

AGRICULTURAL BUSINESS MANAGEMENT TO HIGH-VALUE AGRICULTURE OF AGRIBUSINESS ENTREPRENEURS

Sukhontarod NAMWONG¹, Panamas TREEWANNAKUL^{1*} and Metta RENGKOUNKWAY¹

1 Faculty of Agriculture, Kasetsart University, Thailand; sukhontarod.n@ku.th (S. N.);
panamas.t@ku.th (P. T.) (Corresponding Author)

ARTICLE HISTORY

Received: 19 September 2024

Revised: 3 October 2024

Published: 17 October 2024

ABSTRACT

This research aims to study personal characteristics, agricultural business characteristics, the decision making in innovation and technology, high-value agricultural knowledge, and agricultural business management to elevating the business to high-value agriculture and finding the factors related agricultural business management. The Example was 142 agricultural business entrepreneurs. Collected data by questionnaires. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequencies, percentages, arithmetic mean, Chi-square and correlation coefficient. The results indicated that agricultural business entrepreneurs were male with and average age of 47 years. They had an average 17 years of experience in agriculture. They graduated with a bachelor's degree and had an average 7 years of high-value agricultural business. The most type of business were collected and processed. Mostly do agricultural business/farming by using human labor. They invested to start agricultural businesses less than 500,000 baht and have fixed asset value less than 1,000,000 baht. They gain the profit range between 1-1,000,000 baht/year. Agribusiness entrepreneurs have a high level of innovation/technology decision making. They had a high level of high value agriculture knowledge. They managed agribusiness is quite good. The factors related agricultural business management to elevating the business to high-value agriculture are high value agricultural knowledge and innovation/technology decision making and the agricultural business management

Keywords: High-value Agriculture, Readiness, Elevating the Business, Agricultural Entrepreneurs

CITATION INFORMATION: Namwong, S., Treewannakul, P., & Rengkounkway M. (2024). Agricultural Business Management to High-Value Agriculture of Agribusiness Entrepreneurs. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(10), 50

การจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูงของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร

คลร์ธระจัน นามวงศ์¹, พนามาศ ตริวรณกุล^{1*} และ เมตตา เร่งชวนขวย¹

1 คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์; sukhontarod.n@ku.th (ค. น.); panamas.t@ku.th (พ. ต.)
(ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะธุรกิจเกษตร การตัดสินใจในนวัตกรรมและเทคโนโลยี ความรู้เกษตรมูลค่าสูง การจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการธุรกิจสู่เกษตรมูลค่าสูงของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร จำนวน 142 คน โดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยการทดสอบไครส์แควร์และวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 47 ปี มีประสบการณ์การทำเกษตรเฉลี่ย 17 ปี โดยมีประสบการณ์ทำเกษตร 6-10 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจเกษตรมูลค่าสูง เฉลี่ย 7 ปี ดำเนินธุรกิจประเภทรวบรวมและแปรรูปมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำธุรกิจเกษตร/ทำเกษตรโดยใช้แรงงานคนเป็นหลัก มีการลงทุนธุรกิจเกษตรเริ่มต้น น้อยกว่า 500,000 บาท มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรน้อยกว่า 1,000,000 บาท และมีผลกำไรเฉลี่ยอยู่ระหว่างช่วง 1-1,000,000 บาทต่อปี ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร มีการตัดสินใจในนวัตกรรม/เทคโนโลยีระดับมาก มีความรู้เกษตรมูลค่าสูงระดับมาก และมีการจัดการธุรกิจเกษตรค่อนข้างดี และพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง คือ การตัดสินใจในนวัตกรรม/เทคโนโลยี และความรู้เกษตรมูลค่าสูง

คำสำคัญ: เกษตรมูลค่าสูง, ความพร้อม, การยกระดับธุรกิจ, ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร

ข้อมูลการอ้างอิง: คลร์ธระจัน นามวงศ์, พนามาศ ตริวรณกุล และ เมตตา เร่งชวนขวย. (2567). การจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูงของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(10), 50

บทนำ

ปัจจุบันเกษตรกรไทยมีมากกว่า 12 ล้านคน และพื้นที่การทำเกษตรมากกว่าร้อยละ 90 ยังปลูกพืชหลักเพียง 6 ชนิด คือ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด และปาล์มน้ำมัน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2566) ซึ่งสินค้าเกษตรเหล่านี้มีราคาผันผวนตามสภาพภูมิอากาศและอุปทานตลาดโลก ทำให้เกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยไม่แน่นอนและอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ซึ่งหากแก้ปัญหาโดยใช้วิธีเพิ่มปริมาณการผลิตก็จะส่งผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้เกิดความเสื่อมโทรมมากขึ้นและไม่สอดคล้องกับโครงสร้างแรงงานภาคเกษตรที่มีอายุมากขึ้น ดังนั้น การใช้แนวทางอื่น ได้แก่ การยกระดับผลผลิตทางการเกษตรให้มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และสร้างมาตรฐานสินค้าตามคุณภาพ จะเป็นแนวทางในการเพิ่มคุณค่าและทำให้มูลค่าผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มขึ้นได้ และจะทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มในที่สุด ด้วยเหตุนี้แนวทางการยกระดับสินค้าเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง จึงเป็นแนวทางสำคัญที่ประเทศนำมาใช้แก้ปัญหาผลผลิตเกษตรตกต่ำ โดยนำฐานความเข้มแข็งของประเทศมาผสมผสานด้วยการนำความหลากหลายทั้งทางชีวภาพและทางวัฒนธรรมมาช่วยส่งเสริมและพัฒนาให้สินค้าและบริการมีมูลค่าเพิ่มสูง ด้วยการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมดิจิทัลสมัยใหม่มาต่อยอด พัฒนา เพิ่มคุณค่าผ่านอัตลักษณ์พื้นถิ่นหรือการทำเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการสร้างเรื่องราวให้กับสินค้าจนสามารถยกระดับมูลค่าในห่วงโซ่การผลิตสินค้าและบริการ ก็จะสามารถสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน และอาจส่งผลไปถึงการเพิ่มการกระจายรายได้ โอกาส และความมั่งคั่งแบบทั่วถึง (Inclusive Growth) ได้ในที่สุด (คณะกรรมการการเกษตรและสหกรณ์ วุฒิสภา, 2565)

