

การศึกษาความต้องการและความสัมพันธ์ในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อ
เพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานของผู้ประกอบการท้องถิ่น
The Needs and Factors Relating to Using Seamless Learning
to Enhance Creativity and Innovation Skills by Using Wisdom Knowledge based
of Local Entrepreneurs

พัทธนันท์ บุตรฉุย¹ และธณัทญ์ ฉัตรภักดิ์^{1*}

Patthanan Bootchuy¹ and Thanathnuth Chatpakkarattana^{1*}

Received date: 17 พ.ย. 66 Revised date: 24 มิ.ย. 67 Accepted date: 13 ก.ค. 67

DOI: <https://doi.org/10.55003/kmaj.2025.05.28.013>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการและความสัมพันธ์ในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นของประเทศไทย จำนวน 422 คน ที่ได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสมัครใจ (Volunteer sampling) ในการตอบแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความต้องการและความสัมพันธ์ในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ประกอบการท้องถิ่นส่วนมากเป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.3 มีอายุอยู่ในช่วงผู้ใหญ่ตอนปลาย 50-64 ปี ร้อยละ 40.3 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี 2) ภูมิปัญญาเพื่อนำมาใช้เป็นฐานสำหรับการต่อยอดเพื่อสร้างคุณค่าหรือมูลค่าทางเศรษฐกิจในด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม มากที่สุด ร้อยละ 50.0 3) ความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาของผู้ประกอบการท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) 4) การศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีการเข้าถึงการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อมากขึ้น จะมีความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานมากขึ้น และค่าความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับสูง

คำสำคัญ: การเรียนรู้แบบไร้รอยต่อ ทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรม ผู้ประกอบการท้องถิ่น

Abstract

The purposes of this research were to study the needs and factors relating to using seamless learning to enhance creativity and innovation skills by using local wisdom as a basis for entrepreneurs. The sample group consisted of 422 local entrepreneurs in Thailand from volunteer sampling. The research instrument was a questionnaire of the needs and factors relating to using seamless learning to enhance creativity and innovation skills by using local wisdom as a basis for entrepreneurs. The data were analyzed by percentages, means, S.D., T-test, one-way ANOVA and Pearson Correlation. The results showed that 1) most of the local entrepreneurs were female (71.3%), aged between 50-64 years old, of which 44.4% held undergraduate degree level; 2) the need to apply local wisdom to create value or economic value for their industrial and handicraft business was 50.0%; 3) the need for seamless learning to enhance the creative and innovative skills of the local entrepreneurs was at a high level (mean = 4.30); and 4) the study of the correlations between seamless learning access and need for the seamless learning of the local entrepreneurs indicated that the seamless learning accessibility level of the local entrepreneurs correlated with their need for seamless learning to enhance their creative and innovative skills.

Keywords: seamless learning, creative and innovative skills, local entrepreneurs

¹ สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จ.นนทบุรี 11120

¹ Office of Educational Technology, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi Province 11120

