

ความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์การตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม
และผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย
Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management, Marketing Strategies,
Innovativeness and Thai Organic Farming Business Performance Outcomes

กิตรวช บุญทวี^{1*} ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช¹ และเอกสิทธิ์ อ่อนสอาด²
Kittawat Boonthawe^{1*}, Piyakanit Chotivanich¹ and Ekasit Onsa-ard²

¹สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อุบลราชธานี 34000

²สาขาวิชาอุตสาหกรรมเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อุบลราชธานี 34190

¹Department of Management, Faculty of Business Administration and Management,
Ubon Ratchatani Rajabhat University, Ubon Ratchatani, Thailand 34000

²Department of Agro-Industry, Faculty of Agriculture, Ubon Ratchatani University
Ubon Ratchatani, Thailand 34190

*Corresponding author: kittawat.b@ubru.ac.th

Received: March 16, 2020

Revised: September 10, 2020

Accepted: September 29, 2020

Abstract

The research objectives were: 1) to study a degree of entrepreneurial orientation, knowledge management, marketing strategies, innovativeness and organic farming business performance in Thailand; 2) to explore the causal relations of the factors of entrepreneurial orientation, knowledge management, marketing strategies and innovativeness that influenced Thai organic farming business and 3) to test the factors that were effective in Thai organic farming business. The variables studied included entrepreneurial orientation, knowledge management, marketing strategies, innovativeness, and performance outcomes. A mixed research method was employed in the present work. In the quantitative research, a research instrument was a questionnaire used to collect data from 610 entrepreneurs engaged in the organic agricultural business. In a qualitative research, research instruments were an in-depth interview and a semi-structural interview. Key informants were 12 individuals involved in the organic agricultural business. Statistics used in data analysis were means, standard deviation and AMOS-based model analysis. The research findings were as follows. As regards the quantitative data, it was found that entrepreneurial orientations, knowledge management, marketing strategies, innovativeness and performance outcomes were overall at a high level. A model analysis showed its conformity with empirical data according to the set assumption with the value of $\chi^2=1,552.152$, $df=1,479$, $\chi^2/df=1.049$, $p\text{-value}=0.091$, $GFI=0.924$, $CFI=0.996$, $RMR=0.025$, $RMSEA=0.009$. The results of testing the causal relations of the factors that affected the performance of Thai organic

farming business showed the following findings: 1) entrepreneurial orientation had a direct influence on knowledge management; 2) entrepreneurial orientation had a direct influence on innovativeness; 3) knowledge management had a direct influence on marketing strategies; 4) marketing strategies had a direct influence on innovativeness; 5) marketing strategies had a direct influence on performance; 6) innovativeness had a direct influence on performance, and 7) knowledge management had a direct influence on the performance of marketing strategies. A qualitative study found that the organic farming business could be successful in a sustainable manner based on the cooperation from the following: 1) Participation was needed. The state agencies had to support the coordination between the business sectors and farmer groups. Support was essential to research, active working, creativity and dissemination of knowledge, and innovative business; 2) Entrepreneurship included a shared vision in the organic farming business, sense of ownership of those concerned, new ideas, creative processes, new technological procedures to yield more effective services and 3) Profitability prioritized the data management on economy, good quality life and environmental conservation. Information system on finance was to be employed to operate the business and to analyse liquidity in a performance. Entrepreneurs could utilize a model in the study to develop the organic farming business in commensurate with a business location to make Thai organic farming more sustainable.

Keywords: entrepreneurial orientation, knowledge management, marketing strategies, innovativeness, performance, organic farming business

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษา ระดับความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์ การตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย 2) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์การตลาด และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย และ 3) เพื่อทดสอบความกลมกลืนของปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์การตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม

และผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ จำนวน 610 ราย การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจเกษตรอินทรีย์ จำนวน 12 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลเชิงปริมาณ ระดับความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์การตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ โดยมีค่า $\chi^2=1,552.152$,

df=1,479, $\chi^2/df=1.049$, p-value=0.091, GFI=0.924, CFI=0.996, RMR=0.025, RMSEA=0.009 ผลการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีอิทธิพลของเส้นทาง คือ 1) ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความรู้ 2) ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม 3) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์การตลาด 4) กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม 5) กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน 6) ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน และ 7) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานผ่านกลยุทธ์การตลาด ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่าธุรกิจเกษตรอินทรีย์จะประสบความสำเร็จด้านการดำเนินงานและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนต้องอาศัยการร่วมมือกันทั้ง 3 ส่วน คือ 1) การทำงานแบบมีส่วนร่วมมีหน่วยงานจากภาครัฐมาช่วยสนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างภาคธุรกิจหรือกลุ่มเกษตรกรและหน่วยงานราชการมีการส่งเสริมด้านการวิจัย การทำงานเชิงรุก การสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้ และนวัตกรรมธุรกิจเกษตรอินทรีย์ 2) ความเป็นผู้ประกอบการ มีการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ การทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นเจ้าของธุรกิจ มีแนวความคิดแปลกใหม่ มีกระบวนการคิดที่สร้างสรรค์และกระบวนการทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการ 3) ความสามารถในการทำกำไรให้ความสำคัญกับการจัดการมูลค่าทางเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตที่ดีและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เสริมกัน มีระบบสารสนเทศด้านการเงินในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ใช้วิเคราะห์สภาพคล่องในการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถนำรูปแบบไปพัฒนาธุรกิจเกษตรอินทรีย์ได้ตามความเหมาะสมกับลักษณะพื้นที่ของธุรกิจเพื่อสนับสนุนธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์ทางการตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม ผลการดำเนินงาน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์

