

นวัตกรรมการทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัด

พะเยา



วนัสนันท์ ธรรมยศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ตุลาคม 2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

นวัตกรรมการทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา



วนันท์ ธรรมยศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ตุลาคม 2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

BUSINESS INNOVATION TO ENHANCE THE OPERATIONAL PERFORMANCE OF ORGANIC
AGRICULTURE IN PHAYAO PROVINCE



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment
of the Requirements for the Master of Business Administration Degree

October 2024

Copyright 2024 by University of Phayao

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

เรื่อง

นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ของ วันสนั่น ธรรมยศ

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรุตม์ หมั่นวงศ์เทพ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บังอร สวัสดิ์สุข)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา

(ดร. ทาริกา พลโลก)

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกอบศิริ ภักดีพินิจ)

เรื่อง: นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา
ผู้ศึกษาค้นคว้า: วรณันท์ ธรรมยศ, การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง: บธ.ม., มหาวิทยาลัยพะเยา, 2567
อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บังอร สวัสดิ์สุข
คำสำคัญ: นวัตกรรมทางธุรกิจ, ผลการดำเนินงาน, เกษตรอินทรีย์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPGS (พืชผักและผลไม้) ปี 2565 ในจังหวัดพะเยา จำนวน 173 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในขณะที่นวัตกรรมองค์กรมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ส่วนผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ธุรกิจมีปริมาณการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ธุรกิจมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ ด้านนวัตกรรมการตลาด และด้านนวัตกรรมองค์กร ในขณะที่ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ได้แก่ 1) แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการ ควรมีการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยี เครื่องมือ เครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัยในกระบวนการผลิตและยืดอายุการเก็บรักษาผลิตผล เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตและช่วยให้ระบบการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น 2) แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาด เกษตรกรควรมีการพัฒนาทักษะการตลาดออนไลน์เพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ทางสื่อหลากหลายประเภท และมีการพัฒนารูปแบบตราสินค้า 3) แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมองค์กร โดยการสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เกษตรอินทรีย์ และส่งเสริมการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการขายสินค้า ช่วยลดเวลาและขั้นตอนการทำงานและเพิ่มมาตรฐานในการทำงาน เพื่อช่วยพัฒนาและยกระดับคุณภาพสินค้าและคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

Title: BUSINESS INNOVATION TO ENHANCE THE OPERATIONAL PERFORMANCE OF ORGANIC AGRICULTURE IN PHAYAO PROVINCE

Author: Wanasanan Thammayod, Independent Study: M.B.A., University of Phayao, 2024

Advisor: Assistant Professor Bungon Sawatsuk , Ph.D.

Keywords: Business Innovation, Performance, Organic Agriculture

ABSTRACT

The purposes of this study were: 1) to study the innovation factors affecting the operations of organic agriculture businesses in Phayao province, 2) propose development guidelines to enhance the performance of organic agriculture businesses in Phayao province. The study was a quantitative research, The population and sample group consists of 173 farmers certified with PGS and SDGsPGS organic standards (vegetables and fruits) in 2022 in Phayao Province. Data was collected using questionnaires. The statistics used for data analysis included descriptive statistics, such as frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics, including multiple regression analysis.

The results of the study found that 1) The business innovation factors of organic agriculture businesses in Phayao Province include product innovation, process innovation, marketing innovation, and organizational innovation. On average, these factors are at a high level. The highest average was for process innovation, while organizational innovation has the lowest. The overall performance of organic agriculture businesses in Phayao Province is at a moderate level, with the highest average rating in increased order volume and the lowest in continuous market share growth. The business innovation factors that significantly affect the performance of organic agriculture businesses in Phayao Province at the 0.05 level are process innovation, marketing innovation, and organizational innovation, while product innovation does not significantly affect business performance at the 0.05 statistical level. 2) The proposed development guidelines to enhance the performance of organic agricultural businesses in Phayao Province included: 1) Development of process innovation: Support should be provided for the use of modern technology, tools, and machinery in production processes and for extending the shelf life of products. This can help reduce production costs and increase operational efficiency. 2) Development of marketing innovation: Farmers should develop online marketing skills to expand sales channels for organic products, advertise and promote organic products across various media platforms, and develop brand identity. 3) Development of organizational innovation: Support the establishment of organic agriculture learning centers and encourage the use of technology in sales systems to reduce time and work steps, increase work standards, and improve the quality of products and the quality of life.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บังอร สวัสดิ์สุข อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดจนการให้คำปรึกษา ซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัย จนกระทั่งการวิจัยครั้งนี้สำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดี รวมทั้งอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการ ศึกษาวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรุตม์ หมั่นวงศ์เทพ และดร. ทาริกา พลโลก กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการสอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองที่ให้ข้อเสนอแนะ แนวทางและตรวจทาน เล่มงานวิจัยให้แก่ข้าพเจ้า เพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนรัชย์ ธนียุคตมพัฒน์ ดร.สรียาภรณ์ประเสริฐ ศรี และท่านนฤมิต สมัคร เกษตรจังหวัดพะเยา ผู้เชี่ยวชาญการตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการ วิจัยในครั้งนี้ให้แก่ข้าพเจ้า

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.บุญญานุช ชีวาเกียรติยิ่งยง อาจารย์ ดร.อภิญญาภรณ์ ไสภา และอาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์ ที่มีความกรุณาให้คำแนะนำและแนวทางการทำวิจัยให้แก่ข้าพเจ้า

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาอันมีค่าแก่ ผู้วิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ พร้อมด้วยญาติพี่น้อง และเพื่อน ๆ ของ ผู้วิจัยทุกท่านที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจจนงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณ ทุกๆท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร และผู้ที่สนใจไม่มากนักน้อย

วันสนั่น ธรรมยศ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
คำถามของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์.....	7
การเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา	16
แนวคิดเกี่ยวกับสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer).....	18
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ.....	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30

กรอบแนวคิดของการวิจัย	37
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	38
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
การวิเคราะห์ข้อมูล	42
บทที่ 4 ผลการวิจัย	44
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	45
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา.....	48
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา.....	54
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณระหว่างปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อ ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา.....	55
ตอนที่ 5 แนวทางพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา	60
บทที่ 5 บทสรุป.....	68
สรุปผลการวิจัย.....	68
อภิปรายผลการวิจัย.....	72
ข้อเสนอแนะ	76
บรรณานุกรม.....	77
ภาคผนวก.....	83
ภาคผนวก ก งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	84
ภาคผนวก ข สังเคราะห์ตัวแปรนวัตกรรมทางธุรกิจและผลการดำเนินงานจากการศึกษางานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง.....	97
ภาคผนวก ค หนังสือรับรองการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	99
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม	100

ภาคผนวก จ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC)	107
ภาคผนวก ฉ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการวิจัย	111
ภาคผนวก ช หนังสือตอบรับการตีพิมพ์	112
ประวัติผู้วิจัย	113



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงข้อมูลการทำเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา ปี 2561-2565	16
ตาราง 2 แสดงจำนวนเกษตรกรที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS ปี 2565 แบ่งตามอำเภอใน จังหวัดพะเยา	38
ตาราง 3 แสดงจำนวนเกษตรกรที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ SDGsPGS ปี 2565 แบ่งตามอำเภอใน จังหวัดพะเยา.....	39
ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	45
ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ โดยภาพรวม	48
ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์	49
ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรม กระบวนการ.....	50
ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรม การตลาด	51
ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรม องค์กร.....	53
ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการดำเนินงานของธุรกิจ เกษตร อินทรีย์ในจังหวัดพะเยา.....	54
ตาราง 11 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่	57
ตาราง 12 แสดงค่า Tolerance และ VIF เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ(ปัจจัย นวัตกรรมทางธุรกิจ).....	58
ตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัย นวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา	58
ตาราง 14 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	84

ตาราง 15 แสดงการสังเคราะห์ตัวแปรนวัตกรรมทางธุรกิจจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	97
ตาราง 16 แสดงการสังเคราะห์ตัวแปรผลการดำเนินงานของธุรกิจจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	98
ตาราง 17 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC).....	107
ตาราง 18 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) ของแบบสอบถามที่ นำไป Try out 30 ชุด เป็นรายตัวแปร.....	111
ตาราง 19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) ของแบบสอบถามจาก กลุ่มตัวอย่างทั้ง 173 ชุด เป็นรายตัวแปร.....	111



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพ 1 แสดงการพัฒนามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ SDGsPGS	14
ภาพ 2 แสดงตราสัญลักษณ์ SDGsPGS	15
ภาพ 3 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย	37



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันแนวโน้มการเติบโตของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพได้เพิ่มสูงขึ้นตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากคนส่วนใหญ่มีความตระหนักปัญหาด้านสุขภาพและผลกระทบจากสารเคมีที่ตกค้างในร่างกาย รวมถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงจากการใช้สารเคมี ดังนั้นการบริโภคสินค้าเกษตรและอาหารที่มีความปลอดภัยต่อสุขภาพ และใส่ใจการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่กำลังได้รับความนิยม (เบญจมาศ สันต์สวัสดิ์ และคณะ, 2564) อีกทั้งโครงสร้างประชากรของโลกและของไทยมีสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ มีความใส่ใจดูแลสุขภาพและมีความต้องการโภชนาการและอาหารที่ดี ส่งผลให้การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นและมีมูลค่าทางการค้าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก จากรายงานของสถาบันวิจัยเกษตรกรรมอินทรีย์ (The Research Institute of Organic Agriculture: FiBL) และสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agricultural Movements: IFOAM) ผลการสำรวจ 190 ประเทศ พบว่า ในปี 2563 มีพื้นที่การผลิตเกษตรอินทรีย์ของโลกรวม 468.29 ล้านไร่ หรือคิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 1.60 ของพื้นที่เพาะปลูกทางการเกษตรทั้งหมด โดยเพิ่มขึ้นจาก 451.79 ล้านไร่ ในปี 2562 จำนวน 16.5 ล้านไร่ หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.65 รวมทั้งมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ในตลาดโลก ปี 2563 อยู่ที่ 4.304 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ซึ่งมีมูลค่า 3.699 ล้านล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.38 (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2565)

สำหรับประเทศไทยสินค้าเกษตรอินทรีย์มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยสถานการณ์ส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทย ในปี 2565 มีมูลค่าการส่งออก 2,248.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ที่มีมูลค่า 1,345.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 67.12 (กองนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (ปี 2563-2565) พบว่ามูลค่าการส่งออกของสินค้าเกษตร (ผักและผลไม้) มีการขยายตัวกว่า 19.91% ต่อปี จากการเพิ่มการนำเข้าของตลาดหลักอย่างจีน โดยเฉพาะปี 2565 ที่ไทยส่งออกผลไม้ไปยังจีนคิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 85.50% และส่งออกผักไปยังประเทศผู้นำเข้าสำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และไต้หวัน คิดเป็นสัดส่วน 29.82% 17.84% และ 8.22% ตามลำดับ เนื่องจากผู้บริโภคทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น ทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เติบโตสูงขึ้นมากด้วยเช่นกัน (กระทรวงพาณิชย์, 2566)

ดังนั้น รัฐบาลไทยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญในการผลักดันเกษตรอินทรีย์เป็นวาระแห่งชาติ โดยมอบหมายให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จัดทำแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566-2570 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) และแผนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ เพื่อใช้เป็นกรอบในการขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย โดยแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566-2570 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยเป็นผู้นำเกษตรอินทรีย์ในภูมิภาคอาเซียน บนพื้นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืนภายในปี 2570 และกำหนดประเด็นการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ไว้ 4 ประเด็น ได้แก่ 1) พัฒนาศักยภาพการผลิต และการบริหารจัดการตลอดโซ่อุปทานเกษตรอินทรีย์ 2) ยกย่องมาตรฐานและระบบการตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์ 3) พัฒนาการตลาดและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ 4) ส่งเสริมการวิจัย พัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์ โดยมีกลไกในการขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัดเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2565) ภายใต้การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อย่างมีส่วนร่วมโดยชุมชน (Participatory Guarantee Systems: PGS) ที่สนับสนุนให้มีการพัฒนาระบบที่สมาชิกกลุ่มผู้ผลิต/ชุมชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบกันเอง และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals Participatory Guarantee System: SDGsPGS) เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์นั้นได้รับการผลิตตามมาตรฐานที่มีคุณภาพและปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน (อนุรักษ์ เรืองรอบ, ม.ป.ป.)

จังหวัดพะเยา เป็นจังหวัดที่ประชากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 70 อยู่ในภาคการเกษตร โดยมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 3,959 ล้านไร่ โดยเป็นพื้นที่เพื่อการเกษตรประมาณ 1,243 ล้านไร่ และมีพื้นที่การทำเกษตรอินทรีย์ รวมประมาณ 5,463 ไร่ (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา, 2566) ตามนโยบายของรัฐบาลที่เอื้อต่อการพัฒนาด้านการเกษตร จังหวัดพะเยาจึงมุ่งเน้นการพัฒนาให้เป็นแหล่งเกษตรปลอดภัย ตามแผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา (พ.ศ.2561 – 2565) ภายใต้วิสัยทัศน์ “เกษตรปลอดภัย เกษตรและสถาบันเกษตรกรเข้มแข็ง บริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน” ครอบคลุมประเด็นยุทธศาสตร์ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์อย่างครบวงจร 2) สร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร และ 3) บริหารจัดการทรัพยากรทางการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา, 2563) โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเกษตรกร ส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นสถาบันเกษตรกรในชุมชนต่าง ๆ พัฒนาบุคลากรด้านการเกษตร การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพและปลอดภัย ประกอบกับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้วิถีชีวิตของประชากรมีความต้องการทั้งทางด้านอุปโภคและบริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น

ความก้าวหน้าด้านเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ จึงเอื้อต่อการพัฒนากระบวนการผลิต การแปรรูป การยกระดับคุณภาพผลผลิตให้ตอบสนองต่อวิถีชีวิตของคนที่เปลี่ยนแปลงไป

อย่างไรก็ตาม จากแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วยพื้นที่จังหวัด เชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน ได้กล่าวถึงประเด็นปัญหาด้านการเกษตร โดยระบุว่าเกษตรกรรมมีพฤติกรรมเพาะปลูกที่เปลี่ยนแปลงมีการใช้เครื่องจักรกล สารเคมี ปุ๋ยเคมี เพิ่มขึ้น ต้นทุนในการผลิตที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งการใช้สารเคมี/ ปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผลิตผลทางการเกษตรมีสารปนเปื้อนกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค เกษตรยังขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งจึงขาดการต่อรองด้านราคาผลผลิตกับพ่อค้า รวมทั้งมีข้อจำกัดด้านแรงงาน นั่นคือ แรงงานภาคการเกษตรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุเยาวชนรุ่นใหม่สนใจทำการเกษตรน้อยลงส่งผลให้ขาดความรู้การใช้เทคโนโลยี ยังไม่สามารถนำองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรได้ (กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2, 2566) ส่งผลให้ในช่วงระยะเวลา 4 ปี มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคการเกษตรของจังหวัดพะเยา ในปี พ.ศ. 2564 ลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 จำนวน 1,364 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11.70 ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในภาคนอกการเกษตร เช่น ภาคอุตสาหกรรม และบริการในปี พ.ศ. 2564 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 คิดเป็นร้อยละ 6.18 (กลุ่มนโยบายและวิชาการ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพะเยา, 2565)

จากประเด็นปัญหาและความท้าทายด้านการเกษตร ทำให้ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ต้องเพิ่มขีดความสามารถและเพิ่มนวัตกรรมเข้าสู่ภาคการเกษตรให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของตลาดมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยาในปัจจุบัน (พ.ศ.2566 – 2570) ซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้นให้เกษตรกรก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม มุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพ” (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา, 2565) ดังนั้น เกษตรกรต้องมีการจัดการนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ ทั้งการนำอุปกรณ์ทางการเกษตรที่ทันสมัยมาปรับใช้ในกิจการ นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการการเกษตรและสร้างผลผลิตใหม่ ๆ ที่มีความปลอดภัยกับผู้บริโภค รวมถึงการที่เกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ มีการค้นคว้าความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับการลดการใช้สารเคมี และมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำการเกษตรอินทรีย์ จะยิ่งช่วยสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ดีขึ้น นำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผลในการทำเกษตรได้ (วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ & ศศิภรณ์ ตันติพิตรธรรม, 2563) ซึ่งมีงานวิจัยที่ผ่านมาที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ ซึ่งได้แก่งานของ สุพัตรา ปราณี และคณะ (2563) ที่พบว่าปัจจัยนวัตกรรมจัดการส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของธุรกิจและผลการศึกษาของ Expósito and Sanchis-Llopis (2019) ที่พบว่า นวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานในด้านการเงินที่วัดจากยอดขายเพิ่มขึ้นและการลดต้นทุนรวมถึงมี

อิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานที่วัดโดยการเพิ่มกำลังการผลิตและการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์/บริการ รวมทั้งการศึกษาของ Udriyah et al. (2019) พบว่านวัตกรรมมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจ

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษานวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา เพื่อเป็นแนวทางให้เกษตรกรในการพัฒนานวัตกรรมในด้านต่าง ๆ และยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรได้ ตลอดจนสามารถทำการแข่งขันในตลาดและนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผลในการทำเกษตรให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจยุคดิจิทัล และการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

คำถามของการวิจัย

1. นวัตกรรมทางธุรกิจด้านใดที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา
2. ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ควรมีแนวทางอย่างไร

สมมติฐานของการวิจัย

H1 : นวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

H1a : นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

H1b : นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมกระบวนการส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

H1c : นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

H1d : นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมองค์กรส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษานวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยามีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ เกษตรกรที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPGS (พืชผักและผลไม้) ปี 2565 ในจังหวัดพะเยา จำนวน 173 ราย โดยแบ่งเป็น เกษตรกรที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS จำนวน 40 ราย (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา, 2566) และเกษตรกรที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ SDGsPGS จำนวน 133 ราย (สมาพันธ์เกษตรกรม้งพะเยา, 2566)

ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยมีรายละเอียดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรต้น (Independent Variables) คือ ปัจจัยด้านนวัตกรรมธุรกิจ ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมองค์กร
- 2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้พื้นที่ที่จะศึกษา คือ จังหวัดพะเยา

นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ หมายถึง ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPGS ในจังหวัดพะเยา

นวัตกรรมทางธุรกิจ หมายถึง ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ หมายถึง ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา โดยมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มขึ้นของรายได้ การเพิ่มขึ้นของกำไร ส่วนแบ่งทางการตลาด และการลดต้นทุนให้ต่ำลง

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้

ประโยชน์เชิงวิชาการ

สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นองค์ความรู้ใหม่ แก่นักวิชาการ นักวิจัยและผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมธุรกิจที่ส่งผลต่อการยกระดับผลการดำเนินงาน เพื่อประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในอนาคต

ประโยชน์เชิงธุรกิจ

เพื่อเป็นแนวทางให้เกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา และกลุ่มเกษตรกรอื่น ๆ สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมในด้านต่าง ๆ เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนสามารถทำการแข่งขันในตลาดและนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพประสิทธิผลในการทำเกษตรให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจยุคดิจิทัล และการเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

ประโยชน์เชิงนโยบาย

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเกษตรทั้งส่วนภาครัฐหรือเอกชน สามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมการเกษตรในอนาคต



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ใน จังหวัดพะเยา ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร วรรณกรรม บทความ และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องเพื่อ เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์
2. การเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา
3. แนวคิดเกี่ยวกับสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer)
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดของการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์

ความหมายของการเกษตรอินทรีย์

สำนักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (2557) ได้ให้ความหมายของเกษตรอินทรีย์ (organic agriculture) หมายถึง ระบบจัดการการผลิตทางการเกษตรแบบองค์รวมที่สนับสนุนต่อ ระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเน้นการใช้วัสดุจากธรรมชาติ หลีกเลี่ยงวัตถุ ดิบสังเคราะห์และพืช สัตว์ หรือจุลินทรีย์ที่ได้มาจากการดัดแปรพันธุกรรม (genetic modification) มีการจัดการกับผลิตภัณฑ์โดยเน้นการแปรรูปด้วยความระมัดระวังเพื่อรักษาสภาพการเป็นเกษตรอินทรีย์และคุณภาพที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน

สุรัชย์ ศรีนรินทร์ (2561) ได้ให้คำนิยามของเกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture) หมายถึง ระบบเกษตรที่หลีกเลี่ยงการใช้ สารเคมีหรือสารสังเคราะห์ต่าง ๆ โดยได้รับรองมาตรฐาน จากสถาบันตรวจสอบมาตรฐานด้านการเกษตรอินทรีย์

เกษตรอินทรีย์ สหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movement: IFOM) ให้คำนิยามของเกษตรอินทรีย์ว่าเป็น “ระบบการเกษตร ที่ผลิตอาหารและเส้นใยด้วยความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ โดยเน้นการบำรุงดินและให้ ความเคารพต่อธรรมชาติของพืช สัตว์ และระบบนิเวศทางการเกษตร โดยลดการพึ่งพาปัจจัยการผลิต จากภายนอก และไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ย สารกำจัดศัตรูพืช และยาฆ่าสัตว์ พร้อมทั้ง

ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเพิ่มผลผลิตและเสริมสร้างความต้านทานโรคในพืชและสัตว์ เลี้ยง หลักการนี้จึงถือเป็นหลักสากลที่สอดคล้องกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมท้องถิ่น และ ภูมิอากาศ เพราะช่วยให้ได้ผลผลิตที่ปราศจากสารพิษและช่วยฟื้นฟูให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ มี หลักการอยู่ร่วมและพึ่งพาอาศัยธรรมชาติทั้งบนดินและใต้ดิน ใช้ปัจจัยการผลิตอย่างรู้คุณค่าและ อนุรักษ์เพื่อความยั่งยืน นอกจากนี้ เกษตรอินทรีย์ยังมุ่งเน้นการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวมและสร้าง ความสมดุลผ่านความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศทั้งหมด

หลักการเกษตรอินทรีย์

หลักการสำคัญ 4 ข้อของเกษตรอินทรีย์ คือ สุขภาพ นิเวศวิทยา ความเป็นธรรม และการดูแลเอา ใจใส่ (Health, Ecology, Fairness and Care) มีรายละเอียดดังนี้ (ยงยุทธ ศรีเกี่ยวฝัน และคณะ, 2555)

(1) มิติด้านสุขภาพ เกษตรอินทรีย์ควรมุ่งเน้นการส่งเสริมและสร้างความยั่งยืนให้กับสุขภาพ ของดิน พืช สัตว์ มนุษย์ และโลก โดยมีเป้าหมายในการผลิตอาหารที่มีคุณภาพสูงและมีคุณค่าทาง โภชนาการ เพื่อสนับสนุนสุขภาพที่ดีของมนุษย์

(2) มิติด้านนิเวศวิทยา เกษตรอินทรีย์ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของระบบนิเวศและวัฏจักรทาง ธรรมชาติ เพื่อสร้างระบบนิเวศการเกษตรที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมทั้งส่งเสริมให้ระบบและวัฏจักร ธรรมชาติเพิ่มพูนและยั่งยืนมากขึ้น ช่วยฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สร้างสภาพแวดล้อมที่ สะอาดและอุดมสมบูรณ์

(3) มิติด้านความเป็นธรรม เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องอยู่บนความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อม โดยรวมและสิ่งมีชีวิตที่มีความเป็นธรรม ในหลักการด้านนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการผลิตและการจัดการผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกร ผู้แปรรูป ผู้ จัดจำหน่าย หรือผู้บริโภค ควรมีความเป็นธรรม ทุกคนควรได้รับโอกาสในการมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมี ส่วนช่วยรักษาความมั่นคงทางอาหาร

(4) มิติด้านการดูแลเอาใจใส่ การจัดการเกษตรอินทรีย์ควรดำเนินการด้วยความรอบคอบและ มีความรับผิดชอบ เพื่อปกป้องความเป็นอยู่และสุขภาพของผู้คนทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้ง รักษาสิ่งแวดล้อมโดยรวมด้วย เกษตรอินทรีย์เป็นระบบที่มีพลวัตและมีชีวิตในตัวเอง ผู้ที่เกี่ยวข้องกับ เกษตรอินทรีย์ ต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ จึงต้องได้รับการประเมินผลกระทบอย่างรอบคอบ พร้อมทั้งมีการทบทวนและประเมินผลอย่าง ต่อเนื่อง

แนวทางการทำเกษตรอินทรีย์

1. ห้ามใช้สารเคมีสังเคราะห์ทางการเกษตรทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นปุ๋ยเคมียาฆ่าหญ้า ยาป้องกัน กำจัดศัตรูพืช และฮอร์โมน

2. เน้นการบำรุงดินด้วยอินทรีย์วัตถุ เช่น ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอก และปุ๋ยพืชสด รวมถึงการปลูกพืชหมุนเวียนเพื่อเสริมความแข็งแรงและความต้านทานต่อโรคและแมลงของพืช
3. การสร้างระบบนิเวศในฟาร์มแบบหมุนเวียน โดยการนำทรัพยากรท้องถิ่นกลับมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด
4. ป้องกันมิให้มีการปนเปื้อนของสารเคมีจากนอกฟาร์ม ทั้งจากดิน น้ำ และอากาศ โดยจัดสร้างแนวกันชน ด้วยการขุดคูหรือปลูกพืชยืนต้น และพืชล้มลุก
5. ใช้พันธุ์พืชหรือสัตว์ที่มีความต้านทาน และมีความหลากหลาย ห้ามใช้ พันธุ์พืช สัตว์ที่ได้จากการตัดต่อสารพันธุกรรม
6. การกำจัดวัชพืชใช้การเตรียมดินที่ดีและแรงงานคนหรือเครื่องมือกลแทนการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืช
7. การป้องกันกำจัดวัชพืชให้สมุนไพรมากำจัดศัตรูพืชแทนการใช้ยาเคมีกำจัดศัตรูพืช
8. ใช้ฮอร์โมนที่ได้จากธรรมชาติเช่น จากน้ำสกัดชีวภาพแทนการใช้ฮอร์โมน สังเคราะห์
9. รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ โดยการรักษาไว้ซึ่งพันธุ์พืช หรือสัตว์ สิ่งที่มีชีวิตทุกชนิดที่มีอยู่ในท้องถิ่น ตลอดจนปลูกหรือเพาะเลี้ยงขึ้นมาใหม่
10. การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวและการแปรรูปให้ใช้วิถีธรรมชาติและประหยัดพลังงาน
11. ให้ความเคารพสิทธิมนุษยชนและสัตว์
12. ต้องเก็บบันทึกข้อมูลไว้อย่างน้อย 3 ปีเพื่อการตรวจสอบ

แนวทางในการผลิตสินค้าอินทรีย์ให้ประสบความสำเร็จ

1. การจัดหาและบริหารจัดการปัจจัยการผลิตอินทรีย์ให้เพียงพอตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และเข้าถึงได้
2. การจัดการระบบการผลิตที่เหมาะสม พร้อมทั้งมีความรู้และความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของผู้ผลิต
3. ศักยภาพในการผลิตสินค้าอินทรีย์และทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าอินทรีย์ของผู้ผลิตและผู้ประกอบการ
4. การตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของพืชผักอินทรีย์ต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม และขยายฐานลูกค้าและกระตุ้นการบริโภคสินค้าอินทรีย์ของผู้บริโภค
5. การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนสินค้าอินทรีย์
6. ความเชื่อมั่นและรูปแบบการบริโภคสินค้าอินทรีย์ของผู้บริโภคที่เหมาะสม
7. กลุ่มและเครือข่ายพืชผักอินทรีย์ที่เข้มแข็งและครอบคลุมทั่วถึง
8. การสื่อสารเชิงรุกที่เน้นคุณประโยชน์ของสินค้าอินทรีย์ส่งผลกระทบต่อด้านพฤติกรรมเชิงบวกต่อสินค้าอินทรีย์ของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

9. มาตรฐานที่ชัดเจนเหมาะสมและระบบการรับรองสินค้าอินทรีย์ที่น่าเชื่อถือ
10. ฐานข้อมูลสินค้าอินทรีย์ที่เชื่อถือได้และเข้าถึงได้อย่างครอบคลุมในทุกด้าน
11. การวิจัยที่สนับสนุนการดำเนินงานเกี่ยวกับสินค้าอินทรีย์
12. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง
13. ศักยภาพและทัศนคติที่ดีต่อเกษตรอินทรีย์ของเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง
14. นโยบายและกฎหมายที่สนับสนุนผักอินทรีย์ที่เหมาะสม