* Corresponding author: email: thanathnuth.cha@stou.ac.th

คำนำ

ในปัจจุบันประเทศไทยยังคงมีประเด็นความท้าทายการพัฒนาในหลายมิติ หนึ่งในมิติที่สำคัญ คือ มิติเศรษฐกิจที่โครงสร้างเศรษฐกิจยังไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมอย่างเต็มที่ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2018) โดยข้อมูลจากรายงานการจัดอันดับความสามารถทางด้านนวัตกรรมปี 2566 โดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) พบว่าประเทศไทยถูกจัดให้อยู่อันดับที่ 43 จากประเทศเศรษฐกิจทั่วโลก 132 ประเทศ อันดับยังคงเดิมติดต่อกัน 3 ปีซ้อน ปัจจัยชี้วัดความสามารถด้านนวัตกรรมที่มีการปรับอันดับลดลง ได้แก่ กลุ่มปัจจัยด้านสถาบัน และกลุ่มปัจจัยด้านทุนมนุษย์และการวิจัย (National Innovation Agency, 2023) ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่า “ทุนมนุษย์” เป็นกลไกขับเคลื่อนสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้นความจำเป็นเร่งด่วนของประเทศ คือ การพัฒนาและเสริมสร้างทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถประดิษฐ์คิดค้นและสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศที่มีรายได้ระดับสูง ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) โดยหากกล่าวถึงโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือโอท็อป (One Tambon One Product : OTOP) นับเป็นโครงการที่ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคง และมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยมาตั้งแต่ปี 2544 โดยมีผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น จำนวน 87,468 กลุ่ม/ราย (Office of the Promotion of Local Wisdom and Community Enterprises, 2019) ซึ่งในปี 2561 สินค้าโอท็อปเคยมียอดขายสูงถึง 1.9 แสนล้านบาท แต่เมื่อพิจารณาข้อมูลเชิงลึกจะพบว่า ยอดจำหน่ายสินค้าโอท็อปกับผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (จีดีพี) คิดเป็นเพียงร้อยละ 1.2 เท่านั้น ยิ่งไปกว่านี้ยังพบว่าสินค้าโอท็อปของผู้ประกอบการท้องถิ่นมีจุดอ่อนที่สำคัญ 3 ด้านหลัก ได้แก่ 1) การตลาด พบว่าสินค้ามีลักษณะใกล้เคียงกัน ไม่มีความแตกต่าง บรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อไม่สวยงามและทันสมัย หรือสินค้ายังไม่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น 2) การตั้งราคาไม่สอดคล้องกับต้นทุนของสินค้า และ 3) ขาดช่องทางการจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงสินค้า ไม่รู้จักแบรนด์และสินค้า รวมถึงขาดการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม (Marketingoops, 2019)

ดังนั้นในการที่จะพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นให้สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์กับความต้องการของลูกค้าและแข่งขันในระดับสากลได้ การส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรม จึงเป็นหนึ่งในทักษะแห่งอนาคต ที่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นต้องได้รับการพัฒนา (Panich, 2012; Division of Research Administration and Educational Quality Assurance, 2016) ซึ่งทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรม หมายถึง ความสามารถในการสร้างสรรค์และการคิดเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่ยออกมาในรูปแบบผลงานนวัตกรรมที่มีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ประกอบไปด้วยการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน (Tatiana and Solange, 2018) ซึ่งองค์ประกอบของทักษะนี้ประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่ (1) การคิดอย่างสร้างสรรค์ (2) การทำงานร่วมกับบุคคลอื่นอย่างสร้างสรรค์ และ (3) การสร้างนวัตกรรมให้เกิดผลสำเร็จ ความจำเป็นเร่งด่วน คือ การพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น ให้สามารถประดิษฐ์คิดค้นและสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเทศ และเพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย โดยการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีนวัตกรรมและมีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจนั้น การออกแบบรูปแบบการเรียนรู้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นจึงมีความสำคัญ โดยการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นที่จะนำมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ การศึกษาความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อ (Seamless Learning) รวมถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อ ซึ่งการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเป็นแนวคิดการออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการนำสภาพปัญหาหรือประสบการณ์ความรู้ที่ผู้ประกอบการประสบพบเจอกับลูกค้าในมิติกายภาพมาจัดเก็บและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเครือข่ายผู้ประกอบการและที่ปรึกษาบนระบบดิจิทัลเพื่อนำมาสู่การคิดเพื่อแก้ไขปัญหา โดยข้ามข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ (Bacon et al., 2021) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวคิด หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานที่ยึดความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ที่ประกอบด้วยกระบวนการ 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การทำความเข้าใจกับปัญหา 2) การกำหนดปัญหาให้ชัดเจน 3) ระดมความคิด 4) สร้างต้นแบบ และ 5) ทดสอบต้นแบบ (Brown, 2008; Decharin, 2014) ซึ่งข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่จะนำไปใช้ในการออกแบบรูปแบบการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นในประเทศไทยต่อไป