คำนำ

สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจของโลกมีความผันผวนมากขึ้น ประเทศไทยมีการพึ่งพาและเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และจีน เป็นต้น เมื่อเศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลงไปย่อมส่งผลกระทบต่อการส่งออกและนำเข้าสินค้าและบริการ รวมถึงเศรษฐกิจในภาพรวมของไทยด้วย ดังนั้นประเทศไทยในฐานะผู้ส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญของโลก จำเป็นต้องให้ความสำคัญในการเตรียมพร้อมเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและการเงินของโลก รวมทั้งการวางแผนและหาแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตร รวมถึงรายได้ของเกษตรกร การพัฒนาภาคการเกษตร และเพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของไทยให้มีความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน (Ministry of Agriculture and Co-operatives, 2017) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของประเทศไทย ตั้งแต่ฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 12 ได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องภายใต้เงื่อนไข สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในลักษณะต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์ความเข้มแข็งภาคการเกษตร ความมั่นคงของอาหารและพลังงานเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ สืบเนื่องมาจากจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) รวมถึงการจัดทำกรอบยุทธศาสตร์การจัดการด้านอาหารของประเทศไทย (พ.ศ. 2555-2559)

ซึ่งมุ่งหวังให้ใช้เป็นแผนแม่บทในการสร้างความเข้มแข็งให้กับการจัดการด้านอาหารในประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรมในมิติต่างๆ ได้แก่ ความมั่นคงด้านอาหาร คุณภาพ ความปลอดภัยอาหาร และอาหารศึกษา เพื่อให้ประเทศไทยมีความมั่นคงด้านอาหารอย่างยั่งยืนและบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อการผลิตอาหารอย่างมีประสิทธิภาพโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน (Ministry of Agriculture and Co-operatives, 2017)

นอกจากนี้เกษตรอินทรีย์เป็นแนวทางการผลิตที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ และความปลอดภัยอาหารของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค รวมทั้งการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับกระแสโลกในปัจจุบัน การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติที่มีความสอดคล้องกับกรอบทิศทางการพัฒนาที่สำคัญ อาทิ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เรื่อง ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการและส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ รวมถึงยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ระยะ 20 ปี เกี่ยวกับการสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร และการบริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 ในกระบวนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ ได้มีการจัดตั้งกลไกการขับเคลื่อนทั้งระดับชาติและระดับจังหวัด โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคการศึกษา เกษตรกร และผู้บริโภค เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเพิ่มพื้นที่และจำนวนเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ เพิ่มสัดส่วนตลาดเกษตรอินทรีย์ภายในประเทศ รวมทั้งยกระดับกลุ่มเกษตรอินทรีย์วิถีพื้นบ้าน นำไปสู่การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย (The Commission of the National Organic Agricultural Development, 2017)

สถานการณ์เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2558 มีพื้นที่การผลิต 284,918.45 ไร่ เพิ่มขึ้นจาก 235,523.35 ไร่ ในปี พ.ศ. 2557 หรือเพิ่มร้อยละ 20.97 โดยเฉพาะพื้นที่ของการปลูกข้าว และผัก/ผลไม้ผสมผสานอินทรีย์ มีอัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยร้อยละ 27.99 และ 187.31 ตามลำดับ (Ministry of Agriculture and Co-operatives, 2017) การตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในปี พ.ศ. 2557 พบว่ามูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์รวม 2,311.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 1,914.80 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2556 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.72 โดยแบ่งเป็นตลาดส่งออกมีมูลค่า 1,817.10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 77.94 และตลาดในประเทศมีมูลค่า 514.45 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 22.06 สินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยส่วนใหญ่ ได้แก่ ข้าว รองลงมา คือ พืชไร่ (ข้าวโพดหวาน มันสำปะหลัง ถั่วลิสง อ้อย ถั่วเหลือง) ผลไม้ (มะม่วง ชมพู่ทับทิมจันทร์ เงาะ มังคุด ลองกอง) ชา กาแฟ และผัก (หน่อไม้ฝรั่ง ผักหวานบ้าน ผักสลัด ผักกูด ผักขม หอมตะไคร้ ผักชีคื่นฉ่าย แตงกวา กระเจี๊ยบเขียว กะหล่ำปลี) ตลาดส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญของไทย ได้แก่ ยุโรป สหรัฐอเมริกา และเอเชีย (Ministry of Commerce, 2015)

นอกจากนี้ ผลการดำเนินงานขององค์การทั้งผู้ผลิตและบริการมีความเข้มแข็งก็จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ความเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์การ (Wickham, 2006) ซึ่งผู้ประกอบการมีคุณลักษณะมีความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อประสิทธิภาพของการทำงาน มีการนำสิ่งใหม่ๆ มาปฏิบัติงาน มีการดำเนินงานเชิงรุก ความกล้าเสี่ยง ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์การ (Muhammad and Rosli, 2014) นอกจากนี้การจัดการความรู้ ด้านการแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันความรู้ จะสอดคล้องกับการบริหารทุนมนุษย์ ซึ่งทุนมนุษย์เป็นสินทรัพย์ที่ประกอบด้วย คน ทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ และมีเทคนิคและความสามารถทางปัญญาในการจัดการความรู้เพื่อเพิ่มนวัตกรรมในองค์การ องค์การที่มีพนักงาน

ที่มีความอยากรู้หรือองค์การมีการสนับสนุนให้พนักงานเกิดการเรียนรู้จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จด้านการดำเนินงาน (Dana *et al.*, 2015) และองค์การให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาดสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นตลาดเป้าหมาย มีการวางกลยุทธ์ด้านต่างๆ เช่น กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ช่องทางการกระจายสินค้า กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน (Kotler and Keller, 2016) ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ที่สั้นลง ความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจึงทำให้ความสามารถทางนวัตกรรมมีความสำคัญกับองค์การเป็นอย่างมาก จะช่วยอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้จากการรับข้อมูลทั้งภายในและภายนอก ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์การที่ดีขึ้น และความสามารถทางนวัตกรรม ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมการตลาด เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของผลการดำเนินงาน ได้แก่ ส่วนแบ่งทางการตลาด การเติบโตของยอดขาย ความสามารถในการทำกำไร ที่เป็นตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ (Mohammed and Abu, 2012) ทฤษฎีฐานทรัพยากร นักวิชาการได้จัดประเภทฐานทรัพยากรได้ 6 ประเภท ดังนี้ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรทางการตลาด ทรัพยากรองค์การ ทรัพยากรทางเทคโนโลยี และทรัพยากรทางการเงิน (Barney, 1991) องค์การมีการนำมาใช้ในบริบทการดำเนินงานเพื่อวัดประสิทธิภาพขององค์การและการบริหารเชิงกลยุทธ์