ปุ๋ยอินทรีย์และฮอร์โมนพืช

ปุ๋ยอินทรีย์เป็นปุ๋ยที่มีองค์ประกอบหลักเป็นสารอินทรีย์จากซากพืช ซากสัตว์ และของเสียจากสัตว์ รวมถึงเศษเหลือของสารอินทรีย์ต่าง ๆ ซึ่งเมื่อผ่านการย่อยสลายโดยจุลินทรีย์จะเป็นประโยชน์ต่อพืช ปุ๋ยอินทรีย์ที่นิยมใช้กันได้แก่ ปุ๋ยคอก ปุ๋ยพืชสด และปุ๋ยหมักชนิดต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีเศษเหลือจากโรงงานฆ่าสัตว์และโรงงานแปรรูปทางการเกษตร ปุ๋ยอินทรีย์มีความสำคัญต่อการปรับปรุงสมบัติทางกายภาพของดินและเป็นแหล่งของอินทรีย์วัตถุ และธาตุอาหารพืช ซึ่งปุ๋ยแต่ละชนิดจะให้และปลดปล่อยธาตุอาหารพืชออกมาในปริมาณและอัตราเร็วที่แตกต่างกันออกไปโดยขึ้นอยู่กับปริมาณธาตุอาหารที่พบในปุ๋ยชนิดนั้น โดยปุ๋ยหมักจะช่วยปรับปรุงดินให้ดีขึ้น โดยเฉพาะคุณสมบัติทางฟิสิกส์ของดิน เช่น ความโปร่ง ความร่วนซุย ความสามารถในการอุ้มน้ำ และธาตุอาหารพืชของดินดีขึ้น ปุ๋ยหมักจะอยู่ในดินได้นาน และปลดปล่อยธาตุอาหารพืชอย่างช้า ๆ รวมทั้งช่วยส่งเสริมให้จุลินทรีย์ในดินโดยเฉพาะพวกที่มีประโยชน์ต่อการบำรุงดินให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ฮอร์โมนพืชเป็นสารอินทรีย์ที่พืชสร้างขึ้นเองตามธรรมชาติในบริเวณอวัยวะหรือเนื้อเยื่อส่วนใดส่วนหนึ่งของต้นพืช ก่อนทำการเคลื่อนย้ายสารดังกล่าวไปยังเนื้อเยื่อเป้าหมาย เพื่อส่งสัญญาณในการเริ่มกระบวนการสร้าง ทำการควบคุม หรือเปลี่ยนแปลงส่วนต่าง ๆ ของพืช ทั้งด้านการเจริญเติบโตการงอกของเมล็ด การออกดอกออกผล และการผลัดใบ รวมไปถึงการยับยั้งการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยาภายในต้นพืชนั้น ๆ

การผลิตเมล็ดพันธุ์ในระบบพืชอินทรีย์

เมล็ดพันธุ์มีความสำคัญมากในการผลิตพืช ซึ่งการใช้เมล็ดพันธุ์ที่ดีส่งต่อปริมาณและคุณภาพของผลผลิตพืชผัก การจัดการที่ดีรวมกับการใช้พันธุ์ดี จะทำให้เกิดความสำเร็จในการปลูกผัก ลักษณะของพันธุ์พืชที่ต้องการโดยทั่วไปนอกจากจะมีรูปลักษณ์ สี สัน รสชาติ ตามความต้องการของผู้บริโภคแล้ว ลักษณะความต้านทานโรคแมลง รวมถึงพันธุ์ที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้ดี ก็ยังเป็นลักษณะที่เกษตรกรผู้ปลูกผักมีความต้องการ เนื่องจากเกษตรกรจำนวนมากเริ่มให้ความสนใจกับระบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีความสำคัญต่อคุณภาพและปริมาณของผลผลิต การจัดการที่มีประสิทธิภาพควบคู่กับการใช้พันธุ์ดี จะนำไปสู่ความสำเร็จในการปลูกผัก

การเลือกเมล็ดพันธุ์ในระบบพืชอินทรีย์ ห้ามใช้พันธุ์พืชที่ได้จากการตัดต่อสารพันธุกรรม และ/หรือผ่านการอาบรังสี และเมล็ดพันธุ์ที่ใช้ควรมาจากกระบวนการผลิตแบบ เกษตรอินทรีย์ กรณีใช้เมล็ดพันธุ์ปลูก ควรใช้เมล็ดพันธุ์ที่มีความต้านทานโรค แมลง และวัชพืช ใช้เมล็ดพันธุ์ที่ปราศจากศัตรูพืช

แนวทางป้องกันและกำจัดวัชพืช

1. การถอนด้วยมือ การตัดและตัดฟันด้วยเครื่องตัดหญ้า การใช้จอบ การไถพรวน การไถพลิกหน้าดินตากแดดไว้
2. การปลูกพืชคลุมดิน เช่น พืชตระกูลถั่ว
3. การใช้วัสดุคลุมดิน เป็นการช่วยอนุรักษ์ดิน น้ำ และช่วยเพิ่มปริมาณอินทรีย์วัตถุในดิน ส่วนใหญ่มักใช้วัสดุตามธรรมชาติหรือวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เช่น ฟางข้าว ตอซัง พืช หญ้าแห้ง และแกลบ หรือ คลุมดินด้วยวัสดุต่าง ๆ เช่น กระดาษ หรือพลาสติก
4. การปล่อยให้น้ำท่วมในแปลงเพื่อทำให้ผิวดินเกิดสภาพขาดออกซิเจนเพื่อทำให้เมล็ดวัชพืชไม่งอก รวมทั้งการใช้น้ำหมักชีวภาพ

แนวทางป้องกันและแมลงศัตรูพืชในระบบพืชอินทรีย์

1. การใช้พันธุ์ต้านทาน พันธุ์พืชต้านทาน หมายถึง พันธุ์พืชที่แมลงไม่ชอบทำลาย หรือทนทานหรือถูกทำลายแล้วได้รับความเสียหายเพียงเล็กน้อย สามารถให้ผลผลิตและคุณภาพสูงกว่าพันธุ์พืชชนิดเดียวกันที่ปลูกในสภาพการทำลายของแมลงศัตรูพืชระดับเดียวกันหรือในสภาพพื้นที่หรือสภาพแวดล้อมที่มีปัญหาเหมือนกัน
2. การจัดการแมลงศัตรูพืชโดยวิธีเขตกรรม เช่น การดูแลรักษาแปลงให้สะอาด การไถพลิกหน้าดินตากแดดเพื่อฆ่าเชื้อโรค การใช้น้ำท่วมแปลงเพื่อทำลายแมลงศัตรูพืชที่อยู่ในพื้นที่ก่อนทำการปลูกพืช การไถเตรียมดินเพื่อกำจัดแมลง การเลือกเวลาปลูกที่เหมาะสม การใช้ระบบปลูกพืชที่เหมาะสม การจัดระบบการให้น้ำและปุ๋ยที่เหมาะสมกับความต้องการของพืช การตัดแต่งกิ่งไม้ยืนต้น การถอนต้นพืชไร่และพืชล้มลุกที่พบเพลี้ยแป้ง เพลี้ยอ่อน หรือเพลี้ยหอยไปเผาทำลายนอกแปลง และการเก็บเกี่ยวพืชเพื่อหลีกเลี่ยงการทำลาย ของโรคและแมลง
3. การจัดการศัตรูพืชโดยวิธีกล ได้แก่ การใช้มือจับแมลงมาทำลาย การใช้มุ้งตาข่าย การใช้กับดักแสงไฟ และการใช้กับดักกาวเหนียว นอกจากนี้การใช้กับดักฟีโรโมนก็อนุญาตให้ใช้ในเกษตรอินทรีย์ได้
4. การใช้สารสกัดจากพืช มีรายงานว่า สารสกัดพืชหลายชนิดมีศักยภาพเป็นสารป้องกันกำจัดแมลงและสัตว์ศัตรูพืช (สารฆ่า, สารไล่ สารยับยั้งการวางไข่ และสารยับยั้งการกินอาหาร) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์อนุญาตให้ใช้สารที่เตรียมจากพืชธรรมชาติได้ เช่น ว่านน้ำ โล่ติ่น (หางไหล) หนอนตายหยาก สะเดา ตะไคร้หอม ข่าแดง และกากเมล็ดชา เป็นต้น

5. การใช้น้ำมันปิโตรเลียม และไวท์ออยล์ น้ำมันพาราฟิน น้ำมันปิโตรเลียม และไวท์ออยล์ เป็นผลพลอยได้จากการสกัดน้ำมันปิโตรเลียม มีกลไกการออกฤทธิ์ทำลายแมลงศัตรูพืชโดยไปอุดรูหายใจ ลดออกซิเจน และป้องกันการแลกเปลี่ยนอากาศ

6. การใช้สารชีววิธี ได้แก่ การใช้เชื้อบีที (บาซิลลัส ทุริงเจนซิส) กำจัดหนอนผีเสื้อ การใช้เชื้อไวรัสเอ็น พี วี ที่มีความเฉพาะเจาะจงต่อหนอนเจาะสมอฝ้าย หนอนกระทู้ผัก และหนอนกระทู้หอม การใช้เชื้อราขาวบิวเวอร์เรีย เชื้อราเขียวเมทาไรเซียม กำจัดเพลี้ยไฟและแมลงหวี่ขาว เป็นต้น นอกจากนี้อาจมีการเลี้ยงและปล่อยศัตรูธรรมชาติช่วยกำจัดแมลงศัตรูพืช เช่น ตัวง่าตัวห้ำ มวนพิฆาต มวนเพชฌฆาต แมลงช้างปีกใส แตนเบียนไข่ไตรโคแกรมมา เป็นต้น ในส่วนการควบคุมโรคพืช ก็มีเชื้อราปฏิปักษ์ เช่น เชื้อราบาซิลลัส ซับติลิส และเชื้อราไตรโคเดมา เป็นต้น

7. การอนุรักษ์แมลงหรือสิ่งมีชีวิตที่มีประโยชน์ ได้แก่ ตัวเบียน และตัวห้ำ

8. การปลูกพืชแซม ช่วยลดการแพร่กระจายของแมลงศัตรู เช่น กะหล่ำปลีที่ปลูกโดยใช้ดาวเรืองฝรั่งเศสเป็นพืชแซม

มาตรฐานเกษตรอินทรีย์

ปัจจุบันสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นที่นิยมของผู้บริโภคมากขึ้น ความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและการสร้างการรับรู้ตราสัญลักษณ์มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ รวมถึงระบบการรับรองที่เกี่ยวข้องจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากสำหรับเกษตรกรผู้ผลิต (ชวิศร์ สวัสดิสาร, 2561) โดยภาพรวมแล้ว ประเทศไทยสามารถแบ่งการรับรองมาตรฐานได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) เกษตรอินทรีย์- เกษตรยั่งยืน ที่เน้นในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ 2) อาหารปลอดภัย ที่เน้นในเรื่องความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ระบบการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อย่างมีส่วนร่วม (PGS)

นิยามความหมาย

IFOAM ได้ให้นิยามว่า ระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม Participatory Guarantee Systems, PGS เป็นระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์ที่ขับเคลื่อนโดยชุมชน โดยสนับสนุนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนอย่างเข้มแข็งและต่อเนื่อง บนพื้นฐานของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การสร้างเครือข่ายทางสังคม และการเรียนรู้ร่วมกัน (มูลนิธิเกษตรอินทรีย์ไทย, 2560)

ระบบชุมชนรับรองริเริ่มขึ้นโดยสมพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements) กับองค์กรระหว่างประเทศและหน่วยงานท้องถิ่นอีกหลายแห่ง ซึ่งเห็นร่วมกันว่า ระบบการตรวจสอบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่ดำเนินการโดยหน่วยงานอิสระจากภายนอกนั้นไม่ได้เหมาะกับเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์เพื่อขายในท้องถิ่น เพราะระบบการตรวจสอบรับรองโดยองค์กรอิสระมีระเบียบข้อกำหนดที่ค่อนข้างเข้มงวดสลับซับซ้อนและมากเกินไปจนจำเป็นสำหรับการทำการตลาดผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในท้องถิ่น (ความซับซ้อนของระเบียบข้อกำหนดนี้

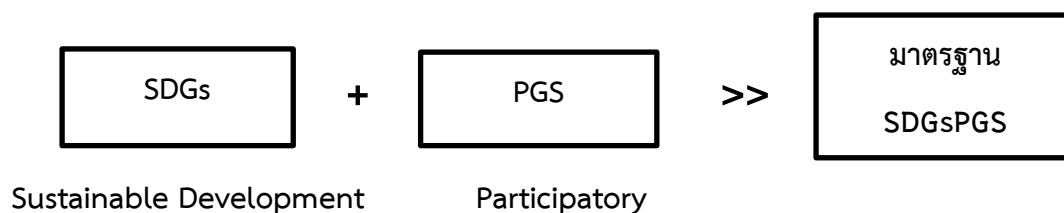
เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้หน่วยงานรับรองเกษตรอินทรีย์ต้องมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงในการขึ้นทะเบียน เพื่อให้ได้การยอมรับระบบการตรวจรับรอง ส่งผลให้หน่วยตรวจรับรองต้องเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการตรวจรับรองที่สูงจากผู้ผลิตและผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์) นอกจากนี้ด้วยระบบที่เข้มงวด ทำให้การตรวจรับรองของหน่วยงานอิสระไม่สามารถเปิดให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในระบบการตรวจรับรองได้มากนัก รวมทั้งไม่เปิดโอกาสให้มีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ในการตรวจรับรองที่เหมาะสมกับเกษตรกรรายย่อย ทั้งในประเทศกำลังพัฒนาและประเทศพัฒนาแล้วก็เช่นกัน

ทาง IFOAM และหน่วยงานหลายแห่งจึงได้สนับสนุนให้มีการจัดการประชุม เพื่อหารือแนวทางการเลือกกระบวนการรับรองเกษตรอินทรีย์ให้กับเกษตรกรรายย่อย เมื่อกลางเดือนเมษายนในปี 2547 ที่ประเทศบราซิล หลังการประชุมในครั้งนั้น ทาง IFOAM ได้สนับสนุนให้มีการพัฒนาระบบที่สมาชิกกลุ่มผู้ผลิต/ชุมชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบกันเอง ซึ่งเรียกว่า Participatory Guarantee Systems (PGS) “ระบบชุมชนรับรอง” (อนุรักษ์ เรืองรอบ, ม.ป.ป.)

การพัฒนามาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม SDGsPGS

เกษตรกรรมยั่งยืน (Sustainable Agriculture) คือ ระบบการเกษตรที่ครอบคลุมทั้งวิถีชีวิตของเกษตรกร กระบวนการผลิต และการจัดการในทุกมิติ เพื่อสร้างความสมดุลด้านสังคม เศรษฐกิจ ระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การพึ่งพาตนเองและการยกระดับคุณภาพชีวิตของทั้งเกษตรกรและผู้บริโภค เกษตรกรรมยั่งยืนครอบคลุมเกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ วนเกษตร เกษตรผสมผสาน และเกษตรทฤษฎีใหม่ ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรรมยั่งยืนรูปแบบใด หากเกษตรกรผลิตเพื่อการบริโภคในครัวเรือน หรือการแบ่งปันในกลุ่มเล็ก ๆ คงไม่มีความจำเป็นต้องพัฒนามาตรฐานใด ๆ แต่หากทำการผลิตและแปรรูปโดยมีเป้าหมายเพื่อการค้าขาย ไม่ว่าจะเป็นภายในชุมชน ภายในจังหวัด หรือข้ามจังหวัด หรือข้ามประเทศ การพัฒนามาตรฐานเพื่อรับรองผลผลิตมีความจำเป็นและสำคัญยิ่ง

มาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม SDGsPGS (Sustainable Development Goals Participatory Guarantee System) เป็นการนำแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยองค์การสหประชาชาติ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง แนวคิด “ระบบชุมชนรับรอง” โดย IFOAM และแนวคิดการสร้างสามาชีพเต็มพื้นที่ โดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง (Area Base Collaborative Development) มาประสมกัน โดยมี “สหพันธ์เกษตรกรรมยั่งยืนแห่งประเทศไทย” เป็นเจ้าภาพในการขับเคลื่อนการพัฒนามาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม SDGsPGS ระดับประเทศ และสมาคมเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดเป็นเจ้าภาพในระดับจังหวัด ซึ่งขับเคลื่อนกลไกคณะทำงาน 4 กลไก ได้แก่ คณะทำงานตรวจแปลงเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม คณะทำงานพัฒนาฐานข้อมูล คณะกรรมการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม SDGsPGS จังหวัด และกลไกธุรกิจ (อนุรักษ์ เรืองรอบ, ม.ป.ป.)



ภาพ 1 แสดงการพัฒนามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ SDGsPGS

ที่มา : อนุรักษ์ เรืองรอบ, ม.ป.ป.

หลักการองค์ประกอบสำคัญของระบบชุมชนรับรอง คือ (มูลนิธิเกษตรอินทรีย์ไทย, 2560)

1. วิสัยทัศน์ร่วม (shared vision) ทุกฝ่ายให้ความตระหนักรู้ถึงเป้าหมายของกลุ่มในการทำเกษตรอินทรีย์ ว่าใครเป็นผู้ได้ประโยชน์ ทำไม และอย่างไร เพื่อความมีประสิทธิภาพของการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง
2. การมีส่วนร่วม (participatory) ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ และร่วมในการประเมินผล เพื่อกำหนดเป้าหมายและการจัดสรรทรัพยากร ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตั้งแต่เริ่มวางแผน การตัดสินใจร่วมกันในการดำเนินกิจกรรม กำหนดกฎกติกา บทลงโทษ
3. ความโปร่งใส (transparency) ผู้มีส่วนได้ทั้งหมดเข้าใจกลไกของการทำงานสามารถตรวจสอบย้อนกลับถึงที่มาได้ถ้ามีข้อสงสัย ซึ่งกลุ่มต้องจัดทำระบบการรับประกันการผลิต เช่น การมีเอกสารที่ชัดเจนตั้งแต่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของกลุ่ม สามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา
4. ความไว้วางใจ (trust) มีความซื่อสัตย์ต่อกันทุกฝ่ายเพื่อการทำงานที่ราบรื่นเข้าใจและไว้วางใจกันไม่ตั้งมั่นอยู่กับความมีอคติต่อผู้อื่น ตลอดจนการสร้าง ความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งความไว้วางใจและความเชื่อมั่นเกิดขึ้นจากความโปร่งใส
5. ความสัมพันธ์แนวนราบ (horizontality) ไม่มีลำดับชั้นของอำนาจไม่ปล่อยให้อำนาจการตรวจสอบรับรองอยู่ที่ใครคนใดคนหนึ่ง ใช้ระบบประชาธิปไตยในการทำงานร่วมกัน ยอมรับการตัดสินใจของกลุ่ม
6. กระบวนการเรียนรู้ (earning process) ร่วมกันพัฒนาขีดความสามารถแลกเปลี่ยนความรู้จัดการกลไกและเครื่องมือร่วมกันที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในกระบวนการตรวจรับรองแปลงเป็นการประเมินในลักษณะการเรียนรู้ร่วมกันตั้งแต่เรื่องความเข้าใจในมาตรฐาน วิธีการปฏิบัติในฟาร์ม การเรียนรู้เทคนิคการปฏิบัติ การให้คำแนะนำ เสนอแนะ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

ลักษณะรูปแบบสำคัญของระบบชุมชนรับรอง คือ (อนุรักษ์ เรืองรอบ, ม.ป.ป.)

1. มาตรฐานและข้อกำหนดถูกพัฒนาขึ้นโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Norms conceived by the stakeholders)

2. มีฐานจากองค์กรรากหญ้า (Grassroots Organisation)
3. เหมาะกับการเกษตรของเกษตรกรรายย่อย (Is appropriate to smallholder agriculture)
4. มีหลักการและระบบคุณค่า (Principles and values) ที่มีเป้าหมายในการยกระดับความเป็นอยู่ของครอบครัวเกษตรกรและส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์
5. มีเอกสารที่อธิบายระบบการบริหารจัดการและขั้นตอนการทำงาน (Documented management systems and procedures) ระบบชุมชนรับรองควรมีระบบการบันทึกที่แสดงให้เห็นได้ว่า เกษตรกรได้มีการปฏิบัติตามมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์จริง
6. มีกลไกในการยืนยันการปฏิบัติตามมาตรฐานของเกษตรกร (Mechanisms to verify farmers compliance)
7. มีกลไกในการสนับสนุนเกษตรกร (Mechanisms for supporting farmers) เพื่อให้เกษตรกรสามารถทำเกษตรอินทรีย์ได้จริง
8. มีข้อตกลงหรือสัตยาบันของเกษตรกรในการปฏิบัติตามข้อกำหนดและมาตรฐาน (a bottom-line document)
9. มีตรารับรอง (Seals or labels) ที่เป็นหลักฐานแสดงสถานะความเป็นเกษตรกรอินทรีย์

ตราสัญลักษณ์ SDGsPGS

ตรารับรอง SDGsPGS เป็นตราสัญลักษณ์ที่แสดงว่าผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์นั้นได้รับการรับรองตามมาตรฐาน SDGsPGS ซึ่งการใช้ตรารับรอง SDGsPGS ช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์นั้นได้รับการผลิตตามมาตรฐานที่มีคุณภาพและปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพ 2 แสดงตราสัญลักษณ์ SDGsPGS

ที่มา: อนุรักษ์ เรืองรอบ, ม.ป.ป.

โดยเครื่องหมายของสหพันธ์เกษตรกรมัยยืนแห่งประเทศไทย มีลักษณะเป็นต้นไม้มีคำว่า SDGs PGS ORGANIC อยู่กลางลำต้น โดย SDGs เป็นคำย่อของ Sustainable Development Goals ว่าด้วยเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยองค์การสหประชาชาติ และ PGS เป็นคำย่อของ

Participatory Guarantee System ระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม มีวงกลมล้อมรอบ มีชื่อสหพันธ์เกษตรกรไทยแห่งหนึ่งแห่งประเทศไทย เป็นภาษาไทยอยู่ด้านบน และเป็นภาษาอังกฤษอยู่ด้านล่าง สื่อความหมายถึงระบบการรับรองเกษตรกรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

การเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา

ปัจจุบันจังหวัดพะเยาถือเป็นจังหวัดที่ส่วนใหญ่ประชากรมีอาชีพด้านการทำเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยจากพื้นที่ทั้งหมด 3.959 ล้านไร่ เป็นพื้นที่เกษตรกรรม 1.243 ล้านไร่ (31.41%) ซึ่งหนึ่งในนั้นมีพื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงข้อมูลการทำเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา ปี 2561-2565

ชนิดสินค้า	ปี 2561		ปี 2562		ปี 2563		ปี 2564		ปี 2565	
	จำนวน (ราย)	พื้นที่ (ไร่)	จำนวน (ราย)	พื้นที่ (ไร่)	จำนวน (ราย)	พื้นที่ (ไร่)	จำนวน (ราย)	พื้นที่ (ไร่)	จำนวน (ราย)	พื้นที่ (ไร่)
1.มาตรฐาน Organic Thailand										
1.1 ข้าว	449	2,996	511	3,385	1,050	5,350	947	4,876	779	3,879
-รายเดี่ยว	178	1218	58	484	48	370	62	426	66	454
-รายกลุ่ม	42	523	5	99	5	95	-	-	-	-
- โครงการ Niche Market	75	435	68	367	64	320	-	-	-	-
- โครงการข้าว อินทรีย์ล้านไร่	154	820	380	2,435	933	4,564	885	4,450	713	3,425
1.2 ผสมผสาน	1	3	2	3	2	3	-	-	-	-
รวม Organic Thailand	450	2,999	513	3,388	1,052	5,353	947	4,876	779	3,879
2. มาตรฐาน PGS										
2.1 PGS พด										
-พืชผัก, ผสมผสาน	21	37	11	15	59	196	36	49	40	70
2.2 SDGsPGS										
-พืชผัก, ผสมผสาน					43	430	87	663	133	1,064
-ข้าว, ผสมผสาน					29	184	46	280	50	450
รวม PGS	21	37	11	15	131	810	169	992	223	1,584
รวมทั้งสิ้น	471	3,036	524	3,403	1,183	6,163	1,116	5,868	1,002	5,463

ที่มา : สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา, 2566

การทำเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดพะเยา มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2562 – 2563 และลดลงในปี 2564 - 2565 ซึ่งเป็นผลมาจากราคาของสินค้าอินทรีย์และสินค้าทั่วไป ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก จึงทำให้เกษตรกรบางส่วนหยุดทำการเกษตรอินทรีย์ แต่อย่างไรก็ตามด้วยทิศทางการพัฒนาของโลกและในประเทศได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามกระแสความห่วงใยในเรื่องสุขภาพ การบริโภคอาหารปลอดภัย การมุ่งเน้นไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนมากขึ้น การทำเกษตรอินทรีย์จึงถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ช่วยเพิ่มรายได้และคุณภาพชีวิตของเกษตรกร พร้อมทั้งส่งเสริมการพึ่งพาตนเอง มีความมั่นคงและความปลอดภัยด้านสุขภาพ โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดโลกที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะพัฒนาไปสู่การทำเกษตรอินทรีย์ในเชิงพาณิชย์เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความยากจนและการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา, 2566)

แผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ของจังหวัดพะเยา (พ.ศ. 2561 - 2565)

จังหวัดพะเยาได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมและสนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์ จึงได้จัดทำแผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ของจังหวัดพะเยา (พ.ศ. 2561 - 2565) ฉบับทบทวน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและการแก้ไขปัญหาด้านการเกษตรและสหกรณ์ของจังหวัดพะเยา ซึ่งกระบวนการดำเนินการเน้นการบูรณาการของทุกภาคส่วน ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาด้านการเกษตร โดยมีรายละเอียดดังนี้ (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา, 2563)

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เกษตรปลอดภัย เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรเข้มแข็ง บริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ (Mission)

1. พัฒนาศักยภาพการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยแบบครบวงจร
2. ส่งเสริม พัฒนาเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้
3. พัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรทางการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ สมดุลและยั่งยืน

เป้าประสงค์หลัก (Goals)

1. สินค้าเกษตรที่สำคัญของจังหวัดได้รับการพัฒนา การผลิตให้ปลอดภัย ได้มาตรฐาน ตรงตาม ความต้องการของตลาด
2. เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีอาชีพมั่นคงมีรายได้จากการทำการเกษตรเพิ่มขึ้น สถาบันเกษตรกรมีการบริหารจัดการอย่างเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้
3. ทรัพยากรทางการเกษตรมีการนำไปใช้เพื่อพัฒนาการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ คุ่มค่าและยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issue)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์
อย่างครบวงจร

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : สร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : บริหารจัดการทรัพยากรทางการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยเฉพาะ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ที่กล่าวถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์อย่างครบวงจร ซึ่งมีเป้าประสงค์ ตัวชี้วัดและกลยุทธ์ ดังนี้

เป้าประสงค์ : สินค้าเกษตรปลอดภัยได้มาตรฐาน มีการเพิ่มมูลค่าผลผลิต มีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

ตัวชี้วัด : 1) จำนวนแปลง/ฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน SL / GAP / อินทรีย์
2) ร้อยละของมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์ : 1) ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน
2) ส่งเสริมการทำเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์
3) ส่งเสริมการทำการเกษตรในรูปแบบแปลงใหญ่
4) บริหารจัดการสินค้า สร้างเครือข่าย และเชื่อมโยงตลาด

แนวคิดเกี่ยวกับสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer)

สมาร์ทฟาร์ม หรือ เกษตรอัจฉริยะ เป็นรูปแบบการทำเกษตรแบบใหม่ที่จะทำให้การทำอะไรทำนามีภูมิคุ้มกันต่อสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการนำข้อมูลของภูมิอากาศทั้งในระดับพื้นที่ย่อย (Microclimate) ระดับไร่ (Mesoclimate) และระดับมหภาค (Macroclimate) มาใช้ในการบริหารจัดการดูแลพื้นที่เพาะปลูก เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพอากาศที่เกิดขึ้น รวมถึงการเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพอากาศที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต โดยได้รับการขนานนามว่าเกษตรกรรมความแม่นยำสูง หรือเกษตรแม่นยำสูง (Precision Agriculture) ซึ่งเป็นที่นิยมกันมากในประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และเริ่มแพร่หลายเข้าไปในหลายประเทศ ทั้งยุโรป ญี่ปุ่น มาเลเซีย และอินเดีย (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2561)

แนวคิดหลักของสมาร์ทฟาร์ม คือ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานของการผลิตสินค้าเกษตรจนถึงผู้บริโภค มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคุณภาพการผลิต ลดต้นทุน และยกระดับมาตรฐานสินค้า สมาร์ทฟาร์มมุ่งพัฒนาเกษตรกรรมใน 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ 1. การลดต้นทุนในการผลิต 2. การยกระดับมาตรฐานการผลิตและสินค้า 3. การลดความเสี่ยงจากการระบาดของศัตรูพืชและภัย

ธรรมชาติ 4. การจัดการและส่งผ่านความรู้ โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศจากการวิจัยไปประยุกต์สู่การพัฒนาในทางปฏิบัติ และให้ความสำคัญต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของเกษตรกร (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2561)

