

รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของ ธุรกิจสุขชี แอนด์คราฟท์ จังหวัดราชบุรี

A Knowledge Management Model for Local Wisdom and Marketing Strategies in the Business of Sukkee Handicraft Limited at Ratchaburi Province

จิตพนธ์ ชุมเกต^{1*}, จุฑามาศ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา² และ ปณิศา ชาตีสิริพิทักษ์กุล³

Jitapon Chumkate^{1*}, Chuthamas Seneewong Na Ayuthaya² and Panisa Chatsiripitakkun³

^{1,2,3} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

^{1,2,3} Faculty of Management Science, Silpakorn University Phetchaburi IT Campus.

*Corresponding author E-mail: pongpang_154@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของธุรกิจสุขชี แอนด์คราฟท์ จังหวัดราชบุรี 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจสุขชี แอนด์คราฟท์ จังหวัดราชบุรี 3) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไข ปัญหา กรณีศึกษา: ธุรกิจสุขชี แอนด์คราฟท์ จังหวัดราชบุรีโดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ เจ้าของธุรกิจสุขชี แอนด์คราฟท์ จังหวัดราชบุรี บุคลากรของธุรกิจสุขชี แอนด์คราฟท์ จังหวัดราชบุรี และลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า 1) ธุรกิจสุขชี แอนด์คราฟท์ จังหวัดราชบุรีมีรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนที่สำคัญคือ 1.การกำหนดความรู้ 2.การแสวงหาและได้มาซึ่งความรู้ 3.การแลกเปลี่ยนความรู้ 4.การจัดเก็บความรู้ และ 5.การถ่ายทอดความรู้ 2) กลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานที่ธุรกิจใช้ ได้แก่ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การสร้างฐานลูกค้าใหม่ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ และกลยุทธ์เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย 3) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานที่พบคือปัญหาด้านวัตถุดิบและการเก็บรักษา ปัญหาด้านแรงงาน และปัญหาด้านช่องทางการสื่อสาร

คำสำคัญ: การจัดการความรู้, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, กลยุทธ์ทางการตลาด

Abstract

The objective of this research is 1) To study a knowledge management model for local wisdom of Sukkee Handicraft Limited at Ratchaburi province 2) To study marketing strategies in the business of Sukkee Handicraft Limited at Ratchaburi province 3) To study the problems and solution to solve problems Case study: Sukkee Handicraft Limited at Ratchaburi province. There are three groups key informants in Sukkee Handicraft Limited at Ratchaburi province which include the Business Owners, the craftsman and the customers who purchase the product. Using in-depth interviews. the knowledge management system for local wisdom in production consists of five important steps, which are 1. Knowledge Identification 2. To seek and acquiring knowledge 3. Knowledge sharing 4. Knowledge storing and 5. knowledge transferring. 2) Marketing strategy in operating businesses use strategy of differentiation, strategy of create a new customer base, strategic of entry into foreign market and strategy of increase place. 3) They are some barriers and problem about raw materials, storage and communication channel.

Key Word: Knowledge Management, Local Wisdom, Marketing Strategies

บทนำ

ในอดีตกาลมนุษย์ได้เลือกสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการตั้งหลักแหล่งอยู่อาศัย ทำมาหากินมาเป็นเวลานาน ได้เรียนรู้ พร้อมทั้งสร้างสรรค์วัฒนธรรมที่เหมาะสมอันเนื่องมาจากการปรับตัว ปรับเปลี่ยน แลกเปลี่ยน วัฒนธรรมกัน สิ่งเหล่านี้จึงเป็นภูมิปัญญาของไทยที่ได้สั่งสมสืบทอดเป็นมรดก เพื่อใช้ในการดำเนินชีวิตจนถึงทุกวันนี้

ภูมิปัญญาไทย หมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถ และทักษะของคนไทยอันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ เลือกสรร ประยุกต์ พัฒนา และถ่ายทอดสืบทอดกันมา เพื่อใช้แก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทยให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับยุคสมัย ภูมิปัญญาไทยนี้มีลักษณะเป็นองค์รวมมีคุณค่าทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นในวิถีชีวิตของคนไทย ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นอาจเป็นที่มาขององค์ความรู้ที่งอกงามขึ้นใหม่ที่จะช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหาการจัดการและการปรับตัวในการดำเนินวิถีชีวิตของคนไทยลักษณะองค์รวมของภูมิปัญญา มีความเด่นชัดในหลายด้านเช่น ด้านเกษตรกรรมด้านอุตสาหกรรม และหัตถกรรม (รุ่ง แก้วแดง, 2544)

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือที่เรียกว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึง องค์ความรู้ความสามารถของชุมชนที่สั่งสมสืบทอดกันมานาน ซึ่งเป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ที่เป็นองค์รวมระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติแวดล้อม และคนกับสิ่งที่เหนือธรรมชาติรวมไปถึงกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ การปรับตัวการเรียนรู้เพื่ออยู่รอดของบุคคล ชุมชน และสังคม ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาชีวิตของคนในสังคม (ศักดิ์ชัย เกียรติณาคินทร์, 2542)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน ถือว่าเป็นองค์ความรู้ที่มีการสั่งสมและถ่ายทอดมาเป็นระยะเวลานาน เครื่องจักสานยังเป็นเครื่องมือที่มนุษย์สามารถจะนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี และไม่เพียงแต่ด้านประโยชน์ใช้สอยเท่านั้นที่มนุษย์พัฒนาขึ้น

ความสวยงาม และความทนทานถาวรเป็นปัจจัยที่มนุษย์ให้ความสำคัญอีกด้วย ปัจจุบันเครื่องจักสานได้มีการพัฒนาไปมากโดยการประดิษฐ์คิดค้น ทำให้ได้รูปแบบต่างๆที่ทันสมัย ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่ทำให้ภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมเครื่องจักสานดำรงอยู่คือการจัดการความรู้เพื่อให้องค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดมีการจัดเก็บ การพัฒนา และการนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาต่อไป (ชูเกียรติ ลิขสุวรรณ, 2535)

จะเห็นได้ว่าการศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสานนั้นเกิดจากประสบการณ์ ความคิด ความเชื่อที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม การดำรงชีวิตของคนในแต่ละท้องถิ่น มีการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ดังนั้นกระบวนการจัดการความรู้จึงเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินงานธุรกิจที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ รวมไปถึงการเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ดีและเหมาะสมกับธุรกิจ จึงจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

ซึ่งธุรกิจ สุขชี แชนดิคราฟท์ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2524 จากการรวมกลุ่มชาวบ้านพงสวาย จ.ราชบุรี ทำผลิตภัณฑ์จากเถาวัลย์เป็นที่แรกในประเทศไทย โดยรวมความคิดงานเครื่องปั้นดินเผาและงานหัตถกรรมฝีมือไว้ด้วยกัน เถาวัลย์เป็นวัชพืชซึ่งหากปล่อยให้ปกคลุมต้นไม้ใหญ่มากเกินไปอาจทำให้ต้นไม้ใหญ่ตายได้ การตัดเถาวัลย์มาใช้นั้นไม่ได้เป็นการทำลายธรรมชาติหากแต่เป็นการช่วยให้เกิดความสมดุลของป่า ซึ่งถือว่าเป็นการอนุรักษ์ธรรมชาติอีกทางหนึ่งด้วย ต่อมาได้เริ่มพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เป็นสากลมากขึ้นจากการได้ไปศึกษาดูงานและร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ทั่วโลกรู้จักงานหัตถกรรมที่แสดงถึงความสามารถในการจักสานของคนไทยและความสวยงามในการทำเครื่องปั้นดินเผาของไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์ด้วยลวดลาย เทคนิคที่แตกต่างจากที่อื่นด้วย ซึ่งในปี 2546 ได้รับการคัดเลือกเป็น "สุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" 5 ดาวระดับภาคกลาง และรางวัลการ์ตูนอื่นๆอีกมากมาย นอกจากนี้ยังลงทุนสร้างรีสอร์ทบ้านดินเผาเถาวัลย์ อ.สวนผึ้ง จ.ราชบุรี เสมือนเป็นโซ่รุ่มนำเสนอ

สินค้า ทั้งยังมีโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาพักผ่อน เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ที่โฟกัสเฉพาะนักท่องเที่ยว เครื่องจักรสานจากถั่วฝักยาวเพียงอย่างเดียว

