

รูปแบบการนำเสนอบทความแนวปฏิบัติที่ดี ประจำปีการศึกษา 2568

ชื่อเรื่อง/แนวปฏิบัติที่ดี การพัฒนานวัตกรรมการอาหารประจำถิ่น ‘ปลาหมำ’ ของวิสาหกิจชุมชนปลาหมำป่าพร

จังหวัดสุพรรณบุรี สู่การนำไปใช้เชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน

แผนการจัดการความรู้ ที่ ด้านการวิจัยและนวัตกรรม

สังกัด คณะศิลปศาสตร์

ชื่อ-นามสกุล ผู้นำเสนอ นางสาวพรทิพย์ ช่วยเพล

หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ 095-2509626

.....

1. บทนำ

(เขียนให้กระชับ ชี้ให้เห็นความสำคัญ ประเด็นปัญหาของกระบวนการเดิม หรือแรงบันดาลใจในการพัฒนา)

ในบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก อาหารประจำถิ่นถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูงในการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับรายได้ของชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ “ปลาหมำ” อาหารพื้นถิ่นของอำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรีที่สะท้อนภูมิปัญญาการถนอมอาหารและอัตลักษณ์ท้องถิ่น (สมภพ อุตสาหะ และคณะ, 2568) อย่างไรก็ตาม กระบวนการผลิตปลาหมำของวิสาหกิจชุมชนปลาหมำป่าพรยังคงเผชิญข้อจำกัดสำคัญ ได้แก่ การขาดมาตรฐานการผลิตที่ชัดเจน การพึ่งพาความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ซึ่งยากต่อการถ่ายทอดและควบคุมคุณภาพ การมีปริมาณโซเดียมสูงที่ไม่สอดคล้องกับกระแสการบริโภคเพื่อสุขภาพ (World Health Organization [WHO], 2021) ตลอดจนข้อจำกัดด้านบรรจุภัณฑ์และการตลาดที่ยังไม่เอื้อต่อการแข่งขันในเชิงพาณิชย์ (สมบัติ กันบุตร และคณะ, 2565) ขณะเดียวกัน พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความปลอดภัย สุขภาพ และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ (Storytelling) มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการบริโภคอาหารเชิงประสบการณ์และอัตลักษณ์ท้องถิ่น (OECD, 2020; ศศิธร ศรีทองเพ็ญ และจุฑามาศ พืชรพีระ, 2567) การพัฒนานวัตกรรมการอาหารประจำถิ่นจึงเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงภูมิปัญญาชุมชนสู่ตลาดสมัยใหม่ โครงการนี้จึงมุ่งประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) เพื่อรวบรวม ถ่ายทอด และต่อยอดองค์ความรู้ของชุมชนไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาหมำให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และตอบสนองความต้องการของตลาด โดยเน้นการพัฒนาสูตรลดโซเดียม การแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยและสร้างมูลค่าเพิ่ม

การดำเนินโครงการดังกล่าวไม่เพียงมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์เท่านั้น หากยังเป็นการอนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เสริมสร้างศักยภาพและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนเชื่อมโยงสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่อย่างเป็นระบบ อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในระยะยาว

2. การเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาของมหาวิทยาลัย

(ระบุมความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา และแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคลของมหาวิทยาลัยให้ชัดเจน)

โครงการ “การพัฒนานวัตกรรมอาหารประจำถิ่น ‘ปลาหมึก’ ของวิสาหกิจชุมชนปลาหมึกป่าพร จังหวัดสุพรรณบุรี สู่การนำไปใช้เชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน” มีความสอดคล้องอย่างชัดเจนกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พ.ศ. 2566–2570 ซึ่งมุ่งเน้นการเป็นมหาวิทยาลัยด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สามารถสร้างผลงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน สังคม และภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ที่ 2 ซึ่งมุ่ง “สร้างความเป็นเลิศด้านการวิจัยและนวัตกรรมสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์” และมีเป้าประสงค์ในการพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ โครงการนี้จึงตอบสนองยุทธศาสตร์ดังกล่าวโดยตรง ผ่านการนำองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร (ปลาหมึก) ที่มีมาตรฐาน สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวิสาหกิจชุมชน

นอกจากนี้ โครงการยังสอดคล้องกับกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านวิจัยและนวัตกรรม ระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและองค์ความรู้สู่การใช้ประโยชน์จริงในพื้นที่ โดยการดำเนินงานในลักษณะการมีส่วนร่วม (Participatory Approach) และการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) ช่วยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับชุมชน ในมิติของแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคลของมหาวิทยาลัย โครงการนี้มีส่วนสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของอาจารย์ นักวิจัย และนักศึกษา ให้มีทักษะด้านการวิจัยเชิงพื้นที่ การพัฒนานวัตกรรม การบูรณาการองค์ความรู้สหสาขาวิชา และการทำงานร่วมกับชุมชน ซึ่งเป็นทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 รวมถึงการสร้างบัณฑิตนักปฏิบัติ (Practitioner) ที่สามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหาจริงในสังคม (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, 2566)

ดังนั้น โครงการนี้จึงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนพันธกิจของมหาวิทยาลัย ทั้งด้านการวิจัย การบริการวิชาการ และการพัฒนากำลังคน โดยเชื่อมโยงองค์ความรู้สู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์และการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนามหาวิทยาลัยสู่การเป็น “มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม” อย่างแท้จริง

3. วิธีการดำเนินงาน

(อธิบายกระบวนการ และระบุการใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ (KM Tools) ที่นำมาใช้จริง พร้อมแสดงหลักฐานการเผยแพร่)

โครงการ “การพัฒนานวัตกรรมอาหารประจำถิ่น ‘ปลาหมึก’ ของวิสาหกิจชุมชนปลาหมึกป่าพร จังหวัดสุพรรณบุรี สู่การนำไปใช้เชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน” ดำเนินการภายใต้แนวคิดการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) ร่วมกับกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยเน้นการแปลงองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Tacit Knowledge) ไปสู่ความรู้ที่เป็นระบบ (Explicit Knowledge) และต่อยอดสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรม โดยทีมผู้วิจัยได้แบ่งระยะเวลาการดำเนินโครงการ ออกเป็น 4 ระยะ ดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 การค้นหาและรวบรวมองค์ความรู้ (Knowledge Identification)

ในระยะเริ่มต้น ทีมผู้วิจัยดำเนินการสำรวจและวิเคราะห์กระบวนการผลิตปลาหมึกของวิสาหกิจชุมชน ปลาหมึกป่าพร เพื่อทำความเข้าใจองค์ความรู้ดั้งเดิม ปัญหา และข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจริงในกระบวนการผลิต โดยมุ่งเน้นการดึงองค์ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) จากผู้ผลิตที่มีประสบการณ์ กระบวนการดังกล่าว ใช้การถ่ายทอดความรู้โดยการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตถ่ายทอดประสบการณ์ เทคนิค และเคล็ดลับในการผลิตปลาหมึกในรูปแบบดั้งเดิม ทำให้สามารถเข้าถึงองค์ความรู้เชิงลึกที่ไม่ปรากฏในเอกสาร ควบคู่กับการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Forum) เพื่อรวบรวมข้อมูล ปัญหา และข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ มีการใช้แผนที่ความรู้ (Knowledge Mapping) เพื่อจัดระบบองค์ความรู้ที่ได้ให้เป็นหมวดหมู่และเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน เช่น ความรู้ด้านวัตถุดิบ สูตรการหมัก ระยะเวลา เทคนิคการควบคุมรสชาติ และปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์

เครื่องมือการจัดการความรู้ (KM Tools) ที่ใช้ ได้แก่ การเล่าเรื่อง (Storytelling), เวทีแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Forum), และแผนที่ความรู้ (Knowledge Mapping)

