงชีวิตของเกษตรกรที่ต้องพึ่งระบบนิเวศน์ทางธรรมชาติ และความสัมพันธ์ทางสังคมวัฒนธรรมเป็นปัจจัยในการผลิตที่มีความสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้เกิดวิธีการผลิต

และการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันเกิดการ
พัฒนากลุ่มหรือชุมชนเพื่อร่วมแรงในการผลิต การ
จัดการผลผลิตของชุมชนในรูปแบบต่างๆ

จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันชาวบ้านรู้จักการ
แปรรูปผลผลิตหลากหลายรูปแบบเพื่อการบริโภค
และเก็บรักษาได้นาน วิจัย ฤทธิษณาสันต์ (2539)
ได้กล่าวถึงความสำคัญของการแปรรูปผลผลิต
ทางการเกษตรจะเป็นการใช้ประโยชน์จากผลผลิต
อย่างคุ้มค่า ลดปริมาณการเน่าเสีย และยังได้
ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถนำมาเป็นอาหารและใช้
ประโยชน์ได้โดยตรงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่
สินค้าเกษตร นอกจากนี้ยังพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้
จากการแปรรูปกล้วยยังสามารถสอดแทรกเข้าไป
ในพิธีกรรมหรืองานประเพณีของแต่ละท้องถิ่น
กลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ดังที่สิริกร ไชยมา
(2544) ได้กล่าวถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีส่วน
เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชาวบ้านอย่าง
แยกไม่ออก เช่น การดำรงชีวิตประจำวัน อาหาร
ความคิด ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี และ
อื่นๆซึ่งมีส่วนสำคัญต่อวิถีชีวิตของคนไทยนอกจาก
นี้ยังทำให้วัตถุประสงค์ของการผลิตผลิตภัณฑ์
แปรรูปจากกล้วยในปัจจุบันแตกต่างไปจากอดีต
จากการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนเป็นผลิตเพื่อ
การจำหน่ายเป็นหลัก และกระทรวงเทคโนโลยีสาร
สนเทศและการสื่อสาร (2548) ได้กล่าวถึงชาวบ้าน
ว่ามีการปรับเปลี่ยนการแปรรูปผลผลิตให้มีความ
หลากหลาย ในปัจจุบันเปลี่ยนการผลิตเพื่อขาย
หรือเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนซึ่งเป็นการสร้าง
รายได้โดยการใช้ฐานความรู้จากภูมิปัญญาและพืช
ผลทางการเกษตรที่มีอยู่ในท้องถิ่น และใช้ประโยชน์
ในการดำรงชีวิตประจำวันของแต่ละครัวเรือนโดย
ใช้สถานที่จัดตั้งในรูปแบบของร้านค้าเป็นทั้งแหล่งผลิต
และจำหน่ายในชุมชน สอดคล้องกับที่มณฑาทิพย์
ยุ่นฉลาด และเนื้อทอง วานานูวัธ (2548) ที่กล่าวถึง
การแปรรูปกล้วยส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน
เช่น กล้วยกวน กล้วยฉาบ และกล้วยตาก ที่ทำเพื่อ
บริโภคในครัวเรือนและจำหน่ายในชุมชน กลายเป็น
ตลาดจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรและ
ผลิตภัณฑ์แปรรูป เกิดกิจกรรมแปรรูปผลผลิตใน
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรก่อให้เกิดการสร้างงานใน
ท้องถิ่น เกิดรายได้เพื่อการจุนเจือครอบครัว นอก
จากนี้ชุมชนได้มีการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพ
ของผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และได้คุณภาพ
เช่น กล้วยฉาบ (ฉาบเค็ม ฉาบหวาน) มีการเพิ่ม

สีสันทันด้วยกลิ่นและสีของใบเตย กล้วยอบเนย กล้วย
ม้วน กล้วยเลย์ กล้วยปาปริก้า และกล้วยสำหรับ