จากที่กล่าวมาแล้วนั้นความสำคัญของการดำเนินงานในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยที่จะเป็นการสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการภาคเกษตรให้มีความได้เปรียบประเทศอื่นในกลุ่มอาเซียนและในระดับสากล ทำให้เกิดการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของธุรกิจนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความรู้ผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์การตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และการดำเนินงานของธุรกิจ

เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย 2) ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์การตลาด และความสามารถทางนวัตกรรม ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย และ 3) พัฒนาสมการโครงสร้างของผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยที่มีประสิทธิผล เพื่อหาแนวทางที่มีประสิทธิผลที่จะเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการสร้างความเจริญก้าวหน้าต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mix method research) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ในการดำเนินการเพื่อให้ได้ความรู้และข้อค้นพบที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย 13,298 ราย (Organic Agriculture Certification Thailand, 2019)

กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย จำนวน 610 ราย สำหรับการวิจัยนี้มีพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าจำนวน 61 พารามิเตอร์ ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่าง 10 เท่าจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง ซึ่งหากคำนวณตามคำแนะนำของ Hair *et al.* (2006) ผู้วิจัยต้องใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 610 ราย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ภูมิประกอบด้วยผู้ประกอบการภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 438 ราย ภาคเหนือ 60 ราย ภาคกลาง 54 ราย ภาคใต้ 33 ราย ภาคตะวันออก 18 ราย และภาคตะวันตก 7 ราย ตามลำดับ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive simple) ผู้ให้

ข้อมูลหลักจำนวนทั้งหมด 12 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้ประกอบการที่เป็นผู้บริหารระดับสูงขององค์การธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ซึ่งได้รับรองจากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ในขอบข่ายและระบบมาตรฐาน 3 หน่วยงาน ได้แก่ 1) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ขั้นต่ำของสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM Basic Standards) 2) มาตรฐานการผลิตเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรป (ACT-EU) 3) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของแคนาดา (COR (US-Canada)) จำนวน 4 คน หน่วยงานภาครัฐ คือ ผู้บริหารระดับสูงหรือตัวแทนผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ จำนวน 4 คน และนักวิชาการด้านบริหารธุรกิจเกษตรหรือเกษตรศาสตร์ที่มีตำแหน่งทางวิชาการและผลงานวิจัยด้านการเกษตรหรือเกษตรอินทรีย์จำนวน 4 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ประกอบการของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างด้วยคำถามปลายเปิด-ปลายปิด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 60 ชุด โดยการใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายในด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach alpha coefficient) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป และภาพรวมของแบบสอบถามทั้งฉบับที่มีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง (Koowaran, 2008) ซึ่งจากการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของมาตรวัดรวมเท่ากับ 0.934 ซึ่งถือว่าเชื่อถือได้ และการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง วิจัยนี้ได้ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เลขที่ HE612036 แล้วจึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) วิเคราะห์ด้วยโปรแกรม IBM SPSS Amos 26 version study เพื่อพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ซึ่งมีรูปแบบโมเดลเส้นทางของตัวแปร (Figure 1)

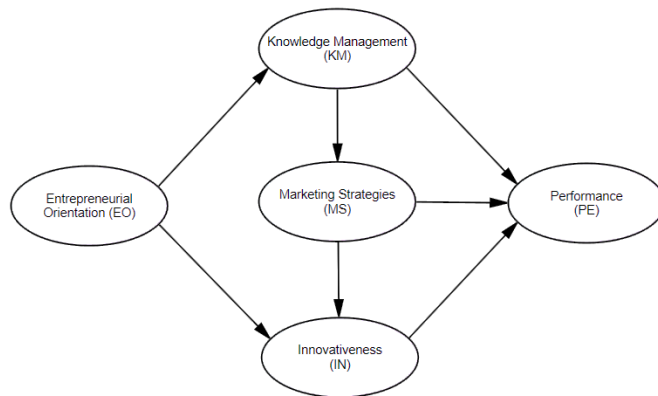


Figure 1 A path analysis model illustrating relationships between variables

ตัวแบบสมการมาตรฐานวัดตัวแปรแฝงภายนอกและภายในทั้ง 5 ตัว ได้แก่ 1) ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial orientation) ตัวแปรสังเกตได้ คือ ความกล้าเสี่ยง (RT) การดำเนินงานเชิงรุก (PR) ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน (CA) 2) การจัดการความรู้ (Knowledge management) ตัวแปรสังเกตได้ คือ การแสวงหาความรู้ (KMA) การสร้างความรู้ (KMC) การจัดเก็บความรู้ (KMS) การแบ่งปันความรู้ (KMH) 3) กลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ตัวแปรสังเกตได้ คือ กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ (VPS) กลยุทธ์ด้านราคา (PS) กลยุทธ์ช่องทางการกระจายสินค้า (DCS) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (PRS) 4) ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) ตัวแปรสังเกตได้ คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PI) นวัตกรรมกระบวนการ (PRI) นวัตกรรมการตลาด (MI) 5) ผลการดำเนินงาน (Performance) ตัวแปรผล คือ ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด (MS) ด้านการเติบโตของยอดขาย (SG) ด้านความสามารถในการทำกำไร (PF) ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมและผลงานที่เกี่ยวข้องและผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 7 ข้อ คือ 1) ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย 2) ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย 3) การจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย 4) กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย 5) กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย 6) ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย และ 7) การจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ให้เป็นตัวแบบโครงสร้างของการวิจัย ซึ่งจะแสดงอิทธิพลระหว่างตัวแปร โดยการประเมินความสอดคล้องของตัวแบบ (Evaluation the data-model fit) ค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความ

พอเหมาะพอดีของตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎี ค่า P-value ต้องมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significant: Sig.) คือ มีค่ามากกว่า 0.05 ซึ่งเมื่อตรวจสอบแล้วว่าตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎี มีความสอดคล้องกันพอดี ซึ่งจะต้องตรวจสอบค่าสถิติ ได้แก่ Chi-squares, χ^2/df , CFI, GFI, AGFI, RMSEA, CFI และ NFI ซึ่งสามารถสรุปเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้ดังนี้ (Bollen, 1989)

1) ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-squares: χ^2) ค่า p มีค่ามากกว่า 0.05 ($p > 0.05$) และค่า p ยิ่งมากยิ่งขึ้น แสดงว่าโมเดลมีความเหมาะสม (Goodness of fit) และสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2) ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) ค่า CMIN/df ต้องน้อยกว่า 3 (<3) และถ้าค่า CMIN/df ยิ่งมีค่าใกล้ 0 มากเท่าไร แสดงว่าโมเดลนั้นยิ่งมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น

3) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ค่าดัชนี GFI ต้องมากกว่า 0.90 (>0.90) และถ้าค่า GFI ยิ่งมีค่าใกล้ 1 มากเท่าไร แสดงว่าโมเดลนั้นยิ่งมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น

4) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) ค่าดัชนี AGFI ต้องมากกว่า 0.90 (>0.90) และถ้าค่า AGFI ยิ่งมีค่าใกล้ 1 มากเท่าไร แสดงว่าโมเดลนั้นยิ่งมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น

5) ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) ค่าดัชนี RMSEA ต้องมีค่าต่ำกว่า 0.08 (<0.08) ถ้าค่าดัชนี RMSEA ยิ่งมีค่าใกล้ 0 มากเท่าไร แสดงว่าโมเดลนั้นยิ่งมีค่าคลาดเคลื่อนน้อย โมเดลจึงมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น

6) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) ค่า CFI อยู่ระหว่าง 0-1 และหาค่า CFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 (>0.90) เป็นระดับที่ไม่ดีควรถูกละทิ้ง

7) ดัชนีความสอดคล้องสัมพันธ์ (Relation Fit Index: NFI) มีค่า 0-1 ยิ่งมีค่าใกล้ 1 จะบอกถึงความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ว่ามีความสอดคล้องมากขึ้น

ผลการวิจัยและวิจารณ์

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน

ข้อมูลส่วนบุคคลของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยพบว่า ส่วนใหญ่ประกอบกิจการข้าว จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 43.10 รองลงมา ได้แก่ ประกอบกิจการผักและผลไม้ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ประกอบกิจการสมุนไพร จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 ัญพืช จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 ปุ๋ย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 และชา/กาแฟ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 ตามลำดับ และลักษณะของธุรกิจที่ทำอยู่ในปัจจุบัน พบว่าส่วนใหญ่ผลิตเพื่อขายทั้งในและนอกประเทศจำนวน 410 คน คิดเป็นร้อยละ 67.30 รองลงมา ได้แก่ ผลิตเพื่อส่งออกทั้งหมด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 ผลิตเพื่อขายในประเทศทั้งหมด จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 ไม่ได้ผลิตแต่ทำธุรกิจส่งออก จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการจัดการความรู้ ความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของ ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคะแนน พบว่าระดับคะแนนด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีระดับคะแนนสูงที่สุด ($\bar{x}=4.02$; S.D.=0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การจัดการความรู้ ($\bar{x}=3.94$; S.D.=0.63) ความสามารถทางนวัตกรรม ($\bar{x}=3.90$; S.D.=0.60) ผลการดำเนินงาน ($\bar{x}=3.88$; S.D.=0.65) และความเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{x}=3.84$; S.D.=0.67) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบไคเซอร์-เมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin: KMO) และวิเคราะห์ความ กลมกลืนของโมเดลการวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการ ดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

จาก Table 1 สรุปผลการวิเคราะห์ค่าไคเซอร์-เมเยอร์-ออลคิน (KMO) ระหว่าง 0.838-0.923 ซึ่งถือว่าข้อมูลมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Hair *et al.*, 2006) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝงที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรสังเกต โดยค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) ควรมากกว่า 0.50 และค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (CR) ควรมีค่ามากกว่า 0.70 (Bollen, 1989) ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) ระหว่าง 0.503-0.584 และค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (CR) ระหว่าง 0.712-0.925 เป็นไปตามเกณฑ์ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

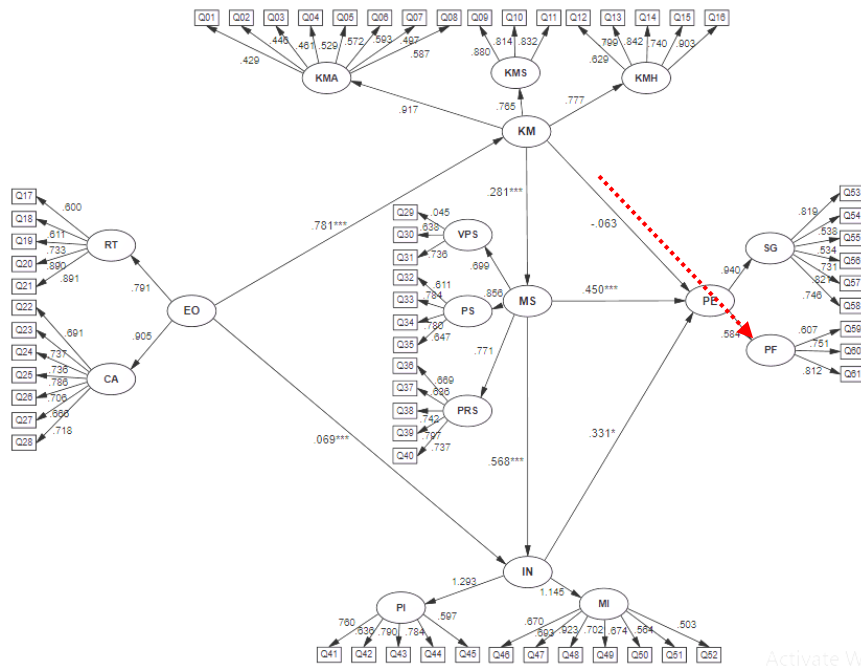
Table 1 The test results based on Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) and an analysis of a congruence of the model to measure the factors that influenced the performance of Thai organic farming business