ดังนั้นจากข้อมูลที่กำลังมาข้างหน้าทำให้เห็นว่าธุรกิจ สุขชี แอนติกราฟท์ จังหวัดราชบุรี มีรูปแบบการจัดการและ กลยุทธ์ที่ดี ที่สามารถใช้แข่งขันและสร้างฐานลูกค้าได้ โดย ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และสิ่งสำคัญ คือความละเอียดรอบคอบที่มีกลิ่นอายความเป็นไทยในชิ้นงาน ซึ่งความเป็นไทยขายได้ทั่วโลกด้วยเหตุนี้เองจึงเป็นเหตุผลให้ ผู้วิจัยเลือกรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและ กลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจ สุขชี แอนติกราฟท์ จังหวัดราชบุรี เพื่อจะได้ทราบถึงรูปแบบการ จัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกลยุทธ์ทางการตลาดใน การดำเนินงานของธุรกิจ พร้อมทั้งการแก้ไขหรือรับมือกับ ปัญหาต่างๆ เพื่อผลวิจัยที่ได้มานั้นจะสามารถนำไปใช้เป็น แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการจัดการ ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกลยุทธ์ทางการตลาดให้แก่ ผู้ประกอบการรายอื่นๆได้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญา ท้องถิ่นของธุรกิจสุขชี แอนติกราฟท์ จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงาน ของธุรกิจสุขชี แอนติกราฟท์ จังหวัดราชบุรี
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไข ปัญหา

การทบทวนวรรณกรรม

เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าและวิจัยเรื่องรูปแบบการ จัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกลยุทธ์ทางการตลาด ในการดำเนินงานของธุรกิจสุขชี แอนติกราฟท์ จังหวัด ราชบุรีในครั้งนี้ดำเนินไปตามขั้นตอน ผู้วิจัยจึงได้ศึกษา

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดประเด็นใน การนำเสนอ ดังนี้

1. แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. แนวคิดประเภทภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้าน

หัตถกรรมเครื่องจักรสาน

4. แนวคิดการจัดการความรู้
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น ความหมายของภูมิ ปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาชาวบ้าน(popular wisdom) หรือภูมิ ปัญญาท้องถิ่น(local wisdom) เป็นกระบวนการทาง ความคิดที่ชาวบ้านหรือกลุ่มชนคิดขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหา เป็นความรู้และประสบการณ์ของชาวบ้านที่ได้รับการ ถ่ายทอดสืบส่งกันมานาน นอกจากนี้ยังอาจหมายถึง แบบ แผนการดำเนินชีวิตที่มีคุณค่าผ่านการพัฒนาให้เหมาะสม กับกาลเวลา

ริณา ศรีวรสาร (2556) ได้กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom) หมายถึงความรู้หรือประสบการณ์ดั้งเดิม

ของประชาชนในท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมา จากบรรพบุรุษหรือถ่ายทอดต่อกันจากสถาบันต่างๆใน ชุมชนเช่นจากสถาบันครอบครัวสถาบันความเชื่อและ ศาสนาสถาบันการเมืองการปกครองสถาบันเศรษฐกิจและ สถาบันทางสังคมอื่นๆและยังเชื่อมโยงไปถึงความรู้ ประสบการณ์ตรงของคนในท้องถิ่นที่ได้จากการสะสม ประสบการณ์จากการทำงานการประกอบอาชีพและการ เรียนรู้จากธรรมชาติแวดล้อมต่างๆ

รัตนะ บัวสนธิ์ (2535) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึงกระบวนการที่คนของบุคคลที่มีต่อตนเองต่อโลกและ สิ่งแวดล้อมซึ่งกระบวนการดังกล่าวมีรากฐานจากคำสอน ทางศาสนา จารีตประเพณีที่ได้รับการถ่ายทอดสั่งสอน และปฏิบัติสืบเนื่องกันมาปรับเข้ากับบริบททางสังคมที่

เปลี่ยนแปลงแต่ละสมัยทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อความสงบสุขของส่วนที่เป็นชุมชนและปัจเจกบุคคล

สำนักคณะกรรมการการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2534) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น (local wisdom) สะสมขึ้นมาจากประสบการณ์ของชีวิตสังคมและในสภาพสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันและถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็นวัฒนธรรมการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมจึงต้องใช้ปัญญาค้นหาสิ่งที่มีอยู่แล้วฟื้นฟู ประยุกต์ประดิษฐ์ เสริมสร้างสิ่งใหม่บนรากฐานสิ่งเก่าที่ค้นพบนั้น นักฟื้นฟู นักประยุกต์ และนักประดิษฐ์คิดค้นทางวัฒนธรรมพื้นบ้านเหล่านี้ มีชื่อเรียกในเวลาต่อมาว่า “ปราชญ์ชาวบ้าน” หรือ “ผู้รู้ชาวบ้าน” และสติปัญญาที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์นี้เรียกว่า “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” หรือ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น”

ประเวศ วะสี (2536) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดจากการส่งสมการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนานมีลักษณะเชื่อมโยงกันไปหมดทุกสาขาวิชาไม่แยกเป็นวิชาแบบเรียนที่เราเรียนแต่เป็นการเชื่อมโยงกันทุกรายวิชาทั้งที่เป็นเศรษฐกิจความเป็นอยู่ การศึกษาและวัฒนธรรมจะผสมกลมกลืนเข้าด้วยกัน

ดังนั้น ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดจากการดำเนินชีวิตของมนุษย์ที่มีการสั่งสมความรู้มวลประสบการณ์ต่างๆ ที่มีการสืบทอดจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องไม่ขาดสายโดยมีความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้าน จากชุมชนหนึ่งสู่ชุมชนหนึ่งจนทำให้สังคมชาวบ้านมีความเป็นปึกแผ่นมั่นคง

2. แนวคิดประเภทภูมิปัญญาท้องถิ่น

อังกุล สมคะเน (2535) ได้จำแนกภูมิปัญญาท้องถิ่นออกเป็น 4 กลุ่มคือ

1. เรื่องเกี่ยวกับคติ ความเชื่อ ภาษาและหลักการที่เป็นพื้นฐานขององค์แห่งความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมถ่ายทอดกันมา คติ ความเชื่อ ภาษาและหลักการที่เป็นพื้นฐานขององค์แห่งความรู้ที่ปรากฏให้เห็นได้ในปัจจุบัน ทั้งที่เป็นการประกอบพิธีกรรม การปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์และการใช้

แรงงานของตนเอง รวมถึงการหาผลผลิตต่าง ๆ ที่มีอยู่ในธรรมชาติมาใช้ประโยชน์เพื่อการยังชีพ ประกอบกับความเชื่อทางศาสนาได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องด้วย คติ คำคม สุภาษิต คำพังเพย นิทานหรือตำนานพื้นบ้าน คติคำสอนทางศาสนา ปริศนาคำทายต่างๆ ภาษาถิ่นหรือภาษาพื้นบ้าน

2. เรื่องของศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีจะเป็นตัวชี้ที่สำคัญต่อการแสดงออกถึงภูมิปัญญาชาวบ้านแต่ละหมู่บ้าน ซึ่งก็คือผลงานหรือกิจกรรมที่เกิดจากความคิดของชาวบ้านที่แสดงให้เห็นคุณค่าแห่งการดำเนินชีวิต วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมาเฉพาะกลุ่มชนหรือท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งเป็นการแสดงถึงความเจริญงอกงามและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของกลุ่มชนหรือท้องถิ่นนั้นๆ ได้แก่ การละเล่นพื้นบ้าน เพลงพื้นบ้าน

ประเภทต่างๆ ศิลปะการแสดง เช่น หนึ่งตะลุง โนราห์ ศิลปะด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุของท้องถิ่น

3. เรื่องของการประกอบอาชีพในแต่ละท้องถิ่นในอดีตวิถีชีวิตของคนไทยมีความเป็นอยู่โดยธรรมชาติทำมาหาเลี้ยงชีพด้วยการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์จับสัตว์น้ำโดยใช้เครื่องมือที่ประดิษฐ์เองในการประกอบอาชีพนั้นเป็นการทำเพื่อให้มีอยู่มีกินมากกว่าที่จะทำเพื่อความมั่งมีโดยที่ไม่จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยจากภายนอกมาเป็นตัวกำหนดหรืออิทธิพลในการผลิตแต่ปัจจุบันวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปมากซึ่งเป็นผลมาจากการมุ่งเน้นพัฒนาประเทศเพื่อเปลี่ยนแปลงจากประเทศเกษตรกรรมเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ทำให้ระบบการผลิตของชาวบ้านได้รับผลกระทบไปด้วยจึงก่อให้เกิดความล้มเหลวทางเศรษฐกิจในชนบทอย่างรุนแรงผลจากความล้มเหลวและความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจึงได้มีบุคคลหนึ่งนำไปใช้เป็นบทเรียนเกิดแนวคิดการพึ่งพาตนเองและการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในชนบทจึงได้มีการริเริ่มฟื้นฟูทรัพยากรในท้องถิ่นที่ได้มีการสูญเสียไปให้มีสภาพอุดมสมบูรณ์พร้อมปรับสภาพการดำเนินชีวิตที่เคยถูกรบกวนด้วยระบบธุรกิจการค้ากลับมาสู่อาชีพเกษตรกรรมเพื่อความอยู่รอดโดย

