

รูปแบบการนำเสนอบทความแนวปฏิบัติที่ดี ประจำปีการศึกษา 2568

ชื่อเรื่อง/แนวปฏิบัติที่ดี นวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อฟื้นฟูและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของ
 แห้วสุพรรณด้วยอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่
 แผนการจัดการความรู้ ที่ 4 ด้านการทุนบำรุงศิลปวัฒนธรรม
 สังกัด คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
 ชื่อ-นามสกุล ผู้นำเสนอคนที่ 1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพฑูรย์ จันทร์เรือง
 ชื่อ-นามสกุล ผู้นำเสนอคนที่ 2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์กัลยาณี นัยนิมิ
 ชื่อ-นามสกุล ผู้นำเสนอคนที่ 3 อาจารย์กนกวลี คงสง
 หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ คนที่ 1 094-632-4551
 หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ คนที่ 2 064-874-2536
 หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ คนที่ 3 062-542-4259

1. บทนำ

การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ถือเป็นพันธกิจสำคัญหลักประการหนึ่งของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของไทย (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2568) ควบคู่กับการผลิตบัณฑิต วิจัย และบริการวิชาการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบสาน และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยและท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญตามมาตรฐานอุดมศึกษาที่ต้องมีระบบและกลไกการดำเนินการที่ชัดเจนในการที่จะอนุรักษ์ ฟื้นฟู และสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชาติให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรวดเร็ว ภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจำนวนไม่น้อยกำลังเผชิญกับปัญหา ความท้าทายใหม่ในการดำรงอยู่และการสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม ส่งต่อสู่คนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ชุมชน พื้นที่ชนบทที่มีฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่า แต่ยังคงขาดกลไกสำคัญในการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การตลาดที่มีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ และก่อให้เกิดการร่วมเป็นส่วนสำคัญจากการตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมให้แก่สาธารณชน

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นพื้นที่ที่มีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นอย่างหลากหลาย มีวิถีชุมชนที่มีฐานทุนทางวัฒนธรรมและมรดกทางภูมิปัญญา ผสมผสานพหุวัฒนธรรมของชาติพันธุ์เฉพาะในแต่ละพื้นที่ สำหรับพื้นที่ของอำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีนั้น ถือเป็นพื้นที่ที่มีพื้นที่การเพาะปลูกแห้วจีน หรือที่เรียกว่า "แห้วสุพรรณ" หรือ "แห้วศรีประจันต์" ที่ใหญ่ที่สุด และมีคุณภาพดีที่สุดของประเทศ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2560) จึงกลายเป็นพืชเศรษฐกิจหลักอย่างหนึ่ง และถือเป็นอาชีพเฉพาะถิ่นที่เป็นมรดกทางภูมิปัญญาสืบทอดรุ่นสู่รุ่นจากบรรพบุรุษ ถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี อีกทั้งด้วยลักษณะเฉพาะของแห้วสุพรรณ ยังได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) แห่งแรกของจังหวัดสุพรรณบุรี ตามประกาศของกรมทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2560 (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2560) ในส่วนของการทำนาแห้วของแห้วสุพรรณนั้น ยังสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างทุนทางธรรมชาติ และภูมิปัญญาการเพาะปลูกแห้วที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน และยังสะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชนเกษตรกรรมในพื้นที่อำเภอศรีประจันต์ได้อย่างชัดเจนจนถึงปัจจุบัน ประกอบกับสำนักงานเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนเกษตรกรผู้ปลูกแห้วมาอย่างต่อเนื่อง ให้มีการจัดตั้งแปลงใหญ่แห้วจีน ที่ตำบลวังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อปี 2566 เพื่อดำเนินการขอรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย หรือ การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices) หรือ GAP (ศูนย์ข่าวกรมส่งเสริมการเกษตร, 2567) ของแห้วสุพรรณอีกด้วย อย่างไรก็ตาม แม้แห้วสุพรรณจะมีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีความปลอดภัยทางการเกษตรและมีเรื่องราว คุณค่าทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ แต่กลับประสบกับปัญหาในการกำหนดราคาของผลผลิต และการบริโภคอย่างเป็นวงกว้าง จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องและทำการสอบถามนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคในพื้นที่ แสดงให้เห็นถึงช่องว่างในการพัฒนาการรับรู้คุณค่าของมรดกทางภูมิปัญญา คุณค่าทางโภชนาการของผู้บริโภคในวงกว้าง โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ขาดความเข้าใจในคุณค่าและความสำคัญของพืชเศรษฐกิจท้องถิ่นนี้ ประกอบกับที่ผ่านมามีภาพลักษณ์เชิงลบจากชื่อ "แห้ว" ที่สื่อถึงความไม่สมหวังใน