จากการจัดลำดับความนิยมของผลิตภัณฑ์
แปรรูปจากกล้วยโดยสำรวจจากการซื้อขาย
ผลิตภัณฑ์ในแต่ละวันพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่นิยมและ
จำหน่ายคือกล้วยฉาบและกล้วยอบเนย คิดเป็น
ร้อยละ 90 รองลงมาคือ กล้วยปรุงรส เช่น กล้วย
ปาปริก้า กล้วยสำหรับ กล้วยเลย์ คิดเป็น ร้อยละ
89.5 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตติยาพร ปรีเปรม
(2548) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยธุรกิจชุมชนพบว่า มี
การรวมตัวของกลุ่มสตรีแม่บ้านเพื่อการแก้ปัญหา
ของครอบครัวและชุมชนโดยการร่วมมือกันในการ
หารายได้เสริมให้กับครอบครัว มีการส่งสมาชิกเข้า
รับการฝึกอบรมเกิดทักษะความชำนาญในการผลิต
สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกและกลุ่มมี
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับ
ผู้บริโภค ตลอดจนมีการรักษาคุณภาพมาตรฐาน
และรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เข้าสู่มาตรฐานสากล และ
วิชัย ฤทธิษณาสันต์ (2541) ได้กล่าวถึงกล้วยใน
เชิงเศรษฐกิจว่ามีความสำคัญต่อการบริโภคภายใน
ประเทศ และมีการนำกล้วยมาใช้ประโยชน์อย่าง
หลากหลาย ซึ่งนักวิชาการ นักพัฒนา และนักส่งเสริม
ควรมีการพัฒนาปรับปรุงการแปรรูปเป็น
ผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการผลิต
และใช้ประโยชน์อย่างแพร่หลาย เพื่อให้กล้วยเป็น
ทั้งพืชชีวิตและพืชเศรษฐกิจคู่คนไทยตลอดไป
สอดคล้องกับที่พฤษภา ณ อยุธยา (2542) ที่กล่าว
ถึงกล้วยว่า เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญในวิถีชีวิต
วัฒนธรรมของคนไทย โดยเข้ามาเกี่ยวข้องกับ
ความเชื่อ วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ รวมทั้ง
การก่อให้เกิดรายได้ในเชิงเศรษฐกิจของประชาชน
โดยการใช้ผลิตผลทางการเกษตรกับการดำรงชีวิต
อย่างยั่งยืน ส่งเสริมให้เกิดชุมชนเข้มแข็ง เกิดการ
พึ่งพาตนเองและแบ่งปันความรู้ของชุมชน

2. องค์ความรู้ด้านการผลิตและ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกล้วย

การผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย
เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นั้นมีกระบวนการและขั้นตอน
การผลิตแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเทคนิคของภูมิ
ปัญญาแต่ละคน มีการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ใน
แต่ละครัวเรือน มีการพัฒนาอุปกรณ์ในการหั่น
กล้วยที่เรียกกันว่า มีดสไลด์ เพื่อให้ได้ขนาดและรูป
ทรงตามที่ต้องการ ซึ่งเป็นการใช้องค์ความรู้ในการ

เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดรูปทรงใหม่ มีการใช้ภูมิปัญญาในการคัดเลือกและเตรียมวัตถุดิบเพื่อการแปรรูป เช่น การเลือกกล้วย กล้วยที่นำมาใช้จะต้องเป็นกล้วยดิบ ลักษณะของกล้วยที่ไต่ที่เหมาะสมแก่การนำมาแปรรูปผลกล้วยจะต้องแก่จัดเต็มที่ สังเกตได้จากเหลี่ยมกล้วยจะหายไปผลของกล้วยจะอวบอ้วนขึ้นหรือสังเกตจากสะดือกล้วยจะมีสีดำและหลุดหายไปเมื่อตัดทิ้งไว้ประมาณ 2 วัน มีการแช่น้ำสารส้มหรือน้ำส้มสายชูเพื่อไม่ให้เนือกล้วยมีสีดำ มีการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์โดยการเติมสารปรุงรสและสารแต่งกลิ่นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีสีส้ม กลิ่นหอมน่ารับประทาน เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ กล้วยปรุงรส เช่น รสเลเย่ รสปาปริก้า รสสาหร่ายกล้วยฉาบ เช่น ฉาบหวาน ฉาบเค็ม ฉาบใบเตย และกล้วยม้วน นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาชนะและอุปกรณ์ในการจัดเก็บเพื่อให้สามารถเก็บไว้ได้นานโดยใช้ภาชนะที่มีปากกว้าง เช่น กระละมั่งสำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์แล้วห่อด้วยถุงพลาสติกอีกชั้นหนึ่งเพื่อไม่ให้ฝุ่นละอองหรือความชื้นเข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์ และบรรจุในถุงพลาสติกใสขนาดใหญ่มัดปากถุงให้แน่นสนิทเพื่อผลิตภัณฑ์จะได้กรอบอยู่ตลอดเวลา ซึ่งภาชนะที่เลือกใช้มาจากการทดลองจัดเก็บและการจำหน่ายให้ผู้บริโภค มีการพัฒนาคุณภาพด้านสุขลักษณะที่ดีในการผลิตโดยการขอเลขสารบบอาหารเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ได้มาตรฐานเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการยอมรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตสอดคล้องกับงานวิจัยของสรายุจิต หุ่นขำ (2548) พบว่า การมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถจูงใจลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ มีผลต่อการยึดอายุผลิตภัณฑ์ และการเข้าใจเรื่องฉลากบนบรรจุภัณฑ์ ต้นทุนการผลิตและประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้นและสอดคล้องกับสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือ สมอ.ที่มีโครงการจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือระดับพื้นบ้านให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายรับรองเพื่อการส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับและเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน นอกจากนี้ยังมีการจัดการด้านการตลาดเพื่อการจำหน่ายโดยจัดทำฉลากเพื่อบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ มีการจัดทำป้ายร้านการจัดเรียงสินค้า และการตกแต่งร้านเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีการจัดส่ง

ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปจำหน่ายยังร้านค้าต่าง ๆ ทั้งในชุมชนและจังหวัดต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีการจัดแสดงสินค้าในงานและเทศกาลประจำปีทั้งในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งเป็นการส่งเสริมการขายเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ เพื่อการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างยั่งยืนให้กับท้องถิ่น ถือได้ว่าชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพัฒนาให้เกิดศักยภาพและความสามารถในการดำเนินชีวิตได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับที่ศรีศักร วัลลิโภดม (2548) และนิคม มูลิกะคามะ (2542) ที่กล่าวถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นว่าเป็นองค์ความรู้ ความสามารถของชาวบ้านที่คิดค้น สังสม สืบทอด ปรับปรุง เรียนรู้จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งเป็นศักยภาพหรือแก่นของชุมชนเป็นความสามารถในการสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาและดำรงชีวิตในการแก้ปัญหาของชาวบ้านและชุมชน

ด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีการพัฒนาและปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วยที่แตกต่างไปจากในอดีตทั้งด้านการใช้วัสดุและอุปกรณ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงและรสชาติที่สวยงาม เช่น การดัดแปลงมีดสไลด์ให้มีความหลากหลาย มีการนำความรู้จากการศึกษาดูงานจากแหล่งต่าง ๆ ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปด้านการเกษตร ได้นำส่วนผสมซึ่งเป็นเครื่องปรุงรสมาประยุกต์กับกล้วยแปรรูปของตนเองเพื่อให้เกิดกล้วยมีรสชาติที่หลากหลาย เช่น รสเลเย่ รสปาปริก้า รสสาหร่าย รสกระเทียมพริกไทย นอกจากนี้ยังมีการนำส่วนผสมที่ผู้ผลิตเห็นว่ามีประโยชน์ในด้านคุณค่าและโภชนาการ เช่น งาดำหรืองาขาวมาผสมคลุกเคล้าให้เป็นผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปอีกประเภทหนึ่งและมีการเติมสีผสมอาหารและสารปรุงแต่งกลิ่นเพื่อเพิ่มสีสันและกลิ่นให้กล้วยแปรรูปน่ารับประทานเพิ่มมากขึ้นซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยในอดีตที่เน้นรสชาติตามธรรมชาติ เช่น กล้วยตาก กล้วยบั้ง มีการสไลด์ชิ้นกล้วยให้มีรูปทรงที่หลากหลายซึ่งเป็นการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานได้ตามความต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของตติยาพร ปรีเปรม (2548) ที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค และสุพร ชุ่มจิตต์ (2544) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยกวนเพื่อตลาดนักท่องเที่ยวโดยการพัฒนาสูตรใหม่และทดสอบรสชาติกับกลุ่มผู้บริโภคเพื่อการพัฒนาให้ผู้