การทำสมาร์ตฟาร์มในประเทศไทยอาจมีข้อจำกัด เนื่องจากระบบเทคโนโลยีบางชนิดยังมีประสิทธิภาพไม่ดี เช่น ระบบ GPS และ GIS ต้องใช้เงินในการลงทุนสูง รวมถึงเกษตรกรขาดความชำนาญในการใช้เครื่องมือ แต่เมื่อโลกเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งทางกายภาพ สังคม ตลอดจนองค์ความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร ที่มีการแลกเปลี่ยนส่งผ่านกันอย่างรวดเร็วไปทั่วทุกภูมิภาค เกษตรกรไทยจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวเองตามสภาพการดำเนินชีวิต การเปิดรับ เรียนรู้ ข้อมูลข่าวสาร เพื่อพาตัวเองก้าวสู่การเป็นเกษตรกรคุณภาพ ตามนโยบายและแนวทางปฏิบัติงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ธีรเกียรติ์ เกิดเจริญ, 2559)

สมาร์ตฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) เป็นนโยบายสำคัญของยุทธศาสตร์แผนพัฒนาการเกษตร ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ซึ่งได้กำหนดวิสัยทัศน์ของแผนพัฒนาการเกษตร คือ “เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดี ประชาชนมีความมั่นคงด้านอาหารเป็นฐานสร้างรายได้ให้แผ่นดิน” ประกอบกับยุทธศาสตร์ประเทศที่กำหนดไว้ว่า “ประเทศมีขีดความสามารถในการแข่งขัน คนไทยอยู่ดีกินดี มีความเสมอภาค และเป็นธรรม” กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จึงได้นำวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ประเทศดังกล่าวไปกำหนดแผนการปฏิรูปการเกษตรของประเทศไทย (พ.ศ. 2556-2561) โดยเน้นการพัฒนาเกษตรกรให้มีความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้ มีภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยงในการผลิตและการตลาด รวมทั้งมีความสามารถในการผลิตและการตลาด พร้อมก้าวสู่การเป็นผู้จัดการฟาร์มมืออาชีพ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2561)

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2561) ได้ให้ความหมายไว้ว่า Smart Farmer หมายถึง เกษตรกรผู้มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญในระบบการผลิตในแต่ละสาขาของการเกษตร มีความสามารถวิเคราะห์ เชื่อมโยง และบริหารจัดการการผลิตและการตลาด พร้อมทั้งมีความภูมิใจในอาชีพเกษตร โดยใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ คำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค สังคมและสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาเกษตรกรให้เป็น Smart farmer มีคุณสมบัติพื้นฐาน 6 ประการ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2556) คือ

ประการที่ 1 เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่ทำ สามารถถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร หรือให้คำปรึกษาแก่ผู้ที่สนใจในเรื่องนั้นได้

ประการที่ 2 มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่เข้าถึงได้จากแหล่งต่าง ๆ ทั้งจากเจ้าหน้าที่รัฐ และผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน เป็นต้น

ประการที่ 3 มีการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเชื่อมโยงกระบวนการผลิตและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผลผลิตตอบสนองความต้องการของตลาด และนำของเหลือจากการผลิตมาจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ (Zero waste management)

ประการที่ 4 เป็นผู้ให้ความสำคัญคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยมีความรู้ความเข้าใจหรือผ่านการอบรมมาตรฐานการผลิตที่ดี เช่น GAP, GMP, เกษตรอินทรีย์ และมาตรฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประการที่ 5 มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีขั้นตอนการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green economy)

ประการที่ 6 มีความภาคภูมิใจและมีความมุ่งมั่นในการทำงานด้านการเกษตร รักในอาชีพ และวางแผนพื้นที่เพื่อส่งต่อให้คนรุ่นต่อไป พร้อมทั้งมีความสุขและภูมิใจในอาชีพเกษตรกร

ฤทัยชนก จริงจิตร (2556) กล่าวว่า สมาร์ทฟาร์มเมอร์ เน้นการแก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุ คือการพัฒนาที่ตัวเกษตรกรเองในการเพิ่มองค์ความรู้ผ่านแนวคิดสมาร์ทฟาร์มใน 4 ด้าน ซึ่งหากประสบผลสำเร็จจริงจะมีคุณประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ในการดูแลด้านปลายน้ำของสินค้าทางการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อการลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานสินค้า ที่มีความสัมพันธ์กับการทำการตลาดสินค้าเกษตร เนื่องจากเป็นเพราะต้นทุนที่ต่ำลงจะเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันด้านราคาให้กับสินค้าเกษตรไทย เนื่องจากในปัจจุบันสินค้าเกษตรหลายประเภทกำลังประสบปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตสูงและผลผลิตต่อไร่ต่ำเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง

นอกจากนั้นแล้วประเด็นเรื่องการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานสินค้าก็มีความสำคัญ เนื่องจากสอดคล้องกับเป้าหมายของไทยในการมุ่งเน้นทำการตลาดสินค้าเกษตรคุณภาพ ซึ่งจะแข่งขันกันด้วยคุณลักษณะพิเศษเฉพาะที่ทำให้ผู้บริโภคเต็มใจซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าผลของการดำเนินนโยบายสมาร์ทฟาร์มเมอร์ เป็นการแบ่งเบาภาระของกระทรวงพาณิชย์ ในแง่ของการดูแลราคาสินค้าเกษตรที่มักผันผวนอยู่เสมอทำให้มีความจำเป็นน้อยลงในการดำเนินนโยบายอุดหนุนราคาสินค้า และสามารถส่งเสริมให้กลไกตลาดทำงานเองได้มากขึ้น ทั้งยังช่วยให้กระทรวงพาณิชย์สามารถทำการตลาดสินค้าเกษตรได้ง่าย โดยเฉพาะการวางตำแหน่งการแข่งขัน (Positioning) ในตลาดบนที่จะทำให้เป้าหมายในการเพิ่มมูลค่าทางการค้าประสบผลสำเร็จ แทนที่การเน้นปริมาณเหมือนสมัยก่อน เนื่องจากสินค้ามีมาตรฐานและคุณภาพสูงมีประสิทธิภาพมากขึ้น กระทรวงพาณิชย์ควรให้ความสำคัญสนับสนุนกระทรวงเกษตรฯ ในการดำเนินนโยบายสมาร์ทฟาร์มเมอร์ ในการบริหารจัดการสินค้าเกษตรร่วมกัน ในด้านการเชื่อมโยงข้อมูลการตลาดเข้ากับข้อมูลการผลิตของกระทรวงเกษตร โดยเฉพาะการบูรณาการฐานข้อมูลกับศูนย์ข้อมูลเกษตรในส่วนของการตลาดเชิงลึกที่ครอบคลุมด้าน

มูลค่า ปริมาณและสต็อกสินค้า โดยให้มีกลไกในการเข้าถึงข้อมูลขององค์กร คลังสินค้าเพื่อให้สามารถสร้างฐานข้อมูลด้านการตลาดสินค้าเกษตร ทั้งในบริบทของการซื้อขายสินค้าจริง (Physical Trading) และการซื้อขายแบบตลาดล่วงหน้า (Future Trading) ซึ่งความร่วมมือดังกล่าวจะสามารถทำให้สมาร์ฟาร์มเมอร์เข้าถึงข้อมูลด้านการตลาดเชิงลึกเพื่อใช้ในการวางแผนการผลิต ตลอดจนผลักดันให้แนวคิดนี้ให้สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงในภาคการเกษตรได้อย่างเป็นรูปธรรม (ฤทัยชนก จริงจิตร, 2556)

สรุปได้ว่า สมาร์ฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) หมายถึง เกษตรกรที่มีความรู้อย่างถ่องแท้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีความคิดในการวางแผนเป็นเลิศ โดยเฉพาะการรู้ถึงอุปสงค์ของตลาดและเตรียมการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการ รวมทั้งมีความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการแก้ปัญหาได้รวดเร็ว โดยการวิเคราะห์ข้อมูลรอบด้านเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนหลักการและเหตุผล ตลอดจนรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการเกษตร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ

ความหมายของนวัตกรรม

ราชบัณฑิตยสถาน (2538) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือแตกต่างจากเดิมซึ่งอาจเป็นความคิด วิธีการหรืออุปกรณ์ เป็นต้น

วีรภา ดาสนิท (2551) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การคิดค้นสิ่งใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการทำงาน หรือรูปแบบธุรกิจ โดยอาจเป็นสิ่งที่ไม่เคยมีใครทำหรือเป็นสิ่งที่มีการทำแล้วแต่ยังไม่เคยถูกดำเนินการในองค์กร โดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และการจัดการร่วมกับการส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรม เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ประสบผลสำเร็จและเป็นประโยชน์

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม คือ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้และนำความรู้มาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการผลิตใหม่ และการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากความหมายของนวัตกรรมเชิงกว้างแล้วสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติยังได้ให้ความหมาย ของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์ไว้ว่า นวัตกรรม คือ การนำแนวความคิดใหม่หรือการประยุกต์ใช้สิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ หรือสร้างเป็นสิ่งที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม

กล่าวโดยสรุป นวัตกรรม หมายถึง การนำความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ มาสร้างสิ่งใหม่ หรือปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ดียิ่งขึ้น ทั้งผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการจัดการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและผลกำไรในระยะยาว

ประเภทของนวัตกรรม

การจำแนกประเภทของนวัตกรรม แบ่งได้หลายประเภทตามลักษณะขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ การจำแนกที่พบบ่อย และมีการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงการวิจัย และการจัดการนวัตกรรมค่อนข้างมากก็จะประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ (Gopalakrishnan & Damanpour, 1997)

1. การจำแนกตามเป้าหมายของ นวัตกรรม (The Target of Innovation) แบ่งเป็น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และ นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)
2. การจำแนกตามระดับของการเปลี่ยนแปลง (The Degree of Change) จะแบ่งนวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) และ นวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation)
3. การจำแนกตามขอบเขตของผลกระทบ (The Area of Impact) จำแนกได้ 2 ประเภท คือ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) และ นวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation)

จิรพรรณ จันทรวีเชียร (2559) กล่าวว่า ประเภทของนวัตกรรมจัดการแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. นวัตกรรมใหม่อย่างสิ้นเชิง (Radical Innovation) หมายถึง กระบวนการนำเสนอสิ่งใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริงต่อสังคม โดยทำให้ค่านิยม ความเชื่อ และระบบคุณค่าของสังคมเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง
2. นวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป เป็นกระบวนการการค้นพบ (Discover) หรือคิดค้นสิ่งใหม่ (Invent) โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ (New idea) หรือความรู้ใหม่ (New knowledge) ที่มีลักษณะต่อเนื่องไม่สิ้นสุด โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่หรือความรู้ใหม่ของมนุษย์และการคิดค้นเทคนิค (Technique) หรือเทคโนโลยี (Technology) ใหม่ นวัตกรรมที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป จึงมีลักษณะของการสะสมการเรียนรู้ (Cumulative Learning) อยู่ในบริบทของสังคมหนึ่งในปัจจุบัน สังคมได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากเพราะผลของขบวนการโลกาภิวัตน์ ทำให้สังคมมีลักษณะไร้ขอบเขต (Borderless) เป็นสังคมของชาวโลกที่มีความหลากหลายทางด้านสังคม วัฒนธรรมและการเมือง ส่งผลให้นวัตกรรมมีแนวโน้มที่จะเป็นขบวนการค้นพบใหม่อย่างต่อเนื่องในระดับนานาชาติมากกว่า ที่จะเป็นนวัตกรรมใหม่โดยสิ้นเชิง สำหรับสังคมหนึ่ง ๆ

เสนห์ จุ้ยโต (2554) ให้แนวคิดว่าการจัดการสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. แบ่งตามลักษณะของการสร้างนวัตกรรม

1.1 นวัตกรรมส่วนเพิ่ม (Incremental Innovation) เป็นนวัตกรรมที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีหรือสิ่งเดิมที่มีอยู่แล้ว ซึ่งอาจเป็นการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น หรือปรับเทคโนโลยีหรือสิ่งที่มีเพื่อจุดมุ่งหมายอื่น

1.2 นวัตกรรมที่เพิกค้นพบ (Breakthrough Innovation) หรือนวัตกรรมที่สร้างความเปลี่ยนแปลงจากเดิมโดยสิ้นเชิงเป็นสิ่งที่ยังไม่มีใครเคยมีมาก่อนในโลกและไม่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีหรือวิธีการเดิมที่มีอยู่

2. แบ่งตามลักษณะการใช้นวัตกรรม

2.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น หรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด นวัตกรรมนี้อาจเป็นสิ่งที่ใหม่ต่อโลก ประเทศ หรือแม้กระทั่งองค์กร นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) หรือสินค้าทั่วไป และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) หรือบริการ

2.2 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานหรือกระบวนการผลิตสินค้าหรือการให้บริการให้ไม่เหมือนเดิมหรือดีขึ้นกว่าเดิม เช่น การผลิตแบบ Just In Time (JIT) การบริหารงานคุณภาพองค์กรรวมหรือ Total Quality Management (TQM) และการผลิตแบบกะทัดรัดหรือ Lean Production

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรม ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเทคโนโลยี หรือวิธีการใช้ รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้น หัวใจสำคัญของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์คือ การสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรที่จะนำมาซึ่งกำไรและความได้เปรียบทางการตลาดโดยการนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ หรือการบริการที่ไม่เคยมีใครนำเสนอมาก่อน

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) คือ การประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ ๆ ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด นวัตกรรมกระบวนการ เป็นการประยุกต์ใช้และปรับเปลี่ยนกรรมวิธีในการผลิตสินค้า รวมถึงวิธีการหรือรูปแบบในการให้บริการ โดยนวัตกรรมกระบวนการจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับเปลี่ยนองค์กรในทุกฝ่ายของห่วงโซ่การแข่งขัน เช่น การผลิตที่รวดเร็วขึ้น การเพิ่มคุณภาพของสินค้า การลดต้นทุนการผลิต และการลดต้นทุนการสั่งซื้อต่อหน่วย รวมถึงการนำเสนอความหลากหลายให้กับผู้บริโภค

3. นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Managerial Innovation) คือการคิดค้นรูปแบบของการจัดการองค์กรใหม่ ที่ส่งผลต่อระบบการทำงาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการบริการขององค์กรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การสร้างนวัตกรรมในองค์กรต้องอาศัยความเข้าใจ ความร่วมมือจากทุกฝ่าย โดยเฉพาะเรื่องของระบบการบริหารจัดการ การเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของคนและวัฒนธรรมในองค์กรนวัตกรรม แนวคิดการบริหารจัดการมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพสูง ผ่านการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและบริการ วิธีการบริหารจัดการที่ปรับใช้แนวคิดใหม่ เครื่องมือหรือเทคโนโลยี และการปรับปรุงแบบองค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development : OECD) ได้จำแนกนวัตกรรมออกเป็น 4 ประเภทหลัก (OECD, 2018)

1. นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมถึงการบริการใหม่ ๆ หรือเป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพดีขึ้น โดยนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์นั้นจะมุ่งเน้นตามความต้องการของตลาด โดยความต้องการของลูกค้าจะเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์โดยต้องคำนึงถึงคุณประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นวิธีการผลิตที่อาศัยเทคโนโลยีหรือการปรับเปลี่ยนแนวทางหรือกระบวนการใหม่ในการพัฒนา ปรับปรุง กระบวนการผลิตหรือเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการผลิต ทั้งในด้านเทคนิค เครื่องมือและอุปกรณ์ และซอฟต์แวร์

3. นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) คือ การเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการตลาดรูปแบบใหม่ซึ่งมีจุดมุ่งหมาย คือ การเปลี่ยนแปลงวิธีการนำเสนอสินค้าหรือบริการเข้าสู่ตลาดใหม่และการคัดเลือกตลาดในการนำเสนอสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ดีขึ้น ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การจัดวางสินค้าและการส่งเสริมการตลาด และการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์และบริการ

4. นวัตกรรมองค์กร (Organization Innovation) เป็นการปรับแนวทางการดำเนินงานในองค์กรไปสู่รูปแบบใหม่ รวมถึงกระบวนการจัดการองค์กรใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับนโยบาย โครงสร้างระบบ และรูปแบบ ด้วยความเชื่อว่าการคิดสร้างสรรค์เกิดจากทุกส่วนขององค์กร สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างรายได้ และเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กร ทั้งการเปลี่ยนแปลงหลักปฏิบัติทางธุรกิจ (Business Practices) การจัดสถานที่ทำงาน (Workplace Organization) หรือความสัมพันธ์ภายนอกองค์กร (External Relations)

สรุปได้ว่า นวัตกรรมทางธุรกิจ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมที่องค์กรหรือธุรกิจต้องดำเนินการเพื่อสร้างและบริหารการจัดการนวัตกรรมในด้านต่าง ๆ โดยการบริหารระบบการทำงานใหม่ วิธีการทำงานใหม่ การผสมผสานการทำงานใหม่ การสร้างสิ่งใหม่ ๆ หรือปรับปรุงพัฒนาสิ่งที่มีอยู่

เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความเป็นไปได้ในการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือ ตำรา บทความวิจัย บทความวิชาการที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดนวัตกรรมทางธุรกิจของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) และ OECD (2018) มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัย และสามารถสรุปปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการศึกษานี้ ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ความหมายของผลการดำเนินงาน

Parmenter (2015) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ผ่านการใช้ทรัพยากร กระบวนการ และการจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยผลการดำเนินงานจะถูกประเมินและติดตามผ่านการใช้ มาตรวัดผลการดำเนินงาน (Performance Measures)

ศตายุ ร่มเย็น (2562) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของกิจการ คือ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมขององค์กร ซึ่งจะพิจารณาในหลายมิติพร้อมกัน โดยการเปรียบเทียบกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้กำหนดไว้ ซึ่งช่วยให้สามารถประเมินความสำเร็จขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้

อภิญา ชัยดำ และคณะ (2561) ได้ให้ความหมายของผลการดำเนินงานว่า เป็นผลลัพธ์ที่ได้ออกมาจากการกำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน โดยมีการเปรียบเทียบและประเมินผลกับเป้าหมายที่ได้วางไว้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

องค์ประกอบของมุมมองด้านการวัดผลการดำเนินงาน

การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard : BSC) ของ Kaplan และ Norton ถือเป็นแนวคิดที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดผลงานที่ให้ภาพที่ชัดเจน ซึ่ง Kaplan และ Norton ได้ให้คำนิยาม Balanced Scorecard ไว้ว่าเป็นเครื่องมือในการจัดการที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ขององค์กรไปสู่การปฏิบัติ ผ่านการวัดหรือการประเมินผล (Measurement) ซึ่งช่วยให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นหนึ่งเดียว และมุ่งเน้นไปที่สิ่งที่ความสำเร็จขององค์กร (Kaplan & Norton, 1996)

ในปัจจุบันได้มีหลายองค์กรที่ทำการวัดมุมมองทางด้านตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงินซึ่งคล้ายกับแนวคิดของ บาลานซ์ สคอร์ดการ์ด ซึ่งการวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพนี้ได้แบ่งมุมมองที่จะใช้วัดผลการดำเนินงาน ออกเป็น 4 มุมมอง ได้แก่ (อำนาจ ธีระวนิช, 2544)

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง ตัวชี้วัดความสำเร็จที่มีต่อการ

ปฏิบัติงานและนโยบายจากส่วนบนที่กระจายไปสู่ระดับต่าง ๆ เพื่อนำไปปฏิบัติโดยมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มขึ้นของรายได้การเพิ่มขึ้นของกำไรและการลดต้นทุนให้ต่ำลง การใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์หรือการลงทุน ซึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 2 ประการ คือ (พลู เดชะรินทร์, 2551)

1.1 ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) วัตถุประสงค์ขององค์กรเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของรายได้องค์กรต้องกำหนดแนวทางในการเพิ่มรายได้ ซึ่งมีตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น การเพิ่มขึ้นของรายได้จากสินค้าหรือบริการใหม่ ตัวชี้วัด ได้แก่ รายได้จากสินค้าและบริการใหม่ต่อรายได้ทั้งหมด หรือกำไรสุทธิจากสินค้าและบริการใหม่ การเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้า กลุ่มใหม่ ตัวชี้วัด ได้แก่ รายได้จากลูกค้าใหม่ต่อรายได้ทั้งหมด การเพิ่มรายได้จากลูกค้ากลุ่มเดิม โดยเน้นการเพิ่มรายได้จากลูกค้าปัจจุบัน ผ่านการวัดผลด้วยตัวชี้วัด เช่น อัตราการเติบโตของรายได้ต่อลูกค้า และการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการปรับโครงสร้างราคา

1.2 ด้านการลดลงของต้นทุน (Cost Reduction) หรือ การเพิ่มผลผลิต (Productivity Improvement) รวมไปถึงการใช้สินทรัพย์ให้เป็นประโยชน์เพิ่มมากขึ้น (Asset Utilization) ซึ่งองค์กรจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวกับการลดของต้นทุน หรือเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ ตัวอย่างของวัตถุประสงค์ในการลดลงของต้นทุน รวมทั้งตัวชี้วัดที่สำคัญคือ การลดลงของต้นทุนต่อหน่วยตัวชี้วัด ได้แก่ ต้นทุนของหน่วยที่ลดลง ต้นทุนต่อผลผลิตที่ลดลง หรือต้นทุนต่อพนักงานที่ลดลง การลดลงของต้นทุนในการดำเนินงานตัวชี้วัด ได้แก่ ต้นทุนในการดำเนินงานที่ลดลง หรืออัตราส่วนของต้นทุนในการดำเนินงานต่อต้นทุนทั้งหมดลดลง การเพิ่มผลิตภาพในการดำเนินงาน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productivity) จะส่งผลให้ต้นทุนลดลง ตัวชี้วัด ได้แก่ รายได้ต่อพนักงาน และผลผลิตต่อพนักงาน และการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์ (Asset Utilization) เนื่องจากถ้าองค์กรมีสินทรัพย์เป็นจำนวนมากและไม่มีการใช้งานอย่างเต็มที่ก็จะก่อให้เกิดเป็นต้นทุนแก่องค์กร ตัวชี้วัด ได้แก่ ผลตอบแทนของสินทรัพย์ทั้งหมดหรืออัตราการใช้เครื่องจักรภายในโรงงาน (Machine Utilization)

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) จะประกอบด้วยวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

2.1 ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) เป็นตัววัดสัดส่วนของธุรกิจในตลาดโดยใช้ตัวชี้วัดจากส่วนแบ่งตลาดเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ

2.2 การรักษาลูกค้าเก่า (Customer Retention) เป็นตัววัดที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรในการรักษาความสัมพันธ์ที่ผ่านมากับลูกค้าไว้ได้มากน้อยเพียงใด โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น จำนวนลูกค้าที่สูญหายไปในแต่ละปี ต่อจำนวนลูกค้าทั้งหมดหรือรายได้จากลูกค้าเก่าต่อรายได้ทั้งหมด

2.3 การเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) เป็นการวัดความสามารถขององค์กรในการแสวงหาลูกค้าใหม่ โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น จำนวนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมดหรือ

จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นหรือรายได้จากลูกค้าใหม่ต่อรายได้ทั้งหมด

2.4 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการขององค์กร โดยตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหรือจำนวนข้อร้องเรียนของลูกค้า หลังจากที่ยังคงได้มีการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งไปแล้ว มีผลสะท้อนอย่างไรจากลูกค้าบ้างการสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้า และความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งจะเน้นการบริหาร ดังนั้น สัดส่วนรายได้จากลูกค้าหลัก รายต่อหัวที่เกิดจากลูกค้าหลักและลูกค้าที่เข้ามาใหม่ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างสูงสุด ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (ธงชัย สันติวงษ์, 2553)

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective) หมายถึง การสร้างนวัตกรรมใหม่ การจัดโครงสร้างองค์กรและจัดสายการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ การทำงานร่วมกันภายในองค์กร โดยกระบวนการภายในที่การมุ่งสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เริ่มจากการค้นหาความต้องการ และเข้าสู่การพัฒนาในนวัตกรรม โดยธุรกิจจะกำหนดตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจน และสร้างสรรค์ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สนองต่อความต้องการของลูกค้า เมื่อได้แบบผลิตภัณฑ์แล้วจึงเข้าสู่กระบวนการดำเนินการเพื่อทำการผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า สุดท้ายเป็นกระบวนการหลังการขาย ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้ถ้ากิจการทำได้อย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าได้ ดังนั้นในการประเมินผลกระบวนการจึงเกี่ยวข้องกับคุณภาพ ความรวดเร็ว และต้นทุนที่แต่ละกระบวนการผลิตสืบเนื่องกันมาจนเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายในการกำหนดมาตรการวัดผลในกระบวนการภายในกิจการสามารถวัดโดยอาศัยปัจจัยวัดความสำเร็จ 2 ประการ คือ เวลาที่ใช้ในกระบวนการ และคุณภาพของกระบวนการ

3.1 เวลาที่ใช้ในกระบวนการ กิจกรรมอาจวัดในรูปของเวลาที่ใช้ไปทั้งหมดในแต่ละกระบวนการ ทั้งเวลาที่ใช้ในการผลิตสินค้าและเวลาที่ใช้ในการบริการลูกค้า ซึ่งเป็นเวลาที่แท้จริง และเวลาที่รออยู่เฉย ๆ หรืออาจแสดงในรูปของสัดส่วนระหว่างเวลาที่ใช้ทำงานจริงกับเวลาที่ใช้ไปทั้งหมด

3.2 คุณภาพของสินค้าและกระบวนการ เช่น วัดจากความสูญเสียในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการ การทำงานใหม่ การส่งคืน การร้องเรียนจากลูกค้า เป็นต้น

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) เป็นมุมมองสุดท้ายภายใต้ Balanced Scorecard ที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นมุมมองที่มุ่งเน้นอนาคตขององค์กร และหากขาดมุมมองนี้องค์กรจะไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในมุมมองอื่น ๆ ได้ ซึ่งองค์กรต้องพิจารณาว่าจำเป็นต้องมีการเรียนรู้และพัฒนาอย่างไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านการเงิน ลูกค้า และกระบวนการภายใน โดยทั่วไป วัดอุปสรรคในมุมมองนี้แบ่งเป็น 3 ด้านหลัก ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล ระบบสารสนเทศ และวัฒนธรรมองค์กร รวมถึงระบบการจูงใจและโครงสร้างองค์กรที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรบุคคลภายในองค์กรนั้นมีพื้นฐานมาจากการพิจารณาว่า ในอันที่จะบรรลุวัตถุประสงค์

ในมุมมองอื่น ๆ นั้นมีบุคลากรภายในองค์กรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด โดยจะพิจารณาวัตถุประสงค์ในด้านทรัพยากรบุคคล ดังนี้ (พสุ เดชะรินทร์, 2551)

4.1 ทักษะ ความสามารถของพนักงาน (Skills) ซึ่งจะวัดได้ในหลายลักษณะ เช่น จำนวนชั่วโมงที่พนักงานได้รับการอบรมต่อปีหรือการทำ Competency Test หรือ การสำรวจทักษะที่มีความสำคัญต่อกลยุทธ์ขององค์กร และพิจารณาว่ามีพนักงานที่มีทักษะในด้านนั้น ๆ เพียงพอหรือยัง เป็นต้น

4.2 ทศนคติและความพึงพอใจของพนักงาน (Attitude and Employee satisfaction) ซึ่งจะวัดด้วยการสำรวจทัศนคติของพนักงาน

4.3 การรักษาพนักงาน อัตราการหมุนเวียนเข้าออกของพนักงาน (Turnover) ซึ่งจะวัดโดยพิจารณาจากอัตราการเข้าออกของพนักงาน

เพื่อให้เกิดความสมดุลในการบริหารจัดการและการวัดผลงาน Kaplan และ Norton เสนอให้มีการวัดผลงานโดยให้มุมมอง 4 ด้าน ดังนี้ (กฤษณะ จิระถาวรฤกษ์, 2562)

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) ถึงแม้มุมมองด้านการเงินจะมีข้อจำกัดแต่ยังคงเป็นมุมมองที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อบอกผลงานและสถานภาพทางการเงินของบริษัทและที่สำคัญคือ เป็นมุมมองที่สะท้อนความคาดหวังของผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของ

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) การที่องค์กรหรือบริษัทจะประสบความสำเร็จทางด้านการเงิน จะต้องมียุทธศาสตร์จากผลงานด้านลูกค้าที่ดี อาทิ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น ลูกค้ารู้สึกประทับใจและกล่าวถึงองค์กรในทางที่ดี เป็นต้น มุมมองด้านลูกค้าและการวัดผลงานด้านลูกค้าและการตลาดจึงเป็นมุมมองที่สำคัญอีกมิติหนึ่ง

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process) การที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะบังเกิดความพึงพอใจ และกล่าวถึงองค์กรในทางที่ดี มาจากการที่เราสามารถสร้างผลงานด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต กระบวนการให้บริการ หรือแม้แต่กระบวนการสนับสนุนที่สำคัญ ๆ ได้อย่างเป็นเลิศ มุมมองด้านผลงานของกระบวนการภายในเป็นของเราเอง ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการในหน่วยงานที่ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญ จึงเป็นกุญแจดอกใหญ่ที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าและความสำเร็จขององค์กรที่ต้องการการวัดผลงานอย่างสม่ำเสมอ