Second Latent	Latent Variable	Factor Loading	KMO (>0.05)	Cronbach's Alpha	AVE (>0.5)	CR (>0.7)
KM	KMA	0.677	0.905	0.897	0.510	0.885
	KMS	0.840			0.583	0.878
	KMH	0.903			0.584	0.925
EO	RT	0.840	0.923	0.961	0.517	0.899
	CA	0.928			0.509	0.925
MS	VPS	0.806	0.882	0.852	0.504	0.712
	PS	0.986			0.521	0.867
	PRS	0.825			0.510	0.886
IN	PI	0.739	0.904	0.881	0.503	0.894
	MI	0.721			0.530	0.903
PE	SG	0.737	0.838	0.840	0.524	0.869
	PF	0.858			0.540	0.854

ส่วนที่ 4 แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบที่ผ่านการปรับแล้วนั้น มีเส้นทางที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) มีอยู่ 5

เส้นทาง และมีเส้นทางที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) มีอยู่ 1 เส้นทาง ดังนั้นสามารถนำค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของแต่ละสมการโครงสร้างมาเขียนเส้นทางรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ผ่านการปรับให้เป็นแบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อให้ได้รูปแบบที่มีความสัมพันธ์ที่ดีที่สุด (Figure 2)



$\chi^2=1,552.152$, $df=1,479$, $\chi^2/df=1.049$, $P\text{-value}=0.091$, $GFI=0.924$, $CFI=0.996$
 $AGFI=0.903$, $NFI=0.924$, $RMR=0.025$, $RMSEA=0.009$

Figure 2 Adjusted causal analysis model

2. การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Evaluation the data-model fit) พบว่าโมเดลตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดลต้นแบบ) มีความสอดคล้องกัน ซึ่งผ่านเกณฑ์การประเมินโมเดลผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าโมเดลสมการโครงสร้างหลังการปรับสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลตามทฤษฎีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้พิจารณาจาก ค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 1,552.152 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 1,479 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value) มีค่าเท่ากับ .091 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.049 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) มีค่า

เท่ากับ 0.996 ดัชนีความสอดคล้องสัมพันธ์ (NFI) มีค่าเท่ากับ 0.924 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.924 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.903 และเมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.009 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด (Bollen, 1989)

3. ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรสาเหตุ (Antecedent) และตัวแปรผล (Consequence) ปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

Table 2 The analysis results of the influence of antecedents and consequence concerning the factors that influenced the performance of Thai organic farming business

Antecedent	Consequence	STDYX	EST	SE	CR	P	R ²
KM	PE	-0.063	-0.068	0.380	-0.784	0.074	0.464
MS		0.450	0.623	0.134	4.638	***	
IN		0.331	0.359	0.151	2.373	0.018*	
EO	IN	0.069	0.067	0.020	3.316	***	0.345
MS		0.568	0.724	0.070	10.332	***	
EO	KM	0.781	0.759	0.050	13.123	***	0.610
KM	MS	0.281	0.220	0.041	5.367	***	0.079

*Significant level of 0.05, **Significant level of 0.01, ***Significant level of 0.001

จาก Table 2 สรุปผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปรต่อสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย พบว่า 1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด (MS) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (PE) เท่ากับ 0.450 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และปัจจัยด้านความสามารถทางนวัตกรรม (IN) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (PE) เท่ากับ 0.331 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ (KM) ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (PE) 2) ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางต่อปัจจัยด้านความสามารถทางนวัตกรรม (IN) เท่ากับ 0.069 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด (MS) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางต่อปัจจัยด้านความสามารถทางนวัตกรรม (IN) เท่ากับ 0.568 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ 0.001 3) ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางต่อปัจจัยด้านการจัดการความรู้ (KM) เท่ากับ 0.781 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 4) ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ (KM) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางต่อปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด (MS) เท่ากับ 0.281 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ 5) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์การพยากรณ์พบว่ามีความสัมพันธ์การพยากรณ์ระหว่าง 0.079-0.610 โดยปัจจัยด้านการจัดการความรู้ (KM) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์มากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.610 รองลงมา ได้แก่ ผลการดำเนินงาน (PE) ด้านความสามารถทางนวัตกรรม (IN) และด้านกลยุทธ์การตลาด (MS) มีค่าเท่ากับ 0.464, 0.345 และ 0.079 ตามลำดับ และปัจจัยแฝงแต่ละตัวสามารถพยากรณ์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยได้ร้อยละ 46.4

4. ผลการคำนวณอิทธิพลทางตรง (Direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) และผลรวมของอิทธิพล (Total effect) (Table 3)

Table 3 Analysis of direct effect, indirect effect and total effect of variables

Effects from	Direct Effect (DE)	Indirect Effect (IE)	Total Effect (TE)
EO to KM	0.781***	–	0.781
EO to IN	0.069***	0.125**	0.194
KM to PE	-0.063	0.175**	0.112
MS to PE	0.450***	0.176*	0.626
IN to PE	0.311*	–	0.311
KM to MS	0.281***	–	0.281
MS to IN	0.568***	–	0.568
EO to PE	–	0.108*	0.108

*Significant level of 0.05, **Significant level of 0.01, ***Significant level of 0.001

จาก Table 3 ความเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความรู้ (KM) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.781 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ความเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม (IN) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.069 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 การจัดการความรู้ (KM) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (PE) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.063 กลยุทธ์การตลาด (MS) อิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (PE) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.450 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ความสามารถทางนวัตกรรม (IN) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (PE) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.311 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การจัดการความรู้ (KM) มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์การตลาด (MS) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.281 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และกลยุทธ์การตลาด (MS) มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม (IN) ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.568 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ผลการดำเนินงาน

ของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยนั้น ตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมมากที่สุด คือ ความเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีค่าเท่ากับ 0.781 ซึ่งสะท้อนว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยนั้นขึ้นอยู่กับความเป็นผู้ประกอบการทั้งด้านความมุ่งมั่นในการแข่งขัน เช่น มีความใส่ใจต่อการบริการที่สร้างความประทับใจต่อลูกค้า เสมอ ต้องให้ผลผลิตมีคุณภาพด้วยการเอาใจใส่ในรายละเอียดเพื่ออยู่เหนือคู่แข่ง มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัย โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อให้มีคุณภาพเหนือคู่แข่ง มีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามแนวคิดที่ตนเองมีเมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม และด้านความกล้าเสี่ยง เช่น พร้อมที่จะเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจถ้าเห็นว่ามีโอกาสทำให้ได้รับผลตอบแทนคุ้มค่ามีความพร้อมที่จะเผชิญกับสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบกับความสำเร็จหรือความล้มเหลวทางธุรกิจ มีการวางแผนและไม่ประมาทกับการดำเนินการและสามารถยอมรับความเสี่ยงต่อความไม่ประสบผลสำเร็จได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Madhoushi *et al.* (2011) เน้นบทบาทของการบริหารจัดการความรู้กับความสัมพันธ์ของการเป็นผู้ประกอบการและประสิทธิภาพของนวัตกรรมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอิหร่าน ซึ่ง

ผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการความรู้และความสามารถทางนวัตกรรมโดยอ้อมผ่านการจัดการความรู้ การจัดการความรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม ดังนั้น การจัดการความรู้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ประกอบการและความสามารถทางนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร ในสถานการณ์และสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงจะช่วยในการพัฒนาความสามารถและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ช่วยให้บรรลุผลการดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้น

Preda (2013) ศึกษาผลกระทบของความเป็นผู้ประกอบการในประเทศโรมาเนียที่ใช้ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร พบว่าความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความเป็นผู้ประกอบการช่วยพัฒนาความสามารถขององค์กรให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว Ndubisi and Agarwal (2014) ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรมและความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศขนาดเล็ก พบว่าทั้งสองปัจจัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกส่งผลกระทบต่อคุณภาพและประสิทธิภาพในการทำงานและความสามารถทางนวัตกรรมทำให้ความเป็นผู้ประกอบการสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วน Joanna (2015) พบว่าความสัมพันธ์ความเป็นผู้ประกอบการของหน่วยงานดูแลที่อยู่อาศัยในโปแลนด์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถทางนวัตกรรมสอดคล้องกับ Thomas *et al.* (2004) ศึกษาความเป็นผู้ประกอบการของนักการตลาดของบริษัทอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจ ส่วน Rhee *et al.* (2010) ศึกษากลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศเกาหลีใต้โดยใช้ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุกในการอธิบายถึงความเป็นผู้ประกอบการ พบว่าความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม และตัวแปรที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ กลยุทธ์การตลาด มีค่าเท่ากับ 0.568 สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Rowley and Marco (2006) ได้ศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเกษตรอินทรีย์ พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการออกแบบใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการตอบรับของผู้ซื้อที่ดีขึ้นและมีการกลับมาซื้อซ้ำ และศึกษาการจัดส่งผลิตภัณฑ์อินทรีย์ พบว่าผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับการจัดส่งที่รวดเร็วเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อและมีกลยุทธ์ในการร่วมงานจัดแสดงสินค้าต่างๆ

Henchion *et al.* (2002) ผู้ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ผักและผลไม้สดในประเทศไอร์แลนด์มีความสนใจและระบบการจัดส่งสินค้าแบบกล่อง (Box system) จัดส่งโดยตรงจากสวน โดยผู้ซื้อจะทำการโทรสั่งสินค้า หลังจากนั้นทางสวนจะทำการเก็บเกี่ยว จัดเก็บลงบรรจุภัณฑ์ และส่งสินค้าให้กับผู้ซื้อทันที ซึ่งวิธีการนี้บรรจุภัณฑ์จะมีลักษณะกันกระแทกและสามารถควบคุมความชื้นได้ดี ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของสินค้า ส่วน Biank *et al.* (2015) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ สถานที่ ผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด ของบริษัทผลิตรองเท้าหนังส่งออกในประเทศอินเดีย จำนวน 174 บริษัท พบว่าผู้ประกอบการมีการวางแผนการตลาดและการดำเนินการปรับปรุงทักษะการบริหารจัดการในการประกอบธุรกิจและส่งผลให้มีประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้นและผลการดำเนินงานเป็นไปตามกลยุทธ์ที่วางแผนไว้

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.781*** ดังนั้นผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สมมติฐานที่ 2 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.069*** ดังนั้นผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สมมติฐานที่ 3 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.281*** ดังนั้นผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สมมติฐานที่ 4 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.568*** ดังนั้นผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สมมติฐานที่ 5 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.450*** ดังนั้นผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สมมติฐานที่ 6 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.311* ดังนั้นผลการวิจัยเป็นไปตาม

สมมติฐานที่ตั้งไว้ และสมมติฐานที่ 7 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.063 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนที่ 5 ผลการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การดำเนินการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยนั้นจะประสบผลสำเร็จได้ต้องอาศัยการร่วมมือ 3 ส่วน คือ 1) การทำงานแบบมีส่วนร่วม จะต้องสอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรแต่ละประเภท สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างแท้จริง โดยคำนึงถึงทรัพยากรและสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ และหน่วยงานจากภาครัฐจะต้องช่วยสนับสนุนการทำงานร่วมกัน เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเกษตรกรได้อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ มีการส่งเสริมด้านการวิจัย การทำงานเชิงรุก การสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้และนวัตกรรมธุรกิจเกษตรอินทรีย์ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Pratan (2005) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจผลิตข้าวอินทรีย์ คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมและบริการ ได้แก่ การฝึกอบรม ได้รับการตรวจรับรองแปลง 2) ความเป็นผู้ประกอบการ มีการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ การทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นเจ้าของธุรกิจ มีแนวความคิดแปลกใหม่ มีกระบวนการคิดที่สร้างสรรค์และกระบวนการทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการ นอกจากนี้ ควรมีการฝึกอบรม ศึกษาดูงาน และร่วมถ่ายทอดองค์ความรู้และความเข้าใจเรื่องเกษตรอินทรีย์แก่เกษตรกรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเกษตรอินทรีย์อีกด้วย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Kungwon (2019) การจัดทำคู่มือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการผลิตและจัดจำหน่ายข้าวอินทรีย์ การจัดอบรมเพิ่มเติมความรู้ให้แก่เกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง 3) ความสามารถในการทำกำไร ที่ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์จะประสบผลสำเร็จ นอกเหนือจากการมีกำไรที่เป็นยอดเงินหรือมูลค่าทางเศรษฐกิจแล้วองค์การธุรกิจจะต้องดูแลและสร้างประโยชน์ทั้งต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมด้วย จึงเกิดกิจกรรมการสร้างสรรค์ชุมชนและสิ่งแวดล้อมที่ดีเพื่อ