บริโภคนิยมรับผลิตภัณฑ์

3. ด้านการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกล้วย

3.1 ด้านการสร้างและการแสวงหาความรู้ในการผลิตและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกล้วย พบว่า ผู้ผลิตได้มีการค้นคว้าและแสวงหาความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวกับการแปรรูปกล้วยให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากประสบการณ์ตรงและการลงมือปฏิบัติของผู้ผลิตซึ่งเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 90 ของผู้ผลิตทั้งหมด ในปัจจุบันการแสวงหาความรู้ของผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นแบบครูพักลักจำจากร้านค้าใกล้เคียงและจากการศึกษาดูงานในชุมชนที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแล้วนำไปลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังมีการสอบถามหรือเรียนรู้จากผู้รู้ในชุมชน เพื่อนบ้านและจากเอกสารหรือตำราที่ได้รับจากหน่วยงานต่าง ๆ ตลอดจนมีการรวมกลุ่มและสมัครเป็นสมาชิกในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการศึกษาและแสวงหาความรู้ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากกล้วยของตนเองมีการจัดอบรมโดยเชิญผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่าง ๆ มาเป็นวิทยากร มีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ผลิตในชุมชน มีการศึกษาดูงานจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้มีความรู้เพิ่มเติม มีระบบสารสนเทศเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชน เช่น เสียงตามสายแผ่นพับ หนังสือ อินเทอร์เน็ต และสื่ออื่น ๆ มีการถ่ายทอดความรู้ระหว่างผู้ผลิตในชุมชน และมีการพัฒนาและศึกษาหาความรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิตกล้วยแปรรูปในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณลักษณ์ ทูมมากรณ์ และคณะ (2548) พบว่ามีการนำความรู้จากผู้รู้ในท้องถิ่นการทดลองลงมือปฏิบัติจนเกิดเป็นประสบการณ์และความชำนาญ มีการพัฒนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากกลุ่มผู้ผลิตเพื่อการพัฒนาชิ้นงานตามความสามารถสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคล และจากงานวิจัยของชุดิมา เมฆวัน (2549) เรื่อง การจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการแสวงหาความรู้จากการอบรมการศึกษา ดูงานและการนำความรู้เดิมมาพัฒนาปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสมัยนิยม นอกจากนี้ยังพบว่าชุมชนยังขาดการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านงบประมาณสนับสนุนในการศึกษา

ค้นคว้าและแสวงหาความรู้ ทั้งนี้เนื่องมาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่มีแผนงานด้านการจัดการความรู้ในชุมชนจึงไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควร ส่วนใหญ่เกิดจากการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง

3.2 ด้านการพัฒนาองค์ความรู้ในการผลิตและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกล้วย พบว่า ผู้ผลิตได้มีการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องจากการศึกษาดูงาน สอบถามผู้รู้ การแนะนำของนักวิชาการ และสถาบันการศึกษาทั้งในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง แล้วนำมาทดลองปฏิบัติเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง เกิดความรู้ใหม่ในการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กลุ่มผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวให้ความนิยมและสามารถจำหน่ายได้ในปัจจุบันคือ กล้วยฉาบ กล้วยอบเนย และกล้วยปรุงรส และมีการนำความรู้มาพัฒนา ดัดแปลงวัสดุและอุปกรณ์ของตนเองให้สะดวกต่อการแปรรูปกล้วย เช่น มีดสไลด์ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีรูปทรงที่หลากหลาย นำมารับประทานมากขึ้น มีการพัฒนารสชาติและสีของกล้วยแปรรูปให้มีความหลากหลายแปลกใหม่และเป็นที่น่าสนใจ เช่น การใช้สารปรุงแต่งเครื่องปรุงรส เป็นต้น และมีการนำความรู้มาใช้ในการจัดการด้านการตลาดโดยการจัดทำฉลากโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในร้านค้า รวมทั้งขอเลขสารบบอาหารเพื่อพัฒนาคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วยให้ได้คุณภาพ สอดคล้องกับที่ Kotler (2003) ได้กล่าวถึงความสำคัญของฉลากหรือตราของผลิตภัณฑ์ที่จะให้ผู้บริโภคได้รู้ถึงรายละเอียดคุณภาพและเกิดการยอมรับในตัวของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ รวมทั้งส่งผลต่อกิจการ ของผู้ผลิตหรือผู้ขายผลิตภัณฑ์นั้น นอกจากนี้ป้ายฉลากในตัวของผู้ผลิตยังเป็นการสร้างความดึงดูดใจให้กับผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องมีรายละเอียดที่ครบถ้วนของส่วนประกอบที่สำคัญ เพื่อไม่ให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจผิดจึงต้องมีการระบุสิ่งที่จำเป็นบนป้ายฉลากเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดการยอมรับและได้มาตรฐาน