ผลลัพธ์ที่ได้รับ คือ ได้รับองค์ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) และทราบถึงประเด็นปัญหา เช่น ความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพ และข้อจำกัดด้านมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ปลาหมึก ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาในระยะถัดไป

ระยะที่ 2 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสกัดองค์ความรู้ (Knowledge Creation & Sharing)

ทีมผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างวิสาหกิจชุมชน นักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อร่วมกันวิเคราะห์และพัฒนาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยใช้กระบวนการชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice: CoP) และการทบทวนผลการปฏิบัติงาน (After Action Review: AAR) เพื่อสกัดองค์ความรู้ที่สามารถพัฒนาได้ กระบวนการนี้ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จริง และร่วมกันกำหนดแนวทางพัฒนา เช่น การลดปริมาณโซเดียมโดยไม่กระทบรสชาติ การควบคุมมาตรฐานการหมัก และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ปลาหมึก

เครื่องมือการจัดการความรู้ (KM Tools) ที่ใช้ ได้แก่ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion: FGD), ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice: CoP) และการทบทวนผลการปฏิบัติงาน (After Action Review: AAR)

ผลลัพธ์ที่ได้รับ คือ ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาหมึกที่ผ่านการสังเคราะห์ร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้เชี่ยวชาญ สามารถกำหนดแนวปฏิบัติที่เหมาะสมในกระบวนการผลิต และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม เช่น สูตรลดโซเดียมและการเพิ่มมูลค่า ทั้งนี้ องค์ความรู้ที่ได้ถูกจัดระบบให้สามารถนำไปพัฒนาเป็นคู่มือมาตรฐาน (SOP) และต่อยอดสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

ระยะที่ 3 การพัฒนาและทดลองนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Knowledge Application)

ทีมผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้ที่ได้จากระยะการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสกัดองค์ความรู้ (ระยะที่2) มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและทดลองนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ปลาหมึกในรูปแบบ “การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง” (Learning by Doing) โดยดำเนินการร่วมกันระหว่างวิสาหกิจชุมชน นักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญในลักษณะทีมข้ามสายงาน เพื่อให้เกิดการบูรณาการองค์ความรู้ทั้งเชิงวิชาการและภูมิปัญญาท้องถิ่น กิจกรรมสำคัญประกอบด้วย

การพัฒนาสูตรปลาหมักสดโซเดียมโดยคงรสชาติและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น ปลาหมักสมุนไพรทอดกรอบกับน้ำพริกปลาหมัก และการออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมถึงการสร้างอัตลักษณ์สินค้า (Branding) ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งนี้ มีการทดลองและทดสอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งประเมินคุณภาพ รสชาติ ความปลอดภัย และการยอมรับของผู้บริโภค เบื้องต้น เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

กระบวนการดำเนินงานมีการทบทวนและสรุปบทเรียนในแต่ละรอบการทดลอง เพื่อค้นหาแนวปฏิบัติที่เหมาะสม (Best Practice) และลดข้อผิดพลาดในการพัฒนา โดยมุ่งเน้นให้เกิดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้จริงในระดับชุมชนและต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ได้

เครื่องมือการจัดการความรู้ (KM Tools) ที่ใช้ ได้แก่ การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (Action Learning), ทีมข้ามสายงาน (Cross-Functional Team), การทบทวนสรุปบทเรียน (After Action Review: AAR), และการเก็บวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice)

ผลลัพธ์ที่ได้รับ คือ ได้ผลิตภัณฑ์ปลาหมักต้นแบบ (Prototype) ที่ผ่านการทดลองและปรับปรุงอย่างเป็นระบบ มีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะ สามารถลดโซเดียมได้ตามแนวทางที่พัฒนา พร้อมทั้งมีรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ รวมถึงได้แนวปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานซึ่งสามารถนำไปต่อยอดสู่การผลิตและจำหน่ายจริงได้อย่างยั่งยืน

ระยะที่ 4 การถ่ายทอด ขยายผล และการนำไปใช้เชิงพาณิชย์ (Knowledge Transfer & Utilization)