4. มุมมองด้านการเรียนรู้ (Learning and Growth Perspective) การที่องค์กรจะสามารถสร้างผลงานด้านกระบวนการผลิตหรือให้บริการที่เป็นเลิศ ต้องการบุคลากรที่มีคุณภาพมีความรู้ความสามารถ ต้องการความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ต้องการการเรียนรู้และวิจัยเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มุมมองด้านการวัดผลเกี่ยวกับการเรียนรู้และทรัพยากรมนุษย์ จึงเป็นอีกมุมมองที่สำคัญและเป็นรากฐานของความสำเร็จในระยะยาวและยั่งยืนขององค์กร

นอกจากนี้ ศตายุ รมเย็น (2562) ยังกล่าวว่าการวัดผลการดำเนินงานนั้นเป็นการระบุตัวชี้วัดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นทั้งตัววัดในด้านการเงิน (Financial Performance) อาทิ การทำกำไร ยอดขาย ส่วนแบ่งทางการตลาด สินทรัพย์รวมขององค์กร เป็นต้น และอาจเป็นตัววัดในด้านที่ไม่เกี่ยวกับการเงิน (Non-financial Performance) อาทิ การวัดความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น แต่ทั้งนี้เครื่องมือในการประเมินผลโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องมือด้านการเงิน เป็นเครื่องมือที่มีความเหมาะสมสำหรับการประเมินเหตุการณ์หรือผลการดำเนินงานเฉพาะที่ผ่านมานในอดีต แต่ไม่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินความสามารถขององค์กรในการสร้างผลกำไรหรือการได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับอนาคตได้ ทั้งนี้ วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายด้านการเงิน ยังคงเป็นวัตถุประสงค์แรกสุดของการวัดผลการดำเนินงาน เนื่องจากเป็นวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการได้กำไรหรือขาดทุนขององค์กร

โดยในวัตถุประสงค์ด้านการเงินสามารถแบ่งแนวทางการประเมินออกเป็น 3 กลุ่มหลัก พร้อมเกณฑ์การประเมินของแต่ละกลุ่ม ดังนี้ (พสุ เดชะรินทร์, 2551)

1. วัตถุประสงค์ในการเพิ่มรายได้ โดยสามารถพิจารณาจาก
 - 1.1 ร้อยละของยอดขายจากลูกค้าใหม่
 - 1.2 ร้อยละของยอดขายจากสินค้าและบริการใหม่
 - 1.3 ส่วนแบ่งตลาด
 - 1.4 ยอดขายที่เพิ่มขึ้น
2. วัตถุประสงค์ด้านการลดลงของต้นทุนและประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น
 - 2.1 รายได้ต่อพนักงาน
 - 2.2 ต้นทุนต่อหน่วย
 - 2.3 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
 - 2.4 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อรายได้
3. วัตถุประสงค์ด้านการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์หรือการลงทุน
 - 3.1 ผลตอบแทนจากการลงทุน
 - 3.2 มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ (Economic Value Added: EVA)

ทั้งนี้ Balanced Scorecard จะยังคงคำนึงถึงมุมมองของการวัดผลทางการเงิน (Financial measures) อยู่เหมือนเดิม แต่ผลลัพธ์ทางการเงินที่เกิดขึ้นจะสะท้อนสิ่งที่เกิดขึ้นกับองค์กรในช่วงที่ผ่านมา และบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับความสามารถและอายุของธุรกิจในอนาคต แต่ไม่สามารถบ่งชี้ถึงความสำเร็จขององค์กรที่มีต่อผู้ลงทุนระยะยาวที่ต้องการซื้อหุ้นของบริษัท และความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่อย่างใด จะเห็นได้ว่า เพียงการวัดผลทางการเงินด้านเดียวไม่เพียงพอ แต่อย่างไรก็ตามก็สามารถใช้เป็นแนวทางและการตีค่าของผลการประกอบการขององค์กร ใช้เป็นข้อมูลที่จะเพิ่มมูลค่า

ขององค์กรในอนาคตและสร้างแนวทางสำหรับลูกค้า (Customers) ผู้ขายวัตถุดิบหรือสินค้า (Suppliers) ลูกจ้าง (Employees) การปฏิบัติงาน (Processes) เทคโนโลยี (Technology) และการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ

จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน สรุปได้ว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจ คือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินงานของกิจการ โดยการประเมินผลลัพธ์นี้จะครอบคลุมหลายมิติและจะทำการเปรียบเทียบกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ธุรกิจได้กำหนดไว้ โดยมี Balanced Scorecard เป็นเครื่องมือในการวัดผลการดำเนินงาน ทั้งแบบเป็นตัวเงินและที่ไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งประกอบด้วยมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดผลการดำเนินงานของธุรกิจของศตายุ รมเย็น (2562) โดยใช้เกณฑ์ในด้านการเงินเพียงอย่างเดียวมาเป็นตัวแปรในงานวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากเกณฑ์ทางด้านการเงินจะแสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานในอดีตที่ช่วยคาดการณ์ความสามารถในการทำกำไรในอนาคต โดยอัตราผลตอบแทนที่สูงแสดงถึงความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจมีสูง และเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุทธนา แซ่เตี่ยว และนันทวุฒิ ลือมรสิริ (2565) ทำการศึกษาการจัดการสมรรถนะของทุนมนุษย์: บทบาทในการสนับสนุนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการสมรรถนะของทุนมนุษย์ที่มีต่อกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการสมรรถนะของทุนมนุษย์ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และ 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการสมรรถนะของทุนมนุษย์ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ผ่านกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม กลุ่มตัวอย่างคือ องค์กรธุรกิจที่มีการพัฒนานวัตกรรม 203 ตัวอย่าง และวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม LISREL ผลการวิจัยพบว่า การจัดการสมรรถนะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม และยังส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอีกด้วย และการจัดการสมรรถนะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม

สมศักดิ์ ฝาลาโห และคณะ (2565) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จต่อการดำเนินงานของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์ และเพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาความสำเร็จต่อการดำเนินงานของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์ กลุ่มตัวอย่าง

คือ เกษตรกรกลุ่ม Green Farmer ภาพสินธุ์ จำนวน 150 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จต่อการดำเนินงานของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านการสนับสนุนจากสังคม สามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 61.50 และ 2) แนวทางพัฒนาความสำเร็จต่อการดำเนินงานของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วย 2.1) สร้างเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ สร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ผลิต และผู้บริโภค 2.2) ขายสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบออนไลน์สร้าง Page Facebook 2.3) ส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่ทันสมัย และจัดทำข้อมูลคู่มือในการทำการเกษตรอินทรีย์แต่ละพื้นที่ เรียนรู้จากกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ 2.4) สร้างเยาวชนเกษตรกรอินทรีย์รุ่นใหม่ 2.5) สร้างที่มา story สินค้าผ่านการสแกน QR code 2.6) จัดทำเขตเกษตรอินทรีย์ สุ่มตรวจสอบปนเปื้อนในน้ำ ดิน และสินค้าเกษตรอย่างสม่ำเสมอ 2.7) หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมงบประมาณและเทคโนโลยี นวัตกรรมที่ทันสมัย และตั้งศูนย์บริการ One Stop Service การตรวจสอบรับรองมาตรฐาน

ชูพงษ์ พันธุ์แดง (2564) ทำการศึกษาการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบและพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จำนวน 384 ราย และใช้โมเดลสมการโครงสร้างวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในโมเดล ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบนวัตกรรมการเงิน นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมการจัดการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ธวัชรัตน์ กล่อมตน (2564) ทำการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรอินทรีย์ในชุมชนยายชา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในชุมชนยายชา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ และผู้นำชุมชน ในตำบลยายชา อำเภอสามพราณ รวมทั้งสิ้นจำนวน 15 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เกิดขบวนการแบบส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในชุมชน 2) ด้านบรรจุภัณฑ์โดดเด่นสวยงาม มีเอกลักษณ์ ตราสัญลักษณ์เป็นของชุมชน 3) ด้านการตลาด มีเครือข่าย มีตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นด้วยสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ สร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภค มีเพจ facebook “ไขทองเคี่ยมยายชา” ลดต้นทุนในการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของชุมชน บริหารจัดการการวัตถุดิบ วัสดุ ครอบคลุมถึงการวางแผนให้มีวัตถุดิบเพียงพอกับกระบวนการผลิต มีการจัดสรรรายได้ที่

เหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุน รวมถึงการรักษาคุณภาพให้นานที่สุด และควบคุมการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นการนำเอาเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ การพัฒนาขั้นตอนในการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

กิตติรัช บุษยทวี และคณะ (2564) ทำการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์การตลาด ความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์การตลาด และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย และ 2) เพื่อทดสอบความกลมกลืนของปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ จำนวน 610 ราย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพบว่า 1) ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความรู้ 2) ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม 3) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อ กลยุทธ์การตลาด 4) กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม 5) กลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน 6) ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน และ 7) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานผ่านกลยุทธ์การตลาด

ดารินทร์ ไชยนาเมือง (2563) ทำการศึกษาปัจจัยด้านการจัดการการเงินของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการจัดการการเงินของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดลพบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ เกษตรกรที่ทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์ จังหวัดลพบุรี จำนวน 150 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test ผลการวิจัยพบว่า อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการจัดการการเงินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านการจัดการการเงินกับประสิทธิภาพการจัดการการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยด้านการจัดการการเงิน ได้แก่ การวางแผนและการควบคุมทางการเงิน การจัดหาเงินทุน การจัดสรรเงินทุนในทุกด้านแตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการเงินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปรียาพรรณ พุ่มระหงส์ (2563) ทำการศึกษานวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราประกอบด้วย ด้านผู้นำองค์กร ด้านทุนมนุษย์ด้านนวัตกรรมการผลิต ด้านนวัตกรรมการตลาดและด้านนวัตกรรมจัดการ และ 3) เพื่อศึกษาความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา สถิติที่ใช้ในการ

วิเคราะห์เชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า องค์การธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในด้านนวัตกรรมกรรมการจัดการมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับที่สำคัญมาก รองลงมาคือปัจจัยด้านผู้นำองค์กร และลำดับที่สามคือปัจจัยด้านด้านนวัตกรรมการตลาด ด้านทุนมนุษย์และด้านนวัตกรรมการผลิตพบว่ามีค่าความสำคัญรองลงมาตามลำดับ

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และศศิภรณ์ ดันติปธรรม (2563) ทำการศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในการจัดการนวัตกรรมการเกษตรอินทรีย์ที่มีต่อความสำเร็จในการทำการเกษตรอินทรีย์ตามบทบาทของความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์และความคิดสร้างสรรค์ในการทำการเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในการจัดการนวัตกรรมการเกษตรอินทรีย์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการทำการเกษตรอินทรีย์ กลุ่มตัวอย่างคือเกษตรกรในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 106 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในการจัดการนวัตกรรมการเกษตรอินทรีย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการทำการเกษตรอินทรีย์อยู่ในระดับมาก โดยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในการจัดการนวัตกรรมการเกษตรอินทรีย์ด้านนวัตกรรมผลผลิตมากที่สุด

สุพัตรา ปราณี และคณะ (2563) ทำการศึกษานวัตกรรมกรรมการจัดการและศักยภาพเชิงพลวัตที่ส่งผลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ธุรกิจก่อสร้าง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมกรรมการจัดการที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านธุรกิจก่อสร้าง 2) ศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมกรรมการจัดการที่ส่งผลต่อศักยภาพเชิงพลวัต 3) ศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพเชิงพลวัตที่มีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านธุรกิจก่อสร้าง และ 4) ศึกษารูปแบบนวัตกรรมกรรมการจัดการและศักยภาพเชิงพลวัตที่มีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านธุรกิจก่อสร้าง กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านธุรกิจก่อสร้าง ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมกรรมการจัดการส่งผลในเชิงบวกต่อศักยภาพเชิงพลวัตของธุรกิจ และนวัตกรรมกรรมการจัดการส่งผลในเชิงบวกต่อผลประกอบการของธุรกิจ และศักยภาพเชิงพลวัตส่งผลในเชิงบวกต่อผลประกอบการของธุรกิจ

ศตายุ ร่มเย็น (2562) ทำการศึกษาศามารถทางนวัตกรรมและสามารถทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลดำเนินงาน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสามารถทางนวัตกรรมของกิจการ (Organizational Innovativeness) และสามารถทางการตลาด (Marketing Capability) ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

กลุ่มตัวอย่างคือ จากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่สงขลา จำนวน 130 กิจการ สถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติ เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรม และความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านของความสามารถทางนวัตกรรม พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ และความสามารถทางนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

ปนัดดา จันทะกล (2561) ทำการศึกษานวัตกรรมการจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) ศึกษา นวัตกรรมการจัดการจริยธรรมทางธุรกิจและประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 3) กำหนดรูปแบบนวัตกรรมการจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) นวัตกรรมการจัดการของอุตสาหกรรมการผลิต โดยรวมอยู่ในระดับ มาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ นวัตกรรมการบริการ นวัตกรรมกระบวนการ และ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ตามลำดับ 2) ประสิทธิภาพอุตสาหกรรมการผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านกระบวนการธุรกิจภายใน ด้านลูกค้า ด้านการเงิน และ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ตามลำดับ และ 3) นวัตกรรมการจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ประสิทธิภาพอุตสาหกรรมการผลิต

ปณณวิชญ์ แสงหล้า (2561) ทำการศึกษาระบบการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการตลาด โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ และพัฒนาช่องทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มเป้าหมายได้แก่ กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์เขต ตำบลวังห้วและตำบลบางงาม จำนวน 20 คน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษวิจัยพบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมุ่งเน้นการบริการลูกค้าโดยตรงลักษณะเป็นการประกาศซื้อขาย ผลผลิต นำเสนอราคาแบบเจาะจงระหว่างเกษตรกรและผู้ซื้อที่สามารถสื่อสารกันโดยตรง สามารถสอบถาม และระบุความต้องการประเภทผลผลิตได้เร็วสะดวกทำให้ยอดการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์มีมูลค่า สูงกว่าระบบออฟไลน์ ส่วนการพัฒนาช่องทางการตลาดของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ ใช้แนวทางการตลาดแบบไร้รอยต่อ (Omni Chanel Marketing) ได้แก่ 1) ช่องทางการสื่อสารการตลาด 2) การเชื่อมโยงช่องทางการตลาด 3) การเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค 4) การส่งมอบ

ประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง 5) การสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค โดยเชื่อมโยงผ่านระบบออนไลน์และควบคู่ไปกับระบบออฟไลน์เพื่อให้ไปในทิศทางเดียวกันในการจำหน่ายผลผลิตเกษตรอินทรีย์นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์

ทัตพงศ์ อวิโรธนานนท์ และพัชรินทร์ สุภาพันธ์ (2560) ทำการศึกษาความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ การลงทุนในกลุ่มธุรกิจพืชผักเกษตรอินทรีย์โดยการใช้ปุ๋ยหมักไส้เดือน มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจของการลงทุนในธุรกิจพืชผักเกษตรอินทรีย์โดยใช้ปุ๋ยหมักจากไส้เดือนดินในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือ เกษตรกรผู้ผลิตและจำหน่ายพืชผักเกษตรอินทรีย์โดยใช้ปุ๋ยหมักไส้เดือนดินในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 60 ครัวเรือน ผลการวิจัยพบว่า การลงทุนในการผลิตและจำหน่ายพืชผักเกษตรอินทรีย์มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะสำหรับพืชผักที่ให้ผลและใบ เนื่องจากผลตอบแทนที่ได้รับสูงกว่าต้นทุน นอกจากนี้ การใช้ปุ๋ยหมักจากไส้เดือนดินยังช่วยลดต้นทุนการซื้อปุ๋ยเคมีและสร้างผลตอบแทนให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกพืชผักอินทรีย์

วารุณี กุศลธนาวิจิตร (2560) ทำการศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ประเภทบริการ) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของธุรกิจประเภทบริการของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ 360 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression) ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เมื่อพิจารณารายด้านของผลการดำเนินงาน พบว่านวัตกรรมทางธุรกิจในด้านภาวะผู้นำและด้านบุคลากรส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคบริการให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้นำหรือเจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องใช้ทักษะการเป็นผู้นำมืออาชีพในการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Christa and Kristinae (2021) ทำการศึกษา ผลกระทบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต่อผลการดำเนินธุรกิจในช่วงการระบาดของ COVID-19 (The effect of product innovation on business performance during COVID 19 pandemic) มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลกระทบของการวางแผนตลาดเชิงรุก การแบ่งปันความรู้และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจำนวน 300 ราย ผลการวิจัยพบว่า การแบ่งปันความรู้และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในขณะที่ การวางแผนตลาดเชิงรุกไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่มีนัยสำคัญ

Expósito and Sanchis-Llopis (2019) ทำการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (The relationship between types of innovation and SMEs' performance: a multi-dimensional empirical assessment) มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลกระทบของนวัตกรรมประเภทต่าง ๆ ต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ในสเปน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จัดการธุรกิจ SMEs ในสเปน ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และนวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานในด้านการเงินที่วัดจากยอดขายเพิ่มขึ้นและการลดต้นทุน รวมถึงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานที่วัดโดยการเพิ่มกำลังการผลิตและการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์/บริการ

Zhang et al. (2019) ทำการศึกษา อิทธิพลของนวัตกรรมการจัดการและนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร: บทบาทตัวกลางของความยั่งยืน (The Influence of Management Innovation and Technological Innovation on Organization Performance. A Mediating Role of Sustainability) มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของนวัตกรรมการจัดการและนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในการดำเนินงานขององค์กรโดยมีบทบาทความยั่งยืนเป็นสื่อกลาง แบบสอบถามรวบรวมจากซีอีโอและผู้จัดการระดับสูงของปากีสถานจากการผลิต การค้าและบริการเลือกองค์กรทั้งหมด 700 องค์กร ได้รับแบบสอบถามที่ใช้งานได้ 304 คน ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมการจัดการและนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในเชิงบวกต่อความยั่งยืนและประสิทธิภาพขององค์กร ความยั่งยืนมีบทบาทไกล่เกลี่ยระหว่างฝ่ายบริหารนวัตกรรมและประสิทธิภาพขององค์กรและยังมีบทบาทเป็นสื่อกลางระหว่างเทคโนโลยีนวัตกรรมและประสิทธิภาพขององค์กร

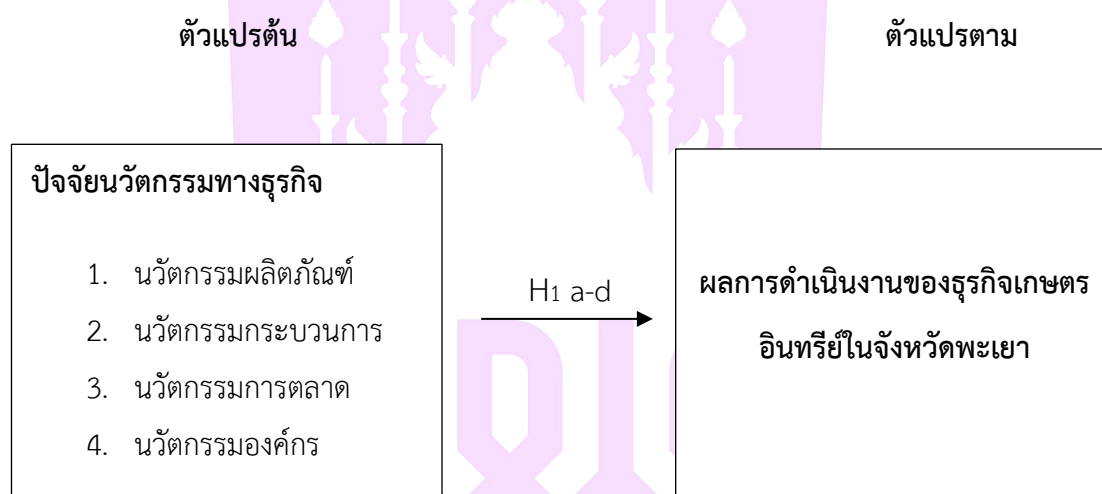
Kim-Soon et al. (2017) ทำการศึกษา SMEs กับการยอมรับนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (SMES are Embracing Innovation for Business Performance) มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กระบวนการ การตลาด และนวัตกรรมองค์กรของ กับผลการดำเนินงานธุรกิจ SMEs กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าของหรือผู้จัดการของ SMEs ในประเทศมาเลเซีย จำนวน 381 ชุด ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมทางการเงิน และการปฏิบัติงาน ยกเว้นนวัตกรรมการตลาดซึ่งบ่งชี้ว่าไม่มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานทางการเงิน

Crowder and Reganold (2015) ทำการศึกษา ความสามารถในการแข่งขันทางการเงินของการเกษตรอินทรีย์ในระดับโลก (Financial competitiveness of organic agriculture on a global scale) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนของฟาร์มที่ปลูกพืชในระบบเกษตรอินทรีย์เปรียบเทียบกับฟาร์มทั่วไป โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยจำนวน 44 ชิ้นที่ย้อนกลับไปตลอด 40 ปี ซึ่ง

ศึกษาระบบการปลูกพืช 55 ชนิด ใน 14 ประเทศทั่ว 5 ทวีป ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรที่ทำการเกษตรในระบบเกษตรอินทรีย์มีกำไรดีกว่าถึง 22 – 35% โดยผลต่างของกำไรนี้เกิดขึ้นมาจากราคาพรีเมียมเกษตรอินทรีย์ที่เกษตรกรได้รับจากการขายผลผลิตเข้าสู่ตลาดเกษตรอินทรีย์ ซึ่งทำให้เกษตรอินทรีย์มีส่วนของผลตอบแทนต้นทุน (benefit/cost ratio) สูงกว่าเกษตรทั่วไป 20–24%

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ตัวแปรปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจและตัวแปรผลการดำเนินงานจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ตามภาคผนวก ข) เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพ 3 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งในบทนี้จะเป็นการกล่าวถึงวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เกษตรกรที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPGS (พืชผักและผลไม้) ปี 2565 ในจังหวัดพะเยา จำนวน 173 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรทั้งหมด เลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยแบ่งตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS จำนวน 40 ราย (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา, 2566) และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ SDGsPGS จำนวน 133 ราย (สมาพันธ์เกษตรกรม้งพะเยา, 2566) ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวนเกษตรกรที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS ปี 2565 แบ่งตามอำเภอในจังหวัดพะเยา

ลำดับ	อำเภอ	จำนวนเกษตรกร (ราย)
1	เมืองพะเยา	21
2	แม่ใจ	13
3	เชียงคำ	6
รวม		40

ตาราง 3 แสดงจำนวนเกษตรกรที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ SDGsPGS ปี 2565 แบ่งตามอำเภอ ในจังหวัดพะเยา

ลำดับ	อำเภอ	จำนวนเกษตรกร (ราย)
1	เมืองพะเยา	40
2	ดอกคำใต้	11
3	ภูกามยาว	14
4	แม่ใจ	20
5	จุน	17
6	เชียงคำ	10
7	ภูซาง	20
8	เชียงม่วน	1
รวม		133

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาหาความรู้ ค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของงานวิจัยที่แสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้งนี และเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนด ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close Ended Question) โดยในส่วนของแบบสอบถามปลายปิด ผู้วิจัยมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อตีความหมาย โดยแบ่งส่วนของคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทสินค้าเกษตรอินทรีย์ พื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์ ระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์ และลักษณะการดำเนินธุรกิจ จำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ จำนวน 28 ข้อ ประกอบด้วย

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 ข้อ โดยข้อคำถามพัฒนามาจากงานวิจัยของ ยุทธนา แซ่เตียว และนันทวุฒิ ลือมรสสิร, 2565; ชูพงษ์ พันธุ์แดง, 2564; ปณิตดา จันทะกล, 2561
2. นวัตกรรมกระบวนการ จำนวน 7 ข้อ โดยข้อคำถามพัฒนามาจากงานวิจัยของ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และศศิภรณ์ ตันติไพรรรม, 2563; ธัญชยา ภิกษจีรบุรณ์, 2562
3. นวัตกรรมการตลาด จำนวน 7 ข้อ โดยข้อคำถามพัฒนามาจากงานวิจัยของ ภัทรพล ชุ่มมี, 2565; ปณิตดา จันทะกล, 2561
4. นวัตกรรมองค์กร จำนวน 7 ข้อ โดยข้อคำถามพัฒนามาจากงานวิจัยของ อมรรัตน์ บุญอยู่, 2564; ปรียาพรรณ พุ่มระหงส์, 2563

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา จำนวน 6 ข้อ โดยข้อคำถามพัฒนามาจากงานวิจัยของปณิตดา จันทะกล, 2561; ศตายุ รมเย็น, 2562

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire)

สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบ Likert Scale คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ทั้งนี้ได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามแบบ Likert scale ซึ่งมีค่าดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้ 1 คะแนน

กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) กำหนดความหมายของช่วงระดับค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์ ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย โดยทดสอบเครื่องมือ 2 ส่วน คือ การตรวจสอบความตรง (Validity) และการตรวจสอบความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) ดังนี้

1. การตรวจสอบความตรง (Validity) เป็นการทดสอบเครื่องมือ เพื่อวัดความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อความกับเนื้อหาที่ต้องการวัด หลังจากผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหาที่ต้องการวัดแล้ว ผู้วิจัยนำผลการประเมินที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence หรือ IOC)

โดยข้อความต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่าข้อความมีค่าความตรงตามเนื้อหาผ่านเกณฑ์ สามารถนำไปใช้ในการทดสอบความเชื่อมั่นต่อไปได้ (สันติ บุญภิรมย์, 2557)

สรุปผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) ได้ค่าเท่ากับ 0.952 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ถือว่าข้อความมีค่าความตรงตามเนื้อหาผ่านเกณฑ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขข้อความตามประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำแล้ว

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบในการคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จะถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ (สันติ บุญภิรมย์, 2557) โดยสรุปผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.945 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ดังนั้นแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น (Reliability) และสามารถนำไปใช้ได้จริงในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแต่ละตัวแปรที่ศึกษา (ตามภาคผนวก ฉ)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีการรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างด้วยตัวเองและออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดจำนวน 173 คน และนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล ซึ่งจากการตรวจสอบข้อมูลสูญหาย (Missing Data) พบว่า แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์สามารถนำมาใช้ในการ

วิเคราะห์ได้ รวมทั้งสิ้น 173 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับของแบบสอบถามได้ร้อยละ 100 และทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามทั้ง 173 ชุด ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยการใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbachs' alpha Coefficient) โดยสรุปแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.973 ซึ่งมีความมากกว่า 0.7 ดังนั้นแสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ โดยมีรายละเอียดค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแต่ละตัวแปรที่ศึกษา (ตามภาคผนวก ฉ)

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานศึกษาของผู้ศึกษา เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการศึกษาในครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามมาแล้ว และนำมาทำการกรองข้อมูล (Data Cleaning) ซึ่งเป็นการทำความสะอาดข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์แล้วจึงได้นำข้อมูลนั้นมาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา พื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์ ระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ วิเคราะห์โดยใช้ร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและการสรุปผล

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปที่มีผลต่อตัวแปรตาม โดยมีการกำหนดค่าตัวแปรในสมการ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

เมื่อ	Y	แทน	คะแนนพยากรณ์ของตัวแปรตาม (ตัวเกณฑ์)
	a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
	$b_1, b_2 \dots b_k$	แทน	ค่าน้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) ตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ
	$X_1, X_2 \dots X_k$	แทน	คะแนนของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) ตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ
	k	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)

โดยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ มีเงื่อนไขดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2561)

- 1) ตัวแปรต้องมีระดับการวัดเป็นแบบมาตรวัดอัตราส่วน (Ratio Scale) หรือ มาตรวัดแบบช่วง (Interval Scale)
 - 2) ค่าความคลาดเคลื่อนต้องมีการแจกแจงเป็นแบบปกติ (Normal Distribution) ด้วยค่าเฉลี่ยเป็นศูนย์
 - 3) ค่าคลาดเคลื่อนของแต่ละค่าที่สังเกตต้องเป็นอิสระต่อกัน
 - 4) ตัวแปรอิสระทุกตัวแปรต้องเป็นอิสระจากกันหรือไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป
- ถ้าตัวแปรอิสระเกิดมีความสัมพันธ์กันเองในตัวแบบเดียวกันจะทำให้ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่คำนวณได้จากตัวแบบมีความน่าเชื่อถือน้อยลง

โดยการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร มีดังนี้

1. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทดสอบหรือ ค่า r ไม่มากกว่า 0.90 (Hinkle, 1998)
2. ค่า VIF (Variance Inflation Factor) มีค่าไม่เกิน 10