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้การวิจัย ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น (OTOP) จำนวน 87,468 กลุ่ม/ราย (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2563) ตัวอย่างที่ใช้การวิจัย คือ ผู้ผลิต ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น (OTOP) จำนวน 422 คน จาก 6 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันตก ที่ได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสมัครใจ (Volunteer sampling) ในการตอบแบบสอบถาม โดยการประสานขอความร่วมมือจากกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ในการแจกแบบสอบถาม ตามพื้นที่ดำเนินงานในแต่ละภูมิภาค ซึ่งกำหนดตัวอย่างการวิจัยโดยใช้โปรแกรม G*Power เนื่องจากไม่ทราบค่าประมาณการพารามิเตอร์ในอดีต จึงได้เลือกใช้การกำหนดค่าขนาดอิทธิพลสำเร็จรูป โดยเลือกกำหนดค่าขนาดอิทธิพลขนาดเล็ก (effect size = 0.02) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ โดย $N > 10,000$ (Faul et al., 2007) และกำหนดให้มีค่าความเชื่อมั่นของการทดสอบเท่ากับ 0.95 โดยยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามความต้องการและความสัมพันธ์ในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น ประกอบไปด้วย 4 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น 2) ภูมิปัญญาเพื่อนำมาใช้เป็นฐานสำหรับการต่อยอดเพื่อสร้างคุณค่าหรือมูลค่าทางเศรษฐกิจ 3) ความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน และ 4) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อฯ กับความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน โดยลักษณะของข้อคำถามตอนที่ 1 และ 2 เป็นแบบเลือกตอบ ตอนที่ 3 และ 4 เป็นแบบจัดอันดับคุณภาพแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ด้วยวิธี Likert Scale และแบบสอบถามได้ผ่านกระบวนการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรม และผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา ได้ประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruency: IOC) โดยแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมในการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย (IOC = 0.95) แล้วนำไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.848

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยการประสานขอความร่วมมือจากกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ในการแจกแบบสอบถาม ซึ่งตัวอย่างที่ใช้การวิจัย คือ ผู้ผลิต ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น (OTOP) จำนวน 422 คน จาก 6 ภูมิภาค ที่ได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสมัครใจ (Volunteer sampling) ในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเริ่มจากการจัดทำหนังสือราชการขอความอนุเคราะห์จากอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ในการกระจายแบบสอบถามผ่านทางนักวิชาการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ในแต่ละภูมิภาคเพื่อส่งต่อไปยังจังหวัดทั้งในรูปแบบของออนไลน์ และแบบกระดาษ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 1 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการศึกษาและวิจารณ์

การศึกษาความต้องการและความสัมพันธ์ในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อการส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น

1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

Table 1 Number and percentage of personal information of local entrepreneurs

Personal information of local entrepreneurs	Quantity (n=422)	Percentage (100.0)
1. Sex		
Female	301	71.3
Male	121	28.7
2. Age		
Under 35 years	65	15.4
Between 35 - 49 years	168	39.8
Between 50 - 64 years	170	40.3
Over 64 years old	19	4.5
3. Highest level of education		
Primary education	22	5.3
Junior high school	31	7.4
high school	79	18.9
Vocational Certificate / Vocational Certificate	63	15.0
Bachelor's degree	186	44.4
Postgraduate	38	9.1
4. Duty of local entrepreneurs		
Manufacturer / Entrepreneur / Owner	385	91.7
Member / Team Member	35	8.3

จาก Table 1 แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น พบว่าผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.3 มีอายุอยู่ในช่วงผู้ใหญ่ตอนปลาย 50-64 ปี ร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ ระหว่าง 35 -49 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.8 และน้อยกว่า 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ ระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 18.9 และปวช. / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ บทบาท หน้าที่ในการเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เป็นผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ / เจ้าของมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 91.3 และเป็นสมาชิก / ทีมงาน คิดเป็นร้อยละ 8.3

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น พื้นที่ และระยะเวลาดำเนินการ

Table 2 Number and percentage of types of local entrepreneurs, operation area, and processing time

Types of local entrepreneurs, operation area, and processing time	Quantity (n=422)	Percentage (100.0)
1. Type of local entrepreneurs		
Manufacturer of Owner	212	50.2
Manufacturer of community	147	34.8
Manufacturer of small and medium enterprises	63	14.9
2. Operation area		
Central region	136	32.2
Northeast	82	19.4
The North	74	17.5
South	58	13.7
Eastern region	52	12.3
Western Region	20	4.7
3. Processing time		
Less than 5 years	93	22.0
Between 5 – 10 years	142	33.6
More than 10 years	187	44.3