ทีมผู้วิจัยได้นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบและองค์ความรู้ที่ได้จากระยะที่ 3 มาถ่ายทอดสู่การใช้ประโยชน์จริงในระดับชุมชนและเชิงพาณิชย์ โดยมุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนปลาหมักป่าพรให้สามารถผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีมาตรฐานและยั่งยืน การดำเนินงานประกอบด้วย การจัดทำคู่มือการผลิต (Standard Operating Procedure: SOP) ที่รวบรวมองค์ความรู้จากการพัฒนาและทดลองผลิตภัณฑ์ การถ่ายทอดความรู้และฝึกอบรมให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร ตลอดจนการพัฒนาทักษะด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ (Branding) และการสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ (Storytelling) นอกจากนี้ มีการทดลองนำผลิตภัณฑ์ปลาหมักเข้าสู่ตลาด (Market Testing) ทั้งในช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อประเมินการตอบรับของผู้บริโภค วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด และปรับปรุงกลยุทธ์การจำหน่ายให้เหมาะสม รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และแพลตฟอร์มการตลาด เพื่อสนับสนุนการขยายช่องทางการจำหน่าย

เครื่องมือการจัดการความรู้ (KM Tools) ที่ใช้ ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้โดยการเล่าเรื่อง (Storytelling), การสอนงาน (Coaching), การเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring), ฐานความรู้ (Knowledge Base), และการเก็บวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice)

ผลลัพธ์ที่ได้รับ คือ ชุมชนสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ในการผลิตปลาหมักเชิงพาณิชย์ได้จริง มีผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและมีอัตลักษณ์ชัดเจน สามารถจำหน่ายในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง เกิดรายได้เพิ่มขึ้นแก่วิสาหกิจชุมชน พร้อมทั้งมีระบบองค์ความรู้ (SOP และฐานความรู้) ที่สามารถถ่ายทอดและขยายผลสู่กลุ่มอื่นได้อย่างยั่งยืน

4. ผลและอภิปรายผลการดำเนินงาน

(อธิบายผลกระทบที่เกิดประโยชน์คุณค่า หรือนวัตกรรมที่ช่วยแก้ปัญหาหรือพัฒนาระบบเดิม รวมถึงระบุปัจจัยความสำเร็จ และอุปสรรคที่พบ)

ผลการดำเนินโครงการ “การพัฒนานวัตกรรมอาหารประจำถิ่น ‘ปลาหม้า’ ของวิสาหกิจชุมชนปลาหม้าป่าพร จังหวัดสุพรรณบุรี สู่การนำไปใช้เชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน” พบว่า สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ปลาหม้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การเป็นนวัตกรรมที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยก่อให้เกิดผลลัพธ์สำคัญใน 3 มิติ ได้แก่ มิติผลิตภัณฑ์ มิติกระบวนการ และมิติเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) มิติของผลิตภัณฑ์ พบว่า ทีมผู้วิจัยสามารถพัฒนาสูตรปลาหม้าลดโซเดียมที่ยังคงรสชาติและเอกลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่น พร้อมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปที่หลากหลาย เช่น ปลาหม้าสมุนไพรทอดกรอบ และน้ำพริกปลาหม้า ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าและตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความสะดวกในการบริโภค นอกจากนี้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการสร้างอัตลักษณ์สินค้า (Branding) ยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจและศักยภาพในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ในตลาด สะท้อนให้เห็นว่าการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับแนวคิดนวัตกรรมสามารถยกระดับสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) มิติของกระบวนการ พบว่า การประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) โดยเฉพาะกระบวนการชุมชนนักปฏิบัติ (CoP) การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (Action Learning) และการทบทวนสรุปบทเรียน (AAR) มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนองค์ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ของชุมชนให้เป็นองค์ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ที่สามารถจัดระบบ ถ่ายทอด และพัฒนาเป็นมาตรฐานการผลิต (Standard Operating Procedure: SOP) ได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้กระบวนการผลิตมีความเป็นระบบมากขึ้น สามารถควบคุมคุณภาพได้อย่างสม่ำเสมอ และลดความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากทักษะเฉพาะบุคคล

3) มิติของเศรษฐกิจและสังคม พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการนำผลิตภัณฑ์ไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้จริง โดยสามารถขยายช่องทางการจำหน่ายทั้งในตลาดชุมชนและตลาดสมัยใหม่ อันนำไปสู่การเพิ่มรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน นอกจากนี้ โครงการยังมีส่วนสำคัญในการอนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงการเชื่อมโยงสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่อย่างเป็นระบบ

ทั้งนี้ ความสำเร็จของโครงการเกิดจากปัจจัยสำคัญ ได้แก่ (1) การมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน ซึ่งก่อให้เกิดความเป็นเจ้าของและการยอมรับนวัตกรรม (2) การบูรณาการองค์ความรู้ระหว่างนักวิจัยและชุมชนอย่างเหมาะสม (3) การใช้กระบวนการจัดการความรู้ที่เอื้อต่อการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และ (4) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกทั้งด้านมาตรฐานและการตลาด

อย่างไรก็ตาม การดำเนินโครงการยังพบข้อจำกัดบางประการ โดยเฉพาะด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีการผลิตที่ยังคงอยู่ในลักษณะกึ่งดั้งเดิม ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตและความสม่ำเสมอของคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดด้านความรู้และความพร้อมของผู้ผลิตในการพัฒนากระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) รวมถึงมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) โดยเฉพาะในด้านการควบคุมสุขลักษณะ การจัดทำเอกสาร และระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ข้อจำกัดดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นใน

การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีความเป็นระบบมากยิ่งขึ้น ควบคู่กับการเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านมาตรฐานอาหาร และการเตรียมความพร้อมในการขอการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ได้อย่างถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ

โดยสรุป การดำเนินโครงการนี้แสดงให้เห็นว่า การพัฒนานวัตกรรมอาหารประจำถิ่นโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีศักยภาพในการนำไปใช้เชิงพาณิชย์ได้ และเป็นแนวทางหนึ่งในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

5. การพัฒนาต่อยอดและความยั่งยืน

(อธิบายแนวทางการขยายผลและวิธีการที่จะทำให้องค์ความรู้ไม่สูญหายไปจากองค์กร)

การพัฒนานวัตกรรมอาหารประจำถิ่น “ปลาหมึก” ในโครงการนี้ มิได้มุ่งเน้นเพียงการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการวางระบบเพื่อการต่อยอดและความยั่งยืนขององค์ความรู้และการดำเนินงานในระยะยาว โดยสามารถพัฒนาแนวทางสำคัญได้ดังนี้

ประการแรก การขยายผลเชิงพาณิชย์ โดยสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปผลิตและจำหน่ายได้จริง ผ่านการพัฒนาช่องทางการตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ การสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์สินค้า (Branding) รวมถึงการเชื่อมโยงกับเครือข่ายตลาด เช่น ตลาดชุมชน แพลตฟอร์มดิจิทัล และการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง

ประการที่สอง การยกระดับมาตรฐานการผลิต โดยส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนากระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น อย. GMP และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) พร้อมทั้งสนับสนุนการจัดทำเอกสารมาตรฐาน (SOP) และระบบควบคุมคุณภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือและสามารถแข่งขันในตลาดได้ในระยะยาว

ประการที่สาม การจัดการองค์ความรู้เพื่อความยั่งยืน โดยมีการรวบรวมและจัดเก็บองค์ความรู้ที่ได้จากโครงการในรูปแบบฐานความรู้ (Knowledge Base) และคู่มือการปฏิบัติงาน (SOP) รวมถึงการถ่ายทอดความรู้ผ่านกระบวนการชุมชนนักปฏิบัติ (CoP) การสอนงาน (Coaching) และการสร้างระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น ลดการสูญหายของความรู้ฝังลึกในชุมชน