สนับสนุนบุคลากรและเกษตรกรให้ก้าวหน้าไปพร้อมกันในสังคม

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย พบว่าส่วนใหญ่ประกอบกิจการข้าว จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 43.10 รองลงมา ได้แก่ ประกอบกิจการผักและผลไม้ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ประกอบกิจการสมุนไพร จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 ัญพืช จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 ปุ๋ย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 และชา/กาแฟ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 ตามลำดับ และลักษณะของธุรกิจที่ทำอยู่ในปัจจุบัน พบว่าส่วนใหญ่ผลิตเพื่อขายทั้งในและนอกประเทศจำนวน 410 คน คิดเป็นร้อยละ 67.30 รองลงมา ได้แก่ ผลิตเพื่อส่งออกทั้งหมด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 ผลิตเพื่อขายในประเทศทั้งหมด จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 ไม่ได้ผลิตแต่ทำธุรกิจส่งออก จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 ตามลำดับ ข้อมูลระดับความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการความรู้ กลยุทธ์การตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ผลการวิเคราะห์โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ โดยมีค่า $\chi^2=1,552.152$, $df=1,479$, $\chi^2/df=1.049$, $p\text{-value}=0.091$, $GFI=0.924$, $CFI=0.996$, $RMR=0.025$, $RMSEA=0.009$ และการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีอิทธิพลของเส้นทาง คือ 1) ความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความรู้ 2) ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม 3) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์การตลาด 4) กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม 5) กลยุทธ์

การตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน 6) ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน และ 7) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานผ่านกลยุทธ์การตลาด ตามแบบจำลองสมการโครงสร้างข้อค้นพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย คือ 1) ความเป็นผู้ประกอบการต้องมีความมุ่งมั่นในการแข่งขันและมีความกล้าเสี่ยง 2) การจัดการความรู้ต้องมีกระบวนการด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการแบ่งปันความรู้ และด้านการจัดเก็บความรู้ 3) กลยุทธ์การตลาดต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด 4) ความสามารถทางนวัตกรรมให้ความสำคัญกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมด้านการตลาด เพื่อให้ผลประกอบการที่ดีขึ้นและมีการนำมาใช้เพื่อความอยู่รอดขององค์กร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 12 ท่าน ทำให้พบข้อมูลเชิงประจักษ์จากการค้นพบผลการศึกษาที่สำคัญนอกเหนือไปจากกรอบแนวคิดในการวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) การทำงานแบบมีส่วนร่วมมีหน่วยงานจากภาครัฐมาช่วยสนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างภาคธุรกิจหรือกลุ่มเกษตรกรและหน่วยงานราชการ มีการส่งเสริมด้านการวิจัย การทำงานเชิงรุก การสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้และนวัตกรรมธุรกิจเกษตรอินทรีย์ 2) ความเป็นผู้ประกอบการ มีการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ การทำให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นเจ้าของธุรกิจ มีแนวความคิดแปลกใหม่ มีกระบวนการคิดที่สร้างสรรค์และกระบวนการทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการ 3) ความสามารถในการทำกำไร ให้ความสำคัญกับการจัดการมูลค่าทางเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตที่ดีและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เสริมกัน มีระบบสารสนเทศด้านการเงินในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ใช้วิเคราะห์สภาพคล่องในการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถนำรูปแบบไปพัฒนาธุรกิจเกษตรอินทรีย์ได้ตามความเหมาะสมกับลักษณะพื้นที่ของธุรกิจเพื่อสนับสนุนธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ได้ให้ความสำคัญกับความสำคัญกับความเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะให้ความสำคัญกับความมุ่งมั่นในการแข่งขันและความกล้าเสี่ยงมากเป็นพิเศษ ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ด้านโครงการส่งเสริมด้านการเกษตรอินทรีย์ที่หน่วยงานภาครัฐร่วมมือกับภาคเอกชนจัดขึ้นควรมีการประชุมประชาสัมพันธ์และชี้ให้เห็นประโยชน์ที่เกษตรกรจะได้รับ และเจ้าหน้าที่ของรัฐควรติดตามอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง และควรมีการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนด้านต่างๆ เช่น ปัจจัยการผลิต การอบรม ถ่ายทอดนวัตกรรมด้านการเกษตรให้แก่เกษตรกร เป็นต้น นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรมีส่วนร่วมในการรณรงค์ เน้นย้ำ มีการให้ความรู้แก่กลุ่มเกษตรกร ประชาชน รวมถึงผู้บริโภคในเรื่องความปลอดภัยและประโยชน์การผลิตและบริโภคกลุ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างแรงจูงใจในการผลิตและซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาได้ข้อค้นพบที่เป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจหลายประเด็น ได้แก่ ด้านการจัดการความรู้ การดำเนินการจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบในรูปแบบที่หลากหลาย มีระบบสารสนเทศที่ทันสมัยสามารถจัดเก็บข้อมูลได้ง่าย ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ มีการจัดทำและปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน มีการถ่ายทอดความรู้ เทคนิคใหม่ๆ ในการแก้ปัญหาให้กับพนักงานในองค์กร ด้านกลยุทธ์การตลาด องค์กรธุรกิจจะต้องมีการนำกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การมีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า การใช้บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า การระบุแหล่งผลิตสินค้า การสร้างความแตกต่างของสินค้า การตั้งราคาใช้คุณค่าผลิตภัณฑ์เป็นฐาน การตั้งราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า มีการจัดจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ เช่น ตลาดชุมชน อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ตลาดออนไลน์ และมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก เป็นต้น ด้านความสามารถทางนวัตกรรม องค์กรธุรกิจจะต้องมีการนำนวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์มาปรับใช้ โดยการมีผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับลูกค้า มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิต มีการพัฒนาหรือปรับปรุงสินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้า และกระตุ้นให้บุคลากรแสดงความคิดเห็นหรือทดลองอย่างสร้างสรรค์เพื่อทำให้แผนการตลาดประสบผลสำเร็จ