วัฒนธรรมไทย ส่งผลให้ปริมาณการบริโภคลดลง การเพาะปลูกหัวสุพรรณจึงเป็นไปในลักษณะการปลูกเพื่อรวบรวมจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลาง ทำให้ไม่สามารถกำหนดราคา และอำนาจการต่อรองส่งผลถึงรายได้ที่เกิดขึ้น และเมื่อทำการพิจารณาวิเคราะห์การบริโภคในพื้นที่ หรือการค้าปลีกโดยตรงจากเกษตรกรผู้ปลูกหัวสุพรรณถึงมือผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นช่องทางที่ทำให้เกิดการสร้างรายได้อย่างเป็นธรรม มีอัตราส่วนรายได้สูงกว่าเมื่อเทียบกับการขายส่งพ่อค้าคนกลาง แต่กลับพบว่าปริมาณการขายในพื้นที่อยู่ในระดับต่ำเพียงร้อยละ 5-10 ของผลผลิตทั้งหมดเท่านั้น

จากสภาพบริบทเบื้องต้น คณะผู้วิจัยของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิได้ทำงานแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างนักวิจัยจากคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะศิลปศาสตร์ โดยดำเนินโครงการวิจัยเรื่อง **"นวัตกรรมทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของหัวสุพรรณเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดสุพรรณบุรี"** ภายใต้การสนับสนุนจากหน่วยบริหารและจัดการทุนวิจัยด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) โดยมีแนวคิดสำคัญในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์มาฟื้นฟูและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของหัวสุพรรณระจันต์ ผ่านการบูรณาการอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่เข้ากับเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ อันนำไปสู่การสร้างการรับรู้ การยอมรับ และการจดจำตราสินค้าของหัวสุพรรณ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์เกิดการกระตุ้นการบริโภคหัวสุพรรณ สร้างรายได้และการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

อีกทั้งวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เพื่อการรองรับการพัฒนาประเทศ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (พ.ศ.2565 - 2584) ที่ได้พัฒนาหลักสูตรที่มุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติมืออาชีพด้านเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อรองรับอุตสาหกรรม และส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมสู่การเป็นผู้ประกอบการสร้างงานวิจัย นวัตกรรมสู่เชิงพาณิชย์ ตอบสนองความต้องการของชุมชนและอุตสาหกรรม **นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม** และการเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว พร้อมทั้งบริหารจัดการมหาวิทยาลัยด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยด้วยหลักธรรมาภิบาล (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, 2566) จึงเป็นโอกาสของการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อฟื้นฟูและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของหัวสุพรรณระจันต์ด้วยอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่อย่างมีส่วนร่วม

จากสภาพปัญหา และโอกาสของการพัฒนาดังกล่าว รวมถึงแรงจูงใจในการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ตามพันธกิจของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของไทย จึงเป็นที่มาของกระบวนการจัดการความรู้ **"นวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อฟื้นฟูและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของหัวสุพรรณด้วยอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่"** ขึ้น เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ กระบวนการและแนวทางปฏิบัติในการทำงาน (Clinical Practice Guideline) เทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ หรือสิ่งประดิษฐ์ ที่มุ่งเน้นผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง และดำเนินการโดยบุคลากรของคณะและมหาวิทยาลัยที่มีการต่อยอดความรู้ จากผลลัพธ์การดำเนินการวิจัยที่พัฒนาขึ้น ให้เกิดการพัฒนา เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขยายผลสู่ดำเนินงานด้านการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง

แนวปฏิบัติที่ดี (Good Practice) ฉบับนี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอรูปแบบและกระบวนการในการพัฒนาและนำนวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์มาใช้เป็นเครื่องมือในการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ผ่านการฟื้นฟูและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของหัวสุพรรณ โดยการดึงอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่มาเป็นแกนกลางในการสร้างเรื่องราว (Storytelling) และการสื่อสารคุณค่าสู่กลุ่มเป้าหมาย อันจะเป็นต้นแบบสำคัญสำหรับการประยุกต์ใช้ในบริบทอื่น ของมหาวิทยาลัยและชุมชนต่อไป

