

กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปของชุมชนต้นแบบ
บ้านช่องพิน เพื่อการพัฒนาชุมชนประมงชายฝั่งอย่างยั่งยืน
ในอำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง*

KNOWLEDGE TRANSFER FOR PROCESSED SEAFOOD PRODUCTS IN
THE BAN CHONG FUEN MODEL COMMUNITY: ADVANCING SUSTAINABLE
DEVELOPMENT OF COASTAL FISHING COMMUNITIES IN PAK PHAYUN DISTRICT,
PHATTHALUNG PROVINCE, THAILAND

นิตยา ศรีพูล^{1*}, เจริญเนตร แสงดวงแข¹, ลินี่ กิตติชนมวรกุล¹, ชุศักดิ์ นพถาวร¹, เบนญจวรรณ เพ็งหนู²

Nitiya Sripoon^{1*}, Jarernnate Saengdongkhae¹, Sinee Kittichonvorakul¹, Choosak Nopthawon¹, Benchawan Pengnu²

¹คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สงขลา ประเทศไทย

¹Faculty of Communication Arts, Hatyai University, Songkhla, Thailand

²สมาคมรักษ์ทะเลไทย สงขลา ประเทศไทย

²Thai Sea Watch Association, Songkhla, Thailand

*Corresponding author E-mail: nitiya@hu.ac.th

*Tel: 086-746-7004

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปอาหารทะเล การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบบ้านช่องพิน และ 2) เสริมสร้างศักยภาพชุมชนประมงชายฝั่งให้สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้เพื่อพัฒนาอาชีพและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก และเชิงปริมาณสนับสนุนเพื่อประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ประชากร คือ ชุมชนต้นแบบบ้านช่องพิน จำนวน 54 คน และใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 100 คน จาก 3 ชุมชนในตำบลผาละมี ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านบ้านบางม่วง (30 คน) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านบางขน (40 คน) และกลุ่มแม่บ้านบ้านแหลมไก่อู (30 คน) เครื่องมือถ่ายทอดองค์ความรู้ คือ คู่มือ “แปรรูปอย่างไรให้โดนใจผู้บริโภค” และวิดีโอสาธิต 5 รายการ ได้แก่ กุ้งแห้ง กุ้งหวาน กุ้งแก้วสามรส ปลาบูตริตากแห้ง และผงโรยข้าว กุ้งห่มัน เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสังเกตและการสนทนากลุ่ม เก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยแบบประเมินความรู้ ความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยสังเคราะห์ประเด็นสำคัญร่วมกับผลเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้เป็นการเรียนรู้แบบชุมชนเป็นฐาน แบ่งเป็น 3 ระยะ ได้แก่ การสร้างความเข้าใจร่วมกัน การปฏิบัติการ และการขยายผล 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ให้ความรู้ด้านกฎหมายและมาตรฐาน ออกแบบ และประยุกต์ใช้ และ 3) การตลาดดิจิทัลแบ่งเป็น 4 ระยะ ได้แก่ การสร้างความเข้าใจ การเล่าเรื่อง

ผลิตภัณฑ์ การผลิตสื่อ และการเผยแพร่ ภายหลังการดำเนินวิจัย กลุ่มเป้าหมายร้อยละ 80 มีความรู้และทักษะเพิ่มขึ้น สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และสื่อดิจิทัล ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่ม เกิดรายได้ และยกระดับศักยภาพทางเศรษฐกิจของชุมชน

คำสำคัญ: การถ่ายทอดองค์ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป, การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, การตลาดดิจิทัล

Abstract

This study aimed to: 1) Examine the knowledge transfer process in seafood processing, packaging development, and marketing of products from the Ban Chong Fuen model community; and 2) Enhance the capacity of coastal fishing communities to apply such knowledge for livelihood development and sustainable economic growth. A mixed methods approach was employed, with qualitative research as the primary method and quantitative research used to support the evaluation of learning outcomes among the target group. The population consisted of 54 members of the Ban Chong Fuen model community. The sample comprised 100 participants selected through purposive sampling from three communities in Falami Subdistrict: Ban Bang Muang Housewives Group (30 participants), Ban Bang Khuan Community Enterprise Group (40 participants), and Ban Laem Kai Phu Housewives Group (30 participants). The knowledge transfer tools included a handbook entitled “How to Process Products that Appeal to Consumers” and five instructional videos demonstrating the production of dried shrimp, sweet shrimp, three-flavored crystal shrimp, sun-dried Pla Butree, and shrimp oil rice topping powder. Qualitative data were collected through observation and focus group discussions, while quantitative data were gathered using knowledge and satisfaction assessment forms. Data were analyzed through thematic synthesis supported by quantitative results. The findings revealed that: 1) The knowledge transfer process was community-based and consisted of three phases: mutual understanding, practical implementation, and knowledge dissemination; 2) Packaging development involved three stages: knowledge provision on laws and standards, design, and application; and 3) Digital marketing development comprised four stages: basic understanding, product storytelling, media production, and dissemination. After the implementation, 80% of participants demonstrated improved knowledge and skills. They were able to develop products, packaging, and digital media, resulting in added product value, increased income, and enhanced economic capacity of the community.

Keywords: Knowledge Transfer, Processed Seafood Product Development, Packaging Development, Digital Marketing

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศภายใต้แนวคิด “พลิกโฉมประเทศไทยสู่สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างคุณค่า และการพัฒนาอย่างยั่งยืน” โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากควบคู่กับการเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และการใช้ทุนชุมชนอย่างรู้คุณค่า ภายใต้กรอบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ในบริบทดังกล่าว “องค์ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเล” ถือเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทรัพยากรประมง โดยเฉพาะในชุมชนชายฝั่งที่มีผลผลิตสัตว์น้ำเป็นฐานทุนหลัก แนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในหลายพื้นที่ชี้ให้เห็นว่าการแปรรูปที่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหาร การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และการเชื่อมโยงการตลาดอย่างเป็นระบบ สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์จากระดับครัวเรือนไปสู่ระดับเชิงพาณิชย์ และสร้างความมั่นคงทางรายได้ในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปไม่ได้ขึ้นอยู่กับองค์ความรู้เพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับ “กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้” ที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน โดยเฉพาะการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Learning) และการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Learning by Doing) ซึ่งเป็นแนวทางที่พบว่า มีประสิทธิผลในชุมชนต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ กระบวนการดังกล่าวช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาทักษะ ความมั่นใจ และความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ได้จริงในบริบทชีวิตและอาชีพของตน นอกจากนี้ การบูรณาการองค์ความรู้ท้องถิ่นร่วมกับองค์ความรู้เชิงวิชาการ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การถ่ายทอดองค์ความรู้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับวิถีชีวิต และสามารถขยายผลไปสู่เครือข่ายชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ชุมชนบ้านช่องพิน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง เป็นชุมชนประมงชายฝั่งที่ตั้งอยู่ในระบบนิเวศ “สามน้ำ” ได้แก่ น้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม ซึ่งเอื้อต่อความหลากหลายของทรัพยากรสัตว์น้ำและการดำรงชีพของประชาชนในพื้นที่ ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงพื้นบ้านโดยใช้เครื่องมือที่ทำลายล้างทรัพยากร เช่น แห อวน และไซ ส่งผลให้ได้ผลผลิตสัตว์น้ำที่มีคุณภาพและสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน ควบคู่กับการมีบทบาทในการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรผ่านการขยายพื้นที่เขตอนุรักษ์และการปล่อยพันธุ์สัตว์น้ำอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้คนในชุมชนแต่เดิมมีรายได้วันละ 300 - 500 บาทต่อวัน เมื่อปริมาณผลผลิตสัตว์น้ำเพิ่มขึ้นรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 700 - 1,500 บาทต่อวัน (สถาบันลูกโลกสีเขียว, 2567) ชุมชนจึงได้รวมตัวกันจัดตั้ง “กลุ่มวิสาหกิจชุมชนร้านคนจับปลาทะเลสาบ จังหวัดพัทลุง” เพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเลในรูปแบบอาหารปลอดภัยและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ทรัพยากร อย่างไรก็ตามแม้ชุมชนจะมีองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เข้มแข็ง แต่ยังขาดระบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูป การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการตลาดที่เป็นแบบแผน ซึ่งเป็นข้อจำกัดต่อการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการขยายตลาดในระยะยาว

ภายใต้บริบทดังกล่าวการพัฒนาระบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปจึงมีบทบาทสำคัญในฐานะกลไกเชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากกับความยั่งยืนของทรัพยากรชายฝั่ง โดยมุ่งเน้นการบูรณาการองค์ความรู้ท้องถิ่น องค์ความรู้เชิงวิชาการ และหลักคิดตามแนวพระราชดำริ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มเป้าหมายให้สามารถพัฒนาอาชีพ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ และยกระดับการตลาด โดยเฉพาะการตลาดดิจิทัล กระบวนการดังกล่าวไม่เพียงช่วยสร้างรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจแก่ครัวเรือน แต่ยังส่งเสริม

ความเข้มแข็งของชุมชนในมิติทางสังคมและสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคงและสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปอาหารทะเล การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบบ้านช่องพิน เพื่อพัฒนารูปแบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เป็นระบบ สอดคล้องกับบริบทชุมชน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ควบคู่กับการเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาอาชีพ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ และการยกระดับความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชนประมงชายฝั่งอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปอาหารทะเล พัฒนารับรู้ภัณฑ์ และการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบบ้านช่องพิน
2. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มเป้าหมายในชุมชนประมงชายฝั่งให้สามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาอาชีพและสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **รูปแบบการวิจัย** การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ภายใต้กรอบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ทั้งนี้ การวิจัยเชิงคุณภาพใช้เป็นแนวทางหลักในการศึกษากระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ การมีส่วนร่วมและบริบทของชุมชน ข้อมูลเชิงปริมาณใช้เพื่อสนับสนุนการประเมินผลลัพธ์ด้านการเรียนรู้ ความรู้ และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย การดำเนินการวิจัยใช้กระบวนการเป็นวงจร ได้แก่ การวางแผน การปฏิบัติการ การสังเกต และการสะท้อนผล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มเป้าหมาย และนำผลจากแต่ละรอบมาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

2. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ หมู่ที่ 2 บ้านช่องพิน ตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จำนวนทั้งสิ้น 54 คน ซึ่งเป็นกลุ่มต้นแบบด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารทะเล และเป็นแหล่งองค์ความรู้หลักที่ใช้ในการศึกษากระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการวิจัยครั้งนี้

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยประชาชนในชุมชนประมงชายฝั่งที่เข้าร่วมกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้และนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ จำนวน 100 คน จาก 3 ชุมชน ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านหมู่ที่ 3 บ้านบางม่วง ตำบลฝาละมี อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จำนวน 30 คน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่ที่ 6 บ้านบางชวน ตำบลฝาละมี อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จำนวน 40 คน กลุ่มแม่บ้านหมู่ที่ 8 บ้านแหลมไก่อผู้ ตำบลฝาละมี อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง จำนวน 30 คน กลุ่มตัวอย่างต้องเป็นสมาชิกในชุมชนประมงชายฝั่งหรือกลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรทางทะเล มีความสนใจด้านการแปรรูปอาหารทะเล มีความพร้อมในการเข้าร่วมกิจกรรมตลอดกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ และมีศักยภาพในการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้รวมถึงถ่ายทอดต่อสู่สมาชิกในชุมชนได้



3. เครื่องมือและวิธีการเก็บข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ คือ ชุดคู่มือการแปรรูปอาหารทะเล 2 รูปแบบ ได้แก่ คู่มือรูปเล่ม เรื่อง “แปรรูปอย่างไรให้โดนใจผู้บริโภค” และวิดีโอสาธิตการแปรรูปอาหารทะเล แสดงสูตรอาหารและสาธิตขั้นตอนการแปรรูปอาหารทะเล 5 ชนิด ได้แก่ กุ้งแห้ง กุ้งแก้วสามรส กุ้งหวาน ผงโรยข้าวกุ้งหิวมัน และปลาบูตรีเล่เนื้อตากแห้ง

3.2 เครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ในชุมชน ดังนี้ 1) การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการบันทึกภาคสนาม จากการอบรมเชิงปฏิบัติการและการสาธิต และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การเรียนรู้ การรับรู้ และข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย และ 2) การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ แบบประเมินความรู้ และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราประมาณค่า (Likert Scale) เพื่อใช้วัดระดับการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้และทักษะ รวมถึงความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์เนื้อหาในประเด็นสำคัญ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ และทักษะของกลุ่มเป้าหมาย ผ่านขั้นตอนการเตรียมข้อมูล การอ่านทำความเข้าใจ จัดกลุ่มประเด็นเพื่ออธิบายกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้และการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้และทักษะของกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษากระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปอาหารทะเล การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการตลาดของชุมชนต้นแบบบ้านช่องพิน อำเภopakพะยูน จังหวัดพัทลุง เพื่อนำไปสู่การเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มเป้าหมายในชุมชนประมงชายฝั่งให้สามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาอาชีพและสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ดังนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปอาหารทะเล พัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบบ้านช่องพิน ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ในงานวิจัยนี้มีลักษณะเป็นการเรียนรู้แบบชุมชนเป็นฐาน (Community-Based Learning) เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชนอย่างแท้จริง สามารถจำแนกออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

1.1 การสร้างความเข้าใจร่วมกัน เริ่มจากการสร้างพื้นที่สนทนาและวางแผนร่วมกันระหว่างนักวิจัยชุมชนต้นแบบบ้านช่องพิน และกลุ่มเป้าหมายในชุมชนประมงชายฝั่งที่นำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านหมู่ที่ 3 บ้านบางม่วง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่ที่ 6 บ้านบางขนวน และกลุ่มแม่บ้านหมู่ที่ 8 บ้านแหลมไก่อผู้ ตำบลผาละมี อำเภopakพะยูน จังหวัดพัทลุง การดำเนินงานในระยะนี้ใช้การประชุมชี้แจงการถ่ายทอดองค์ความรู้ และการวางแผนร่วมกับแกนนำชุมชนเป็นหลัก เพื่อสร้างความเข้าใจตรงกัน กำหนดเป้าหมายร่วมกัน อันนำไปสู่ความร่วมมืออย่างเข้มแข็งในทุกขั้นตอนของการดำเนินงาน

1.2 การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการ เป็นการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ผ่านการจัดกิจกรรมสาธิตและการฝึกปฏิบัติการแปรรูปอาหารทะเล เป็นกระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมายสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้เดิมเข้ากับองค์ความรู้ใหม่ได้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการแปรรูปอาหารทะเลเป็นผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 รายการ ได้แก่ กุ้งแห้ง กุ้งหวาน กุ้งแก้วสามรส ปลาบุดีตากแห้ง และผงโรยข้าวกุ้งหุ้มมัน โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นควบคู่กับศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดเชิงเศรษฐกิจของชุมชน ดังภาพที่ 1 - 5



ภาพที่ 1 กุ้งแก้วสามรส



ภาพที่ 2 กุ้งแห้ง



ภาพที่ 3 ผงโรยข้าวกุ้งหุ้มมัน



ภาพที่ 4 ปลาบุดีตากแห้ง



ภาพที่ 5 กุ้งหวาน

1.3 การจัดระบบองค์ความรู้และการขยายผล องค์ความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติการในระยะที่ 2 ถูกนำมาจัดระบบอย่างเป็นขั้นตอน พร้อมพัฒนาเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ และขยายผลสู่ชุมชนอื่น ๆ 2 รูปแบบ ได้แก่ เล่มคู่มือการแปรรูปอาหารทะเล และสื่อวีดิโอสาธิตขั้นตอนการแปรรูปอาหารทะเล ซึ่งกระบวนการ ทั้ง 3 ระยะ ดังที่กล่าวมานั้น สะท้อนถึงการเรียนรู้ที่ใช้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง เน้นการมีส่วนร่วม การลงมือปฏิบัติจริง และการต่อยอดองค์ความรู้สู่ความยั่งยืนของชุมชนอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม ผลการศึกษาการจัดระบบองค์ความรู้และการขยายผลองค์ความรู้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ก่อนการอบรม องค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมายมีลักษณะเป็นความรู้ฝังลึกในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) ถ่ายทอดผ่านการบอกเล่าอย่างไม่เป็นระบบ ส่งผลให้การเรียนรู้ขาดความสม่ำเสมอ ภายหลังการพัฒนาคู่มือและสื่อวีดิโอ พบว่า สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้อย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน เอื้อต่อการเรียนรู้ของทั้งคนในและนอกชุมชน ช่วยลดข้อจำกัดในการเริ่มต้นเรียนรู้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง นอกจากนี้ ยังช่วยรักษาองค์ความรู้และสนับสนุนการขยายผลสู่ชุมชนอื่นได้อย่างต่อเนื่อง



ผลการศึกษาระบบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป จำนวน 5 รายการ ได้แก่ กุ้งแห้ง กุ้งหวานสามรส ปลาบู่ตรีตากแห้ง และผงโรยข้าวกุ้งหัวมัน เป็นกระบวนการพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัยและชุมชนต้นแบบบ้านช่องพิน ดำเนินการภายใต้แนวคิดการเพิ่มมูลค่า (Value Added) ควบคู่กับการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร และการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค กระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบ่งออกเป็น 3 ระยะสำคัญ ดังนี้ 1) การเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านกฎหมายและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ กฎหมายบรรจุภัณฑ์ กฎหมายฉลากอาหาร ฉลากโภชนาการ และขั้นตอนการขอรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ผลการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มเป้าหมายเข้าใจข้อกำหนดเกี่ยวกับข้อมูลฉลากสินค้า ขั้นตอนการขออนุญาตสถานที่ผลิตและผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จริง 2) ระยะที่ 2 ทีมวิจัยและชุมชนได้ร่วมกันวิเคราะห์ลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปแต่ละชนิด เพื่อนำไปสู่การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ผลการศึกษาพบว่า การเลือกวัสดุที่ช่วยป้องกันความชื้นและการปนเปื้อนสามารถรักษาคุณภาพ รสชาติ และยืดอายุสินค้า พร้อมกันนั้น ทีมวิจัยได้รวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 รายการ เพื่อให้สามารถดึงดูดความสนใจและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และ 3) การประยุกต์ใช้และการยกระดับศักยภาพเชิงพาณิชย์ พบว่า กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ได้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ พร้อมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาด

ตารางที่ 1 แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติทางกายภาพของผลิตภัณฑ์	แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์	ผลที่เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์
กุ้งแห้ง	เป็นกุ้งชิ้นแห้ง ความชื้นต่ำ มีกลิ่นเฉพาะ ต้องป้องกันอากาศและความชื้น	ใช้ถุงพลาสติกใสกันตึง PE หรือ ถุงอลูมิเนียมฟอยล์หน้าใส เพื่อป้องกันอากาศและความชื้น พร้อมโซว์สินค้า	ลดความชื้นและการสัมผัสอากาศ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์คงคุณภาพด้านกลิ่นและรสชาติได้ต่อเนื่อง โดยจากการทดลองเก็บรักษา พบว่า สามารถยืดอายุสินค้าได้นานขึ้น เมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์เดิม และกลุ่มเป้าหมายประเมินว่าผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจเพิ่มขึ้นในระดับสูง
กุ้งหวาน	เป็นกุ้งเคลือบน้ำตาล มีความชื้นและน้ำเชื่อม เสี่ยงไหลเยิ้มและปนเปื้อน	บรรจุถุงภายในก่อน แล้วใส่ กล่องพลาสติกใสหรือกระปุก ฝาล็อก หรือถุงฟอยล์หน้าใส เพื่อป้องกันการไหลของน้ำเชื่อมและอากาศ	ช่วยลดการรั่วซึมของน้ำเชื่อมและการปนเปื้อน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความสะอาดและคงสภาพได้ดีขึ้น จากการทดลองใช้งานจริง พบว่า ปัญหาการไหลเยิ้มลดลงอย่างชัดเจน และได้รับความพึงพอใจจากผู้บริโภคในระดับสูง
กุ้งแก้วสามรส	มีส่วนผสมหลายชนิด สีสันทนรับประทาน ต้องโซว์สินค้า และต้องป้องกันอากาศ	ใช้กระปุกใสฝาเกลียว กล่องพลาสติกฝาล็อก หรือถุงฟอยล์หน้าใส เพื่อให้เห็นสินค้าและป้องกันอากาศ	ป้องกันอากาศและแสดงตัวสินค้าได้ ช่วยรักษาคุณภาพและเพิ่มความน่าสนใจ จากการประเมินของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์ดีขึ้นและสามารถตั้งราคาสูงขึ้นได้เมื่อเทียบกับรูปแบบเดิม

ตารางที่ 1 แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติทางกายภาพ ของผลิตภัณฑ์	แนวทางการพัฒนา บรรจุภัณฑ์	ผลที่เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์
ปลาบู่ตริตากแห้ง	เป็นชิ้นเดียว แข็ง กรอบ เหนียว ต้องป้องกันอากาศ และความชื้น	ใช้ถุงพลาสติกกันตึง หรือ ถุงพอยลชีปล็อคหน้าใส หรือ กระปุกล็อกแน่น เพื่อป้องกัน อากาศ	ป้องกันอากาศช่วยลดการเสื่อมคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ ทำให้คงความกรอบ และยืดอายุการเก็บรักษาได้ดีขึ้น จากการทดลองเก็บรักษา พบว่า คุณภาพสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงในช่วง ระยะเวลาที่กำหนด
ผงโรยข้าว กุ้งหัวมัน	เป็นผงแห้ง มีกลิ่นเฉพาะ ต้องป้องกันอากาศและ ความชื้น	ใช้กระปุกใส่ฝาล็อก หรือซอง พอยลลามิเนต เพื่อป้องกัน อากาศและรักษากลิ่นรส	ช่วยรักษากลิ่นและป้องกันความชื้น จากการทดลองใช้งาน พบว่า ผลิตภัณฑ์ ยังคงคุณภาพด้านกลิ่นและรสชาติ และไม่เกิดการจับตัวเป็นก้อน ในช่วงระยะเวลาการเก็บรักษา

จากตารางที่ 1 พบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปทั้ง 5 รายการมีความสอดคล้องกับคุณสมบัติทางกายภาพของอาหารแต่ละประเภท ผลิตภัณฑ์อาหารแห้งให้ความสำคัญกับการป้องกันการซึมผ่านของอากาศและความชื้น ขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่มีความชื้นหรือมีน้ำเชื่อมต้องใช้บรรจุภัณฑ์ที่ปิดสนิทและป้องกันการรั่วซึม ดังภาพที่ 6 - 10



ภาพที่ 6 บรรจุภัณฑ์กุ้งแห้ง



ภาพที่ 7 บรรจุภัณฑ์กุ้งหวาน



ภาพที่ 8 บรรจุภัณฑ์ปลาบู่ตริตากแห้ง



ภาพที่ 9 บรรจุภัณฑ์กุ้งแก้วสามรส



ภาพที่ 10 บรรจุภัณฑ์ผงโรยข้าวกุ้งหัวมัน

จากภาพที่ 1 - 10 แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนา โดยพบว่า การนำองค์ความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และมาตรฐานผลิตภัณฑ์มาประยุกต์ใช้ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีการยกระดับทั้งในด้านการใช้งาน (Functional Value) เช่น การป้องกันความชื้นและการปนเปื้อน และด้านภาพลักษณ์ (Perceived Value) เช่น ความสวยงาม ความน่าเชื่อถือ และความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ การออกแบบฉลากและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ ยังช่วยเพิ่มคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนและสร้างความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปในตลาดได้อย่างชัดเจน

ผลการศึกษาระบบการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบบ้านช่องฟืน ให้กับกลุ่มเป้าหมายในชุมชนประมงชายฝั่ง พบว่า เป็นกระบวนการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย การพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารการตลาด การตลาดดิจิทัล และการสร้างเนื้อหาเพื่อสื่อสารผ่านสื่อ เน้นให้กลุ่มเป้าหมายนำความรู้ไปใช้ได้จริงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างรายได้ในชุมชน กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการตลาดแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้ 1) การสร้างความเข้าใจพื้นฐานด้านการสื่อสารการตลาด และการสร้างสรรค์เนื้อหา โดยใช้แนวคิด “คุณค่าของเนื้อหาเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารมากกว่ารูปแบบหรือช่องทาง” และอธิบายองค์ประกอบกระบวนการสื่อสารตามแบบจำลองการสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร ข้อความ ช่องทาง การสื่อสาร และผู้รับสาร การให้ความรู้ในลักษณะนี้ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจหลักการสำคัญของการสื่อสารผลิตภัณฑ์ การกำหนดสารหลักของผลิตภัณฑ์ และการเลือกช่องทางสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มเป้าหมายสามารถเชื่อมโยงแนวคิดการสื่อสารกับผลิตภัณฑ์ของตนเอง และเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสาร เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนของตนเอง 2) การพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ (Storytelling) ในระยะนี้ กลุ่มเป้าหมายได้ฝึกทักษะการสร้างสรรค์เรื่องราวของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป 5 รายการ ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายสามารถอธิบายจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ และสามารถนำอัตลักษณ์ในชุมชนตนเองมาสื่อสารเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ได้ 3) การพัฒนาทักษะการผลิตสื่อ เป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงเทคนิคเกี่ยวกับการผลิตสื่อการตลาดออนไลน์ ได้แก่ เทคนิคการถ่ายภาพสินค้า การตกแต่งภาพ การใช้โปรแกรมออกแบบสื่อ CANVA การสร้างเพจ Facebook การผลิตสื่อวิดีโอสั้น และการสร้างสรรค์สื่อเพื่อเผยแพร่ผ่าน TikTok กลุ่มเป้าหมายสามารถถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ โพสต์ และสร้างวิดีโอโปรโมตผลิตภัณฑ์ได้ และ 4) การทดลองใช้จริง กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองสร้างคอนเทนต์และนำเสนอผลงานจริง นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ประเมินผลกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการตลาดโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า กลุ่มเป้าหมายเรียนรู้ว่า “เมื่อก่อนขายแค้ในชุมชน แต่พอได้เรียนเรื่องการเล่าเรื่องและการทำสื่อ ทำให้รู้ว่า จะสื่อสารยังไงให้คนอยากซื้อ การฝึกให้ลงมือทำเอง ทำให้เข้าใจมากกว่าการฟังอย่างเดียว และสามารถนำไปใช้ขายของได้จริง และการเล่าเรื่องสินค้าช่วยให้สินค้าดูมีคุณค่า ไม่ใช่แค่ของกินธรรมดา แต่เป็นของจากชุมชนที่มีเรื่องราว” ในด้านความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมในระดับสูง และสามารถผลิตสื่อทางการตลาดได้จริง สะท้อนถึงประสิทธิผลของกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการตลาดในการยกระดับสมรรถนะของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในมิติของทักษะการสื่อสาร การใช้สื่อดิจิทัล และศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

2. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มเป้าหมายในชุมชนประมงชายฝั่งให้สามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาอาชีพและสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของชุมชน ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ดำเนินการผ่านกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ การสาธิต การพัฒนาคู่มือ และการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนต้นแบบกับชุมชนเป้าหมาย สามารถเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มเป้าหมายในชุมชนประมงชายฝั่งได้อย่างเป็นรูปธรรมใน 4 ด้านดังนี้

2.1 ศักยภาพด้านทักษะการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายสามารถพัฒนาทักษะการแปรรูปอาหารทะเลผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง จากการสาธิต ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป 5 ชนิด ได้แก่ กุ้งแห้ง กุ้งหวาน กุ้งแก้วสามรส ปลาบู่ตริตากแห้ง และผงโรยข้าวกุ้งหั่วมัน พบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 ชุมชนสามารถดำเนินการแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง ภายใต้เกณฑ์ด้านรสชาติ ความสะอาด และมาตรฐานการผลิตที่กำหนด ส่งผลให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการเพิ่มมูลค่าวัตถุดิบทางทะเล และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างอาชีพในครัวเรือนได้จริง ผลลัพธ์ดังกล่าวแสดงถึงการพัฒนาศักยภาพทักษะเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ ทักษะการคัดเลือกวัตถุดิบอาหารทะเล ทักษะการควบคุมความสะอาด ทักษะการเก็บรักษาอาหาร และศักยภาพในการผลิตและสร้างมูลค่าของชุมชน

2.2 ศักยภาพด้านการพัฒนามาตรฐานสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การอบรมด้านการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์และขั้นตอนการขอรับรองมาตรฐานอาหาร (อย.) ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายอาหาร การออกแบบฉลาก และการเตรียมความพร้อมด้านสถานที่ผลิตและผลิตภัณฑ์ ภายหลังการอบรม กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะสินค้า และมีความเข้าใจขั้นตอนการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับสินค้าเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ สะท้อนศักยภาพด้านการวางระบบ ควบคุม และตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามมาตรฐาน และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าทั้งด้านคุณภาพ รูปลักษณ์ มาตรฐาน และการตลาด เพื่อให้จำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้นและแข่งขันในตลาดได้

2.3 ศักยภาพด้านการตลาดดิจิทัลและการสื่อสารผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการสร้างคอนเทนต์ การเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ การถ่ายภาพสินค้า การสร้างเพจเฟซบุ๊ก และการผลิตสื่อ TikTok ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายสามารถพัฒนาทักษะการตลาดออนไลน์ได้ นอกจากนี้ กลุ่มเป้าหมายสามารถผลิตสื่อได้จริง เช่น คลิปวิดีโอเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของชุมชนผ่านโซเชียลมีเดีย เป็นการเพิ่มศักยภาพด้านการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ได้จริง

2.4 ศักยภาพด้านการเรียนรู้ของชุมชน จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบการแปรรูปอาหารทะเลในชุมชนบ้านช่องพิน และการพัฒนาชุดคู่มือองค์ความรู้ทั้งในรูปแบบเอกสารและสื่อวิดีโอ ทำให้เกิดระบบการเรียนรู้ที่ยั่งยืนในชุมชน ทำให้ชุมชนสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สมาชิกใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถขยายผลสู่ชุมชนอื่น สะท้อนการเสริมสร้างศักยภาพการเรียนรู้ของชุมชน ดังภาพที่ 11 - 12



ภาพที่ 11 มอบป้ายศูนย์การเรียนรู้
การแปรรูปอาหารทะเล



ภาพที่ 12 ป้ายศูนย์การเรียนรู้
การแปรรูปอาหารทะเล

อภิปรายผล

กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ของชุมชนต้นแบบบ้านช่องฟืน มีลักษณะเป็นการเรียนรู้แบบชุมชนเป็นฐาน และการมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติ จำแนกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การสร้างความเข้าใจร่วมกัน ดำเนินผ่านการประชุมชี้แจงและวางแผนร่วมกับแกนนำและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกสร้าง “พื้นที่ร่วมทางสังคม” ส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของและทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรับรู้เป้าหมายร่วมกันก่อนเข้าสู่การเรียนรู้เชิงปฏิบัติ ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนหลักการของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ที่เน้นการร่วมคิด ร่วมดำเนินการ และร่วมเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในมิติการตัดสินใจ การพัฒนาแนวปฏิบัติ และการจัดการความรู้ในชุมชน ส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมในลักษณะเชิงลึกและต่อเนื่อง แตกต่างจากรูปแบบการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบดั้งเดิมที่มักเป็นการสื่อสารทางเดียว โดย Baum, F. et al. อธิบายว่า PAR เป็นกระบวนการผสมผสานการสะท้อนคิด การเก็บข้อมูล และการปฏิบัติร่วมเพื่อพัฒนาแนวทางที่เหมาะสมกับบริบทและเสริมสร้างศักยภาพผู้เกี่ยวข้อง (Baum, F. et al., 2006) นอกจากนี้ การสร้างพื้นที่เรียนรู้ร่วมยังสอดคล้องกับแนวคิดชุมชนนักปฏิบัติ (Communities of Practice) ที่อธิบายการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และพัฒนาแนวปฏิบัติจากสถานการณ์จริง ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิระพงศ์ เรืองกุล พบว่า ชุมชนนักปฏิบัติเป็นกลไกสำคัญของการจัดการความรู้ เนื่องจากช่วยให้เกิดการเรียนรู้ผ่านปฏิสัมพันธ์ การแบ่งปันประสบการณ์ (จิระพงศ์ เรืองกุล, 2557) ระยะที่ 2 การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการ เป็นการเรียนรู้จากการสาธิตและฝึกปฏิบัติการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 5 รายการ ได้แก่ กุ้งแห้ง กุ้งหวาน กุ้งแก้วสามารถปลาบูตริตากแห้ง และผงโรยข้าวกุ้งหัวมัน กระบวนการดังกล่าวช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเชื่อมโยงความรู้เดิมกับความรู้ใหม่ สอดคล้องกับตัวแบบ SECI Model ซึ่งอธิบายการสร้างความรู้ผ่านการแปลงความรู้โดยนัยสู่ความรู้ชัดแจ้ง โดยเฉพาะช่วงที่ผู้เชี่ยวชาญถ่ายทอดเคล็ดลับและสูตรผ่านการลงมือทำและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในการต่อยอดองค์ความรู้ได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด SECI Model ในบริบทของชุมชนประมงชายฝั่ง โดยเน้นกระบวนการแปลงความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้กลายเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ผ่านการปฏิบัติและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อันเป็นการขยายขอบเขตของทฤษฎีจากบริบทองค์กรไปสู่บริบทชุมชนฐานราก ระยะที่ 3 การจัดระบบองค์ความรู้และขยายผล มุ่งทำให้ความรู้คงอยู่ ถ่ายทอดซ้ำได้ และพร้อมขยายผล



โดยการพัฒนาคู่มือและวิดีโอสาธิตการแปรรูปอาหารทะเล ซึ่งเป็นกระบวนการทำให้ความรู้ชัดแจ้งและเคลื่อนย้ายได้ (Codification) ลดการสูญหายขององค์ความรู้และเพิ่มศักยภาพการขยายผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภรดา แสนยาโต และคณะ พบว่า การพัฒนาความรู้ด้านการแปรรูปสามารถเพิ่มรายได้ สร้างความร่วมมือ และก่อให้เกิดเครือข่ายชุมชน (ศุภรดา แสนยาโต และคณะ, 2562)

กระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป จำแนกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 สร้างความพร้อมด้านกฎระเบียบและมาตรฐาน อบรมกฎหมาย ฉลากอาหาร ฉลากโภชนาการ และขั้นตอนการรับรองผลิตภัณฑ์ ทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจข้อกำหนดด้านความปลอดภัย เพิ่มความน่าเชื่อถือ และลดความเสี่ยงด้านมาตรฐาน ช่วยยกระดับความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าสู่ตลาด เป็นระยะที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นจุดตั้งต้นของการพัฒนามากกว่าการเริ่มต้นจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากแนวคิดการเพิ่มมูลค่าเชิงภาพลักษณ์ไปสู่การเพิ่มมูลค่าเชิงระบบและความปลอดภัยอาหาร ระยะที่ 2 การออกแบบและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ตามคุณลักษณะสินค้า เป็นกระบวนการจัดการความเสี่ยงด้านคุณภาพและความปลอดภัย โดยการเลือกวัสดุและรูปแบบที่เหมาะสมช่วยรักษาคุณภาพ ลดการปนเปื้อน และเพิ่มความน่าเชื่อถือ เป็นการต่อยอดองค์ความรู้โดยการเชื่อมโยงระหว่างคุณสมบัติทางกายภาพของผลิตภัณฑ์กับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดรูปแบบเชิงประยุกต์ที่สามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลประเภทอื่นซึ่งสอดคล้องกับงานของ สุรีพร คลังพระศรี และคณะ พบว่า การเลือกบรรจุภัณฑ์ผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชน ช่วยคงคุณภาพสินค้า และเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อม (สุรีพร คลังพระศรี และคณะ, 2568) ระยะที่ 3 การประยุกต์ใช้ กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ได้เหมาะสม เข้าใจมาตรฐาน และมีความพร้อมต่อยอดสู่ตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ สะท้อนการพัฒนาสมรรถนะเชิงระบบด้านความรู้ ทักษะ และความพร้อมเชิงพาณิชย์

กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการตลาด เป็นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จำแนกเป็น 4 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 สร้างความเข้าใจพื้นฐานการสื่อสารการตลาด ผ่านแบบจำลองการสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร ให้ชุมชนวิเคราะห์ก่อนการผลิตสื่อ กระบวนการดังกล่าวช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมองการสื่อสารอย่างเป็นระบบ สามารถกำหนดสารหลัก เลือกช่องทางให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้า ส่งผลให้เกิดการยกระดับจากทักษะเชิงเทคนิคสู่ทักษะเชิงกลยุทธ์ในการกำหนดว่าจะสื่อสารอะไร สื่อสารกับใคร ผ่านช่องทางใด และเพื่อเป้าหมายใด ระยะที่ 2 พัฒนาทักษะการเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ชุมชน ผ่านการฝึกตั้งชื่อกลุ่ม กำหนดสโลแกน และสื่อสารจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ช่วยให้ชุมชนสามารถแปลงเรื่องราวท้องถิ่นเป็นสารการตลาดที่เป็นรูปธรรม ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สร้างความแตกต่างเชิงคุณค่า และลดการพึ่งพาการแข่งขันด้านราคา แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนก ปัญญาสุพัฒน์ และคณะ ที่ชี้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรดำเนินควบคู่กับการสร้างแบรนด์ การใช้การตลาดดิจิทัล และการสื่อสารเรื่องราวเพื่อเพิ่มการจดจำของผู้บริโภค (รัชนก ปัญญาสุพัฒน์ และคณะ, 2568) ข้อค้นพบนี้สะท้อนว่าการพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้แนวคิดการสร้างแบรนด์สามารถเกิดขึ้นได้จริงในบริบทชุมชนประมงชายฝั่ง ระยะที่ 3 พัฒนาทักษะการผลิตสื่อดิจิทัล กลุ่มเป้าหมายสามารถใช้ Canva ถ่ายภาพ สร้างเพจ และผลิตวิดีโอสั้นเพื่อสื่อสารสินค้าได้จริง ระยะที่ 4 ทดลองเผยแพร่สื่อ ช่วยลดความไม่มั่นใจด้านเทคโนโลยีและส่งเสริมการใช้สื่อดิจิทัลต่อเนื่อง เป็นการยกระดับจากความสามารถ



ในการรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) ไปสู่ความสามารถในการใช้ดิจิทัลเพื่อสร้างมูลค่า โดยกลุ่มเป้าหมายสามารถผลิตและเผยแพร่สื่อได้จริง ซึ่งเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ของการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ เมธรัตน์ จันตะนี และนฤมล ญาณสมบัติ ที่พบว่า การใช้สื่อออนไลน์ช่วยเพิ่มรายได้และความสามารถแข่งขันของชุมชนและเสริมความสามารถในการแข่งขันของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม (เมธรัตน์ จันตะนี และนฤมล ญาณสมบัติ, 2566)

การเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มเป้าหมายในชุมชนประมงชายฝั่ง พบว่า สามารถพัฒนาศักยภาพได้หลายด้าน ได้แก่ 1) ศักยภาพด้านการผลิต กลุ่มเป้าหมายสามารถแปรรูปอาหารทะเล และผลิตสินค้าได้จริงหลังการฝึกอบรม แสดงว่าการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนมีประสิทธิผลเมื่อใช้กระบวนการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (Learning by Doing) มากกว่าการถ่ายทอดเชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว เนื่องจากช่วยเสริมความมั่นใจและเอื้อต่อการประยุกต์ใช้ความรู้ในอาชีพ 2) ศักยภาพด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ความเข้าใจกฎหมายอาหาร ฉลาก และมาตรฐานผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่ามาตรฐานสินค้าเป็น “ตัวแปรเชิงโครงสร้าง” ที่กำหนดความสามารถของชุมชนในการเข้าสู่ตลาด กล่าวคือ แม้ว่าชุมชนจะมีทักษะในการผลิตสินค้า แต่หากไม่ผ่านมาตรฐานด้านกฎหมายอาหาร ฉลาก หรือระบบรับรองคุณภาพ ก็ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าในตลาดที่กว้างขึ้นได้ 3) ศักยภาพด้านการตลาดดิจิทัล กลุ่มเป้าหมายสามารถผลิตสื่อออนไลน์และใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลได้จริง ช่วยลดข้อจำกัดเชิงพื้นที่ ลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง และเพิ่มโอกาสรายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ หมัดเฟาซี รูบามา และคณะ ที่พบว่า การพัฒนาการตลาดดิจิทัลช่วยเพิ่มการรับรู้และยอดขายของผลิตภัณฑ์ชุมชน (หมัดเฟาซี รูบามา และคณะ, 2567) 4) การสร้างระบบการเรียนรู้ของชุมชน โดยการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ต้นแบบและชุดองค์ความรู้ช่วยให้การถ่ายทอดเกิดความต่อเนื่องและขยายผลได้ สอดคล้องกับงานของ จิตติมา ดำรงวัฒนะ และประนอม การชะนันทน์ การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้การแปรรูปอาหารทะเลในชุมชนชายฝั่งเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้การถ่ายทอดองค์ความรู้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน (จิตติมา ดำรงวัฒนะ และประนอม การชะนันทน์, 2568) และ 5) การพัฒนาแบบบูรณาการทั้งระบบ ศักยภาพชุมชนเกิดจากการพัฒนาร่วมกันทั้งการผลิต มาตรฐานสินค้า การตลาด และระบบการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ เมธรัตน์ จันตะนี และลำยอง ปลั่งกลาง พบว่า การพัฒนาศักยภาพกลุ่มเป้าหมายในชุมชนไม่สามารถเกิดขึ้นได้จากการพัฒนาทักษะเฉพาะด้านเพียงมิติเดียว แต่ต้องอาศัยการพัฒนาแบบบูรณาการทั้งระบบ (เมธรัตน์ จันตะนี และลำยอง ปลั่งกลาง, 2561)

สรุปและข้อเสนอแนะ

กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปอาหารทะเล การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการตลาดของชุมชนต้นแบบบ้านช่องพิน เป็นกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบชุมชนเป็นฐานที่บูรณาการการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาทักษะการสื่อสารการตลาด เป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนประมงชายฝั่งอย่างเป็นระบบและยั่งยืน เกิดข้อค้นพบเชิงแนวคิด 4 ประการ ได้แก่ 1) การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (Learning By Doing) เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้เกิดการนำองค์ความรู้ไปใช้จริง 2) มาตรฐานสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นตัวแปรเชิงโครงสร้างที่กำหนดโอกาสในการเข้าสู่ตลาด 3) การตลาดดิจิทัลและการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์เป็นกลไกในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง และ 4) การจัดระบบองค์ความรู้ในรูปแบบที่ถ่ายทอดซ้ำได้ เป็นปัจจัยสำคัญของความยั่งยืนในระดับชุมชน ผลลัพธ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาศักยภาพชุมชน



ไม่สามารถดำเนินการแบบแยกส่วนได้ แต่ต้องอาศัยการพัฒนาแบบบูรณาการทั้งระบบเชื่อมโยงการผลิต มาตรฐานสินค้า การตลาด และระบบการเรียนรู้เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ ข้อค้นพบเชิงนโยบายจากการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนผ่านการจัดการองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ สามารถนำไปสู่การสร้างรายได้ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน ทั้งยังสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดยเฉพาะด้านการลดความยากจน การสร้างงาน และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการปฏิบัติ ควรพัฒนา “ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนต้นแบบ” เป็นกลไกกลางในการถ่ายทอดองค์ความรู้และขยายผลเชิงเครือข่าย ควบคู่กับการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการตลาดดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณ จัดระบบพี่เลี้ยง และส่งเสริมความร่วมมือกับภาควิชาการเพื่อความต่อเนื่องในการพัฒนา ขณะที่ชุมชนควรพัฒนาศักยภาพสมาชิกผ่านการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ รักษามาตรฐานสินค้า และเสริมทักษะการตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มมูลค่าและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาผลกระทบระยะยาว วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างแบรนด์ และประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดดิจิทัล เพื่อพัฒนาแบบจำลองการตลาดที่เหมาะสมกับผู้ผลิตรายย่อยในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- จิตติมา ดำรงวัฒนะ และประนอม การเชนนันท์. (2568). การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้หลักสูตรการแปรรูปกะปิ (เคย) เพื่อสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารในชุมชนบริเวณหาดทุ่งไเส. วารสารสังคมพัฒนาศาสตร์, 8(3), 1-17.
- จิระพงศ์ เรืองกุล. (2557). ชุมชนนักปฏิบัติ: แนวทางการจัดการความรู้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 7(2), 16-27.
- เมธรัตน์ จันตะนี และนฤมล ญาณสมบัติ. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าจากเนื้อจระเข้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนแสวงหา จังหวัดอ่างทอง. วารสารศิลปการจัดการ, 7(4), 1327-1346.
- เมธรัตน์ จันตะนี และถ้ายอง ปลั่งกลาง. (2561). การพัฒนาศักยภาพบุคคลในชุมชนเพื่อจัดการด้านการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน ของชุมชนตำบลลาดชะโด อำเภอดมัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารเพชรบูรณ์สาร, 19(2), 45-55.
- รัชกร ปัญญาสุพัฒน์ และคณะ. (2568). แนวทางการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์น้ำเมี่ยงคำกะปิหวาน (ตราเรือไทย) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารทะเลบ้านกระซ้าขาว ตำบลบ้านบ่อ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร. วารสารการจัดการองค์กร และพัฒนาสังคม, 5(1), 79-96.
- ศุภรดา แสนยาโต และคณะ. (2562). การเสริมสร้างอาชีพแปรรูปกล้วยน้ำว้าโดยใช้ภูมิปัญญา เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนท้องถิ่น ตำบลนาฝาย จังหวัดชัยภูมิ. วารสารสังคมศาสตร์ นิติรัฐศาสตร์, 3(1), 85-95.
- สถาบันลูกโลกสีเขียว. (2567). รางวัลลูกโลกสีเขียว ครั้งที่ 22 ประจำปี 2566 ประเภทชุมชน. เรียกใช้เมื่อ 25 มีนาคม 2569 จาก <https://www.greenglobeinstitute.com/Frontend/Content.aspx?ContentID=6499110d-42bf-496d-8ab8-1e8e6a5fbc97>

- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570). เรียกใช้เมื่อ 31 มกราคม 2569 จาก https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/02/article_file_20230307173847.pdf
- สุรีพร คลังพระศรี และคณะ. (2568). การออกแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรغبานแว่นางเพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจแบบฐานราก. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 9(2), 291-302.
- หมัดเฟาซี รูบามา และคณะ. (2567). การสร้างการรับรู้และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายเชิงพาณิชย์ด้วยการตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ผึ่งขึ้นโรงบ้านหัวควน ต.ท่าช้าง อ.บางกล่ำ จ.สงขลา. วารสาร Journal of Roi Kaensarn Academi, 9(6), 459-471.
- Baum, F. et al. (2006). Participatory action research. Journal of Epidemiology and Community Health, 60(10), 854-857. <https://doi.org/10.1136/jech.2004.028662>.