จาก Table 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP พื้นที่ และระยะเวลาดำเนินการ พบว่าประเภทผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมา คือ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 14.9 ตามลำดับ พื้นที่ดำเนินงาน ส่วนใหญ่มีพื้นที่ดำเนินงานในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 19.4 และภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ ระยะเวลาดำเนินการ ส่วนใหญ่ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์มาแล้วมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมา คือ ระหว่าง 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.6 และน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาเพื่อนำมาใช้เป็นฐานสำหรับการต่อยอดเพื่อสร้างคุณค่าหรือมูลค่าทางเศรษฐกิจ

Table 3 Number and percentage of wisdom and knowledge to be used to create value or economic value

Wisdom and knowledge are to be used to create value or economic value (More than 1 answer can be given)	Quantity (n=422)	Percentage (100.0)
Industry and handicrafts	211	50.0
Agriculture	193	45.7
Natural resource and environmental management	107	25.4
Fine arts	78	18.5
Funds and community businesses	74	17.5
Religion and traditions	63	14.9
Organization management	60	14.2
Thai traditional medicine	41	9.7
Welfare benefit	34	8.1
Language and literature	21	0.5

จาก Table 3 แสดงภูมิปัญญาที่จะนำมาใช้เป็นฐานสำหรับการต่อยอดเพื่อสร้างคุณค่าหรือมูลค่าทางเศรษฐกิจพบว่า ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นส่วนใหญ่มีข้อมูลเกี่ยวกับภูมิปัญญาเพื่อนำมาใช้ต่อยอดเพื่อสร้างคุณค่าหรือมูลค่าทางเศรษฐกิจในด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ เกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 45.7 และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 25.4 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน

Table 4 Mean and standard deviation of the needs of seamless learning to enhance creativity and innovation skills by using wisdom knowledge

The needs of seamless learning	Mean	SD	Opinion level
1. Developing the ability to create new products or services.	4.41	0.71	High
2. Learning to use programs or applications to develop new products or services.	4.36	0.72	High
3. A source of knowledge to support the creation of new things in product or service development.	4.36	0.73	High
4. Applying information from the real environment with online systems to develop new products or services.	4.33	0.75	High
5. An online learning space for developing new products or services that can be accessed anywhere, anytime.	4.33	0.72	High
6. Person who recommends or gives advice in developing new products or services	4.33	0.74	High
7. Creating a network of local entrepreneurs to develop new products and services.	4.32	0.74	High
8. Assistance system for using the online learning space.	4.27	0.75	High
9. Online learning space to support the creation of new things in product or service development.	4.26	0.76	High
10. An online learning space that allows everyone to talk, exchange, and do activities together.	4.26	0.75	High
11. Regular news notifications via the online system.	4.26	0.77	High
12. A space for talking, exchanging time via synchronized and asynchronous.	4.13	0.80	High
Overall	4.30	0.64	High

จาก Table 4 แสดงความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานสำหรับผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น พบว่า ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานสำหรับผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นโดยภาพรวมในระดับมาก (Mean = 4.30) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีความต้องการในระดับมากที่สุด โดยมากที่สุด ได้แก่ ความต้องการการพัฒนาความสามารถในสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ (Mean = 4.41) รองลงมา คือ มีความต้องการการเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ และความต้องการแหล่งความรู้เพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ (Mean = 4.36) รองลงมา ได้แก่ ความต้องการการนำข้อมูลต่าง ๆ จากสภาพแวดล้อมที่เป็นของจริงมาประยุกต์ใช้ร่วมกับระบบออนไลน์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ความต้องการพื้นที่การเรียนรู้ออนไลน์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่สามารถเข้าใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา และความต้องการผู้แนะนำหรือให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ (Mean = 4.33) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อฯ กับความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน

Table 5 The correlations between seamless learning access and the needs of the seamless learning of the local entrepreneurs