2. การเชื่อมโยงแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากองมหาวิทยาลัย

แนวปฏิบัติที่ดีด้านการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เรื่องนวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อฟื้นฟูและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของหัวสุพรรณด้วยอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ มีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์การพัฒนากองมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิอย่างชัดเจน ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความเป็นเลิศทางด้านการวิจัย นวัตกรรมใช้เชิงพาณิชย์ ตอบสนองความต้องการของชุมชนและอุตสาหกรรม เพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ 2.1 สร้างเครือข่ายด้านงานวิจัยให้มีความเข้มแข็งทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมอันนำไปสู่ชุมชนและเชิงพาณิชย์ การดำเนินงานตามแนวปฏิบัตินี้ได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัยที่เข้มแข็งระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่อย่างเป็นระบบ ประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน ท้องถิ่น ประชาสังคม และสถาบันการศึกษา ได้แก่ เทศบาลตำบลวังยาง สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด โรงเรียนวัดสัปรสเทศ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ซึ่งการสร้างเครือข่ายดังกล่าวดำเนินการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหาาร่วมกัน การออกแบบนวัตกรรมการสื่อสาร

การทดสอบและปรับปรุง ไปจนถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมสู่ชุมชน เกิดเป็นกลไกความร่วมมือที่เข้มแข็งในการขับเคลื่อนงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์จริงในพื้นที่ ก่อให้เกิดนวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง และสามารถนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ 2.2 พัฒนาการบริการวิชาการให้สามารถแข่งขันได้และสร้างผู้ประกอบการ แนวปฏิบัตินี้ได้บูรณาการองค์ความรู้ด้านการสื่อสารทางการตลาด เทคโนโลยีการผลิตสื่อดิจิทัล และการจัดการการท่องเที่ยว มาพัฒนาเป็นบริการวิชาการที่ตอบโจทย์ความต้องการของชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการพัฒนานวัตกรรมสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ Edutainment การสร้างตรสินค้าหัวสุพรรณ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยเทคโนโลยี AR Code และการสร้างสรรค์ศิลปะการแสดงชุด "แห้ว หวัง ดี @ศรีประจันต์" เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุพรรณจำนวน 15 คน ให้เป็นต้นแบบในการนำนวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดไปใช้ประโยชน์เชิงพื้นที่ สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สมาชิกในชุมชนและผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการสร้างผู้ประกอบการชุมชนที่มีความสามารถในการจัดการตลาดด้วยตนเอง สามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัดสุพรรณบุรีให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 แนวปฏิบัตินี้ยังมีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะกลยุทธ์ที่ 1.2 การพัฒนาศักยภาพของกำลังคนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผ่านกระบวนการพัฒนานวัตกรรมชุมชนและการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารการตลาดสมัยใหม่ให้แก่ชุมชน รวมถึงการสร้างโอกาสการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาในการเข้าร่วมโครงการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อชุมชน ท้ายที่สุด ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการบุคลากรและทรัพยากรของมหาวิทยาลัย แนวปฏิบัตินี้ได้แสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของมหาวิทยาลัยที่มีความเชี่ยวชาญหลากหลายสาขาวิชา มาบูรณาการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้หลักธรรมาภิบาล ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมในการพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแผนการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พ.ศ. 2567 - 2570 ในด้านที่ 3 ด้านการพัฒนาบุคลากรและความก้าวหน้าในสายอาชีพอีกด้วย

3. วิธีการดำเนินงาน

การดำเนินงานตามแนวปฏิบัติที่ดีด้านการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นระบบ และใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ (KM Tools) ที่หลากหลาย โดยสามารถจำแนกเป็นขั้นตอนสำคัญ 2 ส่วน ดังนี้

3.1 กระบวนการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาบริบทและทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่