นอกจากนี้ จากทิศทางและแนวโน้มของสินค้าเกษตร พบว่า ความต้องการบริโภคสินค้าเกษตรมูลค่าสูงที่มีคุณภาพและปลอดภัยกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในไทยและต่างประเทศ (วรรณวิภา ไตลังคะ และ โชติ บดีรัฐ, 2565) ทำให้ “เกษตรมูลค่าสูง” หรือ “เกษตรสร้างมูลค่า” หรือ “เกษตรแบบสร้างมูลค่าเพิ่ม” ได้รับความสำคัญและถูกนำมากำหนดเป็นประเด็นสำคัญในแผนยุทธศาสตร์ชาติ ทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) ที่กำหนดให้เกษตรมูลค่าสูงเป็นหมุดหมายที่ 1 ของประเทศ โดยอยู่ในมิติภาคการผลิตและบริการเป้าหมาย และอยู่ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เกษตรสร้างมูลค่า และแผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561-2580) ภายใต้แผนการปฏิรูปประเทศ (แผน Big Rock) ด้านเศรษฐกิจการสร้างเกษตรมูลค่าสูง (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565; กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565; กรมพัฒนาที่ดิน, มปป.) โดยมีเป้าหมายที่สอดคล้องกัน คือ การส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง และแม้ว่าการส่งเสริมและพัฒนาเกษตรสร้างมูลค่าสูงหรือสร้างห่วงโซ่อุปทานสินค้าและบริการมูลค่าเพิ่มสูงจะได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังมากขึ้น โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้จัดทำโครงการขับเคลื่อนการเกษตรระดับหมู่บ้านสู่การผลิตสินค้าเกษตรมูลค่าสูงมาตั้งแต่ปี 2565 จนถึงปัจจุบัน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2565) แต่ยังไม่เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจน ทั้งนี้เนื่องจากเป็นสิ่งใหม่สำหรับเกษตรกรในประเทศ และในกระบวนการของการยกระดับสู่การทำเกษตรมูลค่าสูงนั้น จำเป็นต้องมีกระบวนการเตรียมความพร้อมทั้งด้านปริมาณ คุณภาพมาตรฐานของทรัพยากรที่เป็นปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตรเริ่มต้นก่อนเข้าสู่กระบวนการแปรรูปด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งหมายถึง เกษตรกรหรือผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการจัดการธุรกิจเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทานที่ดี ดังนั้นในการเตรียมความพร้อมให้เกษตรกรหรือผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรให้มีความรู้หรือทักษะเพียงพอต่อการทำเกษตรมูลค่าสูง รวมทั้งสร้างความเข้าใจในการยกระดับสินค้าของตนให้พร้อมเข้าสู่กระบวนการพัฒนาและก้าวสู่การเป็นเกษตรมูลค่าสูงได้ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง แต่ปัจจุบันยังไม่พบว่ามีเกษตรกรรายใดในประเด็นของเกษตรมูลค่าสูงในกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตรโดยตรง ผู้วิจัยเห็นความสำคัญดังกล่าว จึงศึกษาการทำธุรกิจเกษตรของเกษตรกรหรือผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรมีลักษณะอย่างไร มีรูปแบบการทำธุรกิจอย่างไร มีความสามารถในการจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูงได้มากน้อยระดับใด และค้นหาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการจัดการธุรกิจสู่เกษตรมูลค่าสูง จึงกำหนดวัตถุประสงค์วิจัย ดังนี้ 1) ศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะธุรกิจเกษตร การตัดสินใจในนวัตกรรมและเทคโนโลยี ความรู้เกษตรมูลค่าสูง 2) การจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง และ 3) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการธุรกิจสู่เกษตรมูลค่าสูงของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร

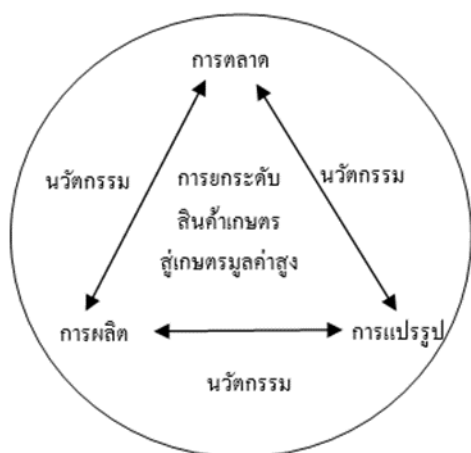
เพื่อทราบสถานการณ์ปัจจุบันในการจัดการธุรกิจเกษตรของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร รวมถึงทราบปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการบริหาร เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาเกษตรกรและผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรให้สามารถยกระดับธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูงต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