Seamless learning access and the needs of seamless learning		Results
Ability to learn from various media on your own. (For example, study video clips from YouTube. Read information from the website or social media.	Pearson Correlation	.391**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	422
Ability to talk, exchange knowledge, and experience via synchronized and asynchronous.	Pearson Correlation	.487**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	422
Ability to use the internet anytime, anywhere.	Pearson Correlation	.470**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	422
Ability to search for information or access various knowledge sources from the Internet as desired.	Pearson Correlation	.504**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	422
Ability to take information from the real environment and apply it online. (For example, take photos or record video clips and post on social media.)	Pearson Correlation	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	422
Ability to use a variety of different devices. (such as computers, tablets, smartphones)	Pearson Correlation	.462**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	422
Ability to work in many roles. (For example, selling products, accounting, coordinating, designing logos, making advertising, and public relations media.)	Pearson Correlation	.449**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	422
The ability to use previous knowledge to create new things.	Pearson Correlation	.554**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	422
Ability to independently create new products, new services, and new operating processes.	Pearson Correlation	.533**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	422
Ability to independently create new products, new services, and new operating processes.	Pearson Correlation	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	422

* Statistically significant at the 0.05 level.

จาก Table 5 แสดงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อฯ กับความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานสำหรับผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น พบว่าความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน มีความสัมพันธ์กับการเข้าถึงการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน ทั้งในด้านความสามารถในการเรียนรู้จากสื่อต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง (เช่น ดูคลิปจากยูทูบ อ่านข้อมูลจากเว็บไซต์ หรือโซเชียลมีเดีย) ความสามารถในการพูดคุยแลกเปลี่ยนเพื่อแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ร่วมกันทั้งแบบประสานเวลา (นัดหมายวันและเวลา)

และไม่ประสาเวลา (ตามอัธยาศัย) ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ ทุกเวลา ความสามารถในการค้นหาข้อมูลหรือเข้าถึงแหล่งความรู้ต่าง ๆ จากอินเทอร์เน็ตตามที่ต้องการได้ ความสามารถในการนำข้อมูลต่าง ๆ จากสภาพแวดล้อมที่เป็นของจริงมาประยุกต์ใช้ร่วมกับระบบออนไลน์ได้ (เช่น ถ่ายภาพหรือบันทึกคลิปวิดีโอต่าง ๆ แล้วโพสต์ในโซเชียลมีเดีย) ความสามารถในการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย (เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน) ทักษะการทำงานได้หลายหลายหน้าที่ (เช่น ขายสินค้า ทำบัญชี ประสานงาน ออกแบบโลโก้ ทำสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์) ความสามารถในการนำความรู้เดิมที่มีมาใช้สร้างสิ่งใหม่ได้ ความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ และกระบวนการดำเนินงานใหม่ได้ด้วยตนเอง และโดยภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีการเข้าถึงการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อมากขึ้น จะมีความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรคและนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานมากขึ้น และความสัมพันธ์ที่พบมีค่าระดับสูง

จากการศึกษาความต้องการและความสัมพันธ์ในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรคและนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น สามารถอภิปรายผลในแต่ละประเด็นได้ ดังนี้

1) ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงผู้ใหญ่ตอนปลาย (45-64 ปี) สะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างทางประชากรของประเทศไทยว่าเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aged Society) เพราะมีจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.1 โดยคาดว่าในอีก 20 ปีข้างหน้าประเทศไทยจะมีสัดส่วนของผู้สูงอายุประมาณ 1 ใน 3 ของประชากรทั้งประเทศ นั่นคือการเข้าสู่สังคมสูงอายุระดับสุดยอด (Super-Aged Society) (Office of the National Economic and Social Development Council, 2018) ดังนั้นเป็นประเด็นที่ท้าทายที่ต้องเตรียมพร้อมคนไทยให้มีความพร้อมเป็นผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ (Active Aging) เพราะเชื่อว่า “ผู้สูงอายุ” เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและสามารถสร้างประโยชน์ให้กับคนรุ่นหลัง ได้อีกมาก (Department of Older Persons, 2019) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น ที่อยู่ในช่วงวัยดังกล่าว ให้มีความสามารถและมีทักษะในการจำหน่ายสินค้าในตลาดออนไลน์ เป็นหนึ่งวัตถุประสงค์การขับเคลื่อนการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดนนทบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