ดำเนินการลงพื้นที่สำรวจบริบทและสถานการณ์ปัจจุบันของแห้วสุพรรณในพื้นที่อำเภอศรีประจันต์และอำเภอเมืองสุพรรณบุรี โดยใช้เครื่องมือการจัดการความรู้ ได้แก่ การจัดเวทีประชุมร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย (Community of Practice: CoP) เพื่อวิเคราะห์ปัญหาร่วมกันและระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพและความต้องการของพื้นที่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เกษตรกรผู้ปลูกแห้ว ผู้ประกอบการแปรรูป และผู้นำชุมชน จำนวน 15 ราย และ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ในกิจกรรมการผลิตและการตลาดของชุมชน ผลจากการศึกษาจะทำให้สามารถระบุทุนทางวัฒนธรรมเชิงพื้นที่ที่สำคัญของแห้วสุพรรณ ประกอบด้วย (1) ทุนทางธรรมชาติ (2) ทุนทางภูมิปัญญา (3) ทุนทางวัฒนธรรม ประเพณี และ (4) ทุนทางอัตลักษณ์

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ดำเนินการสำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้เครื่องมือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการและผู้บริโภคในพื้นที่ ข้อมูลดังกล่าวนำไปสู่การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Targeting) คือ "Luxurious Healthy Market" และการวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ภายใต้แนวคิด "แห้วสุพรรณ คุณค่าและความปลอดภัย ที่เราใส่ใจเพื่อคุณ" ซึ่งเป็นการดึงดูดเชิงด้านทุนทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางโภชนาการมาเป็นแกนกลางในการสื่อสารทางการตลาด และประชาสัมพันธ์การรับรู้

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดเชิงสร้างสรรค์

ดำเนินการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดโดยใช้ เครื่องมือการจัดการความรู้ที่สำคัญ ได้แก่ การระดมสมอง (Brainstorming) ร่วมกับภาคีเครือข่ายและนักวิชาการ เพื่อออกแบบแนวคิดและเนื้อหา การเล่าเรื่อง (Storytelling) ในการถ่ายทอดเรื่องราวของแห้วสุพรรณจากมิติทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา การใช้ต้นแบบ (Prototyping) ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ และการทบทวนหลังการปฏิบัติ (After Action Review: AAR) เพื่อปรับปรุงสื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ขั้นตอนที่ 4 การถ่ายทอดองค์ความรู้และการสร้างนวัตกรรมชุมชน

ดำเนินการสร้างกระบวนการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Platform: LIP) โดยใช้เครื่องมือการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Action Learning) และ การเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring) เพื่อพัฒนานวัตกรรมชุมชนของพื้นที่ที่ผ่านการคัดเลือก ให้มีความสามารถในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดและสามารถถ่ายทอดความรู้สู่สมาชิกในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนที่ 5 การเผยแพร่และขยายผล

ดำเนินการเผยแพร่นวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยใช้เครื่องมือการจัดนิทรรศการและการแสดงผลงาน (Exhibition) ในงานมหกรรมระดับจังหวัดและระดับชาติ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน (Media Relations) ทั้งสื่อท้องถิ่นและสื่อระดับประเทศ การเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) ผ่านช่องทาง YouTube TikTok และ Facebook Page ของชุมชนและภาคีเครือข่าย และ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Event Marketing) เช่น กิจกรรมขับเคลื่อนงานวิจัยสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนของหัวสุพรรณปลอดภัย

3.2 หลักฐานการเผยแพร่

แนวปฏิบัติในการเผยแพร่ผลงานอย่างเป็นรูปธรรมผ่านช่องทางที่หลากหลาย ดังนี้

การนำเสนอในเวทีวิชาการและนิทรรศการระดับชาติ ได้แก่ การนำเสนอผลงานในงานการประชุมและนิทรรศการเพื่อการขับเคลื่อนชุมชนพื้นที่ "นวัตกรรมชุมชน: เทคโนโลยีที่เหมาะสมขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนไทย" และการนำเสนอการแสดงชุด "แห้ว หวัง ดี @ศรีประจันต์" ในกิจกรรมการลงพื้นที่ติดตามการดำเนินงานขับเคลื่อนงานด้าน อววน. ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิโดยผู้ช่วยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

การตีพิมพ์บทความทางวิชาการ บทความวิจัยเรื่อง "การบริหารจัดการหัวสุพรรณ พี่ขบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของตำบลวังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการอาหาร" ได้รับการตอบรับให้ตีพิมพ์ในวารสารวิชา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ปีที่ 45 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2569) ซึ่งเป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 2

การเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน กิจกรรมและผลงานวิจัยได้รับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนทั้งระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ ทั้งในรูปแบบข่าวโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และสื่อออนไลน์

การเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ สื่อ Edutainment ที่พัฒนาขึ้นเผยแพร่ผ่าน YouTube Channel และ Facebook Page ของชุมชนและหน่วยงานภาคีเครือข่าย มียอดการเข้าชมและการแชร์อย่างต่อเนื่อง