การรวบรวมความหมายของเกษตรมูลค่าสูง จากองค์การภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภาคเกษตรในประเทศไทย พบว่า ให้ความหมายสอดคล้องกัน โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2565) ให้ความหมายว่า การทำเกษตรกรรมขั้นต้น เกษตรอัตลักษณ์ หรือเกษตรแปรรูปเพื่อจำหน่าย โดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อผลิตสินค้าที่ปลอดภัย ได้มาตรฐาน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมุ่งแบ่งปันผลประโยชน์ ในขณะที่กรมส่งเสริมการเกษตร (2565) ให้ความหมายว่า การนำผลิตผลทางการเกษตรมาแปรรูปต่างจากลักษณะเดิมไป โดยเป็นกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน ซึ่งอาจแปรรูปตามธรรมชาติให้ต่างไปจากเดิม เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีทั้งสินค้าเกษตรที่ไม่ใช่อาหารและอาหาร กรมพัฒนาที่ดิน (มปป.) ให้ความหมายว่า การทำเกษตรกรรมขั้นต้นหรือแปรรูปเพื่อจำหน่ายที่มุ่งสู่การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม (Profit Sharing) ให้เกษตรกรส่งผลให้รายได้เงินสดสุทธิเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ต่อปี หอการค้าไทยและสภาหอการค้าไทย (2566) ให้ความหมายว่า เกษตรสมัยใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value) เป็นการทำเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) และเกษตรแม่นยำ (Precision Farming) ซึ่งมุ่งเน้นหลัก 3 ข้อ คือ คุณภาพสูง ประสิทธิภาพสูง และต้นทุนต่ำ และ ศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรม ธ.ก.ส. (2567) ให้ความหมายว่า การเกษตรที่สามารถยกระดับคุณภาพและมูลค่าสินค้าผ่านกระบวนการผลิต การแปรรูปตลอดห่วงโซ่มูลค่าของสินค้าเกษตร โดยมีการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้เพื่อให้สินค้าได้มาตรฐานความปลอดภัย หรือมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือมาตรฐานที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และทำให้สามารถเพิ่มรายได้ผลตอบแทนทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน ส่วนการวิจัยของต่างประเทศ ไม่มีการให้ความหมายของเกษตรมูลค่าสูงโดยตรง แต่มีคำที่มีความหมายใกล้เคียง คือ เกษตรมูลค่าเพิ่ม (Value Added Agriculture) โดยเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตที่เป็นวัตถุดิบ (Raw Product) โดยนำเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตอย่างใดอย่างหนึ่ง หรืออาจมีการดำเนินการตลอดขั้นตอนการผลิตตั้งแต่แรกเริ่มจนกระทั่งได้ผลิตภัณฑ์ที่ถึงมือผู้บริโภค ซึ่ง Coltrain, Barton and Boland (2000 อ้างใน Vincent Amanor-Boadu, 2003) ให้ความหมาย เกษตรมูลค่าเพิ่มว่าเป็นกระบวนการเชิงเศรษฐศาสตร์ที่นำมาใช้ในเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยเปลี่ยนสถานที่ เวลา และรูปแบบ ที่มีอยู่ในปัจจุบันไปเป็นรูปแบบใหม่ที่ตรงกับความต้องการของตลาดมากกว่าแหล่งที่มา และให้ความสำคัญกับการให้คุณค่ากับผู้บริโภค การจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ สถานที่ เวลา คุณภาพ ประโยชน์ใช้สอย และอัตลักษณ์ที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายในราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมที่เป็นวัตถุดิบที่มีลักษณะทั่วไปและไม่มีความโดดเด่นหรือคุณสมบัติที่เพิ่มมากกว่าเดิม ซึ่งจากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปว่า เกษตรมูลค่าสูง หมายถึง การปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำเกษตรกรรมจากทำเกษตรขั้นต้นโดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เพื่อให้สินค้ามีมูลค่าที่สูงขึ้นทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า รวมถึงเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีความปลอดภัยได้มาตรฐาน และทำให้เกษตรกรมีรายได้จากผลผลิตเกษตรนั้นเพิ่มขึ้น

สำหรับแนวคิดในการศึกษา ผู้วิจัยนำแนวคิดการยกระดับสินค้าเกษตร ของ Roger Norton (, 2017) ที่กล่าวถึงห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์การเกษตร (Value Chain of Agricultural Products) ว่าเป็นการทำกิจกรรมที่สัมพันธ์และเพิ่มมูลค่าตั้งแต่การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ ตลอดจนถึงขั้นตอนการจำหน่าย โดยเชื่อมโยงผู้ผลิต ผู้แปรรูปและตลาดเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งต้นทางห่วงโซ่มูลค่า คือ ผู้ผลิตหรือเกษตรกรที่ทำหน้าที่เพาะปลูกพืชผลหรือเลี้ยงสัตว์ และปลายทางห่วงโซ่มูลค่า คือ ผู้บริโภคใช้สินค้าและบริการ โดยระหว่างกลางห่วงโซ่มูลค่า คือ บุคคลและกลุ่มบุคคลต่างๆ โดยสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์การเกษตรในช่วงใดหรือขั้นตอนใดก็ได้ ไม่จำเป็นการปลูก เพาะเลี้ยง ซื้อมา แปรรูป ขนส่ง เก็บรักษา ตรวจสอบ และบรรจุผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ การจะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพต้องเกิดจากความร่วมมือ ส่งเสริมกัน

ต้องมีเป้าหมายเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น สร้างรายได้ที่มากขึ้นให้ทุกคนที่เข้ามามีส่วนร่วมในตลอดเส้นทาง และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคและได้ผลตอบแทนเพิ่ม นอกจากนี้ จากแนวคิดการยกระดับ (Upgrading) ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์การเกษตรของ ไมเคิล พอร์ตเตอร์ (Wondershare EdrawMax Online, 2024) กล่าวว่า แนวทางการยกระดับสินค้าเกษตรต้องมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มผลตอบแทนหรือลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจหรือทำให้เกิดผลทั้งสองประการ โดยเพิ่มมูลค่าที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ ราคา ระยะเวลาในการจัดส่ง ความคล่องตัวในการจัดส่ง รวมถึงไอเดียใหม่ๆ ที่มีความสร้างสรรค์ ซึ่งมูลค่าจะเพิ่มแปรผันกับความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภค ซึ่งการยกระดับธุรกิจต้องมีการปรับปรุงทักษะ และเรียนรู้ทักษะใหม่ ทั้งในการทำการเกษตรและทำธุรกิจ การทำความรู้จักกับหุ้นส่วนหรือผู้ร่วมงานรายใหม่ รวมถึงแนวคิดใหม่ๆ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด โดยมีกลยุทธ์สำคัญ 4 แนวทาง คือ 1) การยกระดับกระบวนการเพื่อเพิ่มผลตอบแทนหรือลดต้นทุนการผลิตด้วยการปรับปรุงวิธีการทำการเกษตรกรรมและการจัดเก็บผลิตผล รวมถึงการทำการตลาดหรือการทำบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ 2) การสร้างความร่วมมือกับหุ้นส่วนอื่นๆ ในขั้นตอนเดียวกันของห่วงโซ่เพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้ได้ปัจจัยการผลิตถูกลง การมีตลาดเพิ่มขึ้นหรือสร้างตลาดใหม่ รวมถึงจัดการให้ผลิตภัณฑ์ได้ใบรับรองคุณภาพ 3) การเปลี่ยนแปลงปฏิสัมพันธ์จากการซื้อขายเป็นครั้งคราวเป็นการสร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีความสัมพันธ์ระยะยาวกับหุ้นส่วนอื่นๆ ที่ไม่ได้อยู่ในขั้นตอนเดียวกันในห่วงโซ่คุณค่า เช่น ผู้แปรรูปผลผลิต ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือการทำเกษตรพันธสัญญา 4) การยกระดับปฏิบัติการด้วยการเพิ่มหน้าที่ของเกษตรกรในห่วงโซ่คุณค่าให้มากขึ้น โดยนอกจากทำหน้าที่ผู้ผลิตเพียงอย่างเดียว ต้องทำการแปรรูป บรรจุสินค้า และขายสินค้าเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวได้จำเป็นต้องมีเครื่องมือช่วยเพิ่มพูนความรู้และทักษะ เงินทุน รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ต่างๆ เพิ่มขึ้นมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสรุป การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์การเกษตร เป็นกิจกรรมต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับหลายกิจกรรมตั้งแต่กระบวนการผลิตที่ต้องนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในห่วงโซ่คุณค่า ผู้วิจัยจึงสรุปว่า แนวทางในการยกระดับสินค้าเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง 3 ด้าน ทั้งด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด โดยไม่ว่าจะเป็นการยกระดับในช่วงใดก็มีความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาเป็นปัจจัยสนับสนุนจึงนำเสนอแนวทางการยกระดับธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง เป็นความสัมพันธ์ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แนวทางการยกระดับสินค้าเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง
ที่มา: ประมวลโดยผู้วิจัย