3.3 ด้านการจัดเก็บและอนุรักษ์ไว้ซึ่งองค์ความรู้ พบว่า ชุมชนยังไม่มี การจัดเก็บองค์ความรู้ในรูปแบบของเอกสารหรือฐานข้อมูล องค์ความรู้ที่มีอยู่จะจัดเก็บไว้เฉพาะตัวของแต่ละบุคคล และมีการรวมกลุ่มของผู้ผลิตกล้วยแปรรูปจำนวน 120 ร้านค้า ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลายเป็นตลาดจำหน่าย ผลผลิต และผลิตภัณฑ์แปรรูปด้านการเกษตรซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งการเรียนรู้ด้านการ

แปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วยที่ผู้สนใจทั่วไปสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และลงมือปฏิบัติเพื่อให้เกิดทักษะสามารถนำไปประกอบอาชีพในอนาคตได้ และยังเป็นโอกาสเปิดโอกาสให้กับคนในท้องถิ่นเกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ กลายเป็นเอกลักษณ์ของบ้านปากอ่าง และมีการนำความรู้ไปถ่ายทอดให้เกิดประโยชน์กับกลุ่มคนที่สนใจ เช่น กลุ่มแม่บ้านนักเรียนในชุมชน หน่วยงานของรัฐ นอกจากนี้พบว่าไม่มีหน่วยงานในท้องถิ่นเข้าไปจัดเก็บองค์ความรู้และจัดทำให้เป็นระบบ ซึ่งผู้วิจัยได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดเก็บองค์ความรู้ เป็นรูปเล่มหนังสือ และจัดเก็บในฐานข้อมูลท้องถิ่น เพื่อการอนุรักษ์และเผยแพร่ให้กับชุมชนในท้องถิ่นและผู้สนใจทั่วไปได้ศึกษาค้นคว้า

3.4 ด้านการถ่ายทอดความรู้ พบว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นได้มีการถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกในครอบครัว ญาติ พี่น้อง อย่างไม่เป็นทางการ เป็นการถ่ายทอดความรู้แบบฝึกปฏิบัติ เป็นลูกมือหรือช่วยเหลือในระยะแรก จากนั้นจะให้ผลิตด้วยตนเอง สอดคล้องกับเอกรัฐ อินตะวงศา (2545) ที่พบว่าวิถีการถ่ายทอดความรู้คือให้สังเกตแบบอย่างการปฏิบัติ และฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง ในปัจจุบันนี้ขาดการถ่ายทอดอย่างต่อเนื่อง สาเหตุมาจากสมาชิกในครอบครัวหรือ บุตรหลานไม่มีเวลาในการเรียนรู้ และผู้ผลิตบางรายได้รับเชิญเป็นวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับการทำกล้วยฉาบให้กลุ่มแม่บ้าน นักเรียน ชุมชนต่าง ๆ และกลุ่มคนที่สนใจทั่วไป มีการนำสินค้าออกจำหน่ายตามงานเทศกาลต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของชุดิมา เมฆวัน (2549) ที่กลุ่มธุรกิจชุมชนมีการพัฒนาการตลาดโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ มีการขายโชว์ตามงาน ตามร้านค้าหรือนิทรรศการออกร้าน เพื่อการจำหน่าย นอกจากนี้ชุมชนมีการรวมตัวของร้านค้าที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปเกิดเป็นชุมชนนักปฏิบัติ ซึ่งผู้สนใจทั่วไปสามารถศึกษาค้นคว้าหรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปได้ด้วยตนเอง