โดย ค่า $VIF = 1$ หมายถึง ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่า $VIF < 1 < 5$ หมายถึง ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

ค่า $VIF > 5$ to 10 หมายถึง ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง

3. ค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.01 (กัลยา วานิชย์บัญชา & จูฑา วานิชย์บัญชา, 2558)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ เกษตรกรได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPGS (พืชผักและผลไม้) ปี 2565 ในจังหวัดพะเยา จำนวน 173 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างครบทั้งหมด ผลการวิจัยนำเสนอในรูปแบบของตาราง และคำอธิบายประกอบการนำเสนอข้อมูล โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณระหว่างปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา

ตอนที่ 5 แนวทางพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลข้อมูล เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกัน และเพื่อความสะดวกในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ t
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบ F
df	แทน	ระดับขั้นแห่งความเป็นอิสระ
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความถดถอยเชิงพหุคูณ
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
Std. Error	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

X_1	แทน	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์
X_2	แทน	นวัตกรรมกระบวนการ
X_3	แทน	นวัตกรรมการตลาด
X_4	แทน	นวัตกรรมองค์กร
Y	แทน	ผลการดำเนินงาน
Z	แทน	ตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
P-Value	แทน	ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ ประเภทสินค้าเกษตรอินทรีย์ พื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์ ระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์ และลักษณะการดำเนินธุรกิจ โดยการใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ดังต่อไปนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	97	56.07
หญิง	76	43.93
รวม	173	100.00
2. อายุ		
20 -29 ปี	7	4.05
30 – 39 ปี	29	16.76
40 – 49 ปี	50	28.90
50 – 59 ปี	54	31.21
60 ปีขึ้นไป	33	19.08
รวม	173	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	18	10.40
มัธยมศึกษา	50	28.90
อนุปริญญา / เทียบเท่า	14	8.09
ปริญญาตรี	75	43.35
สูงกว่าปริญญาตรี	16	9.26
รวม	173	100.00
4. รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	33.53
10,001 - 20,000 บาท	66	38.15
20,001 - 30,000 บาท	29	16.76
มากกว่า 30,000 บาท	20	11.56
รวม	173	100.00
5. ประเภทสินค้าเกษตรอินทรีย์		
พืชผัก	44	25.43
ผลไม้	21	12.14
ผสมผสาน	108	62.43
รวม	173	100.00
6. พื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์		
น้อยกว่า 10 ไร่	123	71.10
10 - 20 ไร่	36	20.81
21 - 30 ไร่	8	4.62
มากกว่า 30 ไร่	6	3.47
รวม	173	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
7. ระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์		
น้อยกว่า 5 ปี	73	42.20
5 – 10 ปี	70	40.46
มากกว่า 10 ปี	30	17.34
รวม	173	100.00
8. ลักษณะการดำเนินธุรกิจ		
เจ้าของรายเดียว	138	79.77
วิสาหกิจชุมชน	32	18.50
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	3	1.73
รวม	173	100.00

จากตาราง 4 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 56.07 รองลงมาคือเพศหญิง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 43.93 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 31.21 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 อายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 19.08 อายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 16.76 และอายุระหว่าง 20 -29 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.05 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 43.35 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 ระดับประถมศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.26 และระดับอนุปริญญา / เทียบเท่า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.09 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 38.15 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 33.53 รายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 16.76 และรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 11.56 ตามลำดับ

ประเภทสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำเกษตรอินทรีย์ประเภทผสมผสาน (พืชผักและผลไม้) จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 62.43 รองลงมาคือ

พืชผัก จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 25.43 และผลไม้ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 12.14 ตามลำดับ

พื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์น้อยกว่า 10 ไร่ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 71.10 รองลงมาคือ 10 – 20 ไร่ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 20.81 พื้นที่ 21 – 30 ไร่ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.62 และพื้นที่มากกว่า 30 ไร่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.47 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำเกษตรอินทรีย์มาเป็นระยเวลาน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 รองลงมาคือ 5 – 10 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 40.46 และระยะเวลามากกว่า 10 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 17.34 ตามลำดับ

ลักษณะการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในลักษณะเจ้าของรายเดียว จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 79.77 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.73

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

การวิเคราะห์ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ ด้านนวัตกรรมการตลาด และด้านนวัตกรรมองค์กร โดยทำการวิเคราะห์ด้วยการใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ผลการวิเคราะห์นำเสนอตาราง 5 – 9

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ โดยภาพรวม

ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	3.63	0.69	มาก
นวัตกรรมกระบวนการ	3.65	0.67	มาก
นวัตกรรมการตลาด	3.44	0.80	มาก
นวัตกรรมองค์กร	3.43	0.70	มาก
รวมเฉลี่ย	3.54	0.66	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านนวัตกรรมกระบวนการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) รองลงมา คือ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) ด้านนวัตกรรมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$) ด้านนวัตกรรมองค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$) ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ท่านมีการนำนวัตกรรมมาใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้มีความหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า เช่น พัฒนาเป็นน้ำผักผลไม้ ชุตสลัดพร้อมทาน เป็นต้น	3.32	0.99	ปานกลาง
2. ท่านมีการใช้นวัตกรรมเพื่อลดต้นทุนการผลิต	3.61	0.80	มาก
3. ท่านมีการควบคุมคุณภาพสินค้าที่ผลิตให้ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์	4.29	0.71	มากที่สุด
4. ท่านมีการนำนวัตกรรมมาสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน	3.53	0.86	มาก
5. ท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้มีคุณสมบัติแตกต่างจากเดิม	3.68	0.90	มาก
6. ท่านมีการปรับปรุงสายพันธุ์ เพื่อให้ได้ผลผลิตพืชผักและผลไม้อินทรีย์ที่มีคุณภาพมากขึ้น	3.27	1.01	ปานกลาง
7. ท่านคิดค้นและผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณภาพหรือมีคุณค่าและมูลค่าที่สูงขึ้นกว่าเดิม	3.73	0.88	มาก
รวมเฉลี่ย	3.63	0.69	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการควบคุมคุณภาพสินค้าที่ผลิตให้ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดค้นและผลิตสินค้า

เกษตรกรอินทรีย์ที่มีคุณภาพหรือมีคุณค่าและมูลค่าที่สูงขึ้นกว่าเดิม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์ให้มีคุณประโยชน์แตกต่างจากเดิม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้นวัตกรรมเพื่อลดต้นทุนการผลิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการนำนวัตกรรมมาสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการนำนวัตกรรมมาใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์ให้มีความหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า เช่น พัฒนาเป็นน้ำผักผลไม้ ชุตสลัดพร้อมทาน เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$) และผู้ตอบแบบสอบถามมีการปรับปรุงสายพันธุ์ เพื่อให้ได้ผลผลิตพืชผักและผลไม้อินทรีย์ที่มีคุณภาพมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ

ด้านนวัตกรรมกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ท่านมีการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรกรอินทรีย์รูปแบบใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต	3.71	0.77	มาก
2. ท่านมีการนำประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มมูลค่าต่อผลิตภัณฑ์	3.79	0.83	มาก
3. ท่านมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้บริหารงาน	3.62	0.94	มาก
4. ท่านมีการวางแผนการพัฒนาผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์เพื่อให้ได้คุณภาพมาตรฐานที่กำหนดไว้	3.99	0.68	มาก
5. ท่านมีการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย เพื่อช่วยควบคุมคุณภาพของสินค้าให้มีความสดใหม่ เช่น เครื่องสำหรับทำความสะอาด คัดขนาด เป็นต้น	3.21	1.04	ปานกลาง
6. ท่านมีการปรับลดขั้นตอนและกระบวนการที่ซ้ำซ้อน และไม่เกิดประโยชน์	3.70	0.84	มาก
7. ท่านมีการปรับเปลี่ยนวิธีการขนส่ง และกระจายสินค้า เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและลดความผิดพลาดในกระบวนการจัดส่ง	3.53	0.89	มาก
รวมเฉลี่ย	3.65	0.67	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.65) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการวางแผนการพัฒนาผลผลิตเกษตรอินทรีย์เพื่อให้ได้คุณภาพมาตรฐานที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.99) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการนำประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มมูลค่าต่อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.79) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรอินทรีย์รูปแบบใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.71) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการปรับลดขั้นตอนและกระบวนการที่ซับซ้อน และไม่เกิดประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.70) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.62) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการปรับเปลี่ยนวิธีการการขนส่ง และกระจายสินค้า เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและลดความผิดพลาดในกระบวนการจัดส่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.53) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย เพื่อช่วยควบคุมคุณภาพของสินค้าให้มีความสดใหม่ เช่น เครื่องสำหรับทำความสะอาด คัดขนาด เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.21) ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรมการตลาด

ด้านนวัตกรรมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ท่านมีการพัฒนารูปแบบตราสินค้า (Logo) ที่ทันสมัย ทนทาน สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	3.58	1.08	มาก
2. ท่านมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ที่หลากหลายประเภท (เช่น Website Facebook Line Instagram และ Email เป็นต้น)	3.69	0.96	มาก
3. ท่านมีการขยายตลาดใหม่เข้าสู่ผู้ประกอบการ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น เพื่อเพิ่มปริมาณการซื้อ	3.33	0.93	ปานกลาง
4. ท่านมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าระหว่างการขนส่งระยะทางไกล	3.34	0.95	ปานกลาง

ตาราง 8 (ต่อ)

ด้านนวัตกรรมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
5. ท่านมีการสอดแทรกความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหรือขั้นตอนการผลิต ผ่านคำบอกเล่าจากตัวลูกค้า ทำให้สินค้ามีความโดดเด่นน่าสนใจ ส่งผลให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น เช่น รวบรวมรีวิวของลูกค้าจริงมานำเสนอ เป็นต้น	3.46	0.90	มาก
6. ท่านมีการปรับปรุงหรือพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง	3.57	0.80	มาก
7. ท่านมีการขยายช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee, Lazada, LocalFarm เป็นต้น	3.13	1.08	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.44	0.80	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรมการตลาด โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.44) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ที่หลากหลายประเภท (เช่น Website Facebook Line Instagram และ Email เป็นต้น) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.69) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการพัฒนารูปแบบตราสินค้า (Logo) ที่ทันสมัย ทนทาน สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการปรับปรุงหรือพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.57) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการสอดแทรกความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหรือขั้นตอนการผลิต ผ่านคำบอกเล่าจากตัวลูกค้า ทำให้สินค้ามีความโดดเด่นน่าสนใจ ส่งผลให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น เช่น รวบรวมรีวิวของลูกค้าจริงมานำเสนอ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.46) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าระหว่างการขนส่งระยะทางไกล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.34) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการขยายตลาดใหม่เข้าสู่ผู้ประกอบการ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น เพื่อเพิ่มปริมาณการซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.33) และผู้ตอบแบบสอบถามมีการขยายช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee, Lazada, LocalFarm เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.13) ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรมองค์กร

ด้านนวัตกรรมองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ท่านมีระบบการชำระเงินที่ได้มาตรฐานการรักษาความปลอดภัย	3.49	0.81	มาก
2. ท่านมีช่องทางช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าได้ทันที กรณีเกิดความผิดพลาด เช่น การส่งสินค้าผิด/ส่งสินค้าไม่ครบ	3.52	0.83	มาก
3. ท่านมีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อ หรือเคยดูข้อมูลสินค้า	3.12	0.89	ปานกลาง
4. ท่านมีการให้คำแนะนำ คำปรึกษา เกี่ยวกับข้อสงสัยต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วผ่าน Facebook, Line เป็นต้น	3.60	0.85	มาก
5. ท่านมีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ รวมถึง YouTube และรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่น	3.25	1.04	ปานกลาง
6. ท่านมีการบริหารจัดการพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม เช่น พื้นที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น	3.55	0.85	มาก
7. ท่านมีระบบการจัดส่งสินค้าถึงบ้านลูกค้าอย่างถูกต้องและรวดเร็ว	3.53	0.95	มาก
รวมเฉลี่ย	3.43	0.70	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อบริษัทนวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านนวัตกรรมองค์กร โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.43) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้คำแนะนำ คำปรึกษา เกี่ยวกับข้อสงสัยต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วผ่าน Facebook, Line เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.60) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการบริหารจัดการพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม เช่น พื้นที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.55) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระบบการจัดส่งสินค้าถึงบ้านลูกค้าอย่างถูกต้องและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.53) ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่องทางช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าได้ทันที กรณีเกิดความ

ผิดพลาด เช่น การส่งสินค้าผิด/ส่งสินค้าไม่ครบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระบบการชำระเงินที่ได้มาตรฐานการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ รวมถึง YouTube และรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$) และผู้ตอบแบบสอบถามมีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือเคยดูข้อมูลสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา โดยทำการวิเคราะห์ด้วยการใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ผลการวิเคราะห์นำเสนอตาราง 10

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ธุรกิจของท่านมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.28	0.69	ปานกลาง
2. ธุรกิจของท่านมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.44	0.80	มาก
3. ธุรกิจของท่านมีต้นทุนในการดำเนินงานที่ลดลง	3.31	0.75	ปานกลาง
4. ธุรกิจของท่านมีปริมาณการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น	3.47	0.81	มาก
5. ธุรกิจของท่านมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	3.45	0.79	มาก
6. ธุรกิจของท่านมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.22	0.84	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.36	0.64	ปานกลาง

จากตาราง 10 พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ธุรกิจมีปริมาณการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$) รองลงมา คือ ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$) ธุรกิจมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$) ธุรกิจมีต้นทุนในการดำเนินงานที่ลดลง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$) ธุรกิจมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$) และธุรกิจมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณระหว่างปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา

สมมติฐานการวิจัย H1 นวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

H1a : นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

H1b : นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมกระบวนการส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

H1c : นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

H1d : นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมองค์กรส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ซึ่งก่อนที่จะทำการวิเคราะห์โดยวิธีถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จำเป็นต้องมีการทดสอบข้อมูลตามเงื่อนไขข้อตกลงเบื้องต้นก่อนที่จะทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบว่าข้อมูลที่นำมาใช้นั้น มีความเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อน โดยค่าคลาดเคลื่อนต้องมีการแจกแจงเป็นแบบปกติ และค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระต่อกัน รวมถึงผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระด้วยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) และการตรวจสอบ Multicollinearity ซึ่งเป็นข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังต่อไปนี้

การทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนจะต้องมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) โดยการวิเคราะห์ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis)

จากการวิเคราะห์ความเบ้และความโด่งของข้อมูล พบว่าความเบ้ (Skewness) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -0.572 และค่าสูงสุดเท่ากับ -0.230 ส่วนค่าความโด่ง (Kurtosis) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -0.703 และค่าสูงสุด

เท่ากับ -0.101 จะเห็นได้ว่า ความเบ้และความโด่งของข้อมูลมีค่าอยู่ระหว่าง -2 ถึง 2 แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normality) (Tabachnick & Fidell, 2007)

การตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าต้องเป็นอิสระจากกัน โดยการตรวจสอบค่า Durbin-Watson Statistic

การตรวจสอบความเป็นอิสระกันของค่าความคลาดเคลื่อน เป็นการทดสอบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ภายในตัวเองหรือไม่ โดยจะพิจารณาจากค่า Durbin – Watson ถ้า Durbin – Watson มีค่าในช่วงระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2550) ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ พบว่า ค่าสถิติ Durbin – Watson มีค่าเท่ากับ 1.747 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5 – 2.5 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเองหรือมีค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรเป็นอิสระจากกัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางสถิติ โดยอาศัยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

การบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์จะใช้ค่าตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันระดับน้อย หรือไม่มีความสัมพันธ์กัน สำหรับ เกณฑ์การแปลผลความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ กำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย 5 ระดับ ดังนี้ (Hinkle, 1998)

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
0.91 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
0.71 – 0.90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.51 – 0.70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.31 – 0.50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
ต่ำกว่า 0.30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

ตาราง 11 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่

ตัวแปรอิสระ		นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ (X ₁)	นวัตกรรม กระบวนการ (X ₂)	นวัตกรรม การตลาด (X ₃)	นวัตกรรม องค์กร (X ₄)
นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ (X ₁)	Pearson Correlation	1			
นวัตกรรม กระบวนการ (X ₂)	Pearson Correlation	0.830**	1		
นวัตกรรม การตลาด (X ₃)	Pearson Correlation	0.808**	0.828**	1	
นวัตกรรมองค์กร (X ₄)	Pearson Correlation	0.773**	0.766**	0.849**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 11 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ จะเห็นได้ว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ไม่เกิน 0.9 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีปัญหา (Hinkle, 1998) ดังนั้น ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถนำมาวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณได้

การตรวจสอบข้อตกลงความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วมหรือภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity)

สำหรับการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) นั้น จำเป็นต้องตรวจสอบข้อตกลงความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วมหรือภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า Tolerance และ VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการพยากรณ์ตัวแปรตาม โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2009) ที่กำหนดให้ค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.01 และ ค่า VIF ไม่เกิน 10 (กัลยา วานิชย์บัญชา & ฐิตา วานิชย์บัญชา, 2558)

ตาราง 12 แสดงค่า Tolerance และ VIF เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ(ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ)

ตัวแปร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ		
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	0.254	3.944
นวัตกรรมกระบวนการ	0.238	4.204
นวัตกรรมการตลาด	0.194	5.165
นวัตกรรมองค์กร	0.255	3.927

จากตาราง 12 พบว่า ค่า Tolerance มีค่าอยู่ระหว่าง 0.194 – 0.255 และค่า VIF มีค่าระหว่าง 3.927 – 5.165 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2009) ที่กำหนดให้ค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.01 และค่า VIF ไม่เกิน 10 (กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา, 2558) แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวแปรไม่เกิดปัญหาความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วม (Multicollinearity) หรือตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันและมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ในส่วนการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเปรียบเทียบค่า Significant ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ตัวแปรอิสระ	b	Std. Error	β	t	P - Value
(Constant)	0.825	0.190		4.339	0.000
X ₁ : นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	0.057	0.092	0.062	0.620	0.536
X ₂ : นวัตกรรมกระบวนการ	0.201	0.098	0.211	2.056	0.041*
X ₃ : นวัตกรรมการตลาด	0.234	0.092	0.291	2.558	0.011*
X ₄ : นวัตกรรมองค์กร	0.230	0.091	0.251	2.527	0.012*
R = 0.760 R ² = 0.578 Adjusted R ² = 0.568 SE = 0.425					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ตามตาราง 13 แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ (R^2) เท่ากับ 0.578 ซึ่งแปลความหมายได้ว่า นวัตกรรมทางธุรกิจ ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมองค์กร สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 57.80 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 42.20 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ประกอบด้วย นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา โดยเรียงค่าความสำคัญจากมากไปหาน้อยตามลำดับดังนี้ คือ นวัตกรรมการตลาด ($\beta = 0.291$) ส่งผลมากที่สุด รองลงมาคือ นวัตกรรมองค์กร ($\beta = 0.251$) และ นวัตกรรมกระบวนการ ($\beta = 0.211$) ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถนำเสนอสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$Y = 0.825 + 0.201(X_2) + 0.234(X_3) + 0.230(X_4)$$

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่ามีตัวแปรอิสระเพียง 3 ตัวแปร ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

สมมติฐาน 1b นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมกระบวนการส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา พบว่า ค่า P-value = 0.041 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมกระบวนการส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของนวัตกรรมกระบวนการ เท่ากับ 0.211 อธิบายได้ว่า จำนวนของนวัตกรรมกระบวนการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา จะเพิ่มขึ้น 0.211 หน่วย

สมมติฐาน 1c นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา พบว่า ค่า P-value = 0.011 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของนวัตกรรมการตลาด ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.291 อธิบายได้ว่า จำนวนของนวัตกรรมการตลาด เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา จะเพิ่มขึ้น 0.291 หน่วย

สมมติฐาน 1d นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมองค์กรส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา พบว่า ค่า $P\text{-value} = 0.012$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือ นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมองค์กรส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของนวัตกรรมองค์กร ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.251 อธิบายได้ว่า จำนวนของนวัตกรรมองค์กร เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา จะเพิ่มขึ้น 0.251 หน่วย

ส่วนสมมติฐาน 1a นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา พบว่า ค่า $P\text{-value} = 0.536$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_1 ยอมรับ H_0 นั่นคือ นวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 5 แนวทางพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

จากข้อมูลในส่วนคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา มีผู้ให้ข้อเสนอแนะ 33 ราย จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 173 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนข้อเสนอแนะดังกล่าว โดยการจัดกลุ่มความถี่ บรรยายลักษณะตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ได้เป็นแนวทางพัฒนาประกอบด้วย 3 แนวทาง ดังนี้

1. แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการ

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา พบว่า ผู้ให้ข้อเสนอแนะ 15 จาก 33 ราย (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 2, 4, 9, 11, 12, 15, 20, 21, 23, 24, 25, 29, 30, 32 และ 33) มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับแนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ซึ่งประกอบด้วย 3 แนวทางย่อย ดังนี้

1.1 แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการเกี่ยวกับการสนับสนุนนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีจากภาครัฐ ที่มุ่งเน้นส่งเสริมนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี สนับสนุนเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ทันสมัยมาช่วยในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นจนถึงปลาย เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต พบว่า ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 9, 11, 21, 24, 25 และ 30 ได้กล่าวถึงการสนับสนุนนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีจากภาครัฐ เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ดังตัวอย่าง

ข้อความต่อไปนี้

“การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเกษตรมาใช้งาน จะช่วยให้กระบวนการผลิตและแปรรูปมีคุณภาพตามมาตรฐานของสินค้าเกษตรอินทรีย์ และขายได้กำไรมากขึ้นกว่าเดิมด้วย” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 9, 2567)

“ถ้ามีเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัยมาช่วย ก็จะทำให้เกษตรกรมีผลผลิตเพิ่มขึ้นนะ” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 11, 2567)

“ทางอบต.เขาก็ส่งคนมาแนะนำการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ให้กับเกษตรกร เพื่อมาใช้ในการเพาะปลูกให้เร็วขึ้น” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 21, 2567)

“การสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐให้กับเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ ทำให้ได้มีการใช้เทคโนโลยีในการทำการเกษตรมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 24, 2567)

“ภาครัฐควรมีการสนับสนุนอุปกรณ์การเกษตรที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบน้ำอัตโนมัติ” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 25, 2567)

“อยากให้ภาครัฐเริ่มเข้ามาดูแลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตในเรื่องของเครื่องจักรกลที่ทันสมัยที่จะทำให้ลดต้นทุนการผลิตลงได้” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 30, 2567)

ดังนั้น แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ในประเด็นการสนับสนุนนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีจากภาครัฐ มีความสำคัญ เนื่องจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยีช่วยปรับปรุงคุณภาพและปริมาณโดยรวมของพืชผักและผลไม้ตั้งแต่กระบวนการพัฒนาการผลิตจนถึงการแปรรูปผลิตผล เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพและมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPGS (พืชผักและผลไม้) รวมทั้งค้นหาวិถีการทำเกษตรให้เหมาะสมและสร้างผลผลิตทางการเกษตรอินทรีย์ที่ยั่งยืน เพื่อนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของผลผลิตในพื้นที่เกษตรกรรมและที่สำคัญมากคือการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทุกวันนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่มีอยู่ในทุกด้าน หากธุรกิจเกษตรอินทรีย์ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนเครื่องมือ หรือเครื่องจักรอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น ระบบน้ำอัตโนมัติ จะทำให้เกษตรกรใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าที่สุด ช่วยลดปัญหาในการผลิต นอกจากนี้การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพยังช่วยลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น และเพิ่มรายได้ของเกษตรกรให้สูงขึ้น

1.2 แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการเกี่ยวกับการยืดอายุสินค้าด้วยเทคโนโลยี เพื่อช่วยยืดอายุพืชผักและผลไม้ได้นาน ทั้งยังเพิ่มความปลอดภัยและความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค พบว่า ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 2, 4, 12, 29 และ 33 ได้กล่าวถึงการยืดอายุสินค้าด้วยเทคโนโลยี เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ดังตัวอย่างข้อความต่อไปนี้

“การมีตู้แช่เย็นขนาดใหญ่ หรือห้องเก็บรักษาความเย็น จะช่วยให้คุณภาพของพืชผักและผลไม้มีความสดใหม่นานหน่อย” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 2, 2567)

“ผลไม้ที่เก็บเกี่ยวมามากอยู่ได้ไม่นาน 1-2 วันจะค่อย ๆ เหี่ยวเฉาและเน่าเร็วมาก” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 4, 2567)

“ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนอุปกรณ์ที่ช่วยยืดอายุผักและผลไม้ที่มีมาตรฐานแก่เกษตรกร เพื่อให้ผักและผลไม้คงความสด ใหม่ ในระหว่างการขนส่ง” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 12, 2567)

“สินค้าเกษตรอินทรีย์มีอายุสั้น เก็บรักษาไว้ได้ไม่นาน และมีต้นทุนสูง” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 29, 2567)

“หากมีกระบวนการยืดอายุสินค้าที่ดี จะทำให้ราคาสินค้าไม่ตก” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 33, 2567)

ดังนั้น แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ในประเด็นการยืดอายุสินค้าด้วยเทคโนโลยี เพื่อลดความสูญเสียเกี่ยวกับเรื่องผลิตผลเน่า และช่วยยืดอายุพืชผักและผลไม้ได้นาน มีความสำคัญ เนื่องจากสินค้าเกษตรอินทรีย์มีอายุสั้น เก็บรักษาไว้ได้ไม่นาน ดังนั้น ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ควรได้รับการสนับสนุนเทคโนโลยีมาช่วยในการชะลอการสุกของผลไม้และยืดอายุการเก็บรักษาผลิตผลให้มีคุณภาพใกล้เคียงกับคุณภาพก่อนการเก็บรักษา เช่น การใช้ห้องเย็น (Cold Storage) เก็บรักษาไว้ที่อุณหภูมิต่ำ ควบคุมอุณหภูมิความชื้น ปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ และออกซิเจน เพื่อยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ที่เข้าทำลายผลผลิต และไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผลผลิต หรือการใช้ฟิล์มบรรจุภัณฑ์ เพื่อชะลอการหายใจ การคายน้ำ และการเสื่อมสภาพของผลผลิต ทำให้ยืดอายุการเก็บรักษาได้นานกว่าเดิม 2-5 เท่า โดยรสชาติ กลิ่น และคุณค่าทางโภชนาการไม่เปลี่ยนแปลง เพื่อส่งไปจำหน่ายได้ทั่วประเทศในสภาพผลิตผลที่ยังคงความสดเช่นเดิมไม่ยุบสลาย ตลอดจนช่วยลดต้นทุน สร้างความน่าเชื่อมั่น และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

1.3 แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการเกี่ยวกับการสนับสนุนปัจจัยการผลิต การแปรรูปพืชผักและผลไม้ เช่น โรงอบ โรงตาก เพื่อมาช่วยให้ระบบการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น พบว่า ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 15, 20, 23 และ 32 ได้กล่าวถึงการสนับสนุนปัจจัยการผลิต การแปรรูปพืชผักและผลไม้ เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ดังตัวอย่างข้อความต่อไปนี้

“โรงตากแห้ง ช่วยในการแปรรูปผลผลิตของเกษตรกร และลดต้นทุนในการตากแห้งได้มากเลย” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 15, 2567)

“เกษตรกรสวนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้ในเรื่องของการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและอายุของสินค้าให้นานขึ้น” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 20, 2567)

“การใช้โรงอบแห้งด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ ทำให้ลดปริมาณการใช้พลังงานไฟฟ้าลงมาก”

(ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 23, 2567)

“โรงอบแห้ง ทำให้สินค้าอบแห้งได้เร็วและผลิตได้มากขึ้น รายได้ก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วย”

(ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 32, 2567)

ดังนั้น แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ในประเด็นการสนับสนุนปัจจัยการผลิต การแปรรูปพืชผักและผลไม้ เช่น โรงอบ โรงตาก มีความสำคัญ เนื่องจากการอบหรือการตากแห้งผัก ผลไม้ จะมีอายุการเก็บรักษายาวนานและตลอดไปหากเก็บไว้ในสภาวะที่เหมาะสม โดยมีประสิทธิภาพในการยับยั้งการทำงานของแบคทีเรีย เอนไซม์และละเชื้อราในระดับสูง ซึ่งมีวิธีการทำให้แห้งจากโรงตากแห้งโดยแผงตากให้สัมผัสแสงอาทิตย์โดยตรง และจากโรงอบแห้ง มีลักษณะเป็นเรือนกระจก ซึ่งหลังคาทำจากวัสดุใสเป็นแผ่นโพลีคาร์บอเนตชนิดเคลือบสารป้องกันแสงยูวีทำให้แสงอาทิตย์ส่องผ่านได้ดี ทำให้พืชผักและผลไม้อบแห้งมีสีสวยสม่ำเสมอ ไม่ซีดจาง สะอาดปลอดภัยถูกสุขอนามัย ลดต้นทุนในการตากแห้ง และเพิ่มมูลค่าของสินค้า อีกทั้งยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPG เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

2. แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาดเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา พบว่า ผู้ให้ข้อเสนอแนะ 12 จาก 33 ราย (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 1, 3, 7, 10, 11, 14, 20, 22, 26, 27, 28 และ 31) มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับแนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาดเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ซึ่งประกอบด้วย 3 แนวทางย่อย ดังนี้

2.1 แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาดเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการขายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ของเกษตรกร เพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรมากขึ้น พบว่า ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 3, 7, 14 และ 26 ได้กล่าวถึงการพัฒนาทักษะการขายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ของเกษตรกร เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ดังตัวอย่างข้อความต่อไปนี้

“หากมีการฝึกอบรมการขายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ก็จะสามารถช่วยเกษตรกรมีความเข้าใจมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 3, 2567)

“เกษตรกรต้องกำหนดลูกค้าเป้าหมายไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ อาชีพ หรือความชอบ ให้ได้ก่อน” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 7, 2567)

“ไปเรียนรู้กับผู้ที่มีประสบการณ์การขายของออนไลน์เลย” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 14, 2567)

“ศึกษาหาความรู้ อัปเดตข้อมูลอยู่ตลอดเวลา” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 26, 2567)

ดังนั้น แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาดเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ในประเด็นการพัฒนาทักษะการขายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ของเกษตรกร มีความสำคัญ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนและเส้นทางการซื้อได้มุ่งเข้าสู่โลกออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นการทำการตลาดออนไลน์ของธุรกิจเกษตรอินทรีย์จึงเป็นสิ่งจำเป็นในยุคที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงของการตลาดดิจิทัล ทั้งนี้ เกษตรกรควรได้รับการฝึกอบรมเพื่อให้มีการเรียนรู้และจัดการการดำเนินงานด้วยตนเอง ตั้งแต่การเพาะปลูกไปจนถึงการขายสินค้าบนช่องทางออนไลน์ที่สามารถกำหนดราคาเองได้และไม่จำเป็นต้องส่งสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งการทำธุรกิจของเกษตรกรยุคใหม่นั้น สามารถนำเสนอสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคด้วยตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ออนไลน์ ด้วยการออกแบบพัฒนาเว็บไซต์ที่น่าสนใจเพื่อช่วยเพิ่มโอกาสในการสั่งซื้อสินค้า และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า เพื่อสร้างธุรกิจสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เติบโตทันยุคดิจิทัล

2.2 แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาดเกี่ยวกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ทางสื่อหลากหลายประเภท เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคมากขึ้น พบว่า ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 1, 11, 20, 22 และ 28 ได้กล่าวถึงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ทางสื่อหลากหลายประเภท เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ดังตัวอย่างข้อความต่อไปนี้

“ควรมีจุดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้ซื้อเห็นและเกิดการจดจำเมื่อต้องการซื้อภายหลัง” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 1, 2567)

“อาจมีการนำสินค้าเกษตรอินทรีย์เข้ามาวางขายในห้างสรรพสินค้า เพื่อเข้าถึงผู้ที่ชอบเดินห้าง” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 11, 2567)

“เกษตรกรมีการนำสินค้าเกษตรอินทรีย์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าเพื่อโปรโมทสินค้าของดีของจังหวัด” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 20, 2567)

“ทำคลิปสั้นบอกเล่าเรื่องราวผ่านวิดีโอชุมชนและสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านเพจ Facebook ของจังหวัดพะเยา เพื่อให้คนดูจำได้” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 22, 2567)

“ควรเผยแพร่สินค้าเกษตรอินทรีย์ร่วมกับเกษตรกร เน้นอัตลักษณ์จากท้องถิ่น” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 28, 2567)

ดังนั้น แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาดเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ในประเด็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ทางสื่อหลากหลายประเภท มีความสำคัญ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นสื่อโฆษณาที่เผยแพร่เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคทั่วไปได้อย่างรวดเร็วผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น LINE, Facebook, YouTube, Website เป็นต้น และผ่านช่องทางออฟไลน์ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ งานแสดงสินค้า เป็นต้น เพื่อช่วยให้การสื่อสารไป

ยังผู้บริโภคมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อสินค้า ส่งผลให้ธุรกิจเกษตรอินทรีย์มีโอกาสเพิ่มยอดขาย โดยลูกค้ามีโอกาสกลับมาซื้อซ้ำอย่างเต็มใจ

2.3 แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาดเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบตราสินค้าที่ทันสมัย ทนทาน และสวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค พบว่า ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 10, 27 และ 31 ได้กล่าวถึงการพัฒนารูปแบบตราสินค้าที่ทันสมัย ทนทาน และสวยงาม เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ดังตัวอย่างข้อความต่อไปนี้

“การออกแบบตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์ สะดุดตา จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 10, 2567)

“ตราสินค้าช่วยสร้างการจดจำให้แก่ลูกค้าได้หลายราย” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 27, 2567)

“ผู้ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มักจะซื้อสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์มากกว่าสินค้าที่ไม่มีตรายี่ห้อ” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 31, 2567)

ดังนั้น แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาดเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ในประเด็นการพัฒนารูปแบบตราสินค้าที่ทันสมัย ทนทาน และสวยงาม มีความสำคัญ เนื่องจากตราสินค้าเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้ ตราสินค้ายังเป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ด้วย ดังนั้น การออกแบบตราสินค้าที่น่าสนใจและตรงกับเอกลักษณ์ของแบรนด์ สามารถทำให้สินค้าดูเป็นมืออาชีพ น่าเชื่อถือมากขึ้น ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับคุณภาพที่สูงและมีความพิเศษ โดยการใช้ภาพ สี และกราฟิกที่น่าสนใจสามารถช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ ทั้งยังสามารถช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและแบรนด์ให้เกิดการรับรู้และจดจำได้เป็นอย่างดี

3. แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมองค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมองค์กรเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา พบว่า ผู้ให้ข้อเสนอแนะ 8 จาก 33 ราย (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 5, 6, 8, 13, 16, 17, 18 และ 19) มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับแนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมองค์กรเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ซึ่งประกอบด้วย 2 แนวทางย่อย ดังนี้

3.1 แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมองค์กรเกี่ยวกับการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เกษตรอินทรีย์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน พบว่า ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 6, 8, 16 และ 17 ได้กล่าวถึงมีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เกษตรอินทรีย์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ดังตัวอย่างข้อความต่อไปนี้

“สนับสนุนให้เกษตรกรเกิดทัศนคติที่ดีต่อการทำเกษตรอินทรีย์และให้มีการรวมตัวกันของเกษตรกรให้มีความเข้าใจตรงกัน” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 6, 2567)

“พัฒนาความรู้และทักษะเกษตรกร ให้มีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีและถ่ายทอดความรู้ได้” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 8, 2567)

“มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรทุกปี” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 16, 2567)

“สร้างเครือข่ายการเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ร่วมกับโรงเรียนในพื้นที่” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 17, 2567)

ดังนั้น แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมองค์กรเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ในประเด็นมีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เกษตรอินทรีย์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน มีความสำคัญ เนื่องจากศูนย์เรียนรู้มีการส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในหลักการของการทำเกษตรอินทรีย์อย่างจริงจังให้เห็นและปฏิบัติได้ผลจริงอย่างเป็นรูปธรรมจนได้ผลผลิตเป็นผักผลไม้อินทรีย์ที่มีคุณภาพ โดยนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการเกษตรและสร้างผลผลิตใหม่ ๆ ที่มีความปลอดภัยกับผู้บริโภค รวมถึงการลดการใช้สารเคมี และมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำการเกษตรอินทรีย์ ทั้งยังช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ดีขึ้น นำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตผักผลไม้สดที่มีคุณภาพและขยายผลสู่ชุมชนด้วย

3.2 แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมองค์กรเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการขายสินค้า เพื่อลดความผิดพลาด พบว่า ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 5, 13, 18 และ 19 ได้กล่าวถึงมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการขายสินค้า เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ดังตัวอย่างข้อความต่อไปนี้

“ข้อมูลในระบบมีความปลอดภัยและมีความถูกต้องมากกว่าเดิม” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 6, 2567)

“ลูกค้าได้รับความสะดวก รวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้ามากขึ้น” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 6, 2567)

“สามารถขายสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมงเลยนะ” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 6, 2567)

“การส่งสินค้าผิด หรือส่งสินค้าไม่ครบ มีความผิดพลาดน้อยลง” (ผู้ให้ข้อเสนอแนะคนที่ 6, 2567)

ดังนั้น แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมองค์กรเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ในประเด็นส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการขายสินค้า มีความสำคัญ เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินงานของธุรกิจ จึงมีผลให้ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ต้องมีการปรับปรุงระบบการขายสินค้า เพื่อลดเวลาและขั้นตอน

การทำงาน เพิ่มมาตรฐานในการทำงานเป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งในระบบของธุรกิจจะสามารถจัดการสินค้า เช่น เพิ่ม/ลบ/แก้ไข เรียกดูสินค้า ตรวจสอบการสั่งซื้อ รายงานสินค้าคงเหลือ และรายงานยอดขายประจำเดือน และในส่วนของลูกค้าสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบการชำระเงินที่ได้มาตรฐานการรักษาความปลอดภัย รวมถึงสามารถสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้การสั่งซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของลูกค้ามีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น



บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาได้แก่ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา และ 2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา สามารถนำเสนอสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 50 – 59 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่ทำเกษตรอินทรีย์ประเภทผสมผสาน (พืชผักและผลไม้) มีพื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์น้อยกว่า 10 ไร่ โดยทำเกษตรอินทรีย์มาเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 5 ปี และส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในลักษณะเจ้าของรายเดียว

ผลการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นในมุมมองของเกษตรกรที่มีต่อปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา โดยศึกษาองค์ประกอบจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ ด้านนวัตกรรมการตลาด และด้านนวัตกรรมองค์กร สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ รองลงมา คือ ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมการตลาด ด้านนวัตกรรมองค์กร ตามลำดับ สามารถพิจารณารายด้านได้ดังต่อไปนี้

ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ มีการควบคุมคุณภาพสินค้าที่ผลิตให้ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ รองลงมา คือ มีการคิดค้นและผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณภาพหรือมีคุณค่าและมูลค่าที่สูงขึ้นกว่าเดิม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้มีคุณประโยชน์

แตกต่างจากเดิม มีการใช้นวัตกรรมเพื่อลดต้นทุนการผลิต มีการนำนวัตกรรมมาสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน มีการนำนวัตกรรมมาใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้มีความหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า เช่น พัฒนาเป็นน้ำผักผลไม้ ชุตสลัดพร้อมทาน เป็นต้น และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการปรับปรุงสายพันธุ์ เพื่อให้ได้ผลผลิตพืชผักและผลไม้อินทรีย์ที่มีคุณภาพมากขึ้น

ด้านนวัตกรรมกระบวนการ พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ มีการวางแผนการพัฒนาผลผลิตเกษตรอินทรีย์เพื่อให้ได้คุณภาพมาตรฐานที่กำหนดไว้ รองลงมา คือ มีการนำประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มมูลค่าต่อผลิตภัณฑ์ มีการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรอินทรีย์รูปแบบใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต มีการปรับลดขั้นตอนและกระบวนการที่ซับซ้อน และไม่เกิดประโยชน์ มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการทำงาน มีการปรับเปลี่ยนวิธีการการขนส่ง และกระจายสินค้า เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและลดความผิดพลาดในกระบวนการจัดส่ง และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย เพื่อช่วยควบคุมคุณภาพของสินค้าให้มีความสดใหม่ เช่น เครื่องสำหรับทำความสะอาด คัดขนาด เป็นต้น

ด้านนวัตกรรมการตลาด พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ที่หลากหลายประเภท (เช่น Website Facebook Line Instagram และ Email เป็นต้น) รองลงมา คือ มีการพัฒนารูปแบบตราสินค้า (Logo) ที่ทันสมัย ทนทาน สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีการปรับปรุงหรือพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง มีการสอดแทรกความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหรือขั้นตอนการผลิต ผ่านคำบอกเล่าจากตัวลูกค้า ทำให้สินค้ามีความโดดเด่นน่าสนใจ ส่งผลให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น เช่น รวบรวมรีวิวของลูกค้าจริงมานำเสนอ เป็นต้น มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาสินค้านระหว่างขนส่งระยะทางไกล มีการขยายตลาดใหม่เข้าสู่ผู้ประกอบการ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น เพื่อเพิ่มปริมาณการซื้อ และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการขยายช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee, Lazada, LocalFarm เป็นต้น

ด้านนวัตกรรมองค์กร พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ มีการให้คำแนะนำคำปรึกษาเกี่ยวกับข้อสงสัยต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วผ่าน Facebook, Line เป็นต้น รองลงมา คือ มีการบริหารจัดการพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม เช่น พื้นที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น มีระบบการจัดส่งสินค้าถึงบ้านลูกค้าอย่างถูกต้องและรวดเร็ว มีช่องทางช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้า

ได้ทันที กรณีเกิดความผิดพลาด เช่น การส่งสินค้าผิด/ส่งสินค้าไม่ครบ มีระบบการชำระเงินที่ได้มาตรฐานรักษาความปลอดภัย มีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ รวมถึง YouTube และรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่น และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือเคยดูข้อมูลสินค้า

ส่วนข้อมูลผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ธุรกิจมีปริมาณการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น รองลงมา คือ ธุรกิจของมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ธุรกิจมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจมีต้นทุนในการดำเนินงานที่ลดลง ธุรกิจมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และธุรกิจมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามลำดับ

จากผลการศึกษานำมาสรุปเป็นแนวทางพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ประกอบด้วย 3 แนวทาง ดังนี้

1. แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการ

1.1 การสนับสนุนนวัตกรรมและเทคโนโลยีจากภาครัฐ ตั้งแต่กระบวนการพัฒนาการผลิตจนถึงการแปรรูป หากภาครัฐสนับสนุนเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น ระบบน้ำอัดโนมัติ จะช่วยให้เกษตรกรใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดปัญหาการผลิต ลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น และเพิ่มรายได้ของเกษตรกรให้สูงขึ้น

1.2 สนับสนุนเทคโนโลยีมาช่วยในการชะลอการสุกของผลไม้และยืดอายุการเก็บรักษา ผลผลิตให้มีคุณภาพใกล้เคียงกับคุณภาพก่อนการเก็บรักษา เช่น การใช้ห้องเย็น (Cold Storage) หรือการใช้ฟิล์มบรรจุภัณฑ์ ทำให้ยืดอายุการเก็บรักษาได้นานกว่าเดิม 2-5 เท่า เพื่อส่งไปจำหน่ายได้ทั่วประเทศในสภาพผลผลิตที่ยังคงความสดเช่นเดิม สร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

1.3 การสนับสนุนปัจจัยการผลิต การแปรรูปพืชผักและผลไม้ เช่น โรงอบ โรงตาก เป็นแนวทางที่ทำให้พืชผักและผลไม้อบแห้งมีสีสวยสม่ำเสมอ ไม่ซีดจาง สะอาดปลอดภัยถูกสุขอนามัย ลดต้นทุนในการตากแห้ง และเพิ่มมูลค่าของสินค้า อีกทั้งยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPG เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

2. แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาด

2.1 พัฒนากลไกการขายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ของเกษตรกร โดยควรมีการฝึกอบรมเพื่อให้เกษตรกรมีการเรียนรู้และจัดการการดำเนินงานด้วยตนเอง สามารถนำเสนอสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคด้วยตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ออนไลน์ที่สามารถกำหนดราคาเองได้และไม่จำเป็นต้องส่งสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง เพื่อสร้างธุรกิจสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เติบโตทันยุคดิจิทัล

2.2 มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ทางสื่อหลากหลายประเภท ทั้งผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น LINE, Facebook, YouTube และช่องทางออฟไลน์ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ และงานแสดงสินค้า ช่วยให้การสื่อสารไปยังผู้บริโภคมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อสินค้า อีกทั้งยังส่งเสริมให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ

2.3 พัฒนารูปแบบตราสินค้าที่ทันสมัย ทันทาน และสวยงาม เป็นสิ่งที่สามารถช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ นอกจากนี้ยังเป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าเกษตรอินทรีย์ด้วย ทั้งยังสามารถช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและแบรนด์ ให้เกิดการรับรู้และจดจำได้อย่างดี

3. แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมองค์กร

3.1 สนับสนุนการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เกษตรอินทรีย์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในหลักการของการทำเกษตรอินทรีย์อย่างให้เห็นและปฏิบัติได้ผลจริงอย่างเป็นรูปธรรมจนได้ผลผลิตเป็นผักผลไม้อินทรีย์ที่มีคุณภาพ นำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตผักผลไม้สดที่มีคุณภาพและขยายผลสู่ชุมชน

3.2 ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการขายสินค้า เพื่อลดเวลาและขั้นตอนการทำงาน เพิ่มมาตรฐานในการทำงานเป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งในระบบของธุรกิจจะสามารถจัดการสินค้า เช่น เพิ่ม/ลบ/แก้ไข เรียกดูสินค้า ตรวจสอบการสั่งซื้อ รายงานสินค้าคงเหลือ และรายงานยอดขายประจำเดือน และในส่วนของลูกค้าสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบการชำระเงินที่ได้มาตรฐานการรักษาความปลอดภัย รวมถึงสามารถสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้การสั่งซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของลูกค้ามีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน จากสมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ (P-value = 0.041) ด้านนวัตกรรมการตลาด (P-value = 0.011) และด้านนวัตกรรมองค์กร (P-value = 0.012) ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 57.80 ($R^2 = 0.578$) ส่วนนวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (P-value = 0.536) ไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา โดยเรียงค่าความสำคัญจากมากไปหาน้อยตามลำดับดังนี้ คือ

ด้านนวัตกรรมการตลาด ($\beta = 0.291$) ส่งผลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านนวัตกรรมองค์กร ($\beta = 0.251$) และด้านนวัตกรรมกระบวนการ ($\beta = 0.211$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา พบว่า สมมติฐานที่ยอมรับ ได้แก่ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ ด้านนวัตกรรมการตลาด และด้านนวัตกรรมองค์กรส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ในขณะที่ปฏิเสธสมมติฐานด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นั่นคือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมกระบวนการส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลดังกล่าวอาจพิจารณาได้ว่า เกษตรกรมีการวางแผนการพัฒนาผลผลิตเกษตรอินทรีย์ โดยมีการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย มาช่วยควบคุมคุณภาพของสินค้าให้มีความสดใหม่ และมีการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรอินทรีย์รูปแบบใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต นอกจากนี้ ยังมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับลดขั้นตอนและกระบวนการที่ซับซ้อน และไม่เกิดประโยชน์ มีการปรับเปลี่ยนวิธีการการขนส่ง และกระจายสินค้า เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและลดความผิดพลาดในกระบวนการจัดส่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศตายุ ร่มเย็น (2561) ทำการศึกษาความสามารถทางนวัตกรรมและความสามารถในการตลาดที่ส่งผลต่อผลดำเนินงาน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ และความสามารถทางนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ โดยมีระบบการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น เช่น มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน

ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมการตลาด ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลดังกล่าวอาจพิจารณาได้ว่า การทำการเกษตรยุคใหม่ ไม่ใช่แค่การเพาะปลูกอย่างเดียว แต่ต้องมองถึงด้านการตลาด เพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอีกด้วย ปัจจุบันเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อสังคมทั่วโลก ส่งผลให้เกษตรกรต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงโดยมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่หลากหลายประเภท เช่น Website Facebook Line Instagram และ Email เป็นต้น เพื่อให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการ

พัฒนารูปแบบตราสินค้าที่ทันสมัย ทนทาน สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีการสอดแทรกความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหรือขั้นตอนการผลิต ผ่านคำบอกเล่าจากตัวลูกค้า ทำให้สินค้ามีความโดดเด่นน่าสนใจ นอกจากนี้ ยังมีการขยายตลาดใหม่เข้าสู่ผู้ประกอบการ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น เพื่อเพิ่มปริมาณการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูพงษ์ พันธุ์แดง (2564) ทำการศึกษาการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบนวัตกรรมการตลาด มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เมื่อธุรกิจมีนวัตกรรมการตลาด ในด้านการเปลี่ยนแปลงตลาดใหม่ รูปแบบการกำหนดราคาใหม่ การเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดจำหน่าย และการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดในระดับสูง ย่อมทำให้การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมองค์กร ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลดังกล่าวอาจพิจารณาได้ว่า นวัตกรรมองค์กร เป็นกระบวนการจัดการองค์กรใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในระบบการดำเนินงาน เกษตรกรจึงให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม เช่น พื้นที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น และให้คำแนะนำ คำปรึกษาเกี่ยวกับข้อสงสัยต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วผ่าน Facebook, Line เป็นต้น เพื่อเป็นช่องทางช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าได้ทันที กรณีเกิดความผิดพลาด เช่น การส่งสินค้าผิด/ส่งสินค้าไม่ครบ มีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือเคยดูข้อมูลสินค้า และมีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ และรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Expósito and Sanchis-Llopis (2019) ทำการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (The relationship between types of innovation and SMEs' performance: a multi-dimensional empirical assessment) ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานในด้านการเงินที่วัดจากยอดขายเพิ่มขึ้นและการลดต้นทุน รวมถึงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานที่วัดโดยการเพิ่มกำลังการผลิตและการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์/บริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ในสเปน

ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา จากผลดังกล่าวอาจพิจารณาได้ว่า เกษตรกรไม่ได้เน้นในเรื่องผลิตภัณฑ์ เนื่องจากทำเกษตรอินทรีย์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์พืชผักและผลไม้เป็นหลักอยู่แล้ว โดยเน้นไปที่การควบคุมคุณภาพสินค้าที่ผลิตให้ได้ตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้มีคุณประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ และมีการนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อลดต้นทุนการผลิต มากกว่าการสร้างนวัตกรรมใหม่ที่เน้นการปรับเปลี่ยนลักษณะของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ผู้บริโภคยังสามารถหาซื้อได้ง่ายจากผู้จัดจำหน่ายที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim-Soon et al. (2017) ทำการศึกษา

SMEs กับการยอมรับนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (SMES are Embracing Innovation for Business Performance) ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของบริษัทไม่มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมทางการเงินและการปฏิบัติงาน

จากผลวิจัยเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา ผู้วิจัยสามารถแบ่งแนวทางพัฒนาออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมกระบวนการ โดยการสนับสนุนนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีจากภาครัฐ เป็นการปรับปรุงคุณภาพและปริมาณโดยรวมของพืชผักและผลไม้ตั้งแต่กระบวนการพัฒนาการผลิตจนถึงการแปรรูปผลิตผล เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพและมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPGS (พืชผักและผลไม้) เพื่อนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของผลผลิตในพื้นที่เกษตรกรรมและเพิ่มรายได้ของเกษตรกรให้สูงขึ้น ในส่วนการยืดอายุสินค้าด้วยเทคโนโลยี เนื่องจากสินค้าเกษตรอินทรีย์มีอายุสั้น เก็บรักษาไว้ได้ไม่นาน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์จึงควรได้รับการสนับสนุนเทคโนโลยีมาช่วยในการชะลอการสุกของผลไม้และยืดอายุการเก็บรักษาผลิตผลให้มีคุณภาพใกล้เคียงกับคุณภาพก่อนการเก็บรักษา เช่น การใช้ห้องเย็น (Cold Storage) การใช้ฟิล์มบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตผลยังคงความสดเช่นเดิมไม่ยุบสลาย ตลอดจนช่วยลดต้นทุน สร้างความน่าเชื่อมั่น และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค นอกจากนี้ การสนับสนุนปัจจัยการผลิต การแปรรูปพืชผักและผลไม้ เช่น โรงอบ โรงตาก ยังเป็นแนวทางที่ทำให้พืชผักและผลไม้อบแห้งมีสีสวยสม่ำเสมอ ไม่ซีดจาง สะอาดปลอดภัยถูกสุขอนามัย ลดต้นทุนในการตากแห้ง และเพิ่มมูลค่าของสินค้า อีกทั้งยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPG เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมศักดิ์ ฝาโลห์ และคณะ (2565) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า แนวทางพัฒนาความสำเร็จต่อการดำเนินงานของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์ ควรส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่ทันสมัย และจัดทำข้อมูลคู่มือในการทำการเกษตรอินทรีย์แต่ละพื้นที่ เรียนรู้จากกลุ่มที่ประสบความสำเร็จ และหน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมงบประมาณและเทคโนโลยี นวัตกรรมที่ทันสมัย และตั้งศูนย์บริการ One Stop Service การตรวจสอบรับรองมาตรฐาน

แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมการตลาด โดยการพัฒนาทักษะการขายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ของเกษตรกร ควรมีการฝึกอบรมเพื่อให้เกษตรกรมีการเรียนรู้และจัดการการดำเนินงานด้วยตนเอง ตั้งแต่การเพาะปลูกไปจนถึงการขายสินค้าบนช่องทางออนไลน์ที่สามารถกำหนดราคาเองได้และไม่จำเป็นต้องส่งสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง เพื่อนำเสนอสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคด้วยตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ออนไลน์ ด้วยการออกแบบพัฒนาเว็บไซต์ให้น่าสนใจเพื่อช่วยเพิ่มโอกาสในการสั่งซื้อสินค้า และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า ในส่วนของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ทางสื่อหลากหลายประเภท ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น

LINE, Facebook, YouTube, Website เป็นต้น และผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ งานแสดงสินค้า เป็นต้น เพื่อช่วยให้การสื่อสารไปยังผู้บริโภคมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนี้ การพัฒนารูปแบบตราสินค้าที่ทันสมัย ทนทาน และสวยงาม เป็นสิ่งที่สามารถช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ ทั้งยังสามารถช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและแบรนด์ ให้เกิดการรับรู้และจดจำยี่ห้อได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้ธุรกิจเกษตรอินทรีย์มีโอกาสเพิ่มยอดขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธวัชรัตน์ กล่อมตน (2564) ทำการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ของเกษตรอินทรีย์ในชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เกิดขบวนการแบบส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในชุมชน 2) ด้านบรรจุภัณฑ์โดดเด่นสวยงาม มีเอกลักษณ์ ตราสัญลักษณ์เป็นของชุมชน 3) ด้านการตลาด มีเครือข่าย มีตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นด้วยสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภค มีเพจ facebook ลดต้นทุนในการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของชุมชน บริหารจัดการการวัตถุดิบ วัสดุ ครอบคลุมถึงการวางแผนให้มีวัตถุดิบเพียงพอกับกระบวนการผลิต และมีการจัดสรรรายได้ที่เหมาะสมสอดคล้องกับต้นทุน

แนวทางพัฒนาด้านนวัตกรรมองค์กร โดยมีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เกษตรอินทรีย์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน โดยนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการการเกษตรและสร้างผลผลิตใหม่ ๆ ที่มีความปลอดภัยกับผู้บริโภค รวมถึงการลดการใช้สารเคมี นำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตผักผลไม้สดที่มีคุณภาพและขยายผลสู่ชุมชน ทั้งนี้ เมื่อมีผลผลิตออกมาก็ต้องมีจำหน่าย โดยมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบการขายสินค้า เพื่อลดเวลาและขั้นตอนการทำงาน เพิ่มมาตรฐานในการทำงานเป็นไปอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งในระบบของธุรกิจจะสามารถจัดการสินค้า เช่น เพิ่ม/ลบ/แก้ไข เรียกดูสินค้า ตรวจสอบการสั่งซื้อ รายงานสินค้าคงเหลือและรายงานยอดขายประจำเดือน และในส่วนของลูกค้าสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบการชำระเงินที่ได้มาตรฐานการรักษาความปลอดภัย รวมถึงสามารถสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้การสั่งซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของลูกค้ามีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิณณวิชญ์ แสงหล้า (2561) ทำการศึกษาระบบการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาวินิจฉัยพบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมุ่งเน้นการบริการลูกค้าโดยตรง ลักษณะเป็นการประกาศซื้อขาย ผลผลิต นำเสนอราคาแบบเจาะจงระหว่างเกษตรกรและผู้ซื้อที่สามารถสื่อสารกันโดยตรง สามารถสอบถามและระบุความต้องการประเภทผลผลิตได้เร็วสะดวก นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรให้ความสำคัญในการจัดเงินทุนและให้การสนับสนุนแก่กลุ่มเกษตรกรที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPGS เพิ่มขึ้นและต่อเนื่อง รวมถึงควรให้หน่วยงานเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินผลเพื่อการเผยแพร่และต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น
2. ควรมีการรณรงค์ให้เกษตรกรและผู้บริโภคได้รับความรู้และประโยชน์จากการรับประทานอาหารที่ปลอดภัย และจัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัยเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกษตรกรมีการพัฒนาศักยภาพเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ให้มากยิ่งขึ้นและมีความต่อเนื่อง เช่น การเข้ารับการฝึกอบรมสัมมนาเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ เป็นต้น
2. ควรมีการพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น ทำให้เกิดการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ในจังหวัดอื่นหรือพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ให้สูงขึ้น
2. งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษารอบจากมิติอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เข้าถึงประเด็นและข้อมูลเชิงลึกในแต่ละกลุ่มตัวแปรมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2556). แนวทางการขับเคลื่อนนโยบาย *Smart Farmer* และ *Smart Officer*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2561, 16 พฤษภาคม). สมาร์ทฟาร์มเมอร์ (*Smart Farmer*) คืออะไร. <https://northnfe.blogspot.com/2018/04/smart-farmer.html>
- กระทรวงพาณิชย์. (2566, 2 พฤศจิกายน). ไทยส่งออกสินค้าเกษตรต่อเนื่อง แฉขยายตลาดพรีเมียม เพิ่มมูลค่าสินค้า. <https://www.infoquest.co.th/%202023/347772>
- กฤษณะ จิระถาวรฤกษ์. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการควบคุมภายในกับผลการดำเนินงาน ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม]. Google.com. <https://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/7105>
- กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์ กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2. (2566, 7 กรกฎาคม). แผนพัฒนากลุ่ม จังหวัด ภาคเหนือตอนบน 2 พ.ศ. 2566-2570. <http://osmnorth-n2.moi.go.th/demo/แผนปฏิบัติราชการ>
- กลุ่มนโยบายและวิชาการ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดพะเยา. (2565, 8 กรกฎาคม). รายงานสถานการณ์ทางสังคมจังหวัดพะเยา ประจำปี 2565. https://www.m-society.go.th/ewtadmin/ewt/mso_web
- กองนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2566, 24 พฤษภาคม). รายละเอียดข้าว ตลาดกลางเกษตรอินทรีย์แห่งแรกในไทย. <https://www.oae.go.th/view/1/รายละเอียดข้าว/ข้าวทั้งหมด/41672/TH-TH>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย *SPSS for Windows*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา, และฐิตา วานิชย์บัญชา. (2558). การใช้ *SPSS for Windows* ในการวิเคราะห์ข้อมูล. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติวัช บุญทวี, ปิยนันท์ โชติวณิช, และเอกสิทธิ์ อ่อนสอาด. (2564). ความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์การตลาดความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย. วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร, 38(1), 108-125.

- คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ. (2565). แผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566–2570. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- จิรพรรณ จันทวิเชียร. (2559). นวัตกรรมการจัดการ (*Innovation Management*). สถาบันรัชต์ภาคย์.
- ชวิศร์ สวัสดิสาร. (2561). คู่มือเกษตรอินทรีย์ (สำหรับเกษตรกร) รื้อนโยบาย เข้าใจมาตรฐานได้ การรับรองฟิซอินทรีย์. สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 7.
- ชูพงษ์ พันธุ์แดง. (2564). การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 15(2), 44-53.
- ดารินทร์ ไชยนาเมือง. (2563). ปัจจัยด้านการจัดการการเงินของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดลพบุรี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต*, 8(2), 203-213.
- หัตพงษ์ อวิโรธนานนท์, และพัชรินทร์ สุภาพันธ์. (2560). ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจการลงทุนในกลุ่มธุรกิจพืชผักเกษตรอินทรีย์โดยการใช้ปุ๋ยหมักไส้เดือน. *RMUTL Journal of Business Administration and Liberal Arts*, 3(2), 99-105.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2553). การบริหารเชิงกลยุทธ์. ไทยวัฒนาพานิช.
- ธวัชรัตน์ กล่อมตน. (2564). การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ของเกษตรอินทรีย์ในชุมชน ยายชา อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย]. Google.com. <https://e-thesis.mcu.ac.th/thesis/2347>
- ธัญชยา ภีร์กษิรบุรณ์. (2562, 29 มีนาคม). นวัตกรรมทางธุรกิจ กรณีศึกษา มูร่าห์ฟาร์ม [Paper presentation]. National & International Conference, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ธีรเกียรติ์ เกิดเจริญ. (2559, 21 พฤศจิกายน). *Smart Farm*. <http://smartfarmthailand.com/precisionfarming/index.php/product/microclimatemonitoring/83-smart-farm>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 9). สุวีริยาสาส์น.
- เบญจมาศ สันต์สวัสดิ์, วีระศักดิ์ สมยานะ, ทิตา สุนทรวิภาต, และภัทรวรรณ ฉันทรัตนโยธิน. (2564). การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่เพื่อยกระดับให้มีศักยภาพการแข่งขันในประชาคมอาเซียน. *Community and Social Development Journal*, 22(1), 179-196.
- ปนัดดา จันทะกล. (2561). นวัตกรรมจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม]. Google.com. <https://fulltext.rmu.ac.th/fulltext/2561/M126726/Chanthakol%20Pandda.pdf>

- ปรียาพรรณ พุ่มระหงส์. (2563). นวัตกรรมการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง]. Google.com. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/ml10/6114962066.pdf>
- ปณณวิษฐ์ แสงหล้า. (2561). กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารการสอนสังคมศึกษา, 3(2).
- พสุ เดชะรินทร์. (2551). *Balanced Scorecard* รู้ลึกในการปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 6). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรพล ชุ่มมี. (2565). นวัตกรรมการตลาดที่ส่งอิทธิพลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจเพื่อสังคม. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(12), 147-159.
- มูลนิธิเกษตรกรอินทรีย์ไทย. (2560). คู่มือการรับรองเกษตรกรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม พี จี เอส (พิมพ์ครั้งที่ 3). กองวิจัยและพัฒนาการจัดการที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน.
- ยงยุทธ ศรีเกี่ยวฝัน, ธนรักษ์ เมฆขยาย, กฤษดา ภักดี, ชัยน สุวรรณ, อุบล ทศนโกวิท, สุวิชา อินหนองฉาง, และศุภลักษณ์ ล้อมลาย. (2555). การส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์และการบริหารจัดการศัตรูพืชโดยวิธีผสมผสานของเกษตรกรในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ยุทธนา แซ่เตียว, และนันทวุฒิ ลือมรสิริ. (2565). การจัดการสมรรถนะของทุนมนุษย์: บทบาทในการสนับสนุนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์, 16(25), 83-102.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (พิมพ์ครั้งที่ 5). อักษรเจริญทัศน์.
- ฤทัยชนก จริ่งจิตร. (2556, 3 ตุลาคม). เจาะลึก “Smart Farmer” แค่แนวคิดใหม่ หรือจะพลิกโฉมการเกษตรไทย. <http://tpso.moc.go.th/img/news/1074-img.pdf>
- วารุณี กุลรัตน์วิจิตร. (2560). ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ประเภทบริการ) [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหารธุรกิจ]. Google.com. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5323032135_6744_5753.pdf
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). การวิจัยปฏิบัติการ. ไทยวัฒนาพานิช.
- วิโรจน์ เกษมลักษณ์, และศศิธรณ์ ตันติพิธรรม. (2563). อิทธิพลของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในการจัดการนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ที่มีต่อความสำเร็จในการทำเกษตรอินทรีย์ตามบทบาทของความรู้เกี่ยวกับการเกษตรอินทรีย์และความคิดสร้างสรรค์ในการทำ

การเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรในจังหวัดกาญจนบุรี [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].

วีรภา ดาสนิท. (2551). *SMEs Projects* ธุรกิจไซส์เล็กกะทัดรัด. พิมพ์ลักษณ์.

ศตายุ รมเย็น. (2562). ความสามารถทางนวัตกรรมและความสามารถทางการตลาดที่ส่งผลต่อผล

ดำเนินงาน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา [วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. Google.com.

<http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/12950>

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2561). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ เน้นสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่
26). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมศักดิ์ ฆาลาโห, ยุภาพร ยุภาศ, และภักดี โพธิ์สิงห์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของเกษตรกร
กลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 6(1), 145-154.

สมาพันธ์เกษตรกรมัยยิ่นพะเยา. (2566, 20 มีนาคม). ข้อมูลเกษตรกรหัวใจอินทรีย์จังหวัดพะเยา

[http://www.clinictech.ops.go.th/online/organicnet/organic_report_ipgs.asp?provi
nceid=56&d=27&m=4&y=2022&pageid=2](http://www.clinictech.ops.go.th/online/organicnet/organic_report_ipgs.asp?provinceid=56&d=27&m=4&y=2022&pageid=2)

สันติ บุญภิรมย์. (2557). การวิจัยทางการศึกษาและการวิจัยทางการบริหารการศึกษา. ทริปเพิ้ล เอ็ด
ดูเคชั่น.

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา. (2563, 10 สิงหาคม). แผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์
ของจังหวัดพะเยา (พ.ศ. 2561 - 2565) ฉบับทบทวน.

<https://www.opsmoac.go.th/phayao-strategic-preview-422791791828>

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา. (2565, 20 ธันวาคม). แผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์
ของจังหวัดพะเยา (พ.ศ. 2566 - 2570) ฉบับสมบูรณ์.

<https://www.opsmoac.go.th/phayao-strategic-preview-442791791806>

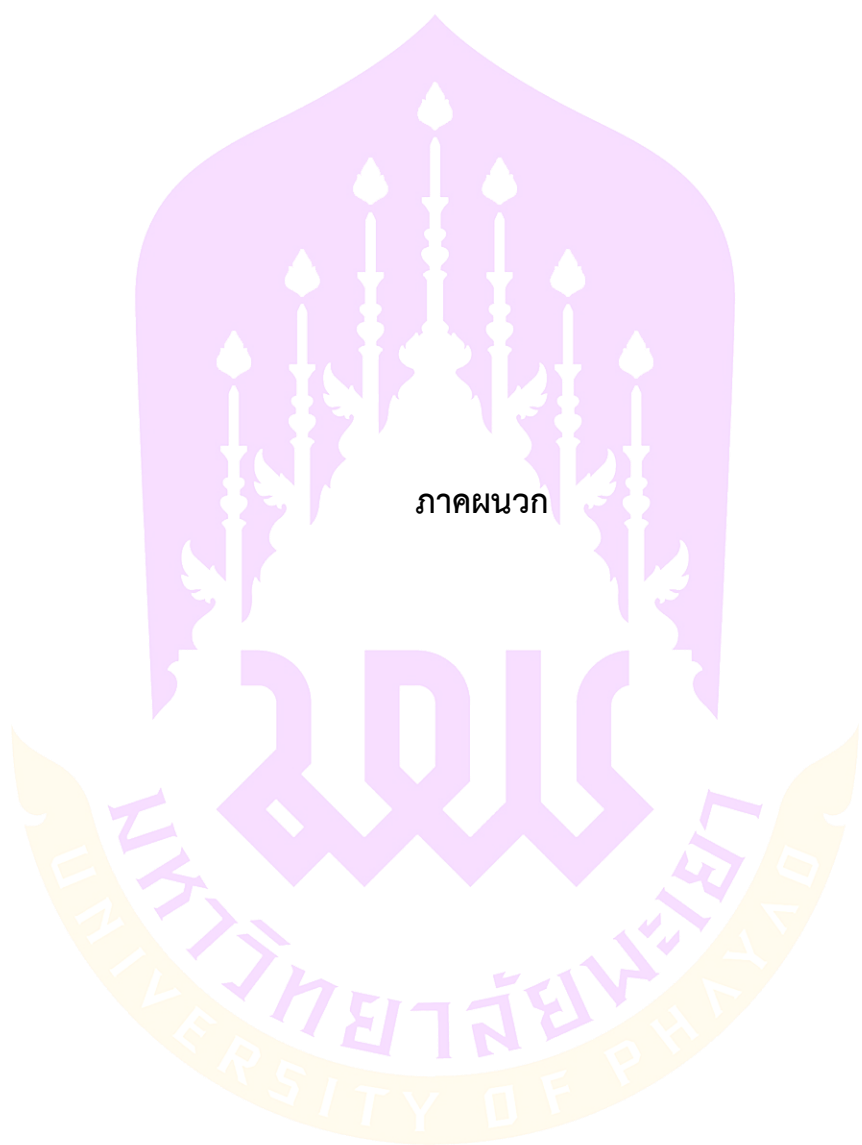
สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพะเยา. (2566, 10 กรกฎาคม). ข้อมูลพื้นฐานด้านการเกษตรของ
จังหวัด ในการสนับสนุนการตรวจราชการของคณะรัฐมนตรีและผู้บริหารของกระทรวงเกษตร
และสหกรณ์. <https://www.opsmoac.go.th/phayao-dwl-preview-451491791859>

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2553). การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักงาน
นวัตกรรมแห่งชาติ.

สำนักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2557). มาตรฐานเกษตรอินทรีย์. โรงพิมพ์ชุมนุม
สหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

- สุพัตรา ปราณี, ธนพล ก่อฐานะ, กุญชรี คำชาย, และบัณฑิต ผังนิรันดร์. (2563). นวัตกรรมจัดการและศักยภาพเชิงพลวัตที่ส่งผลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ธุรกิจก่อสร้าง. วารสารวิชาการเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 11(3), 123-133.
- สุรัชย์ ศรีนรินทร์. (2561). กระบวนการสร้างตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดออนไลน์สินค้าเกษตรอินทรีย์ของ *Smart Farmer* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. Google.com. <https://repository.nida.ac.th/handle/662723737/5061>.
- เสน่ห์ จัยโต. (2554). การบริหารนวัตกรรมแนวใหม่. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อนุรักษ เรืองรอบ. (ม.ป.ป.). คู่มือพัฒนามาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม SDGsPGS. กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์.
- อภิญา ชัยดำ, อาริรัตน์ ปานศุภวัชร, และสันติภาพ สุขเอนกนันท์. (2561). ผลกระทบของการบริหารความขัดแย้งทางการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตภาค ตะวันออก. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มข, 11(1), 74-84.
- อมรรัตน์ บุญอยู่. (2564). ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์].
- อำนาจ ธีระวนิช. (2544). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Christa, U., & Kristinae, V. (2021). The effect of product innovation on business performance during COVID 19 pandemic. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(1), 151-158.
- Crowder, D. W., & Reganold, J. P. (2015). Financial competitiveness of organic agriculture on a global scale. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(24), 7611-7616.
- Expósito, A., & Sanchis-Llopis, J. A. (2019). The relationship between types of innovation and SMEs' performance: A multi-dimensional empirical assessment. *Eurasian Business Review*, 9(2), 115-135.
- Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. (1997). A review of innovation research in economics, sociology and technology management. *Omega*, 25(1), 15-28.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Prentice Hall.

- Hinkle, D. E. (1998). *Applied Statistics for the Behavior Sciences* (4th ed.). Houghton Mifflin.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Strategic learning & the balanced scorecard. *Strategy & Leadership*, 24(5), 18-24.
- Kim-Soon, N., Ahmad, A. R., Kiat, C. W., & Sapry, H. R. M. (2017). SMEs are embracing innovation for business performance. *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprises*, 1, 1-17.
- OECD. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation* (4th ed.). OECD Publishing.
- Parmenter, D. (2015). *Key performance indicators: developing, implementing, and using winning KPIs*. John Wiley & Sons.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics*. Allyn & Bacon/Pearson Education. In.
- Udriyah, U., Tham, J., & Azam, S. J. M. S. L. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428.
- Zhang, Y., Khan, U., Lee, S., & Salik, M. (2019). The influence of management innovation and technological innovation on organization performance. A mediating role of sustainability. *Sustainability*, 11(2), 495.



ตาราง 14 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
วารุณี กุศลธนา วิจิตรา (2560)	ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ ส่งผลต่อการดำเนินงานของ ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (ประเภท บริการ)	เพื่อศึกษาปัจจัยด้าน นวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผล ต่อการดำเนินงาน ของธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม ของธุรกิจ ประเภทบริการ ของ ประเทศไทย	-แบบสอบถามจากผู้ประกอบการ ธุรกิจ 360 คน -สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหา ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบ พหุ (Multiple Linear Regression)	ตัวแปรต้น นวัตกรรมทางธุรกิจ 1. ด้านภาวะผู้นำ 2. ด้านการวางแผน 3. ด้านสารสนเทศ 4. ด้านคน 5. ด้านกระบวนการ ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงาน 1. ด้านลูกค้า 2. ด้านกระบวนการภายใน 3. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา 4. ด้านการเงิน	นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการ ดำเนินงานขององค์กร เมื่อพิจารณาทางด้าน ของผลการดำเนินงาน พบว่านวัตกรรมทาง ธุรกิจในด้านภาวะผู้นำและด้านบุคลากรส่งผล ต่อผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และ พัฒนา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการพัฒนาธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมมีภาคบริการให้ ประสบความสำเร็จนั้น ผู้นำหรือเจ้าของธุรกิจ จำเป็นต้องใช้ทักษะการเป็นผู้นำมีอาชีพใน การบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้พนักงาน ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
ทัตพงศ์ อวีโรธนา นพ และพัชรินทร์ สุภาพันธ์ (2560)	ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ ลงทุนในกลุ่มธุรกิจที่พักเกษตรกร อินทรีย์โดยการใช้อยู่มาก ได้เดือน	เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่า ทางเศรษฐกิจการลงทุนของ ธุรกิจที่พักเกษตรกรอินทรีย์ โดยใช้อยู่มาก หมักได้เดือนดินในจังหวัด เชียงใหม่	- แบบสอบถามและสัมภาษณ์จาก เกษตรกรผู้ผลิตและจำหน่ายพืชผัก เกษตรอินทรีย์โดยใช้อยู่มากได้เดือน ดินในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 60ครัวเรือน - วิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ	ตัวแปรต้น - รายได้ของครัวเรือน เกษตรกร ตัวแปรตาม - ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ	การลงทุนผลิตและจำหน่ายพืชผักเกษตร อินทรีย์มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจสำหรับการ ลงทุนในพืชผักชนิดผลและใบ เนื่องจาก ผลตอบแทนที่ได้รับมากกว่าต้นทุนซึ่งเป็น ค่าใช้จ่าย เนื่องจากการใช้ปุ๋ยหมักได้เดือนดิน สามารถลดต้นทุนการซื้อปุ๋ยเคมีและสร้าง

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
			(Net present value: NPV) อัตราส่วนผลตอบแทนต่อ ต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) ระยะเวลาคืนทุน (Payback period: PB) และ จุดคุ้มทุน (Break-even point)		ผลตอบแทนให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกพืชผัก อินทรีย์
ปณณวิชญ์ แสง หล้า (2561)	กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มและ ช่องทางการตลาดโดยใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ โดย เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรของ กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ อำเภอ ศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี	เพื่อศึกษากระบวนการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรของ กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ และ พัฒนาช่องทางทางการตลาด โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรของ กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ อำเภ ศรีประจันต์ จังหวัด สุพรรณบุรี	- ใช้แบบสัมภาษณ์จากกลุ่ม เกษตรกรอินทรีย์เขตตำบลวังหว้า และตำบลบางงาม จำนวน 20 คน - วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) - ราคา - ช่องทางการจัดจำหน่าย - การส่งเสริมการขาย - การรักษาความสัมพันธ์ของ ลูกค้า - การให้บริการแบบเจาะจง	ตัวแปรต้น กระบวนการและการตลาดของช่องทาง การตลาด - ผลลัพธ์ที่ - ราคา - ช่องทางการจัดจำหน่าย - การส่งเสริมการขาย - การรักษาความสัมพันธ์ของ ลูกค้า ตัวแปรตาม - เพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร อินทรีย์	1. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมุ่งเน้นการ บริการลูกค้าโดยตรงลักษณะเป็นการประกาศ ซื้อขาย ผลผลิต นำเสนอราคาแบบเจาะจง ระหว่างเกษตรกรและผู้ซื้อที่สามารถสื่อสาร กันโดยตรง สามารถสอบถามและระบ ความต้องการประเภทผลผลิตได้เร็วสะดวกทำใ ยอดการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์มีมูลค่า สูงกว่าระบบออฟไลน์ 2. การพัฒนาช่องทางทางการตลาดของกลุ่ม เกษตรกรอินทรีย์ ใช้แนวทางการตลาดแบบไร รอยต่อ (Omni Chanel Marketing) ได้แก่ 1) ช่องทางการสื่อสารการตลาด 2) การ เชื่อมโยงช่องทางการตลาด 3) การเข้าใจ พฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค 4) การส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความ ต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง 5) การ สร้างความผูกพันกับผู้บริโภคโดยเชื่อมโยง

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
ปนัดดา จันทะกุล (2561)	นวัตกรรมการจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมผลิตในภาคตะวันออกเชิงเหนือ	(1) ศึกษาสภาพการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมผลิตในภาคตะวันออกเชิงเหนือ (2) ศึกษาวัฒนธรรมการจัดการ จริยธรรมทางธุรกิจและประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมผลิตในภาคตะวันออกเชิงเหนือ (3) กำหนดรูปแบบนวัตกรรมการจัดการและจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพ	-ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้าง การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ -สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง	ตัวแปรต้น 1. นวัตกรรมจัดการ -นวัตกรรมบริการ -นวัตกรรมกระบวนการ -นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ 2. จริยธรรมทางธุรกิจ ตัวแปรตาม ประสิทธิภาพอุตสาหกรรม การผลิต -ด้านการเงิน -ด้านลูกค้า -ด้านกระบวนการธุรกิจ ภายใน -ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	1. นวัตกรรมจัดการของอุตสาหกรรมผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมกระบวนการ และ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ตามลำดับ 2. ประสิทธิภาพอุตสาหกรรมผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านกระบวนการธุรกิจ ภายใน ด้านลูกค้า ด้านการเงิน และ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ตามลำดับ 3. นวัตกรรมจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพอุตสาหกรรมผลิต
ศดาญ ร่มเย็น (2562)	ความสามารถทางนวัตกรรมและความสำเร็จทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา	เพื่อศึกษาความสามารถทางนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Organizational Innovativeness) และความสามารถทางการตลาด (Marketing Capability) ที่	-ใช้แบบสอบถาม จากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่สงขลา จำนวน 130 กิจการ -สถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ในครั้งนี้ ประกอบด้วย สถิติ เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ความ	ตัวแปรต้น 1. ความสามารถทางนวัตกรรม -ด้านกระบวนการ -ด้านพฤติกรรม -ด้านกลยุทธ์	ผลการดำเนินงานด้านการเงินอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น และมียอดขายเพิ่มขึ้น ความสามารถทางนวัตกรรม และความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
		ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ	ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)	2.ความสามารถทาง การตลาด -ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ -ด้านราคา -ด้านช่องทางจัดจำหน่าย -ด้านการสื่อสาร ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงาน - ด้านการเงิน - ด้านการตลาด	ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านของ ความสามารถทางนวัตกรรม พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมด้านการ และความสามารถทางนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ
ดารินทร์ ไชยนา เมือง (2563)	ปัจจัยด้านการจัดการการเงิน ของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ใน จังหวัดลพบุรี	เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการจัดการ การเงิน ของธุรกิจเกษตร อินทรีย์ในจังหวัดลพบุรี	- ใช้แบบสอบถามจากเกษตรกรที่ทำ ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ จังหวัดลพบุรี จำนวน 150 ราย - วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิง อนุมาน ประกอบด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test	ตัวแปรต้น 1. ปัจจัยส่วนบุคคล - เพศ - อายุ - ระดับการศึกษา - ระยะเวลาในการประกอบ ธุรกิจ 2. ปัจจัยด้านการ จัดการการเงิน - การวางแผนและการ ควบคุมทางการเงิน - การจัดหาเงินทุน - การจัดสรรเงินทุนของ ธุรกิจ ตัวแปรตาม	1. อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมี ประสิทธิภาพการจัดการการเงินที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2. ปัจจัยด้านการจัดการการเงินกับ ประสิทธิภาพการจัดการการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยด้านการจัดการ การเงิน ได้แก่ การวางแผนและการควบคุม ทางการเงิน การจัดหาเงินทุน การจัดสรร เงินทุนในทุกด้านแตกต่างกัน ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการจัดการการเงินที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
				ประสิทธิภาพใน การจัดสรรการเงินของธุรกิจ	
วิโรจน์ เจริญ ลักษณ์และ ศศิภรณ์ ตันติ ธรรม (2563)	อิทธิพลของคุณลักษณะความ เป็นผู้ประกอบการในการจัดการ นวัตกรรมธุรกิจอินทรีย์ที่มี ต่อความสำเร็จในการทำ การเกษตรอินทรีย์ตามบทบาท ของความรู้เกี่ยวกับเกษตร อินทรีย์และความคิดสร้างสรรค์ ในการทำเกษตรอินทรีย์ของ เกษตรกรในจังหวัดกาญจนบุรี	เพื่อศึกษาอิทธิพลของ คุณลักษณะความเป็นผู้ ประกอบการในการ จัดการนวัตกรรมเกษตร อินทรีย์ที่มีผลต่อ ความสำเร็จในการทำ การเกษตรอินทรีย์	- แบบสอบถามจากเกษตรกรจำนวน 106 คน - วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอย อย่างง่าย	ตัวแปรต้น คุณลักษณะความเป็นผู้ ประกอบการในการ จัดการนวัตกรรม การเกษตรอินทรีย์ - นวัตกรรมกระบวนการ ผลิต - นวัตกรรมผลผลิต ตัวแปรกลาง - ความรู้เกี่ยวกับการเกษตร อินทรีย์ - ความคิดสร้างสรรค์ในการ ทำการเกษตรอินทรีย์ ตัวแปรตาม ความสำเร็จในการทำ การเกษตรอินทรีย์	คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในการ จัดการนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์มีอิทธิพล เชิงบวกต่อความสำเร็จในการทำเกษตร อินทรีย์อยู่ในระดับมาก โดยคุณลักษณะความ เป็นผู้ประกอบการในการจัดการนวัตกรรม การเกษตรอินทรีย์มีด้านนวัตกรรมผลผลิตมาก ที่สุด
ปรียาพรณ พุ่มระ หงษ์ (2563)	นวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จในองค์กรธุรกิจ เขตจังหวัดฉะเชิงเทรา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผล ต่อความสำเร็จขององค์กร	1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วน บุคคลขององค์กรธุรกิจใน เขตจังหวัดฉะเชิงเทรา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผล ต่อความสำเร็จขององค์กร	ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการ เก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ	ตัวแปรต้น 1. ปัจจัยด้านข้อมูลส่วน บุคคล 2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จขององค์กร	องค์กรธุรกิจในแต่ละจังหวัดจะเชิงเพราะให้ ความสำเร็จต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จใน ด้านนวัตกรรมจัดการมากที่สุด ซึ่งอยู่ใน ระดับที่สำคัญมาก รองลงมาคือปัจจัยด้าน ผู้นำ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
กิตติธวัช บุญทวี และคณะ (2564)	ความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้กลยุทธ์การตลาด ความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย	1) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์การตลาด และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ	การวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ จำนวน 610 ราย การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง	ตัวแปรต้น 1. ความเป็นผู้ประกอบการ - ความกล้าเสี่ยง - การดำเนินงานเชิงรุก - ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน 2. การจัดการความรู้ - แสวงหาความรู้ - การสร้างความรู้	องค์การ และลำดับที่สามคือปัจจัยด้านด้านนวัตกรรมการตลาด ด้านทุนมนุษย์และด้านนวัตกรรมการผลิตพบว่ามีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ ด้านผู้ก่อตั้ง ด้านทุนมนุษย์ ด้านนวัตกรรมการผลิต ด้านนวัตกรรมการตลาด ด้านนวัตกรรมจัดการ ตัวแปรตาม ความสำเร็จขององค์กร ธุรกิจ - กำไร - ยอดขาย - ส่วนแบ่งทางการตลาด - ผลการดำเนินงาน - การบรรลุวัตถุประสงค์ - อัตราเงินปันผล - มูลค่าทรัพย์สินขององค์กร
		ธุรกิจใหม่เขตจังหวัด ฉะเชิงเทราประกอบด้วย ด้านผู้ก่อตั้ง ด้านทุนมนุษย์ด้านนวัตกรรมการผลิต ด้านนวัตกรรมการตลาดและด้าน นวัตกรรมจัดการ 3) เพื่อศึกษาความสำเร็จขององค์กรธุรกิจใหม่เขตจังหวัดฉะเชิงเทรา	ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
		เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย 2) เพื่อทดสอบความกลมกลืนของปัจจัยที่มีประสิทธิภาพต่อการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย		-การจัดเก็บความรู้ -การแบ่งปันความรู้ 3. กลยุทธ์การตลาด -ราคา -สถานที่ -ผลิตภัณฑ์ -การส่งเสริมการขาย 4. ความสามารถทางนวัตกรรม -นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ -นวัตกรรมกระบวนการ -นวัตกรรมการตลาด ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงาน (Performance) -ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด -ด้านการเติบโตของยอดขาย -ด้านความสามารถในการทำกำไร	ผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม 3) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อ กลยุทธ์การตลาด 4) กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม 5) กลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน 6) ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน และ 7) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานผ่านกลยุทธ์การตลาด
สุพิตรา ปราณี และคณะ (2563)	นวัตกรรมการจัดการและศักยภาพเชิงพลวัตที่ส่งผลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดของธุรกิจขนาดกลางและ	1) ศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมการจัดการที่ส่งผลต่อผลประกอบการ	แบบสอบถามจากผู้ประกอบการหรือผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้าน	ตัวแปรต้น 1.นวัตกรรมการจัดการ - ด้านโครงสร้างการบริหารจัดการ	นวัตกรรมการจัดการส่งผลในเชิงบวกต่อศักยภาพเชิงพลวัตของธุรกิจ และนวัตกรรม การจัดการส่งผลในเชิงบวกต่อผลประกอบการของธุรกิจ และศักยภาพเชิง