เนื่องจากธุรกิจเกษตรเป็นการดำเนินธุรกิจประเภทหนึ่ง ซึ่งจำเป็นต้องใช้ศาสตร์การบริหารหรือการจัดการ โดยเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและให้บรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งการบริหารงานจะประสบความสำเร็จได้ต้องใช้ทรัพยากร ได้แก่ บุคลากรที่มีคุณภาพ งบประมาณและวัสดุอุปกรณ์เพียงพอ รวมถึงมีการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหรือทรัพยากรที่สำคัญ 4 ปัจจัย มาประกอบกัน นอกจากนี้ ในการบริหารจัดการ

เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์เกษตรขั้นต้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสูงหรือเป็นมูลค่าสูงจะมีความเกี่ยวข้องกับการบริหารการผลิต โดยต้องบริหารกระบวนการแปรรูปปัจจัยนำเข้าให้เป็นผลผลิตที่มีมูลค่ากว่าผลรวมของปัจจัยนำเข้า โดยมี 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) คือ ทรัพยากรขององค์การที่ใช้ผลิต ทั้งที่เป็นสินทรัพย์ที่มีตัวตน (Tangible Asset) เช่น วัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ และสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Asset) เช่น แรงงาน ระบบการจัดการ ข้าราชการ ทรัพยากรที่ใช้จะต้องมีคุณสมบัติและประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมและมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ เพื่อให้สินค้าสำเร็จรูปสามารถแข่งขันทางด้านราคาได้ในตลาด 2) กระบวนการแปลงสภาพ (Conversion Process) เป็นขั้นตอนนำปัจจัยนำเข้าผ่านเข้ามามีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ และ 3) ผลผลิต (Output) เป็นผลได้จากกระบวนการผลิตที่มีมูลค่าสูงกว่าปัจจัยนำเข้าที่รวมกัน เนื่องจากการผ่านกระบวนการแปลงสภาพ ซึ่งผลผลิตแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ สินค้า (Good) และบริการ (Services) และส่วนบอกล้าง คือ การควบคุมการทำงานของกระบวนการเพื่อให้ระบบการผลิตบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และแม้ว่าในการยกระดับธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูงจะเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ ธุรกิจเกษตรโดยตรง แต่เนื่องจากกระบวนการยกระดับจำเป็นต้องใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในเกือบทุกกระบวนการ จึงแสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญของการทำเกษตรมูลค่าสูง ซึ่งตรงกับแนวคิดของ พงศกร เอี่ยมสะอาด, ศุภกร ลิ้มคุณธรรมโม และ ประสพชัย พสุพนธ์ (2559) กล่าวว่า นวัตกรรม คือ กระบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งใหญ่เล็ก ไม่ว่าจะเปลี่ยนแปลงมากหรือน้อยต่อผลิตภัณฑ์บริการและกระบวนการในการเสนอความใหม่กับองค์กร ซึ่งเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าและความรู้ขององค์กร และจากการศึกษาของ Zhao (2005) พบว่า นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกและเป็นสิ่งที่ช่วยให้องค์กรเติบโต การผสมผสานของทั้งสองมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรและความยั่งยืนในสภาพแวดล้อมที่มีพลวัตและเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมจะไม่ได้จำกัดไว้ในระยะเริ่มต้นของธุรกิจใหม่ แต่เป็นกระบวนการขับเคลื่อนแบบบูรณาการและเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาพฤติกรรมของผู้ประกอบการและนวัตกรรมในองค์กร ทั้งนี้ ในการยอมรับนวัตกรรมนั้น Roger and Shoemaker (1978) กล่าวว่า เป็นกระบวนการ ซึ่งเป็นการแสดงพฤติกรรมของบุคคลถึงการยอมรับและนำไปปฏิบัติ ซึ่ง Everette M. Rogers (อ้างใน ฅภัทร งามวิสัย, 2558) อธิบายถึงการยอมรับนวัตกรรมว่า บุคคลจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบกระบวนการในการตัดสินใจ ตามแบบจำลองการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (A model of the innovation decision process) 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 การรับรู้ ขั้นที่ 2 สนใจ ขั้นที่ 3 ประเมินค่า ขั้นที่ 4 ทดลอง และ ขั้นที่ 5 ยอมรับ โดยสรุปแล้วจะเป็นกระบวนการที่เกิดเป็นลำดับขั้นตอนโดยเกี่ยวข้องกับความรู้ ความคิดของบุคคล บุคลิกภาพ และค่านิยม ตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคม หรือประสบการณ์เดิม ซึ่งในการศึกษาการยกระดับธุรกิจเกษตรสู่การทำเกษตรมูลค่าสูงครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาปรับใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจ

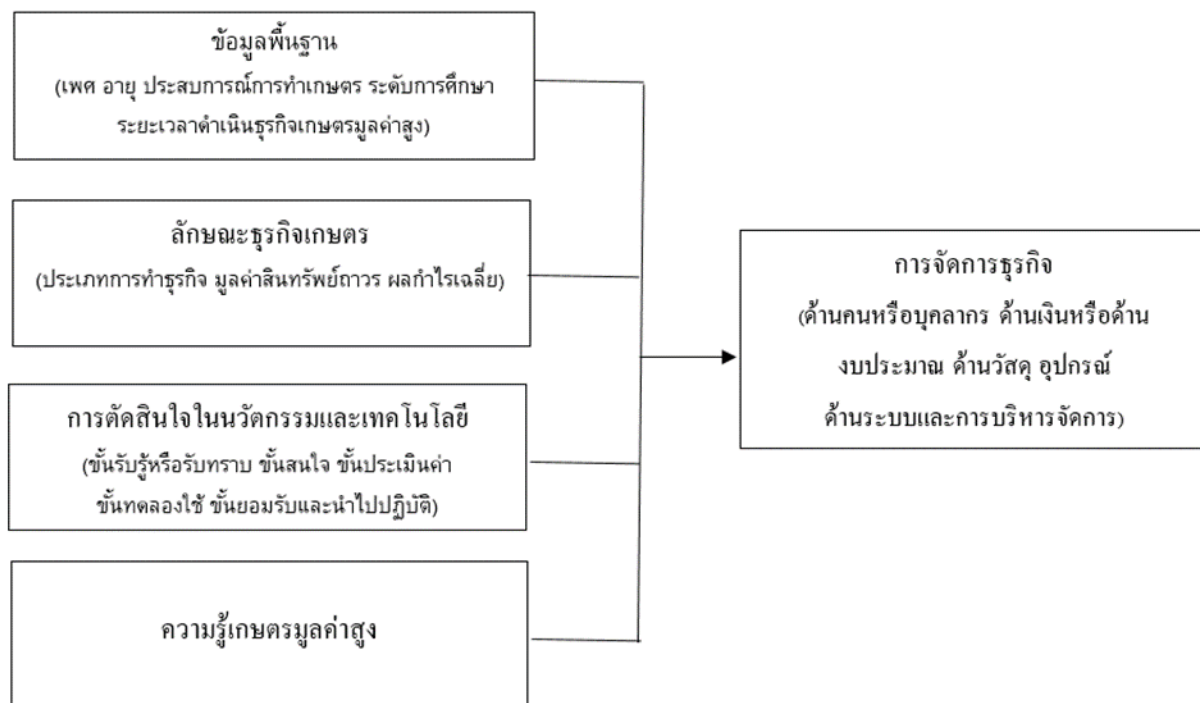
ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอีกปัจจัยหนึ่ง คือ ความรู้ โดย Roger (1983 อ้างใน แสงสุข พิทยานุกุล, 2566) กล่าวถึง ทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรม (KAP) โดยองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อ และทัศนคติ เป็นองค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึกเชิงบวกและลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม รวมถึงความโน้มเอียงที่จะประพฤติตนในทางที่กำหนดได้ ซึ่งจากการศึกษาของ วรวิทย์ พันธามา และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร (2565) พบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์ต่อคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ และการศึกษาของศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรม ธ.ก.ส. (2563) ที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เกษตรและสถาบันเกษตรกร และศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเกษตรที่เหมาะสม มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน (2565) พบว่า ปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญที่ทำให้เกษตรกร สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการยอมรับในการนำเทคโนโลยีไปใช้ คือ ความรู้ในการใช้เทคโนโลยี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรการตัดสินใจในนวัตกรรมและเทคโนโลยี และ

ความรู้เกษตรมูลค่าสูงมาทำการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยและกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ไว้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐาน ลักษณะธุรกิจเกษตร การตัดสินใจในนวัตกรรมและเทคโนโลยี และความรู้เกษตรมูลค่าสูงมีความสัมพันธ์กับการจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากประชากรซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรที่เข้าร่วมโครงการเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเกษตรมูลค่าสูงของ ร.ก.ส. ในปี 2565-2566 และยังดำเนินธุรกิจอยู่ ณ ปัจจุบัน ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ จำนวน 251 คน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยการเทียบตารางกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 142 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ประกอบด้วย 6 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานและลักษณะธุรกิจเกษตรของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร มีลักษณะข้อคำถามแบบเลือกตอบและปลายเปิด ตอนที่ 2 การตัดสินใจในนวัตกรรมและเทคโนโลยี มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า ตอนที่ 3 ความรู้เกษตรมูลค่าสูง เป็นแบบทดสอบความรู้ ตอนที่ 4 การจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า และตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ เป็นคำถามปลายเปิด หากคุณภาพเครื่องมือ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (IOC) มีค่ามากกว่า 0.5 และนำแบบสอบถาม ตอนที่ 2, 4, 5 ส่วนที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่าไปทดสอบค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่น โดยทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) คำนวณได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ระหว่าง 0.374-0.919 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ระหว่าง 0.912-0.965 และตอนที่ 3 ความรู้เกษตรมูลค่าสูง ได้ค่าความยากง่าย อยู่ระหว่าง 0.23-0.80 และค่า KR-20 ที่ 0.916 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) และการทดสอบไคร้สแควร์ (Chi-square)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและลักษณะธุรกิจเกษตร พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรเป็นเพศชาย ร้อยละ 50.70 มีอายุเฉลี่ย 47 ปี มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 35.21 มีประสบการณ์การทำเกษตรเฉลี่ย 17 ปี มีประสบการณ์การทำเกษตรอยู่ระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 31.69 ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.59 มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจเกษตรมูลค่าสูง เฉลี่ย 7 ปี โดยมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจเกษตรมูลค่าสูงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ร้อยละ 54.93 ประกอบธุรกิจเกษตรที่ภาคกลาง และกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 29.58 ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร ดำเนินธุรกิจประเภทรวบรวมและแปรรูป ร้อยละ 78.17 ดำเนินธุรกิจประเภทขายตรง/ขายส่ง และทำการตลาด ร้อยละ 63.38 และดำเนินธุรกิจประเภทผลิต ปุ๋ย และเก็บเกี่ยว ร้อยละ 58.45 มีรูปแบบการทำธุรกิจเกษตร/ทำเกษตร โดยใช้แรงงานคนเป็นหลัก ร้อยละ 46.48 การลงทุนธุรกิจเกษตรเริ่มต้น น้อยกว่า 500,000 บาท ร้อยละ 60.56 มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร น้อยกว่า 1,000,000 บาท ร้อยละ 44.36 และมีผลกำไรเฉลี่ยอยู่ระหว่างช่วง 1-1,000,000 บาทต่อปี ร้อยละ 85.92