3.5 ด้านการนำความรู้ที่มีอยู่ในการผลิตผลิตภัณฑ์จากกล้วยไปใช้งานในชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ ผู้ผลิตได้นำความรู้ที่คิดค้นทั้งที่เป็นสูตรการแปรรูปกล้วยแบบดั้งเดิมและสูตรใหม่ที่เกิดจากการประยุกต์และคิดค้นเองเข้าไปให้ความรู้โดยการสอนและอบรมชาวบ้าน และกลุ่มแม่บ้านในท้องถิ่นและอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัด

กำแพงเพชร โดยมีเกษตรกรจังหวัดเป็นผู้ประสานงานในการจัดอบรม ผู้ให้ความรู้ส่วนใหญ่ประธานกลุ่มแม่บ้าน มีการอบรมและสอนเด็กนักเรียนในชุมชน ให้มีความรู้ และทดลองฝึกปฏิบัติในห้องเรียน จากการรวมกลุ่มของผู้ผลิตที่บ้านปากอ่างถือเป็นแหล่งการเรียนรู้ของท้องถิ่นที่สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสามารถลงมือปฏิบัติได้ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ดังนี้

2.1 การจัดการความรู้ของชุมชน ควรได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนและส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น

2.2 ควรมีการจัดเก็บองค์ความรู้ในรูปแบบต่างๆ เช่น หนังสือ จัดทำฐานข้อมูลการจัดการความรู้ของท้องถิ่น และสร้างแหล่งเรียนรู้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

2.3 ควรมีการพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ของชุมชนอย่างเป็นระบบโดยการมีผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการความรู้เข้าไปดำเนินการร่วมกับชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2546). **ตำนานผลิตภัณฑ์: ภูมิปัญญาท้องถิ่น**. [On-line]. Available: <http://www.tamnaotop.com/wisdom.htm>. [2549, มีนาคม 21].
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, (2548). **ความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น**. [Online]. Available: <http://www.tkc.go.th/index.aspx?pageid=174&parent=110&directory=1271&pagename=content>. [2551, มกราคม 6].
- กิตติญาภรณ์ ชุขลา. (2550). **การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการเทศบาลตำบลหนองหิน กิ่งอำเภอหนองหิน จังหวัดเลย**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- จารุวรรณ ธรรมวัตร. (2532). **ภูมิปัญญาแห่งอีสาน: รวบรวมบทความอีสานคดีศึกษา**.

- มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม.
- จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์. (2548). **การจัดการความรู้ : มหาวิทยาลัยขอนแก่น**. [Online]. Available: <http://www.riclib.nrct.go.th>. [2549, มกราคม 18].
- ชุดิมา เมฆวัน. (2549). **การจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2542). **ธุรกิจชุมชนเส้นทางการที่เป็นไปได้**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ณัฐนันท์ ยอดนพเกล้า. (2548). **การจัดการความรู้ของโรงพยาบาลรวมแพทย์อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ตติยาพร ปรีเปรม. (2548). **ธุรกิจชุมชน : กลุ่มอาชีพแปรรูปผลิตภัณฑ์จากหม่อนบ้านโนนงาม อำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธนัท อ้วนอ่อน. (2546). **การปรับปรุงคุณภาพและกรรมวิธีการผลิตกล้วยตาก**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิคม ชมภูหลง. (2542). **ชุดฝึกอบรมด้วยตนเอง การสร้างและพัฒนาหลักสูตรโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกลุ่มการงานและพื้นฐานอาชีพ**. มหาสารคาม: อภิชาติการพิมพ์.
- นิคม มูลิกะคามะ. (2542). **แนวทางการทำนุบำรุงรักษามรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล เขตปกครองพิเศษ**. กรุงเทพฯ: ศิลปาคร.
- นिसารัตน์ วรางคณาภิกุล. (2545). **ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มเกษตรกรในตำบลไร่ชิง อำเภอสามพราน จังหวัด นครปฐม**. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2547). **การจัดการความรู้กับคลังความรู้**. กรุงเทพฯ: เอส อาร์
- พรีนตัง แมลโปรดักส์.
- ไฉนชัย อุดมบุญญานภาพ. (2549). **การจัดการความรู้**. [Online]. Available: <http://nites.kalasin1.net/notai/km.doc>. [2551, เมษายน 30].
- บรรชรร กล้าหาญ. (2538). **การเปลี่ยนแปลงกระบวนการถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิตของหัตถกรรมพื้นบ้าน**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุรชัย ศิริมหาสาร. (2550). **จัดการความรู้สู่ความเป็นเลิศ**. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- ปฐม นิคมานนท์. (2535). **การค้นหาคำรู้และระบบถ่ายทอดความรู้ในชุมชนชนบทไทย**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- (2538). **รายงานการวิจัยการค้นหาคำรู้และระบบการถ่ายทอดความรู้ในชุมชนชนบทไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประเวศ วะสี. (2530). **การสร้างสรรคภูมิปัญญาไทยเพื่อการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: หมู่บ้าน.
- พลู เดชะรินทร์. (2548). **การนำ Knowledge Management มาใช้ร่วมกับ Balanced Scorecard เพื่อพัฒนาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้**. กรุงเทพฯ: กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข.
- พฤษภา ฌ อุษยา. (2542). **สวนกล้วยน้ำว้า**. กรุงเทพฯ: แสงปัญญาเลิศ.
- มณฑาทิพย์ ยุ่นฉลาด และเนื่อทอง วนานูวัธ. (2548). **กล้วยอบเนย**. *อาหาร 35* (2): 104-112.
- วิจารณ์ พานิช. (2547). **แก่นของการจัดการความรู้**. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิชัย หฤทัยธนาสันต์. (2539). **การแปรรูปผลิตผลเกษตรใน อนุชา ภูริพันธุ์กัญญา (บก)**. **เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการผลิตผลและการแปรรูปผลิตผลเกษตรหน่วยที่ 1-7** (หน้า 111-159). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- (2541). การใช้ประโยชน์และแปรรูปกล้วย. ใน การสัมมนาและนิทรรศการกล้วยครบวงจร วันที่ 15-17 มกราคม 2541 ณ สำนักพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเกษตรศาสตร์. (หน้า 16-17). กรุงเทพฯ: อักษรสยามการพิมพ์.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2548). คุณค่าและความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น. ว.ศีกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร 3(1) สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2547). การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: จีรวัดน์ เอ็กซ์เพรส.
- สรายุจิต หรุ่นขำ. (2548). การพัฒนาบรรพบุรุษผลิตภัณฑจากข้าวประเภทขนมหวานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทุ่งสวน ตำบลในเมือง อำเภอเมืองจังหวัดกำแพงเพชร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สวรส บัวมีธูป. (2547). การจัดการความรู้ในองค์การ: กรณีศึกษาการประสานนครหลวง. ภาคนิพนธ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงาน ก.พ.ร. (2548). การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐและการจัดการองค์ความรู้. [Online]. Available: <http://disaster.go.th/html/develop/data/PMQA.doc>. [2549, มีนาคม 16].
- สุธิวงศ์ พงศ์ไพบุลย์. (2541). ขอบข่ายของภูมิปัญญา. ใน ปราณี ดันตยานุบุตร. ภูมิปัญญาไทย (หน้า 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุพร ชุ่มจิตต์. (2544). การพัฒนาผลิตภัณฑกล้วยกวนเพื่อตลาดนักท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เสรี พงศ์พิศ. (2536). ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท เล่มที่ 2. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินติ้งกรุ๊ป.
- หมายใจ จิตรธีธรรม. (2548). สารพันกล้วย. กรุงเทพฯ: แม็ค.
- อภิชัย พันธเสน. (2549). การสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อรุณลักษณ์ ทูมมากรณ์, ประพิมพร โกติยะกุล และ สุรัชย์ โกติยะกุล. (2548). การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไม้แกะสลักโซฟ้ามังกรบ้านคลองเตย ตำบลคลองลานพัฒนา อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์. (2548). การจัดการความรู้เพื่อเพิ่มมูลค่า. [Online]. Available: <http://www.hrcenter.co.th/HRKnowView.asp?id=242>. [2549, สิงหาคม 19].
- เอกรัฐ อินตะวงศา. (2545). การถ่ายทอดความรู้อาชีพช่างปั้นสิ่งทอในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เอกวิทย์ ณ ถลาง และคณะ. (2546). ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์.
- Kcyser, R. L. (2004). Assessing the Relationship between Knowledge Management and Plant Performance at the Tennessee Valley Authority. Thesis Ph.D. New York: The University of Alabama In Huntsville.