2) ผลการศึกษาภูมิปัญญาเพื่อนำมาใช้เป็นฐานสำหรับการต่อยอดเพื่อสร้างคุณค่าหรือมูลค่าทางที่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นสนใจ คือ ภูมิปัญญาด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม เกษตรกรรม และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นอาหาร ซึ่งมีความสนใจในการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาในการแปรรูปผลิตผลเพื่อชะลอการนำเข้าตลาด เพื่อแก้ปัญหาด้านการบริโภคอย่างปลอดภัย ประหยัดและเป็นธรรม สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ล้มลิ้อชา (Mcot, 2020) ที่กล่าวว่าประเทศไทยมีการส่งออกอาหารเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก และส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ทั้งนี้อุตสาหกรรมอาหาร ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศ ทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มอย่างมาก สอดคล้องกับวิรุฬห์ นิลโมจน์ (Nilmoj, 2015) ที่ได้กล่าวว่าการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการพัฒนาที่เกิดจากการผสมผสานองค์ความรู้สากลบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นภูมิปัญญาเดิมเพื่อเกิดเป็นภูมิปัญญาใหม่ที่เหมาะสมกับยุคสมัย เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือการสร้างสรรคงานใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในวงกว้างอีกด้วย

3) ผลการศึกษาความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรคและนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน พบว่าผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรคและนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน ในภาพรวมในระดับมาก โดยมีความต้องการในการพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ในระดับมากที่สุด ซึ่งในปัจจุบันการการแข่งขันทำการตลาดออนไลน์กำลังรุนแรง และมีคู่แข่งเกิดขึ้นใหม่ตลอดเวลา ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องรับมือการเปลี่ยนแปลงนี้ ไม่ว่าจะเป็นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสร้างสรรค์ โดดเด่น แตกต่าง สอดคล้องกับความต้องการของตลาดหรือลูกค้า งานวิจัยของ อาชิรญาณ์ เผ่าตะใจ (Paotajai, 2020) กล่าวว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถสร้างได้หลายทาง เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ และการเพิ่มเรื่องเล่าให้กับสินค้านั้น ๆ เช่น แหล่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ผู้ผลิตหรือผู้ออกแบบ ความเชื่อ และการอ้างอิงประวัติศาสตร์ ส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์ธรรมดามีคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มขึ้น เพียงแค่เพิ่มความคิดสร้างสรรค์ใส่ไปผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นับเป็นเหตุจูงใจให้ลูกค้าสนใจในสินค้า และตัดสินใจซื้อ ดังนั้นทักษะการสร้างสรรคและนวัตกรรม จึงเป็นทักษะสำคัญยิ่งสำหรับผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพื่อให้มีความสามารถในการสร้างสรรค์และคิดเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ที่ออกมาในรูปแบบผลงานนวัตกรรม (Tatiana and Solange, 2018)

4) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อฯ กับความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรคและนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน พบว่าผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีการเข้าถึงการ

เรียนรู้แบบไร้รอยต่อมากขึ้น จะมีความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานมากขึ้น และความสัมพันธ์ที่พบมีค่าระดับสูง สะท้อนให้เห็นถึงการส่งเสริมศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นในยุค Thailand 4.0 มีความจำเป็นต้องประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวขับเคลื่อน ถึงแม้ว่ากลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงผู้ใหญ่ตอนปลาย แต่ก็มีความสามารถในการใช้อุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสาร ค้นหาข้อมูล และซื้อสินค้า/บริการ สอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565 (Ministry of Digital Economy and Society, 2023) พบว่ากิจกรรมการติดต่อสื่อสารยังพุ่งสูงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงจำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงวัยดังกล่าวเฉลี่ยอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 24 นาที สอดคล้องกับการสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการท้องถิ่นที่พบว่าระยะเวลาในการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่ระหว่าง 6-8 ชั่วโมงต่อวัน โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่นับเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของ Gen X (ร้อยละ 97.32) และ Gen Baby Boomer (ร้อยละ 97.30)