อาศัยความสมดุลทางธรรมชาติ กลุ่มบุคคลดังกล่าวยืนหยัดต่อสู้ด้วยความเข้มแข็งกับความล้มเหลวและความผิดพลาดที่เกิดขึ้นอย่างภาคภูมิใจด้วยกำลังใจ สติปัญญา สังคม ประสพการณ์จากการผสมผสานกลมกลืนได้อย่างเหมาะสมสามารถยืนหยัดอยู่ได้ด้วยการพึ่งพาตนเองบุคคลเหล่านี้จึงเป็นผู้ที่สมควรได้รับการยกย่องและนำเอาหลักการ ความรู้ แนวคิดและประสบการณ์ไปถ่ายทอดให้กับอนุชนรุ่นต่อไป ได้แก่ งานจักสานจากไม้ไผ่งานจักสานจากเตยปาหนันงานจักสานจากหวายงานประดิษฐ์สิ่งของจากเปลือกหอยแตก การจัดทำผ้าบาติกและการเขียนลายผ้าบาติก

4. เรื่องของแนวความคิดหลักปฏิบัติและเทคโนโลยีชาวบ้านจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้เปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมไปสู่สังคมอุตสาหกรรม ส่งผลให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนไปเพื่อให้สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขจึงได้มีบุคคลนำแนวความรู้และหลักการที่เคยปฏิบัติกันมานำมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเพิ่มผลผลิตหรือประกอบกิจกรรมในการดำเนินชีวิตในครอบครัวและท้องถิ่นซึ่งนับว่าบุคคลเหล่านี้เป็นภูมิปัญญาอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาตนเองและช่วยเหลือสังคม ได้แก่ การทำไร่สวนผสมตามแนวเกษตรทฤษฎีใหม่การแปรรูปอาหารการประดิษฐ์ดอกไม้โดยใช้วัสดุในท้องถิ่นการนำสมุนไพรเพื่อใช้รักษาโรคการถนอมอาหาร

มาลินี สวยคำข้าว (2538) ได้แบ่งประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยยึดเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ทั้ง 5 หมวดคือ 1.หมวดขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อและศาสนา 2.หมวดภาษาและวรรณกรรม 3.หมวดศิลปกรรมและโบราณคดี 4.หมวดการเล่น ดนตรี และการพักผ่อนหย่อนใจ 5.หมวดชีวิตความเป็นอยู่และวิทยาการ

3. แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน

หัตถกรรม (crafts) หมายถึงเครื่องมือเครื่องใช้ที่สร้างขึ้นด้วยมือเป็นหลัก ใช้เป็นสิ่งที่สนองความเชื่อถือทางด้านประเพณีศาสนาเช่นเป็นเครื่องบูชาใช้เพื่อความสวยงามสนองความสุขทางจิตใจและเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ เช่นการปั่นการแกะสลักการจักสานซึ่งเกิดจากฝีมือช่างเพียงคนเดียวหรือมากกว่าหนึ่งคนโดยนำวัตถุดิบที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาประดิษฐ์เป็นเครื่องมือเครื่องใช้เพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันงานหัตถกรรมจะมีการพัฒนารูปแบบไปตามการพัฒนาฝีมือของช่างที่สั่งสมประสบการณ์และสืบทอดความรู้ความชำนาญจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งซึ่งต้องใช้ระยะเวลาและทักษะส่งผลให้งานหัตถกรรมมีความงามและมีคุณค่าทางศิลปะงานหัตถกรรมจึงกลายเป็นงานศิลปหัตถกรรมซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันจนไม่อาจแยกออกจากกันได้

กรมศิลปากร (2532) ได้แบ่งประเภทของหัตถกรรมไทยตามประโยชน์ใช้สอยไว้ดังนี้ 1.เครื่องมือเครื่องใช้ในครัวเรือน 2.เครื่องมือในการประกอบอาชีพ 3.เครื่องทอผ้า 4.เครื่องประดับ 5.เครื่องใช้ในการประกอบพิธีกรรมและ 6. เครื่องใช้เพื่อความบันเทิงเช่นของเล่นชนิดต่างๆ

นอกจากนี้รัฐบาลได้กำหนดประเภทของหัตถกรรมไทยในโครงการศิลปหัตถกรรมไทย 2531 – 2532 โดยแบ่งออกเป็น 12 ประเภทดังนี้ (กุลวดี เจริญวงศ์ และคณะ, 2533) 1.เครื่องจักสาน 2.เครื่องปั้นดินเผา 3.เครื่องเรือนหวาย 4.เครื่องหนัง 5.เครื่องใช้ทองเหลืองและทองลงหิน 6.เครื่องถมเงินถมทอง 7.ดอกไม้ประดิษฐ์ 8.ผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย 9.ผลิตภัณฑ์ใบไม้ 10.ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม 11.ตุ๊กตายัดนุ่น 12.อัญมณีและเครื่องประดับ

วิฒนะ จูทะวิภาต (2545) ได้ให้ความหมายของหัตถกรรมเครื่องจักสานไว้ว่าการจักสาน (Basketry) หมายถึงการนำวัสดุจากธรรมชาติมาใช้เช่นไม้ไผ่หวายใบไม้เชือกปอเถาวัลย์ฟางป่านมาสานเป็นภาชนะเครื่องใช้ต่างๆไม่ว่าจะเป็น

ที่นิยมมากที่สุดเพราะพบโดยทั่วไปของประเทศไทยราคาไม่แพงสามารถแบ่งตามประโยชน์ใช้สอยได้ 4 ประเภทดังนี้

1. เครื่องใช้ในบ้านเช่นตะกร้ากระชอนกระด้ง
2. เครื่องมือจับปลาเช่นส้อมลอบกระชัง
3. เครื่องมือกลกรรมเช่นเข่งคราดส้อมไถ
4. สิ่งของเบ็ดเตล็ดได้แก่เครื่องกีฬาเครื่องเล่นเครื่องใช้

เช่นงอบหมอก

เครื่องจักสานเป็นงานศิลปหัตถกรรมอย่างหนึ่งที่มนุษย์คิดวิธีการต่างๆขึ้นเพื่อใช้สร้างเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันด้วยวิธีการสอดขัดและสานกันของวัสดุที่เป็นเส้นเป็นริ้วโดยสร้างรูปทรงของสิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นนั้นตามความประสงค์ในการใช้สอย

นวลลออ ทินานนท์ (2544) กล่าวถึงความเป็นมาของเครื่องจักสานว่าการทำเครื่องจักสานเป็นงานหัตถกรรมที่มีการทำมาเป็นเวลายาวนานมีหลักฐานทางโบราณคดีที่พบการทำเครื่องจักสานในยุคหินใหม่ที่เป็นบริเวณถ้ำแห่งหนึ่งในจังหวัดกาญจนบุรีเป็นงานจักสานที่ทำด้วยไม้ไผ่เป็นลายขัดสองเส้นประมาณอายุได้ 4,000 ปีมาแล้วแสดงให้เห็นว่ามนุษย์รู้จักการสร้างสรรค์เครื่องจักสานขึ้นเพื่อตอบสนองต่อการใช้สอยมาเป็นเวลานาน

ดังนั้นเครื่องจักสานคือวัสดุที่มีลักษณะเป็นเส้นยาวที่สอดและขัดกันเพื่อให้ได้รูปทรงตามต้องการกับประโยชน์ใช้สอยรูปทรงงานจักสานจะขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ของช่างในแต่ละท้องถิ่นเป็นผู้กำหนด

4. แนวคิดการจัดการความรู้

การจัดการความรู้หรือเคเอ็ม (KM = Knowledge Management) คือการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบเพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด โดยที่ความรู้มี 2 ประเภทคือ

1. ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่างๆเป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่ายเช่นทักษะในการทำงานงานฝีมือหรือการคิดเชิงวิเคราะห์บางครั้งจึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม

2. ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวมถ่ายทอดได้โดยผ่านวิธีต่างๆเช่นการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรทฤษฎีคู่มือต่างๆและบางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม

วิจารณ์ พานิช (2548) กล่าวว่า “การจัดการความรู้” ไว้คือนักปฏิบัติการจัดการความรู้คือเครื่องมือเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย 4 ประการไปพร้อมๆกันได้แก่

1. บรรลุเป้าหมายของงาน
 2. บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน
 3. บรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรเรียนรู้
 4. บรรลุความเป็นชุมชนเป็นหมู่คณะความเอื้ออาทรระหว่างกันในการทำงาน
- สำนักงาน ก.พ.ร. และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

(2548) กล่าวว่า การจัดการความรู้ในองค์กร หมายความว่า การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขัน

กระบวนการจัดการความรู้

สำนักงาน ก.พ.ร. และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2548) ได้สรุปเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ไว้ดังนี้

1. การค้นหาการบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) เป็นการค้นหามีความรู้อะไรบ้างในองค์กรที่มีผู้เกี่ยวข้องหรือลูกค้าต้องการทราบแล้วพิจารณา