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
ซูพงษ์ พันธุ์แดง (2564)	กลางและขนาดย่อม (SMEs) ธุรกิจก่อสร้าง	ขนาดย่อมด้านธุรกิจ ก่อสร้าง 2) ศึกษาปัจจัยด้าน นวัตกรรมจัดการที่ ส่งผลต่อกิจกรรมเชิงพลวัต 3) ศึกษาปัจจัยด้าน ศักยภาพเชิงพลวัตที่มีผลต่อ ผลประกอบการของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านธุรกิจก่อสร้าง 4) ศึกษารูปแบบนวัตกรรม การจัดการและศักยภาพเชิง พลวัตที่มีผลต่อผล ประกอบการของธุรกิจ ขนาดกลางและ ขนาดย่อม	ธุรกิจก่อสร้าง ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการ วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง	ด้านกลยุทธ์ -ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย -ด้านพัฒนาการและ แรงจูงใจของ ผู้ประกอบการ -ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 2.ศักยภาพเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) ตัวแปรตาม ผลประกอบการของธุรกิจ -ด้านการเงิน -ด้านลูกค้า -ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	พลวัตส่งผลในเชิงบวกต่อผลประกอบการของ ธุรกิจ
	การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจที่ ส่งผลต่อการดำเนินงานของ ธุรกิจ SMEs ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือของ ประเทศไทย	เพื่อทดสอบและพัฒนา โมเดลสมการโครงสร้างของ การจัดการนวัตกรรมทาง ธุรกิจที่ส่งผลการ ดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทย	-แบบสอบถามจากผู้ประกอบการ ธุรกิจ SMEs ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ ไทย จำนวน 384 ราย -ใช้โมเดลสมการโครงสร้างวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบใน โมเดล	ตัวแปรต้น การจัดการนวัตกรรมทาง ธุรกิจ -นวัตกรรมการเงิน -นวัตกรรมการตลาด -นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ -นวัตกรรมจัดการ -นวัตกรรมกระบวนการ	องค์ประกอบ นวัตกรรมการเงิน นวัตกรรม การตลาด นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม จัดการ และนวัตกรรมกระบวนการ มีอิทธิพล ทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของ ธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของ ประเทศไทย

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงานของ ธุรกิจ -ด้านการเงิน -ด้านลูกค้า -ด้านกระบวนการภายใน -ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต					
ธวัชรรัตน์ กล่อมตน (2564)	การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรอินทรีย์ในชุมชน ยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	เพื่อนำเสนอรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในชุมชน ยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	- ใช้แบบสัมภาษณ์จากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ และผู้ในชุมชน ในตำบลยายชา อำเภอสามพราน จำนวน 15 คน - ใช้สถิติค่าความถี่ และร้อยละ	ตัวแปรต้น กลยุทธ์ทางการตลาด ตัวแปรตาม - การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ - ลดต้นทุน - รายได้เพิ่ม	1) ด้านการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เกิดขบวนการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ในชุมชน 2) ด้านบรรจุภัณฑ์ โตเคเดนสวยงาม มีเอกลักษณ์ ตราสัญลักษณ์เป็นของชุมชน 3) ด้านการตลาด มีเครือข่าย มีตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นด้วยสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีเพจ facebook “ไข่ทองเค็มยายชา” ลดต้นทุน มีการจัดสรรรายได้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับต้นทุน
สมศักดิ์ ผาลาโท และคณะ (2565)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์	1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer ดำเนินงานของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์	- แบบสอบถามจากเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer กาฬสินธุ์ จำนวน 150 คน - วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ	ตัวแปรต้น 1. ปัจจัยด้านทัศนคติ 2. ปัจจัยด้านการตลาด 3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม 4. ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากสังคม	1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จต่อการดำเนินงานของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านการสนับสนุนจากสังคม สามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 61.50

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
ยุทธนา แซ่เตียว และบัณฑิตวุฒิ สีอมรสิริ (2565)	การจัดการสมรรถนะของทุนมนุษย์: บทบาทในการสนับสนุนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร	2. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาความสำเร็จต่อการดำเนินงานของเกษตรกรกลุ่ม Green Farmer จังหวัดกาฬสินธุ์	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	ตัวแปรตาม แนวทางพัฒนาความสำเร็จต่อการดำเนินงาน	2) แนวทางพัฒนาความสำเร็จต่อการดำเนินงาน ประกอบด้วย 2.1) สร้างเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ 2.2) ขยายสินค้าแบบออนไลน์ สร้าง Page Facebook 2.3) ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่ทันสมัย 2.4) สร้างเยาวชนเกษตรกรอินทรีย์รุ่นใหม่ 2.5) สร้างที่มา story สินค้า ผ่านการสแกน QR code 2.6) จัดทำเขตเกษตรอินทรีย์ 2.7) หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมประมาณและเทคโนโลยี นวัตกรรมที่ทันสมัย และตั้งศูนย์บริการ One Stop Service การตรวจสอบรับรองมาตรฐาน
		1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการสมรรถนะของทุนมนุษย์ที่มีผลต่อกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม 2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรมที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร 3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการสมรรถนะของทุนมนุษย์ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร	-แบบสอบถามจากองค์กรธุรกิจที่มี การพัฒนา นวัตกรรม 203 ตัวอย่าง -การวิเคราะห์แบบจำลองสมการ โครงสร้างด้วยโปรแกรม LISREL	การวัดการสมรรถนะ - การออกแบบงาน - การสรรหาบุคลากร - การพัฒนาศายอาชีพ - การประเมินผล - การพัฒนาสมรรถนะ - การบริหารค่าตอบแทน กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม - นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ - นวัตกรรมด้านกระบวนการ - นวัตกรรมด้านการตลาด	การจัดการสมรรถนะมีอิทธิพลทิศทางบวกต่อกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม และมีอิทธิพลทิศทางบวกต่อการดำเนินงานขององค์กร กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และการจัดการสมรรถนะมีอิทธิพลทิศทางบวกต่อการดำเนินงานขององค์กรผ่านกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
		4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของ การจัดการสมรรถนะของ ทุนมนุษย์ที่มีผลต่อผลการ ดำเนินงานของการ ผ่านกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม		- นวัตกรรมด้านองค์กร ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงาน ขององค์กร - ผลการดำเนินงานด้าน การเงิน - ผลการดำเนินงานด้าน การตลาด	
Zhang et al. (2019)	The Influence of Management Innovation and Technological Innovation on Organization Performance: A Mediating Role of Sustainability	เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของ นวัตกรรมจัดการและ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี การดำเนินงานขององค์กร โดยมีบทบาทความยั่งยืน เป็นสื่อกลาง	แบบสอบถามรวบรวมจากซีอีโอและ ผู้จัดการระดับสูงของปากีสถานจาก การผลิต การค้าและบริการ เลือกองค์กรทั้งหมด 700 องค์กร ได้รับแบบสอบถามที่ใช้งานได้ 304 คน	ตัวแปรต้น -นวัตกรรมจัดการ -นวัตกรรมทางเทคโนโลยี ตัวแปรกลาง -ความยั่งยืน ตัวแปรตาม -ประสิทธิภาพขององค์กร	นวัตกรรมจัดการและนวัตกรรมทาง เทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในเชิงบวกต่อความ ยั่งยืนและประสิทธิภาพขององค์กร ความ ยั่งยืนมีบทบาทไกล่เกลี่ยระหว่างฝ่ายบริหาร นวัตกรรมและประสิทธิภาพขององค์กรและ ยังมีบทบาทเป็นสื่อกลางระหว่างเทคโนโลยี นวัตกรรมและประสิทธิภาพขององค์กร
Exposito and Sanchis-Llopis (2019)	The relationship between types of innovation and SMEs' performance: a multi-dimensional empirical assessment	เพื่อตรวจสอบผลกระทบ ของนวัตกรรมประเภท ต่างๆต่อผลการดำเนินงาน ธุรกิจของวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม SMEs ในสเปน	ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือจาก ผู้จัดการธุรกิจ SMEs ในสเปน ผู้จัดการธุรกิจ SMEs ในสเปน	ตัวแปรต้น -นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ -นวัตกรรมกระบวนการ -นวัตกรรมองค์กร ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงานของ ธุรกิจ - ยอดขายเพิ่มขึ้น - การลดต้นทุน	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และ นวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการ ดำเนินงานในการเงินที่วัดจากยอดขาย เพิ่มขึ้นและการลดต้นทุน รวมถึงมีอิทธิพลเชิง บวกต่อผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงาน ที่วัดโดยการเพิ่มกำลังการผลิตและการพัฒนา คุณภาพของผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
Christa and Kristinae (2021)	The effect of product innovation on business performance during COVID 19 pandemic	เพื่อตรวจสอบผลกระทบของการวางแผนการตลาดเชิงรุก การแบ่งปันความรู้ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผลิตภัณฑ์ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19	ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บจากผู้ดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น จำนวน 300 ราย	ตัวแปรต้น -การวางแผนการตลาดเชิงรุก -การแบ่งปันความรู้ -นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงาน -ยอดขาย -การเติบโต -กำไร	การแบ่งปันความรู้และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในขณะที่ การวางแผนการตลาดเชิงรุกไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่มีนัยสำคัญ
Kim-Soon et al. (2017)	SMES are Embracing Innovation for Business Performance	เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กระบวนการการตลาด และนวัตกรรมองค์กรของ กับผลการดำเนินงานธุรกิจ SMEs	ใช้แบบสอบถาม จำนวน 381 ชุดที่ส่งมาถึงเจ้าของหรือผู้จัดการของ SMEs ในประเทศมาเลเซีย	ตัวแปรต้น นวัตกรรมทางธุรกิจ - นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ - นวัตกรรมกระบวนการ - นวัตกรรมการตลาด - นวัตกรรมองค์กร ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงาน -ทางการเงิน -การปฏิบัติงาน -ด้านนวัตกรรม	นวัตกรรมของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมทางการเงิน และการปฏิบัติงาน ยกเว้นนวัตกรรมการตลาดซึ่งยังชี้ว่าไม่มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานทางการเงิน

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	วิธีดำเนินการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
Crowder and Reganold (2015)	Financial competitiveness of organic agriculture on global scale	เพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนของฟาร์มที่ปลูกพืชในระบบเกษตรอินทรีย์ เปรียบเทียบฟาร์มทั่วไป	ใช้ข้อมูลจากงานวิจัย 44 งานวิจัย ย้อนหลังกลับไปเป็นตลอดช่วง 40 ปี	ตัวแปรต้น - ราคาขายผลผลิต ตัวแปรตาม - ผลตอบแทนต้นทุน	เกษตรกรที่ทำการเกษตรในระบบเกษตรอินทรีย์มีกำไรดีกว่าถึง 22 – 35% โดยผลต่างของกำไรนี้เกิดขึ้นมาจากราคาพรีเมียมเกษตรกรอินทรีย์ที่เกษตรกรได้รับจากการขายผลผลิตเข้าสู่ตลาดเกษตรอินทรีย์ ซึ่งทำให้เกษตรกรอินทรีย์มีส่วนของผลตอบแทนต้นทุน (benefit/cost ratio) สูงกว่าเกษตรกรทั่วไป 20–24%

ภาคผนวก ข สัณเคราะห์ตัวแปรนวัตกรรมทางธุรกิจและผลการดำเนินงานจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตาราง 15 แสดงการสังเคราะห์ตัวแปรนวัตกรรมทางธุรกิจจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

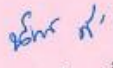
ผู้จัดทำวิจัย(ปีที่พิมพ์)	นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์	นวัตกรรม กระบวนการ	นวัตกรรม การตลาด	นวัตกรรม การจัดการ /องค์กร	นวัตกรรม การเงิน	นวัตกรรม เทคโนโลยี	นวัตกรรม พฤติกรรม
ปิ่นณวิชญ์ แสงหล้า (2561)	✓		✓				
ปนัดดา จันทะกล (2561)	✓	✓					
ศดาญ ร่มเย็น (2561)		✓		✓			✓
วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์และศศิ ภรณ์ ต้นติปธรรม (2563)	✓	✓					
ปรียาพรรณ พุ่มระหงษ์ (2563)		✓	✓	✓			
กิตติวัช บุญทวี และคณะ (2564)	✓	✓	✓				
สุพัตรา ปราณี และคณะ (2563)				✓			
ชูพงษ์ พันธุ์แดง(2564)	✓	✓	✓	✓	✓		
ธวัชรรัตน์ กล่อมตน (2564)			✓				
สมศักดิ์ ผาลาโห และคณะ (2565)			✓				
ยุทธนา แซ่เตีย และนันธ วุฒิ ลือมรส (2565)	✓	✓	✓	✓			
Kim-Soon et al. (2017)	✓	✓	✓	✓			
Zhang et al. (2019)				✓		✓	
Expósito and Sanchis- Llopis (2019)	✓	✓		✓			
Christa and Kristinae (2021)	✓						
	9	9	8	9	1	1	1

จากตาราง 15 สัณเคราะห์ตัวแปรนวัตกรรมทางธุรกิจจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ 4 อันดับแรก ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เลือกตัวแปรดังกล่าวมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

ตาราง 16 แสดงการสังเคราะห์ตัวแปรผลการดำเนินงานของธุรกิจจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้จัดทำวิจัย(ปีที่พิมพ์)	การเงิน	ลูกค้า/ ตลาด	กระบวนการ ภายใน	การเรียนรู้ และพัฒนา	ด้าน เศรษฐกิจ	ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย
วารุณี กุลรัตนาวิจิตรา (2560)	✓	✓	✓	✓		
ทัดพงศ์ อวิโรธนานนท์ และ พัชรินทร์ สุภาพันธ์ (2560)					✓	
ปนัดดา จันทะกล (2561)	✓	✓	✓	✓		
ศดาญ ร่มเย็น (2561)	✓	✓				
คารินทร์ ไชยนาเมือง (2563)	✓					
กิตติวัช บุญทวี และคณะ (2563)	✓					
สุพัตรา ปราณี และคณะ (2563)	✓	✓				✓
ชูพงษ์ พันธุ์แดง(2564)	✓	✓	✓	✓		
ธวัชรรัตน์ กล่อมตน (2564)	✓					
ยุทธนา แซ่เตีย และนันธวุฒิ ลิ อมรสිර (2565)	✓	✓				
Crowder and Reganold (2015)	✓					
Kim-Soon et al. (2017)	✓		✓			
Expósito and Sanchis-Llopis (2019)	✓		✓			
Christa and Kristinae (2021)	✓					
	13	6	5	3	1	1

ภาคผนวก ค หนังสือรับรองการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

	
คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา The Human Research Ethics Committee of University of Phayao on Humanities and Social Sciences 19 หมู่ 2 ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000 เบอร์โทรศัพท์ 05446 6666	
เอกสารรับรองโครงการวิจัย	
คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP	
ชื่อโครงการ	: นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา : Business innovation to Enhance the Operational Performance of Organic Agriculture in Phayao Province
เลขที่โครงการวิจัย	: HREC-UP-HSS 2.2/121/67
ผู้วิจัยหลัก	: นางสาวนันทน์ ธรรมยศ
สังกัดหน่วยงาน	: คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
ที่ปรึกษา	: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บังอร สวัสดิ์สุข
สังกัดหน่วยงาน	: คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
วิธีทบทวน	: แบบเร่งรัด (Expedited)
รายงานความก้าวหน้า	: ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี
ลงนาม  (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทน์ ธรรมยศ) ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	
วันที่รับรอง	: 6 เมษายน 2567
วันหมดอายุ	: 6 เมษายน 2568
ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)	

ภาคผนวก ง แบบสอบถาม



ชุดที่.....

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (IS) นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ส่วนที่ 3 คำถามที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

ผู้ทำวิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา กรุณาตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้ครบทุกข้อ และได้โปรดตอบคำถามตามความเป็นจริง ซึ่งคำตอบของท่าน ผู้ทำวิจัยจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ และใช้สำหรับเป็นข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัยในลักษณะภาพรวม โดยจะไม่มีผลเสียต่อกิจการของท่านแต่ประการใด

ในโอกาสนี้ผู้ทำวิจัยต้องขอขอบคุณทุกท่านอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และข้อมูลที่ได้รับจากท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

นางสาววันสนันท์ ธรรมยศ

นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คำนิยาม

- 1) เกษตรอินทรีย์ หมายถึง ระบบการผลิตพืชผักและผลไม้ที่ไม่ใช้สารเคมีหรือสารสังเคราะห์ต่างๆ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ PGS และ SDGsPGS ในจังหวัดพะเยา
- 2) นวัตกรรมทางธุรกิจ หมายถึง เกษตรกรในจังหวัดพะเยามีการนำความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ เทคโนโลยี และวิธีการใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการทางการเกษตรและการบริหารงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเพาะปลูก และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมในด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร
- 3) ผลการดำเนินงานของธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มขึ้นของรายได้ การเพิ่มขึ้นของกำไร ส่วนแบ่งทางการตลาด และการลดต้นทุนให้ต่ำลงของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา



ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในวงเล็บ () หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

เพียงข้อเดียว

1. เพศ
 () ชาย () หญิง
2. อายุ
 () 20 - 29 ปี () 30 - 39 ปี
 () 40 - 49 ปี () 50 - 59 ปี
 () 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
 () ประถมศึกษา () มัธยมศึกษา
 () อนุปริญญา / เทียบเท่า () ปริญญาตรี
 () สูงกว่าปริญญาตรี
4. รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ
 () ต่ำกว่า 10,000 บาท () 10,001 - 20,000 บาท
 () 20,001 - 30,000 บาท () มากกว่า 30,000 บาท
5. ประเภทสินค้าเกษตรอินทรีย์
 () พืชผัก () ผลไม้ () ผสมผสาน
6. พื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์
 () น้อยกว่า 10 ไร่ () 10 - 20 ไร่
 () 21 - 30 ไร่ () มากกว่า 30 ไร่
7. ระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์
 () น้อยกว่า 5 ปี () 5 - 10 ปี
 () มากกว่า 10 ปี
8. ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
 () เจ้าของรายเดียว () วิสาหกิจชุมชน
 () วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เพียงคำตอบเดียว และกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ โดยใช้เกณฑ์พิจารณาดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์					
1.1 ท่านมีการนำนวัตกรรมมาใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้มีความหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า เช่น พัฒนาเป็นน้ำผักผลไม้ ชุตสลัดพร้อมทาน เป็นต้น					
1.2 ท่านมีการใช้นวัตกรรมเพื่อลดต้นทุนการผลิต					
1.3 ท่านมีการควบคุมคุณภาพสินค้าที่ผลิตให้ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์					
1.4 ท่านมีการนำนวัตกรรมมาสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน					
1.5 ท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้มีคุณประโยชน์แตกต่างจากเดิม					
1.6 ท่านมีการปรับปรุงสายพันธุ์ เพื่อให้ได้ผลผลิตพืชผักและผลไม้อินทรีย์ที่มีคุณภาพมากขึ้น					
1.7 ท่านมีการคิดค้นและผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณภาพหรือมีคุณค่าและมูลค่าที่สูงขึ้นกว่าเดิม					
2. นวัตกรรมกระบวนการ					
2.1 ท่านมีการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรอินทรีย์รูปแบบใหม่ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต					

ปัจจัยนวัตกรรมการทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.2 ท่านมีการนำประสบการณ์ทำงานที่ผ่านมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มมูลค่าต่อผลิตภัณฑ์					
2.3 ท่านมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้บริหารงาน					
2.4 ท่านมีการวางแผนการพัฒนาผลผลิตเกษตรอินทรีย์เพื่อให้ได้คุณภาพมาตรฐานที่กำหนดไว้					
2.5 ท่านมีการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย เพื่อช่วยควบคุมคุณภาพของสินค้าให้มีความสดใหม่ เช่น เครื่องสำหรับทำความสะอาด คัดขนาด และทดสอบความหวาน เป็นต้น					
2.6 ท่านมีการปรับลดขั้นตอนและกระบวนการที่ซับซ้อน และไม่เกิดประโยชน์					
2.7 ท่านมีการปรับเปลี่ยนวิธีการการขนส่ง และกระจายสินค้า เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและลดความผิดพลาดในกระบวนการจัดส่ง					
3. นวัตกรรมการตลาด					
3.1 ท่านมีการพัฒนารูปแบบตราสินค้า (Logo) ที่ทันสมัย ทันทีทันใด สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค					
3.2 ท่านมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ที่หลากหลายประเภท (เช่น Website Facebook Line Instagram และ Email เป็นต้น)					
3.3 ท่านมีการขยายตลาดใหม่เข้าสู่ผู้ประกอบการ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น เพื่อเพิ่มปริมาณการซื้อ					
3.4 ท่านมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าระหว่างการขนส่งระยะทางไกล					

ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3.5 ท่านมีการสอดแทรกความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหรือขั้นตอนการผลิต ผ่านคำบอกเล่าจากตัวลูกค้า ทำให้สินค้ามีความโดดเด่นน่าสนใจ ส่งผลให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น เช่น รวบรวมรีวิวของลูกค้าจริงมานำเสนอ เป็นต้น					
3.6 ท่านมีการปรับปรุงหรือพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง					
3.7 ท่านมีการขยายช่องทางการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee, Lazada, LocalFarm เป็นต้น					
4. นวัตกรรมองค์กร					
4.1 ท่านมีระบบการชำระเงินที่ได้มาตรฐานรักษาความปลอดภัย					
4.2 ท่านมีช่องทางช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าได้ทันที กรณีเกิดความผิดพลาด เช่น การส่งสินค้าผิด/ส่งสินค้าไม่ครบ					
4.3 ท่านมีระบบบันทึกข้อมูลสินค้าที่ลูกค้าเคยสั่งซื้อหรือเคยดูข้อมูลสินค้า					
4.4 ท่านมีการให้คำแนะนำ คำปรึกษา เกี่ยวกับข้อสงสัยต่างๆ ให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วผ่าน Facebook, Line เป็นต้น					
4.5 ท่านมีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ รวมถึง YouTube และรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่น					
4.6 ท่านมีการบริหารจัดการพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม เช่น พื้นที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น					
4.7 ท่านมีระบบการจัดส่งสินค้าถึงบ้านลูกค้าอย่างถูกต้องและรวดเร็ว					

ส่วนที่ 3 คำถามที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เพียงคำตอบเดียว และกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ โดยใช้เกณฑ์พิจารณาดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ใน จังหวัดพะเยา	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ธุรกิจของท่านมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
2. ธุรกิจของท่านมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
3. ธุรกิจของท่านมีต้นทุนในการดำเนินงานที่ลดลง					
4. ธุรกิจของท่านมีปริมาณการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น					
5. ธุรกิจของท่านมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้					
6. ธุรกิจของท่านมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการตอบแบบสอบถามนี้

ภาคผนวก จ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC)

ตาราง 17 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC)

ข้อคำถาม		ระดับความสอดคล้อง			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		ผศ.ดร. ธนริศย์	ดร.สรียา ภรณ์	เกษตร จังหวัด พะเยา			
เพศ							
	เพศ 1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	เพศ 2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
อายุ							
	อายุ 1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	อายุ 2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	อายุ 3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	อายุ 4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	อายุ 5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระดับการศึกษาสูงสุด							
	ระดับการศึกษา 1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ระดับการศึกษา 2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ระดับการศึกษา 3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ระดับการศึกษา 4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ระดับการศึกษา 5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
รายได้ต่อเดือนของธุรกิจ							
	รายได้ 1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	รายได้ 2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	รายได้ 3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	รายได้ 4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ประเภทสินค้าเกษตรอินทรีย์							
	ประเภท 1	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อคำถาม	ระดับความสอดคล้อง			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ผศ.ดร. ธนริศย์	ดร.สรียา ภรณ์	เกษตร จังหวัด พะเยา			
ประเภท 2	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
ประเภท 3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
พื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์						
พื้นที่1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
พื้นที่2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
พื้นที่3	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
พื้นที่4	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
ระยะเวลาในการทำเกษตรอินทรีย์						
ระยะเวลา1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระยะเวลา2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระยะเวลา3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ลักษณะการดำเนินธุรกิจ						
ลักษณะ1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ลักษณะ2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ลักษณะ3	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์						
1.1 Product	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.2 Product	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.3 Product	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.4 Product	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.5 Product	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
1.6 Product	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.7 Product	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
2. นวัตกรรมกระบวนการ						
2.1 Process	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.2 Process	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อคำถาม	ระดับความสอดคล้อง			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ผศ.ดร. ธนรัชย์	ดร.สรียา ภรณ์	เกษตร จังหวัด พะเยา			
2.3 Process	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.4 Process	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
2.5 Process	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.6 Process	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.7 Process	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3. นวัตกรรมการตลาด						
3.1 Marketing	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.2 Marketing	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.3 Marketing	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.4 Marketing	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.5 Marketing	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
3.6 Marketing	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.7 Marketing	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4. นวัตกรรมองค์กร						
4.1 Organization	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.2 Organization	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.3 Organization	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.4 Organization	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.5 Organization	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.6 Organization	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
4.7 Organization	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลการดำเนินงาน						
Performance 1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
Performance 2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
Performance 3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
Performance 4	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อคำถาม	ระดับความสอดคล้อง			รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	ผศ.ดร. ธนรัชย์	ดร.สรียา ภรณ์	เกษตร จังหวัด พะเยา			
Performance 5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
Performance 6	1	1	1	3	1	ใช้ได้
				รวม	60	
IOC				ค่า	0.9524	ใช้ได้

ภาคผนวก จ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการวิจัย

ตาราง 18 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) ของแบบสอบถามที่นำไป Try out 30 ชุด เป็นรายตัวแปร

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha)
1. ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ	0.936
1.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	0.830
1.2 นวัตกรรมกระบวนการ	0.845
1.3 นวัตกรรมการตลาด	0.835
1.4 นวัตกรรมองค์กร	0.785
2. ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา	0.828
รวมทั้งฉบับ	0.945

ตาราง 19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) ของแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 173 ชุด เป็นรายตัวแปร

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha)
1. ปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจ	0.969
1.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	0.896
1.2 นวัตกรรมกระบวนการ	0.896
1.3 นวัตกรรมการตลาด	0.926
1.4 นวัตกรรมองค์กร	0.898
2. ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์จังหวัดพะเยา	0.904
รวมทั้งฉบับ	0.973

ภาคผนวก ข หนังสือตอบรับการตีพิมพ์



ที่ อว ๐๖๓๓.๑๒/๑๑๕.๖๗.๑๒

วารสารนวัตกรรมสังคมและเทคโนโลยี
สื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
๔๑ หมู่ ๕ ตำบลท่าช้าง
อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ๒๒๐๐๐

๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์

เรียน คุณวสันต์ ธรรมยศ และคุณบังอร สวัสดิ์สุข

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา” เพื่อตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมสังคมและเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนซึ่งเป็นวารสารที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation index Centre) หรือ TCI กลุ่ม ๒ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นั้น

บัดนี้ผลการประเมินบทความของท่านได้ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้วและผลประเมินอยู่ในระดับที่สามารถตีพิมพ์ได้โดยจะเผยแพร่บทความของท่านลงในวารสารนวัตกรรมสังคมและเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - เมษายน ๒๕๖๘)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ



(อาจารย์ ดร.สันดุสิต บวรวิษัฏระกุล)

บรรณาธิการ



วารสารนวัตกรรมสังคมและเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
ISSN ๒๕๖๒-๐๔๖๓ (Online)
โทรศัพท์ ๐๘๑-๗๗๕-๓๓๐๐
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSMT/index>, E-mail: Sandusit.13@gmail.com



๑ ศตวรรษ สถาปนาสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี

“Centenary of the Establishment of Her Majesty Queen Rambhai barni”

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	วันสนั่น ธรรมยศ
วัน เดือน ปี เกิด	16 มีนาคม 2540
สถานที่เกิด	ลำปาง
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2562 บช.บ (การบัญชี), มหาวิทยาลัยแม่โจ้, จังหวัดเชียงใหม่
ที่อยู่ปัจจุบัน	162 หมู่ 10 ตำบลท่าผา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง
ผลงานตีพิมพ์	วันสนั่น ธรรมยศ และ บังอร สวัสดิ์สุข. (2568). นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดพะเยา. วารสาร นวัตกรรมสังคมและเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, 8(1), อยู่ระหว่างการตีพิมพ์.
รางวัลที่ได้รับ	-