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาความต้องการและความสัมพันธ์ในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น สามารถสรุปผลการศึกษาแบ่งเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น พบว่าผู้ผลิต ผู้ประกอบการผู้ประกอบการท้องถิ่น เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วงผู้ใหญ่ตอนปลาย (45-64 ปี) จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่เป็นผู้ดำเนินกิจการหรือผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว พื้นที่ดำเนินงานของผู้ประกอบการฯ 3 อันดับแรกอยู่ที่ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบกิจการมาแล้ว มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป

ประเด็นที่ 2 ภูมิปัญญาที่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีความต้องการเรียนรู้เพื่อนำมาใช้ต่อยอดหรือสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สามอันดับแรก ได้แก่ ภูมิปัญญาด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม เกษตรกรรม และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

ประเด็นที่ 3 ผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ มากที่สุด รองลงมา คือ ต้องการเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมหรือแอปพลิเคชัน เช่น การใช้สื่อสังคมออนไลน์ หรือการใช้เทคโนโลยีเว็บแอปพลิเคชัน เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ และต้องการแหล่งความรู้เพื่อสนับสนุนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ ตามลำดับ

ประเด็นที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าถึงการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อฯ กับความต้องการในการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐาน พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างกันอยู่ในระดับสูง ทั้งด้านความสามารถในการเรียนรู้จากสื่อต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ความสามารถในการพูดคุยแลกเปลี่ยนเพื่อแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ร่วมกันทั้งแบบประสานเวลา และไม่ประสานเวลา ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ ทุกเวลา ความสามารถในการค้นหาข้อมูลหรือเข้าถึงแหล่งความรู้ต่าง ๆ จากอินเทอร์เน็ตตามที่ต้องการได้ ความสามารถในการนำข้อมูลต่าง ๆ จากสภาพแวดล้อมที่เป็นของจริงมาประยุกต์ใช้ร่วมกับระบบออนไลน์ได้ ความสามารถในการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย ทักษะการทำงานได้หลายหลายหน้าที่ รวมถึงความสามารถในการนำความรู้เดิมที่มีมาใช้สร้างสิ่งใหม่ได้ ความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ และกระบวนการดำเนินงานใหม่ได้ด้วยตนเอง

ฉะนั้นองค์ความรู้เพื่อนำมาใช้พัฒนารูปแบบการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อเพื่อส่งเสริมทักษะการสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยใช้ภูมิปัญญาเป็นฐานให้กับกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัยผู้ใหญ่ตอนปลาย จำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีการเรียนรู้ผู้ใหญ่ มาเป็นพื้นฐานในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ โดยกำหนดความรู้ที่เกิดจากความต้องการเรียนรู้ของผู้เรียนวัยผู้ใหญ่ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตได้ทันที เน้นปัญหาเป็นศูนย์กลางเพื่อให้ผู้เรียนวัยผู้ใหญ่สามารถดึงประสบการณ์ชีวิตมาช่วยในการเรียนรู้ โดยใช้เทคโนโลยีเว็บแอปพลิเคชันที่สามารถเชื่อมต่อการเรียนรู้แบบไร้รอยต่อทั้งทางกายภาพและดิจิทัล ที่จะช่วยให้ผู้เรียนวัยผู้ใหญ่สามารถนำข้อมูลหรือปัญหาต่าง ๆ ที่ประสบ/พบเจอในประสบการณ์จริงมาจัดเก็บและนำไปสู่กระบวนการคิดเชิงออกแบบอย่างเป็นระบบ รวมถึงการออกแบบกิจกรรมที่อยู่ในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งการศึกษาด้วยตนเอง การพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มผู้เรียนกับผู้เชี่ยวชาญ และระหว่างผู้เรียนด้วยกัน ทำให้ผู้เรียนวัยผู้ใหญ่ได้เปิดใจและแบ่งปันประสบการณ์ได้อย่างเต็มที่ เน้นการส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือต่อยอดจากของเดิมตามแนวคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Concept) เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ดังนั้นการนำภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชนมาใช้เป็นจุดขาย จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความแตกต่างและโดดเด่น ส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นต่อไป