ว่าความรู้นั้นเป็นรูปแบบโดยอยู่ที่ใครหรือความรู้จะใครบ้างที่องค์การจำเป็นต้องมีแล้วจัดลำดับความสำคัญของความรู้นั้นเพื่อให้องค์การวางขอบเขตของการจัดการความรู้และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2.การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) เป็นการกำหนดวิธีการในการดึงความรู้จากแหล่งต่างๆที่อาจอยู่กระจัดกระจายมารวมไว้จัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการหรือลักษณะการเรียนรู้ของผู้ใช้เป็นการสร้างความรู้ขึ้นจากความรู้เดิมที่มีอยู่หรือนำความรู้จากภายนอกองค์การมาใช้เพื่อให้องค์การมีความรู้ที่จำเป็นต้องมีแต่ยังไม่มี

3.การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge organization) เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้รวมทั้งแบ่งชนิดหรือประเภทของความรู้โดยคำนึงถึงการนำไปใช้และลักษณะการทำงานของบุคลากร

4.การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) เป็นการประมวลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่ายและสะดวกต่อการใช้

5.การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) เป็นการจัดเก็บและกระจายความรู้ใน 2 ลักษณะคือการป้อนความรู้เป็นการส่งข้อมูลความรู้ให้ผู้รับโดยผู้รับไม่ได้ร้องขอและการให้โอกาสเลือกใช้ความรู้เป็นการที่ผู้ใช้สามารถเลือกรับหรือเฉพาะแต่ข้อมูลความรู้ที่ต้องการซึ่งช่วยลดปัญหาการได้รับข้อมูลความรู้ที่ไม่ต้องการมากเกินไป

6.การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) เป็นการแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ชัดแจ้งโดยวิธีการต่างๆเช่นการจัดทำเอกสารจัดทำฐานความรู้หรือการจัดทำสมุดหน้าเหลืองโดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ส่วนความรู้ประเภทฝังอยู่ในคนอาจใช้วิธีผสมผสานเพื่อผู้ใช้ข้อมูลสามารถเลือกใช้ได้ตามความสะดวก

7.การเรียนรู้ (Learning) บุคลากรเกิดการเรียนรู้จากสังเกตได้จากความสามารถในการทำงานดีขึ้นมี

ประสิทธิภาพสูงขึ้นสามารถแก้ปัญหาในงานได้ดีขึ้นและ/หรือเกิดความรู้ใหม่ๆขึ้นช่วยเพิ่มพูนความรู้ขององค์การที่มีอยู่แล้วให้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆและนำไปสู่องค์การมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นในที่สุด

5. วิจัยที่เกี่ยวข้อง

พยุพพร ไตรรัตน์สิงหลกุล (2537) ได้ศึกษาเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นในการถ่ายทอดหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสานบ้านหนองป่าตอง อำเภอนพมิตร จ.จังหวัดฉะเชิงเทรา การวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่าหัตถกรรมพื้นฐานเครื่องจักสานของหนองป่าตอง มีต้นกำเนิดจากชาวพวนที่อพยพมาจากนครเวียงจันทน์ มาตั้งถิ่นฐานที่บ้านหนองป่าตองในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว และได้นำความรู้ที่ได้ติดตัวมาทำเครื่องจักสานของบ้านหนองป่าตองและสาเหตุที่ความรู้ยังดำรงอยู่คือความจำเป็นในการดำเนินชีวิต สิ่งแวดล้อมตามสภาพภูมิศาสตร์ ความเชื่อในขนบประเพณีของศาสนา และจากแรงผลักดันเหล่านี้ ทำให้หัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสานของบ้านหนองป่าตองดำรงมาจนถึงทุกวันนี้ และเพื่อให้มีการถ่ายทอดวิธีการทำเครื่องจักสานจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง กระบวนการถ่ายทอดจะต้องประกอบด้วย 1. แหล่งความรู้จากครอบครัว โรงเรียน และหน่วยราชการต่างๆ 2. ผู้ถ่ายทอดและผู้รับรู้การถ่ายทอด ได้แก่ ครอบครัวเพื่อนบ้านและบุคคลต่างหมู่บ้านที่เป็นผู้ถ่ายทอดและผู้รับถ่ายทอด และ 3. วิธีการถ่ายทอด ได้แก่ การถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ เป็นวิธีการถ่ายทอดจากการสังเกต การทดลอง การบอกเล่าด้วยปาก การปฏิบัติจริง และการฝึกหัดฝึกฝนด้วยตนเอง เกิดจากความเคยชินที่พบเห็นทุกวัน จนสามารถทำได้โดยไม่ต้องมีคนสอน

ชุตินา เมฆวัน (2549) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า การจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ดประกอบด้วย 1.การระบุ

ถึงความรู้โดยการเลือกและตัดสินใจผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยกลุ่มธุรกิจชุมชนส่วนมากมีการตัดสินใจในการผลิตผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง และมีการเลือกและตัดสินใจจากการประชุมพูดคุย ปรีชาหาหรือในกลุ่มแล้วตัดสินใจ 2. กระบวนการแสวงหาความรู้ เป็นการแสวงหาความรู้จากการอบรมทั้งหมด รองลงมาคือ การศึกษาดูงานและการนำความรู้เดิมมาพัฒนาปรับปรุงตามลำดับ 3. การใช้และพัฒนาความรู้ของธุรกิจชุมชน ส่วนมากกลุ่มนำข้อมูลที่ได้มาจากการอบรมการแสวงหาความรู้เป็นแนวทางในการพัฒนาความรู้รองลงมาคือ กลุ่มนำความรู้ข้อมูลที่ได้มาจากการอบรมการแสวงหาความรู้มาปฏิบัติตาม และปรับปรุงหาความรู้เพิ่มจนพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้สูตรเฉพาะกลุ่ม 4. กระบวนการถ่ายทอดความรู้ให้แก่สมาชิกในกลุ่ม ทั้งหมดใช้การสาธิตทำให้ดู รองลงมาคือ การใช้บอกกล่าว การอบรม และการใช้แจกเอกสารข้อมูล แผ่นพับตามลำดับ สำหรับกระบวนการถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มคนที่สนใจ พบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่มีการถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มคนที่สนใจ ซึ่งใช้การถ่ายทอดความรู้โดยการสาธิตให้ดู รองลงมาคือ การบอกเล่า และการอบรมตามลำดับ 5. กระบวนการเก็บรักษาจดจำความรู้ กลุ่มธุรกิจชุมชนทั้งหมดเก็บจดจำผ่านตัวบุคคล รองลงมาคือเก็บจดจำจากตัวชิ้นงาน และการเก็บรักษาจดจำโดยการจดบันทึกตามลำดับ

วรสิทธิ์ จาตุรรัตน์ (2548) สารนิพนธ์เรื่องกลยุทธ์การดำรงอยู่ของระบบเศรษฐกิจขนาดเล็ก กรณีศึกษาชุมชนไม้เรียง อ.ฉวาง จ.นครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขต่างๆ ของการเกิดขึ้น การดำรงอยู่และการเสื่อมถอยของวิสาหกิจขนาดเล็กและเพื่อศึกษาแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ของชุมชนท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นความสำคัญของกระแสท้องถิ่นนิยมภายหลังยุควิกฤติการณ์เศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 และเหตุการณ์วันที่ 11 กันยายนในประเทศอเมริกา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิจัยเอกสาร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้นำและสมาชิกในชุมชนร่วมกับวิธีการสังเกต ผล

การศึกษาพบว่าปัจจัยและเงื่อนไขต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดการเกิดขึ้น ดำรงอยู่และเสื่อมถอยของวิสาหกิจขนาดเล็ก ประกอบด้วยผลตอบแทนที่คุ้มค่า ขนาดและปริมาณที่เหมาะสมของระบบเศรษฐกิจขนาดเล็กคือ กลยุทธ์รุก รับ ปรับ แก้ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยมีการผูกโยงกันเป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่ไม่ซับซ้อน และสิ่งที่สามารถรักษาไว้ซึ่งเจตจำนงร่วมกันคือความมีคุณธรรม

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาถึง“รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจสุขชี แอนติคราฟท์ จังหวัดราชบุรี” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษาถึงการเลือกใช้รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจสุขชี แอนติคราฟท์ จังหวัดราชบุรี ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพโดยข้อมูลหลักในการดำเนินการวิจัยได้จากการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) แบบเจาะจง (Purposive Selective) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการสังเกตพฤติกรรมของผู้ประกอบการเป็นข้อมูลหลักในการทำการวิจัย ซึ่งผู้ให้ข้อมูลแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ 1) เจ้าของธุรกิจจำนวน 1 คน 2) บุคลากร จำนวน 4 คน 3) ลูกค้าจำนวน 2 คน รวมทั้งหมดมีจำนวน 7 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แนวคำถามการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพมีการเตรียมพร้อมในประเด็นคำถามเพื่อสะดวกในการจัดเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นที่ต้องการศึกษาหรือเกิดจากการทบทวนวรรณกรรม