การตัดสินใจในนวัตกรรม/เทคโนโลยี พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรมีการตัดสินใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) โดยด้านการประเมินค่า มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมา คือ ด้านความสนใจ ด้านการทดลองใช้ ด้านการรับรู้ และด้านการยอมรับมีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.56, 4.48, 4.39, 4.29$ และ 4.10 ตามลำดับ) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจในนวัตกรรม/เทคโนโลยีของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร

การตัดสินใจในเทคโนโลยี/นวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ด้านการรับรู้	4.29	0.63	มาก
ด้านความสนใจ	4.48	0.61	มาก
ด้านการประเมินค่า	4.56	0.61	มาก
ด้านการทดลองใช้	4.39	0.6	มาก
ด้านการยอมรับ	4.10	0.74	มาก
รวมเฉลี่ย	4.4	0.54	มาก

ความรู้เกษตรมูลค่าสูงของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรมีความรู้เกษตรมูลค่าสูงระดับมาก (คะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ย 19.53) คิดเป็นร้อยละ 54.23 และที่มีความรู้ระดับน้อย (คะแนนน้อยกว่าค่าเฉลี่ย 19.53) คิดเป็นร้อยละ 45.75 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร จำแนกตามระดับความรู้เกษตรมูลค่าสูง

ระดับความรู้เกษตรมูลค่าสูง	จำนวน	ร้อยละ
มีความรู้ต่ำ (ตอบถูกน้อยกว่า 15 ข้อ)	12	8.45
มีความรู้ปานกลาง (ตอบถูก 15-19 ข้อ)	53	37.32
มีความรู้มาก (ตอบถูกมากกว่า 19 ข้อขึ้นไป)	77	54.23
คะแนนน้อยที่สุด 0 คะแนน คะแนนมากที่สุด 24 คะแนน และ คะแนนเฉลี่ย 19.53 คะแนน		

การจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรบริหารจัดการธุรกิจเกษตรในระดับค่อนข้างดีทุกด้าน โดยการจัดการด้านบุคลากร มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมา คือ การจัดการด้านระบบและบริหารจัดการ การจัดการด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ และการจัดการด้านงบประมาณ มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.00, 3.79, 3.68$ ตามลำดับ) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร จำแนกตามการจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง

การจัดการธุรกิจเกษตร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ด้านบุคลากร	4.14	0.69	ค่อนข้างดี
ด้านงบประมาณ	3.68	0.89	ค่อนข้างดี
ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์	3.79	0.84	ค่อนข้างดี
ด้านระบบและบริหารจัดการ	4.00	0.75	ค่อนข้างดี
การบริหารจัดการภาพรวม	3.91	0.69	ค่อนข้างดี

ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างข้อมูลพื้นฐาน (เพศ ระดับการศึกษา) ประเภทธุรกิจเกษตร และรูปแบบการทำธุรกิจเกษตร/ทำเกษตรของผู้ประกอบการธุรกิจ พบว่า ไม่มีปัจจัยใดที่มีความสัมพันธ์กับการจัดการธุรกิจเกษตร ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐาน (เพศ ระดับการศึกษา) ประเภทธุรกิจเกษตร รูปแบบการทำธุรกิจเกษตร/ทำเกษตร กับการจัดการธุรกิจเกษตร

ปัจจัย	X ²	P-Value	สรุปผล
ข้อมูลพื้นฐาน			
เพศ	54.234	0.216	ไม่พบความสัมพันธ์
ระดับการศึกษา	260.654	0.814	ไม่พบความสัมพันธ์
ประเภทธุรกิจเกษตร			
ผลิต ปุ๋ย และเก็บเกี่ยว	46.030	0.513	ไม่พบความสัมพันธ์
รวบรวมและแปรรูป	57.347	0.143	ไม่พบความสัมพันธ์
ขายตรง/ขายส่ง และทำการตลาด	60.873	0.084	ไม่พบความสัมพันธ์
รูปแบบการทำธุรกิจเกษตร/ทำเกษตร	136.054	0.602	ไม่พบความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างข้อมูลพื้นฐาน (อายุ ประสบการณ์การทำเกษตร ระยะเวลาดำเนินธุรกิจเกษตรมูลค่าสูง) ขนาดธุรกิจ การตัดสินใจในนวัตกรรม/เทคโนโลยี ความรู้เกษตรมูลค่าสูง กับการจัดการธุรกิจเกษตร พบว่า การตัดสินใจในนวัตกรรม/เทคโนโลยี และความรู้เกษตรมูลค่าสูง มีความสัมพันธ์กับการจัดการธุรกิจเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐาน (อายุ ประสบการณ์การทำงาน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ เกษตรมูลค่าสูง) ขนาดธุรกิจ การตัดสินใจในนวัตกรรม/เทคโนโลยี ความรู้เกษตรมูลค่าสูง กับการจัดการธุรกิจเกษตร

ปัจจัย	Pearson Correlation	P-Value	สรุปผล
ข้อมูลพื้นฐาน			
อายุ (ปี)	-0.077	0.365	ไม่พบความสัมพันธ์
ประสบการณ์ทำงาน (ปี)	-0.077	0.365	ไม่พบความสัมพันธ์
ระยะเวลาดำเนินธุรกิจเกษตรมูลค่าสูง (ปี)	0.007	0.933	ไม่พบความสัมพันธ์
ขนาดธุรกิจ			
การลงทุนธุรกิจเริ่มต้น (บาท)	0.153	0.070	ไม่พบความสัมพันธ์
มูลค่าสินทรัพย์ถาวร (บาท)	0.031	0.713	ไม่พบความสัมพันธ์
ผลกำไรเฉลี่ยต่อปี (บาท)	0.097	0.251	ไม่พบความสัมพันธ์
การตัดสินใจในนวัตกรรม/เทคโนโลยี	0.203*	0.015	พบความสัมพันธ์
ความรู้เกษตรมูลค่าสูง	0.167*	0.046	พบความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปและการอภิปรายผล

จากการศึกษา พบว่า ความรู้เกษตรมูลค่าสูง มีความสัมพันธ์กับการจัดการธุรกิจเกษตร เนื่องจากความรู้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ที่ทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนแปลง และเมื่อเกิดการเรียนรู้แล้วจะสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้อย่างถาวร ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของศูนย์วิจัยและพัฒนานวัตกรรม ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2567) ที่พบว่า แนวทางในการยกระดับการทำเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูงของเกษตรกรและผู้ประกอบการ คือ การเพิ่มเติมน้องความรู้และทักษะการทำเกษตรมูลค่าสูง ทั้งความรู้พื้นฐานในการทำเกษตรมูลค่าสูง ความรู้ในการการตลาด รวมไปถึงการเพิ่มทักษะและประสบการณ์ตรง ดังนั้น จึงทำให้ความรู้ในเกษตรมูลค่าสูงมีความสัมพันธ์กับการจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงของ เคิร์ท เลวิน (1951, อ้างใน Priyanka Malik, 2022) ที่กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญระดับตัวบุคคลเป็นตัวผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยต้องเกิดจากความรู้สึกภายในบุคคลที่เกิดความสนใจจนเกิดการรับรู้ เกิดเป็นความตระหนักรู้ และเกิดเป็นความเชื่อ และเมื่อสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมจูงใจหรือสนับสนุน จึงจะเกิดการพิจารณา พินิจพิจารณาและให้ความสำคัญ เกิดเป็นค่านิยมจนนำไปสู่การตัดสินใจที่จะเปิดใจยอมรับและเปลี่ยนพฤติกรรมในที่สุด และจากการที่พบว่า การตัดสินใจในนวัตกรรม/เทคโนโลยีของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการจัดการธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูง ทั้งนี้ อาจเนื่องจากนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สินค้าเกษตรสามารถเพิ่มมูลค่าหรือทำให้มีมูลค่าสูงกว่าเดิมได้ โดยจะนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจเกษตร ทั้งในมิติของการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การปรับกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือแม้แต่การแปรรูปสินค้าเกษตร รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการพัฒนาช่องทางการตลาดได้ ดังนั้น การจัดการธุรกิจสู่เกษตรมูลค่าสูงจึงมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ (2563) ที่กล่าวถึงประโยชน์ของนวัตกรรมว่าสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน (Productivity) โดยทำให้องค์กรทำงานได้เร็วมากขึ้น และอาจทำให้กระบวนการหลายขั้นตอนมีประสิทธิภาพมากขึ้น และจากแนวคิดของ วุฒิน เพชรพงศ์พันธ์ (2566) กล่าวว่า นวัตกรรมมีความสำคัญมากต่อการดำเนินธุรกิจ โดยหากองค์กรใดไม่สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตัวเองด้วยสิ่งใหม่ย่อมยากที่จะประสบความสำเร็จในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Zhao (2005) ที่พบว่า นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกและเป็นสิ่งที่จะช่วยให้องค์กรเติบโต เนื่องจากผู้ประกอบการและนวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกื้อกูลกันและมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรและความยั่งยืน และจากการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการสร้างสรรค

นวัตกรรมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ Qingya Li (2564) พบว่า กระบวนการส่งเสริมนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กรซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรและด้วยกระบวนการของการทำเกษตรมูลค่าสูงจำเป็นต้องนำนวัตกรรม/เทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการดำเนินธุรกิจ จึงอาจเป็นเหตุผลให้ผู้การตัดสินใจในนวัตกรรม/เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการจัดการธุรกิจสู่เกษตรมูลค่าสูง และตามแนวคิดแบบจำลองการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมของ Everett M. Rogers (อ้างถึงใน ฅนัทร งามวิสัย, 2558) ที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกระบวนการในการตัดสินใจเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม 5 ขั้นตอน เริ่มจากขั้นความรู้ (Knowledge Stage) โดยเมื่อบุคคลได้สัมผัสนวัตกรรมและเริ่มศึกษาหาข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจถึงหน้าที่ของนวัตกรรมนั้นและเกิดความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม บุคคลจะเกิดการตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรมและเกิดเป็นความตระหนักรู้ (Awareness Knowledge) ซึ่งหากมีความรู้ว่ำนวัตกรรมนั้นสามารถทำหน้าที่อะไรบ้าง จะทำให้เกิดกระบวนการขั้นต่อมา คือ การหาความรู้ในวิธีการใช้นวัตกรรม (How-to Knowledge) โดยจะทำให้รู้แหล่งติดต่อสื่อสารกับสื่อมวลชน การติดต่อกับหน่วยงานราชการ ซึ่งความรู้ประเภทนี้จะช่วยให้ใช้นวัตกรรมได้อย่างถูกต้อง และหากนวัตกรรมยังมีความซับซ้อนมากเท่าใด ความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ขั้นนี้ก็จะยิ่งมากขึ้น และในทางกลับกันหากขาดความรู้ด้านนี้ก็จะทำให้เกิดการปฏิเสธนวัตกรรมได้มาก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- 1) ความรู้เป็นปัจจัยสำคัญ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและยกระดับความรู้ให้กับผู้ประกอบการควรสนับสนุนองค์ความรู้ให้ครอบคลุมองค์ความรู้ที่สำคัญ ได้แก่ การผลิตเพื่อลดต้นทุน การทำการตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ และขั้นตอนกระบวนการในการขอมาตรฐานความปลอดภัยหรือมาตรฐานการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเกษตรมูลค่าสูง
- 2) การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจเกษตรมูลค่าสูงควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นสถาบันการเงินควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจเกษตรมูลค่าสูงให้สอดคล้องกับลักษณะของการดำเนินธุรกิจ และพิจารณาเงื่อนไขและอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาชำระคืนที่เหมาะสมกับขนาดธุรกิจและลักษณะธุรกิจ
- 3) หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนการสร้างเครือข่ายพี่เลี้ยงในการดำเนินธุรกิจเกษตรมูลค่าสูง และมีที่ปรึกษาด้านการเงินและการทำธุรกิจเกษตร ในการให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาหรือสามารถให้คำแนะนำในการประสานงานกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ
- 4) การพัฒนาฐานข้อมูลหรือแหล่งรวบรวมข้อมูลที่สามารถสนับสนุนข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ควรดำเนินการตลอดช่วงเวลาการทำธุรกิจเกษตรมูลค่าสูง อาทิ นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่สำหรับธุรกิจแต่ละประเภท กฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาพร้อมช่องทางในการติดต่อ เป็นต้น
- 5) ผู้ประกอบการจะมีความมั่นใจและกล้าตัดสินใจลงทุนในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ เมื่อได้เห็นตัวอย่างที่แสดงผลลัพธ์เชิงประจักษ์ ดังนั้น ควรมีสถานที่สำหรับให้ผู้ประกอบการสามารถไปศึกษาดูงานจากสถานที่จริง หรือมีแปลงสาธิต โดยให้ครอบคลุมทุกธุรกิจที่สามารถดำเนินธุรกิจเกษตรมูลค่าสูงได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรทั่วประเทศ
- 2) ควรศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรมากขึ้น
- 3) ควรมีการศึกษากรณีศึกษาและถอดองค์ความรู้จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโดยสามารถยกระดับธุรกิจเกษตรสู่เกษตรมูลค่าสูงได้สำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาที่ดิน. (มปป.). *Big Rock เกษตรมูลค่าสูง*. สืบค้นจาก https://www.idd.go.th/WEB_Download/Data/Info/Professor/BigRock/BigRock.pdf.