การส่งมอบนวัตกรรมสู่หน่วยงานภาคีเครือข่าย จัดกิจกรรมส่งมอบนวัตกรรมและเทคโนโลยีผลผลิตจากงานวิจัยสู่ชุมชนอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2568 ณ โรงแรมดาราศาสตร์ รีสอร์ท แอนด์สปา อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีหน่วยงานภาคีเครือข่ายเข้าร่วมจำนวนกว่า 15 หน่วยงาน

4. ผลและอภิปรายผลการดำเนินงาน

การดำเนินงานตามแนวปฏิบัติที่ดีด้านการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ได้ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมทั้งในมิติของการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และการสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 ผลการดำเนินงานด้านการฟื้นฟูและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น

การฟื้นฟูคุณค่าและเรื่องราวของแห้วศรีประจันต์ กระบวนการวิจัยและพัฒนาได้นำไปสู่การรวบรวม เรียบเรียง และสื่อสารเรื่องราวของแห้วสุพรรณในมิติทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบเป็นครั้งแรก ผ่านการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Value Chain) ที่เชื่อมโยงทุนทางธรรมชาติ ภูมิปัญญาการเพาะปลูก วิถีชีวิตชุมชน และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเข้าไว้ด้วยกัน เกิดเป็นองค์ความรู้ที่ชัดเจนเกี่ยวกับประวัติศาสตร์การปลูกแห้วในจังหวัดสุพรรณบุรีที่สืบทอดมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2493 ภูมิปัญญาการคัดเลือกพื้นที่ปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม และการแปรรูปที่หลากหลาย ซึ่งองค์ความรู้นี้ได้รับการบันทึกและถ่ายทอดในรูปแบบสื่อ Edutainment ที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจสำหรับคนรุ่นใหม่

การสืบสานศิลปะการแสดงพื้นบ้านผ่านการสร้างสรรค์ร่วมสมัย การพัฒนาศิลปะการแสดงชุด "แห้ว หวัง ดี @ศรีประจันต์" เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของการสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ โดยการนำเพลงอีแซวซึ่งเป็นศิลปะการแสดงพื้นบ้านที่มีศิลปินแห่งชาติคือแม่ขวัญจิต ศรีประจันต์เป็นผู้สืบสาน มาประยุกต์ใช้ในการบอกเล่าเรื่องราวของแห้วสุพรรณผ่านการประพันธ์บทเพลงใหม่ผ่านการตรวจสอบจากปราชญ์ชุมชน การออกแบบท่ารำที่สะท้อนวิถีชีวิตการทำแห้ว และการถ่ายทอด

สู่เยาวชนในพื้นที่ผ่านโรงเรียนวัดสัปรสเทศ ทำให้เยาวชนเกิดความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นและมีส่วนร่วมในการสืบสานวัฒนธรรม

การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรม กระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรม การสื่อสารทางการตลาดได้สร้างความตระหนักรู้และความภาคภูมิใจในทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน นำไปสู่การรวมตัวกันของสมาชิกชุมชนในการจัดตั้ง "ศูนย์เรียนรู้ท้องถิ่น" เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และถ่ายทอดเรื่องราวของหัวสุพรรณให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไป เกิดการตื่นตัวในการอนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณีท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับหัวสุพรรณ

4.2 ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและการพัฒนาเชิงพื้นที่

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาตราสินค้าและการสื่อสารคุณค่าของหัวสุพรรณภายใต้แนวคิด "คุณค่าและความปลอดภัย" ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์หัวสุพรรณสามารถยกระดับมูลค่าได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยหัวต้มพร้อมรับประทานในบรรจุภัณฑ์สุญญากาศสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ถึงร้อยละ 42.85 จากมูลค่าผลิตภัณฑ์เดิม ขณะที่รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัวสุพรรณในพื้นที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และนวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดได้กระตุ้นให้เกิดการรับรู้และความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของตำบลวังยางเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการนำสื่อ Edutainment ไปใช้ในช่องทางออนไลน์และการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานภาคีเครือข่าย ส่งผลให้มีย่านท่องเที่ยวและคณะศึกษาดูงานติดต่อเข้ามาเยี่ยมชมพื้นที่มากขึ้น เกิดการขยายเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดสุพรรณบุรี และเกิดการจ้างงานในชุมชนจากการให้บริการท่องเที่ยว

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เกิดกลไกความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างบูรณาการ โดยมีนวัตกรรมการสื่อสารทางการตลาดเป็นเครื่องมือเชื่อมประสาน ก่อให้เกิดการขยายผลการดำเนินงานไปยังพื้นที่อื่นในจังหวัดสุพรรณบุรี และเกิดแผนการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร "ตามรอยเส้นทางหัวสุพรรณ" ที่จะบรรจุในแผนพัฒนาจังหวัดต่อไป

4.3 ปัจจัยความสำเร็จและอุปสรรคที่พบ

ปัจจัยความสำเร็จ ประกอบด้วย การบูรณาการองค์ความรู้ข้ามศาสตร์ การทำงานร่วมกันของคณาจารย์จากหลากหลายคณะ ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะศิลปศาสตร์ ทำให้สามารถพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารที่ผสมผสานองค์ความรู้ด้านการตลาด เทคโนโลยีการผลิตสื่อ และศิลปวัฒนธรรมได้อย่างลงตัว การมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง การดำเนินงานภายใต้แนวคิด Participatory Action Research (PAR) ทำให้ชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของผลงาน เกิดการยอมรับและพร้อมที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่อง การประยุกต์ใช้แนวคิด Soft Power การนำทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่มาเป็นแกนกลางในการสื่อสาร ผ่านการผสมผสานองค์ประกอบ 4F (Food, Festival, Fashion, Film) ทำให้การสื่อสารมีพลังในการโน้มน้าวและสร้างความประทับใจแก่ผู้รับสาร การสร้างแกนนำชุมชนด้วยการพัฒนานวัตกรรมชุมชน ที่มีความสามารถในการใช้และถ่ายทอดนวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้องค์ความรู้ไม่สูญหายและสามารถขยายผลได้อย่างยั่งยืน การสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายที่เข้มแข็ง การมีหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่หลากหลายและมีความพร้อมในการสนับสนุนทรัพยากรและการดำเนินงาน

อุปสรรคและการแก้ไข ประกอบด้วย ข้อจำกัดด้านอายุและทักษะดิจิทัลของนวัตกรรมชุมชน นวัตกรรมชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล คณะผู้วิจัยแก้ไขโดยการคัดเลือกนวัตกรรมที่มีความพร้อมและมีผู้ช่วยที่เป็นคนรุ่นใหม่ในชุมชน พร้อมทั้งออกแบบสื่อที่ใช้งานง่ายและมีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และ ข้อจำกัดด้านงบประมาณและระยะเวลา การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก คณะผู้วิจัยแก้ไขโดยการระดมทรัพยากรจากภาคีเครือข่ายและการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน

5. การพัฒนาต่อยอดและความยั่งยืน

เพื่อให้แนวปฏิบัติที่ดีนี้เกิดความยั่งยืนและขยายผลไปสู่การพัฒนาในบริบทอื่นได้อย่างต่อเนื่อง คณะผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการพัฒนาต่อยอดและธำรงรักษาพัฒนาการที่เกิดขึ้น ดังนี้

5.1 การพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้

การขยายผลสู่หลักสูตรการเรียนการสอน โดยมีแผนการนำองค์ความรู้และประสบการณ์จากโครงการวิจัยไปบูรณาการกับการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องของคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ

คณะศิลปศาสตร์ เช่น รายวิชาธุรกิจเพื่อสังคม รายวิชาการผลิตสื่อดิจิทัล และรายวิชาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยจัดทำเป็นกรณีศึกษา (Case Study) และเชิญวัดกรชุมชนมาเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษ เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง และเกิดแรงบันดาลใจในการทำงานพัฒนาเชิงพื้นที่

การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง โดยมีแผนการตีพิมพ์บทความวิจัยในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติเพิ่มเติม โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสื่อสารเพื่อการฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น การประยุกต์ใช้ Soft Power ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