แม้ว่าข้อค้นพบจะก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ แต่ในงานวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัดเกิดขึ้นเช่นเดียวกับวิจัยอื่น เช่น ปัจจัยที่นำมาศึกษามีจำกัดเพียงตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจะมีตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและน่าสนใจต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ อาทิ นวัตกรรมเทคโนโลยี นวัตกรรมด้านการจัดการ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์กร การจัดการคุณภาพ และงานวิจัยในอนาคตการศึกษารูปแบบการจัดการคุณภาพของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศที่มีความก้าวหน้าทางด้านธุรกิจเกษตรอินทรีย์

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ที่สนับสนุนทุนในการทำวิจัย รวมทั้งผู้ประกอบการและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกษตรอินทรีย์ที่สละเวลาอันมีค่าที่ให้ข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถาม สัมภาษณ์ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเป็นอย่างยิ่ง และทำให้การวิจัยนี้สำเร็จด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

Barney, J.B. 1991. The resource-based view of strategy: origins, implication, and prospects. *Journal of Management* 17: 123-182.

Bianka, R.C., A.S. Asif and A. Raj. 2015. Study on the impact of marketing mix on export performance–vis-à-vis the leather footwear exporting SMEs of india.

Global Journal of Enterprise Information System 7(3): 28-37.

Bollen, K.A. 1989. **Structural Equation with Latent Variables.** New York: John Wiley and Sons. 269 p.

Dana, I.S., C. Elin and C.W. Wahyu. 2015. Identifying knowledge management process of Indonesian government human capital management using analytical hierarchy process and pearson correlation analysis. *Procedia Computer Science* 72: 233-243.

Hair, J.F., W.C Black, B.J. Babin and R.E. Anderson. 2006. **Multivariate Data Analysis.** 6thed. New Jersey: Prentice Hall. 816 p.

Henchion, M., P. O'Reilly and C. Cowan. 2002. Organic food in Ireland: a supply chain perspective. *Irish journal of Management* 23: 23-31.

Joanna, E. 2015. Innovativeness of residential care services in Poland in the context of strategic orientation. *Procedia-social and Behavioral Sciences* 213: 746-752.

Koowaran, N. 2008. **A Holistic Research.** Bangkok: Chulalongkorn University. 153 p. [in Thai]

Kotler, P. and K.L. Keller. 2016. **Marketing Management.** 15thed. New Jersey: Prentice-Hall. 714 p.

- Kungwon, S. 2019. A structural equation model of factors affecting decisions making for organic rice production Chiang Mai. **Journal of Agricultural Research and Extension** 36(3): 34-43. [in Thai]
- Madhoushi, M., A. Sadati, H. Delavari, M. Mehdivand and R. Mihandost. 2011. Entrepreneurial orientation and innovation performance: the mediating role of knowledge management. **Asian Journal of Business Management** 3(4): 310-316.
- Ministry of Agriculture and Co-operatives. 2017. **Strategic Framework of Food Security. Ministry of Agriculture and Co-operatives (B.E. 2017 -2021)**. Bangkok: Ministry of Agriculture and Co-operatives. 118 p. [in Thai]
- Ministry of Commerce. 2015. **Strategies of the ministry of commerce for trading organic agricultural products**. [Online]. Available <http://www.moc.go.th/> (9 October 2019). [in Thai]
- Mohamad, N.Y. and H.A.B. Abu. 2012. Knowledge management and growth performance in construction companies: a framework. **Procedia-social and Behavioral Sciences** 62: 128-134.
- Muhammad, S.B. and M. Rosli. 2014. Linking transformational leadership and corporate entrepreneurship to performance in the public higher education institutions in Malaysia. **Advances in Management and Applied Economics** 4(3): 109-122.
- Ndubisi, N.O. and J. Agarwal. 2014. Quality performance of SMEs in a developing economy: direct and indirect effects of service innovation and entrepreneurial Orientation. **Journal of Business and Industrials Marketing** 29(6): 52-55.
- Organic Agriculture Certification Thailand. 2019. **The name list of organic farming entrepreneurs**. [Online]. Available http://actorganic-cert.or.th/th/download-th/total-list/?fbclid=IwAR2RMWEu_311CBxeEu0oDEY2e5r-2caeB2imXd-YFdYhUva4lruVL6Oj5fE. (9 October 2019). [in Thai]
- Pratan, J. 2005. **Factors Affecting Decision Making in Organic Rice Production of Framers in Ubon Ratchathani Province**. Master Thesis. Khon Kaen University. 109 p. (in Thai)
- Preda, G. 2013. The influence of entrepreneurial Orientation and market based organizational learning on the firm's strategic innovation capability. **Management and Marketing**. 8(4): 607-622.
- Rhee, J., T. Park and D.H. Lee. 2010. Driver of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: mediation of learning orientation. **Technovation** 30(1): 65-75.
- Rowley, J. and S. Marco. 2006. Organic: an SME marketing case study. **The Marketing Review** 6: 253-236.

The Commission of the National Organic
Agricultural Development. 2017.
**Strategies for the National Organic
Farming Development B.E. 2020-2024.**
Bangkok: Office of the Agricultural
Economy, Ministry of Agriculture and
Co-operatives. 86 p. [in Thai]

Thomas, G.M.H, F.H. Robert and A.K. Gary. 2004.
Innovativeness: its antecedents and
impact on business performance.
Industrial Marketing Management
33: 429-438
Wickham, P.A. 2006. **Strategic Entrepreneurship.**
4thed. New Jersey: Prentice-Hill. 648 p.