2.ผู้วิจัย มีหน้าที่หลักในการสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากที่สุด เพื่อนำรายละเอียดที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ต่อไป

3.สมุดบันทึกข้อมูล ใช้บันทึกชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก เพศ และอายุ นำไปใช้ในการอ้างอิง และใช้ประโยชน์การจดบันทึก ด้านรายละเอียดในการสังเกตบรรยากาศและพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

4.เครื่องบันทึกเสียง ใช้บันทึกข้อมูลเสียงสัมภาษณ์อย่างละเอียดของผู้ให้ข้อมูลโดยการนำข้อมูลเสียงที่ได้มาถอดเทปให้อยู่ในรูปของข้อความตัวอักษร เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลได้ดี สามารถเก็บรายละเอียดได้ทุกคำพูด เป็นประโยชน์ในการเก็บข้อมูล หากกรณีเกิดความผิดพลาดจากการจดบันทึกข้อมูลอย่างเดียว ข้อมูลที่ถูกแปลงเป็นภาษาเขียนแล้วช่วยให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ นำมาใช้ร่วมกับข้อมูลที่ได้อีกจากสมุดจดบันทึก เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5.กล้องถ่ายภาพดิจิทัล ใช้เก็บบันทึกภาพของผู้ให้สัมภาษณ์ สถานที่ และองค์ประกอบต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการทำวิจัยอีกทางหนึ่ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาเรื่อง “รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจสุขชี แสนดิคราฟท์ จังหวัดราชบุรี” โดยมีขั้นตอนการดำเนินการในการเก็บข้อมูลรายละเอียดดังนี้

1.การเลือกพื้นที่ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง (Purposive Selective) โดยเลือกธุรกิจสุขชี แสนดิคราฟท์ ตำบลพงสวาย อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

2.ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งนี้ข้อมูลที่ได้อาจมาจากแนวคำถามที่ได้ศึกษาและรวบรวมจากแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจรวมไปถึงแนวทางการแก้ไขปัญหา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกที่จะช่วยให้การสัมภาษณ์เป็นไปอย่างราบรื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างละเอียด โดยใช้วิธีการ

สังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ในการเก็บข้อมูลด้วย

3.การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลเกี่ยวกับผลการศึกษาในอดีตซึ่งได้จากการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเอกสารบทความหนังสือรายงานวิชาการและผลงานวิจัยจากหอสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากรรวมทั้งค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีด้านการจัดการแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาความรู้ความเข้าใจเพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้กำหนดกรอบแนวทางในการวิจัยกำหนดกรอบแนวคำถามในการสัมภาษณ์การสรุปผลและวิเคราะห์ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาเรียบเรียงเพื่อนำมาพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.สรุปประเด็นสำคัญของคำตอบที่ได้รับ โดยเป็นเรื่องของรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจสุขชี แสนดิคราฟท์ จังหวัดราชบุรี

2.นำข้อมูลที่เป็นประเด็นสำคัญเขียนเป็นพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) หากข้อมูลเกิดข้อบกพร่องผู้วิจัยจะหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ข้อมูลที่ได้มามีประสิทธิภาพ

3.นำผลวิเคราะห์เสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยและนำข้อเสนอแนะของอาจารย์มาแก้ไข เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้อง

ผลการวิจัย

ในการวิจัยรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจสุขชี แสนดิคราฟท์ จังหวัดราชบุรี การสัมภาษณ์ข้อมูลนำเสนอครั้งนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของธุรกิจสุชี แชนดิคราฟท์ จังหวัดราชบุรี

ธุรกิจสุชี แชนดิคราฟท์ จังหวัดราชบุรีจุดเริ่มต้นอาชีพนี้ย้อนกลับไปประมาณเมื่อปี พ.ศ. 2524 คุณสลัด สุชี ผู้ริเริ่มก่อตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเถาวัลย์แดง ซึ่งเวลานั้นยังรับราชการตำแหน่งเจ้าหน้าที่อบรมและฝึกวิชาชีพให้ผู้ต้องขัง เรือนจำชั่วคราวเขาบิน จ.ราชบุรี เลยมีความคิดอยากหาเศษวัสดุเหลือทิ้งตามธรรมชาติมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อฝึกอาชีพให้แก่ผู้ต้องขัง จนวันหนึ่งไปนอนเล่นใต้ต้นไม้ แล้วเห็นนกกำลังสร้างรังโดยใช้เศษเถาวัลย์ชิ้นเล็กๆ ค่อยๆ สานประกอบจนสำเร็จเป็นรังที่ทั้งสวยงามและแข็งแรง จุดประกายความคิดให้คุณสลัด สุชี อยากใช้วัสดุเถาวัลย์มาทดลองทำเป็นเครื่องใช้ต่างๆ ดูบ้างโดยได้นำเถาวัลย์แดงมาถักร้อยเลียนแบบธรรมชาติเหมือนนกทำรังและใส่หูไค้ และได้นำไปเสนอขายให้กลับบริษัทผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรม ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากนั้นคุณสลัด สุชี ได้ลาออกจากการรับราชการและได้ก่อตั้งกลุ่มหัตถกรรมเถาวัลย์ของชาวบ้าน ตำบลพงสวาย อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ที่ทำผลิตภัณฑ์จากเถาวัลย์เป็นที่แรกในประเทศไทยซึ่งเดิมทีชาวบ้านตำบลพงสวายทำเครื่องจักสานจากไม้ไผ่อยู่แล้วจึงได้แนะนำเปลี่ยนเป็นเถาวัลย์แทนซึ่งชาวบ้านนั้นมีพื้นฐานในเรื่องการจักสานอยู่แล้ว โดยเถาวัลย์นั้นได้ทำการคัดเลือกสายพันธุ์ที่มีคุณสมบัติพิเศษที่คงทนและมีสารป้องกันมอดแมลงในตัวเถาวัลย์ชนิดนี้ซึ่งเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ต่อมาได้มีการขยายพันธุ์และได้แจกจ่ายให้กับกลุ่มหาเถาวัลย์เพื่อทำการปลูก เนื่องจากกลุ่มชาวบ้านกลุ่มนี้เดิมทีมีอาชีพตัดไม้มาเผาทำผืนขาย จึงได้ให้คำแนะนำให้เขานำเถาวัลย์ไปปลูกและเถาวัลย์ยังเป็นวัชพืชที่ต้องการอาศัยคูน้ำและสารอาหารจากต้นไม้ใหญ่นั้นหมายถึงผลิตภัณฑ์เถาวัลย์ได้ช่วยให้ชาวบ้านมีงานทำเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนรวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไปในตัวด้วยการตัดเถาวัลย์มาใช้ไม่ได้เป็นการทำลายธรรมชาติหากแต่เป็นการช่วยให้เกิดความสมดุลของป่า

ต่อมาได้มีการสืบทอดและต่อยอดโดยคุณศิริวรรณ สุชี ซึ่งได้มีการออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และนำวัสดุอื่นมาใช้ควบคู่ไปด้วย เช่น กะลา แก้ว กระจก

เครื่องปั้นดินเผา โดยรวมความคิดงานเครื่องปั้นดินเผาและงานหัตถกรรมฝีมือไว้ด้วยกัน รวมถึงมีการพัฒนาบุคลากรทั้งในด้านการทำงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนและเป็นผู้นำกลุ่มของสุชี แชนดิคราฟท์ มาจนถึงปัจจุบัน

ตอนที่ 2 รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของธุรกิจสุชี แชนดิคราฟท์ จังหวัดราชบุรี

การศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเถาวัลย์ของธุรกิจสุชี แชนดิคราฟท์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการสังเกตพฤติกรรมโดยผู้วิจัยสังเคราะห์กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดความรู้

การศึกษาตามหลักความคิดของชาวบ้านเน้นคติด้านวัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยมที่มีอยู่ในท้องถิ่น ที่ชาวบ้านจะมุ่งอธิบายตามปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น และความรู้ส่วนใหญ่นั้นจะอยู่ในตัวบุคคลที่มีความชำนาญ เช่น ผู้อาวุโสในชุมชน หรือปราชญ์ชุมชน

ดังนั้นการกำหนดความรู้ของกลุ่มหัตถกรรมเถาวัลย์จากความต้องการของกลุ่มที่ต้องการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ โดยมีการร่วมกันคิดและตัดสินใจผลิตผลิตภัณฑ์จากเถาวัลย์ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ตามธรรมชาติและมีอยู่ในท้องถิ่น ที่ต้องการให้ชุมชนมีการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นหลักและเพื่อให้สมาชิกมีอาชีพเสริม โดยการผลิตนั้นใช้พื้นฐานการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในเรื่องของการถัก การสาน มาต่อยอดการผลิตให้มีรูปแบบที่ทันสมัยโดยมุ่งไปที่การผลิตอุปกรณ์เครื่องใช้สอยและประดับตกแต่ง ทั้งนี้ความรู้ของกลุ่มคนส่วนใหญ่เป็นความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล การฝึกฝน เรียนรู้และที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษอยู่เป็นทุนเดิม