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2565). *แผนปฏิบัติการราชการประจำปี 2565*. เอกสารเผยแพร่.

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2565). โครงการขับเคลื่อนการเกษตรระดับหมู่บ้านสู่การผลิตสินค้าเกษตรมูลค่าสูง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. สืบค้นจาก <https://www.moac.go.th/agrivillage-home>.
- คณะกรรมการการเกษตรและสหกรณ์ วุฒิสภา. (2565). การศึกษาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรสร้างมูลค่าภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2566). เอกสารปรับปรุงหลักสูตร. สืบค้นจาก <https://www.edu.chula.ac.th/sites/default/files/users/user114/4.%20Bloom%E2%80%99s%20Taxonomy%20of%20Learning.pdf>.
- ณภัทร งามวิไล. (2558). การศึกษาการยอมรับนวัตกรรมที่ผลิตเพื่อการเรียนการสอนในระดับประถมศึกษา ของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา จังหวัดกำแพงเพชร. งานค้นคว้าอิสระ การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พงศกร เอี่ยมสะอาด, ศุภกร ลิ้มคุณธรรมโม และ ประสพชัย พสุนนท์. (2559). ปัจจัยความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ และนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น กรณีศึกษา จังหวัดสมุทรสาคร. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 14(1), 130-142.
- วรวิทย์ พันธภา และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ กับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการเชาธิ์สัทบางกอก, 8(1), 19-32
- วรรณวิภา ไตลังคะ และ โชติ บติรัฐ. (2565). นโยบายและกลไกการส่งเสริมการเกษตรมูลค่าสูงขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย, 18(1), 95-107.
- วสิน เพชรพงศ์พันธ์ และคณะ. (2566). ปัจจัยการจัดการนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครพนม. วารสารวิจัยพมิลธรรม, 10(1), 27-41.
- ศูนย์วิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ธ.ก.ส. (2563). ปัจจัยความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เกษตรและสถาบันเกษตรกร. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ.
- ศูนย์วิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ธ.ก.ส. (2565). ปัจจัยความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม การเกษตรที่เหมาะสม มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ.
- ศูนย์วิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ธ.ก.ส. (2567). โครงการวิจัยเกษตรมูลค่าสูงและความพร้อมของลูกค้า ธ.ก.ส. (เกษตรกร สถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ). รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ.
- สุทธิพร กรุงกาญจนา. (2555). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการพัฒนานวัตกรรมของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- แสงสุข พิทยานุกุล. (2566). ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการที่มีต่อแนวคิดการตลาด และการสร้างแบรนด์. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 14(1), 114-131.
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2566). ราคาสินค้าเกษตร. สืบค้นจาก <https://www.nxpo.or.th/th/>.
- สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ. (2563). การคิดเชิงนวัตกรรมคืออะไร? (Innovative Thinking). สืบค้นจาก <https://agtech4otop.nia.or.th/innovation/AD>.
- หอการค้าไทย. (มปป.). การขับเคลื่อนการสร้างเกษตรมูลค่าสูง. สืบค้นจาก https://drive.google.com/file/d/18sCPNYDPpfm0nrbJcF8_R905tTWbZo-P/view.
- Amanor-Boadu, V. (2003). A Conversation about Value-Added Agriculture. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/228436526_A_Conversation_about_Value-Added_Agriculture.

- Qingya Li. (2564). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยการสร้างสรรค์นวัตกรรมจากงานประจำที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. รายงานวิจัย. วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- Norton, R. (2017). *Agricultural value chains: A game changer for small holders*. Devex. Retrieved from <https://www.devex.com/news/agricultural-value-chains-a-game-changer-for-small-holders-83981>.
- Priyanka Malik. (2022). *Lewin's 3-Stage Model of Change Theory: Overview*. Retrieved from <https://whatfix.com/blog/lewins-change-model/>.
- Rogers, E., & Shoemaker, F. (1978). *Communication of innovations: A cross-cultural approach*. New York: Free Press.
- Wondershare EdrawMax. (2024). *Agricultural Value Chain*. Retrieved from <https://www.edrawmax.com/article/agricultural-value-chain-analysis.html>.
- Zhao, F. (2005). Exploring the Synergy between Entrepreneurship and Innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 25-41.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).