ประการที่สี่ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและเครือข่าย โดยส่งเสริมให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนมีทักษะด้านการผลิต การควบคุมคุณภาพ การตลาด และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

โดยสรุป แนวทางการพัฒนาต่อยอดและความยั่งยืนของโครงการนี้มุ่งเน้นการสร้าง “ระบบ” มากกว่าการสร้าง “ผลิตภัณฑ์” กล่าวคือ การสร้างระบบการผลิต ระบบองค์ความรู้ และระบบตลาดที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นองค์รวม ซึ่งจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง องค์ความรู้ไม่สูญหาย และสามารถพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนได้ในระยะยาว

6. บทสรุป

(สรุปความสำเร็จเพื่อการพัฒนาตนเอง และเสนอแนวทางความท้าทายในอนาคต)

จากการดำเนินโครงการ “การพัฒนานวัตกรรมอาหารประจำถิ่น ‘ปลาหมึก’ ของวิสาหกิจชุมชนปลาหมึกป่าพร จังหวัดสุพรรณบุรี สู่การนำไปใช้เชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน” ประสบความสำเร็จในด้านการยกระดับภูมิปัญญา

ท้องถิ่นสู่การเป็นผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรมที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ โดยสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดสมัยใหม่ได้อย่างเป็นรูปธรรม ควบคู่กับการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีความเป็นระบบผ่านการประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการความรู้ (KM) ซึ่งช่วยให้เกิดการรวบรวม ถ่ายทอด และต่อยอดองค์ความรู้ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ในอนาคตยังคงมีความท้าทายสำคัญในการยกระดับกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายโอกาสสู่ตลาดต่างประเทศ ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านกฎหมายและมาตรฐานอาหาร เช่น อย. และ GMP ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ในระยะยาว ทั้งนี้ การรักษาสสมดุลระหว่าง “การพัฒนาเชิงนวัตกรรม” กับ “การคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น” ยังคงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ดังนั้น แนวทางในอนาคตควรมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในลักษณะบูรณาการ ทั้งด้านเทคโนโลยีการผลิต มาตรฐานผลิตภัณฑ์ การจัดการองค์ความรู้ และการเชื่อมโยงตลาด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งคงคุณค่าและอัตลักษณ์ของชุมชนไว้ได้ในระยะยาว

7. บรรณานุกรม

- (รวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนได้ใช้อ้างอิงในการเขียนผลงานการจัดการความรู้)
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. (2566). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิพ.ศ. 2566 – 2570*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ศศิธร ศรีทองเพ็ง และจุฑามาศ พิรพัชระ. (2567). ภูมิปัญญาอาหารชุมชนภูฏาน. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 6(1), หน้า 134-148.
- สมบัติ กันบุตร, น้ำฝน รักประยูร, รัฐพงศ์ ปกแก้ว และสุภารัตน์ อานาจ. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์โดยการมีส่วนร่วมในเขตพื้นที่พิเศษอุทยานประวัติศาสตร์ชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 11(1), หน้า 112-122.
- สมภพ อุตสาหะ, น้อมจิตต์ สุธิบุตร, จุฑามาศ พิรพัชระ และเจตนิพัทธ์ บุญยสวัสดิ์. (2568). ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตปลาหมึกของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาหมึก จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารการอาชีวศึกษาภาคกลาง*, 9(1), 47-55. สืบค้น จาก <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/IVECJournal/article/view/284874>
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). (2020). *Tourism trends and policies 2020*. <https://www.oecd.org/tourism/tourism-trends-and-policies-20767773.htm>
- World Health Organization. (2021). *Guideline: Sodium intake for adults and children*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240023264>

8. เอกสารประกอบผลงาน

(แบบหลักฐานเพิ่มเติม เช่น คู่มือ, แผ่นพับ เพื่อประกอบการพิจารณา)



ภาพที่ 1 รายงานฉบับสมบูรณ์



ภาพที่ 2 แผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปลาหมึก