



รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาด
ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

นางวิมลมาศ ปฐมวณิชกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

พ.ศ. 2551

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์



**A MODEL OF KNOWLEDGE TRANSFER ON MARKETING
LEARNING FOR COMMUNITY PRODUCT GROUPS**

Mrs. Wimonmas Pathomvanichkul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for

The Degree of Doctor of Philosophy in Education for Locality Development

Rajabhat Rajanagarinda University

2008

ชื่อวิทยานิพนธ์ รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาด
ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน
ชื่อผู้วิจัย นางวิมลมาศ ปฐมวนิชกุล
ประธานกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัติ บุญลือ
กรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. สุวกิจ ศรีปีดถา
ดร. จารุวรรณ พลอยดวงรัตน์

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. คีตก บุญเรืองรอด)	(รองศาสตราจารย์ ดร.ประกอบ คุณารักษ์)
.....กรรมการกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัติ บุญลือ)	(รองศาสตราจารย์ ดร.สุวกิจ ศรีปีดถา)
.....กรรมการกรรมการและเลขานุการ
(ดร. จารุวรรณ พลอยดวงรัตน์)	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผ่องศรี มาสขาว)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิต
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เอนก เทพสุภรณ์กุล)

ประธานคณะกรรมการบัณฑิตศึกษา

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ชื่อวิทยานิพนธ์	รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาด ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน
ชื่อผู้วิจัย	นางวิมลมาศ ปฐมวนิชกุล
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
ปีการศึกษา	2551
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สุวกิจ ศรีปีดดา ดร. จารุวรรณ พลอยดวงรัตน์

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาและพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดมหาสารคาม โดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นหน่วยงานพัฒนาภาครัฐ สถาบันการศึกษา และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม เก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ การศึกษาภาคสนาม สันทนากลุ่ม การสังเกต การทดลอง การประชุมสัมมนานักวิชาการ และการวิจัยปฏิบัติการ

ผลการวิจัยพบว่า

รูปแบบการถ่ายทอดความรู้ที่สามารถส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนFKM Model มีองค์ประกอบ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่หนึ่ง ขั้นการดำเนินการก่อนการถ่ายทอดความรู้ หรือเรียกขานขั้นค้นหาข้อเท็จจริง (Fact finding F) ขั้นตอนที่สอง การดำเนินการถ่ายทอดความรู้ หรือเรียกขานขั้นอิงกระบวนการถ่ายทอดความรู้ (Knowledge transfer K) และขั้นตอนที่สาม ขั้นดำเนินการหลังการถ่ายทอดความรู้ หรือเรียกขานขั้นการติดตาม ควบคุมปฏิบัติการ (Monitoring M) ในการศึกษาได้พบปัจจัยสำคัญในขั้นค้นหาข้อเท็จจริง ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการ ประสพการณ์การเรียนรู้ วิถีปฏิบัติ วัฒนธรรมการเรียนรู้ ความต้องการการเรียนรู้ ในขั้นอิงกระบวนการถ่ายทอดความรู้ ประกอบด้วยกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ ขั้นจุดความรู้เดิม ขั้นเพิ่มความรู้ใหม่ ขั้นใส่ใจกระบวนการคิด ขั้นผูกมิตรเครือข่าย และขั้นได้แนวทางปฏิบัติ และปัจจัยสำคัญในขั้นติดตามควบคุมปฏิบัติการ ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมในลักษณะพี่เลี้ยง

คำสำคัญ รูปแบบการถ่ายทอดความรู้ การส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ชุมชน

Thesis Title : A MODEL OF KNOWLEDGE TRANSFER ON MARKETING
LEARNING FOR COMMUNITY PRODUCT GROUPS

Researcher : Mrs. Wimonmas Pathomvanichkul

Degree : Doctor of Philosophy (Education for Locality Development)

Year : 2008

Thesis Advisor : Assoc. Prof. Dr. Thanavadee Boonlue

Thesis co-advisors : Assoc. Prof. Dr. Suvakit Sripathar

Dr. Jaruwan Ployduangrut

Abstract

The study used community OTOP products from Mahasarakarm province to conduct research development for transference of marketing knowledge for business improvement. Participants were the government development sector, the education institution, and the producers of OTOP products in the province. The study was utilized mixed - method research and the instruments used were content analysis, interviews, field studies, focus groups, observations, experiments, seminars and research operation techniques.

The development of knowledge transfer model (FKM) was composed of three stages which were fact finding - F, Knowledge transferring processes – K, and monitoring the application of the knowledge - M. The fact finding stage made available factors of the management potentials, learning experiences, a way of practices, learning culture and learning needs. The knowledge transferring process was conducted into 5 steps: finding prior knowledge, adding new knowledge, being attentive to thinking processes, building networks and practices. The monitoring was to act as counterparts in the application of learning process.

Key words : Knowledge transfer model, a marketing learning enhancement, community product groups

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมความรู้ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีโดยได้รับความช่วยเหลือ สนับสนุน และการให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ จาก รองศาสตราจารย์ ดร.ชนวดี บุญถนอม ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และกรรมการที่ปรึกษาร่วม ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.สุวกิจ ศรีปัดถา และ ดร. จารุวรรณ พลอยดวงรัตน์ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ดิลก บุญเรืองรอดและรองศาสตราจารย์ ดร. ประกอบ คุณารักษ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้กรุณาให้คำแนะนำอันเป็นแนวทางสำคัญในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ให้บรรลุผลสำเร็จ มีความถูกต้องและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผ่องศรี มาสขาว ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธนา ทิพยมหิงษ์ ที่ได้กรุณาดูแล ติดตามความก้าวหน้าและให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ด้วยความเอื้ออาทรและมีเมตตาต่อผู้วิจัยเป็นอย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยให้มีความถูกต้อง ขอกราบขอบพระคุณนักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้สละเวลาในการเข้าร่วมประชุมสัมมนาเพื่อวิพากษ์ ตรวจสอบ และให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัย เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณองค์การบริหารส่วนตำบลบัวมาศ อ.บรบือ จ. มหาสารคาม ที่ได้อนุเคราะห์สถานที่ในการทดลองใช้รูปแบบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.สมเจตน์ ภูศรี อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้ชี้แนะแนวทาง สนับสนุนและให้โอกาสทางการศึกษา ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิวัฒน์ หามนตรี ที่เกื้อกูลช่วยเหลือในทุกเรื่องจนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสิ้น รวมถึงขอขอบคุณทุกกำลังใจของ พี่ น้อง และกัลยาณมิตรทุกท่านที่ไม่สามารถกล่าวนามได้ทั้งหมด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัวอันเป็นที่รัก ที่มีความอดทน และรอคอยความสำเร็จในครั้งนี้ร่วมกับผู้วิจัย และเห็นผู้อื่นได้นั้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาบุญพาวรีผู้ให้กำเนิด และได้ล่วงลับไปแล้ว ทั้งสองท่าน ที่ท่านได้ให้ชีวิต ให้สติปัญญา และให้ความเข้มแข็งทั้งกายและใจ เป็นพลังใจที่ยิ่งใหญ่ที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถก้าวข้ามผ่านอุปสรรคทั้งปวงจนกระทั่งสามารถบรรลุถึงความสำเร็จได้ทุกประการ

วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล

สารบัญ

หน้า

หน้าอ努มัติ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ

บทที่

1	บทนำ.....	1
1.1	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2	คำถามการวิจัย.....	8
1.3	วัตถุประสงค์การวิจัย.....	9
1.4	ขอบเขตการวิจัย.....	9
1.5	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	10
1.6	ข้อจำกัดของการวิจัย.....	12
1.7	ผลที่ได้รับจากการวิจัย.....	12
1.8	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	13
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
2.1	แนวคิดเกี่ยวกับการถ่ายทอดความรู้แก่ประชาชน.....	15
2.2	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสังคม.....	20
2.3	แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้และกระบวนการเรียนรู้.....	24
2.4	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้.....	32
2.5	แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการฝึกอบรม.....	50
2.6	แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	52
2.7	แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด.....	54
2.8	เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	57
2.9	กรอบความคิดในการวิจัย.....	66

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 68
3.1	การสำรวจและศึกษาข้อมูลพื้นฐาน..... 69
3.2	การสร้างรูปแบบการถ่ายทอดความรู้..... 86
3.3	การพัฒนา รูปแบบการถ่ายทอดความรู้..... 92
4.	ผลการสำรวจและการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน 106
4.1	ผลการสำรวจและศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ โครงหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดมหาสารคาม 106
4.2	ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของหน่วยงานพัฒนาภาครัฐและสถาบันการศึกษา..... 116
4.3	ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและการประเมินศักยภาพ ในการบริหารจัดการของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน..... 126
5.	การสร้างและพัฒนา รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาด ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน..... 156
5.1	การสร้างรูปแบบการถ่ายทอดความรู้..... 157
5.2	การพัฒนา รูปแบบการถ่ายทอดความรู้..... 163
6.	สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 171
6.1	วัตถุประสงค์การวิจัย..... 171
6.2	วิธีดำเนินการวิจัย..... 172
6.3	สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 : ศึกษา รูปแบบการถ่ายทอดความรู้ แก่กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนของหน่วยงานพัฒนาภาครัฐและสถาบันการศึกษา..... 177
6.4	สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 : ศึกษาข้อมูลพื้นฐานกลุ่มผลิตภัณฑ์ ชุมชน ประเมินและจัดระดับศักยภาพการบริหารจัดการทางการตลาด ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน..... 179
6.5	สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 : ลักษณะการเรียนรู้ แหล่งการเรียนรู้ และ ปัจจัยที่ส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน..... 181

6.6	สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อ 4 : การสร้างและพัฒนารูปแบบ การถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ ชุมชน	183
6.7	อภิปรายผลการวิจัย.....	188
6.8	ข้อเสนอแนะ	198
	รายการอ้างอิง.....	202
	ภาคผนวก.....	212
	ภาคผนวก ก	213
	ภาคผนวก ข	217
	ภาคผนวก ค	218
	ภาคผนวก ง	226
	ภาคผนวก จ	233
	ประวัติผู้วิจัย.....	246

มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ประเภทและจำนวนผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดมหาสารคามที่เข้ารับการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ชุมชน ปี 2547	115
2 ผลการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดมหาสารคาม ปี 2547 ใน 3 ระดับ	116
3 ผลการประเมินการบริหารจัดการของกลุ่มผ้าฝ้ายและแปรรูปบ้านโนนเมือง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ในรายด้านและโดยรวม	142
4 ผลการประเมินการบริหารจัดการของกลุ่มทอเสื่อกกบ้านแพง ตำบลแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ในรายด้านและโดยรวม	143
5 ผลการประเมินการบริหารจัดการของกลุ่มหวายและผักตบชวา บ้านวังไฟ ตำบลลาดพัฒนาอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ในรายด้านและโดยรวม.....	144
6 ผลการประเมินการบริหารจัดการของกลุ่มทอเสื่อบ้านคูยกอก ตำบลแห่ใต้ อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ในรายด้านและโดยรวม	145
7 ผลการประเมินการบริหารจัดการของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสำราญ ตำบล บ้านหวาย อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ในรายด้านและโดยรวม	146
8 ผลการประเมินการบริหารจัดการของกลุ่มประชคมผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหม่อน บ้านน้ำเกลี้ยง-เวียงชัย ตำบลนาข่า อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ในรายด้านและโดยรวม	147
9 ผลการประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการในด้านการตลาดและลูกค้าเป้าหมาย ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	148
10 ข้อมูลภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง.....	149
11 ข้อมูลภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง (ประธานกลุ่ม)	150

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แนวคิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ของ Dewey.....	36
2 แนวคิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ของ Kolb	35
3 แนวคิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ของ Juch.....	36
4 แนวคิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ของBrathay.....	36
5 การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ชุมชน.....	46
6 กรอบความคิดในการวิจัย.....	62
7 รายละเอียดการดำเนินงานในขั้นตอนการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	65
8 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	67
9 รายละเอียดการดำเนินงานในการศึกษาหน่วยงานพัฒนาภาครัฐและสถาบันการศึกษา...	68
10 ลำดับขั้นของวิธีการดำเนินการในการคัดเลือกตัวอย่าง.....	71
11 ลำดับขั้นตอนในการศึกษาประเมินและจัดระดับศักยภาพการบริหารจัดการ ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	75
12 ขั้นตอนในการศึกษาบริบทพื้นฐานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	76
13 รายละเอียดในการดำเนินงานในการศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	78
14 รายละเอียดการศึกษาเอกสารเพื่อให้ได้แนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับ การถ่ายทอดความรู้และการจัดการเรียนรู้	80
15 ขั้นตอนการสร้างรูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	84
16 ขั้นตอนการพัฒนา รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	95
17 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยและพัฒนา รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริม การเรียนรู้ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	97
18 ระดับคุณลักษณะสำคัญ 3 ระดับขององค์ประกอบในกระบวนการถ่ายทอดความรู้ ของหน่วยงานพัฒนาภาครัฐและสถาบันการศึกษา	119
19 แผนที่จังหวัดมหาสารคาม.....	123

20	ลักษณะของการเรียนรู้ แหล่งเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาด ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	144
21	ระสบการณ์และความต้องการการเรียนรู้ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน	145
22	การดำเนินการก่อนการจัดกระบวนการถ่ายทอดความรู้	149
23	องค์ประกอบของกรอบความคิดในการดำเนินการก่อนการถ่ายทอดความรู้	150
24	การดำเนินการในระยของการจัดกระบวนการถ่ายทอดความรู้.....	151
25	องค์ประกอบของกรอบความคิดในการจัดกระบวนการถ่ายทอดความรู้.....	152
26	การดำเนินการในระยหลังการจัดกระบวนการถ่ายทอดความรู้.....	153
27	องค์ประกอบของกรอบความคิดในการดำเนินการหลังการถ่ายทอดความรู้	153
28	รูปแบบการถ่ายทอดความรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ ชุมชน	154

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี