

วิธีอ้างอิงบทความนี้: กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์, พิทักษ์ ศิริวงศ์ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2566). การพัฒนา  
นวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่. วารสาร  
วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, 9(1), 20-34.

Received: April 22, 2022  
Revised: June 30, 2022  
Accepted: February 06, 2023

## การพัฒนานวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลาง สำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่

กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์<sup>1\*</sup>, พิทักษ์ ศิริวงศ์<sup>2</sup> และ ธีระวัฒน์ จันทิก<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ และเพื่อพัฒนารูปแบบนวัตกรรมทางการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and development) ด้วยวิธีแบบผสมผสาน (Mixed method) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และวิจัยกึ่งทดลอง โดยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research: PAR) แบบสนทนากลุ่ม (Focus group) และการทดลองใช้คู่มือนวัตกรรมทางธุรกิจและการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสู่ผู้ประกอบการธุรกิจรุ่นใหม่ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบการพัฒนานวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่มีองค์ประกอบหลัก 6 ส่วน คือ เกณฑ์ที่ 1 ด้านแรงกระตุ้น เกณฑ์ที่ 2 ด้านแรงจูงใจ เกณฑ์ที่ 3 ด้านการเรียนรู้ เกณฑ์ที่ 4 ด้านการรับรู้ เกณฑ์ที่ 5 ด้านการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และเกณฑ์ที่ 6 ด้านการประเมินความรู้ จากนั้นพัฒนารูปแบบนวัตกรรมทางการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ได้เป็นคู่มือนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ และพบว่าความรู้ด้านนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ก่อน/หลัง การถ่ายทอดของผู้เข้าร่วมถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ มีคะแนนเฉลี่ยความรู้ด้านนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่หลังการถ่ายทอดความรู้โดยใช้คู่มือคะแนนเพิ่มสูงขึ้นจากก่อนใช้คู่มือและมีความต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

**คำสำคัญ:** อาหารไทยภาคกลาง ผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ นวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญา

**ประเภทบทความ:** บทความวิจัย

\* ผู้รับผิดชอบงานหลัก

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, อีเมล: kmolbhibhat.c@rmutp.ac.th

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, อีเมล: phitak@ms.su.ac.th

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, อีเมล: thirawat.cn@muti.ac.th

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่ม 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

## Development Innovations to Transfer Knowledge of Thai Food Recipes in The Central Region for New food entrepreneurs

Kamolbhibhat Chanasith<sup>1\*</sup>, Phitak Siriwong<sup>2</sup> and Thirawat Chuntuk<sup>3</sup>

### Abstract

The purpose of this paper is to study the composition and model of innovative development of knowledge transfer of Thai recipes in the Central Region for the new generation of food entrepreneurs and to develop an innovative form of transferring knowledge of Thai food recipes in the Central Region for the new generation of food entrepreneurs. This research used a research and development model with mixed methods, including qualitative and quantitative research methodologies, and quasi-experimental research. Data gathering methods include Participatory Action Research (PAR) with a focus group and the experimental examination of a business innovation manual and knowledge transfer of Central Thai cuisine to new generation entrepreneurs as part of data collection in the Faculty of Home Economics and Technology at Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. The findings revealed that there are six main components of innovation development in transferring knowledge of central Thai cuisine to new food entrepreneurs: Criteria 1: Stimulus; Criteria 2: Motivation; Criteria 3: Learning; Criteria 4: Receiving. Knowledge; Criteria 5: the application of knowledge and Criteria 6 is knowledge assessment. It was then intended to serve as a creative guide for imparting innovation knowledge of Central Thai cuisine to the next generation of food entrepreneurs. It was discovered that knowledge transfer of Central Thai food recipes for new generation food entrepreneurs occurred prior to/following the transfer of participants to transfer knowledge of central Thai food recipes for new generation food entrepreneurs. There was an average score of knowledge in the knowledge transfer of the central region's Thai recipes for the new generation of food entrepreneurs after the knowledge transfer using the manual that was higher than before using the manual, and there was a statistically significant difference at the level 0.05.

**Keywords:** Central Thai food, New food entrepreneur, Innovation of wisdom transfer

**Type of Article:** Research Article

---

\* Corresponding author

<sup>1</sup>Ph.D. Student, Faculty of Management Science Silpakorn University, E-mail: kamolbhibhat.c@rmutp.ac.th

<sup>2</sup>Lecturer, Faculty of Management Science Silpakorn University, E-mail: phitak@ms.su.ac.th

<sup>3</sup>Lecturer, Faculty of Business Administration and Information Technology Rajamangala University of Technology Isan (Khon Kaen Campus), E-mail: thirawat.cn@rmuti.ac.th

## 1. บทนำ

นวัตกรรมมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) และนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) ซึ่งในการพัฒนาประเทศให้เข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมสู่การทำนวัตกรรมการใช้เทคโนโลยีที่ประดิษฐ์คิดค้นเองในประเทศจำเป็นต้องเร่งการถ่ายทอดเทคโนโลยีและสร้างนวัตกรรมอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะด้านการจัดการทรัพยากรปัญหา การบริหารจัดการภายใต้แนวคิดรูปแบบใหม่ในระดับภาคอุตสาหกรรมและระดับท้องถิ่น โดยสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมทางธุรกิจ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้

นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ในการตลาดขึ้นรูปแบบใหม่ (Morris et al., 2008) ทำให้ผู้ประกอบการหรืออุตสาหกรรมใหญ่ๆ สามารถผลิตภัณ์อาหารออกมาได้หลากหลายประเภทมากขึ้น รวมถึงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะถูกกำหนดความต้องการของผู้บริโภค (Winger & Wall, 2006) สำหรับภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทยถือเป็นแหล่งรายได้สำคัญเมื่อปี 2562 มีมูลค่า 1.12 ล้านล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 หนึ่งในสินค้าที่ส่งออกมากที่สุดคือ อาหารพร้อมรับประทานรูปแบบแช่แข็งที่ยังคงคุณค่าทางโภชนาการได้อย่างครบถ้วน (สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม, 2561) นอกจากนี้ การศึกษาของ กมลทิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ และคณะ. (2561) ได้ศึกษากาวิวิเคราะห์องค์ประกอบพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครพบว่าปัจจัยทุกด้านส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารแช่แข็ง

พร้อมรับประทานในระดับมากทุกด้าน ซึ่งเน้นย้ำให้เห็นว่า อาหารแช่แข็งนั้นมีสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นในยุคปัจจุบัน

นอกจากนี้ผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำนวัตกรรมมาปรับใช้ทำให้การขยายธุรกิจไปสู่ตลาดส่งออกได้ และส่งผลให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้ และทักษะ โดยเฉพาะความรู้ความสามารถด้านบริหาร การจัดการ ทักษะการบริหารจัดการภายใต้กฎหมายและข้อบังคับระเบียบต่างๆ ของการทำธุรกิจ เพื่อยกระดับคุณภาพธุรกิจให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปได้ในอนาคต (ปฐมาวดี แสงสุข, 2559; สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม, 2561) รวมถึงด้านประสบการณ์เป็นอีกด้านหนึ่งที่สอนให้ผู้ประกอบการแก้ปัญหาและก้าวผ่านอุปสรรคไปได้ เช่น จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้หลายธุรกิจได้รับผลกระทบอย่างหนักรวมถึงธุรกิจร้านอาหารที่ต้องเผชิญกับความท้าทายครั้งใหม่ ผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้ชีวิตวิถีใหม่ (New normal) และส่งต่อภูมิปัญญาให้กับผู้ประกอบการยุคต่อไปหรือการสืบทอดธุรกิจครอบครัวที่เป็นการส่งผ่านธุรกิจครอบครัว (Transitions) และการเปลี่ยนผู้นำของธุรกิจเกี่ยวข้องกับการถ่ายโอนธุรกิจ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ยากลำบาก (Smyth & Leach, 1998) โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สืบทอดหรือการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ หรือเรียกได้อีกอย่างว่า ผู้นำ (Leadership) ที่พร้อมจะเติบโตในอนาคต ซึ่งเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ (Lank et al, 1998; Comtas, 2019; Beckhard & Dyer, 1983)

การเรียนรู้เพื่อความเข้าใจสำหรับการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่เน้นกระบวนการทางปัญญาหรือความคิด (Cognitive science) เป็นการเรียนรู้กระบวนการทางความคิดที่เกิดจากการสะสมข้อมูล การสร้างความหมาย ความสัมพันธ์ของข้อมูล และการดึงข้อมูลออกมาใช้ในการกระทำและการแก้ปัญหา

ต่างๆ สิ่งเหล่านี้มีผลโดยตรงกับมนุษย์ในด้านกระบวนการเรียนรู้ (Cognitive process) (เบญจวรรณ ชุนฤทธิ์, 2562) จากการสืบค้นจากงานวิจัยพบว่า ยังไม่มีงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมโดยวิธีถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารไทย ภาคกลาง โดยการใช้แนวคิดการเรียนรู้ด้วยวิธีการต่างๆ ร่วมกับใช้ศาสตร์ของการจัดการมาสร้างคู่มือการถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาครั้งนี้มุ่งหวังให้ได้คู่มือนวัตกรรมการถ่ายทอดอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นองค์ความรู้จากแนวคิดต่างๆ ที่เป็นความรู้เชิงทฤษฎีการสอนที่ช่วยเพิ่มเติมความรู้ในศาสตร์ด้านการสอนในระดับอุดมศึกษา เป็นแนวทางสำหรับการวิจัยพัฒนาศักยภาพของบุคคลต่อไป และขยายผลในการศึกษาในบริบทและองค์กรอื่นๆ นอกจากนี้ผู้สืบทอดหรือการเป็นนักธุรกิจรุ่นใหม่ ได้เรียนรู้และเข้าใจในการประกอบธุรกิจทั้งในส่วนของการถ่ายทอดนำไปบริหารจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ความคาดหวังของผู้บริโภค ตลอดจนได้อนุรักษ์และสืบสานอาหารไทยภาคกลางให้คงอยู่จากรุ่นสู่รุ่นต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

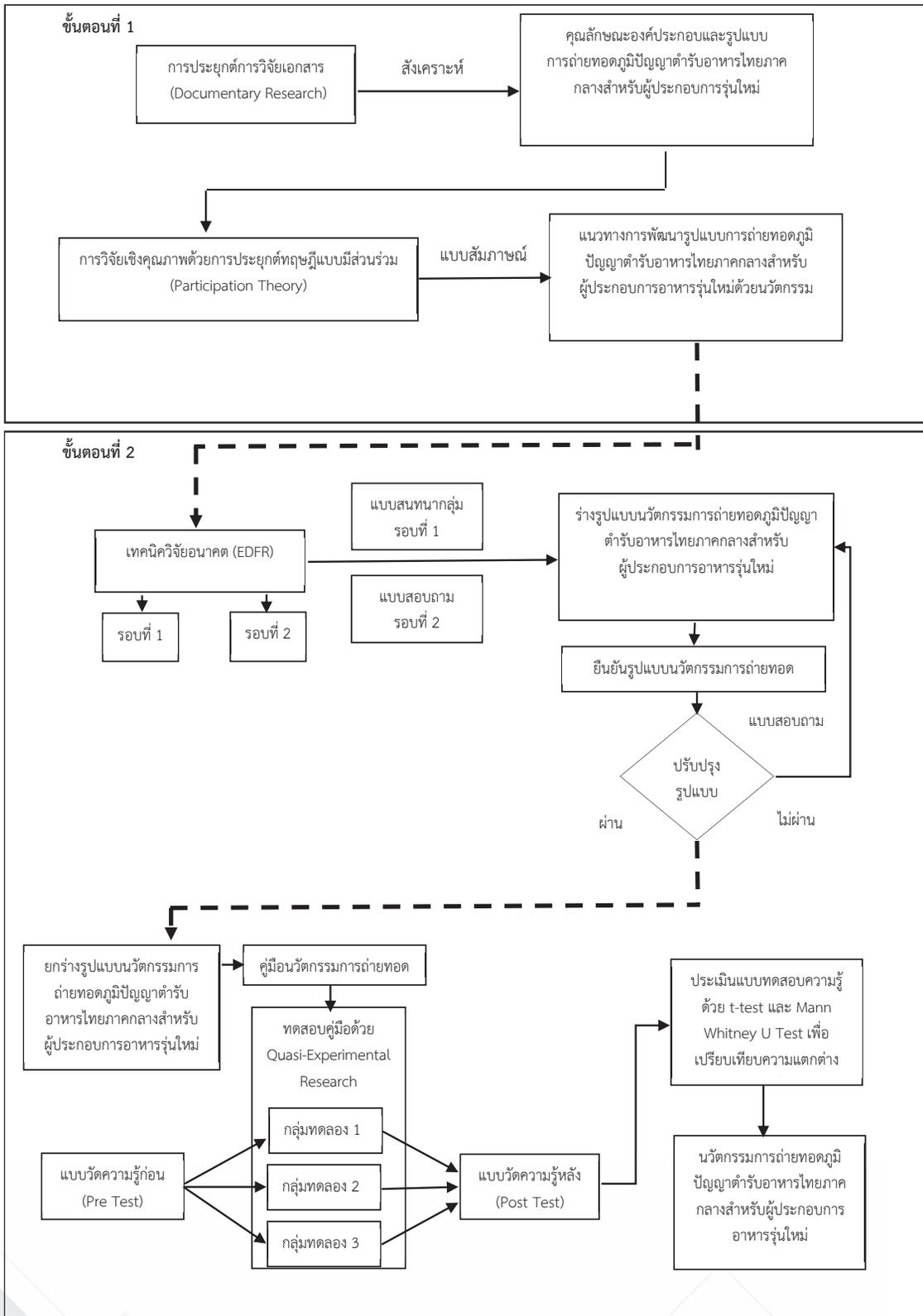
1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่
2. เพื่อพัฒนารูปแบบนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่

## 3. สมมติฐานการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย การใช้คู่มือนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ไม่มีความแตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยการใช้แบบวัดความรู้โดยมีค่าระดับคะแนนความรู้ทั้งก่อนและหลังที่แตกต่างกัน เพื่อให้การพัฒนาการศึกษาเป็นไปตามลำดับ และควรให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้ารับการทดสอบก่อนการพัฒนาความรู้ และเมื่อได้รับการพัฒนาความรู้ครบกระบวนการ ให้ทำแบบทดสอบหลังการพัฒนา เพื่อเป็นการเพิ่มองค์ความรู้พัฒนาและต่อยอดงานผลงานวิจัย ซึ่งมีหัวข้อต่อไปนี้ ด้านแรงกระตุ้น ด้านแรงจูงใจ ด้านการเรียนรู้ ด้านการรับรู้ ด้านการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และการประเมินความรู้

## 4. กรอบแนวคิดการวิจัย

การพัฒนานวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and development) ด้วยวิธีการแบบผสมผสาน (Mixed methods) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และวิจัยกึ่งทดลอง โดยกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาเป็นกระบวนการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัย

## 5. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแนวคิดทฤษฎีนวัตกรรม การถ่ายทอดภูมิปัญญา ตำรับอาหารไทยภาคกลาง ผู้วิจัย เสนอสาระสำคัญตามลำดับ

นวัตกรรมเป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีความซับซ้อนเกินกว่ารูปธรรมที่ปรากฏชัดเจน ทั้งนี้ Wolfe (1994) ได้สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมขององค์กรเกือบทั้งหมดไม่สอดคล้องกัน โดยมีการให้ความหมายในกลุ่มหนึ่งนวัตกรรมเป็นการนำอุปกรณ์ ระบบ นโยบาย โปรแกรม กระบวนการ สินค้าหรือบริการที่สร้างขึ้นมาใช้โดยสิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ใหม่ในองค์กร ขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งนวัตกรรมเป็นการเกิดใหม่ขึ้นอีกครั้งจากการปรับปรุงสิ่งเก่า และพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้นๆ นวัตกรรมไม่ใช่การขจัด หรือล้มล้างสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการปรับปรุงเสริมแต่งและพัฒนา โดยโวลฟ์ (Wolfe) ให้เหตุผลว่า สาเหตุอาจเนื่องมาจากนักวิจัย ที่ทำการศึกษาเรื่องนวัตกรรมมาจากสาขาที่แตกต่าง กันไป ดังนั้น ทฤษฎีทั่วไปที่ว่าด้วยนวัตกรรมจึงยังไม่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Amabile (1998) ได้อธิบายว่า นวัตกรรมมีความสลับซับซ้อนและมีความเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วนในองค์กร เป็นกระบวนการของการสร้างคุณค่าโดยการนำวิธีการใหม่ๆ มาใช้กับปัญหาที่มีความหมายตามที่ จักรสิน น้อยไร่ภูมิ (2564) ได้กล่าวไว้ มีอยู่ 3 ประเด็นที่เป็นมิติสำคัญของนวัตกรรม คือ 1) ความใหม่ (Newness) 2) ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic benefits) และ 3) การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and creativity idea) นอกจากนี้ นวัตกรรมคือการผลิตหรือการยอมรับการดูดซับและการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มในแวดวงเศรษฐกิจและสังคม การต่ออายุ และการขยายผลิตภัณฑ์บริการและตลาด (พิชชาภา ตันเทียว และอรพรรณ คงมาลัย, 2565) จึงสรุปว่า นวัตกรรมเป็นกระบวนการของการสร้างคุณค่าโดย

การนำวิธีการใหม่ๆ มาใช้กับปัญหาที่มีความหมาย นวัตกรรมคือการผลิตหรือการยอมรับการดูดซับ และการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มในแวดวงเศรษฐกิจและสังคม การต่ออายุและการขยายผลิตภัณฑ์บริการและตลาด การพัฒนาวิธีการใหม่ในการผลิต และการจัดตั้งระบบการจัดการใหม่ เป็นทั้งกระบวนการและผลลัพธ์

การถ่ายทอดนวัตกรรมเริ่มต้นจากการสร้างให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมและการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีกระบวนการที่เกี่ยวข้อง 2 กระบวนการ (Winter, 2012) ดังนี้

1. กระบวนการเร่งรัดความเปลี่ยนแปลง เป็นขั้นตอนเริ่มต้นของการถ่ายทอดนวัตกรรม เพื่อเตรียมองค์กรให้มีความพร้อมในการรับนวัตกรรมโดยเร่งรัดให้สมาชิกในองค์กรต้องการ การเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่องค์กรต้องการและสนใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ที่จะเข้ามาสร้างความเปลี่ยนแปลงในองค์กร ขั้นตอนนี้มี 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1) การปรับโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กรให้มีความยืดหยุ่น พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง 2) การปฏิวัติวัฒนธรรมองค์กรจากเดิมที่เป็นผู้รับฟังคำสั่งและปฏิบัติตาม กลายเป็นผู้ที่สามารถเสนอความคิดเห็นและมีส่วนในการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น และ 3) ความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์กรให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีคุณลักษณะบ่งบอกถึงความสำเร็จ 4 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1) บุคลากรรู้จักวิเคราะห์ปัญหา พัฒนางานที่ปฏิบัติและมีความเชื่อมั่นในการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบ 2) บุคลากรแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และทำงานแบบเป็นทีม 3) บุคลากรสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีซึ่งยืดหยุ่นต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลง และ 4) วัฒนธรรมองค์กรที่ยอมรับความเปลี่ยนแปลงยังคงอยู่ และสามารถใช้ในการผลักดันให้องค์กรพัฒนาได้อย่างไม่สิ้นสุด

2. กระบวนการบริหารความเปลี่ยนแปลง เป็นกลไกการบริหารจัดการที่สำคัญในการทำให้การ

ถ่ายทอดนวัตกรรมดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะหากการบริหารความเปลี่ยนแปลงล้มเหลว จะทำให้การถ่ายทอดนวัตกรรมทำได้ยาก สิ้นเปลืองงบประมาณและใช้เวลานานขึ้น

ดังนั้นการพัฒนาวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ เป็นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์สำหรับพัฒนานวัตกรรมนั้นเพื่อปรับปรุงกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บริการ ให้พัฒนาดีขึ้นเรื่อยๆ อย่างสม่ำเสมอ เมื่อต้องการสร้างวัฒนธรรมการสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมเกิดขึ้น จะต้องมีการพัฒนากระบวนการ ผลิตภัณฑ์ บริการอย่างต่อเนื่องแม้จะยังไม่ประสบปัญหาใดๆ เกิดขึ้นก็ตาม แต่การปลูกฝังให้ทุกคนคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอว่าถ้าจะพัฒนาให้เติบโตก้าวหน้าด้วยวิธีการใหม่ๆ หรือสิ่งใหม่ๆ แล้วจะต้องดำเนินการอย่างไร จึงจำเป็นอย่างยิ่งในการตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลง (Change) การคิดเชิงนวัตกรรม (Innovation and thinking different) เพื่อให้การทำงานสามารถรับมือกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการสร้างสิ่งใหม่ๆ ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ บริการใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าสร้างนวัตกรรมให้กับสถานประกอบการจึงเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่จะช่วยให้ช่องทางตอบสนองสิ่งใหม่ๆ ให้กับลูกค้าให้เป็นที่ต้องการของลูกค้า รวมไปถึงเป็นการแก้ปัญหาให้กับสถานประกอบการหรือลูกค้าได้ ดังนั้นเพื่อยกระดับการดำเนินการร้านอาหารจึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนานวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่เพื่อใช้เป็นสารสนเทศและคู่มือสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประสิทธิภาพต่อไป

การวิเคราะห์ องค์ ประกอบ การพัฒนาวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 6 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์

ประกอบหลักที่ 1) แรงกระตุ้น 2) แรงจูงใจ 3) การเรียนรู้ 4) การรับรู้ 5) การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และ 6) การประเมินความรู้

สำหรับรูปแบบนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ เป็นกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรม ซึ่งเริ่มต้นจากการสร้างให้เกิดการยอมรับและทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับ Winter (2012) นอกจากนี้องค์ประกอบหลัก 6 องค์ประกอบของนวัตกรรมการถ่ายทอด ยังสอดคล้องกับกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมของ Rogers (2003) นั่นคือ กระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรมประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ 1) สร้างความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม 2) ขั้นตอนจูงใจ 3) ขั้นตอนตัดสินใจ 4) ขั้นตอนยอมรับ 5) ขั้นนำไปใช้ และ 6) ขั้นการยืนยัน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบหลัก 6 องค์ประกอบของรูปแบบนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่เกี่ยวข้องอีกครั้ง เพื่อคัดเลือกแนวโน้มขององค์ประกอบต่างๆ

## 5. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดเชิงขั้นตอนของการศึกษางานวิจัยเรื่องนี้ โดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทำวิจัยการทบทวนวิจัย เอกสารใช้การทบทวนอย่างเป็นระบบ (Systematic literature review) และการประยุกต์ทฤษฎีแบบมีส่วนร่วม (Participation theory) สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) รวมถึงการถอดบทเรียน (Lesson learned) ทำให้เกิดการสังเคราะห์และพัฒนาเป็นแนวทางในการสร้างคู่มือการพัฒนาวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่

ขั้นตอนที่ 2 ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การศึกษาแนวทางขององค์ประกอบในการ

จัดทำคู่มือด้วยเทคนิควิจัยอนาคต EDFR (Ethnographic delphi futures research) และด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ (In-depth interview) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสรุปและสังเคราะห์หาองค์ประกอบไปยืนยันกันแล้วจึงนำแนวโน้มองค์ประกอบคุณลักษณะองค์ประกอบและรูปแบบการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus group) มาสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) แล้วส่งให้กับผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องอีกครั้ง เพื่อคัดเลือกแนวโน้มขององค์ประกอบต่างๆ

2. การทำวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-experimental research) โดยทำการประเมินความแตกต่างโดยใช้แบบวัดความรู้ก่อน-หลัง รวมถึงการประเมินความแตกต่างกลุ่มทดลองจำนวน 3 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการของแมนวิทนี (The Mann-Whitney U Test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าคะแนนประเมินโดยนำคู่มือไปทดลองประเมินกับกลุ่มธุรกิจชุมชนและนำไปปรับปรุงพัฒนาจัดเป็นคู่มือการพัฒนานวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสู่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพที่มีส่วนเกี่ยวข้องการพัฒนาวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวม โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) โดยการทำให้ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยเป็นลักษณะของการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งแบ่งออกได้ 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นผู้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในด้านอาหารไทย จำนวน 13 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนักวิชาการและคณาจารย์ในมหาวิทยาลัยทางด้านอาหารไทย จำนวน 3 คน กลุ่มผู้บริหารและคณะกรรมการสมาคมพ่อครัวไทย/กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพเชฟ (Chef) จำนวน

5 คน และผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านอาหารไทย จำนวน 5 คน

2. ผู้สืบทอด ซึ่งเป็นนักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการอาหารคหกรรมเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ผ่านการเรียนรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการคหกรรมศาสตร์ จำนวน 30 คน

## 6. ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบอนาคต (EDFR) ผลการสรุปความเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มเกณฑ์หลักและแนวโน้มเกณฑ์ย่อยที่ได้มาจากการสังเคราะห์ประเด็นการสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 และการสอบถามในรอบที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามเมื่อคัดเลือกจากแนวโน้มที่มีค่า มัธยฐานตั้งแต่ 3.5 ขึ้นไป และมีพิสัยระหว่าง ควอไทล์ไม่เกิน 1.5 จะได้แนวโน้มเกณฑ์หลัก 6 เกณฑ์ คือ 1) ด้านแรงกระตุ้น 2) ด้านแรงจูงใจ 3) ด้านการเรียนรู้ 4) ด้านการรับรู้ 5) ด้านการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และ 6) ด้านการประเมินความรู้

ผลการทดลองใช้และคู่มือนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสู่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ พบว่า หลังจากการพัฒนาเกณฑ์ประเมินด้วยเทคนิคการวิจัยอนาคตรวมกับการประยุกต์วิธีการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (AHP) นำร่างเกณฑ์นวัตกรรมการถ่ายทอดธุรกิจและตำรับอาหารไทยภาคกลางสู่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ มาสรุปวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of item objective congruence: IOC) กับผู้เชี่ยวชาญ 3 คน โดยใช้วิธีการจำลองสถานการณ์เพื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น มีค่าเท่ากับ 1.00 และสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ 6 หลักเกณฑ์ คือ 1) แรงกระตุ้น 2) แรงจูงใจ 3) การเรียนรู้ 4) การรับรู้ 5) การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และ 6) การประเมินความรู้ ความรู้ นวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญา

ตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ก่อน/หลัง การถ่ายทอดธุรกิจของผู้เข้าร่วมถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่มีคะแนนเฉลี่ยก่อนทดลอง 3.99 เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 และคะแนนเฉลี่ยหลังทดลอง 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 เมื่อใช้สถิติทดสอบที่ไม่เป็นอิสระต่อ

กัน (t-test dependent) พบว่า ความรู้นวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ก่อน/หลัง ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าคุณมีนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสู่ผู้ประกอบการธุรกิจรุ่นใหม่ทำให้ผู้ใช้คู่มือมีคะแนนสูงขึ้น รายละเอียดดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** เปรียบเทียบความรู้นวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ก่อน/หลัง

ทดสอบความรู้	n	$\bar{X}$	S.D.	t
ก่อนทดลอง	30	3.99	0.50	-2.121
หลังทดลอง	30	4.25	0.45	

ความรู้นวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ หลังทดลองมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ 4.25 เมื่อพิจารณาทางด้านจากมากไปหาน้อยพบว่า แรงจูงใจ

มีค่าเฉลี่ย 4.33 การประเมินความรู้มีค่าเฉลี่ย 4.29 การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ มีค่าเฉลี่ย 4.28 การเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ย 4.27 แรงกระตุ้น มีค่าเฉลี่ย 4.20 และการรับรู้ มีค่าเฉลี่ย 4.12 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** การเปรียบเทียบความรู้นวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ก่อน/หลัง

ความรู้นวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่	ก่อนทดลอง		หลังทดลอง	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
แรงกระตุ้น	4.13	0.60	4.20	0.60
แรงจูงใจ 4.08	0.56	4.33	0.59	
การเรียนรู้ 3.84	0.85	4.27	0.46	
การรับรู้ 4.03	0.56	4.12	0.59	
การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้	3.99	0.69	4.28	0.57
การประเมินความรู้	3.83	0.69	4.29	0.51
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.99</b>	<b>0.50</b>	<b>4.25</b>	<b>0.45</b>

จากนั้นเมื่อนำคู่มือนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ โดยจัดทำเป็นกลุ่ม

ทดลองจำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มทดลองจำเป็นต้องมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป มีความสามารถทางด้านประกอบอาหารอย่างน้อย 1 ปีและกำลังศึกษา

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ในระดับอุดมศึกษา โดยกลุ่มที่ 1 มีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 3.01 ขึ้นไป กลุ่มที่ 2 มีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 2.26 – 3.00 และกลุ่มที่ 3 มีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 1.50 – 2.25 และมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากัน

สำหรับผลการตรวจสอบค่าคะแนนประเมินนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ที่พัฒนาขึ้นก่อนเข้ารับการทดสอบแบบวัดความรู้ และหลังเข้ารับการทดสอบแบบวัดความรู้ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบ แมน-วิทนีเยว (The Mann-Whitney

U Test) เมื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างก่อนเข้ารับการทดสอบแบบวัดความรู้กับหลังเข้ารับการทดสอบแบบวัดความรู้ ผลความสอดคล้องการใช้เกณฑ์ทั้งสองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Z-test = -1.789, p-value = 0.074) แสดงให้เห็นว่า ความรู้ที่เพิ่มขึ้นหลังการเข้ารับการทดสอบแบบวัดความรู้ของกลุ่มที่คะแนนเฉลี่ย 3.01 กลุ่มที่มีคะแนนเฉลี่ย 2.26-3.00 และกลุ่มที่มีคะแนนเฉลี่ย 1.50-2.25 ไม่ต่างกัน อาจกล่าวได้ว่า คู่มือสามารถใช้ได้กับคนทุกกลุ่มไม่ว่าจะมีคะแนนเฉลี่ยในระดับใด รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการตรวจสอบค่าคะแนนการเข้ารับการทดสอบแบบวัดความรู้

การเข้ารับการทดสอบแบบวัดความรู้	จำนวนกลุ่มทดลอง	Mean Rang	The Mann-Whitney U Test	Z-test	p-value
ก่อน	3	26.47	329.00	-1.789	0.074
หลัง	3	34.53			

## 7. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

องค์ประกอบการพัฒนานวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ พบว่า มีองค์ประกอบหลัก 6 ส่วน คือ 1) ด้านแรงกระตุ้น 2) ด้านแรงจูงใจ 3) ด้านการเรียนรู้ 4) ด้านการรับรู้ 5) ด้านการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และ 6) ด้านการประเมินความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการถ่ายทอดนวัตกรรม (Rogers, 2003) มีขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 สร้างความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม เป็นขั้นพื้นฐานในการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นตัวกระตุ้นที่ดีที่สุดเพื่อให้ผู้ที่อยู่ในตำแหน่งระดับสูงสนใจยอมรับและตัดสินใจใช้นวัตกรรม โดยองค์กรโดยส่วนใหญ่ได้รับความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมจากบุคคลหรือแหล่งความรู้

ภายนอกองค์กร ขั้นตอนที่ 2 ขั้นการจูงใจ ในขั้นนี้ผู้ถ่ายทอดและผู้รับนวัตกรรมต้องพิจารณาความสอดคล้องระหว่างความต้องการของสังคมกับลักษณะเฉพาะของนวัตกรรม ซึ่งจำเป็นต้องได้รับข้อมูลที่ช่วยให้สามารถเปรียบเทียบข้อมูลเบื้องต้นเพื่อตัดสินใจเลือกใช้นวัตกรรม ขั้นตอนที่ 3 ขั้นการตัดสินใจ เมื่อมีการยอมรับนวัตกรรมโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง องค์กรจะต้องดำเนินการให้มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมกับกลุ่มผู้ที่จะต้องใช้นวัตกรรม เมื่อกลุ่มผู้ตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมตกลงใจยอมรับนวัตกรรมควรประกาศการตกลงใจนี้ให้ผู้ที่จะต้องใช้นวัตกรรมรับรู้ ขั้นตอนที่ 4 ขั้นการยอมรับ ในขั้นตอนนี้ นวัตกรรมจะถ่ายทอดจากแหล่งต้นตอ (Source) ซึ่งได้แก่ ผู้ถ่ายทอดนวัตกรรม ผู้มีอำนาจตัดสินใจ และ

กลุ่มนาร่องในการใช้นวัตกรรม (พาสนา เอกอุดมพงษ์, 2557) โดยมีข้อมูลที่ถ่ายทอด (Message) ซึ่งได้แก่ การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม และรายละเอียดของนวัตกรรม ผ่านทางสื่อกลางการติดต่อ (Channels) วิธีใดวิธีหนึ่ง ไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้นวัตกรรม (Receiver) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ที่จะต้องใช้นวัตกรรมนี้ ซึ่งนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น ขั้นตอนที่ 5 ขันนำไปใช้ โดยกลุ่มผู้ใช้นวัตกรรมจะต้องดำเนินการใช้นวัตกรรมในองค์กรเป็นระยะเวลาหนึ่งก่อน เพื่อให้ได้ข้อมูลในการตัดสินใจยืนยัน ประเมิน และวิเคราะห์ผลในขั้นต่อไป และ ขั้นตอนที่ 6 ขั้นการยืนยัน กลุ่มผู้ใช้นวัตกรรมทำการประเมิน วิเคราะห์ผล จากข้อมูลในการดำเนินการทดลองใช้นวัตกรรม เพื่อยืนยันว่านวัตกรรมดังกล่าวเป็นประโยชน์หรือไม่ ในกรณีที่เกิดผลดีจากขั้นการนำไปใช้ จะทำการยืนยันการรับนวัตกรรม แต่ในทางกลับกันในกรณีที่การนำไปใช้ไม่ได้ก่อให้เกิดผลดี จะเกิดการปฏิเสธแทน และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ สอดคล้องกับ Boonpradab et al. (2019) ได้ศึกษากลยุทธ์การบริหารเพื่อเสริมสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ พบว่า ส่วนประกอบในการเสริมสร้าง PLC ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ ความรู้ ปัจจัยสนับสนุน ความเป็นผู้นำ มิตรภาพ และเครือข่ายความร่วมมือ

การพัฒนาารูปแบบนวัตกรรมทางการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ 6 เกณฑ์ คือ 1) แรงกระตุ้น 2) แรงจูงใจ 3) การเรียนรู้ 4) การรับรู้ 5) การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ และ 6) การประเมินความรู้ ซึ่งนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่พัฒนานี้เป็นการรวบรวมความรู้ในการดำเนินธุรกิจอาหารในทุกๆ ด้าน และดำเนินการสร้างนวัตกรรมจากความรู้ที่รวบรวมและสังเคราะห์ได้โดยใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อใน

การจัดการรูปแบบและการนำเสนอไปยังผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ O' Sullivan and Dooley (2009) กล่าวถึงนวัตกรรมไว้ว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาแล้ว หรือสิ่งเก่า ด้วยการแนะนำสิ่งใหม่ๆ ที่มีการเพิ่มมูลค่าแก่ผู้บริโภคและนำไปสู่การสั่งสมความรู้ภายในองค์กร และสอดคล้องกับ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2559) ที่กล่าวว่า การพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์หรือเทคโนโลยีทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใหม่หรือแบบแยกส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดในองค์ประกอบของระบบขนาดใหญ่ ด้วยการทำสิ่งใหม่ขึ้นมาด้วยความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการ มาพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ หรือบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดรวมทั้งผู้บริโภค โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) เพื่อพัฒนาต่อยอด เพื่อเพิ่มมูลค่าของลูกค้า หรือมูลค่าของผู้ผลิต ซึ่งเป้าหมายของนวัตกรรม คือ การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกเพื่อให้สิ่งต่างๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น ให้มีความทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนานวัตกรรมมาใช้สามารถช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงกว่าเดิม ซึ่งเป็นที่มาความสำคัญของความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคมได้ การพัฒนานวัตกรรมให้บูรณาการความรู้และประสบการณ์ในการเรียนรู้ด้วยตนเองยังเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ดังที่ Vongsatan et al. (2020) ได้กล่าวว่า โลกาภิวัตน์เป็นกระบวนการที่สิ่งต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และผู้เรียนเริ่มพึ่งพาซึ่งกันและกันมากขึ้น การเรียนการสอนใช้การบูรณาการประสบการณ์ที่หลากหลายให้กับผู้เรียน และสอดคล้องกับ Pandeeka and Maneekul (2019) ที่กำหนดรูปแบบการเรียนการสอนที่ส่งเสริมทักษะการ

คิดวิเคราะห์มีความสำคัญมากในการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบด้วยการเรียนรู้การสอนที่เน้นการรับรู้ (Cognitive domain) เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่นำไปสู่ทักษะเชิงแนวคิด และการฝึกฝนกระบวนการปฏิบัติที่นำไปสู่การพัฒนาทักษะโดยรวม อีกทั้งนวัตกรรมที่พัฒนาในรูปแบบของช่องทางออนไลน์และโซเชี่ยลมีเดียยังเป็นการพัฒนานวัตกรรมที่เหมาะสมสอดคล้องกับ Neville and Sirasoonthorn (2021) ได้กล่าวถึง โซเชี่ยลมีเดียมีส่วนสนับสนุนพลังการเรียนรู้ทางสังคมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยไทย Jirawuttinunt and Wongsahai (2021) ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การวางแผนลงทุนทางสังคมเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญซึ่งสร้างความได้เปรียบอย่างมีนัยสำคัญ ดังการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจของ Social commerce model สำหรับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พบองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ การสนทนา ชุมชน และอีคอมเมิร์ซ และ Daoling et al. (2021) ศึกษาวิธีการออกแบบที่เป็นนวัตกรรมใหม่ที่เหมาะสมกับลวดลายแบบดั้งเดิมเพื่อให้วัตถุในการออกแบบสามารถสืบทอดลักษณะที่ยอดเยี่ยมและตอบสนองความต้องการด้านสุนทรียศาสตร์ของคนยุคใหม่ได้ดีขึ้น

ผลสมมติฐานในการวิจัย พบว่า ความรู้ นวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ก่อน/หลัง การถ่ายทอดธุรกิจของผู้เข้าร่วมถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05 โดยหลังใช้คู่มือมีคะแนนเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องจากการสร้างนวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ให้ความสำคัญของส่วนร่วม โดยให้ความสำคัญกับ Cognitive field theory ดังที่ Kohler et.al,

(2012) ซึ่งเน้นความพอใจของผู้เรียน ผู้เรียนทำงานตามความสามารถของเขาและผู้สอนคอยกระตุ้นให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จ การเรียนการสอนจะเน้นให้ผู้เรียนลงมือกระทำด้วยตัวเอง ผู้สอนเป็นผู้ชี้แนะ โดยเน้นเรียนจากประสบการณ์ (Experience) และการเรียนรู้โดยการปฏิบัติจริง (Learning by doing) ดังนั้น ผู้เรียนเมื่อได้รับการเรียนรู้ผ่านนวัตกรรมจึงมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหรือมีความรู้สูงขึ้น ซึ่งความรู้ นวัตกรรม การถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่เป็นความรู้ที่ผ่านการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ ผู้เรียนเกิดการพัฒนาตนเองเป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างทุนมนุษย์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลผลิตและธุรกิจ สอดคล้องกับ Proud (2021) ได้กล่าวถึง การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่รับรู้สามารถช่วยเพิ่มผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจขององค์กรได้ โดยการรองรับทัศนคติและความพึงพอใจเป็นตัวทำนายที่มีอิทธิพลของการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่รับรู้ Kehar et al. (2021) ได้ชี้ให้เห็นว่าองค์กรธุรกิจสามารถเปลี่ยนแปลงผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์และประสบความสำเร็จได้ Setkhumbong et al. (2020) ได้กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในค่านิยมและทักษะที่ยั่งยืนซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถอยู่รอดได้ในโลกที่ซับซ้อนและปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ใหม่ๆ สอดคล้องกับ Earsakul (2020) ที่กล่าวถึงการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาที่ผ่านมามีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนไป และพบว่า ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อมูลค่าขององค์กร และ Rattanapongpinyo (2019) พบว่า ทุนมนุษย์ประกอบด้วยทุนอัจฉริยะ ทุนทางสังคม และทุนทางอารมณ์ ได้รับการพัฒนาจากความรู้ทักษะ ทัศนคติ ทุนทางสังคม และคุณภาพชีวิตและเทคโนโลยีและสังคมองค์กรที่ยั่งยืนได้รับอิทธิพลจากการพัฒนาทุนมนุษย์

## 8. ข้อเสนอแนะ

### 8.1 ข้อเสนอในการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรมีการนำนวัตกรรมไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร เนื่องจากนวัตกรรมมีเนื้อหาที่ครอบคลุมความรู้ในการดำเนินธุรกิจอาหารในทุกๆ ด้าน ซึ่งเมื่อนำไปให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารปัจจุบันจะช่วยให้เกิดพัฒนาของผู้ประกอบการเอง และเกิดการพัฒนาด้านนวัตกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานต่อไป

### 8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

นวัตกรรมการถ่ายทอดภูมิปัญญาตำรับอาหารไทยภาคกลางสำหรับผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่จะเป็นต้นแบบ โดยใช้แนวทางในการสังเคราะห์องค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อยของแต่ละวิชาชีพในการพัฒนาองค์ความรู้ในสาขาวิชาชีพอื่นๆ เพื่อการพัฒนาการถ่ายทอดความรู้ในวิชาชีพให้ก้าวหน้าต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์, ประสพชัย พสุนนท์ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). การวิเคราะห์ห้องครัวประกอบพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อม รับประทานของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(27), 56-69.
- จักรสิน น้อยไร่ภูมิ. (2564). กระบวนการพัฒนานวัตกรรมสังคมด้านสถาปัตยกรรมในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์แห่งรัตนโกสินทร์*, 3(2), 39-56.
- เบญจวรรณ ขุนฤทธิ์. (2562). รูปแบบและเทคนิคการจัดการเรียนรู้ในการพัฒนาทักษะการอ่านเพื่อการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 30(2), 1-16.
- ปฐมาวดี แสงสุข. (2559). *แผนธุรกิจร้านอาหารไทย ณ เมืองโนก้า มลรัฐมินนิโซต้า ประเทศสหรัฐอเมริกา*. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พาสณา เอกอุดมพงษ์. (2557). การยอมรับนวัตกรรมของบุคลากรในองค์กร : กรณีศึกษาการนำสื่อ M-learning มาใช้ในการเรียน การสอนของอาจารย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยวิทยาเขตตรัง. *รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรมระดับชาติ ครั้งที่ 7*, วันที่ 6 พฤศจิกายน 2557 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 81-286.
- พิชชาภา ต้นเทียว และอรพรรณ คงมาลัย. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม บริบท การประกอบการหลวง. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต*, 18(1), 1-17.
- สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม. (2561). *สถาบันอาหาร จัด NFI OPEN HOUSE 2018 โชว์ศูนย์ผลิตอาหารเชิงพาณิชย์ครบวงจร*. ค้นเมื่อ 6 เมษายน 2562, จาก: <http://www.nfi.or.th/news-detail.php?id=1685>.

- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2559). *สุดยอดนวัตกรรมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- Amabile, T.M. (1998). How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 76(9), 77-87.
- Beckhard, R., & Dyer Jr., W.G. (1983). SMR forum: Managing Change in the Family Firm-Issues and Strategies. *Sloan Management Review*. 24(3), 59-65.
- Boonpradab, H., Yaboonthong, Y., Puthaprasert, C., & Thongngok, T. (2019). Administrative Strategies for enhancing PLC of school administrators under primary educational service area. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 19(3), 503-522.
- Comtas, T. (2019). The Effects of Destination Competitiveness and Tourist Trust on Destination Advocacy: The Case of International tourists. *Humanities, Social Sciences, and Arts*, 12(5), 203-228.
- Daoling, C., Cheng, P., Simatrang, S., Joneurairatana, E. & Sirivesmas, V. (2021). Innovation design of caisson lotus pattern in Dunhuang. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 21(1), 95-108.
- Earsakul, S. (2020). The relationship between spiritual leadership and firm value: The moderating effect of organization climate. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 20(1), 296-318.
- Jirawuttinunt, S., & Wongsahai, E. (2021). The effects of social capital orientation on innovation performance of SME sector in Thailand. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 21(1), 109-120.
- Kehar, K. K., Buarod, T., & Kaewpijit, J. (2021). Sustainable impact of organic farming: a social constructivist perspective. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 21(1), 150-161.
- Kohler, W., Lewin, K., & Witkin, H. (2012). *Encyclopedia of the history of psychological theories*. New York: Springer.
- Lank, A., Owens, R., Martinez, J. L., & Riedel, H. (1998). The state of family businesses in various countries around the world. *The Family Business Network Newsletter*, 1(9), 3-7.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2008). *Corporate Entrepreneurship and Innovation*. Mason, OH: Thomson/South Western Publishers.
- Neville, C., & Sirasoonthorn, P. (2021). Social media as the learning platform of power in Thai university students. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 21(1), 162-170.
- O' Sullivan, D., & Dooley, L. (2009). *Applying Innovation*. Thousand Oaks, California: SAGE.
- Pandeeeka, P., & Maneekul, J. (2019). Instructional models of social studies teachers to development of critical thinking skills for living in the 21st century. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 19(2), 314-339.

- Proud, Arunrangsiwed. (2021). Meta-analysis of perceived product value. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 21(1), 11-21.
- Rattanapongpinyo, T. (2019). Human capacity development affecting to sustainable organization of Thai SMEs firms in Phetchaburi Province. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 19(3), 690-707.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovation*. 5th ed. NY: The Free Press.
- Setkhumbong, T., Na-Songkhla, J., & Tantrarungroj, P. (2020). A Literature Perspective of Key Factors Influencing Creativity and Conceptual Model for Virtual Learning Teamwork. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 21(1), 109-120.
- Smyth, P., & Leach, P. (1998). *The Simpson Xavier Guide to the Family Business in Ireland*. Dublin: Blackwater Press.
- Vongsatan, K., Mangkhang, C., & Dipyamandala, J. (2020). Social studies and the development of global citizen in educational system. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 20(1), 138-162.
- Winger, R., & Wall, G. (2006). *Food product innovation A background paper*. Agricultural and Food Engineering Working Document. Viale delle Terme di Caracalla, Rome, Italy.
- Winter. (2012). *Public Knowledge of Current Affairs Little Changed by News and Information Revolutions*. Retrieved 15 September 2022, From: <http://people-press.org/report/319/public-knowledge-of-current-affairs-little-changed-by-news-and-information-revolutions>.
- Wolfe, R.A. (1994). Organizational innovation: Review, Critique and Suggested Research Directions. *Journal of Management Studies*, 31(3), 405-431.