ผลประโยชน์ทับซ้อน

ผู้เขียนขอประกาศว่าบทความนี้ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ที่สนับสนุนงบประมาณการวิจัย ขอบพระคุณมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ผู้อำนวยการกรมการพัฒนาชุมชน นักวิชาการพัฒนาชุมชน และผู้ผลิต ผู้ประกอบการท้องถิ่น (OTOP) ที่ร่วมในการวิจัยครั้งนี้

การมีส่วนร่วมในการเขียนบทความของผู้เขียน

ความคิดริเริ่ม และสมมติฐาน: พัทธนันท์ บุตรบุญ, ธนัทธน์ ธีตรภักดิ์. การปฏิบัติการวิจัย การมีส่วนร่วมในการออกแบบ การทดลอง การทดสอบ เครื่องมือวัด วิธีการเก็บข้อมูล และ criteria: พัทธนันท์ บุตรบุญ, ธนัทธน์ ธีตรภักดิ์. การจัดเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลผล: พัทธนันท์ บุตรบุญ, ธนัทธน์ ธีตรภักดิ์. การวิพากษ์วิจารณ์ผล การแสดง การเปรียบเทียบกับข้อสรุปหรือองค์ความรู้ หรือทฤษฎีเดิม: พัทธนันท์ บุตรบุญ, ธนัทธน์ ธีตรภักดิ์. การมีส่วนร่วมในการเขียนต้นฉบับบทความ (manuscript) ผลงานสร้างสรรค์ นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์: พัทธนันท์ บุตรบุญ, ธนัทธน์ ธีตรภักดิ์.

เอกสารอ้างอิง

- Bacon, E. D., Satienchayakorn, N., & Prakaiborisuth, P. (2021). Integrating seamless learning within a peer-assisted learning center to develop student english academic writing skills. *REFlections*, 28(2), 147-167.
- Brown, T. (2008). *Design Thinking: Harvard Business Review*. Retrieved from: <https://hbr.org/2008/06/design-thinking>.
- Decharin, P. (2014). *Design Thinking “Look at it from a New Angle”*. Retrieved from: <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/591915>.
- Department of Older Persons. (2019). *Measures to Drive the National Agenda: Elderly Society (Revised)*. Retrieved from: https://www.dop.go.th/download/knowledge/th1551432930-155_0.pdf
- Division of Research Administration and Educational Quality Assurance. (2016). *Thailand 4.0 Blueprint, a Model for Driving Thailand towards Prosperity, Stability and Sustainability*. Retrieved from: <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2017/20171114-draeqa-blueprint.pdf>.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: a flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175-191.
- Marketingoops. (2019). *3 Weaknesses of “Thai OTOP” with 5 Secrets to Success: 20 Thai Brands, not Inferior to Any Nation in the World*. Retrieved from: <https://www.marketingoops.com/reports/industry-insight/decoding-the-success-of-thai-local-brand/>
- Mcot. (2020). *The Food Industry Group Confirms that Thai People have Enough to Consume*. Retrieved from: <https://tna.mcot.net/tna-399756>.
- Ministry of Digital Economy and Society. (2023). *Thailand Internet User Behavior 2022*. Retrieved from: <https://www.etda.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx>.
- National Innovation Agency. (2023). *Revealing the Results of the World Innovation Index Rankings for 2023*. Retrieved from: <https://www.facebook.com/NIAThailand/videos/835238034940560>.
- Nilmoj, W. (2015). *Local Wisdom and Community Science Resources for Lifelong Education*. Professional Experience in Non-formal Education, School of Educational Studies, Sukhothai Thammathirat Open University.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2018). *National Strategy 2018-2037 (abbreviated version)*. Retrieved from: <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2018/20181015-T-0002.pdf>.
- Office of the Promotion of Local Wisdom and Community Enterprises. (2019). *OTOP Registration Information for the Year 2019*. Retrieved from: <https://cep.cdd.go.th/otop-data>.
- Panich, V. (2012). Ways to create learning for students in the 21st Century. *Walailak Journal of Learning Innovations*, 1(2), 3–14.
- Paotajai, A. (2020). *Create Added Value for Garlic Products that are Safe for Entrepreneurs in Chiang Mai*. Master of Business Administration Degree, Faculty of Business Administration, Maejo University.
- Tatiana, P., & Solange, W. (2018). Creativity and innovation: Skills for the 21st Century. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 35(3), 237-246.