2) การแสวงหาและได้มาซึ่งความรู้

การแสวงหาและได้มาซึ่งความรู้ เป็นการใช้องค์ความรู้ในการเรียนรู้ของคนส่วนใหญ่ในกลุ่มชุมชน การรับความรู้มาจากแหล่งต่างๆจากภายในและภายนอกชุมชน รวมไปถึงวิธีการต่างๆในการเรียนรู้เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถนำมาปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ซึ่งการแสวงหาและได้มาซึ่งความรู้ของกลุ่มหัตถกรรมเถาวัลย์ ได้จากการเข้ารับการฝึกอบรมจากผู้ชำนาญและยัง

ได้มีการส่งตัวแทนไปศึกษาดูงานแสดงสินค้าในประเทศต่างๆ และได้เก็บข้อมูลนำมาทำการทดลองและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบและคุณภาพที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งเป็นลักษณะของการจดจำและนำมาปฏิบัติโดยจะมีการเรียนรู้ร่วมกัน การพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ

3) การแลกเปลี่ยนความรู้

การแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นการส่งผ่านความรู้ระหว่างบุคคลหรือองค์การและผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยกระบวนการหรือกิจกรรมที่เป็นทางการเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบชัดแจ้ง เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้โดยการจัดทำเอกสารฐานความรู้ ในขณะที่กระบวนการที่ไม่เป็นทางการเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้แบบซ่อนเร้น เช่น ชุมชนแห่งการเรียนรู้ เป็นต้น ซึ่งสำหรับองค์การชุมชนแล้วการแลกเปลี่ยนความรู้จะเกิดขึ้นอย่างชัดเจนจากความสัมพันธ์ในการอยู่ร่วมกัน ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ตามบริบทของท้องถิ่นๆ

การแลกเปลี่ยนความรู้ของกลุ่มหัตถกรรมเถาว์ล้นนั้น ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบของกระบวนการหรือกิจกรรมที่ไม่เป็นทางการ ที่มุ่งศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในกลุ่มสมาชิกที่มีลักษณะของการเรียนรู้ โดยมีการนำความรู้มาเรียนรู้ร่วมกันภายในกลุ่ม ใคร่ครวญในการทบทวนผลิตภัณฑ์ขั้นตอนใด ขั้นตอนใด ก็จะมีการสอนให้กับสมาชิกที่ใหม่ยังไม่สามารถผลิตชิ้นงานได้ ซึ่งในการแลกเปลี่ยนความรู้ของกลุ่มจะมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ในเรื่องต่างๆกันในกลุ่มย่อย ส่วนการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มนั้น เกิดจากการที่มีกลุ่มคน นักศึกษา นักท่องเที่ยว เข้ามาศึกษาดูงานแล้วมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกันอย่างไม่เป็นทางการ

4) การจัดเก็บความรู้

การจัดเก็บความรู้เป็นการนำเอาความรู้ที่ได้จากการสร้างและพัฒนาที่กำหนดสิ่งสำคัญที่จะเก็บไว้เป็นความรู้ โดยต้องพิจารณาถึงวิธีการในการเก็บรักษาและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการขององค์การ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน รวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางมนุษย์ด้วย เช่น การสร้างและการจดจำของบุคคล เป็นต้น

การจัดเก็บความรู้ของกลุ่มหัตถกรรมเถาว์ล้นพบว่า ส่วนใหญ่มีการจัดเก็บความรู้ในลักษณะของประสบการณ์ของบุคคลซึ่งแสดงออกมาเป็นรูปธรรมได้และการจดจำผ่านตัวบุคคลในชิ้นงานที่ตนเองถนัด นอกจากนี้ยังมีการจัดเก็บเป็นเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งการจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลดังกล่าวนี้เป็นเก็บบันทึกข้อมูลการผลิตในเบื้องต้นเท่านั้นรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบต่างๆนั้นเป็นการจดจำผ่านตัวบุคคลมากกว่า

5) การถ่ายทอดความรู้

การถ่ายทอดความรู้เป็นการเคลื่อนที่ของข้อมูล และความรู้ระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งนั้นเป็นไปโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ ซึ่งการถ่ายทอดความรู้โดยตั้งใจหรือถ่ายทอดอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น การสื่อสารด้วยการเขียน การฝึกอบรม การประชุม เป็นต้น ส่วนการถ่ายทอดความรู้โดยไม่ตั้งใจหรือไม่เป็นทางการนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยอาจจะไม่รู้ตัว หรือเป็นการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการที่เกิดขึ้นในหน้าที่ที่ทำงานประจำอย่างไม่มีแบบแผน เช่น จากประสบการณ์เรื่องเล่าที่เล่าต่อกันมา การสอนลูกหลาน เป็นต้น

การถ่ายทอดความรู้ของกลุ่มหัตถกรรมเถาว์ล้นนั้นมีการถ่ายทอดความรู้ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ การถ่ายทอดความรู้แบบเป็นทางการโดยมีโครงการจัดฝึกอบรมให้คนในและนอกชุมชนที่สนใจงานเถาว์ล้น และยังได้เข้าไปจัดฝึกสอนวิชาชีพให้ผู้ต้องขังในเรือนจำที่เรือนจำกลางจังหวัดราชบุรี ส่วนการถ่ายทอดความรู้แบบไม่เป็นทางการนั้นได้มีการถ่ายทอดความรู้ผ่านการบอกเล่า และการฝึกหัดให้กับสมาชิกในครอบครัว ลูกหลานในชุมชน

ตอนที่ 3 กลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจสุขชี แอนด์คราฟท์ จังหวัดราชบุรี

การใช้กลยุทธ์การตลาดเป็นการบริหารเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้ในการดำเนินธุรกิจนั้น ไม่ได้ยึดหลักทางวิชาการส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์เป็นไปเพื่อนความอยู่รอดของธุรกิจ โดยสามารถแบ่งได้ดังนี้

1) กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง เป็นการสร้างลักษณะเฉพาะให้กับสินค้าหรือบริการ โดยการสร้างคุณค่า

ให้กับลูกค้าได้รับรู้ถึงความแตกต่างของคู่แข่ง จากการลงพื้นที่ผู้วิจัยพบว่าธุรกิจสุซซี่ แอนติกราฟท์ได้สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขึ้นโดยมีการออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีดีไซน์เป็นเอกลักษณ์ มีการนำความคิดสร้างสรรค์มาสร้างคุณค่าให้ตัวผลิตภัณฑ์ โดยมีการผสมผสานเครื่องปั้นดินเผาและงานหัตถกรรมฝีมือไว้ด้วยกัน เช่น โครกลวด อลูมิเนียม หรือวัสดุจากธรรมชาติอื่นๆ ทำให้สินค้านั้นมีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งขึ้น ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

"แม้ว่าเราจะมีคู่แข่ง แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำแบรนด์ สิ่งสำคัญคือความละเอียดและกลืนอายุความเป็นไทยในชิ้นงาน เพราะความเป็นไทยขายได้ทั่วโลก"

2) กลยุทธ์การสร้างฐานลูกค้าใหม่ เป็นเทคนิคในการสร้างตลาดหรือหากกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ด้วยการสร้างส่วนแบ่งตลาดให้สูงขึ้นจากการลงพื้นที่ผู้วิจัยพบว่าธุรกิจสุซซี่ แอนติกราฟท์ เดิมธุรกิจสุซซี่ แอนติกราฟท์ได้ผลิตสินค้าส่งออกต่างประเทศเท่านั้น ไม่มีขายในประเทศไทย แต่ปัจจุบันได้มีการขยายฐานลูกค้าในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยได้มีการเจาะกลุ่มลูกค้าที่นิยมของตกแต่งบ้าน จึงทำให้ธุรกิจได้กลายเป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

"แต่เดิมนั้นเราส่งออก 100% ไม่ค่อยมีขายในเมืองไทย ซึ่งช่วงนี้เราเริ่มเปิดตลาดสินค้าในประเทศไทยเพิ่มขึ้น จะขยายฐานลูกค้ากลุ่มคนไทยที่ชอบ นิยมของตกแต่งบ้านสไตล์นี้"

3) กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ทางธุรกิจสุซซี่ แอนติกราฟท์ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในกระจายสินค้าไปยังประเทศจากการลงพื้นที่ในธุรกิจสุซซี่ แอนติกราฟท์ผู้วิจัยพบว่าในปัจจุบันทางธุรกิจได้มีการส่งออกสินค้าไปยังประเทศต่างๆ ซึ่งตลาดสินค้าส่วนใหญ่อยู่ที่ ญี่ปุ่น เกาหลี อเมริกาและประเทศแถบยุโรป รวมถึงแถบเอเชียด้วย เช่น ฮองกง สิงคโปร์ อยู่แล้ว และจะขยายตลาดให้กว้างขึ้น โดยการกำลังขยายตลาดไปแถบตะวันออกกลางและขยายให้กว้างออกไปทั่วโลก ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

"ส่งออกเมนหลักแล้วจะเป็นเกาหลี ญี่ปุ่น ทางยุโรป อเมริกา ถ้าใกล้ๆบ้านเราก็คือฮองกง สิงคโปร์ มัลดีฟ และมีแพ

ลนที่จะกำลังขยายไปในแถบตะวันออกกลางหรือทั่วโลกเลยคะ"

4) กลยุทธ์เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายธุรกิจสุซซี่ แอนติกราฟท์ ได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการจัดจำหน่ายในห้างเซ็นทรัล พร้อมทั้งในแหล่งท่องเที่ยวในราชบุรี และพื้นที่ใกล้เคียง อีกทั้งยังขยายธุรกิจไปเที่ยวผิงที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดราชบุรี โดยจัดทำเป็นบ้านดินเผาถาวรซึ่งเปิดเป็นที่พักและแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง โดยใช้ถาวรและเครื่องปั้นดินเผาที่ผลิตเอง ประกอบและตกแต่งขึ้นมาที่มีรูปแบบลักษณะที่โดดเด่นไม่ซ้ำใครจนทำให้หลายรีสอร์ทในสวนผิงส่งทีมงานเครื่องปั้นดินเผาและงานถาวรมาแต่งไปประกอบตกแต่งในหลายๆที่ รวมถึงนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักหรือเยี่ยมชมที่ชื่นชอบ สนใจสามารถซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ที่นำไปจัดจำหน่ายที่บ้านดินเผาถาวรสวนผิงได้ด้วย ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

"อย่างรีสอร์ทที่สวนผิงก็ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวอยู่แล้ว คือของทุกอย่างที่เราผลิตเองทั้งหมดที่อยู่ในรีสอร์ท ที่ประดับตกแต่งไว้ ก็คือคนเข้าไปพัก เข้าไปเดินเที่ยวชม ถ้าเขาชอบก็สามารถซื้อไปได้เลย"

จะเห็นได้ว่าการใช้กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสุซซี่ แอนติกราฟท์นั้นจากการสำรวจและสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์ที่หลากหลาย ใช้ร่วมกันเพื่อให้ธุรกิจดำเนินกิจการไปได้ด้วยดี แต่กลยุทธ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง ทุกองค์กรเลือกใช้กลยุทธ์นี้เป็นจำนวนมากเพื่อสร้างความโดดเด่นและสามารถดึงดูดลูกค้าได้หลากหลาย

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานของธุรกิจสุซซี่ แอนติกราฟท์ จังหวัดราชบุรี

จากการศึกษาในการดำเนินงานของธุรกิจสุซซี่ แอนติกราฟท์ จังหวัดราชบุรี ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัญหาด้านวัตถุดิบและการเก็บรักษา

เนื่องจากถาวรที่นำมาใช้มีหลายพันธุ์ มีบางพันธุ์ที่นำมาใช้ไม่ได้เพราะถาวรไปแช่น้ำแล้วจะเกิดการยุ่ย ไม่สามารถนำมาสานได้ ซึ่งถ้าไม่ได้นำมาแช่น้ำยากก่อนการสาน

จะทำให้มีแมลงมากัดกินหรือขึ้นราได้ ส่วนเรื่องการเก็บรักษาถ้าเก็บรักษาไม่ดี เช่น โดนละอองฝน ก็จะทำให้เกิดความเสียหายต่อเถาวัลย์ได้

แนวทางการแก้ไข ทำได้โดยการคัดเลือกวัตถุดิบให้ดีขึ้นก่อนนำมาใช้ ช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาในการนำมาใช้จักสานและมีการจัดทำคลังเก็บวัตถุดิบ เพื่อป้องกันการเกิดความเสียหาย

ปัญหาด้านแรงงาน

ในธุรกิจสุชี แอนติกราฟท์ แรงงานหรือช่างฝีมือส่วนใหญ่ที่มีจะเป็นผู้สูงอายุที่ทำงานมาเป็นเวลานานจึงขาดแคลนแรงงานคนรุ่นใหม่ที่จะมาสืบทอดภูมิปัญญาไทยในเรื่องของงานหัตถกรรมจักสาน แนวทางการแก้ไข คือสรรหาแรงงานคนรุ่นใหม่ที่มีรักในงานฝีมือ งานหัตถกรรมมาสืบทอด มีการจัดกิจกรรม การอบรมเพิ่มพูนความรู้ ให้ผู้ที่สนใจเข้ามาดูงานและเรียนรู้ เพื่อให้ภูมิปัญญานี้ยังคงดำรงอยู่ต่อไป

ปัญหาด้านช่องทางการสื่อสาร

เนื่องจากช่องทางการสื่อสารของธุรกิจสุชี แอนติกราฟท์ ภายในประเทศนั้นส่วนใหญ่อาศัยวิธีการโฆษณาแบบปากต่อปากที่ถูกคัดค้านจากการไปพบที่งานแสดงสินค้าแล้วมีการบอกต่อกันหรือลูกค้าตามมาจากงานแสดงสินค้าก็ยังทำให้ไม่สามารถเป็นที่รู้จักของตลาดได้กว้างขวางนัก แม้จะมีการพัฒนาในเรื่องของการออกแบบตราสินค้า อีกทั้งจากการสังเกตบริเวณที่ตั้งของร้านหลักที่อำเภอพงสวายยังเป็นพื้นที่แคบยากต่อการมองเห็นและไม่เป็นที่สนใจสะดุดตาของผู้คนที่ผ่านไปผ่านมา

แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านช่องทางการสื่อสาร คือการทำสื่อประชาสัมพันธ์โฆษณาในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อออฟไลน์หรือออนไลน์ที่สามารถแพร่กระจายข่าวสารให้เป็นที่รู้จักได้ในวงกว้างได้ เช่น สื่อออนไลน์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น เฟสบุ๊ค อินทราแกรม เป็นต้น รวมไปถึงการขยายบริเวณและพัฒนาหน้าร้านให้เป็นที่สนใจสะดุดตาจะสามารถดึงดูดของลูกค้าขาจรได้อีกทาง

สรุปและอภิปรายผล

ธุรกิจสุชี แอนติกราฟท์ จังหวัดราชบุรีจุดเริ่มต้นอาชีพนี้เริ่มจากวันหนึ่งคุณสลด สุชี ไปนอนเล่นใต้ต้นไม้แล้วเห็นนกกำลังสร้างรังโดยใช้เศษเถาวัลย์ชิ้นเล็กๆ ค่อยๆ สานประกอบจนสำเร็จเป็นรังที่ทั้งสวยงามและแข็งแรง จุดประกายความคิดให้คุณสลด สุชี อยากใช้วัสดุเถาวัลย์มาทดลองทำเป็นเครื่องใช้ต่างๆ ดูบ้างโดยได้นำเถาวัลย์แดงมาถักร้อยเลียนแบบธรรมชาติเหมือนนกทำรังและใส่หูไค้ และได้นำไปเสนอขายให้กลับบริษัทผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรม ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจึงได้ก่อตั้งกลุ่มหัตถกรรมเถาวัลย์ของชาวบ้าน ตำบลพงสวาย อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ที่ทำผลิตภัณฑ์จากเถาวัลย์เป็นที่แรกในประเทศไทยต่อมาได้มีการสืบทอดและต่อยอดโดยคุณศิริวรรณ สุชี ซึ่งได้มีการออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และนำวัสดุอื่นมาใช้ควบคู่ไปด้วย เช่น กะลา แก้ว กระดาษ เครื่องปั้นดินเผา โดยรวมความคิดงานเครื่องปั้นดินเผาและงานหัตถกรรมฝีมือไว้ด้วยกัน รวมถึงมีการพัฒนาบุคลากรทั้งในด้านการงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนและเป็นผู้นำกลุ่มของสุชี แอนติกราฟท์

จากผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของธุรกิจสุชี แอนติกราฟท์ จังหวัดราชบุรีมี 5 ขั้นตอนหลักที่สำคัญได้แก่ การกำหนดความรู้ การแสวงหาและได้มาซึ่งความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการถ่ายทอดความรู้มีรายละเอียดดังนี้

การกำหนดความรู้ มุ่งศึกษาการกำหนดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งกลุ่มชาวบ้านที่ทำงานหัตถกรรมเถาวัลย์มีการกำหนดจากการคิดและตัดสินใจจากการใช้วัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งยังเป็นการรักษาสมดุลและอนุรักษ์ธรรมชาติป่าไม้อีกด้วย และการกำหนดจากความต้องการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมไปถึงการผลักดันของผู้ในกลุ่มที่มีความรู้ความสามารถอย่างแท้จริง ทั้งนี้การกำหนดความรู้ด้าน

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเถาวัลย์ต้องผ่านการร่วมคิดและตัดสินใจของกลุ่มเป็นสำคัญ

การแสวงหาและได้มาซึ่งความรู้ด้านหัตถกรรมเถาวัลย์ โดยการแสวงหาความรู้จากภายในคือได้จากการเข้ารับการฝึกอบรมจากผู้ชำนาญ และการแสวงหาความรู้จากภายนอกได้มีการส่งตัวแทนไปศึกษาดูงานแสดงสินค้าในต่างประเทศและได้เก็บข้อมูลนำมาทำการทดลองและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบและคุณภาพที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งเป็นลักษณะของการจดจำและนำมาปฏิบัติโดยจะมีการเรียนรู้ร่วมกัน การพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ

การแลกเปลี่ยนความรู้ของกลุ่มหัตถกรรมเถาวัลย์เป็นการเน้นมุ่งศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการโดยเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ซ่อนเร้น ตามความถนัดของแต่ละคนแล้วนำมาพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้กันภายในกลุ่มสมาชิกผ่านกิจกรรมต่างๆในชุมชน เพื่อสรุปผลการดำเนินงานในด้านต่างๆ รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนความรู้พร้อมกันไปด้วย

การจัดเก็บความรู้ของกลุ่มหัตถกรรมเถาวัลย์มุ่งเน้นในด้านการจัดเก็บความรู้ไว้ที่ตัวบุคคลในแง่ของการพัฒนาฝีมือ ทักษะความชำนาญในตัวบุคคลให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้อย่างหลากหลาย รองลงมาคือ การจัดเก็บเป็นเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งการจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลดังกล่าวนั้นเป็นการเก็บบันทึกข้อมูลการผลิตในเบื้องต้นเท่านั้น

การถ่ายทอดความรู้หัตถกรรมเถาวัลย์ เป็นรูปแบบของการถ่ายทอดจากบุคคลสู่บุคคลเป็นหลัก โดยลักษณะของการปฏิบัติให้ดู การสาธิต เพื่อให้ผู้รับการถ่ายทอดได้รับความรู้ความเข้าใจมากขึ้น และการถ่ายทอดความรู้ในลักษณะจากกลุ่มสู่กลุ่มนั้นได้มีโครงการจัดฝึกอบรมให้คนในและนอกชุมชนที่สนใจงานเถาวัลย์ อีกทั้งยังได้เข้าไปจัดฝึกสอนวิชาชีพให้ผู้ต้องขังในเรือนจำที่เรือนจำกลางจังหวัดราชบุรี

ทั้งนี้กระบวนการที่ค้นพบจากการศึกษานั้นสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชูติมา เมฆวัน (2549) ศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าการจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ดประกอบด้วย 1) การระบุนถึงความรู้โดยการเลือกและตัดสินใจผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน 2) กระบวนการแสวงหาความรู้ 3) การใช้และพัฒนาความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชน 4) กระบวนการถ่ายทอดความรู้ให้แก่สมาชิกกลุ่ม และ 5) กระบวนการเก็บรักษาจดจำความรู้

จากผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจสุชี แอนดิคราฟท์ จังหวัดราชบุรีมีการดำเนินกลยุทธ์ของผู้ประกอบการให้เหมาะสมโดยนำเอากลยุทธ์ไปใช้ได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปกลยุทธ์การตลาดในด้านต่างๆของผู้ประกอบการทำให้มีลูกค้าให้ความสนใจเข้ามาเพิ่มมากขึ้นสามารถสร้างรายได้ให้กับธุรกิจเป็นอย่างมากการปรับใช้กลยุทธ์ของผู้ประกอบการทำให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรสิทธิ์ จาตุรัตน์ (2548) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การดำรงอยู่อย่างเหมาะสมของระบบเศรษฐกิจขนาดเล็กคือ กลยุทธ์การปรับแก้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์โดยมีการผูกโยงกันเป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่ไม่ซับซ้อน

จากผลการศึกษาพบว่า ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจของสุชี แอนดิคราฟท์ จังหวัดราชบุรีปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานผลักดันให้ผู้ประกอบการแก้ไข และวางแผนในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อแก้ไขและลดปัญหาที่เกิดขึ้น ให้พร้อมกับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น โดยให้เกิดการสูญเสียโอกาสในการค้าให้น้อยมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินงานของธุรกิจสุษี แอนด์คอฟฟี่ จังหวัดราชบุรี ที่เหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้จริง เพื่อให้เกิดการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสานเถาวัลย์อย่างยั่งยืน โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการส่งเสริมการเรียนรู้ในครัวเรือนให้มากขึ้น โดยให้สมาชิกในครอบครัวร่วมกันปลูกฝังให้ลูกหลานได้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. ควรมีแผนการพัฒนาและสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสานเถาวัลย์อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการกำหนดไว้ในแผนพัฒนาชุมชนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร
3. ควรมีการจัดทำคลังเก็บวัตถุดิบ เพื่อจัดเก็บสินค้าและป้องกันการเกิดความเสียหายก่อนนำวัตถุดิบมาผลิต
4. ควรมีการจัดกิจกรรม การอบรมเพิ่มพูนความรู้ ให้ผู้ที่สนใจเข้ามาดูงานและเรียนรู้ เพื่อสรรหาแรงงานคนรุ่นใหม่ที่มีฝีมือและสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสานเถาวัลย์ เพื่อให้ภูมิปัญญานี้ยังคงดำรงอยู่ได้ต่อไป
5. ควรมีการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันโดยการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยผู้ประกอบการควรมีการวางแผนวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน การออกแบบกลยุทธ์ จัดทำนโยบายโดยมองถึงอนาคตและมีการควบคุมที่เป็นระบบ มีการวางแผนวิธีการดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

6. ผู้ประกอบการควรพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ โดยการทำสื่อประชาสัมพันธ์โฆษณาในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถแพร่กระจายข่าวสารให้เป็นที่รู้จักได้ในวงกว้างได้ เช่น เฟสบุ๊ค อินตราแกรม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมจักสานในเชิงบูรณาการ เพื่อสามารถนำรูปแบบการจัดการความรู้ไปใช้ในกลุ่มองค์กรชุมชนที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านอื่นๆได้มากขึ้น
2. ควรมีการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กรมศิลปากร. (2532). ศิลปะและหัตถกรรมไทย. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป.
- กรุงเทพฯ.สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2534). ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมและการพัฒนาชนบท. กรุงเทพมหานคร: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป.
- กุลวดี เจริญวงศ์ และคณะ. (2533). รายงานการวิจัยเรื่อง การติดตามและประเมินผลโครงการศิลปะหัตถกรรมไทย 2531-2532. นครปฐม: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชุดิมา เมฆวัน. (2549). การจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชูเกียรติ ลิขสุวรรณ. (2535). ระบบการเรียนรู้ที่มีอยู่ในท้องถิ่นภาคเหนือ. กรุงเทพมหานคร: กรมการศาสนา. นวลลออ ทินานนท์. (2544). เอกสารประกอบการประชุม การศึกษางานหัตถกรรมพื้นบ้านในจังหวัดนครนายก. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประเวศ วะสี. (2536). การศึกษาของชาติกับภูมิปัญญาท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป.
- พยุ่งพร ไตรรัตน์สิงห์กุล. (2537). ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการถ่ายทอดหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสานบ้านหนองป่าตอง อำเภอพนมสนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา. ปริญญานิพนธ์คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาลินี สวคำข้าว. (2538). การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเรียนการสอนสังคมศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษาเขตการศึกษา5. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาบัณฑิต. ภาควิชามัธยมศึกษา คณะครุศาสตร์ กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนะ บัวสนธิ์. (2535). การพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นกรณีศึกษาชุมชนแห่งหนึ่งในเขตภาคกลางตอนล่าง. ปริญญานิพนธ์ การศึกษาดุษฎีบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

- รีนา ศรีวรสาร. (2556). ภูมิปัญญาท้องถิ่น. สืบค้นจาก <http://nunsriworasarn3.blogspot.com/2013/03/local-wisdom-2-local-wisdom-popular.html>.
- รุ่ง แก้วแดง. (2543). ปฏิบัติการศึกษาไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน.
- วรสิทธิ์ จาตุรรัตน์. (2548). กลยุทธ์การดำรงอยู่ของเศรษฐกิจขนาดเล็ก กรณีศึกษาชุมชนไม้เรียง อ.ฉวาง จ.นครศรีธรรมราช. สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วัฒน์ จุฑะวิภาต. (2545). ศิลปะพื้นบ้าน. กรุงเทพมหานคร: สิประภา.
- วิจารณ์ พานิช. (2548). การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม.
- ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2542). ภูมิปัญญาไทยพัฒนาไทย. วารสารวัฒนธรรมไทย. 37(4), 7-17.
- สำนักงาน ก.พ.ร. และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2548). คู่มือการจัดทำแผนการจัดการความรู้.
- อังกุล สมคะเนย์. (2535). สภาพและปัญหาการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้พัฒนาหลักสูตรในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานประถมศึกษาจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. ภาควิชาการบริหารการศึกษา กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