5.2 การสร้างความยั่งยืนในพื้นที่

การสร้างเครือข่ายนักสร้างสรรค์ท้องถิ่นรุ่นใหม่ โดยดำเนินการขยายผลการพัฒนานวัตกรรมชุมชนไปสู่เยาวชนในพื้นที่อย่างเป็นระบบ ผ่านความร่วมมือกับโรงเรียนวัดสัปรสเทศและเทศบาลตำบลวังยาง เพื่อฝึกอบรมทักษะการผลิตสื่อ การเล่าเรื่อง และการสื่อสารการตลาดดิจิทัลให้แก่เยาวชน และนำนวัตกรรมสื่อสารการตลาดผ่านทุนทางวัฒนธรรมที่พัฒนาขึ้นไปใช้อย่างเป็นรูปธรรมได้โดยชุมชนเอง รวมทั้งมีการนำเสนอ ค้นข้อมูลให้กับหน่วยงานภาคเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในส่วนของ การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการสนับสนุนงบประมาณและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐในระยะยาว

5.3 การถอดบทเรียนและขยายผลสู่พื้นที่อื่น

จัดทำคู่มือการจัดการองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ส่งมอบให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้งานและขยายผล มีการนำเสนอ พร้อมทั้งจัดทำในรูปแบบสื่อดิจิทัลที่สามารถเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ของมหาวิทยาลัยและหน่วยงานภาคีเครือข่าย เพื่อให้ชุมชนและหน่วยงานอื่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ อีกทั้งยังได้นำเสนอการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการประชุมสาขาวิชาเพื่อการพัฒนาหลักสูตร และการประชุมคณะเพื่อนำเสนอผลงานสู่การขยายผลในอนาคตเพิ่มขึ้น

สร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน คณะผู้วิจัยมีแผนการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนที่ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การต่อยอดความร่วมมือ และการสร้างเครือข่ายการพัฒนาที่เข้มแข็งเพิ่มขึ้น

6. บทสรุป

แนวปฏิบัติที่ดีด้านการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ถือเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการตลาดเทคโนโลยีดิจิทัล การท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรม เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน การดำเนินงานได้แสดงให้เห็นว่าการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมในบริบทของสถาบันอุดมศึกษาในสมัยใหม่ ไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่เพียงการอนุรักษ์ของเก่าในรูปแบบเดิม แต่สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมให้มีชีวิตชีวาและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

ความสำเร็จของแนวปฏิบัตินี้เกิดจากการผสมผสานปัจจัยสำคัญหลายประการ ได้แก่ การมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง ตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การออกแบบนวัตกรรม ไปจนถึงการนำไปใช้ประโยชน์ การบูรณาการองค์ความรู้ข้ามศาสตร์จากคณาจารย์ผู้เชี่ยวชาญหลากหลายสาขา การประยุกต์ใช้แนวคิด Soft Power ในการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรม การพัฒนานวัตกรรมชุมชน ให้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและสืบทอดองค์ความรู้ และ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่หลากหลาย

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่การฟื้นฟูและสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของหัวสุพรรณเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน และการสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้แก่เยาวชนคนรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิในการสร้างความเป็นเลิศทางด้านการวิจัยและนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน

ความท้าทายในอนาคต แม้แนวปฏิบัตินี้จะประสบความสำเร็จในระดับที่น่าพึงพอใจ แต่ยังมีความท้าทายที่ต้องเผชิญในอนาคต ได้แก่ 1) การรักษาความต่อเนื่องของการดำเนินงานหลังจากสิ้นสุดโครงการวิจัย 2) การขยายผลไปสู่พื้นที่ที่มีบริบททางวัฒนธรรมแตกต่างกัน ซึ่งจำเป็นต้องปรับแนวทางให้เหมาะสมกับอัตลักษณ์และความต้องการของแต่ละพื้นที่ 3) การพัฒนาทักษะดิจิทัลของนวัตกรรมชุมชนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่รวดเร็ว และ 4) การสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ทำลายคุณค่าทางวัฒนธรรมที่แท้จริงการดำเนินงานในระยะต่อไป

7. บรรณานุกรม

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2560, 22 ธันวาคม). ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่อง การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แห้วสุพรรณ. เลขที่ สข 60100098.

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. 2568. กระทรวง อว.ผนึก8 หน่วยงานร่วมขับเคลื่อน “ศิลปวัฒนธรรม พื้นบ้านสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ”.<https://www.mhesi.go.th/index.php>.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. 2566. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (พ.ศ. 2565 - 2584) ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566.

ศูนย์ข่าวกรมส่งเสริมการเกษตร. (2567). แผลงใหญ่แห้ว ของดีศรีประจันต์ สุพรรณบุรี สินค้าเกษตรอัตลักษณ์. <https://www.doae.go.th/>

8. เอกสารประกอบผลงาน

